

START IT UP



LE GUIDE À LA CRÉATION D'UNE ENTREPRISE



JEUNE POUSSE
D'ASSAS

Avec la participation des membres suivants :

<i>Diane</i>	<i>AMADO,</i>
<i>Sarah</i>	<i>ARIB,</i>
<i>Maxime</i>	<i>BOUABID,</i>
<i>Gabriel</i>	<i>BOULAY,</i>
<i>Rémi</i>	<i>BOURDON,</i>
<i>Clément</i>	<i>BRANCHEREAU,</i>
<i>Théophile</i>	<i>BRAULT,</i>
<i>Bertrand</i>	<i>CASSAR,</i>
<i>Anis</i>	<i>CHEBELAINE,</i>
<i>Pierre</i>	<i>DARRASON,</i>
<i>Pierre</i>	<i>DE MOUCHERON,</i>
<i>Augustin</i>	<i>DESCHAMPS,</i>
<i>Léo</i>	<i>DRUNAT,</i>
<i>Aude</i>	<i>FRANDEBOEUF,</i>
<i>Maxime</i>	<i>FURET,</i>
<i>Thibault</i>	<i>GEOFFROY,</i>
<i>Anselme</i>	<i>GUILLET,</i>
<i>Germain</i>	<i>LECONTE,</i>
<i>Sophie</i>	<i>LEFORT,</i>
<i>Mathilde</i>	<i>LENGAIGNE,</i>
<i>Alexis</i>	<i>NEUHAUS,</i>
<i>Manon</i>	<i>PIAZZA</i>
<i>Maximilien</i>	<i>PRAT,</i>
<i>Victoire</i>	<i>VILLERS,</i>
<i>Arthur</i>	<i>VILLERS,</i>

Association Jeune Pousse d'Assas

92 rue d'Assas - 75006, Paris

Mail : bureau@jpousseassas.fr

Mobile : 06.61.14.23.88 / 06.26.86.59.68

Suivez-nous : [Site Web](#) | [Facebook](#) | [Twitter](#) | [LinkedIN](#)



Sommaire

Préface

Lexique

Questions

I / Avant-projet

- 1. Avec combien de personnes faut-il s'associer ? Quelles sont les compétences minimales à réunir ?*
- 2. À quel âge pouvons-nous entreprendre ?*
- 3. L'avantage d'avoir des objets connectés et la réactivité professionnelle ?*
- 4. Comment s'assurer de la faisabilité de mon projet ? Comment réaliser une bonne étude de marché ?*
- 5. Est-il plus intéressant de commencer son activité avant d'avoir créé une société (hypothèse de la reprise d'actes juridiques) ?*
- 6. Est-il important de faire un business plan ?*
- 7. Faut-il avoir des mentors ? Si oui, comment les choisir ?*
- 8. À partir de quand puis-je espérer gagner de l'argent/générer des bénéfices/me verser un salaire ?*
- 9. Comment un dirigeant peut-il se rémunérer ?*
- 10. Comment répartir le capital social ?*
- 11. Quels sont les organismes et les structures permettant une aide juridique aux start-up ?*
- 12. C'est comment la vie d'une start-up/entreprise ?*
- 13. Dois-je me fixer une limite de temps pour réussir mon projet ?*
- 14. Comment concilier son projet et sa vie personnelle ?*

II / Propriété intellectuelle

- 15. Pourquoi et comment déposer un nom à l'INPI ? Combien ça coûte ?
- 16. Mon nom est-il valable dans toute l'Europe ? Dans le Monde ?
- 17. Comment déposer le nom de domaine de son site internet ?
- 18. Existe-t-il une protection juridique de mon application ou de mon logiciel ?

III / Aspect financier

- 19. Comment financer son projet ?
- 20. Qu'est-ce que le financement participatif ?
- 21. Quel rôle peut jouer un incubateur dans la réalisation de mon projet ?
- 22. Les différences dans les régimes d'impositions, opter pour l'IS ou l'IR ?
- 23. Êtes-vous assujetti(e) à la TVA ?
- 24. Pourquoi parle-t-on d'exonération de TVA ? De crédit de TVA ?

IV / Aspect juridique

- 25. Quel type de société créer ?
- 26. Quels sont les différents régimes en cas d'activité unipersonnelle ?
- 27. Quel est le coût juridique global de la création d'entreprises ?
- 28. Comment séparer son patrimoine professionnel de son patrimoine personnel ?

V / Procédure de création sociétaire

- 29. *Quels documents présenter au greffe ?*
- 30. *Comment créer un compte bancaire professionnel ?*

VI / La vie de la société

- 31. *Comment calculer la valorisation de mon entreprise ?*
- 32. *Combien coûte un comptable, et est-ce obligatoire ?*
- 33. *Communication interne, externe : quelles différences ?*
- 34. *Comment communiquer sur son produit/projet (externe) ?*
- 35. *Comment vont réagir mes proches face à mon projet ?*
- 36. *Est-ce que je dois disposer d'un bureau au début de mon activité ?*
- 37. *A-t-on besoin d'un réseau pour l'activité que l'on envisage et si oui, comment d'accroître ?*

VII / La fin de mon projet

- 38. *Quelles démarches entreprendre pour dissoudre ma société ?*
- 39. *Comment rebondir si mon projet échoue ?*
- 40. *Et après ?*

Préface

"Il faut des jeunes Français qui aient envie de devenir milliardaires " s'exclamait notre ministre de l'Economie, M. Emmanuel Macron, lors d'une visite au Consumer Electronics Show de Las Vegas en Janvier 2015. Ce souhait, trop souvent - et malheureusement - victime de son interprétation littérale, faisait écho à l'ardent désir qu'a notre jeunesse de réussir par ses propres moyens. Des milliardaires en vision, des milliardaires en efforts, des milliardaires en âme, c'est ce dont la France a besoin et ce que l'entrepreneuriat est en mesure d'offrir à tous ceux qui osent franchir le pas. Car nous n'avons pas peur de dire que la création d'une entreprise est le moyen ultime de la réussite : elle permet, en totale indépendance professionnelle, d'exploiter une passion, de résoudre un problème, et de concrétiser des choses a priori impossibles dans des conditions favorables à la croissance et l'innovation.

Loin d'être l'apanage de seuls diplômés d'horizons commerciaux, elle est rendue accessible à chacun d'entre nous par la révolution numérique. Il en résulte un décloisonnement des savoirs venant faciliter le processus créatif ainsi que la réunion de compétences complémentaires.

Après les "*success stories*" américaines de Facebook (M. Zuckerberg, son fondateur, était étudiant en psychologie) ou d'Elon Musk, qui dirige simultanément trois entreprises technologiques (SpaceX pour la conquête de l'espace, Tesla pour les voitures électriques, et SolarCity pour l'énergie solaire), la médiatisation d'entrepreneurs français devenus des emblèmes du capital-investissement (Xavier Niel & Marc Simoncini en tête) semble avoir également initié une évolution des mentalités au sein de la société française.

Aujourd'hui, à l'heure où un jeune Français sur deux déclare envisager de créer un jour sa propre entreprise, l'écosystème peut désormais compter sur la reconnaissance et le soutien des pouvoirs publics, qui vont vers toujours plus d'ouverture : label "**French Tech**" unissant les entrepreneurs du numérique, semaine de sensibilisation des jeunes à l'entrepreneuriat féminin (**APCE**), développement des capacités d'investissement de la BPI à l'horizon 2017, tout semble réuni pour garantir une croissance pérenne à nos jeunes pousses nationales.

C'est dans ce climat fertile que l'Association Jeune Pousse d'Assas a vu le jour au mois d'août 2014, quelques temps après que certains d'entre nous aient travaillé au sein de pépinières d'entreprises, où la culture de l'innovation est aussi virale que foisonnante. Nous souhaitions importer ce modèle et transmettre ce que nous y avons appris aux étudiants de l'Université Panthéon-Assas. Souvent traditionnelle, cette Université est réputée pour sa spécialisation dans l'enseignement du droit et de l'économie, et il allait naturellement de notre intérêt de confronter la réalité, les méthodes de travail de l'entrepreneuriat aux enseignements théoriques dispensés dans nos amphithéâtres.

Plusieurs mois plus tard, alors que nous avions déjà organisé conférences, ateliers et interviews d'entrepreneurs, l'Incubateur du Barreau de Paris décidait de récompenser notre action en nous remettant le **Prix de l'Innovation du Barreau de Paris**, censé gratifier les initiatives qui contribuent à moderniser le monde du droit.

L'idée de réaliser ce guide nous est venue dans la foulée, aussi issue de cette conviction qu'il était nécessaire de sensibiliser un nombre maximum d'étudiants à l'entrepreneuriat. Sensibiliser, car même au sein de notre association, nous nous sommes aperçus que nos adhérents recherchaient

des ressources qui puissent leur permettre de mieux comprendre la logique et les motivations sous-jacentes à l'activité de jeunes entrepreneurs. Au-delà de l'association, nous pouvons aujourd'hui profiter des moyens de communication offerts par Internet pour diffuser nos travaux à tous ceux qui en auraient besoin.

Sensibiliser ensuite, car ce guide n'a pas vocation à faire un inventaire précis et exhaustif des nombreux cycles qui jalonnent la vie d'une jeune pousse, mais simplement d'en poser les bases. Nous avons souhaité dresser une esquisse des quelques grands points, ou questions, que rencontreront non seulement les étudiants qui se destinent à une carrière d'entrepreneur, mais également ceux dont l'ambition est, par un moyen ou un autre, tournée vers le monde de l'entreprise. Sont ainsi concernés les étudiants des facultés de droit, d'économie, d'écoles de commerce ou d'ingénieurs, d'IEP, tout comme les aspirants scientifiques qui considèrent que l'entreprise est un vecteur d'innovation et un lieu d'opportunités pour le développement de la recherche. Chacun trouvera dans les chapitres qui suivent des éléments utiles à son projet professionnel.

Cette volonté de sensibilisation s'incarne enfin dans la structure donnée aux quarante questions que compte ce document. Le plan n'a pas été construit selon les cycles de vie des start-ups, dont le jargon peut être rebutant pour un profane, mais suivant les différents domaines de compétence qui interviennent au cours de ces cycles. Création, financement, développement, dissolution de l'entreprise sont donc successivement abordés en filigrane de sept grandes parties relatives à des aspects tantôt juridiques, tantôt financiers (pour n'en citer que deux) de la vie d'une société.

Quant aux réponses, elles ont été rédigées avec pour fil d'Ariane un seul souci d'accessibilité, sans que cela n'altère la rigueur de notre rédaction. A ces dernières sont venues s'ajouter des anecdotes, fruits des expériences vécues par les entrepreneurs que nous avons rencontrés pour mener à bien ce projet. Leur contribution permet d'effectuer une comparaison constante entre les recommandations que nous prodiguons tout au long du guide et la réalité du monde entrepreneurial, qui, pour notre bonheur, s'entrecroisent souvent.

Le guide a bien entendu été complété par un lexique auquel renvoient directement les termes techniques que vous pourrez retrouver ci et là au cours de votre lecture.

Il me reste maintenant à conclure cette préface au nom de toute l'Association. Je féliciterais d'abord ses membres, qui ont uni leurs énergies ces cinq derniers mois pour donner vie à ce projet, et, je l'espère, sauront garder cet enthousiasme dans l'avenir.

Une certaine gratitude me semble devoir être aussi adressée aux très nombreux entrepreneurs ayant accepté de nous rencontrer pour apporter passion et cohérence aux lignes qui vont suivre.

Les derniers mots vont à ceux qui nous ont soutenu dès le tout premier jour, et à vous, chers lecteurs, chères lectrices, vous qui croiserez peut-être un jour la route de notre association. Puisse "Start it Up" vous faire partager l'ambition qui nous dévore et vous donner les moyens de la réussite.

Maxime Bouabid

Président de l'Association Jeune Pousse d'Assas

Questions

Certaines des questions ci-dessous vont seront présentées avec des récits de jeunes entrepreneurs. Après une brève présentation de leur projet, de leur start-up ; ils vous livreront des expériences ou des anecdotes qu'ils ont vécues et qu'ils estiment important de vous transmettre.

I / Avant-projet

1. Avec combien de personnes faut-il s'associer ? Quelles sont les compétences minimales à réunir ?

Avec combien de personnes s'associer ?

Une des questions que vous pourrez vous poser avant de créer une entreprise est de savoir s'il y a un plafond maximum ou minimum de personnes avec qui s'associer pour développer son idée.

Légalement, il existe certains plafonds qui dépendent du **statut** de la société que l'on veut créer (de 2 à 100 associés pour une SARL, minimum 7 associés pour une SA,...), mais d'un point de vue plus pratique, le lancement de votre projet devant être clair, structuré et assez personnel, il peut sembler judicieux de ne pas vous disperser en commençant avec un nombre trop important d'associés. Au départ, vos associés devront être des gens de confiance et motivés pour gérer les débuts de l'entreprise, les premiers obstacles ou difficultés que vous pourriez rencontrer.

L'essentiel est que ces personnes soient sur la même longueur d'onde que vous, mais pour autant, ne vous tournez pas forcément vers vos amis, gardez à l'esprit qu'il vous faut choisir vos associés pour leurs compétences avant tout. De plus, il est préférable de ne pas forcément s'associer avec ses amis, car si un conflit survient, les liens que vous avez avec eux pourraient en faire les frais.

Quelles sont les compétences minimales à réunir ?

Il n'y a pas de diplôme ou de qualification à proprement parler entrepreneuriale, néanmoins ce statut et ce mode de vie impliquent un certain nombre de compétences indispensables à la création et au maintien de l'entreprise :

- Etre organisé : il va être indispensable dans un premier temps de gérer votre emploi du temps et éviter de vous disperser devant la multitude de tâches qui vont se présenter devant vous.
- Savoir être multifonctionnel : souvent dans les débuts de l'entreprise, vous serez seul entrepreneur, vous déciderez seul (en 2014 près d'un million d'auto-entrepreneurs sont présents en France). Il vous faudra alors gérer les multiples tâches qu'implique la gestion d'une entreprise : la commercialisation d'un produit, le marketing, la comptabilité, les tâches administratives, juridiques, etc.
- Être persévérant : il est enrichissant d'apprendre de ces différentes expériences, c'est souvent au bout de plusieurs essais que vous arriverez à mettre en place une société et un système économique viable. L'exemple le plus parlant est celui de Steve Jobs qui a débuté avec 1.300\$ de capital et a réussi à faire d'Apple une entreprise valorisée de plusieurs centaines de milliards de dollars aujourd'hui.

Pourtant, Steve Jobs avait été expulsé puis réembauché dans l'entreprise qu'il a créée.

- Avoir l'âme d'un leader : savoir prendre les bonnes décisions, diriger efficacement, savoir mobiliser, motiver son groupe, etc. Faire adhérer une équipe à un projet est un point crucial de la réussite.

Avoir le goût du risque : il faut parfois savoir renoncer à ses loisirs pour réussir, renoncer à se verser un salaire, consacrer beaucoup d'énergie, de temps et d'argent à votre entreprise. La prise de risque est une part inhérente à la création de votre entreprise, car tous ces investissements peuvent avoir été faits en vain si votre projet échoue.

Jam - Marjolaine Grondin

Assistant gratuit pour les étudiants, Jam a la particularité de ne pas être une application, mais un numéro de téléphone (+33 (0)6 44 63 04 04). Que vous soyez à la recherche d'un stage, d'un travail, d'un appartement ou ayez des questions relatives à des cours ; Jam se charge de répondre par SMS.

*Pour s'associer, il existe le triptyque des trois H : **Hacker, Hussler et Hipster**. Le Hacker correspond au développeur ; le Hussler quant à lui se charge de communiquer sur le projet et le Hipster est celui qui a le "feeling" du projet. Ce triptyque est très apprécié au sein de la Silicon Valley.*

Pour ma part, nous avons commencé le projet à deux, un développeur et un commercial. Par la suite, nous nous sommes associés avec d'autres personnes, tels nos premiers salariés. Il n'y a pas de schéma type, cependant l'avantage d'être deux permet d'avoir une communication simple et rapide ; avec des domaines d'expertises différents. Par contre, il est préférable que l'un des deux associés ait plus d'actions que l'autre pour ne pas paralyser le gouvernement de la société.

Commencez maintenant à entreprendre, car vous aurez moins de risque en étant étudiant ; en effet ce statut est comme un filet et vous protège relativement bien. En plus, vous avez un potentiel relationnel important.

2. À quel âge pouvons-nous entreprendre ?

Marjolaine Grondin, CEO et co-fondatrice de "**Jam**" insiste : *"être étudiant n'est pas une entrave à l'entrepreneuriat. Au contraire ! Les jeunes ont toujours la possibilité de se réorienter en cas d'échec, de poursuivre leurs études, et n'ont pas encore le poids d'une vie de famille et de ses contraintes, notamment financières, sur les épaules. À noter : il existe d'ailleurs un **statut national d'étudiant-entrepreneur** permettant à ceux-ci de mener à bien leur projet avec un maximum de sécurité, de visibilité et de flexibilité."*

Mounia Rkha avait quant à elle terminé ses études lorsqu'elle a envisagé de lancer sa **start-up** au Maroc. Elle a pu nous expliquer que c'est le soutien de son mari qui avait un emploi stable et les ressources financières nécessaires, qui lui a permis d'aborder sereinement son projet.

Enfin, **Cédric Giorgi**, co-fondateur de "**Cookening**", jeune marié et papa au moment du lancement et des premières "galères" de sa start-up, souligne la difficulté de ce statut de jeune père de famille qui l'a quelque peu découragé à un moment très sollicitant de son projet.

En clair, ce ne sont pas moins l'envie et la motivation que l'âge qui priment avant tout pour déterminer le moment d'entreprendre. Les propos de **Fany Péchiadat**, co-fondatrice de "**My Little Paris**", sont sur ce point pertinents : *"mieux vaut essayer vite que réfléchir longtemps"*.

Enfin si un mineur, peu importe son âge, peut être associé d'une société dans laquelle sa responsabilité est limitée, il est important de préciser que

pour les sociétés où la responsabilité est illimitée, seuls les mineurs émancipés de plus de 16 ans peuvent être associés.

Cod'it - Igor Magès

*On entend souvent dire qu'il n'y a pas d'âge pour entreprendre, et cela est vrai : il faut se lancer. Il faut prendre le risque, quitte à vendre des cookies pour pouvoir avoir l'argent nécessaire au financement de son projet. J'ai commencé à entreprendre dès l'âge de 13 ans. Pour la petite histoire, j'ai créé à cette époque un site qui permettait de télécharger des choses de manière illégale. Maintenant six ans après, **HADOPI** me propose des défis dans le cadre de ma société (Cod'It) pour faire l'équivalent de façon légale ; ce qui est un franc succès.*

Il faut faire ses petits trucs pour avancer, et puis au bout d'un moment, des résultats sont là sans que l'on s'y attende. Il ne faut pas se décourager, se battre et ne pas hésiter à entreprendre. Depuis peu, nous avons avec des amis montés une société, et je peux vous affirmer que le fait d'avoir lancé tant de projets auparavant, me permet maintenant d'avoir une expérience primordiale pour réellement comprendre les enjeux nécessaires à la direction d'une entreprise.

Il faut se lancer et comme on le dit souvent il faut y aller avec "les boules aux ventres", sans forcément avoir ses diplômes ou l'autorisation de ses parents. Il faut être sûr de soi, savoir écouter son entourage, et parfois savoir ne pas les écouter. En clair, qu'importe l'âge, peu importe qui vous êtes ou d'où vous venez ou vos précédents ; si vous sentez que c'est le moment de vous lancer, lancez-vous et ne vous arrêtez pas ! Il n'existe pas réellement d'âge précis pour entreprendre cependant, les témoignages de certains entrepreneurs peuvent nous inspirer.

3. L'avantage d'avoir des objets connectés et la réactivité professionnelle ?

Lorsque l'on monte un projet, la réactivité face à un appel, ou un mail peut être un véritable plus. Cela peut notamment faire en sorte de saisir diverses opportunités en temps voulu, sans les voir incessamment défiler sous votre nez.

C'est là que dans le décor actuel, apparaissent divers objets, tels que des montres connectées, des bagues connectées, etc. Au-delà d'un aspect high-tech, ces accessoires ont un certain avantage : ils nous informent immédiatement de l'arrivée de toutes notifications. Ce faisant, durant une réunion, vous pourrez être au courant immédiatement du moindre changement sans vous faire remarquer. Quel que soit l'environnement dans lequel vous vous trouverez, vous serez toujours averti. L'avantage de cette réactivité est qu'elle peut vous donner du sérieux dans le regard que vos associés, vos clients auront de vous.

Cependant, il vous faudra veiller à ne pas laisser la technologie prendre le dessus et ne pas oublier qu'il faut parfois éteindre son téléphone et savoir se reposer.

Ces objets, utilisés avec parcimonie, peuvent donc être un véritable plus si vous souhaitez lancer une start-up et être disponible et réactif auprès de ceux avec qui vous communiquerez.

Frontleap - Mark Ibbou & Akli Djemil

Entreprendre c'est un esprit. J'ai toujours cassé certaines routines, et été étiqueté comme non-conformiste. On a donc créé l'entreprise Frontleap sur nos envies, à savoir mettre en place un site permettant d'organiser son travail de manière collaborative, en interagissant avec son réseau (que ce soit à la fois ses clients, comme ses fournisseurs). J'ai beaucoup voyagé, et ainsi pris conscience que le partage avec les gens, la transmission d'informations étaient vitaux pour un projet. L'idée de Frontleap a germé en 2007, mais j'ai bloqué par l'aspect programmation, ce que mon associé est venu suppléer.

Pour moi, les objets connectés permettent de libérer les gens d'une routine quotidienne, et rendent le travail plus mouvant, plus agréable. Le système devient collaboratif et créatif. En 5 secondes, je peux me connecter à mes projets et transmettre immédiatement une nouvelle idée. On est plus obligé d'être dans son bureau pour travailler. Le travail peut être fait n'importe où, et être transmis rapidement, l'on peut être au courant instantanément et de ne plus perdre les informations ou même des clients par manque de célérité.

Frontleap signifie faire un saut en avant, il faut aller vers l'avant, et des centaines de personnes peuvent ainsi communiquer et partager dans l'instant. Que l'on soit auto-entrepreneur ou une société, il faut savoir se jeter dans ce vivier, dans ce réseau et ce travail collaboratif.

4. Comment s'assurer de la faisabilité de mon projet ? Comment réaliser une bonne étude de marché ?

Alinea by Luxia - Izmaël Ziani

Notre projet s'est construit autour de deux idées :

- l'information juridique en version papier est quasiment immédiatement obsolète le premier jour de son impression ;

*- l'ouverture des données (**Open Data**) et les réseaux sociaux allaient rendre l'information de plus en plus accessible (gratuitement) et que la valeur ajoutée serait plus dans la capacité à y ajouter des fonctionnalités permettant un gain de temps (veille automatique, comparaison automatique, annotations...).*

*Alinéa est donc une solution 100% digitale qui propose plus de 30 fonctionnalités innovantes pour consulter et veiller le droit. Les contenus sont accessibles gratuitement, seules les fonctionnalités sont payantes (mais sans engagement). Notre approche est guidée par l'**innovation** et la volonté de rendre le droit plus agréable à consulter.*

Lorsque l'on démarre un projet de création, il faut voir les choses en grand et ne pas avoir peur de ce qui existe déjà (vous entendrez souvent "mais il y a des acteurs importants sur ce marché !"). Si vous pensez que votre projet porte une originalité, foncez ! Imaginez votre solution (produit) de demain... et faites celui d'aujourd'hui. L'écueil dans lequel nous sommes tombés (et qui nous a fait perdre du temps) était de vouloir avoir un produit très vite avec toutes les idées que nous avons imaginées au départ. Résultat : des délais de lancement qui n'ont cessé de s'allonger. Je conseille donc d'avoir une première version "lite" le plus vite possible afin de capter l'attention de potentiels clients (utilisateurs). Pensez également au marketing, avoir le meilleur service (produit) ne garantit en rien le succès !

Le niveau de faisabilité de votre projet, idée, va englober trois aspects :

- La **faisabilité commerciale**, c'est à dire s'assurer qu'il existe bel et bien un marché avec des acheteurs potentiels pour le produit que vous souhaitez lancer par exemple.
- La **faisabilité économique**, ce qui équivaut à s'assurer que votre modèle économique sera financièrement viable au regard de vos futurs coûts de production, de vos délais de livraison,...
- La **faisabilité juridique**, en ce qu'il vous faudra effectuer le choix adéquat de structure juridique pour votre entreprise et vous renseigner sur la législation dans le secteur d'activité dans lequel vous souhaitez vous implanter.

Il vous faudra donc étudier ces différents aspects sous tous les angles afin de vous procurer des éléments de réponse, cela pourra passer par la réalisation d'une étude de marché répondant à vos principales problématiques.

La première étape de l'étude de marché consiste à récolter de l'information sur le marché existant. De nombreux sites peuvent vous y aider, et ce sans déboursier un centime. On peut citer **XERFI** qui offre des analyses et prévisions sectorielles concernant les marchés français et européen, ou encore le site de la direction générale des entreprises (**DGE**), qui est un serveur d'information et de communication édité par Bercy. Pour ce qui est du choix d'un statut juridique en phase avec vos ressources et votre envie d'entreprendre, vous pourrez vous référer au site de l'Agence pour la Création d'Entreprises (**APCE**).

Dans un second temps, il vous faudra investir le terrain afin de vérifier vos informations concernant le produit que vous souhaitez lancer. Ce sera très certainement un des moyens les plus efficaces dont vous disposerez pour tester votre offre et la confronter à la demande sur le marché. De plus, établir des questionnaires, procéder à des interviews et entretiens de groupe sont également des manières fiables pour rentrer en contact direct avec vos futurs consommateurs.

Ce travail en amont vous permettra d'accéder à la dernière étape de votre étude de marché : la rédaction d'un rapport d'étude. Ce rapport doit vous permettre d'identifier dans leur ensemble, les opportunités et les risques du marché pour parvenir à définir les clés de votre succès ainsi que les contraintes du marché que vous devrez prendre en compte. Ce document qui se présente comme une synthèse des informations recueillies, pourra être votre support pour un **Business plan** et éventuellement, être exploité par un potentiel partenaire ou banquier.

5. Est-il plus intéressant de commencer son activité avant d'avoir créé une société (hypothèse de la reprise d'actes juridiques) ?

La boîte qui cartonne - Meril Benitah

La boîte qui cartonne est le Cloud de nos objets physiques. Autrement dit, une nouvelle manière de ranger et stocker toutes les affaires qui encombrent notre espace à vivre et de les retrouver facilement grâce à un inventaire en ligne. Le client peut voir ainsi les articles qu'il nous a confiés à tout moment et peut les récupérer en un clic ! La nouveauté avec notre service c'est que le client n'a plus besoin de se déplacer car nous assurons le transport et qu'il ne paye que pour l'espace réellement utilisé, contrairement à une cave ou un garde meuble par exemple où l'espace n'est pas toujours optimisé.

Nous avons mis seulement 4 mois pour créer la version Beta du site internet. L'idée était de lancer une première version très rapidement pour tester le concept et savoir si le service rencontrerait un marché.

*Une petite anecdote ? Alors que la société n'avait que trois mois d'existence, j'ai été prévenue par un organisateur du **NUMA**, l'espace de coworking où nous travaillons, de la visite du Président de la République - **Monsieur François Hollande** en personne ! Il m'a proposé de lui **présenter le projet** de La Boîte qui Cartonne. C'est une sacrée expérience pour une jeune start-up et surtout un petit coup de pouce pour la communication !*

Cette question traverse souvent l'esprit des futurs entrepreneurs et elle peut être divisée en deux problématiques correspondant à deux situations différentes :

- Je souhaite débiter une activité pour évaluer le marché sans trop de risques ou de démarches administratives, et je créerai éventuellement ensuite une société. Est-ce la bonne démarche ?

- J'ai comme projet de créer une société, mais j'ai besoin d'accomplir certains actes avant l'immatriculation de celle-ci, est-ce possible ?

La première problématique concerne surtout la tentation de demander le statut d'auto-entrepreneur. Ce statut possède de grands avantages : c'est un statut plus simple et moins onéreux qu'une entreprise. L'acquisition du statut est gratuite et celui-ci est soumis à un taux de cotisations sociales plus bas. Il permet aussi de "tester le terrain" si vous faites partie des entrepreneurs prudents.

Cependant, ces avantages s'appliquent à des situations assez particulières. Il est impensable, si vous projetez dans votre Business plan une expansion rapide ou un **chiffre d'affaires** dépassant certains seuils, de débiter en prenant le statut d'auto-entrepreneur. En effet, vous risquez alors de vous confronter à la problématique de constitution d'une société avec transfert d'activité, ce qui demande des démarches administratives plus importantes et souvent l'aide d'un spécialiste. De plus, le statut d'auto-entrepreneur conserve une image d' "amateurisme", ce qui risque de vous être préjudiciable lors de vos rencontres avec des investisseurs et autres opérateurs économiques. Enfin, certains préféreront payer l'impôt sur les sociétés et réinvestir les bénéfices dans leur société, tout en réduisant leurs frais, plutôt que de payer l'impôt sur le revenu.

La seconde problématique fait écho à une interrogation dans la vie de l'entrepreneur fondant sa société. Vous êtes prêts à vous lancer avec votre Business plan et votre équipe d'associés. En outre vous comptez fonder une société, mais cela requiert certaines démarches. Il est parfois nécessaire de rencontrer des futurs clients, investisseurs, banquiers auparavant. Ces actes pourront-ils être repris par la future société ? Oui,

sous certaines conditions, dépendants du moment où l'acte a été accompli : avant la constitution de la société ou entre celle-ci et l'immatriculation.

Il existe trois modes de reprises des actes décrits aux **articles L.210-6 du Code de commerce** et **1843 du Code civil** :

- 1) Votre société n'est pas encore constituée, mais vous avez besoin de rencontrer des clients et de produire des devis par exemple. Il est possible de produire ces actes débutant votre activité, mais à condition de mentionner dans l'acte que vous accomplissez celui-ci "au nom et pour le compte d'une société en formation" et d'établir une liste de ces actes que vous incorporerez en annexe de vos **statuts**, lors de leur signature. Dans ce cas, la reprise de vos actes sera automatiquement autorisée au moment de la signature des statuts et effective au moment de son immatriculation. Si vous violez l'une de ces conditions, l'associé ayant conclu l'acte au nom de la société sera responsable.
- 2) Vous accomplissez des actes entre la signature des statuts et l'immatriculation de la société. Dans ce cas, la reprise sera automatique au moment de l'immatriculation s'ils ont été accomplis par un mandataire de la société, disposant d'un mandat spécial donné soit par les statuts, soit par un acte pouvant être donné a posteriori avant l'immatriculation. Le mandat doit comporter la nature et les modalités des actes que le mandataire peut conclure. Si le mandat n'est pas valide, les associés signataires à l'acte seront indéfiniment et solidairement responsables. Sinon, les actes peuvent être repris après l'immatriculation de la société.

- 3) La dernière possibilité de reprise n'est pas automatique. Elle nécessite que les associés décident cette opération selon les règles de majorité prévue dans les statuts, ou à défaut à la majorité simple, lors d'une assemblée générale. Tous les actes antérieurs peuvent alors être repris.

Cette procédure de reprise des actes répond à une nécessité de la vie entrepreneuriale : débiter l'activité avant la constitution de la société. Néanmoins, vous l'aurez remarqué, ce régime comporte des risques importants et nécessite un respect des conditions de reprise.

6. Est-il important de faire un business plan ?

Presque tous les experts en économie s'entendent sur une chose : l'importance de l'élaboration d'un "**Business plan**", plan d'affaires en français. Pourtant, un grand nombre de nouvelles entreprises se lancent dans cet environnement concurrentiel sans aucun plan formel, emportées par leur passion et leur optimisme.

Cette épreuve redoutée par bon nombre d'entrepreneurs, est-elle vraiment un passage obligé ? Un Business plan est-il incontournable ?

- Le Business plan a deux principales utilités : c'est d'abord un outil de pilotage destiné aux équipes internes. C'est ensuite un outil de communication vis-à-vis de l'écosystème start-up. Le temps que vous investissez dans votre Business plan vous sera rentable à plusieurs reprises.

❖ Un Business plan est avant tout un outil essentiel "pour soi-même" :

À la question indispensable "Est-ce que je connais vraiment mes concurrents ? ", le Business plan répond grâce à un Benchmark qui permet d'étudier et de comparer ses concurrents selon plusieurs critères et d'établir les stratégies pour les affronter.

Il s'agit d'un guide à l'attention de nouveaux employés ou associés décrivant qui vous êtes et à quoi votre entreprise est consacrée. Mais il s'agit aussi d'un plan d'action qui prévoit des détours ou des obstacles potentiels que vous pourriez rencontrer.

Lorsqu'on crée son entreprise, on "court dans tous les sens" et il peut sembler difficile d'avoir une vision synthétique de son projet. C'est pourtant nécessaire. La rédaction d'un Business plan permet de poser les choses et tient lieu de boussole afin de valider ou de remettre en cause un certain nombre d'hypothèses de départ.

❖ Le Business plan est aussi un outil essentiel "pour les autres", il agit comme une sorte de curriculum vitae que vous pouvez utiliser pour présenter votre entreprise aux fournisseurs, investisseurs, prêteurs et autres :

Pour demander un crédit, les banques accordent de l'importance à la faisabilité de votre **Business model** et veulent savoir si votre projet est rentable.

Pour obtenir des **capitaux propres**, il faudra convaincre un **Business angel** ou un **venture-capitalist**, tous ces investisseurs demanderont un Business plan.

L'aide privée, publique et les concours de jeunes entrepreneurs - Le Business plan est le principal critère sur lequel des experts s'appuieront pour vous accorder des subventions ou des prêts, et sur lequel vous êtes jugé lors de concours.

- Néanmoins, et de plus en plus, on assiste à une remise en cause du plan d'affaires. Dans la mesure où l'entrepreneur prend beaucoup de temps à le rédiger, il a tendance à rester derrière son ordinateur plutôt qu'à aller sur le terrain. Il constitue effectivement un travail de fond et de forme assez lourd et oblige à fixer des prévisions qui, on le sait, ont peu de chances de se réaliser.

Il peut aussi réduire sa capacité de créativité et d'**innovation** si l'on se tient à un cheminement beaucoup trop rigide.

Ces critiques reviennent souvent et ne sont pas infondées, alors que la rédaction d'un Business plan doit être ressentie comme un soutien et non comme une contrainte pour l'entrepreneur, on a tenté de mettre fin à son monopole en créant de nouvelles méthodes, à l'instar de la méthode SynOpp. De la même façon, le concept "**Lean Start-up**" a été reçu très favorablement par l'écosystème entrepreneurial, particulièrement chez les jeunes pousses. C'est dans son ouvrage "**Lean Start-up - adoptez l'innovation continue**" qu'Eric Ries développe le concept de "Lean Start-up" autour du principe d'itération.

Si ce concept a connu un réel succès, c'est parce qu'il renvoie à une nouvelle approche du démarrage de l'activité et du lancement d'un produit. Cette méthode tend à réduire les cycles de commercialisation des produits en mesurant régulièrement les progrès: à travers l'obtention de "retours" de la part des utilisateurs, l'entreprise pourra réagir en conséquence, et rapidement. Cette méthodologie est ainsi axée autour des principes de "Validated Learning" (Vérification de la validité des concepts), d'expérimentation et de design itératif.

À travers cette méthode, les start-up cherchent à développer le plus simplement et rapidement des produits qui rencontrent la demande de leurs consommateurs.

Si les Entreprises tendent à toujours recourir au schéma classique du "Business plan", elles restent très sensibles au principe d'itération. Quant aux start-up, le principe de Lean Start-up, d'itération et de pivot en est bien souvent un principe directeur. Ainsi s'il est toujours tout à fait utile de créer et d'user d'un Business plan, il ne doit servir qu'à cadrer le champ d'activité ou d'itération, et non à en délimiter strictement la voie.

Le Business plan, tel qu'il est perçu par la méthode du "Lean", peut être comparé à l'obtention du baccalauréat : il ne s'agit pas d'une fin en soi, mais davantage d'une étape nécessaire à la prolongation.

*Le E-Sport Stadium - **Simon Guibert***

*En effectuant des missions au sein de **SchoolLab**, j'ai découvert un monde de start-up riche en énergie. J'avais pu constater, par le biais de mon travail au contact des start-ups, que ces équipes peuvent partager une certaine culture geek, qui est généralement transmis par le biais de leur développeur. C'est pourquoi l'écosystème startup constitue une de nos cibles privilégiée pour le gaming-bar, que nous ouvrons à Paris en septembre prochain. Des salles peuvent ainsi être privatisées afin que les équipes de start-up puissent se détendre le soir. Nous organisons donc des soirées, qui peuvent à la fois prendre la tournure d'un séminaire, un tournoi de jeu vidéo, ou tout simplement un moment de détente à la sortie des bureaux. En outre, les salles peuvent être privatisées.*

Au début, je n'avais pas d'équipe, ni de grandes connaissances dans les jeux vidéo. À force de rencontrer des entrepreneurs par le biais de mon activité de conseil en business plan, je me suis associé à ce projet de gaming bar auquel je consacre aujourd'hui toute mon énergie.

On peut communiquer ses idées bien avant d'avoir monté sa société, et un projet est une bonne "excuse" pour rencontre du monde.

7. Faut-il avoir des mentors ? Si oui, comment les choisir ?

Comme cela été dit précédemment, une des caractéristiques majeures de l'entrepreneuriat est le processus d'**itération** par lequel le projet se construit: expérimentations, tests, démarches incrémentales (procédé des petits pas) forment le quotidien de l'entrepreneur qui est amené à privilégier la **pratique** sur la théorie. Dans ce contexte, le mentor, lui-même entrepreneur expérimenté, profite de son expérience antérieure pour guider le néophyte dans chacune des phases du développement de la jeune pousse : amorçage, levées de fonds, **pivot**, mise au point d'un Business model définitif, il a déjà vécu chacune de ces étapes ce qui en fait la personne la plus à même d'assister le jeune entrepreneur dans des périodes qui peuvent s'avérer émotionnellement difficiles.

Accompagnement humain donc, mais aussi accompagnement volontaire et bénévole puisque le mentor s'investit à titre gratuit dans le projet. Le caractère intuitu personae de la relation (ils se choisissent mutuellement) qui les unit est souvent facilité par l'encadrement d'organisations tierces, comme les **incubateurs** ou **accélérateurs** d'entreprises qui affichent aujourd'hui des programmes sur-mesure de mentorat.

Le mentor a l'obligation de réunir les qualifications suivantes : il doit être **entrepreneur, propriétaire**, et **actionnaire significatif** de son entreprise. Véritable boussole, il est devenu un indissociable de l'aventure entrepreneuriale puisqu'il ouvre le champ des possibles et permet d'éviter les principales erreurs auxquelles un entrepreneur est tôt ou tard confronté dans un environnement ultra-concurrentiel. Il est donc fortement conseillé d'y avoir recours si l'on tient à se démarquer rapidement, bien qu'il soit possible de s'en passer.

Le mentor pourra être choisi au sein de la structure d'aide à laquelle on appartient, et à défaut, auprès d'organismes spécialisés (l'**Afime**) mis en place par l'État par une *charte nationale du mentorat entrepreneurial* issue du pacte national pour la croissance, la compétitivité et l'emploi du 6 novembre 2012.

Belle dégaine - Alexandre Martin

Réconcilier les hommes avec le shopping en offrant l'expérience la plus simple et confortable possibles, c'est le but de Belledégaine. Ce site présente chaque semaine à ses membres plusieurs looks assortis avec goût, qu'ils peuvent commander en quelques clics pour essayer gratuitement chez eux et leur permettent ainsi d'être habillés au goût du jour, sans effort.

*Après avoir fait l'**ESSEC** et travaillé en tant que banquier d'affaires, j'ai décidé avec un ami d'entreprendre et de laisser libre cours à toutes nos idées. Nous avons donc quitté nos métiers respectifs pour lancer ces projets. Nous avons notamment créé l'application **Jyber**, qui permet de partager d'une manière simple et amusante des photos avec un groupe d'amis et de démarrer une conversation privée avec eux.*

Au lancement d'un projet, il vous manque toujours des compétences sur certains aspects de votre entreprise. Il ne faut pas hésiter à aller puiser au plus profond de son carnet d'adresse ou même au-delà pour trouver des personnes compétentes sur ces sujets. Les porteurs de projets jouissent généralement d'une grande sympathie et vous serez étonnés à quel point les professionnels que vous pourrez rencontrer seront enclins à vous apporter leur expertise. Ce fut notre cas sur les problématiques de sourcing pour Belledégaine. Nous avons rencontré une personne issue d'un grand groupe par des contacts externes, qui est devenue par la suite l'équivalent d'un mentor. Il nous conseille et nous accompagne en continu dans les négociations que nous avons avec les marques partenaires.

8. À partir de quand puis-je espérer gagner de l'argent/générer des bénéfices/me verser un salaire ?

Au début de votre projet, votre société dispose d'argent à proportion de votre investissement. Le montant investi est souvent le vôtre, celui de vos associés - si vous en avez - et éventuellement de vos proches ou autres investisseurs. En premier lieu, il est important de savoir que les premiers mois seront, sauf exception, entièrement dédiés à votre entreprise sans rémunération pour vous ou vos associés. Cela semble logique dans la mesure où cette phase de la vie de la société est avant tout dédiée à sa constitution, et non à son activité commerciale à proprement parler. De plus, les premiers bénéfices engrangés par la société sont souvent affectés à l'investissement plutôt qu'à la rémunération des associés. Il est en effet important que la société grandisse le plus vite possible.

Quand vais-je faire des bénéfices ?

Tout est une question de temps.

Dans le cadre d'une activité de vente, le **chiffre d'affaires** sera au début réservé en grande partie au paiement des dettes, charges, fournisseurs, investisseurs. N'espérez pas gagner des bénéfices tout de suite, il faudra attendre que le chiffre d'affaires soit supérieur au montant des charges. À ce moment vous pourrez espérer des bénéfices sauf si vous avez comme projet d'investir dans votre société (ce qui est conseillé !).

Vous disposez d'un compte en banque professionnel, certains pensent pouvoir utiliser cet argent librement, mais n'oubliez pas que l'ensemble de vos dépenses est comptabilisé, et fait l'objet d'un dépôt auprès de votre comptable et doit être retranscrit dans un document retraçant les dépenses et recettes. Ce document vous sera demandé par l'administration fiscale

en cas de contrôle. À ce sujet, il est important de noter que l'utilisation de l'argent de l'entreprise à des fins ne servant pas directement l'intérêt de la société peut s'assimiler à un abus de biens sociaux, qui peut être puni d'une peine d'amende et de prison. (cf. **question 28**).

Avant le versement d'un salaire, vous pouvez opter pour un procédé plus avantageux de défraiement, car un salaire coûte cher à une entreprise, et sera difficilement modulable.

Exemple : Pour un salaire net de 1 200 €, le salaire brut hors charges patronales devrait être de 1 363 € ; charges patronales comprises on arrive à 1 936 € environ, sans compter les charges indirectes.

Ensuite votre modèle économique doit fixer une date limite pour commencer à se rémunérer. Un investisseur sera rassuré si vous vous rémunérez, c'est la garantie d'un investissement total dans votre projet. C'est aussi source de motivation.

En définitive, de longs mois peuvent s'écouler, voire plusieurs années, avant que votre société n'enregistre des bénéfices. Ce n'est pas pour autant un signe de mauvaise santé de l'entreprise, l'important étant de maintenir une activité. Pour ce qui est de la rémunération personnelle, c'est une question très subjective qu'il s'agit de trancher avec vos associés. La situation financière et professionnelle de chacun impactera nécessairement cette décision. De même, la question de la répartition des bénéfices entre l'investissement, les réserves de la société ou la rémunération des associés relève de considérations qui n'appartiennent qu'à vous.

Citytaps - Laurent Savaete, Grégoire Landel & Miranda Phua

Le site Citytaps cherche à **accroître la distribution de l'eau dans les pays en cours de développement**. Nous avons constaté qu'il y avait dans ces pays un très faible accès à l'eau courante ; notre but est donc d'installer des robinets dans le plus de maisons possible. Pour se faire, nous nous focalisons sur l'aspect financier, car on remarque qu'il y a peu de personne qui sont bancarisé et que les flux monétaires se réalisent principalement par le biais de plateforme (Global Money) que l'on interphase avec un compteur connecté sur internet.

Cela permet de connecter des gens qui n'ont pas les moyens de s'insérer dans les systèmes de distributions d'eau.

Je souhaiterais vous parler de la façon dont c'est constitué l'équipe. En fait, je suis venu au **NUMA** en me demandant ce qu'était ce tiers lieu. Une des personnes m'a alors indiqué un établissement juste à côté et davantage en rapport avec le projet (**La Paillasse**). En me rendant sur les lieux, on m'a signalé qu'il était préférable de repasser le lendemain, puisque la journée serait consacrée à l'entrepreneuriat. Et le lendemain, en revenant à la Paillasse, j'ai écouté une personne qui pitchait sur une idée similaire à la mienne et qui est devenue par la suite mon associé dans ce projet fascinant.

9. Comment un dirigeant peut-il se rémunérer ?

L'entrepreneur a plusieurs possibilités pour se rémunérer : se verser un salaire, des dividendes ou se faire rembourser les frais engagés pour le fonctionnement de sa société. En France, la question de la rémunération des dirigeants est une question de choix personnel :

- Le versement d'un salaire permet de bénéficier de la sécurité sociale, du chômage et des cotisations retraites. Par ailleurs, les salaires étant des charges déductibles, cela permet de réduire son résultat et de payer moins d'impôts sur les sociétés. Néanmoins, les salaires sont ensuite taxés via l'impôt sur le Revenu. Un salaire plus important sera donc plus imposable.
- Les dividendes sont calculés, depuis une réforme de 2013, après paiement de l'impôt sur les sociétés et sont assujettis au paiement de charges sociales (les mêmes que sur les salaires), la CSG et la CRDS (hors sécurité sociale).

En revanche, quand le dirigeant reçoit un dividende, au moment de sa déclaration d'impôts, il bénéficie d'un **abattement** de 40%. Cela permet de limiter le montant déclaré dans sa feuille d'impôts (cet abattement est censé compenser l'imposition d'impôt sur les sociétés que la société a déjà payé). Au final, un dividende sera taxé à 33,34% via l'impôt sur les sociétés, puis en fonction de son barème d'impôt sur le revenu (moins abattements de 40%). On paye plus d'impôts en cumul, mais moins d'un point de vue de l'impôt sur le revenu.

La meilleure solution est de mixer les deux, puisqu'on bénéficie des avantages des deux formules : sécurité sociale, retraites, et abattement de 40%.

Dans les cas les plus rares, la problématique change si vous payez le dividende à une autre société (hors de France) ou si vous résidez à l'étranger.

W Project - Edgar Roussille, Thomas Nanterme & Brice De Matharel

*Nous avons lancé **mercurr**, la première place de marché qui connecte les start-ups qui se développent à l'international avec les meilleurs experts à l'étranger. Le service est gratuit pour les start-ups puisque nous jouons le rôle d'apporteurs d'affaires pour les experts. Notre offre est déjà opérationnelle dans une dizaine de villes en Asie, Europe et Amérique.*

*Si nous nous positionnons sur ce domaine c'est parce que nous sommes tous les 3 partis en tour du monde dans le cadre du W Project, le web-media des entrepreneurs français de l'étranger que nous (Brice & Thomas) avons créé en 2012. L'association compte aujourd'hui 10 membres, dont 5 à l'étranger qui réalisent ces interviews d'entrepreneurs. L'organisation est soutenue et financée par des sponsors tels que le **CIC**, la **CFE** ou **le Routard**.*

Grâce à ce voyage, nous avons rencontré plus de 150 entrepreneurs dans une trentaine de pays et étudié les écosystèmes entrepreneuriaux des quatre coins du monde. Si la France apparaît souvent comme un pays où il n'est pas facile de créer sa société, ce n'est pas pour autant plus simple ailleurs. Chaque écosystème a ses difficultés. Autre réalité, les entrepreneurs ne partent pas de la France pour faire de l'évasion fiscale, mais bien plus par passion pour d'autres terres et mœurs.

Ce qui est fantastique aujourd'hui c'est que dès lors qu'on commence à avoir une idée en tête on peut la tester à moindre coût, en communiquant par une simple page Facebook par exemple. Il ne faut donc pas hésiter à se lancer, n'importe où et n'importe quand!"

10. Comment répartir le capital social ?

Trop souvent, la répartition du capital est source de tensions, et cela peut même virer au conflit, mais n'oubliez pas que tant que la société ne dégage pas d'argent ou n'est pas rachetée, cela ne vaut rien.

Il est important d'opter pour une répartition efficace du capital. Au début du projet, les parts attribuées aux associés sont proportionnelles aux apports. Si je mets 100 € sur 1 000 € de capital, je dispose de 10%. Le montant des apports doit obéir aux contraintes économiques, mais pas seulement. Un investisseur souhaite investir 300 € dans la société dès sa création, mais ne souhaite pas s'investir dans le projet, il serait plus judicieux de le faire rentrer dans un second tour de table.

De même dans le cas d'un projet mené à plusieurs, un associé qui ne souhaite pas s'investir à plein temps (ex : il souhaite garder son emploi à côté ou poursuivre ses études) peut ne pas disposer d'autant de capital que ceux qui sont investis dans le projet à plein temps.

Deux raisons exigent une bonne répartition du capital :

- si certains associés sentent qu'il n'y a pas eu d'équité, cela peut être vecteur de tensions dans le quotidien
- lors de vos présentations auprès d'investisseurs, la répartition du capital est étudiée. Un investisseur sera vigilant sur la part qu'il entend acheter, et demandera des explications.

Votre apport peut aussi se faire sur vos compétences, par exemple dans le numérique : la place du développeur est essentielle, ainsi pour être sûres de l'avoir à leurs côtés, de nombreuses start-up donnent une partie du capital à ces derniers.

Il est aussi possible de proposer une partie fixe avec une part variable au bout de X mois, toujours selon la même exigence d'équité et de confiance entre les associés.

Soundsgood - Josquin Farge, David Billamboz & Louis Viallet

Le site internet Soundsgood est un média de découverte musicale, c'est un peu le Pinterest de la musique. On peut y suivre des influenceurs dans différents genres musicaux ; on trouve notamment des playlists proposées par le "Théâtre du Châtelet", "My Little Paris" et bien d'autres...

Soundsgood se connecte à différents services de streaming, tels Soundcloud, Deezer, Youtube ou Spotify. L'application mobile est dans les cartons et sera disponible dans les mois à venir.

Le capital social doit bien être appréhendé, il faut faire attention à ne pas le disperser trop facilement. Il se présente en réalité d'une part sous un aspect financier, et d'autre part sous un aspect de droits de vote. Il est important de savoir ouvrir son capital aux investisseurs, premiers employés, mentors experts; c'est comme cela que l'on s'entoure des meilleurs et qu'on maximise ses chances de réussite. Attention par contre à ne pas dilapider ses droits de vote parce que l'on se retrouve vite minoritaire. De mon point de vue, les droits de vote sont plus importants que les parts du capital. Bien sûr l'idéal étant d'arriver à aligner tous les associés sur la même vision de l'entreprise et de ne pas avoir besoin des droits de vote pour faire passer des décisions importantes.

Il faut parler de son projet, le challenger et faire du réseau avec les bonnes personnes ; il ne faut pas partir la tête baissée dans son idée. Beaucoup de personnes ont peur de parler de leur idée, mais il faut la tester, la confronter pour se poser les bonnes questions très vite; et lorsque vous êtes sûr, foncez.

Sachez être à l'écoute, sans pour autant être influençable.

11. Quels sont les organismes et les structures permettant une aide juridique aux start-up (ex : **incubateurs**, **pépinières**, **couveuses**, **accélérateurs...**) ?

42valley - Kevin Cohen

L'essence même de l'**accélérateur** 42Valley est de promouvoir l'entrepreneuriat à l'**école 42**, et de passer le message que **French Bashing** est une idée reçue ; la France est le pays qui est le plus prometteur au niveau des start-up. On parle souvent de fuite des cerveaux, car les start-up ne trouvent pas de financement ; l'accélérateur permet de conserver ses cerveaux, ses **innovations** en leur trouvant le financement adéquat.

Nous avons notamment aidé une start-up (**La boîte qui cartonne**) qui n'avait pas de profil tech. En effet, son démarrage d'activité nécessitait une personne pour créer le site internet de l'entreprise. Le fondateur de cette start-up est venu dans les locaux de l'école 42 pour demander le développement du site contre des parts dans sa société. 42Valley aime faire de la mise en relation entre les élèves et les start-up, de pouvoir connecter les talents entre eux, de faire en sorte que ceux qui possèdent des choses entre leurs mains puissent les partager et entreprendre avec d'autres personnes.

En général, le premier niveau d'accompagnement consiste à rediriger vers des partenariats de l'association (par exemple **istatut**), pour la rédaction des **statuts** ou les documents nécessaires. Une start-up est venue nous rencontrer, car elle avait besoin d'une clause d'exclusion au sein de ses statuts. Grâce aux réseaux de l'association, la clause a pu être rédigée en quelques jours.

42Valley permet d'accélérer le développement des start-up, mais également de placer des étudiants dans des projets ayant besoin de profil tech.

L'aventure entrepreneuriale nécessite une agglomération des compétences. Néanmoins, même si cela représente un plus, il n'est pas vital d'avoir effectué des études juridiques pour concrétiser son projet, loin

de là. La solution la plus évidente est de recourir à l'aide d'un avocat. Cependant, cela peut s'avérer onéreux, à moins d'avoir un ami spécialisé dans le droit des sociétés. Heureusement, des structures se sont formées et spécialisées dans l'aide juridique aux start-up.

Parmi celles-ci, les plus généralistes sont les **incubateurs**, structures regroupant hébergement, conseils et financement pour les start-up. Ceux-ci sont souvent présents dans de grandes écoles de commerce ou d'ingénieurs, mais de nombreux incubateurs privés ont vu le jour comme **50 Partners**, **Le Camping**, **Start-up 42**, pour ne citer qu'eux. Certaines sociétés privées élaborent également des programmes d'accélération internes, comme **Spark** de Microsoft.

On retrouve également les **pépinières** d'entreprises. Celles-ci possèdent un mode de fonctionnement assez proche des incubateurs, proposent un hébergement à travers un contrat dit de "bail précaire" liant la pépinière d'entreprises et le créateur d'entreprise, mais s'adressent plutôt aux start-up matures en offrant un écosystème dynamique aux entrepreneurs qui y séjournent.

Un phénomène plus récent et original est en marche : les cabinets d'avocats créent des structures d'aide spécialisées aux start-up, comme la "**Saul Factory**" ou "**Start you up**" du cabinet August & Debouzy, qui offrent un service gratuit ou semi-gratuit dans une certaine durée de temps.

L'accompagnement juridique vous sera nécessaire à toutes les étapes de votre entreprise afin de répondre à des problématiques juridiques très différentes : vous devrez ainsi passer de la question de la constitution à celui du changement de forme sociale.

Or ces structures se spécialisent souvent quant à l'étape où se trouve la start-up: l'incubateur intervient surtout au niveau de l'idée, autrement dit à l'Early stage, tandis que l'Accélérateur cible des entreprises en activité. De même, la pépinière offrira parfois une aide juridique parmi ses autres services, mais elle se positionnera en aval de l'incubateur : elle apportera surtout un hébergement de l'entreprise.

Votre choix dépendra également du mode de financement de ces structures : certaines seront gratuites, mais moins efficaces, d'autres demanderont en raison des structures qu'ils proposent des cotisations ou des parts sociales dans la start-up (pour exemple, la société d'investissement "**The Family**" qui accompagne des jeunes pousses demande 1 % du capital de chaque start-up).

12. C'est comment la vie d'une start-up/entreprise ?

L'image de la start-up est faussée, notamment à cause des articles de presse et des films qui vendent une bonne ambiance, autour de pizzas, de fast-foods, d'une collocation, et au bout d'un an, le succès à savoir le rachat de votre start-up pour plusieurs millions d'euros. Tous les entrepreneurs vous le diront, la réalité est bien différente, sans pour autant être moins excitante.

L'entrepreneuriat c'est être multitâche, au début d'un projet, si vous êtes spécialisé en économie, votre rôle ne sera pas que de faire le Business plan, et la comptabilité. Il faut savoir jouer sur tous les tableaux, ce qui peut paraître étonnant, mais demeure très enrichissant.

Le quotidien d'une start-up se résume à des journées plus longues, une grande confiance en ses associés, des hauts et des bas, et des week-ends qui peuvent sauter. Une entreprise, c'est 90% de moments difficiles et 10% de moments excitants. Alors, pourquoi entreprendre ? Car les 10% positifs sont beaucoup plus stimulants, et effacent les moments difficiles. Attention cependant au mythe du la start-up où l'on travaille sans s'arrêter.

L'ensemble des entrepreneurs qui ont réussi met en garde sur le risque de coupure du lien social. Ce n'est pas simple de travailler corps et âme sur un projet, quand vos proches n'ont pas la fibre entrepreneuriale. Il faut savoir prendre du recul, s'accorder du temps et lâcher prise. Certaines décisions demandent de prendre de la hauteur, être sous tension permanente peut devenir contre-productif. Accordez-vous des moments avec vos proches, des journées off.

Au final, une start-up tend assez rapidement vers le rythme d'une PME le jour où elle à un modèle économique et des investisseurs.

Les Vinitiés - Henri De La Gueronnière & Damien Basalo

Notre start-up a pour concept de s'adresser aux personnes n'ayant pas forcément de grande connaissance dans la dégustation de vin, et dont nous souhaitons leur faire partager notre passion sur la notion de "trivin" (sur un thème, nous proposons trois vins et leurs accompagnements culinaires). Nous livrons le vin soit aux domiciles de particuliers, soit auprès des sociétés.

Quelque chose qu'il faut apprendre à développer dans ses projets, c'est la patience. À tous les niveaux, les choses prennent du temps, tout est plus compliqué vis-à-vis de ce que l'on pense. Il faut des deadlines et de la célérité pour avancer. Cependant une deadline a tendance à ne jamais être respecté, ce qui soulève de nouvelles contraintes. Nous sommes dépendants de beaucoup d'éléments dans un projet, et si un maillon cède, il faut savoir être réactif et patient pour améliorer la situation.

En outre, auprès de son entourage, il faut également avoir de la patience. Nos proches ont tendance à vouloir observer un résultat immédiat du projet que l'on leur a présenté ; il faut réussir à prendre le temps de leurs expliquer.

13. Dois-je me fixer une limite de temps pour réussir mon projet ?

Digital Workshop - Julien Noyer

*La phrase que j'ai entendue et qui m'a le plus marquée est : "Il y a deux raisons pour créer sa start-up : la mauvaise est de vouloir gagner beaucoup d'argent et la meilleure est de ressentir le besoin de créer quelque chose qui manque, qui fait défaut". Cette phrase a donné beaucoup de sens à ce que je fais, notamment avec la plate-forme **Insight Lab**, que j'ai créé. Nous pouvons aujourd'hui analyser les interactions entre individus de façon globale, mais il manque un outil pour valoriser celles issues d'écosystèmes digitaux et du Web social, mon but avec Insight Lab. est de combler ce manque.*

Je pense avant tout que l'homme évolue avec son époque : nous écrivions sur les murs, puis vient la lettre, suivie par l'e-mail et aujourd'hui les réseaux sociaux deviennent le meilleur vecteur pour communiquer. En analysant toutes ces interactions, nous pouvons définir les utilisateurs d'un écosystème qui comptent vraiment pour créer de l'engagement et augmenter la conversion Fan/Client.

Si l'objectif est uniquement commercial, une contrainte de temps semble légitime pour maintenir un budget de production. Dans le cas d'un projet personnel ou de développement d'une start-up en revanche le temps peut devenir un allié important. Les étapes à respecter et leur ordre sont alors primordiaux, chacune des phases de développement apporte alors de nouvelles connaissances qui enrichissent les étapes suivantes du projet. En règle générale, chaque contrainte doit être perçue comme une possibilité de se dépasser.

Deux questions se posent :

- Est-ce trop tôt ?
- Est-ce trop tard ?

La question de la limite de temps que l'on s'accorde, afin de faire de son projet un succès, est inhérente au Business model de la start-up, et de la personnalité de son fondateur.

On peut choisir de faire de sa start-up un "**Side hustle**" (un revenu "complémentaire"), ou d'en faire la source principale de ses revenus.

De la même manière, certains créateurs veulent tout miser dans leur projet, d'autres sont moins confiants... ou plus prévoyants.

S'il y a deux méthodes, on ne distingue pas de bonne ou de mauvaise solution. Certains, comme **Travis Kalanick**, fondateur d' "**Uber**", sont prêts à ne pas se rémunérer durant 4 années consécutives, afin de voir leur projet couronné de succès. D'autres comme **Roy Raymond**, fondateur de "**Victoria's Secret**", rencontreront immédiatement le succès, et vendront leur entreprise deux ans après l'avoir créée !

Or le premier, alors fondateur de "**Red Swoosh**", vendit finalement sa start-up pour vingt millions de dollars...tandis que le second, qui vendit son entreprise deux millions au bout de deux ans, alors qu'elle sera valorisée à six cents millions au bout de quatre, sombra, par dépit, dans une profonde dépression - avant de se suicider.

Ces deux exemples, tous deux extrêmes dans leur manière d'appréhender cette question, démontrent bien cette complexité : il n'y pas réellement de bons moments pour se fixer une limite, et considérer qu'il faut abandonner ou qu'il faut vendre - il y a par contre de bonnes raisons de considérer qu'il ne faut pas abandonner, ou qu'il n'aurait pas fallu vendre.

Ainsi, à la manière du "**Lean Start-up**" évoqué lors de l'étude du "Business plan", il est probablement préférable de se fixer un cadre, plutôt que des limites. L'entrepreneuriat est avant tout une aventure profondément humaine, qui permet de mieux se connaître et d'établir ses limites et sa détermination. C'est donc probablement en fonction de ces vecteurs que les limites - s'il devait y en avoir - doivent être fixées.

14. Comment concilier son projet et sa vie personnelle ?

Birdly - Jean-Baptiste Coger

*Birdly est une application permettant la gestion de **note de frais**, et cible principalement des employés pour simplifier la comptabilité au jour le jour. Le schéma traditionnel n'est donc plus du **B2B**, mais du **B2C**; c'est directement l'employé qui aura gèrera ses notes de frais.*

L'application se présente comme un freemium, et permet d'enregistrer toutes les dépenses effectuées et de les exporter. La version premium permet par une simple photographie d'avoir une reconnaissance complète de la note de frais ; les informations n'ont plus besoin d'être inscrites manuellement.

La start-up est une parenthèse dans sa vie, car l'on tourne en surrégime. Cependant n'a pas vocation à durer longtemps, au risque de dégrader sa santé ou sa vie personnelle. Même quand on ne travaille pas directement sur le projet, on ne cesse d'y réfléchir. Il faut en réalité attendre le moment où les rouages de sa start-up sont bien rodés, pour pouvoir lever le pied.

Il est donc important d'être entouré de gens qui comprennent et acceptent ce rythme un peu intense.

Un entrepreneur a souvent du mal à concilier sa vie personnelle et sa vie professionnelle surtout au début du projet. Le lien entre les deux se renforce en raison du temps que le lancement du projet prend. Mais il ne faut pas pour autant négliger toute vie personnelle, car elle est très utile afin d'avoir des idées nouvelles de "non-initiés" ou même avoir un soutien de la part de ses proches.

Il est impératif de bien s'organiser et nécessaire de réfléchir à une échelle de priorités afin d'être le plus productif possible et disponible pour une vie

personnelle en parallèle. Une échelle peut être créée avec des variables suivant un sujet auquel l'entrepreneur accorde plus ou moins de temps ou d'importance.

Exemple avec 5 variables à quatre degrés :

Sujets :

- l'élaboration de mon projet
- la recherche d'investisseurs / clients / fournisseurs
- la communication de mon projet
- ma vie personnelle (famille, amis)
- mon bien-être (activités, loisir, repos)

Degrés d'importance (en définissant le nombre d'heures par jour ou par semaine :

1 = très important, je le fais tout de suite

2 = important, à faire dans les plus brefs délais

3 = peu important, je le ferai quand j'aurai le temps

4 = pas important, je peux le faire plus tard

Ce qui donnerait un classement et une échelle du type :

- | | |
|---|-------------------|
| - l'élaboration de mon projet | => 1 (10h/jour) |
| - la recherche d'investisseurs / clients / fournisseurs | => 1 (4h/jour) |
| - la communication de mon projet | => 2 (7h/semaine) |
| - ma vie personnelle (famille, amis) | => 4 (3h/semaine) |

- mon bien-être (activités, loisir, repos)

=> 3 (2h/jour)

Cette échelle est subjective, mais il est important de se fonder sur une base dès le début de l'élaboration du projet.

"Toutefois, la liberté que procure l'entrepreneuriat nous permet de facilement nous organiser et ainsi continuer à s'épanouir dans nos vie personnelles" - **Simon Gros**, Co-founder.

II / Propriété intellectuelle

15. Pourquoi et comment déposer un nom à l'INPI ? Combien ça coûte ?

L'**INPI** est l'établissement public chargé de déposer des **brevets** et des **marques**, c'est vers lui qu'on doit se tourner si l'on souhaite protéger un projet. Lors de la création de votre entreprise, l'INPI est donc un passage clé, gage de sécurité juridique, il vous permettra de protéger votre idée et votre identité sous la forme de marque.

Concernant cette dernière, déposer un nom à l'INPI permettra d'obtenir un monopole d'exploitation sur le territoire français pour une durée de 10 ans et renouvelable indéfiniment. C'est un moyen de se réserver les avantages de son projet et de faire en sorte qu'une personne tierce ne puisse pas profiter de la notoriété de celui-ci sans en être inquiétée.

Avant de déposer sa marque, il faut vérifier que l'on remplit les conditions de l'INPI, à savoir la disponibilité du nom en lui-même, de l'image, voire d'un son, et autre élément que l'on souhaite déposer. Le coût du dépôt de la marque est généralement compris entre 200 et 225 € selon le mode de dépôt que l'on choisit (papier ou électronique). Cependant un dépôt de marque s'entend par classe, c'est à dire par catégorie. Le choix de ces classes est capital pour assurer la protection dans le bon domaine.

Par exemple un restaurant pourra avoir le même nom qu'une société en bourse en ayant tous les deux déposé leurs marques identiques à l'INPI ;

la seule différence sera au niveau des classes, et il faut compter 40 € supplémentaires pour chaque classe que l'on souhaite déposer.

Par exemple, si l'on souhaite déposer une marque pour des t-shirts, des stylos et des tasses de café, il faudra compter 200 € pour le dépôt électronique qui ne sera valable que pour les t-shirts, puis un supplément pour les stylos et les tasses soit 80 €, pour un total de dépôt de 200 €.

Toutes les étapes du dépôt de marque sont détaillées en ligne [sur le site de l'INPI](#) ; le dépôt de marque se fait également en ligne.

Concrètement, posséder une marque permet de se créer une renommée et de permettre aux clients de vous distinguer immédiatement par un sigle, un nom, un logo et autres modes ; mais cela vous permet également de se protéger en exerçant par exemple une action en contrefaçon.

Une marque peut également permettre de mettre en place un réseau par le biais de contrat de **licence de marque**, autorisant de tierces personnes (à titre gracieux ou onéreux) à représenter votre marque par le biais d'une enseigne et/ou de pouvoir l'apposer sur leurs produits.

En outre, la collaboration entre plusieurs marques, par la technique commerciale du **Co-branding**, peut permettre d'accroître son image de marque personnelle, d'améliorer ses ventes, d'élargir son marché par un nouveau produit par exemple, ou tout simplement permettre une **innovation** par le biais d'une action commerciale ou publicitaire. Une marque renommée peut ainsi par le biais d'un partenariat, améliorer divers points de son activité ou de sa réputation.

Nota Bene : Après avoir déposé une marque, vous risquez de recevoir des courriers vous affirmant que vous n'avez pas payé les sommes dues, ou qu'il existe des coûts supplémentaires à régler. Ces lettres sont régulièrement des arnaques, nous vous conseillons de vérifier sur internet les références mises en avant sur le courrier reçu.

Le vélo du Soir - Ayrton Giavedoni

J'ai mis en place un concept simple de commerce de proximité itinérant, consistant à établir des partenariats avec des entreprises et à venir à la sortie des bureaux pour que les salariés puissent acheter des produits directement en bas de leurs bureaux. Nous mettons en avant des produits d'artisans tels que la Tome des Pyrénées, le Saucisson d'Auvergne, une Bière de microbrasserie parisienne, des olives de Provence, du pain et d'autres articles pour des apéritifs ou des dîners entre amis.

J'ai déposé la marque Le Vélo du Soir, car cela nous permet de protéger une valeur marketing, ce qui est primordial pour une société. Il existe beaucoup de boîtes avec des noms faisant référence à des marques connues ou des références culturels par le biais de jeu de mots. Cela leur permet de se référencer. En France, il y a une plus grande volonté de monter des sociétés que de devenir salariés, il faut donc bien trouver et protéger sa marque.

Dans le cas de mon activité, j'ai également expérimenté le fait que ce n'était pas à force de chercher que l'on trouvait un résultat, mais bien une question d'opportunité. On peut se retrouver parfois dans une situation où rien n'avance ou ne fonctionne comme on le souhaite, sans aucune raison, et il suffit d'une de ces "opportunités" pour que tout redémarre d'un coup. Savoir conserver et protéger l'image de sa marque peut nous ouvrir de nombreuses opportunités, et être ainsi un réel bénéfice.

16. Mon nom est-il valable dans toute l'Europe ? Dans le Monde ?

Une fois que vous avez déposé votre **marque** et qu'elle a été enregistrée à l'INPI, votre protection juridique n'est valable ni en Europe ni dans le Monde, mais uniquement en France. Cependant, pour obtenir une protection à l'étranger, que ce soit en Europe ou dans le monde entier, il peut vous être utile de déposer votre marque en France au préalable, ce qui vous donnera un droit de priorité pour étendre sa protection et par conséquent, un délai vous permettant de réfléchir quant aux pays à cibler. Ainsi, si vous souhaitez déposer votre marque dans l'un des 174 États membres de l'Union de Paris (traité administré par l'Organisation mondiale de la **propriété intellectuelle**) ou dans l'un des 160 États membres de l'**OMC**, vous disposerez d'un délai de priorité de 6 mois, ce qui veut dire que si le droit est enregistré dans ce délai, il sera considéré comme ayant été fait à la date initiale du dépôt à l'INPI.

Vous pouvez également bénéficier d'une protection juridique pour votre marque sur l'ensemble du territoire de l'Union Européenne, en effectuant une demande directement auprès de l'**OHMI** ou par l'intermédiaire de l'INPI qui se chargera ensuite de la transmettre. Votre marque aura ainsi une durée de validité de 10 ans dans les 28 États membres de l'Union Européenne, à condition bien sûr de payer le montant des droits vous permettant de bénéficier de cette protection, qui s'élèvent à 900 € pour trois classes de produits et services. Si vous souhaitez déposer plus de trois classes de produits, il vous faudra payer un supplément de 150 € par classe supplémentaire.

Pour déposer votre marque à l'international, cela devient plus complexe. Vous devez déposer un dossier à l'**OMPI** qui devra obligatoirement transiter

par l'INPI au préalable. Le dépôt de ce dossier ne vous donnera pas droit à un titre unitaire pour votre marque, mais à une série de dépôts individuels dans chaque pays concerné. Ainsi, la protection dont bénéficiera votre marque sera différente en fonction de chaque pays.

Vous bénéficierez bien sûr du droit de priorité évoqué ci-dessus, vous permettant de profiter de la date de dépôt de votre marque en France durant les 6 mois suivant celui-ci si vous souhaitez l'étendre à l'international. Ce dépôt à l'international sera le plus onéreux : vous paierez une redevance de base valable pour 10 ans d'une valeur comprise entre 820 et 960 € selon que votre marque sera déposée en noir et blanc ou en couleur. Une fois cette redevance de base acquittée, vous aurez ensuite à payer une redevance désignée par pays qui est généralement de 95 €, mais qui peut varier en fonction des pays.

Par ailleurs, vous aurez éventuellement à verser une redevance supplémentaire par classe si vous déposez votre marque pour plus de trois classes de produits ou services. Pour couronner le tout, ajoutez à cela une redevance de 60 € que vous devrez régler à l'INPI. Vous l'aurez donc compris, pour la plupart des dépôts de marque à l'international, il vous faudra déboursier au minimum 1.000 €. Enfin, une fois réglé l'aspect financier et administratif dont on peut passer ici les détails, votre marque internationale sera valable pour 10 ans dans les pays où elle a été déposée, sachant que les 5 premières années, ses effets seront conditionnés à ceux de votre marque française, ce qui veut dire que si cette dernière cesse de produire ses effets, c'est toute la marque internationale qui tombe.

Cependant dans ce cas, il est toutefois possible dans un délai de 3 mois suivant la radiation de votre marque internationale de déposer une

demande de transformation de votre marque internationale en marque nationale dans chaque Etat où elle risque de perdre ses effets. Pour terminer, 6 mois avant l'expiration du délai de validité de 10 ans de votre marque internationale, vous aurez la possibilité de payer une redevance de renouvellement de votre marque internationale.

Il vous est également possible de protéger votre marque dans les 17 pays d'Afrique francophones subsaharienne, par un dépôt unique auprès de l'**OAPI** (Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle).

Pour terminer, il vous est bien évidemment possible d'effectuer un dépôt de marque individualisé dans chacun des pays où vous souhaitez protéger votre marque, ce que qui impliquera que vous soyez utilement conseillé ou renseigné et cela peut s'avérer le cas échéant, beaucoup plus onéreux que les autres modes de dépôt.

17. Comment déposer le nom de domaine de son site internet ?

Un nom de domaine (ou DNS dans la pratique, signifiant Domain Name Server) est un élément nécessaire pour une activité sur internet. Il possède de nombreuses utilités, et est indispensable pour le fonctionnement d'internet, tel que nous le connaissons.

Le nom de domaine permet de pouvoir associer un site internet à une adresse URL donnée (ex : *www.google.com*). Il permet également de pouvoir mettre en place des adresses mails sous le format *...@nomdedomaine.extension*. Le nom de domaine est également utilisé afin d'empêcher l'utilisation par d'autres utilisateurs d'une adresse (c'est notamment le cas lorsqu'une personne achète différentes extensions).

Pour résumer succinctement la logique des DNS, l'on trouve en premier lieu l'**ICANN** qui va gérer ce que l'on appelle des TLD (des noms de domaines de premier niveau, tels les .fr, .com, .org, ...).

Ensuite des associations que l'on appelle les *registry* vont gérer de manières nationales ces TLD, En France, l'**AFNIC** se charge par exemple des extensions telles les .fr, .re, .yt, etc. Enfin, des *registrar* (également appelé bureau d'enregistrement) vont vendre à un public déterminé ces noms de domaines.

Il est intéressant de savoir que l'achat d'un nom de domaine représente en réalité une somme allant de 5 à 20 € en moyenne par an. Cependant, afin de pouvoir utiliser ces noms de domaines, il est important de posséder des serveurs, et c'est là qu'intervient la nécessité d'un hébergeur. Les frais

engagés alors dépendent de ce dernier et peuvent varier selon de nombreux critères.

En règle générale, les *registrar* permettant d'acheter un DNS proposent en parallèle des services pour l'hébergement du site. À titre d'exemple l'on peut notamment citer HostLane, Gandi, OVH, 1&1 ou encore Hostpapa. Cette liste n'est pas exhaustive, loin de là, et il existe plus de 400 *registrars* ayant été accrédité ne serait-ce que par l'AFNIC.

En somme, afin de réserver un nom de domaine vous devrez passer par les services proposés par les *registrars* en choisissant les options qui conviendront au mieux à votre projet. N'hésitez pas à en consulter plusieurs, et pensez à prendre un hébergeur si vous ne disposez pas de vos propres serveurs.

Vous aurez sans doute besoin d'une personne qui vous créera votre site ; cette dernière pourra également sur votre demande s'occuper du paramétrage des mails.

Enfin, sachez que récemment ont été mis en ligne des noms de domaine type .pro ou .paris. Avec certaines conditions d'accès (par exemple un numéro de SIRET pour obtenir un .pro), ces extensions peuvent faire la différence en matière de visibilité ou encore d'**e-réputation**. Les noms de domaine ne sont d'ailleurs plus soumis à l'alphabet latin. Il existe de nouvelles extensions, avec l'alphabet chinois (exemple .购物) ou cyrillique (exemple .онлайн). Google a d'ailleurs **récemment acheté toutes les extensions .app** qui se veulent logiquement relatives aux applications mobiles.

18. Existe-t-il une protection juridique de mon application ou de mon logiciel ?

L'application mobile peut être définie comme un logiciel téléchargeable de façon gratuite ou payante et exécutable à partir du système d'exploitation d'un smartphone. Elle est classiquement téléchargeable sur un *Market* (plateforme de téléchargement tels "*App store*", "*Google Play*", ...). De nombreux éléments sont contenus dans une application mobile, à commencer par une programmation, mais aussi un contenu éditorial, des éléments graphiques, de la musique ou des photos.

Axer un projet via une application mobile est un risque à envisager avec d'avantage de conséquence que d'avoir un site **responsive** (c'est-à-dire un site qui s'adapte naturellement à la taille de l'écran - actuellement la "programmation" la plus utilisée s'appelle le *bootscrap*). On remarque d'ailleurs que des sociétés comme Facebook préfèrent même multiplier les applications pour chaque fonction alors que le site les gère toutes.

Une application mobile correspond parfaitement à la notion de logiciel. Afin qu'un tiers ne puisse pas en faire une utilisation non autorisée, les contenus de l'application doivent être protégés au mieux par son créateur. Le droit de la **propriété intellectuelle** prévoit un certain nombre de protections contre ce risque.

La notion de logiciel n'est pas définie par le droit français. On entend de manière assez large par ce terme, la programmation (son code source

notamment), l'interface, et les éléments incorporés (tels des images, des logos, des .pdf, des sons, des textes, ...). Mais le logiciel inclut également d'autres composants tels le cahier des charges, la documentation pour son utilisation, une **marque**. Il n'existe pas encore de protection juridique incluant tous ces éléments, et c'est pour cela que certains de ses éléments peuvent plus ou moins être protégés.

Il existe des formes de protections que l'on pourrait qualifier d'indirectes. Il est par exemple possible de protéger son logiciel en prévoyant un dispositif interdisant de le copier sans pour autant en restreindre l'accès pour une utilisation privée (*ce qui était notamment le cas avec la copie d'un **DVD de la société Universal***). Il existe également d'autres protections indirectes, telles que le dépôt de marque. Le logiciel en lui-même ne sera pas protégé, mais la marque déposée permettra de distinguer clairement le logiciel et qui prétend le détenir. Enfin, on peut envisager la solution d'un dépôt légal qui se fait actuellement sur la base du volontariat, mais sur lequel le droit va probablement préciser les contours.

Enfin dans le cadre du droit de la propriété intellectuelle, un logiciel peut être protégé de deux façons différentes : soit du point de vue de la propriété littéraire et artistique et autrement dit, le droit d'auteur, soit du point de vue de la propriété industrielle avec le **brevet**.

On peut envisager principalement deux types de protections :

- La protection du code source

Le code source de votre application est protégé par les droits d'auteur. Ces droits peuvent être détenus pas le développeur du code, mais il peut les céder à la société qui l'a employé, moyennant un prix. De plus, la protection

s'attache au contenu du code source développé. Cela signifie qu'un individu tiers pourra développer un code se traduisant par un résultat similaire au vôtre, à la condition qu'il n'utilise pas le même code.

Attention : lorsque vous payez un développeur pour une prestation seulement et qu'il développe une application pour vous, vous ne devenez pas automatiquement détenteur des droits sur le code. Il faut un écrit explicite signé dans lequel l'auteur s'engage à céder ses droits sur son code source ou vous accorde une licence d'utilisation.

Le **Code de la propriété intellectuelle** pose une exception pour le cas où vous êtes lié(e) au développeur par un contrat de travail et que vous êtes son employeur. Dans cette situation, les droits attachés au logiciel développé vous sont automatiquement transmis.

- La protection de l'interface graphique

L'interface graphique de votre application est également protégée par les droits d'auteur, à condition qu'elle soit "originale". En d'autres termes, votre interface doit être distinguable des autres et comporter une "empreinte" de l'auteur. Cette protection ne nécessite aucune procédure particulière.

Il est également possible de protéger votre interface graphique par un brevet. Pour obtenir une telle protection, une formalité de dépôt est nécessaire et doit intervenir avant toute divulgation de l'invention (même sur une plateforme de distribution). Le brevet peut être intéressant pour sa portée de protection plus large que celle du droit d'auteur.

Cette protection permet que toute utilisation non autorisée de votre application mobile ou à des fins autres que celle initialement prévue puisse être qualifiée de **contrefaçon**. Vous pourrez donc faire valoir vos droits en

portant le litige devant les juridictions civiles et/ou pénales, qui sont respectivement le Tribunal de grande instance et le Tribunal correctionnel.

Le concept de votre application ne peut pas être protégé en tant que tel. Cependant, si votre application met en œuvre un procédé technique qui résout un problème précis, ce dernier élément peut faire l'objet d'une demande de brevet auprès de l'INPI.

III / Aspect financier

19. Comment financer son projet ?

Il existe différentes solutions pour financer son projet :

a) L'argent personnel et le "Love money"

Souvent considéré comme indispensable pour démarrer une entreprise, l'apport personnel vous servira à :

- Autofinancer certains besoins qui ne seront pas pris en charge par les banques : études de marché, frais de formalités, trésorerie de départ (BFR) ;
- Rassurer les banques, surtout si avez besoin d'un crédit.

Le **Love money** c'est la famille qui amène de l'argent, ce sont de petits actionnaires familiaux affectifs. Ils ne cherchent pas à faire un gain maximal, ils peuvent juste, et pour certains seulement, vouloir récupérer un jour leur somme de l'argent. En moyenne en France, les prêts par la famille sont estimés à 5000 €.

b) Les concours, aides et subventions

Il existe un certain nombre de concours organisés pour les créateurs d'entreprises, et ce par des acteurs institutionnels privés et publics.

Les aides sont distribuées par l'État ou les collectivités locales. Les subventions quant à elles sont généralement perçues plusieurs mois après le commencement de l'activité, car les critères pour les obtenir sont souvent en rapport avec des engagements.

c) La prise de participation au capital

Il existe des sociétés dites "**leveuses de fonds**" qui peuvent aider les créateurs d'entreprise, contre une rémunération, à monter le plan d'affaires et à le présenter à des investisseurs.

Les **Business angels** d'un autre côté sont des actionnaires qui ont été au préalable entrepreneurs, ont fait fortune et ont cédé leurs entreprises. Ils aident au management, et ils veulent avoir un gain quand ils revendent leurs actions. Un bon exemple en est le créateur de Meetic, qui après avoir vendu cette société a créé son propre fonds d'investissement.

Comme ils entrent au capital, ils bénéficient dès lors souvent de droits de vote.

d) Les prêts bancaires par les particuliers et les banques

Il n'y a pas vraiment de règle, mais la plupart du temps les banques ne financent pas plus de 70% de l'investissement. Plus votre apport personnel est important, plus la banque pourra vous prêter.

En ce qui concerne les particuliers, des personnes physiques, ils présentent l'avantage de pouvoir, par milliers, apporter de petites sommes à l'entreprise sans nécessairement acquérir de droits de vote et donc entraver la gestion de l'entreprise. C'est tout l'intérêt du **financement participatif** traité à la question suivante.

e) Les fonds de pension

Ces fonds présentent l'avantage d'avoir beaucoup d'argent, qui leur a été confié par des entreprises ou des salariés, mais ont pour objectif de faire de la plus-value et des dividendes puisqu'ils sont sensés assurer un revenu aux prêteurs une fois la cessation de leur activité.

Cela ne rejoint donc pas forcément l'intérêt du jeune entrepreneur, ce pour quoi les fonds de pension préfèrent se tourner vers des entreprises cotées en bourse.

Mojo App - Adrien Bellamit

Mojo est une application de rencontre à la croisée entre Tinder et Snapchat. L'idée nous est venue en observant que de nombreux utilisateurs de Tinder se retrouvaient sur Snapchat pour s'échanger des photos avant de se rencontrer "en vrai".

Le concept de Mojo permet des échanges plus originaux et plus intimes avec les personnes que l'on rencontre. C'est aussi un très bon moyen de mieux se découvrir avant un éventuel rendez-vous et donc d'éviter les déceptions !

Ce n'est pas très compliqué de créer une start-up : il suffit d'avoir une idée et de la tester. Il existe énormément de possibilités pour créer rapidement une version très simple de son concept pour le confronter à la réalité et voir si cela peut fonctionner. C'est la logique que nous appliquons pour nos projets, nous essayons de vendre avant de concevoir car c'est ce qui est le plus difficile et cela permet de se poser les bonnes questions.

20. Qu'est-ce que le financement participatif ?

Le **financement participatif** (ou "*Crowdfunding*"), est un mode de financement qui fait appel à internet pour mettre en relation des porteurs de projets avec des particuliers souhaitant soutenir ces derniers. Popularisés aux États-Unis par le très médiatique **KickStarter**, des homologues français ont récemment émergé, à l'image de "**KissKissBankBank**", "**Anaxago**", ou "**MyMajorCompany**". C'est une mutation des modes de financement qui vient faciliter la création d'entreprises, mais également la mise en œuvre de projets humanitaires ou associatifs.

Le fonctionnement du financement participatif

Au départ, un porteur de projet soumet un dossier au site de financement qui choisit ou non de l'héberger sur sa plateforme. Si l'accord est donné (en moyenne pour 1 projet sur 4), le projet est mis en ligne et des épargnants peuvent alors commencer à le financer. Ils disposent pour cela de plusieurs moyens :

- **Le don** : L'épargnant ne recevra pas de contrepartie financière pour son soutien, mais pourra bénéficier de cadeaux, d'accessoires, d'un accès privilégié au projet en contrepartie de sa donation.
- **Le financement avec prise de participation**. Comme le nom l'indique, l'internaute acquiert une participation directe dans le projet et pourra recevoir en contrepartie des dividendes.
- **Le prêt participatif**, c'est à dire des prêts entre particuliers avec versement d'intérêts.

Les plateformes de financement prennent ensuite une commission sur les sommes récoltées (de 5 à 10%) dans le cas où la campagne de financement aboutit. Si le montant total désiré par le porteur de projet (ex: 10 000 €) n'est pas atteint à l'issue du délai de la campagne (ex: 60 jours), aucune somme ne sera versée, et la plateforme ne prendra ainsi aucune commission.

Il faut signaler que des plateformes se spécialisent et fleurissent désormais dans tous les domaines. Le financement n'est donc plus consacré qu'aux start-up, mais aux projets artistiques, sportifs, culturels, musicaux...

Ces plateformes sont un enjeu prégnant pour l'écosystème entrepreneurial puisqu'elles concurrencent directement les acteurs traditionnels (banques...).

Une réglementation avantageuse est d'ailleurs venue leur donner un statut spécifique par un **décret du 17 septembre 2014**. Le monopole bancaire sur les prêts entre particuliers ou à des entreprises a été supprimé pour des sommes inférieures à 1 million d'euros, et le formalisme administratif a été allégé, signe de la volonté de notre gouvernement, premier acteur européen à réglementer ce secteur, d'encourager le financement participatif.

L'année 2014 aura été une année positive pour le Crowdfunding français : avec plus de **150 millions d'euros** collectés sur les diverses plateformes, ce qui constitue une hausse de 88,4% de l'activité, la France est le 2ème pays d'Europe le plus actif du secteur derrière le Royaume-Uni.

Reedsy - Richard Fayet

J'ai co-fondé Reedsy avec un ami, il y a un peu moins d'un an, pour changer le milieu de l'édition et créer un modèle intermédiaire entre le traditionnel (agent, maison d'édition, etc.) et celui du self-publishing, très populaire dans le monde anglo-saxon. Nous avons identifié un besoin dans le marché et avons passé plusieurs mois à le confirmer en parlant à des dizaines d'auteurs influents.

Nous avons commencé par créer une place de marché connectant les auteurs indépendants à toutes les personnes qui vont intervenir dans le processus de publication du livre: relecteurs, designers, formateurs, etc. En sélectionnant très attentivement ces fournisseurs de services, nous nous assurons que les auteurs passant par notre plateforme publieront ensuite des livres de haute qualité. La prochaine étape est d'en sélectionner quelques-uns que nous publierons nous-mêmes comme maison d'édition.

*En juin de l'année dernière, nous avons intégré **Seedcamp**, le premier **accélérateur** d'Europe (en termes de **fonds levés** par la suite par les start-up). Ce fut une expérience exceptionnelle, car elle a nous a plongé subitement dans l'univers ultra-compétitif des start-up et de l'investissement **VC**. Seedcamp sélectionne tous les 6 mois 20 start-up (dans plusieurs milliers de candidatures) pour les inviter à une "**Seedcamp week**", soit à Berlin soit à Londres.*

Lors de cette semaine, nous avons eu l'occasion de rencontrer certaines des personnes les plus influentes de la scène "tech" européenne, qui nous ont conseillé sur nos plans futurs — certaines sont depuis devenues des "advisors" dans Reedsy. Nous avons également dû pitcher devant le comité d'investissement de Seedcamp, qui sélectionnait les 10 start-up qui devraient intégrer le programme d'accélération.

Finalement, nous avons été pris, mais pas si directement que ça, il a d'abord fallu négocier et s'arranger avec d'autres personnes. Je pense que cette expérience fut incroyablement formatrice, car elle est très représentative du monde des start-up: les "victoires" ne sont jamais directes. Quand il s'agit de lever des fonds, on a rarement un vrai "oui", ce qui fait qu'il faut toujours négocier, batailler, et faire preuve de beaucoup de résilience.

21. Quel rôle peut jouer un incubateur dans la réalisation de mon projet ?

Paris&Co - Fabien Rault

*Après des études universitaires en **MIAGE** (Master informatique et gestion), j'ai souhaité donner une autre dimension à ma carrière, plutôt que de saisir le métier tout tracé de développeur qui s'offrait à moi. La particularité de mon parcours résidait dans une forte implication dans le milieu associatif étudiant, au cours duquel j'ai pris goût à l'entrepreneuriat en cofondant **Junior MIAGE Concept**, la 1^{ère} Junior-Entreprise de l'Université de Nice - Sophia Antipolis.*

*Fraichement diplômé et fort de mes expériences professionnelles et associatives, j'ai eu l'opportunité de rejoindre un cabinet de conseil parisien, où j'ai fait mes armes comme ingénieur d'affaires. Cette 1^{ère} étape dans la réorientation de mon parcours professionnel, m'a permis après 5 ans de développement commercial, d'envisager une transition professionnelle durable vers les sujets qui me passionnaient : **innovation** et entrepreneuriat.*

*J'ai rejoint l'association Paris&Co - agence de l'attractivité et de l'innovation de Paris, qui gère notamment le réseau Paris Incubateurs - où je suis responsable de la mise en œuvre du programme **Connecteur Etudiant**, une aventure intrapreneuriale qui me conduit à créer des ponts entre les initiatives étudiantes (entrepreneuriat, associations) et l'écosystème de l'innovation parisien (entrepreneuriat et start-up).*

Les **incubateurs** sont des structures qui se sont imposées comme des acteurs centraux de l'émergence d'idées prometteuses dans les secteurs scientifiques et technologiques.

Chacune d'entre elles fait naître et grandir plusieurs projets d'entreprises chaque année grâce à un **suivi personnalisé sur le plan technique, mais aussi juridique, réglementaire et économique**.

Les incubateurs soutiennent les entreprises innovantes au stade de l'Early stage, soit le tout premier stade de développement, avec la mise à disposition d'expertises de partenaires pour la validation des étapes de développement, leur connaissance des marchés et clients de l'industrie concernée, ou encore par le biais de partage d'expériences et de formations.

On s'y forme donc plus aux bases de la **propriété intellectuelle** ou du développement de produit qu'à la pure logique business et la nécessaire adaptation au marché, fer de lance des **accélérateurs**.

Par exemple, "**Y Combinator**" est une entreprise américaine créée en mars 2005 qui a été un pionnier dans l'univers des incubateurs, ainsi que dans le financement précoce de start-up. En plus de conseils et de mises en relation, "Y Combinator" fournit un capital d'amorçage aux entreprises en devenir au cours de deux programmes annuels de 3 mois. En échange "Y Combinator" prend en moyenne 6 % des capitaux de la société.

Nous pouvons constater deux choses :

- les incubateurs ne se résument pas toujours à des structures de conseils et d'aide aux jeunes pousses Early stage, mais prennent aussi parfois une part dans le capital des sociétés incubées, ce qui a tendance à les rapprocher du fonctionnement

des accélérateurs, d'où d'ailleurs les fréquentes confusions entre ces deux types de structure et l'émergence de la prise de participation au capital comme critère de distinction.

- les projets incubés le sont pour une durée souvent très courte, inférieure à un an, et parfois six mois, ce qui correspond généralement au stade de maturation d'une start-up avant qu'elle puisse prétendre à intégrer une structure de plus grande envergure.

La France connaît un nombre croissant d'incubateurs, souvent d'origine publique, et qu'on peut retrouver dans beaucoup d'écoles de commerce et d'ingénieurs.

Un dossier de candidature rempli avec soin devrait alors vous ouvrir la voie d'une prometteuse carrière entrepreneuriale.

22. Les différences dans les régimes d'impositions, opter pour l'IS ou l'IR ?

La grande différence entre ces deux régimes se situe au niveau des taux d'imposition. L'**Impôt sur le revenu** frappe les revenus avec des taux progressifs en fonction de ceux-ci (de 0% à 45%), tandis que l'**Impôt sur les sociétés** frappe les bénéfices imposables à un taux de 15% jusqu'à 38 120 € de bénéfices pour les petites entreprises et de 33,3% pour les autres.

Le choix du régime d'imposition est un élément décisif lorsqu'on constitue sa société. Néanmoins, la liberté de choix demeure limitée par les dispositifs législatifs.

Une dichotomie peut être opérée entre un premier groupe: SARL, SAS, SASU et SA, soumises à l'impôt sur les sociétés; et un second groupe, majoritairement composé d'auto-entrepreneurs et d'entreprises individuelles, soumis à l'impôt sur le revenu, puisqu'ils n'ont pas la forme sociétaire. Les autres formes sociales ont le choix: EURL, SARL familiale.

Donc si l'impôt sur les sociétés peut paraître souvent plus avantageux à terme, commencer sous ce régime revient toujours plus cher au démarrage de l'activité. Or il est toujours possible de passer ultérieurement d'une structure à l'**IR** à une société à l'**IS**, à moindres frais sur le plan fiscal.

Avec un taux d'imposition de 15 % pour les PME, le taux de l'IS est en revanche plus intéressant que celui de l'impôt sur le revenu dans ses tranches les plus élevées.

Sous le régime de l'IS, de plus, vous êtes imposé seulement sur votre rémunération (et éventuellement sur les dividendes versés), cette rémunération étant par ailleurs déductible des résultats de la société.

Enfin, le salaire de votre conjoint, si ce dernier travaille dans l'entreprise, peut être déduit intégralement, alors que cette déduction est limitée dans les structures soumises à l'impôt sur le revenu.

23. Êtes-vous assujetti(e) à la TVA ?

Je suis un exploitant individuel porteur d'un projet. Les entreprises ayant contribué financièrement à mon projet me demandent d'émettre des factures, dois-je appliquer la **TVA** auxdites factures ?

L'application ou non de la TVA dépend de votre dépendance au régime de la *franchise en base de TVA* (**article 293 B du code général des impôts**).

Ce dispositif dispense les entreprises de la déclaration et du paiement de la TVA sur les prestations ou ventes qu'elles réalisent. Ce régime fiscal s'applique aux entreprises qui n'ont pas dépassé certains seuils, quel que soient leur forme juridique et leur régime d'imposition des bénéfices. Pour en bénéficier, le **chiffre d'affaires** annuel HT (réellement encaissé au cours de l'année précédente) ne doit pas dépasser :

- 82 200 € pour les activités de commerce et d'hébergement (hôtels, chambres d'hôtes, gîtes ruraux, meublés de tourisme) ;
- 32 900 € pour les prestations de service et les professions libérales relevant des BNC et des BIC ;
- 42 600 € pour les revenus des artistes-interprètes et pour les droits d'auteur perçus par les auteurs ayant renoncé à la retenue à la source, ou pour les autres revenus que leurs droits versés par les éditeurs (revenus accessoires par exemple).

Ces seuils sont valables jusqu'au 31 décembre 2016 et régulièrement mis à jour sur le **site internet du Service public**.

Si vous relevez de la franchise en base, vous n'êtes pas redevable de la TVA : vous n'avez donc aucune déclaration à déposer.

Sur chaque facture que vous délivrez à vos clients, vous :

- devez inscrire la mention "TVA non applicable - **article 293 B du CGI**" ;
- ne devez jamais faire apparaître un montant de TVA : toute TVA facturée vous serait réclamée !

En contrepartie de l'absence de déclaration, vous ne pouvez pas déduire la TVA que vous payez sur les achats réalisés pour les besoins de votre activité.

Les personnes qui bénéficient du régime de la franchise en base de TVA peuvent généralement bénéficier des régimes d'imposition sur le revenu qualifiés de "micro" : micro-BIC ou micro-BNC, ainsi que d'obligations comptables simplifiées.

Je suis un auto-entrepreneur : quelles sont mes obligations comptables ?

En tant qu'auto-entrepreneur, vos obligations comptables sont allégées. Vous êtes simplement obligé de tenir à jour les documents suivants :

- Un registre de recettes qui recense toutes vos recettes. Il doit obligatoirement être présenté chronologiquement et mentionné :
 - l'origine de vos recettes ;
 - le mode de paiement choisi par votre client (chèque, espèces, etc.).

- Un registre des achats : ce document n'est imposé qu'aux auto-entrepreneurs ayant une activité commerciale (vente et achat-revente). Comme pour le registre des recettes, il doit être présenté de façon chronologique. Vous y indiquez pour chaque achat :

- le mode de règlement,
- les références des pièces justificatives (factures, notes).

Tous les justificatifs associés à chaque vente ou achat doivent être conservés : bons de commandes, factures, notes, etc. Ces documents seront requis en cas de contrôle fiscal.

Vous devez théoriquement émettre des factures à destination des personnes ayant financé votre projet. L'auto-entrepreneur doit faire figurer une mention spécifique relative à l'absence de TVA sur ces factures.

24. Pourquoi parle-t-on d'exonération de TVA ? De crédit de TVA ?

En France, les opérations assujetties à la **TVA** sont toutes les livraisons de biens meubles, les prestations de services ou les acquisitions dans le territoire de l'Union européenne. Cela signifie que lorsque l'on consomme un bien ou un service par exemple, on paie cette taxe qu'est la TVA, incluse dans le prix d'acquisition.

On parle d'exonération de TVA puisque certaines consommations de biens ou de services peuvent être exonérées de TVA, ce qui est le cas dans certains secteurs d'activité par exemple l'enseignement, les activités médicales, paramédicales, le secteur de la pêche maritime, ... Par ailleurs, en règle générale, les exportations de marchandises et les livraisons intracommunautaires sont exonérées de TVA.

On parle de crédit de TVA, car en réalité, le redevable de cette taxe, celui qui la verse à l'État, c'est le commerçant, bien que ce soit le consommateur qui en supporte la charge économique. C'est donc le commerçant qui va collecter la TVA sur ses ventes, ses exportations. Or le commerçant lui aussi, va payer ou plutôt supporter la charge économique de la TVA, lorsqu'il va importer, se fournir auprès d'autres entreprises ou de particuliers, etc.

Cette TVA que le commerçant va payer sur ses achats de biens et de prestations de services est la TVA déductible, qu'il va pouvoir déduire de la TVA qu'il a collectée, pour au final payer à l'administration fiscale le résultat net, la TVA nette. Or c'est ce qui se passe lorsque ce résultat de TVA nette est positif, car quand il est négatif, c'est à dire quand la TVA qu'il a collectée est inférieure à la TVA déductible, alors la différence entre les

deux va constituer ce qu'on appelle un crédit de TVA, c'est-à-dire une créance que le commerçant aura sur l'administration fiscale, et qu'il pourra demander à se faire rembourser.

Néanmoins, si ce commerçant ne souhaite pas se faire rembourser immédiatement son crédit de TVA, il a également la possibilité d'imputer ce crédit sur sa prochaine déclaration de TVA s'il prévoit par exemple que ses ventes seront supérieures à ses dépenses pour l'année suivante, et qu'il collectera plus de TVA qu'il pourra en déduire au final.

IV / Aspect juridique

25. Quel type de société créer ?

En droit français, le panel des formes sociales dont disposent les jeunes entrepreneurs pour donner une enveloppe juridique à leur activité est assez large. Cependant, chaque forme sociale n'est pas forcément adaptée ou adaptable aux **start-up** à fort potentiel de croissance. On pense notamment à la Société Anonyme (SA) dont le régime et l'organisation sont très complexes, et qui est initialement conçue pour de grosses entreprises cotées en bourse.

En l'état actuel des choses, la forme sociale la plus plébiscitée par les nouveaux entrepreneurs est surtout la Société par Actions Simplifiée (SAS) en raison de sa faculté à s'adapter aux besoins spécifiques de chacun du fait de la grande liberté qui est permise pour la rédaction des **statuts**. C'est en effet une des sociétés les plus flexibles, ce qui permet par exemple de faire rentrer et sortir plus facilement des associés, et vers laquelle les investisseurs ont le plus tendance à se tourner. Enfin, la SAS permet aussi une rapidité et une simplicité dans la prise de décisions, qui est souvent obstruée dans certaines formes de sociétés pourtant appréciées des entrepreneurs comme la Société à Responsabilité Limitée (SARL) par exemple.

En conclusion, la start-up et ses nombreuses itérations nécessitent une grande souplesse statutaire que seule la SAS semble pouvoir apporter. Les chiffres illustrent cette "fièvre" de la SAS puisqu'en 2014, 39% des sociétés créées l'ont été sous cette forme juridique.

Mon Code Juridique - Baptiste Lefèvre

Mon Code Juridique est le 1^{er} éditeur juridique numérique à proposer l'ensemble du corpus juridique sur smartphone, tablette et ordinateur. Nous avons démarré en 2012 en lançant les deux premières applications françaises du Code civil et du Code pénal. Avec un budget de 0€ de marketing, nous avons atteint les 150 000 téléchargements en moins d'un an.

Fort de cette première expérience réussie, l'application MCJ a fait son apparition à la rentrée 2014. La nouvelle application a alors poussé le projet beaucoup plus loin, du fait que le challenge était de réussir à intégrer près de 3 millions de décisions, lois, et autres textes juridiques dans seulement quelques méga-octets tout en simplifiant au maximum l'interface utilisateur. Ce challenge semble franchi, car MCJ rencontre le même succès. Heureusement d'autres challenges sont en cours de développement...

Nous sommes portés par l'idée d'innover et d'apporter toujours plus de contenus à nos utilisateurs. Nous sommes très proches d'eux et recueillons chaque jour leurs feedbacks afin d'améliorer continuellement l'application.

Pour l'anecdote j'ai eu l'idée de créer MCJ en allant à un TD (je suis ancien étudiant à la fac de droit de Caen), car je trouvais mon sac beaucoup trop lourd. J'ai cherché une alternative au code papier traditionnel, je n'en avais pas trouvé. J'ai donc décidé de le faire moi-même ! Au départ j'ai dû vendre ma voiture pour financer le développement des deux premières applications.

On ne naît pas entrepreneur, on le devient à force de travail, d'audace et de perspicacité !

26. Quels sont les différents régimes en cas d'activité unipersonnelle ?

Depuis 1985, il est possible en France de créer une société à associé unique, ce que l'on appelle une société unipersonnelle. D'abord possible avec l'Entreprise Unipersonnelle à responsabilité Limitée (EURL) qui est une SARL à associé unique, cette possibilité a été étendue plus récemment à la SAS avec la création de la Société par Actions Simplifiée Unipersonnelle (SASU).

Au-delà des formes sociétaires, il existe également les Entreprises Individuelles (EI) qui peuvent revêtir la forme de l'Entreprise Individuelle à Responsabilité Limitée (EIRL).

Enfin, il existe des formes sociales unipersonnelles propres aux professions libérales, telles que la Société d'Exercice libéral à Responsabilité limitée (SELARL) ou la Société d'Exercice Libéral par Actions Simplifiée (SELAS).

Selon l'INSEE au cours de l'année 2013, l'utilisation de ces différents régimes a mené à la création de :

- 60 382 Sociétés à associé unique telles l'EURL et la SASU ;
- 104 361 Entreprises individuelles (EI et EIRL) ;
- et 274 928 Auto-entrepreneurs.

De ces régimes découlent différentes règles permettant de mettre en œuvre une activité professionnelle unipersonnelle.

Tout d'abord l'**auto-entrepreneur** est un des régimes les plus simplifiés. Il permet en réalité d'exercer une activité professionnelle sans avoir de réelles contraintes comme on les retrouve dans les sociétés ou même dans la fiscalité appliquée à d'autres régimes. Depuis 2015, il faut désormais d'ouvrir un compte bancaire dédié à l'activité de l'auto-entrepreneur qui serait distinct de son compte bancaire personnel. Cela ne signifie pas pour autant qu'il existe réellement un patrimoine professionnel et un patrimoine personnel dans le cas de l'auto-entrepreneur, mais juste un besoin fiscal de contrôler les flux émis dans le cadre de cette activité.

En somme, le statut d'auto-entrepreneur est un moyen d'exercer une activité professionnelle avec très peu de contraintes, sachant que s'applique le micro-régime social simplifié. L'activité est plafonnée par des seuils à ne pas dépasser, à savoir 82 200 € de chiffre d'affaires par an en cas d'activité d'achat et de revente et 32 900 € en cas de prestations de services ou de professions libérales.

Ensuite, l'on trouve le régime de l'**Entreprise Individuelle**, qui se caractérise par la création d'un patrimoine professionnel et d'un patrimoine personnel. Cependant, ces patrimoines sont complètement entremêlés de telle sorte que les créanciers professionnels et les créanciers personnels peuvent agir sur l'ensemble de ces deux patrimoines. Il est cependant possible dans ce régime de mettre à l'abri les biens immobiliers non affectés à l'exercice professionnel par le biais d'une *déclaration d'insaisissabilité*. Néanmoins, ces modalités de mise en œuvre font que dans la pratique, cette protection est rarement utilisée.

C'est d'ailleurs pour limiter l'impact aux actions des créanciers sur les patrimoines professionnels et personnels qu'a été instauré en 2011 le

régime de l'**EURL**, qui permet à l'entrepreneur de faire une réelle distinction de ses patrimoines afin que ses créanciers professionnels ne puissent pas agir sur son patrimoine personnel et vice versa. Cette possibilité ne fonctionne cependant que pour des créances nées après la déclaration d'affectation.

Le principal avantage de cette forme d'entrepreneuriat réside dans le fait que pour des projets ne nécessitant pas de fonds importants ou si le projet se destine à rester à petite échelle, on bénéficie alors de la possibilité d'avoir une gestion assez simple (très peu de formalités juridiques, notamment aucune tenue d'assemblée générale ou de rédaction de **statuts**), mais les risques financiers sur les patrimoines professionnel et personnel ne sont pas à négliger.

Enfin, il est possible d'encadrer son projet par le biais d'une société unipersonnelle, ce qui est le cas avec l'EURL et la SASU.

L'**EURL** est une société qui possède la caractéristique de bien différencier le patrimoine personnel du patrimoine professionnel. Cependant, les coûts de création d'une société et son suivi sont plus conséquents que pour les autres formes envisagées.

La **SASU** est une société qui à la différence de la EURL permet d'avoir une grande liberté juridique dans la rédaction des statuts, mais liberté peut également signifier un plus grand risque. Il est cependant intéressant de voir qu'en l'absence de rédaction des statuts, autant pour les EURL que les SASU, il existe des statuts types qui seront automatiquement appliqués à la création de la société.

Il faut noter que même si les coûts sont plus importants, dans le cadre de la pratique, être sous le régime d'une société a tendance à confier plus de crédit auprès de clients, de banques, qu'un régime autre.

Cette diversité des régimes permet d'adapter votre projet à la fois sur vos besoins propres, mais également d'apporter des protections différentes concernant les patrimoines professionnels et personnels.

N.B. : L'obligation d'avoir un compte bancaire dédié à l'activité professionnelle ne signifie pas avoir un compte bancaire professionnel (normalement utilisé par les sociétés et dont les coûts sont plus importants). Même si votre banquier vous le certifie, un simple compte bancaire personnel suffit. Cela pourra vous éviter de nombreuses dépenses inutiles.

27. Quel est le coût juridique global de la création d'entreprises ?

Le coût juridique global de la création d'entreprises doit s'évaluer en trois temps.

Tout d'abord les frais préalables à la création de la société. L'exploitation d'une entreprise suppose parfois la protection de la **propriété intellectuelle** à travers un **brevet**, ou un dépôt de **marque**. C'est auprès de l'Institut National de la Propriété Intellectuelle (INPI) que ces démarches doivent être réalisées. Il faut prévoir entre 30 et 150 € pour un dessin, 225 € pour marque et entre 500 et 700 € pour un brevet (prix hors taxe).

Ensuite vient le temps de la création à proprement parler. Les coûts diffèrent selon la forme sociale de l'entreprise choisie et son activité. Des frais sont à compter auprès du **CFE** comme l'immatriculation ou les annonces légales. Ce dernier joue le rôle d'intermédiaire avec l'ensemble des administrations concernées par la création d'une entreprise, notamment l'administration fiscale. Si l'on s'intéresse à la forme privilégiée pour la création d'une start-up, les frais de création sont les suivants :

- Frais de publication : en moyenne 230 € ;
- Immatriculation : 49,92 €.

En outre, ces chiffres sont des moyennes pouvant varier selon les départements.

Enfin, il existe des frais de démarrage pour l'entreprise, qui ne sont pas *stricto sensu* juridiques, mais nécessitant de passer un certain nombre de contrats nécessaires à l'activité comme pour l'achat de machines, de matériel informatique, etc. Le recrutement peut aussi représenter un coût juridique à travers la publication des offres d'emplois et des honoraires des recruteurs.

StudAnt - Sarah Akel

Au cours de ma vie étudiante, je me suis rendu compte qu'au sein de l'Université, les étudiants n'étaient jamais informés en cas de changement dans l'emploi du temps. En général, l'information était soit affichée sur des tableaux, soit envoyée par mail ; mais peu sont les étudiants qui consultent leurs boîtes mail.

C'est pour cela que nous avons mis au point StudAnt, l'agenda connecté collaboratif. En cas de changement de cours, changement de salle, ou d'absence ; un étudiant poste cette information dans l'agenda, et la communauté peut ensuite voter pour la validité du changement.

*Au début du projet, nous ne souhaitons pas parler de l'idée, mais nous nous sommes rendu compte qu'il était important de vite fabriquer un prototype. Sans nécessairement savoir coder, il est important pour présenter le projet de voir s'il existe des utilisateurs et de l'intérêt qu'ils porteraient pour le projet. Il y a notamment un MOOC intitulé "**4 hours start-up**", qui explique cela.*

Il est assez difficile de trouver un développeur, de plus il faut pouvoir communiquer avec lui, en ayant notamment certaines notions de ce qu'il fait. Ce n'est pas un "Code Monkey" qui exécutera tout ce qui lui est demandé, mais une personne pleinement compétente avec laquelle il faut comprendre la technique de code employée.

*Il existe d'ailleurs au **NUMA** un événement : "**Adopt a CTO**", par lequel on pitch son projet devant des développeurs. C'est une bonne méthode pour recruter.*

28. Comment séparer son patrimoine professionnel de son patrimoine personnel ?

Séparer son patrimoine professionnel de son patrimoine personnel peut être un véritable plus dans le cas où l'activité envisagée peut avoir des risques financiers importants. La séparation de ces deux patrimoines est un gage de sécurité puisque vos créanciers ne pourront demander à être payés que sur certains de vos biens.

En général, la société est l'un des meilleurs moyens permettant de mettre en place une telle protection.

Il existe des sociétés dans lesquelles la différenciation entre le patrimoine personnel des associés et celui de la société n'existe pas et qui ne vous seront d'aucune utilité pour protéger une partie de votre patrimoine (SNC, SCS, SCA, SCP). Pour ce qui est des SCS néanmoins, le statut d'associé commanditaire, contrairement à celui d'associé commandité, peut vous permettre de limiter votre responsabilité.

D'autres formes sociales permettent la distinction entre patrimoine personnel et patrimoine professionnel, parmi lesquelles on trouve les SARL/EURL, les SAS/SASU et les SEL. Il faut cependant noter que toutes les SEL ne sont pas des sociétés permettant de distinguer le patrimoine professionnel du patrimoine personnel des associés, par exemple pour les SELCA.

Enfin, hors du cadre des sociétés, on trouve également l'EURL, qui peut permettre par le biais d'une *déclaration d'affectation* de séparer ces deux

patrimoines. Rappelons tout de même que l'EI ne permet pas de séparer le patrimoine professionnel du patrimoine personnel, mais que l'on peut mettre à l'abri des biens immobiliers par le biais d'une *déclaration d'insaisissabilité*.

Cependant, séparer son patrimoine personnel de son patrimoine professionnel n'est pas une protection totalement hermétique. Il existe tout d'abord ce que l'on appelle la *confusion de patrimoine* (ou *conflit d'intérêts*) qui par des flux non justifiés entre le patrimoine personnel et professionnel fait que les deux patrimoines se confondent. La protection n'existant plus, les créanciers peuvent alors agir sur un patrimoine élargi. C'est également le cas, si les juges qualifient une faute de gestion du dirigeant au cours d'une procédure collective.

De plus, en pratique, des cautions ou hypothèques sont consenties pour obtenir le financement nécessaire auprès des banques (principalement par le dirigeant d'une société), ce qui rend friable la séparation entre le patrimoine professionnel et personnel.

Ajoutons enfin que depuis 2014, les auto-entrepreneurs ont l'obligation d'ouvrir un compte bancaire pour leurs activités professionnelles. Même si cela ne permet pas de séparer son patrimoine personnel de son patrimoine professionnel, on pourrait envisager que par la suite une réelle distinction sera faite. Cette possibilité semble tout de même assez faible vu que l'auto-entrepreneur est plafonné pour avoir qu'un petit chiffre d'affaires.

V / Procédure de création sociétaire

29. Quels documents présenter au greffe ?

De nombreux documents sont nécessaires au greffe afin de constituer une société. En premier lieu viennent les **statuts** de la société, qui doivent nommer les dirigeants (dans les statuts mêmes ou par un acte séparé), définir le siège social, le montant du capital, le nombre d'associés et leurs hypothétiques fonctions sociales. Cette liste n'est pas exhaustive et chaque régime de société possède des avantages différents. Il est bon de savoir que dans le cas de l'EURL ou de la SASU, le dépôt des statuts n'est pas nécessaire, car le droit prévoit des statuts types qui sont applicables en leur absence.

Il faut aussi effectuer la création d'un compte bancaire professionnel au préalable, et joindre un **dépôt des fonds** attestant que les apports de votre société ont bien été mis en banque. Sachez que ce compte temporaire de dépôt des fonds est bloqué et ne sera utilisable qu'une fois la société créée, sauf cas exceptionnel.

Concernant la domiciliation de la société (son siège social), une **attestation de domicile** est nécessaire, elle peut prendre de nombreuses formes, car elle consiste simplement à prouver l'habitation de la société (contrat de bail commercial, etc.), la preuve se rapporte par tous moyens.

Il peut être désigné un expert-comptable ou un commissaire aux comptes dans les statuts ou des actes séparés. Ces possibilités deviennent obligatoires pour certains régimes et certains seuils. À noter qu'il est parfois nécessaire de désigner un commissaire aux apports dans le cas d'apports

en nature effectués à la société, et le rapport qu'il rendra devra être joint aux statuts.

Enfin, un **avis de création de société** dans un journal d'annonces légales devra être fourni dans le dossier de constitution. Pour expliquer brièvement, cet avis est délivré une fois une publication effectuée à vos frais auprès d'un journal d'annonces légales.

Pour ce qui est des dirigeants, une copie de leur pièce d'identité doit être fournie, ainsi qu'une déclaration sur l'honneur de non-condamnation et une attestation de filiation.

Si un **Commissaire aux comptes** est désigné, il faudra ajouter son inscription sur une liste officielle ainsi qu'une lettre d'acceptation de sa mission.

Enfin un **formulaire CERFA** est nécessaire, on parle de formulaire M0 pour la création d'une SARL et régimes associés, ainsi que pour la création de **SA, SAS et SNC et autres sociétés de capitaux**. Enfin dans le cas de l'Entreprise Individuelle, il existe le **formulaire P0**. Notez également que des avantages peuvent être fournis par un formulaire dit **ACCRES**.

Une fois le dossier constitué, il ne vous reste plus qu'à vous rendre soit directement auprès du greffe du tribunal de commerce, ou auprès de CFE et de régler un coût de dépôt. Ce coût varie en fonction du type de société mis en œuvre.

N'oubliez pas également une fois les statuts tamponnés par le greffe, de les enregistrer auprès de la recette des impôts de votre siège social. L'enregistrement est en théorie gratuit, mais il est nécessaire. Il peut également être bon d'enregistrer auprès de La Poste, la boîte aux lettres du siège social, afin de recevoir les courriers de sa société.

Notez qu'après la création d'une société, de nombreux organismes vont vous contacter. La majorité de ces organismes ne sont pas vitaux à votre entreprise. S'ils vous précisent que des frais de publication n'ont pas été réglés, ne vous précipitez pas ; il s'agit souvent d'une escroquerie.

LegalLib - Lucas Vincent

Nous avons mis en place une plateforme d'interaction et de mise en relation entre avocats, particuliers et professionnels. Les justiciables peuvent soit obtenir une réponse rapidement en consultant un avocat par téléphone, soit choisir un avocat sur la base d'un appel d'offres.

*Il est difficile de passer d'une idée à un produit ; personnellement, j'ai eu la chance d'intégrer l'incubateur **HEC** puis de m'associer avec un super développeur, ce qui nous a permis de franchir cette étape cruciale. Pour ne pas stagner sur son projet, il est extrêmement bénéfique de se faire accompagner par un mentor (dans le cadre de l'incubateur HEC) ou par un tuteur (ce que j'ai pu retrouver au **NUMA** dans le cadre du programme Starteurs).*

De facto, il faut se lancer, qu'importe que notre projet réussisse ou pas, nous en ressortirons toujours grandis.

30. Comment créer un compte bancaire professionnel ?

Meludia - James Galt

*Passionnés par la musique, nous avons mis en place avec mes associés le site Meludia.com. Le concept se base **sur la notion de Ear Training**, et permet à des musiciens d'apprendre la musique, l'harmonie d'une manière plus ludique et pédagogique sans pour autant concurrencer les écoles de musique. En effet, nous travaillons en partenariat avec elles, comme allié, soutien scolaire. Un concept store **Meludia à d'ailleurs été mis en place au centquatre** de Paris afin de présenter la méthode d'apprentissage et nos collaborateurs.*

Si je devais essayer de concrétiser au mieux ma vision de mon métier, je dirais ceci : "L'entrepreneuriat est probablement la seule façon que vous aurez de réaliser ce que vous aimez avec l'objectif de réussir". Il est donc nécessaire de bien savoir s'associer pour mener à bien son projet.

Avec toutes les personnes que j'ai été amené à rencontrer, je me suis également rendu compte qu'il était important de savoir se financer, sans pour autant vouloir un financement excessif face à son projet. Le tout est de savoir doser ses besoins avec l'ambition de son projet.

Avec la création d'une société, d'une entreprise ou même dans le cas du régime de l'auto-entrepreneur, il faut avoir un compte bancaire dédié à son activité professionnelle. Cette démarche est d'ailleurs particulièrement importante dans le cas de la création d'une société, et permet d'obtenir une **attestation du dépôt des fonds**, nécessaire au dépôt des statuts.

Alors, pour procéder à la création d'un compte bancaire dédié à votre activité professionnelle, il faut avant tout démarcher des banques. Chaque banque propose des services différents et variés, qu'il faudra analyser en amont selon vos besoins.

Il est également intéressant de voir qu'il existe deux types de comptes bancaires : un compte professionnel et un compte personnel. Même si depuis la **loi de financement de la sécurité sociale du 22 décembre 2014 n° 2014-1554**, les auto-entrepreneurs ont l'obligation d'ouvrir un compte bancaire séparé de leurs comptes personnels, ce compte bancaire n'a pas à être un compte professionnel à proprement parler, mais peut être un compte bancaire personnel dédié à l'activité personnelle. La différence réside principalement dans le fait que ce type de compte n'a pas autant de charges qu'un véritable compte professionnel.

Une fois les fonds réunis, il est nécessaire que vous alliez voir votre banquier. Après avoir négocié avec lui, et dans le cas d'une société, un premier compte sera créé et inutilisable tant que les statuts tamponnés par le greffe n'auront pas été déposés à la banque (comptez en général environ deux semaines). Une fois cette formalité effectuée, votre banquier créera un second compte qui sera quant à lui utilisable selon les modalités que vous aurez choisies (avec une carte bancaire, un chéquier, et autres...).

Les frais que vous aurez engagés pour la création de votre société pourront notamment être repris (voir la question sur la **reprise des actes juridiques**) et ainsi vous être remboursés, à vous ou à vos potentiels associés, une fois le compte bancaire professionnel créé.

Sachez également que vous pouvez avoir, dans le cadre de votre activité, plusieurs comptes bancaires ; ce qui peut être notamment le cas si vous contractez divers emprunts auprès des banques.

VI / La vie de la société

31. Comment calculer la valorisation de mon entreprise ?

Autant le dire tout de suite : il n'y a pas réellement de méthode viable de valorisation pour une start-up. L'évaluation de l'entreprise est avant tout l'évaluation d'un ensemble de services.

Ainsi des indicateurs permettront de juger de la **stratégie marketing** et de la **finance** de l'entreprise, ou de tout caractère qui permettra d'y élaborer une stratégie à partir de l'ensemble de ces indicateurs. Ces caractères permettront aux investisseurs ou aux détenteurs des capitaux d'estimer la valorisation de leur start-up.

Pour les apporteurs de capitaux, cette analyse doit être pragmatique, bien qu'il ne soit pas aisé de définir la valorisation d'une "start-up", entreprise hybride d'un nouveau genre, capable des croissances les plus extraordinaires comme des échecs les plus cuisants. S'agissant de ces nouveaux modèles commerciaux, la lisibilité est donc extrêmement faible.

Les investisseurs financiers ont principalement recours à deux méthodes, que nous ne développerons pas ici : les capitaux-risqueurs (VCM), une adaptation de la méthode des "discounted cash-flows" aux start-up. La seconde, qui est une variante de la première, est le multiple d'investissement de départ (prix de cession/investissement de départ).

Il est bon de savoir qu'en "phase d'amorçage", les investisseurs cherchent généralement à multiplier leur investissement de départ par huit à un horizon de 5 ans et par vingt à un horizon de 8 ans.

Mais l'absence de recul suffisant il n'est pas intéressant de se focaliser sur cet aspect matériel, et les investisseurs vont généralement se concentrer davantage sur les qualités humaines du porteur de projet (qualité de l'équipe, relationnel avec les investisseurs, connaissance intrinsèque du marché, etc.) et sur les potentialités que porte le projet (l'actualité et la taille du marché, le début de traction que peut avoir la start-up, etc.), que sur l'évaluation.

C'est donc la plupart du temps sur des éléments subjectifs qu'on va chercher à rationaliser, davantage pour se rassurer que pour en juger, que la décision va être prise.

32. Combien coûte un comptable, et est-ce obligatoire ?

Le rôle d'un expert-comptable se remplit avant, pendant et après la création d'une entreprise. C'est un rôle sur mesure qui doit absolument s'adapter aux clients et aux entreprises. Son rôle est indispensable tout au long de la vie de l'entreprise.

Lorsque l'on crée une entreprise, il est évident que l'on touche à de nombreux domaines que l'on ne connaît pas précisément. De la même manière que le dirigeant d'entreprise va s'entourer d'un informaticien ou d'un web-designer, il est important de s'entourer d'un expert-comptable. Ceci n'est évidemment pas obligatoire, mais la tenue de la comptabilité en entreprise est primordiale et demande une rigueur sans faille.

La tenue de la comptabilité impose des obligations comptables et fiscales. Quelques exemples ci-dessous :

Dans un premier temps, l'expert-comptable peut vous aider à faire le choix des immatriculations. Par exemple le choix de la date de clôture, car en fonction du business et du cycle de production on va choisir une date précise (mars, décembre) et l'adapter à l'entreprise. À côté de cela, le choix de **TVA** qui va aussi dépendre du volume d'activité et votre propre développement. Ce choix va entraîner l'envoi de déclaration par l'administration qu'il faudra remplir. Après la TVA il y a un choix du régime d'imposition (sur les sociétés, ou sur les revenus). En attendant la fin de l'année, il faudra essayer de décaler les paiements ; tous ces choix vont être indispensables et auront un impact fort sur la première année.

Une fois l'immatriculation de la société faite, on va rentrer dans une phase plus traditionnelle avec des obligations fiscales, juridiques et sociales. La tenue comptable doit être régulière, peut-être trimestrielle au départ puis mensuelle ensuite. L'administration fixe des dates limites qu'il faut savoir respecter.

Les obligations sociales arrivent dès le premier employé à travers la déclaration unique d'embauche, le contrat de travail, le paiement des salaires et des charges sociales, etc. Les obligations fiscales correspondent en particulier à la liasse fiscale et à la déclaration des honoraires.

Ainsi, vous pouvez vous-même rendre compte de l'ensemble de ces obligations. Pourtant, si vous n'avez que très peu de connaissances en comptabilité, il est très utile de faire appel à un expert-comptable qui pourra non seulement vous aider, mais aussi vous conseiller sur l'ensemble de ces questions. Par exemple, il peut aussi vous être utile dans la rédaction de votre **Business plan**. Derniers détails, mais non des moindres, le fait que vous remplissiez vous-même vos déclarations : celles-ci seront *non-attestées* et vous risquez de payer plus d'impôts.

Mais combien coûte un expert-comptable ?

Le prix d'un comptable ou de ses devis comptables varie en fonction du volume de travail que vous lui donnez et de son niveau de compétences. Un comptable peut coûter entre 70 € HT et 500 € HT d'honoraires par mois. Plusieurs solutions s'offrent à vous :

- Pour une petite entreprise (EURL ou Entreprise individuelle) sans salarié, un expert-comptable de proximité peut s'occuper de toute la partie comptable et fiscale pour en moyenne 1 500 € HT par an ;
- Sur internet : Un expert-comptable en ligne permet en général de diminuer le coût de son bilan de 20 à 30 % par rapport à un expert-comptable de proximité (jusqu'à - 50 % en région parisienne). Il permet aussi de gagner du temps puisqu'il ne nécessite aucun déplacement ;
- Embaucher un comptable : le prix d'un comptable salarié dépend de sa qualification (ses diplômes et son expert ;
- Un comptable débutant faiblement qualifié pourra vous coûter 30 000 € avec les charges patronales ;
- Un comptable expérimenté pourra vous coûter plus du double s'il a une bonne expérience ;
- Un comptable débutant en alternance vous coûtera 12 000 € par an, mais ses compétences sont quasi nulles la première année.

33. Communication interne, externe : quelles différences ?

Il est important de distinguer dans une entreprise la communication externe et la communication interne.

La **communication externe** vise l'écosystème de la start-up (fournisseurs, clients, État, banques, etc.). Elle a pour objectif de faire connaître la société et son activité, d'acquérir plus de parts de marché et de fidéliser les clients. La **communication interne** désigne l'ensemble des actions entreprises pour mettre les personnes en relation les unes avec les autres dans la réalisation d'un projet. Il s'agit d'un des piliers de la gestion de l'entreprise.

Le processus d'une bonne communication consiste à informer les différents publics internes (managers, leaders, cadres, employés, ouvriers) afin d'expliquer un fait (projet, changement, nouveauté...) dans le but de les convaincre et de les faire adhérer.

Partoo - Bertille Sanchez

*Les clients, lorsqu'il cherche un commerce (par le biais d'annuaire, de google, autres...) trouvent en premier lieu les sociétés le mieux référencées sur le moyen employé. Il est donc important pour les commerçants de pouvoir être référencé sur le plus de sites possible avec des informations à jour. La start-up Partoo permet d'inscrire le maximum d'information et d'établir une **stratégie multi-canal**, pour accroître la visibilité.*

Il est important de communiquer sur son projet, pour fidéliser sa clientèle, rassurer ses investisseurs, et également toucher davantage le chaland.

Après avoir été sous le statut d'étudiant-entrepreneur, je pense qu'il y a un potentiel important au sein des start-up, pour apprendre, découvrir et concevoir. Ce qui est passionnant dans ce milieu, c'est sans doute la possibilité de réfléchir chaque jour à des nouvelles questions, et de voir évoluer son idée parmi des perspectives insoupçonnées au départ.

34. Comment communiquer sur son produit/projet (externe)?

Splayce - Jean-Jacques Arnal

*Après avoir créé la société **Imaginatio** qui édite Splayce, une application qui permet la détection automatique des références juridiques d'un texte, nous avons proposé, dans le cadre de l'initiative **Open Law**, une application de consultation du Journal Officiel qui est devenue **toutelaloi.fr**. Cette application présente le Journal officiel, et a vocation à présenter par la suite lois, décrets et jurisprudence, dans le cadre d'un système de recherche et d'alerte profondément novateur.*

*J'ai aussi fondé l'application **Stootie**. Je pense qu'il faut avoir un regard critique sur le monde des start-up. Les fondateurs d'Uber ont pitché leurs projets et peu de personnes y croyaient, tout comme Twitter. Il est plus facile de se dire qu'un projet ne marchera pas et qu'il n'est pas viable. Il faut savoir écouter les critiques mais garder son jugement.*

*En France, l'**Open Data** est très développé et Splayce comme toutelaloi.fr ont vocation à proposer des valeurs ajoutées nouvelles, non proposées jusqu'ici par les éditeurs traditionnels. Splayce alerte ainsi les utilisateurs lorsque les textes cités dans un document sont abrogés, ce qui évite de faire des erreurs ou permet de faire tomber des pans entiers de procédure.*

La communication est un des piliers incontournables pour une start-up, afin de gagner en notoriété et de pouvoir commercialiser plus facilement ses produits ou services.

Même si les moyens de communication sont nombreux et très diversifiés (réseaux sociaux, mailing, événements, etc.), il est important de définir en amont une stratégie afin de rendre sa communication efficace. Voici donc

ci-dessous les étapes que l'on vous conseille de suivre si vous souhaitez maximiser l'efficacité de votre communication.

Première étape - analyser votre marché et vos concurrents :

Cette première étape doit vous servir à cerner précisément l'environnement dans lequel votre entreprise évolue. Vous devez donc pouvoir répondre à des questions telles que : Qui sont mes clients potentiels ? Quelles sont leurs tranches d'âges ? Quels sont les moyens de communication les plus efficaces pour les contacter ? Quels sont leurs centres d'intérêts ? Outre vos clients, vous devez aussi vous intéresser à vos concurrents : Qui sont-ils ? Quels sont nos points communs ? Pourquoi mon produit est-il différent ? Comment communiquent-ils ? Cette stratégie est-elle efficace ? Comment puis-je me différencier ?

Les réponses à ces questions, évidemment non exhaustives, doivent vous permettre de vous situer dans un environnement concurrentiel. Les conclusions que vous allez en tirer serviront de base en vue de l'élaboration de votre stratégie de communication. Par exemple, des critères tels que le milieu socio-professionnel ou la localisation de vos clients seront essentiels. Le message envoyé à un adolescent vivant en milieu urbain doit par exemple être différent de celui adressé à une personne âgée vivant en milieu rural.

Deuxième étape - définir le message à véhiculer :

Une fois que vous avez une vision précise de votre marché, de vos

concurrents et de vos futurs clients, il faut mettre en place un message qui corresponde précisément votre activité.

Afin de la clarifier, il est utile créer une hiérarchie entre les différents buts de votre communication. Dans cette logique, votre communication doit partir d'une explication généraliste vers la précision de votre activité.

La première question que vous devez vous poser : est-ce que tout le monde comprend mon activité ? Si oui, vous pouvez alors communiquer plus précisément sur vos services ou produits. Si non, il faut alors que l'axe principal de communication soit la simplification de votre message. Car s'il faut établir une hiérarchie des messages, le premier est la compréhension de l'activité, le second correspond à la valeur ajoutée que vous apportez par rapport à la concurrence, et le troisième a pour but de présenter et *vendre* vos services ou produits.

Troisième étape - recenser les moyens de communication :

En accord avec les budgets que vous dédiez à votre communication, listez les moyens qui sont à votre disposition. Ci-dessous, quelques moyens de communication intéressants grâce à leurs faibles rapports Coût/Efficacité.

Site internet : Le site internet doit être le point de départ de votre communication sur le web. Il est indispensable pour communiquer sur vos produits, mais aussi souvent pour les vendre. Il est possible, si vous souhaitez plus de précisions, de vous reporter à la définition de l'**e-réputation** dans le lexique.

Les **réseaux sociaux** : Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, sont autant d'outils qui sont aujourd'hui essentiels dans la communication d'un produit visant les 15-30 ans, souvent premiers consommateurs des produits innovants. Ces réseaux doivent vous servir à communiquer sur le quotidien de votre entreprise afin de créer un lien fort entre vos potentiels clients et vous.

L'importance de votre **réputation** est essentielle dans un contexte où vous devez être capable de vous démarquer de la concurrence en vous adaptant rapidement à la demande de vos clients.

Les **partenariats** : La difficulté de nombreux entrepreneurs réside dans l'isolement qu'ils peuvent subir au quotidien, plongés dans la réalisation de leurs projets. Un des points cruciaux de la communication d'une start-up, qui permet d'entrevoir de nouveaux horizons, réside dans les partenariats. Ils sont des leviers de développement importants pour vous faire connaître. Que vous choisissiez de faire intervenir d'autres entrepreneurs sur votre blog, ou d'échanger du contenu avec des sites, ou encore co-organiser des événements, vous bénéficiez et faites bénéficier du trafic vers vos sites internet respectifs. Vous gagnez donc en visibilité et votre notoriété va grimper en flèche grâce à la au caractère viral des entreprises.

Newsletter : instaurer la possibilité de s'inscrire à une liste de mailing donnant des nouvelles de votre société peut être une façon intéressante de créer un lien avec votre clientèle potentielle. De plus, répondre directement à ses clients ou prospects sur les réseaux sociaux ou via une plateforme interactive sur le site internet de l'entreprise peut s'avérer très efficace. Il faut cependant éviter de "spammer" en abusant de cet outil.

Quatrième étape - établir un plan de communication :

Le plan de communication est un calendrier qui précise vos actions de communication sur 6 mois ou un an maximum, car il est nécessaire d'avancer étape par étape. Les premières étapes doivent servir à faire connaître vos activités et à montrer en quoi vous vous démarquez de la concurrence. Une fois cette étape acquise, vous pourrez communiquer plus précisément. La communication n'est pas un simple acte ponctuel, mais bien un véritable processus qui se doit d'être efficace et qui peut avoir une conséquence importante sur vos ventes.

La communication de votre entreprise est un réel processus à mettre en place qui ne se résume pas à plusieurs actions. Elle nécessite une vraie réflexion et une analyse. C'est un travail qui peut prendre du temps, mais qui est largement nécessaire pour organiser vos actions et leur donner le plus de chances d'obtenir les résultats attendus.

35. Comment vont réagir mes proches face à mon projet ?

Happy-sharing - Nathalie Tshiamala

*La plateforme Happy Sharing est une **ESS** dédiée à la mise en relation de parents du même quartier et/ou d'école, pour faciliter l'échange de la garde des enfants. Cela permet à des parents de pouvoir arranger d'avantage leurs emplois du temps, sans payer en contrepartie un service rendu. En plus d'échanger la garde d'enfants, nous souhaitons fédérer une communauté, organiser des événements sportifs pour permettre aux parents de se rencontrer (tels l'événement **Happy Day of Pâques**).*

Un ancien stagiaire a énormément contribué au projet, et il a poursuivi l'aventure à mes côtés. Aujourd'hui nous sommes en phase de recrutement et l'on pense que les stagiaires, ou toutes personnes ayant un contrat de professionnalisation doivent être impliquée dans la structure d'une start-up, car ils peuvent par la suite devenir des éléments essentiels au projet.

J'ai eu beaucoup d'expérience positive, mais également des expériences négatives qui finalement nous boostent à continuer, à se dire que son idée est bonne. La difficulté que l'on rencontre à tous points de vue permet de réellement développer son projet. Comme dit l'adage, "à vaincre sans péril, on triomphe sans gloire".

À l'annonce de votre projet, les réactions de vos proches vont sûrement vous surprendre ! Ceux-ci pourront tout d'abord être inquiets pour votre avenir, vos choix. À vous de les convaincre ! Ils vous soutiendront rapidement dès que le projet prendra une forme plus concrète. La détermination à aller plus loin est le meilleur moyen de leur prouver que votre projet est rationnel, construit. La confiance de vos proches viendra une fois que le projet sera conceptualisé.

"Maintenant que la plate-forme existe, le projet est plus concret et nos proches suivent avec beaucoup d'intérêt nos avancées et croient en nous

! Ils ont réalisé que nous avions pris nos vies en main, que nous avions la tête sur les épaules et que nous n'allions pas dans le parfait inconnu" - **Simon Gros**, Co-founder.

36. Est-ce que je dois disposer d'un bureau au début de mon activité ?

Disposer de bureaux au début de son activité peut constituer un avantage de taille, notamment en termes d'organisation du travail et d'image auprès de ses clients ou d'éventuels investisseurs. Cependant, l'achat ou la location de bureaux dès le départ de l'activité constitue un investissement important, qui n'est pas une nécessité première lorsque l'on crée son entreprise sur le modèle d'une start-up innovante, et par conséquent, cela mobilise des fonds qui pourraient être placés dans d'autres secteurs plus utiles pour démarrer dans de bonnes conditions.

D'ailleurs, il n'est pas obligatoire de disposer de bureaux au début de son activité. Ils peuvent constituer l'adresse de domiciliation de l'entreprise, ce qui est nécessaire certes, mais il existe d'autres manières de domicilier son entreprise, particulièrement utiles lorsque celle-ci vient de voir le jour.

Premièrement, il est possible de domicilier son entreprise à son domicile personnel, pour une entreprise individuelle, comme pour une société. Pour une entreprise individuelle, il est possible de domicilier l'entreprise à l'adresse du domicile personnel de l'entrepreneur individuel, à condition que le bail, le règlement de copropriété et les règles d'urbanisme ne s'y opposent pas. Il existe ensuite des restrictions dans les villes de plus de 200.000 habitants ou dans certains départements (Hauts-de-Seine, Seine-Saint-Denis, Val-de-Marne), qui imposent que l'entreprise soit domiciliée au domicile personnel de l'entrepreneur individuel. Pour une société, il est possible de domicilier l'entreprise au domicile personnel de son dirigeant, et si une règle quelconque s'y oppose, cette domiciliation est toujours possible, mais pour une durée de 5 ans seulement.

Ensuite, il est également possible de domicilier son entreprise auprès d'une société de domiciliation. Il existe des sociétés spécialisées de domiciliation, agréées par le préfet du département (ou le préfet de police à Paris) et immatriculées au Registre du Commerce et des Sociétés. Lors de sa demande d'immatriculation auprès du Centre de Formalités des Entreprises, le créateur d'entreprise doit présenter le contrat de domiciliation conclu avec le propriétaire ou le titulaire du bail de ces locaux. L'activité de domiciliation ne peut être exercée dans un local à usage d'habitation principale ou à usage mixte professionnel. Par ailleurs, une société peut également se faire domicilier dans les locaux d'une autre entreprise (s'il s'agit d'une société et de ses filiales, un contrat de domiciliation n'est pas obligatoire). Mais si celle-ci n'est pas propriétaire des locaux, il faut qu'elle obtienne l'accord écrit du bailleur avant l'immatriculation.

Enfin, si l'on ne dispose pas d'un local propre, de bureaux, au début de son activité, il est possible de rejoindre une **pépinière** d'entreprise, dans des locaux occupés en commun par plusieurs entreprises, ce qui permet au créateur d'être accompagné par des spécialistes, de profiter d'équipements et de services mutualisés, par exemple des services de secrétariat, des espaces de réunion et de réception. Les locaux mis à disposition sont généralement adaptés à la taille d'une entreprise naissante et le coût est modéré.

37. A-t-on besoin d'un réseau pour l'activité que l'on envisage et si oui, comment d'accroître ?

Le réseau est de manière générale essentiel, mais il n'est pas obligatoire de l'avoir déjà constitué au moment de la création de l'entreprise. Il est possible de construire son réseau au fur et à mesure du développement de l'activité.

Il est toujours plus simple d'avoir déjà un réseau avant de créer son entreprise : gain de temps, communication plus rapide, augmentation des opportunités de développement dès le début de la vie de l'entreprise.

Il est également possible de forger son réseau par la force de sa communication et de sa réussite : mais encore faut-il bien communiquer et avoir des événements marquants et réguliers. Par exemple, gagner un concours de pitch pour un jeune entrepreneur peut lui apporter beaucoup de nouveaux contacts et une bonne publicité. De même, être mentionné dans un article de journal à forte réputation.

Comment accroître ce réseau ?

Communiquer et faire vivre "activement" son entreprise !

- Articles de presse ;
- Publipostage (mails publicitaires) ;
- Site internet / réseaux sociaux ;
- Cartes de visite ;
- Participation et création d'événements ;

- Parler à son entourage, sur les réseaux sociaux.

Tigerlily Studio - Matthieu Chéreau

Tigerlily Studio est un logiciel permettant de gérer et d'optimiser ses actions sur les médias sociaux. Nous sommes actuellement en train de développer une nouvelle application, Sleek permettant de gérer les conversations via des réseaux sociaux tels Facebook, Twitter, Instagram, ...

*En mai 2010, nous avons déjà un prototype pour notre projet, et avons gagné des prix sur le Web. Nous avons commencé à médiatiser afin d'établir une stratégie à l'international. J'ai donc été au **South by Southwest** en payant seul mon billet d'avion, afin d'obtenir des fonds par le biais de **Business angel**. Cela a été très difficile, car c'est une grande conférence qui est très courtisée par des entrepreneurs comme de nombreuses autres personnes. Mon objectif était de réussir à m'entretenir avec un des investisseurs, et il m'a fallu entre 6 à 8 heures pour glaner dix minutes d'entretien. Je suivais notamment l'investisseur qui m'intéressait grâce à l'application Foursquare qui venait de sortir à l'époque.*

*Durant cet entretien qui a duré à peine dix minutes, il m'a été conseillé de tenter le **SeedCamp (incubateur à Londres)**. J'ai donc suivi ses conseils et tenté d'abord le SeedCamp de Paris, puis de Londres et suis parvenu à **lever des fonds**.*

Il faut donc savoir être patient et modeste pour chercher les bonnes personnes, qui pourront nous prodiguer les bons conseils. Cela, tout en ayant une approche directe et respectueuse, aux risques de tout perdre.

VII / La fin de mon projet

38. Quelles démarches entreprendre pour dissoudre ma société ?

D-Gusto - Benoît Cassar

D-Gusto est un e-concept marketing permettant la vente de vin en ligne. Le site se subdivise en trois parties, l'une consacrée à la vente par abonnement mensuel, une boutique en ligne classique référençant des producteurs peu connus et dont les vins savent parfaitement bien se marier à différents plats ; et une partie club procurant divers avantages.

Nous visons principalement des personnes cherchant à apprécier un bon vin lors d'une soirée, et c'est pour cela que nous apportons des précisions sur la nature du vin (tel le cépage, la robe, le bouquet, ...) et l'accompagnement culinaire le plus approprié.

Par le passé j'ai été directeur d'un magasin, et lorsque j'ai proposé ma vision stratégique concernant le marketing mixte du magasin, le propriétaire n'a pas voulu la suivre. La société a fait faillite, et j'ai repris les locaux en appliquant ladite stratégie. Aux vues des résultats ainsi obtenus dans le magasin, cela m'a confirmé dans le fait que la vision adoptée avait été la bonne et j'ai décidé de créer une start-up mettant en place des concepts marketing tels D-gusto. Pour conclure, je dirais qu'un échec n'en est pas vraiment un, si on parvient à rebondir dessus.

En tant que dirigeant d'une société, il est possible "d'arrêter sa société" c'est-à-dire de prononcer la dissolution anticipée amiable ou la liquidation. C'est une cessation totale d'activité de la société. Elle s'effectue souvent lorsque les résultats ou la motivation font défaut. 3 étapes sont alors à distinguer :

1^{ère} étape : l'assemblée générale de dissolution

Il est nécessaire de réunir une Assemblée Générale de dissolution. Le procès-verbal de l'Assemblée Générale devra mentionner :

- la date de la cessation d'activité ;
- l'identité du liquidateur ;
- le siège de la liquidation (souvent le domicile du liquidateur).

Le procès-verbal de l'Assemblée Générale de dissolution est à envoyer en 4 exemplaires au Service des impôts des entreprises du lieu où sont envoyées les déclarations de TVA, afin qu'il l'enregistre. Sur les 4 exemplaires, le service en gardera un, un vous sera destiné et les deux autres devront être envoyés au greffe du Tribunal de commerce du ressort du siège social de votre société. Le coût de la seconde étape, dite d'enregistrement, est de 375 € si le capital social est inférieur à 225 000 € et de 500 € si le capital social est supérieur ou égal à 225 000 €.

Ensuite, il faut la liquidation de la société dans un **journal d'annonces légales**. Le coût varie selon la taille de l'annonce (prix HT/mm). Certains sites proposent des modèles type, pouvant osciller autour des 70 € HT.

Dès que l'attestation de parution de l'avis de liquidation aura été obtenue, les documents suivants sont à envoyer au greffe du Tribunal de commerce :

- 2 exemplaires du procès-verbal d'Assemblée Générale décidant la dissolution de la société ;

- l'attestation de parution dans le journal d'annonces légales ;
- le formulaire M2 se trouvant sur infogreffe.fr dont les cadres 1, 2, 6, 15, 17 et 18 sont à remplir-
- un chèque de 200,14 €

2^{ème} étape : La liquidation du passif de la société

La société aura cessé toute activité. La liquidation de la société sera effectuée en faisant rentrer les factures impayées, en payant les fournisseurs, et vendant le stock et les immobilisations. Les actionnaires devront être remboursés du capital qu'ils ont souscrit en fonction des pertes inscrites au bilan. Il faudra ensuite apurer les comptes de cotisations fiscales des dirigeants auprès des organismes sociaux (URSSAF, retraite, RSI) et envoyer aux organismes sociaux le document P4PI de demande de radiation.

À la suite de cette étape, suivant les résultats (bénéfices ou pertes), il faudra procéder à un autre enregistrement au Service des impôts de l'entreprise.

3^{ème} étape : La clôture de liquidation

Dans le procès-verbal d'Assemblée Générale de dissolution, vous avez indiqué une date de clôture de liquidation. Vous avez entre 3 mois et 2 ans pour effectuer la clôture. Entre la décision de dissolution et la clôture de

liquidation, aucune activité ne peut avoir lieu, sauf en ce qui concerne le recouvrement des créances et la liquidation des dettes.

Il faudra ensuite envoyer certains documents au Greffe du Tribunal de commerce pour la clôture de liquidation :

- le formulaire M4 dont les cadres 1, 3, 4bis, 9 et 10 sont à remplir ;
- 2 exemplaires de procès-verbal d'Assemblée Générale décidant de la clôture de liquidation (à enregistrer également au Service des impôts des entreprises dans le cadre d'un boni de liquidation) ;
- 2 comptes de clôture de liquidation ;
- la mention de la clôture de liquidation inscrite dans le journal d'annonces légales ;
- un chèque de 15,23 € à l'ordre du Greffe du tribunal de commerce.

Il est possible d'organiser le même jour la dissolution anticipée et la clôture de liquidation, mais elles doivent être constatées par deux actes différents. Il faudra alors envoyer au Greffe du Tribunal de commerce les documents inscrits sur le site *formalites.fr* :

- 3 exemplaires de l'Assemblée de dissolution anticipée ou 1 exemplaire déjà enregistré ;
- 3 exemplaires de l'Assemblée décidant de la clôture de liquidation ;

- 1 exemplaire du bilan de clôture ;
- 2 pouvoirs à l'ordre du greffe dûment complétés et signés ;
- 1 fiche de renseignement C.F.E. dûment complétée.

Pour le Liquidateur (s'il n'est pas sur le K-BIS) :

- 1 justificatif de l'identité et de la nationalité ;
- 1 attestation de non-condamnation et de filiation dûment complétée et signée.

Les frais administratifs sont globalement estimés à 1423,17 € (sans compter les frais de conseils juridiques auquel on peut avoir recours).

39. Comment rebondir si mon projet échoue ?

Bridges - Mickael Coenca

Nous avons mis en place un système alternatif de navigation sur internet, parce qu'au lieu d'observer à longueur de journée des vidéos de chat sur Youtube, nous préférons vous proposer un contenu qui est recommandé non pas par des algorithmes, mais par des gens.

Avant de lancer Bridges, nous avons travaillé sur un projet de paquet de cigarettes connectées pour aider les gens à arrêter de fumer. Après huit mois et un prototype, nous avons pitché auprès de la Silicon Valley et avons su attirer l'intérêt d'investisseur et de divers accélérateurs.

Cependant au moment de s'engager plus loin dans notre projet, deux membres se sont désistés, car ils n'étaient pas encore prêts à ce type d'expérience. Si je devais vous présenter une conclusion à cette petite anecdote, je vous dirais qu'il est important de communiquer avec ses associés, de savoir les motivations et les intérêts de chacun dans le projet que l'on tente d'établir en commun et de sceller ses différences de croyance par un écrit.

Nous avons rebondi avec le projet de Bridges, et nous nous sommes aperçus qu'il fallait vraiment monter une start-up avec ses convictions personnelles, celles qui nous tiennent à cœur.

C'est une réponse très personnelle. Voici la vision d'un étudiant-entrepreneur :

Pierre de Moucheron (étudiant en L3 économie gestion au sein de l'université d'Assas) :

C'est une question taboue, surtout en France, où la culture de l'échec n'est pas très présente. À l'inverse, aux États-Unis, on raconte souvent que les entrepreneurs qui n'ont pas eu au moins un échec se voient refuser des prêts bancaires.

Je me souviens d'être allé voter pour les start-up de la chaire entrepreneuriale de l'**ESCP**. Le public était chargé de voter sur les différents projets présentés. **Severin Marcombes**, qui faisait partie des intervenants, a expliqué qu'il avait connu un échec avec sa première entreprise. J'ai senti dans la salle une certaine inquiétude.

Mais il a expliqué avoir appris de ses erreurs et nous a présenté son nouveau projet. Quelques jours plus tard, il lançait son financement, qui deviendra la 6ème plus grosse levée de fonds sur la plate-forme de Crowdfunding "**Kickstarter**" (1,2 million de dollars).

En somme, l'échec n'est pas une fatalité. Au contraire, il est enrichissant.

Combien de grandes entreprises sont nées suite à l'échec d'une première expérience ? Twitter, qui est né de l'échec d'Odeo, est une illustration probante.

La cessation d'activité est une option qui n'est pas envisageable au démarrage du projet, qui n'est pas enseignée, mais qui s'impose dans certains cas, et qui doit être perçue comme un acte de gestion courageux.

Sur le plan académique, la création d'une entreprise ne sera jamais dévalorisée, bien au contraire les écoles, ou les futurs employeurs verront en vous des qualités qui vous différencieront (persévérance, esprit d'équipe, culot). Un professeur d'Audencia m'a dit que notre expérience valait tous les masters.

J'ai moi-même lancé une start-up (**WhoWanna**) qui a duré un an et demi. Ce fut une expérience formidable, pleine de découvertes, de rencontres et d'enseignements. Avant d'arriver à l'échec, nous avons parcouru un long

chemin. Nous avons rencontré des obstacles, levé des fonds qui nous ont galvanisés et reçu des soutiens inattendus. Malgré la courte vie de notre entreprise, nous avons beaucoup appris de cette expérience.

En conclusion de cette expérience, je peux dire que je n'ai aucun regret et que si l'aventure devait repartir notre équipe n'en serait que plus forte. Certains parlent d'une "immunisation".

40. Et après ?

A vous de vivre votre histoire, de la faire évoluer, et de la partager avec d'autres. Il ne reste plus qu'à vous lancer !

*Les étudiants de l'Association **Jeune Pousse d'Assas***



JEUNE POUSSE
D'ASSAS

Lexique

Abattement :

D'un point de vue fiscal, un *abattement* consiste à réduire le montant d'imposition en déduisant du montant initial une certaine valeur d'abattement. Un abattement s'obtient si certaines conditions sont remplies. Il permet donc une réduction de la base d'imposition.

Accélérateurs :

Réservées aux **start-up**, ces structures permettent à des porteurs de projets de concevoir, financer et également lancer leur offre sur le marché dans un temps très bref (de trois à six mois). L'accélération peut prendre la forme d'une aide financière, d'un prêt de matériel industriel, ou bien encore d'une aide à la gestion commerciale.

B2B (Business to Business)¹ :

Ce terme est utilisé pour désigner l'ensemble des relations commerciales entre entreprises.

B2C (Business to Consumer)² :

Destiné au grand public, le *B2C* est l'ensemble des relations commerciales entre les entreprises et les consommateurs.

¹ Voir aussi : <http://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire/B-to-B-ou-B2B--238579.htm> (consulté le 29 avril 2015)

² Voir aussi : <http://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire/B-to-C-ou-B2C--238590.htm> (consulté le 29 avril 2015)

B-corp³ :

Le *B-Corp* est un label américain, qui a la particularité de s'adresser aux entreprises qui ont des objectifs sociaux ou environnementaux ; Il s'obtient par le biais d'une certification.

Big data (ou datamasse) :

Revient à acquérir un ensemble de données qui, seules, n'ont pas de réel impact, mais dont l'ensemble peut apporter une analyse macroscopique sur un phénomène particulier. Cela peut donner une orientation à adopter pour le gouvernement d'une entreprise, mais également des informations permettant d'améliorer le rendement, la rentabilité, les types de clients, etc.

Brevet :

Un *brevet* est un titre de propriété industrielle. En France, les brevets sont délivrés par l'**INPI** et confèrent à un individu un droit exclusif d'exploitation d'une invention sur un territoire pendant une période de 20 ans, moyennant le paiement d'annuités. Il n'est pas possible de breveter une idée, en revanche les moyens techniques mis en œuvre pour la concrétiser peuvent être brevetables.

³ "*B-Corp*" - Les Echos - M.Q. - le 04 avril 2012 - URL : http://www.lesechos.fr/04/04/2012/LesEchos/21159-048-ECH_--b-corp---le-label-qui-seduit-le-capitalisme-americain.htm
(consulté le 29 avril 2015)

Business angel :

Un *Business angel* est une personne physique qui investit une part de son patrimoine financier dans une ou plusieurs entreprises innovantes à fort potentiel de croissance. Ce sont généralement des cadres d'entreprises en activité ou anciens entrepreneurs, qui bénéficient d'une expérience professionnelle, et qui assurent parallèlement au soutien financier, un accompagnement, un conseil de l'entreprise.

Business model :

Un *Business model* décrit la logique de l'entreprise, la façon dont elle opère et crée de la valeur afin d'assurer sa pérennité. C'est en quelque sorte une représentation du système "entreprise", une modélisation de la façon dont une entreprise fait du "business".

Business plan :

Le *Business plan* est un document synthétique permettant de présenter un projet d'investissement ou de définir l'évolution à moyen terme d'une entreprise. Il doit refléter la vision du dirigeant et sa stratégie. C'est en réalité la traduction en texte et en chiffres des perspectives d'avenir envisagées. Il va permettre au chef d'entreprise de formaliser et communiquer sa vision. La traduction française du mot "Business plan" est "Plan d'affaires", mais c'est un terme relativement peu usité.

Capital social :

Montant total de la valeur nominale des parts sociales ou des actions émises par la société, et réparties entre les associés ou les actionnaires en échange de leurs apports en numéraire ou en nature.

Capitaux propres :

Les *capitaux propres* représentent l'argent apporté par les associés à la constitution de la société, ou ultérieurement, c'est l'addition du **capital social** aux réserves et au résultat de l'exercice. Le rôle des capitaux propres peut être de financer une partie de l'investissement, ou de servir de garantie aux créanciers de l'entreprise. Les capitaux propres représentent plus simplement le patrimoine de l'entreprise moins ses dettes.

CFE (Centre de Formalités des Entreprises)⁴ :

Lors d'une création d'entreprise ou d'activité, le *CFE* est l'interlocuteur de premier niveau d'un porteur de projet, auprès de qui celui-ci peut effectuer ses premières démarches. Le CFE est chargé d'être l'interface entre le créateur d'entreprise et les administrations. Toutes les démarches peuvent être effectuées en ligne dans leur totalité.

Chiffre d'affaires⁵ :

Le *chiffre d'affaires* représente le montant des résultats (hors taxes) réalisés par l'entreprise dans l'exercice de son activité professionnelle normale et courante. Il correspond à la somme des ventes de marchandises, de produits fabriqués, des prestations de services et des produits des activités annexes.

⁴ Voir aussi : <http://vosdroits.service-public.fr/professionnels-entreprises/F24023.xhtml> (consulté le 29 avril 2015)

⁵ Voir aussi : <http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/chiffre-affaires.htm> (consulté le 29 avril 2015)

Co-branding :

Le *Co-branding* est une technique de commercialisation basée sur la collaboration de plusieurs **marques** sur un produit ou une prestation de services afin d'améliorer leur image de marque respective et ainsi leurs ventes.

Couveuse :

Elles sont 59 en France et permettent de tester son activité, de vérifier sa viabilité et sa pérennité avant l'immatriculation d'une **start-up**. Pour entrer dans une couveuse, l'entrepreneur "à l'essai" doit signer un CAPE (Contrat d'Appui au Projet d'Entreprise). Le coût est pris en charge en totalité par les collectivités locales et territoriales pour des porteurs de projet demandeurs d'emploi.

Coworking :

Le *Coworking* est une forme d'organisation du travail qui vise à mutualiser des locaux de manière à stimuler le partage des compétences et la mise en relation. Ses atouts sont la flexibilité, l'ouverture, et une tendance à développer la créativité des travailleurs mis en contact permanent. Aussi, les espaces de Coworking fournissent un cadre aux indépendants qui peuvent être des développeurs, des designers et bien sûr, des entrepreneurs.

Crédit Impôt Recherche :

Il permet aux entreprises ayant engagé des dépenses de recherche et d'expérimentation de les déduire de leurs impôts, sous certaines

conditions, et avec un taux variable selon le montant des investissements. La plupart des entreprises, à condition bien sûr qu'elles soient soumises à l'impôt sur les sociétés (**IS**) ou à l'impôt sur le revenu (**IR**), peuvent en bénéficier, à l'exception des **JEI** qui en bénéficient dans tous les cas.

Cross-canal :

C'est une stratégie marketing permettant à une enseigne d'être présente auprès du consommateur avant, pendant, et après l'acte d'achat. Cela s'est développé par la prise en considération du fait qu'un client utilise souvent différents canaux pour acheter, s'informer ou encore suivre un produit : sites Web, magasins, portables, réseaux sociaux, applications ... Contrairement à ce qu'on appelait le "**multi-canal**", le cross-canal appréhende ces divers canaux de distribution et d'information de manière concomitante. Ainsi, une marque peut assurer la cohérence de son produit tout au long du processus de vente.

Crowdfunding (Financement participatif)⁶ :

Méthode de transactions financières qui fait appel à un grand nombre de personnes afin de donner vie à des projets. Le porteur du projet s'inscrit sur une plate-forme de financement participatif et décrit son projet (objectif budgétaire, montant et durée minimum de la collecte de fonds). Les souscripteurs souhaitant soutenir le projet s'inscrivent et paient par le biais de cette plate-forme qui transférera ensuite les fonds au porteur du projet.

⁶ Voir aussi : <http://www.territoires-actions.fr/#!les-nouveaux-modes-de-financements/cceb> (consulté le 29 avril 2015)

Ce dernier offre en général des avantages spécifiques aux souscripteurs, en fonction de la somme apportée.

Design thinking⁷ :

Processus psychologique qui repose sur une méthode d'analyse de l'utilisateur. En observant les réactions de celui-ci, le projet va être adapté de manière à ce que l'utilisation soit plus intuitive et attirante.

E-réputation :

C'est la réputation que l'on parvient à mettre en place sur internet afin de pouvoir communiquer et être connu dans divers secteurs. Elle inclut deux choses : les informations que l'on souhaite mettre en avant et les avis donnés par des tiers. On peut considérer que ce terme englobe l'identité numérique d'une personne physique ou morale, ainsi que le réseau qui s'y rattache.

ESS (Économie Sociale et Solidaire)⁸ :

Rassemble les entreprises qui cherchent à concilier solidarité, performances économiques et utilité sociale. Les entités économiques de l'ESS entreprennent dans l'intérêt général et social, à travers une mise en

⁷ Voir aussi : http://creationdunproduitinnovant.com/leconcept_design-thinking.html (consulté le 29 avril 2015)

⁸ Voir aussi : <http://www.jeun-ess.fr/cest-quoi-l-ess/> (consulté le 29 avril 2015)

Voir aussi : <http://www.economie.gouv.fr/ess-economie-sociale-solidaire> (consulté le 29 avril 2015)

œuvre éthique, une gouvernance démocratique et une dynamique de développement fondée sur un ancrage territorial et une mobilisation citoyenne.

ESG (Questions Environnementales, Sociales et de Gouvernance)⁹ :

L'investissement Socialement Responsable (**ISR**) repose sur trois piliers: l'*Environnement*, le *Social*, la *Gouvernance* (ESG). En plus de permettre aux investisseurs de saisir clairement leur investissement, ces critères acquièrent une certaine autonomie les uns par rapport aux autres. Ainsi, les grandes sociétés de gestion sont désormais dotées d'analystes spécialistes dans les questions relatives à l'ESG.

Fab lab (Fabrication Laboratory) :

Un *Fab Lab* désigne un espace composé de machines-outils, mis à disposition des entrepreneurs, mais aussi du public. C'est une aide majeure pour les start-up souhaitant concevoir ou produire un prototype. Cet espace est régi par la collaboration participative et permet le rapprochement des spécialités.

Financement participatif :

cf "**Crowdfunding**".

⁹ "Le Code de transparence ISR va aider les particuliers" - Le Figaro - Isabelle de Foucaud
- URL : <http://www.lefigaro.fr/sicav/2010/01/13/04006-20100113ARTFIG00666-le-code-de-transparence-isr-va-aider-les-particuliers-.php> (consulté le 29 avril 2015)

French Tech¹⁰ :

Se réfère à toutes personnes travaillant avec ou pour des start-up françaises plus ou moins liées au numérique. Ces personnes peuvent être à la fois en France ou ailleurs ; tant qu'elles cherchent à améliorer la croissance de ces start-up et à les promouvoir sur un plan national ou international.

Full Stack Developer :

C'est un développeur de site internet ou d'application mobile, qui connaît de façon générale les principaux langages de programmation. Le *Full Stack Developer* intervient dans la réalisation et l'entretien du *front end* et du *back end* de son site/application. Ces profils sont très recherchés dans le cadre des start-up pour la diversité des services proposés par un seul développeur.

Growth hacking :

Concept popularisé en 2010 au sein de l'entreprise *Dropbox*, il peut être vu comme une forme de marketing amélioré. Il s'agit non plus de se concentrer sur la seule fonction marketing de l'entreprise, mais d'utiliser ensemble toutes les ressources disponibles, qu'elles soient humaines, technologiques, financières, sociologiques, en vue de développer l'entreprise. Tourné résolument vers la croissance (comme l'indique le terme *growth* en anglais), le growth hacker profite de son imagination, de créativité et d'une profonde ouverture d'esprit pour trouver des moyens non

¹⁰ Voir aussi : <http://www.lafrenchtech.com/> (consulté le 29 avril 2015)

conventionnels de promouvoir un produit ou des idées, au moyen des nombreuses ressources en sa disposition (il est donc utile qu'il puisse maîtriser le code informatique), quitte à se tourner vers l'apprentissage de nouvelles connaissances.

Incubateur¹¹ :

C'est un lieu d'accueil et d'accompagnement pour la création d'entreprise ou de start-up dans un domaine lié à l'innovation. Les porteurs de projet disposent ainsi d'un hébergement et d'un accompagnement personnalisé consistant en un appui en matière de formations, de conseils, de financements et de recherche de financements. De nombreux incubateurs sont mis en place par des établissements d'enseignement supérieur ou de recherche. Selon les cas, leur accès peut alors être réservé aux diplômés de l'école. L'incubation dure d'un à deux ans. Rarement gratuits, les incubateurs demandent souvent le remboursement des frais d'hébergement une fois que l'entreprise génère un **chiffre d'affaires** suffisant.

Innovation :

On distingue quatre types d'innovation :

L'*innovation de produit* désigne l'introduction d'un bien ou d'un service nouveau. Cette définition inclut les améliorations sensibles des spécifications techniques, des composants et des matières, du logiciel intégré, de la convivialité ou autres caractéristiques fonctionnelles.

¹¹ Voir aussi : <http://www.chefdentreprise.com/Definitions-Glossaire/Incubateur-d-entreprises-240336.htm> (consulté le 29 avril 2015)

L'*innovation de procédé* consiste en la mise en œuvre d'une méthode de production ou de distribution nouvelle ou sensiblement améliorée. Cette notion implique des changements significatifs dans les techniques, le matériel et/ou le logiciel.

L'*innovation de commercialisation* est la mise en œuvre d'une nouvelle méthode de commercialisation impliquant des changements significatifs de la conception ou du conditionnement, du placement, de la promotion ou de la tarification d'un produit.

L'*innovation d'organisation* définit la mise en œuvre d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures de la firme.

INPI (Institut National de la Propriété Industrielle)¹² :

Établissement public, entièrement autofinancé, placé sous la tutelle du ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique. Il délivre les **brevets, marques**, dessins et modèles et donne accès à toute l'information sur la propriété industrielle et les entreprises. Il participe activement à l'élaboration et à la mise en œuvre des politiques publiques dans le domaine de la propriété industrielle et de la lutte anti-contrefaçon.

IS (Impôt sur les Sociétés)¹³ :

L'impôt sur les bénéfices s'applique à toutes les entreprises dans la mesure où elles réalisent des bénéfices. Le taux d'imposition est égal à 15% dans

¹² Voir aussi : <http://www.inpi.fr/fr/l-inpi.html> (consulté le 29 avril 2015)

¹³ Voir aussi : <http://www.l-expert-comptable.com/lexique/impot-sur-les-benefices.html> (consulté le 29 avril 2015)

la limite de 38 120 € de bénéfice. Au-delà, l'imposition se fait au taux de 33,33%.

ISR (Investissement Socialement Responsable)¹⁴ :

Il s'agit d'un placement visant à concilier performance économique, impact social et environnemental. En finançant les entreprises (et autres entités publiques) qui participent à l'économie et au développement durable, l'*Investissement Socialement Responsable* permet de donner du sens à son épargne. Cela influence concrètement et durablement le comportement des acteurs économiques, et tend vers une économie plus juste et durable : l'Economie Responsable.

IR (Impôt sur le Revenu)¹⁵ :

Impôt annuel unique qui frappe le revenu des personnes physiques. Son barème est progressif (par tranches de revenus), il est atténué par le système du quotient familial (impôt personnalisé), recouvré par voie de rôle au vu de la déclaration annuelle des revenus souscrite par les contribuables, et direct (payé par celui qui le supporte effectivement).

JEI (Jeune Entreprise Innovante)¹⁶ :

Le statut de *JEI* existe depuis 2004 et a pour but d'apporter une aide financière à de nouvelles entreprises impliquées dans le domaine de la

¹⁴ Voir aussi : <http://ccfd-terresolidaire.org/mob/consommer-responsable/epargnesolidaire/> (consulté le 29 avril 2015)

¹⁵ Voir aussi : <http://impot-sur-le-revenu.comprendrechoisir.com/comprendre/impot-sur-le-revenu-essentiel> (consulté le 29 avril 2015)

¹⁶ Voir aussi : <http://www.soregor.fr/vos-questions/fiscalite/qu-est-ce-que-le-statut-de-jeune-entreprise-innovante> (consulté le 29 avril 2015)

recherche et du développement, leur permettant de se développer rapidement.

JEU (Jeune entreprise Universitaire)¹⁷ :

Statut qui s'adresse à la fois à des étudiants, comme à des chercheurs et des enseignants. Il a vocation à encourager ces personnes à entreprendre, en facilitant notamment le développement de ces entreprises grâce à des allègements fiscaux et autres exonérations sociales.

Lean Start-up :

Notion développée par Eric Ries dans son ouvrage "**Lean Start-up - adoptez l'innovation continue**" tendant à réduire les cycles de commercialisation des produits en mesurant régulièrement les progrès. Cette analyse se fait notamment grâce à l'obtention de "retours" de la part des utilisateurs, afin que l'entreprise puisse réagir en conséquence. Le concept, très populaire chez les "start-up", permet de développer plus simplement et plus rapidement des produits qui rencontrent la demande de leurs consommateurs.

Levée de fonds :

Appel à des investisseurs externes pour obtenir des fonds en vue de démarrer une start-up, voire de la développer. En contrepartie de leur investissement, les apporteurs reçoivent un titre social (parts, actions, des

¹⁷ Voir aussi : http://www.acoss.fr/files/Publications/Acoss_Stat/Acoss_Stat_204.pdf (consulté le 29 avril 2015)

Voir aussi : <http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid52956/le-statut-de-la-jeune-entreprise-universitaire-j.e.u.html> (consulté le 29 avril 2015)

créances ou autres), qui peut le cas échéant conférer certains droits politiques dans l'entreprise.

Love money :

Corresponds aux sommes qu'un entrepreneur reçoit de la part de ses proches (famille, amis, relations, ...) pour financer la création ou la reprise d'une entreprise. Fréquemment utilisée, cette technique de financement peut s'exercer de différentes manières (don, prêt, ...). Le plus souvent, le proche rentre directement au capital de l'entreprise et devient associé.

Marchés boursiers :

Les *marchés boursiers* désignent les lieux où se rencontrent les acheteurs et les vendeurs pour négocier les valeurs mobilières à savoir l'ensemble des titres négociables, interchangeables et fongibles (actions, obligations, options, etc.). Il en existe deux types :

- Les marchés réglementés : ce sont les Bourses traditionnelles. En France, il s'agit de la liste principale de NYSE Euronext Paris, anciennement appelée Bourse de Paris. Les entreprises présentent sur ces marchés doivent respecter des règles strictes particulièrement en ce qui concerne les informations à fournir aux investisseurs.
- Les marchés non réglementés : comme leurs noms l'indiquent, ces marchés rassemblent les valeurs non soumises au contrôle des autorités de marché (l'AMF en France). Ainsi les entreprises souhaitant les intégrer ne font face à aucune procédure d'admission.

Marque :

La *marque* est un signe permettant de distinguer une entreprise ou une gamme de produits, afin de se démarquer d'éventuels concurrents et de construire une réputation sur la qualité des produits ou des services proposés.

Note de frais :

Une *note de frais* est un document retraçant des frais professionnels engagés par un salarié ou un associé (frais de déplacement, repas, etc.). Une fois remise à l'entreprise, celle-ci procédera généralement aux remboursements. À noter : ces frais ne sont pas soumis aux cotisations sociales.

OHMI (Office de l'Harmonisation dans le Marché Intérieur) :

C'est l'équivalent de l'*INPI* à un niveau européen : il permet d'enregistrer et de protéger une marque, des dessins et modèles dans 28 Etats membres de l'Union européenne.

Open Data :

L'*Open Data* se traduit par "donnée ouverte". C'est une donnée numérique d'origine publique ou privée. En effet, elle peut être produite par une collectivité, un service public (éventuellement délégué) ou une entreprise. Elle est diffusée de manière structurée selon une méthodologie et une

licence ouverte garantissant son libre accès et sa réutilisation par tous, sans restrictions technique, juridique ou financière. Les données publiques de l'État français sont présentes sur le site data.gouv.fr, et permettent de créer de nombreuses innovations par leurs réutilisations, tout en améliorant les institutions les ayant délivrées.

Open Law :

C'est un programme destiné à accompagner l'ouverture des données juridiques avec le développement de multiples innovations numériques. "Nul n'est censé ignorer la loi" pourrait alors devenir plus une réalité qu'un adage. L'[Open Data Index](#) a d'ailleurs [classé la France en 3ème place sur l'ouverture des données publiques](#) (cf. [Open Data](#))

Pacte d'actionnaires :

Le *pacte d'actionnaires* est un document complémentaire aux [statuts](#) d'une société, qui régit les relations entre les actionnaires d'une société. Il garantit et crée des droits pour les actionnaires.

Patrimoine d'affectation :

C'est un patrimoine distinct du patrimoine personnel d'une personne physique, qui est affecté à son activité professionnelle par le biais de la création d'une Entreprise Individuelle à Responsabilité Limitée (EIRL), ou d'une déclaration d'affectation. Cette technique permet à cette personne de protéger son patrimoine personnel de ses créanciers professionnels.

Pépinière¹⁸ :

À la différence d'un **incubateur** qui intervient à l'étape de gestation d'une entreprise et permet de lancer sa start-up, une pépinière s'intéresse au développement d'une entreprise après sa création. Elle propose notamment des services de marketing et de l'hébergement des locaux de l'entreprise créée.

Pivot :

Dans la méthode *Lean*, le terme de *pivot* revient fréquemment. Lorsqu'une entreprise découvre que l'un de ses produits et/ou services n'est plus adapté, elle peut décider de changer d'orientation et de stratégie. Lorsqu'elle change totalement de vision, elle effectue ce que l'on appelle un "*pivot*". (cf. **Lean Start-up**)

Private Equity :

C'est une forme spécifique d'investissement d'une société privée (non cotée) qui consiste pour un investisseur privé (société de portefeuille ou fonds d'investissement) à entrer dans le capital d'une société qui a besoin de **capitaux propres**.

¹⁸ Voir aussi : <http://www.creersaboite.fr/lemag/aides-et-financements/couveuse-pepiniere-incubateur-quelle-difference> (consulté le 29 avril 2015)

Propriété intellectuelle¹⁹ :

La propriété intellectuelle regroupe la propriété industrielle et la propriété littéraire et artistique.

Les droits de *propriété industrielle* s'acquièrent en principe par un dépôt de brevet ou de marque, ils donnent un monopole d'exploitation et constituent à la fois une "arme" défensive et offensive pour les entreprises détentrices de ces droits.

La *propriété littéraire et artistique* s'attache quant à elle au droit d'auteur, et à protéger les œuvres littéraires, les créations musicales, graphiques, plastiques, créations de modes, etc. Elle est également employée pour protéger les logiciels, ainsi qu'un certain nombre de "droits voisins". Le droit d'auteur ne protège pas les idées ou les concepts.

Responsive Design :

Un site internet dit "*responsive*" est un site qui s'adapte naturellement à la taille de l'écran sur lequel il est affiché. Le site internet s'affichera différemment sur un smartphone, une tablette ou un écran d'ordinateur sans pour autant que ces différentes dimensions aient été prévues explicitement au sein du code.

¹⁹ Voir aussi : <http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/proprietee-intellectuelle.htm> (consulté le 29 avril 2015)

SCOP (Société Coopérative et Participative)²⁰ :

C'est une société coopérative de forme SA, SARL ou SAS dont les salariés sont les associés majoritaires. Les co-entrepreneurs sont rémunérés de leur travail et de leur apport en capital.

SCIC (Société Coopérative d'Intérêt Collectif)²¹ :

Société qui permet d'associer autour du même projet, des acteurs multiples, tout en respectant les règles coopératives, par exemple pour la répartition du pouvoir, chaque personne dispose d'une voie.

Start-up (Jeune Pousse) :

Jeune entreprise axée sur l'**innovation** et qui a de fortes perspectives de croissance. Une Start-up n'est pas forcément liée à un domaine précis et ne répond pas d'une forme sociale particulière, c'est un terme employé dans la pratique qui n'est pas défini par la loi.

Statuts :

Ils formalisent le pacte social et les règles de fonctionnement de la future société et contiennent les engagements des associés. Ils doivent contenir un certain nombre d'informations sur la société, que sont sa forme sociale, son objet, son appellation, son siège social, son **capital social**, sa durée et ses modalités de fonctionnement. Au-delà de ces informations, les

²⁰ Voir aussi : <http://www.les-scop.coop/sites/fr/les-scop/qu-est-ce-qu-une-scop.html> (consulté le 29 avril 2015)

²¹ Voir aussi : <http://www.les-scic.coop/sites/fr/les-scic/les-scic/qu-est-ce-qu-une-scic.html> (consulté le 29 avril 2015)

associés peuvent ajouter d'autres stipulations tant que la loi ne l'interdit pas.

Stratégie Multi-canal²² :

Stratégie marketing permettant par un outil unique de diffuser à travers divers moyens de communication (tant physiques que virtuels). Cela correspond par exemple, dans le cas de l'**e-réputation**, à communiquer la même information marketing à la fois par Facebook et Twitter, tout en envoyant des newsletters et courriers à sa liste client. Une seule information est donc transmise par divers canaux, et touche des publics différents.

TVA (Taxe sur la Valeur Ajoutée) :

Impôt indirect qui frappe la consommation de biens et des prestations de services.

Venture Capital (VC) :

Apport de capital au lancement d'une entreprise ou d'une start-up, que l'on trouve principalement dans des domaines porteurs tels que les nouvelles technologies. Ainsi, le *Venture Capital* se caractérise par une prise de risque certaine, puisque l'investisseur ne dispose pas de suffisamment de données exhaustives pour évaluer son investissement.

²² Voir aussi : <http://www.e-marketing.fr/Definitions-Glossaire/Multicanal-strategie--242554.htm> (consulté le 29 avril 2015)



START it UP - Le Guide à la Création d'une Entreprise
de **Jeune Pousse d'Assas** est mis à disposition selon les termes
de la **licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation
Commerciale - Partage dans les Mêmes Conditions 4.0 International.**