

# CREATION D'ENTREPRISE

## I : Entreprendre

### 1 – L'environnement de l'entreprise

Si nous pouvons affirmer en une phrase que « **l'opportunité et la difficulté d'entreprendre dépendent de l'environnement** », c'est bien grâce à ce dernier terme et à l'étendue des domaines qu'il touche. Nous allons nous y intéresser du point de vue de l'entreprise d'aujourd'hui. Rappelons que l'entrepreneur n'est entrepreneur que par le « produit » qu'il propose et par la « vente effective » de ce produit, avec comme objectif « un profit » ; arriver à proposer un produit (que ce soit par la cueillette ou par la fabrication...), puis le vendre (que ce soit à la criée sur le marché ou par commerce électronique) dépend grandement de l'environnement. L'entrepreneur vit l'environnement comme un « ensemble de paramètres liés », mais qu'il peut, pour plus de commodité, traiter en deux blocs : « L'environnement réel » et assimilés, et « l'environnement légal » et assimilés.

### 2 – 1 – L'environnement réel :

#### 2 – 1 – 1 – La nature et sa protection :

L'environnement considéré de ce point de vue n'intéresse pas à priori l'entreprise vu qu'il n'est point porteur de profit. Mais les dégâts que les rejets industriels et autres nuisances ont causé à la faune et à la flore ont poussé les états à légiférer pour impliquer les entreprises dans ce domaine. Par la répression dans un premier temps, en attendant qu'une étique de respect de l'environnement soit adoptée par tous.

Ainsi, il est par exemple interdit de rejeter des produits polluants type acide ou cyanure dans la nature ou même dans les égouts. L'entrepreneur doit de ce fait inclure la station d'épuration correspondante dans son étude de faisabilité et inclure dans son calcul de prix de vente les coûts additionnels conséquents.

#### 2 – 1 – 2 – Ressources naturelles, climat :

Ces paramètres de l'environnement général sont d'une grande importance et doivent être pris en compte particulièrement au moment où on projette de créer une entreprise. Cette prise en compte peut souvent signifier la simple application du bon sens : Il n'est certainement pas judicieux de créer une entreprise de conditionnement de sardines à Tozeur vu la chaleur ambiante et l'éloignement de la mer. Parfois le bon sens ne suffit pas pour trancher comme dans le cas où on projette de créer une entreprise de conditionnement de dattes à Tunis ; en effet, si la fabrique d'emballages est à Tunis, que le port d'embarquement est tout proche, et que cette ville consomme beaucoup de dattes de deuxième choix, le bon sens dira que ce choix serait judicieux si l'unité de conditionnement vise le marché à l'exportation ; mais cela reste insuffisant et il faudra faire une étude comparative des coûts (transport, main d'œuvre, loyer...) pour conclure.

#### 2 – 1 – 3 – Infrastructures, moyens de communication :

La qualité du réseau routier et ferroviaire peut conditionner la réussite : On n'a pas besoin de faire beaucoup de calculs pour s'apercevoir qu'une entreprise de montage de voitures, si elle est installée dans une ville de montagne joignable par routes sinueuses et dépourvue de chemin de fer, va droit à l'échec. La qualité du réseau électrique et téléphonique serait elle déterminante dans une entreprise de commerce électronique, même si tout le reste est par ailleurs favorable ; une telle activité ne peut en effet souffrir de saturation de ligne ou de fréquents plantages.

#### 2 – 1 – 4 – Moyens humains :

Une entreprise de génie logiciel doit de préférence être créée dans un environnement où abondent les informaticiens. Plus généralement, l'environnement de l'entreprise doit contenir suffisamment de personnes capables de faire le métier de celle-ci, ou au moins potentiellement capables d'apprendre ce métier. En d'autres termes, le « savoir-faire » théorique et technique nécessaires à l'entreprise doit être à la portée de son environnement humain, ou mieux encore, déjà assimilé.

#### 2 – 1 – 5 – Moyens en machines et équipements :

Les opérations qui interviennent dans l'élaboration du produit nécessitent des équipements spécifiques. Si ces équipements sont produits dans l'environnement proche de l'entreprise, cela constituerait une garantie de pérennité non négligeable. Si ce n'est pas le cas, ils doivent être facilement quérables, ou au moins quérables tout court : Il serait en effet vain de vouloir entreprendre dans l'enrichissement de l'uranium, car personne ne vous vendra les équipements adéquats !

Si l'étude de l'environnement physique confirme la faisabilité « matérielle », « humaine », « technique » et « commerciale » de l'entreprise, il n'en reste pas moins que la faisabilité dans son sens large reste encore tributaire de l'environnement légal.

### 2 – 2 – L'environnement général de l'entreprise :

L'environnement général de l'entreprise rassemble les variables qui influent sur l'entreprise sans que celle-ci puisse exercer d'influence significative à court terme. Cet environnement comprend : L'Etat et les politiques économiques ; les lois et les réglementations ; le fisc ; les facteurs liés à la conjoncture économique, c'est à dire l'inflation, la stagnation, chômage ; les facteurs technologiques tels que l'informatique, l'automatisation, la robotisation... Ces facteurs s'imposent à l'entreprise, mais il appartient à celle-ci de mettre en œuvre, de planifier et de prévoir leurs mutations.

### 3 – Les moyens de partage de la valeur ajoutée entre l'entreprise et son environnement

Nous avons avancé que l'homme dans un environnement primitif doit entreprendre pour survivre, un jour il entreprend une partie de chasse, un autre une cueillette..., et nous avons conclu que l'homme est un entrepreneur né !

Nous avons dit aussi que dans un environnement organisé, la société se hiérarchise et des centres de pouvoir y apparaissent : Dans la société moderne, c'est « l'état » qui détient la plus grosse part du pouvoir dans un environnement donné, avec sa branche « législative » qui dicte

la loi, et sa branche « exécutive » qui l'applique. D'autres pouvoirs, non formels, comme celui du marché ou de certains lobby, peuvent être eux aussi déterminants dans la vie d'une entreprise...

Les règles établies, lorsqu'elles sont appliquées, permettent aux différents pouvoirs de « prélever » une part de la « valeur » que l'entreprise aura créée : Cette part s'appelle « impôt » lorsque c'est le ministère des finances qui la prélève, et s'appelle « contribution » sociale lorsque c'est la CNSS qui la prélève.

L'histoire nous enseigne que les fonds collectés servent au pouvoir « pour améliorer l'environnement » dans sa globalité d'une part, et « pour mieux asseoir son propre pouvoir » d'autre part.

La première règle du pouvoir est de soumettre toute entreprise à « autorisation », suivie

d'autres règles pour le partage de « toute valeur créée » : TVA, RS, IS...

L'entreprise peut créer de la valeur en ayant un bénéfice négatif. L'état (qui a le pouvoir) ne peut pas attendre que le résultat soit bénéficiaire pour prélever l'impôt.

- S'il y a bénéfice à la fin de l'exercice, l'état prélève de toutes les façons 35% sur les bénéfices en tant qu'impôt sur les sociétés (qui s'appelait il y a quelques années impôt sur les revenus des sociétés).
- Mais qu'il y ait bénéfice ou pas, l'état prélève au cours de l'exercice sur la valeur créée par l'entreprise de la façon suivante :

### **3 – 1 – La Taxe sur la valeur ajoutée (TVA) :**

Dans la transformation d'un produit, la valeur ajoutée est la différence entre le prix de vente de ce produit et le prix d'achat de ses composants. Et sur cette valeur que la TVA s'applique. Le taux de TVA le plus courant en Tunisie est de 18%, ce taux peut aller jusqu'à 29% sur les produits de luxe ou il peut y avoir exonération.

L'entreprise qui achète des produits ou matériaux paie à son fournisseur la TVA. Et quand elle vend ses produits, elle encaisse la TVA. L'entreprise a le devoir de déclarer la TVA avancée à l'état au moment de l'achat, la TVA encaissée lors de ses propres ventes. Et a également le devoir de verser – en même temps que la déclaration – la différence entre les deux montants.

L'entreprise aura ainsi joué le rôle de percepteur d'impôt pour le compte de l'état sur la valeur créée. Cette déclaration est mensuelle et doit être faite à la recette des finances où la société est immatriculée.

### **3 – 2 – La retenue à la source (RS) :**

(a) Tout employé de l'entreprise aura déclaré son revenu en fin d'année, lequel revenu est formé en partie par son salaire. Sans attendre que cet employé déclare son revenu l'état prélève par l'intermédiaire de l'entreprise une avance sous forme de retenue à la source. C'est à dire que l'employé au lieu de recevoir son salaire en entier, une partie (x %) est retenue par l'employeur et sera versée mensuellement à la recette des finances.

(b) La société peut également payer à un avocat des honoraires, cela ressemble à un salaire dans le sens où l'avocat aura déclaré enfin d'année son revenu et payer dessus les impôts.

Là aussi, l'état n'attend pas cette déclaration et charge l'entreprise de retenir à sa source une partie de ses honoraires et les verser à la recette des finances. Généralement cette retenue est autour de 5%.

(c) De même lorsqu'il s'agit de payer un loyer. Expliquer moi ?

Ainsi, « n'est plus entrepreneur qui veut », mais « **seulement celui qui peut obtenir une autorisation** », c'est à dire celui qui a la volonté et la compétence nécessaires pour se battre et vaincre les difficultés inhérentes à l'environnement organisé.

Les autres, bien qu'entrepreneurs nés, deviennent par nécessité des « employés » : Travailleurs de l'état ou travailleurs des entreprises.

## Chapitre II : Les pré requis à la création d'entreprise

### 1 – L'idée et son adéquation au projet personnel de vie

Travail fait en cours sur l'idéation et confirmation du choix des groupes et des idées !!

### 2 – Le marché et le Marketing

Rien ne sert de faire un produit s'il ne sera pas vendu après !

Ainsi, c'est le marché qui conditionne la vie ou la mort d'une entreprise.

Dès le départ, il faut s'assurer que le marché est disposé à consommer le « produit » qu'on va lui présenter, et à un prix supérieur à son « coût de revient »; pour cela, il faut entre autre évaluer l'existence réelle ou potentielle du « besoin », le pouvoir d'achat du marché, le seuil de rentabilité du produit, etc.... Toutes les questions de cet ordre font l'objet d'études spécialisées qu'on regroupe sous le vocable « marketing ». Lorsqu'on dit que le marché est un élément essentiel de l'environnement de l'entreprise, cela ne veut pas dire qu'il se situe dans les environs de l'entreprise ! Il se peut même qu'il soit situé dans un pays bien lointain !

Si on a l'intention de faire une entreprise, l'objectif qu'il soit déclarer ou NON c'est de faire du profit. Et on ne peut faire du profit que si on vend un produit. Vendre sous entend qu'il y a un client externe à l'entreprise qui va acheter le produit que l'entreprise va fabriquer.

De deux choses l'une :            Soit il existe des produits analogues sur le marché  
    Soit il n'existe pas de produits analogues.

Dans les deux cas, rien ne sert de faire un produit s'il ne sera pas vendu après !

Ainsi, c'est le marché qui conditionne la vie ou la mort d'une entreprise.

Dès le départ, il faut s'assurer que le marché est disposé à consommer le « produit » qu'on va lui présenter, et à un prix supérieur à son « coût de revient »; pour cela, il faut entre autre évaluer l'existence réelle ou potentielle du « besoin », le pouvoir d'achat du marché, le seuil de rentabilité du produit, etc...

Toutes les questions de cet ordre font l'objet d'études spécialisées qu'on regroupe sous le vocable « marketing ». Le marché constitue donc un élément essentiel de l'environnement de l'entreprise qu'il faut étudier. Mais comment dans la pratique pouvant nous faire pour analyser ce marché ?

Il y avait deux grandes époques :

- Au départ avec les débuts de l'industrialisation, le marché était un marché vierge et donc un marché de masse. C'était donc l'entrepreneur qui prenait la décision de faire parce que le marché était capable d'absorber toute la production. La mentalité était donc une mentalité de faire. L'objectif fondamental était de produire le maximum car le marché comme on a dit est capable d'absorber la production et celui qui produit bien gagne la partie.
- Aujourd'hui, la donne a complètement changé. En effet, suite à l'évolution rapide des technologies de production qui s'est passée pendant la deuxième moitié du vingtième siècle, produire ne pose plus un problème en soi. Mais avec la mentalité ancienne, on a continué à produire mais les marchés ont saturé à certains endroits. Et la difficulté est devenue une difficulté de vendre et de prendre sa place dans le marché. D'où l'importance qu'à pris le secteur du marketing par rapport au secteur de la production. En effet, le

marché n'est plus un marché de masse parce qu'on peut produire tant qu'on veut (avec la standardisation des processus...). Si un entrepreneur veut avoir la chance de voir le marché absorber ses produits. **Il a l'obligation d'innover pour répondre à un besoin réel du marché.** Que veut dire besoin et comment peut-on détecter un besoin ? Au fait ce qu'il faut savoir c'est que le besoin existe **au niveau d'une fonctionnalité** et non pas **au niveau d'un produit**. En effet, le produit est là pour servir une fonctionnalité. Par exemple, on a le besoin de presser des oranges, on est passé de la presse orange manuelle à la presse orange électrique. On est passé du stencil au photocopieur, du RTM au GSM... **De toute les façons, une fois le besoin détecter il faut étudier le marché.**

### **La réalisation d'une étude de marché :**

Le problème c'est toujours vendre le produit au client externe pour réaliser du profit. Donc les deux cas de figures sont les suivants :

- Le produit est entièrement nouveau, il n'existe pas de produits analogues sur le marché. Dans ce cas l'étude de marché se base plutôt sur des notions de sociologie et de psychologie. Sur la culture et la civilisation de la société (exemple : La façon est différente pour lancer un produit en chine, un produit aux Etats Unis ou un produit en Afrique) quoi que la culture occidentale est entrain de prendre le dessus. Il y a également le temps consacré aux loisirs et le pouvoir d'achat de la société qui rentrent en jeux pour lancer le produit entièrement nouveau. De toutes les façons, pour maximiser les chances de réussite du nouveau produit, il faut avant tout : une expertise en production, une expertise en marketing (défini par rapport à la stratégie de communication, de distribution, de force de vente et de service), il vaut mieux connaître le nombre de concurrents au moment du lancement ...
- Par contre pour commercialiser un produit dont des produits analogues existent sur le marché, il faut étudier tout le processus de sa production, les coûts qu'on peut atteindre dans sa réalisation ou dans sa commercialisation.

Et il faut surtout connaître la portée du marché, pour cela il faudrait effectuer une étude de marché. Une étude de marché bien menée s'articule autour de cinq phases : la définition du problème à résoudre, le plan d'étude, le recueil de données, l'analyse des données et la présentation des résultats.

#### ***a- La définition du problème :***

La première phase d'une étude consiste à définir le problème à traiter de façon aussi pertinente que possible. En effet, un problème bien défini est à moitié résolu ; et en plus l'effort de recherche est beaucoup plus efficace lorsque le problème est bien défini. Exemple : si c'est une entreprise de conception de logiciels informatiques en Tunisie et si son marché visé est les Petites et Moyennes Entreprises, la problématique est de voir l'état des lieux des logiciels informatiques dans les PME tunisiennes. A ce stade il faut passer au plan d'étude.

#### ***b- Le Plan d'étude et la collecte des données :***

La phase de définition du problème devrait toujours aboutir à l'élaboration d'un cahier des charges. A ce stade le chargé d'études se trouve confronté à une grande variété d'approches. Il doit collecter les données relatives à son problème mais comment faire ? Les données que ce responsable cherche sont soient :

- Existantes, il suffit de savoir là où elles se trouvent : ( A l'intérieur de l'entreprise, dans les agences de publicité ou les associations professionnelles, dans les publications officielles ou commerciales ou encore dans les sociétés d'études...) (Ouvrir parenthèse contexte tunisien) ou non existantes et dans ce cas il faut collecter les informations auprès des consommateurs, des concurrents (de la source appropriée)... Afin de pouvoir collecter ses données il faut utiliser des instruments de recherche qui sont soit :
  - Le **questionnaire** ou les **dispositifs d'enregistrement** et l'approche méthodologique pour recueillir les données peut être une approche d'**enquête**, d'**observation** ou d'**expérimentation**. Dans tous les cas pour obtenir nos données, nous devons savoir qui faut-il interroger ? (l'unité de sondage, exp. console de jeux pour enfants) Combien de personnes ? (la taille de l'échantillon) et comment doivent-elles être choisies ? (la méthode d'échantillonnage)
  - Et ceci peut se faire soit par téléphone, soit par poste, soit par face à face. L'essentiel est de collecter les données les plus fiables possibles.

Mais ce dont nous avons besoin ce ne sont pas les données mais les informations. **Et une donnée ne devient une information que lorsqu'elle sert.**

En effet, être informé ce n'est pas d'avoir les données, mais c'est d'avoir l'outil permettant d'utiliser ou d'exploiter ces données. Ça pourrait être tout simplement le cerveau, une calculatrice ou les logiciels dans un ordinateur.

#### ***c- L'analyse des données :***

L'objectif de toute étude de marché est de transformer les données en informations. Pour cela après avoir constitué la base de données, il faut passer aux requêtes afin d'avoir les informations pertinentes et pour ceci nous pouvons utiliser toutes les méthodes statistiques possibles (moyennes, dispersions, corrélation...). Et à la fin après avoir analysé les données, il faut songer à bien les présenter.

#### ***d- Présentation des résultats :***

La dernière étape de la réalisation d'une étude de marché concerne la rédaction d'un rapport présentant les principaux résultats et recommandations. Il faut éviter de noyer ce dernier dans un flot de chiffres et d'analyses statistiques sophistiquées mais au contraire montrer comment ce rapport peut faciliter les décisions à prendre et donc l'action.

Le marketing est donc au service de l'entreprise pour que ses décideurs puissent prendre les décisions adéquates. Une fois les décisions prises, le marketing devient au service des commerciaux, sa fonction est de leur préparer les outils de vente nécessaires pour convaincre le client et de leur analyser la concurrence.

## **L'étude de marché est à démarrer cette année, on démarre avec l'année prochaine**

### **3 – Le Financement de l'entreprise**

L'année prochaine

### **4 – Le choix d'une forme juridique**

L'année prochaine

## Chapitre III : La création de l'entreprise

### 1 – La création de l'entreprise en tant que personne morale

Dans une société organisée, avant d'entreprendre il devient nécessaire d'avoir une autorisation. Cette autorisation peut être simplement verbale signifiée par le chef lorsqu'il s'agit d'une tribu, ou formalisée par une patente lorsqu'il s'agit d'un état moderne. Nous allons revenir juste après ce que je vais vous dire pour expliquer la signification de la patente qui est une notion essentielle dans le processus de création d'une entreprise.

Dans tous les cas, cette autorisation sous entend qu'il y aura partage selon certaines règles de la valeur créée par l'entreprise entre l'entrepreneur lui même et l'autorité qui lui a donné l'autorisation : Une part du lièvre pour le chef de tribu ou un impôt pour le gouvernement.

Il arrive que plusieurs chasseurs décident d'entreprendre une chasse difficile mais qui peut donner lieu à de gros profits comme celle du sanglier.

Ses chasseurs peuvent se réunir et décider de constituer une société selon certaines règles qui leur permettent entre autre de partager les profits à venir. Ces règles seront consignées dans un document fondateur qui a pour nom statuts.

Afin d'établir les statuts de la société à former et afin de désigner celui ou celle qui va représenter la société (PDG, gérant, administrateur délégué...), les chasseurs doivent se réunir en assemblée générale de constitution.

Ensuite, le représentant de la société prend les statuts (c'est à dire le document qui tient lieu de bulletin de naissance d'une nouvelle personne morale) et va les enregistrer chez monsieur le receveur des finances dont relève le siège sociale de la société.

L'enregistrement par monsieur le receveur des finances revient à donner des références à l'endroit où sera conservée une copie originale des statuts (à savoir : volume, série, case) à ce moment le document statut devient officielle et opposable.

Comme ces statuts représentent un document officielle qui ne doit pas se perdre, le représentant des associés en dépose une copie en lieu sûr auprès de l'autorité : Dépôt au greffe du tribunal de la même localité. Le greffier lui remet « un certificat de dépôt auprès du greffe » et « le registre du commerce ». Sur le registre du commerce, il y a un numéro, c'est le numéro du commerçant.

Le représentant de la société va revenir avec ses documents (à savoir « le certificat de dépôt auprès du greffe » et le « registre du commerce » + attestation de la banque prouvant la libération du capital exigée + une déclaration d'ouverture de patente) vers monsieur le receveur des finances qui à ce moment là lui délivre une copie de la déclaration d'ouverture validée + la carte d'identité fiscale ou encore la patente (qui est un petit carton de 10\*10 cm) qui porte le numéro d'identification fiscale de la personne morale. Numéro qui va servir pour la TVA, la retenue à la source, l'impôt sur les sociétés...

Et là on peut dire que la personne morale est née et est vivante ; donc elle peut immédiatement exercer (mais n'ont pas le droit de recruter du personnel).

Afin que les associés puissent recruter contre rémunération des rabatteurs de gibier pour sortir les sangliers de leurs cachettes (pour notre exemple d'entreprise de chasse), il faut un numéro d'immatriculation à la Caisse Nationale de Sécurité Sociale. Cette rémunération doit être conforme à certaines règles ou conventions collectives.

Cet exemple de « l'entreprise chasse », bien qu'exposé de la façon la plus élémentaire permet de dégager les notions essentielles (soulignées dans le texte) qu'on a besoin de connaître



lorsqu'il s'agit de créer une entreprise ; ordonnées comme suit, elles forment une table des matières :

## 2 – La mise en place des moyens

### a – Les moyens humains

L'entreprise a pour mission la production de produits en vue de satisfaire la demande des clients. Pour cela, elle a besoin de moyens humains et des moyens autres qu'humains. Les moyens humains sont très importants. En effet, il n'y a jamais d'entreprise sans hommes mais il peut y avoir des entreprises sans équipements.

Les ressources humaines sont donc fondamentales et doivent être gérées de façon à ce que ces moyens soient utilisés aux mieux de leur capacité et aux coûts les plus faibles, toujours dans le souci de la rentabilité. On peut distinguer dans la fonction ressources humaines, trois sous fonctions qui sont :

- 1 – La fonction recrutement et gestion de départ
- 2 – La fonction entretien et évolution personnelle des travailleurs
- 3 – La fonction gestion courante

**Tout de suite nous devons faire un clin d'œil au système d'information car ce dernier permet de traiter ces trois fonctions de façon intégrées et faire de cela une seule fonction.**

- La fonction recrutement et gestion de départ

Il s'agit d'évaluer les besoins en hommes et en compétence de l'entreprise. Chercher les formes de contrat les plus avantageux. Proposer des postes, sélectionner et recruter le personnel. Puis, enfin de cycle négocier le départ et établir le solde de tous comptes.

- La fonction entretien et évolution personnelle des travailleurs

Il s'agit de tout ce qui est formation continue, suivi des carrières, modification de postes. Ceci en relation avec la gestion sociale et même la gestion de la santé (dans les pays développés). En effet, l'entreprise, désormais, est en partie responsable de l'épanouissement de l'homme au travail (nature des tâches, relations au sein de la société, responsabilité...).

- La fonction gestion courante

Elle consiste à avoir toutes les informations concernant la présence et l'absence de l'employé de façon à pouvoir calculer : son salaire, le droit de congé et la prime de rendement.

En effet, chaque employé a un droit légal de percevoir :

- 1 – Un salaire basé sur le nombre d'heures travaillées d'où l'importance d'avoir une base de données comportant le nombre d'heures travaillées.
- 2 – Un congé basé sur la convention collective du secteur (ces conventions collectives par secteur se trouvent dans le journal officiel JORT) et le nombre de journées effectivement travaillées par le salarié.

3 – La prime de rendement est une prime annuelle obligatoire qui est calculée selon le salaire habituel et la note de rendement obtenu par le travailleur. Cette note est attribuée au salarié par sa hiérarchie.

- **Les ressources humaines et la direction générale :**

La fonction ressources humaines n'a pas uniquement comme vis à vis le personnel. Elle peut avoir comme charge d'être le vis à vis de la direction générale en vue de lui remettre les rapports statistiques concernant tout ce qui tourne autour du personnel, de sa répartition et de son coût. Ses rapports doivent être pertinents pour que la direction puisse prendre les décisions opportunes.

- **Les ressources humaines et les administrations d'état :**

La fonction RH a également comme charge d'être le vis à vis des administrations d'état, particulièrement :

1 – L'inspection du travail : pour tout ce qui est conflit, sécurité, de l'accomplissement des devoirs de l'entreprise par rapport à la réglementation en général.

2 – La CNSS pour le paiement à cette dernière des charges sociales. En effet, sur chaque salaire payé, il y a un montant calculé qui doit être remis à la CNSS. Ce montant est constitué de deux parties : une partie payée par le salarié (7.75%) et une autre partie payée par l'employeur (15.5%) mais ces cotisations dépendent de la forme du contrat (handicapé, SIVP, apprenti...). La déclaration CNSS se fait trimestriellement.

3 – Le FISC : De la même façon l'employeur est tenu de faire une retenue à la source sur chaque salaire distribué à remettre mensuellement au FISC.

### **b – Les moyens financiers**

On traitera de ceci l'année prochaine

Pour mettre toutes les chances de votre côté :

- Mettez en valeur la spécificité de votre projet (produits, savoir faire, innovation...)
- Soignez la présentation de votre Business plan (qui je suis, ce que je veux faire, comment et avec quels moyens je vais attaquer le marché, chiffres clés du projet...)
- **Ne demandez pas d'argent, vendez un projet,**
- Gardez toujours l'initiative (proposez vous-même des garanties...)
- Etudiez toutes les sources de financement envisageables (crédits bancaires, leasing, location, SICAR, subventions...).