

BOUSCULER LES IDÉES REÇUES

La création d'entreprise demeure une démarche complexe, en particulier dans les secteurs visés par ce guide.

La pluriactivité qui s'impose souvent au créateur l'oblige à jongler avec des statuts et des régimes sociaux ou fiscaux différents, à tisser de solides partenariats publics et privés, et à trouver des financements adaptés à son projet.

L'aider à bâtir le cadre le plus opportun pour développer la ou les activités de son choix devient alors une impérieuse nécessité, ce qui ne peut se faire sans bousculer quelques idées reçues :

- les réseaux d'accompagnement généralistes peuvent être « décontenancés » par une trop forte focalisation du créateur sur des ressources publiques ;
- ils ne sont pas toujours armés pour l'orienter vers les statuts de l'économie sociale et solidaire ;
- pour les organismes bancaires, ce candidat à la création est rarement crédible car il a du mal à défendre ses chiffres, son dossier est mal « ficelé » et il n'est pas très convaincant.

De son côté, le candidat à la création, en particulier dans le champ socioculturel ou culturel, peut se révéler réticent vis-à-vis des règles du jeu qui lui sont proposées en matière juridique ou imposées en matière financière. Il ignore souvent que la rigueur est payante, quel que soit son interlocuteur.

Le + de cette étape

Qu'il recherche un financement bancaire, qu'il réponde à un appel d'offres, qu'il sollicite des fonds européens ou qu'il cherche à convaincre un mécène ou un sponsor, les règles du jeu sont assez proches, et dans ces secteurs, comme pour un projet de création d'entreprise classique, l'étape de la réalisation du projet passe par le choix du bon statut et la mobilisation de ressources financières adaptées.

Dans tous les cas, mieux savoir communiquer !

Pour finaliser un projet de création dans ces secteurs, comme pour un projet de création d'entreprise classique, il faut choisir le bon statut et trouver les financements nécessaires au démarrage.

Balayage des principales caractéristiques du créateur et de son projet qu'il faut garder en mémoire pour consolider un projet d'accompagnement ●●●●●

LE CRÉATEUR ET SON PROJET

Conseils et Recommandations

enjeux, objectifs et statut

Dans ces secteurs, les *a priori* sur certains statuts traditionnels sont forts, alors que d'autres statuts plus récents ne sont pas connus.

Les activités de spectacles vivants, considérées comme des activités commerciales (licences d'entrepreneurs, soumission aux impôts commerciaux...), sont très rarement gérées sous forme d'entreprises commerciales.

Dans le secteur du sport, le choix du statut est relativement simple quand il s'agit de créer une salle de remise en forme ou un centre équestre. Il en va de même pour les sports et loisirs de nature où les statuts traditionnels (travailleur indépendant, SARL) sont à la fois répandus et en correspondance avec l'activité du secteur. L'organisation du travail n'en demeure pas moins originale (école de ski, bureau des guides...).

Mais quand le créateur affiche une forte motivation pour développer un projet à des fins d'intérêt général ou d'utilité publique, les choses se compliquent.

Malgré les efforts du législateur pour étoffer l'outillage juridique de la création d'entreprise, les SCOP ou les SCIC sont en effet encore rares dans les secteurs visés par le guide. Il n'en va pas de même pour le statut d'auto-entrepreneur qui semble faire une percée remarquée dans le secteur du sport et des loisirs sportifs.

Choisir le bon statut est une impérative nécessité, pour ce créateur comme pour tous les autres !

démarrage progressif

La mise en place des activités et des investissements nécessaires est souvent progressive.

Le revenu complémentaire s'impose alors comme une sécurité (la pluriactivité est plus ou moins choisie), quand ce ne sont pas les aides sociales, indemnités de

“ *Toutes les prévisions se trompent, c'est l'une des rares certitudes qui a été donnée à l'homme. Mais si elles se trompent, elles disent vrai sur ceux qui les énoncent, non pas sur leur avenir, mais sur leur temps présent.* ”

Milan Kundera, « *L'Ignorance* », 2003

chômage ou RSA, qui jouent le rôle d'amortisseur.

Dans les métiers artistiques, certains créateurs choisissent le statut d'artiste libre en déclarant leurs bénéfices non commerciaux aux impôts ; d'autres s'inscrivent comme travailleurs non professionnels ou vendent leurs œuvres dans leur entourage avant de se lancer.

Dans le secteur du sport, le statut d'auto-entrepreneur est une solution qui remporte un vif succès au démarrage.

Enfin, certains choisissent de se lancer progressivement dans une couveuse ou une coopérative d'activités et d'emploi (CAE).

Dans tous les cas, la création d'une structure se fait dans le

Un statut, ça se change. Mieux vaut le lui rappeler à ce stade !

temps, le statut de l'entreprise évoluant, si nécessaire, en parallèle.

ancrage territorial

Le créateur ancre souvent son projet de création sur un territoire qui lui permet de vivre sa passion au quotidien. D'autres critères sont à prendre en compte.

La dynamique culturelle reste plus forte dans les zones urbaines

et la dynamique de création d'activités sportives de nature se fait par définition plutôt dans les zones de montagne, d'arrière-pays et de littoral. Pour autant, les règles du jeu évoluent : l'offre culturelle des zones rurales s'est fortement accrue depuis les années 1980 et la concurrence y est généralement moins forte. Quant aux pratiques sportives de nature, elles se font de plus en plus sur des sites aménagés et sécurisés dans les périmètres urbains.

Enfin, certains territoires font l'objet d'appuis spécifiques : c'est le cas des zones de montagne, les zones urbaines sensibles (ZUS)... sans parler des communes, communautés de communes, parcs naturels régionaux, conseils généraux et régionaux, qui mettent en place des dispositifs d'accueil et d'installation concurrents.

Pour lui permettre d'ajuster son projet de création à ce stade, il faut donc impérativement connaître les politiques territoriales sportives, touristiques ou culturelles, les dispositifs d'aide à la création spécifiques ainsi que les fonds européens qu'il peut mobiliser.

Le créateur aura besoin d'être éclairé pour choisir son territoire d'implantation !

C ompétences en gestion... gestion des compétences

Les compétences en gestion et en comptabilité lui font souvent défaut.

Par ailleurs, il peut rarement s'appuyer sur des ratios connus pour réaliser un prévisionnel.

Enfin, des questions assez fondamentales comme :

- quelle est la valeur d'une création culturelle ou artistique ?
 - comment mesurer les retombées économiques d'un événement culturel ou sportif ?
 - quelle valeur accorder au bien-être ou à la qualité de la vie ?
- ... restent souvent sans réponses.

Pourtant, cette connaissance est indispensable. Sans être exhaustif, on peut rappeler que :

- dans les associations, développer une activité artistique ou sportive ne suffit pas à obtenir une subvention ;
- l'Europe tout comme les collectivités territoriales soutiennent les associations dans une logique de projet ;
- les entreprises mécènes se prononcent sur des budgets d'opérations et non de structure ;
- répondre à un appel d'offres ne peut se faire sans une certaine maîtrise des outils comptables ;
- vendre un spectacle, le promouvoir ou le diffuser est une activité commerciale ;
- quel que soit le statut, le temps, c'est de l'argent... il faut savoir le mesurer.

Pour éclairer sa démarche, les ministères chargés des sports et de la culture, l'AVISE (Agence de valorisation des initiatives socio-économiques), l'APCE (Agence pour la création d'entreprises), le CNAR culture (Centre national d'appui et de ressources culture), le CNAR sport... mettent en ligne des informations qui vont permettre au créateur de concrétiser son projet.

Par ailleurs, les formations et les conseils en la matière existent.

S'ils ne sont pas **La formation est dans la vocation même de certains statuts. Une autre façon de sécuriser le parcours de création !**

C ommunication : des outils et des hommes

Les économistes décrivent les produits culturels, sportifs et de loisirs en termes de biens de consommation et de services. Certains emploient aussi le terme de biens d'expériences. Dans tous les cas, l'évolution des catégories qui les nomment tend à rendre compte de la place prépondérante jouée par la notoriété, la réputation et les mécanismes de (re)connaissance dans ces secteurs. Parmi ces mécanismes, la communication est un outil qui s'impose, quels que soient le projet et la notoriété du créateur.

Dans le champ du sport, les années 1980 ont marqué une phase nouvelle du développement du marché du sport comme un marché

économique à part entière, porté essentiellement par la multiplication des actions de communication des entreprises dans le sport et par le sport.

Dans le champ de la culture, la notoriété est au cœur même de la construction des positions artistiques, économiques et sociales. Elle passe de plus en plus par une

communication propre à l'artiste, au-delà de son œuvre.

Enfin, un positionnement sur les marchés du tourisme, des loisirs ou de la formation implique la mise en place d'outils de communication adaptés : site internet, plaquettes... ■

Communiquer sur son activité, voire sa personne, est devenu un passage obligé de la vente d'un produit, d'un service ou d'une prestation !

INITIATIVE de RESEAU

France Active

L'association France Active a été créée en 1988 sous l'égide de la Fondation de France par la Caisse des dépôts, l'APCE, le Crédit coopératif, la Fondation Macif et des organisations caritatives. Elle fédère un réseau de 38 fonds territoriaux dans toutes les régions.

France Active intervient principalement pour financer des projets portés par des personnes en situation de précarité économique ou entrant dans le champ de l'insertion par l'activité économique.

Les outils d'intervention de France Active consistent en apports en fonds propres et en garanties de prêts bancaires.

La Société d'investissement France Active (SIFA) s'occupe notamment des apports en fonds propres et s'adresse aux sociétés commerciales et aux associations en création ou en développement qui créent ou consolident des emplois, notamment pour des personnes en difficulté : structures d'insertion par l'activité économique développant une activité marchande, entreprises de travail adapté, entreprises en difficulté reprises par leurs salariés, associations d'utilité sociale porteuses d'activité économique et d'emploi, autres entreprises solidaires.

Le fonds commun de placement Insertion-Emplois (FCP-IE) s'adresse aux structures en création ou en développement ayant un statut de société commerciale ou d'association et pouvant justifier d'une action solidaire (création d'emplois pour personnes en situation de précarité économique et sociale, utilité sociale

et environnementale).

France Active gère également quatre fonds de garantie d'État, dont :

- le fonds de garantie pour la création, la reprise ou le développement d'entreprises à l'initiative des femmes (FGIF) couvre des prêts bancaires à moyen terme, finançant soit des besoins en fonds de roulement, soit des investissements, octroyés à des entreprises de moins de cinq ans et gérées par des femmes. Le montant garanti est limité à 27 000 €. La garantie FGIF couvre au maximum 70 % du montant du prêt. Le coût total de la garantie s'élève à 2,5 % du montant garanti ;

- le fonds de garantie pour l'insertion par l'économique (FGIE), créé en 1991, s'adresse aux associations intermédiaires, entreprises d'insertion agréées, régies de quartier, etc. employant des personnes en situation d'exclusion. Il garantit, à hauteur de 50 % du montant, les prêts finançant les investissements (prêts compris entre 7 500 et 60 000 €) et le besoin en fonds de roulement (prêts compris entre 15 000 et 122 000 €).

Le coût pour la structure est de 2,5 % du montant du prêt.

France Active dispose également d'un outil de financement dédié aux associations (le contrat d'apports associatifs) et d'un outil réservé aux entreprises de travail temporaire d'insertion (ETTI).

Les dossiers types sont disponibles sur le site de France Active.

Source : www.franceactive.org