

Accompagner la démarche de création dans ces secteurs exige une connaissance pointue des différents statuts et des conséquences de leur choix ainsi qu'une maîtrise des financements privés et publics.

Pour progresser dans l'accompagnement à ce stade et donner toutes ses chances au projet de création, il faut savoir bousculer les idées reçues ● ● ● ● ●

DES PISTES POUR PROGRESSER

Conseils et Recommandations

pour en finir avec les idées reçues

Décodez et interprétez autrement la capacité de ce créateur à contribuer à l'économie !

L'innovation technologique est le moteur de l'économie

Ce sont les contenus culturels (par exemple la musique, les produits de l'édition, les films, les jeux vidéo) qui rendent les nouvelles technologies intéressantes pour les consommateurs, qui contribuent au développement de nouveaux marchés.

Seule la perspective d'un gain financier fait tourner l'économie

Le succès de services et logiciels gratuits et libres d'accès – comme Wikipédia – est une tendance qui préfigure une économie dans laquelle le partage et l'échange des connaissances et des compétences ne sont pas uniquement fondés sur des gains financiers.

Seuls les secteurs du sport et de la culture doivent proposer des expériences riches et fortes

Pour réussir dans une économie postindustrielle, les entreprises – quel que soit leur secteur d'activité – doivent s'assurer que ce qu'elles vendent offre une expérience riche et forte.

La créativité appartient exclusivement au monde de la culture

La créativité basée sur la culture est, pour les chefs d'entreprises et les décideurs politiques, un élément fondamental pour développer et mettre en œuvre des stratégies centrées sur les besoins de l'utilisateur (il s'agit moins de "produire des choses" que d'offrir un service).

“ **Le caractère immatériel du produit donne une importance cruciale à la traduction la plus précise du projet dont il est l’aboutissement.** ”

Conseil économique et social - « *L’acte productif dans la société des savoirs et de l’immatériel* » - 2004

La compétitivité des économies repose exclusivement sur l’amélioration des fonctions de production des entreprises

Le contexte international en pleine mutation, l’émergence de nouvelles technologies et l’accélération de la mondialisation constituent des défis pour la compétitivité de l’Europe. Les industries culturelles et créatives (ICC) de l’UE ont le potentiel nécessaire pour y répondre, en particulier par la créativité et l’innovation qui les caractérisent. (...)

L’accès au financement est freiné par les faiblesses de l’observation économique de ces secteurs

L’accès au financement constitue l’un des principaux obstacles à la croissance dans le secteur des ICC. Il est impératif de présenter clairement aux banques et aux investisseurs la valeur et le potentiel économiques du secteur.

Le développement durable est soit une affaire de valeur, soit une affaire de marché qui ne concerne donc pas toutes les entreprises

La responsabilité sociale des entreprises (RSE) fait partie de la stratégie Europe 2020 pour une croissance intelligente, durable et inclusive. C’est un concept qui désigne l’intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes.

Pas de développement à terme sans processus d’évaluation au démarrage

La culture de l’évaluation qui prédomine dans la plupart des États membres de l’UE va à l’encontre de cette idée d’expérimentation et de prise de risque.

Il ne faut pas compter sur les secteurs de la culture et du sport pour créer des richesses

L’art et la culture peuvent contribuer de manière capitale à la réalisation d’objectifs qui réconcilient la création de richesse avec le développement durable et le respect des valeurs humanistes communes.

👉 Source : Union européenne <http://ec.europa.eu> : « *Tendances 2008-2012- L’ère des mutations positives* »

Considérer les valeurs comme une valeur ajoutée

► Le poids de l'Europe

Dans le paragraphe 13 de la déclaration des collectivités locales et territoriales françaises, l'ensemble des acteurs publics locaux s'est engagé à promouvoir « les achats publics éthiques par l'inscription de critères sociaux et environnementaux dans l'attribution des marchés publics ».

La position du droit communautaire européen, très favorable à une utilisation éthique des deniers publics, a conduit le législateur français à revoir ses positions quant à la politique d'achat public et à ouvrir le droit de la commande publique à des préoccupations jusqu'alors imparfaitement intégrées (comme le développement durable ou le commerce équitable par exemple).

► La législation française

La loi du 2 août 2005 sur les petites et moyennes entreprises a établi que le commerce équitable s'inscrit dans la stratégie nationale de développement durable.

C'est une suite logique à l'entrée dans la Constitution en mars 2005 de la Charte de l'environnement. C'est sur ce fondement que le Code des marchés publics a,

depuis 2006, fait de l'introduction du développement durable dans l'achat public une obligation de moyen. Pour tous leurs achats, les collectivités publiques doivent analyser la possibilité d'intégrer des objectifs de développement durable. Clauses et critères de développement durable sont ainsi introduits dans les cahiers des charges et les procédures de passation, en toute sécurité juridique.

Pour faciliter le respect de cette nouvelle obligation, l'État a élaboré un Plan national d'action pour des achats publics durables en 2007.

D'une part, la circulaire du Premier ministre du 12 février 2009 a fait de la démarche « administration exemplaire » un impératif pour tous les services de l'État et, d'autre part, le décret de création du Service des achats de l'État (SAE) en mars 2009 mentionne explicitement que « Le service des achats de l'État s'assure que les achats de l'État [...] respectent les objectifs de développement durable et de développement social. »

👉 Source : Plate-forme pour le commerce équitable - Avril 2010
www.commerceequitable.org

**Des valeurs aux principes,
le cadre législatif représente
une garantie !**

redécouvrir certaines définitions

► L'entrepreneur social

1. Un entrepreneur social est d'abord un entrepreneur.
2. On ne naît pas entrepreneur, on le devient.
3. L'entrepreneur social est un innovateur.
4. On peut entreprendre autrement dans tous les secteurs.
5. On peut entreprendre autrement avec toutes les ambitions.
6. Savoir s'ancrer sur son territoire, un atout pour réussir.
7. Se faire bien accompagner, une condition du succès.
8. Entreprendre autrement, c'est aussi se faire financer autrement.
9. « Dupliquer » un concept d'entreprise sociale qui a fait ses preuves : c'est possible !
10. Reprendre autrement : de nombreuses opportunités.

Pour en savoir +

📖 Découvrir le guide de l'AVISE :
« *Devenez entrepreneur social* » ou
consultez le site @ www.avise.org

► L'entreprise solidaire

La loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008 a instauré l'obligation de proposer dans tout plan d'épargne d'entreprise un Fonds commun de placement d'entreprise (FCPE) solidaire.

Le décret d'application précisant la définition de l'entreprise solidaire a été publié (JO du 20/03/09).

L'entreprise solidaire est une entreprise non cotée dont :

- soit un tiers des salariés sont en contrat d'insertion par l'activité économique, en contrat de travail aidé, en contrat de professionnalisation dans le cadre de convention de groupements d'employeurs, bénéficient de l'accompagnement personnalisé pour l'accès à l'emploi ou sont reconnus travailleurs handicapés ;

- soit l'entreprise est constituée sous forme d'association, de coopérative, de mutuelle, d'institution de prévoyance ou de société dont les dirigeants sont élus par les salariés, les adhérents ou les sociétaires, et la moyenne des rémunérations des cinq salariés ou dirigeants les mieux rémunérés n'excède pas cinq fois le SMIC.

Le texte précise par ailleurs les modalités d'agrément de ces entreprises par le préfet. Ce dernier doit statuer dans un délai de trois mois suivant le dépôt de la demande. L'absence de réponse au-delà de ce délai vaut décision d'acceptation.

L'agrément est accordé pour une durée de deux ans, ou, en cas de renouvellement, de cinq ans.

Connaître les statuts de l'économie sociale et solidaire est indispensable !

a approfondir les questions d'utilité sociale et d'intérêt général

► L'activité d'utilité sociale

La notion d'utilité sociale est largement usitée, mais sa définition laisse encore place à de nombreux débats tant dans le milieu associatif qu'au sein des pouvoirs publics.

Elle apparaît notamment avec l'instruction fiscale du 15 décembre 1998 relative aux associations, qui aborde en premier lieu la question du caractère désintéressé de la gestion de l'association. Ce texte précise ce qui permet d'apprécier l'activité de l'association en des termes d'utilité sociale :

- le produit est d'utilité sociale si l'activité tend à satisfaire un besoin qui n'est pas pris en compte par le marché ou l'est de façon peu satisfaisante ;
- le public visé doit correspondre à des personnes qui ne peuvent accéder aux services offerts par le marché pour des raisons économiques ou sociales ;
- les excédents doivent être destinés au financement de projets dans le cadre de l'objet non lucratif ;
- le prix est soit homologué par les pouvoirs publics, soit inférieur à ceux pratiqués par le secteur marchand, soit modulé en fonction de la situation sociale des bénéficiaires ;
- la publicité, étant un indice de lucrativité, est interdite, mis à part

les campagnes d'appel à la générosité publique et les informations diffusées aux personnes ayant déjà bénéficié des prestations de l'association.

Le sens de cette notion est toujours en débat. Pour en connaître les termes, découvrez le site de la CRESS (Chambre régionale de l'économie sociale et solidaire) de Basse-Normandie.

🔗 Source : <http://cress-bn.org>

Suivre ces débats peut être utile pour accompagner ces créateurs !

► Les services d'intérêt général dans l'Union européenne

La réalité des services d'intérêt général dans l'Union européenne est complexe et en évolution constante.

Elle recouvre :

- un vaste éventail d'activités, allant des grandes industries de réseau (énergie, services postaux, transport et télécommunications) à la santé, à l'éducation et aux services sociaux ;
- une grande diversité en ce qui concerne l'échelon auquel ces services sont fournis, du niveau européen, ou même mondial, au niveau purement local ;
- des services fournis sur des bases différentes : certains sont de nature marchande, d'autres de nature non marchande ;
- des organisations variant selon les traditions historiques, géographiques et culturelles ainsi qu'en

PORTRAIT de TERRITOIRE

Impossible de recenser tous les appuis et aides mis en œuvre par les collectivités pour favoriser l'installation des créateurs visés par ce guide, à l'instar des « squats d'artistes » devenus « nouveaux territoires de l'art », « fabriques » ou « lieux intermédiaires » rassemblant musiciens, plasticiens, vidéastes, artistes de rue, etc., comme La Malterie à Lille ou Mix Art Myris à Toulouse.

À Montpellier, une pépinière dédiée au

sport est en gestation. En région PACA, les créateurs sont accompagnés dans les pôles régionaux d'innovation et de développement économique solidaire (PRIDE). À Arles, c'est le cas pour les industries culturelles, numériques, audiovisuelles et le cinéma. À Marseille, les secteurs concernés sont le cinéma, l'audiovisuel, l'animation, le jeu vidéo, le multimédia, l'édition, la distribution et la diffusion de programmes.

fonction des caractéristiques de l'activité concernée. (...)

Certains services d'intérêt général sont à exclure du champ d'application des règles de concurrence, tels que la santé et l'éducation, le logement social, mais aussi les services d'intérêt général visant à maintenir ou accroître le pluralisme de l'information et de la diversité culturelle.

➔ *Source : Synthèses du « Livre vert de la Commission, du 21 mai 2003, sur les services d'intérêt général » [COM(2003) 270 final - Journal officiel C 76 du 25.03.2004].*

Consolider ses connaissances juridiques n'est pas superflu !

e xiger un solide business plan

Quelle que soit la qualité de son projet, seul un solide business plan peut permettre au créateur de décrocher les financements dont il a besoin pour démarrer son activité.

Les réseaux d'accompagnement à la création d'entreprises, ainsi que de nombreux ouvrages qui

s'adressent aux créateurs, livrent des conseils qui sont toujours bons à prendre.

Petits conseils pratiques à prodiguer dans tous les cas :

- s'entourer de personnes compétentes ;
- confronter les points de vue ;
- rencontrer le plus rapidement possible les représentants des réseaux professionnels ;
- entrer en contact avec les élus et les techniciens des collectivités locales du territoire d'implantation.

Cependant, si le créateur n'est pas en mesure d'expliquer ses besoins de financement et l'affectation des ressources qu'il cherche à mobiliser (investissements matériels ou immatériels, besoins en fonds de roulement, etc.), cela signifie que le travail sur le projet n'a pas été complètement effectué. ■

Si le projet n'est pas mûr, mieux vaut orienter le créateur vers des organismes d'accompagnement que vers des financeurs !