

La dimension du projet du candidat à la création peut démotiver les réseaux généralistes. Ceux qui le connaissent bien ne sont pas toujours outillés pour le conseiller dans le choix d'un statut. La place de la culture associative et le manque de connaissances juridiques en sont souvent la cause.

Petit argumentaire sur les points sensibles de l'accompagnement au démarrage ●●●●●

LES POINTS DE VIGILANCE

Conseils et Recommandations

1 La dimension du projet

Le projet est souvent de faible envergure au démarrage et concerne avant tout le créateur qui cherche à créer son emploi.

Cependant, sous-estimer un porteur de projet en raison de la rentabilité hypothétique de sa future entreprise ou d'une période d'ouverture à l'année partielle relève d'un mauvais calcul économique.

C'est ignorer que les grands projets dans ces secteurs ont pris de l'envergure avec le temps. C'est aussi négliger l'intérêt des territoires à s'appuyer sur ces micro-entreprises.

► **Un territoire attractif dispose d'une offre culturelle et sportive étoffée**

À l'échelle des territoires, la capacité à attirer et à retenir des activités et des hommes est souvent considérée comme essentielle.

Les grandes métropoles comme

Paris, Lyon, Marseille ou Lille misent depuis longtemps sur la culture et le sport pour renforcer leur croissance et leur rayonnement.

Elles ne sont plus les seules aujourd'hui : de nombreux territoires ruraux, des communes ou des intercommunalités de petite taille sont à l'origine d'initiatives intéressantes qui contribuent efficacement à leur attractivité, voire à leur compétitivité.

En matière d'attractivité économique, résidentielle ou touristique, les dimensions culturelles et sportives sont en effet unanimement considérées comme des leviers stratégiques qui vont contribuer à la fois au bien-vivre des habitants, aux équilibres sociaux et à l'image dynamique que les territoires recherchent. Parmi les ressources que les territoires mobilisent, les équipements, la communication et les événements culturels et sportifs sont souvent privilégiés.

“ **L'étymologie du verbe « innover » renvoie au terme novare, en latin « renouveler », « inventer », « forger », « changer ».** ”

Attirer des créatifs passe aussi par l'aide à l'installation ou la mise en réseau des professionnels. L'essentiel, au départ, c'est de leur proposer un accompagnement pour sécuriser leur projet de création.

Ne négligez pas ce type de projets, quelle que soit leur dimension, l'attractivité des territoires en dépend !

► **L'activité touristique s'appuie sur des entreprises saisonnières**

La France est la première destination touristique au monde. Son rang repose avant tout sur sa situation géographique, sa culture et son patrimoine. Mais la valeur économique de ses ressources est entièrement dépendante de la capacité des entreprises et des professionnels à s'adapter aux saisonnalités qu'impose le secteur.

Tous les territoires n'ont pas les moyens d'appuyer leur politique de développement touristique sur le sport et la culture, mais tous ceux qui y parviennent avec succès ont su conjuguer des équipements et/ou une communication

adaptée avec un soutien aux entrepreneurs et à leurs salariés. La formation professionnelle continue et les dispositifs de soutien territorialisés contribuent efficacement à faciliter l'installation durable d'activités saisonnières. **Ne négligez pas ce candidat, les entreprises saisonnières sont indispensables aux territoires touristiques !**

Cependant, au stade de la création, l'accompagnement des créateurs n'est pas toujours au rendez-vous.

2 **L'originalité du projet**

La période actuelle est marquée par une évolution rapide des valeurs ainsi que des modes de vie et de consommation, conjugée à une banalisation des déplacements des populations et à la progression constante des nouvelles technologies. Dans ce contexte, notre époque se révèle particulièrement favorable à une dynamique d'innovation qui concerne pleinement les activités et les créateurs visés par ce guide.

Dans le sport, l'innovation est omniprésente. Elle répond à la demande de renouvellement, de confort et de sécurité des pratiquants. Elle concerne autant les pratiques que les matériels dont l'évolution dépend à la fois des technologies nouvelles et de la mode.

Pour ce qui concerne la culture, la création et la singularité sont au cœur des productions, quels que soient les publics visés. Elles ont été particulièrement touchées ces dernières années par l'interdisciplinarité qui s'impose dans presque tous les domaines.

Préparez-vous à découvrir une idée de projet originale dans ses modalités de mise en œuvre comme dans son contenu !

3 Le choix du statut

Pour les acteurs qui ne sont pas spécialistes de l'accompagnement à la création d'entreprises, le risque consiste à laisser le créateur « s'enfermer » dans les statuts qui dominent dans ces secteurs d'activité.

Ce risque est d'autant plus fort que la culture économique des créateurs eux-mêmes s'est forgée dans des milieux où le statut associatif et/ou le statut d'intermittent sont les plus répandus.

Il n'est pas plus question, à ce stade, de rejeter d'emblée ces statuts qui peuvent, dans certaines conditions, être en cohérence avec le projet du candidat.

Le choix du statut, comme pour n'importe quel projet de création, n'est pas la priorité à ce stade !

4 L'impact des mots

Il y a des propos qu'il est préférable de ne pas tenir au créateur au démarrage de l'accompagnement.

En voici quelques-uns :

- lui dire de simplifier son projet ;
- lui dire que la création d'entreprise, c'est tout ou rien ;
- lui dire de changer de projet s'il ne décide pas d'y consacrer tout son temps ;
- lui dire de choisir entre le « business » et sa passion ;
- lui demander de renoncer d'emblée à créer une association ;
- lui dire de se débrouiller au motif que son projet est de petite envergure ;
- lui dire de renoncer à un projet qui présente trop de risques ;
- lui dire que son projet est totalement farfelu... ■

Évitez de porter des jugements hâtifs et écoutez-le. Le premier rendez-vous est souvent déterminant !

INITIATIVE de RESEAU

Profession Sport 34

Le dispositif « Profession Sport » a été créé en 1989 à l'initiative de M. Roger Bambuck, secrétaire d'État à la Jeunesse et aux Sports, pour permettre la création d'associations départementales. Celles-ci ont ainsi assuré la prise en charge de salariés et leur mise à disposition au sein de clubs sportifs ou d'associations de jeunesse et d'éducation populaire qui en avaient diagnostiqué le besoin.

Le dispositif « Profession Sport » permet aux diplômés des secteurs du sport et de l'animation de bénéficier d'un réel statut social et de la protection sociale afférente.

Au-delà de cette première action, les associations ont évolué pour se retrouver chargées d'une mission de structuration et du développement du marché de l'emploi du sport et de l'animation.

Le Groupement national profession sport & loisirs (GNPSL) a vu le jour en 2005, suite à la décision d'associations Profession Sport de se fédérer autour d'une structure capitalisant leurs quinze années d'expérience sur le terrain au profit du sport-loisir.

Sur le terrain, ces associations se développent à des rythmes différents et, pour certaines, déploient des initiatives originales en faveur de l'emploi.

C'est le cas de Profession Sport 34. En vingt ans, l'association est devenue un acteur incontournable du développement économique dans les secteurs du sport, de l'animation et des loisirs dans le département de l'Hérault. Ses différents pôles d'activités (gestion des emplois, conseil aux bénévoles, insertion professionnelle, création d'activités) se sont développés en s'adaptant sans cesse aux besoins des dirigeants et des professionnels diplômés du secteur : bourse d'emplois, accompagnement à la création d'activités, appui à la gestion administrative, formation, conseils, diagnostics font de l'association un interlocuteur privilégié des acteurs de la branche.

En 2002, Profession Sport 34 a initié un nouveau dispositif d'appui à la création d'activités dans la branche du sport, une expérimentation originale dans cette filière et unique en France. Ce dispositif a permis la création de 101 structures (dont 35 % dans le secteur du tourisme) générant 110 emplois et a largement démontré l'intérêt d'un accompagnement spécifique.

Au plus près des attentes des services déconcentrés de l'État et du Conseil régional du Languedoc-Roussillon, ce projet est aujourd'hui porté par Languedoc-Roussillon Sport Emploi Tourisme (LR SET).

LR SET est un outil innovant et structurant au service du développement de projets et de la professionnalisation des acteurs du secteur du sport, du tourisme et des loisirs. LR SET est le partenaire privilégié des porteurs de projets en région qui veulent créer une entreprise dans la filière du sport, des loisirs et/ou du tourisme sportif.

Cette nouvelle structure propose un accompagnement de proximité à chaque étape du montage, de la création et du développement de l'entreprise. L'objectif principal de ce dispositif d'appui, d'accompagnement et de suivi est de donner aux porteurs de projet les conditions favorables à l'émergence et la pérennisation de leur activité. Le principe est de mettre les porteurs de projet dans une démarche active avec un accompagnement personnalisé et adapté aux besoins de chacun.

LR SET est membre du réseau régional Syner-sud. L'association est également labélisée et conventionnée NACRE (Nouvel accompagnement pour la création et la reprise d'entreprise)

LR SET

Maison Régionale des Sports

1039, rue Georges-Méliez

34000 Montpellier

www.lrset.org

Coordonnateur : Maxime QUEVAL

✉ maxime.queval@lrset.org