

Accompagner le créateur d'un commerce de proximité dans la phase de formalisation, d'approfondissement et de financement de son projet

Publication : 4 mars 2015



L'essentiel

Accompagner le créateur d'activité dans la construction et la maîtrise de son projet d'exploitation d'un commerce de proximité et le mettre en capacité de faire des choix et de prendre les bonnes décisions de manière autonome

- Quelles sont les informations à récolter par le créateur et les questions à se poser pour faire des choix et prendre les décisions les plus appropriées ?
- ŸA quelles conditions le projet peut-il être viable ?
- ŸQuelles compétences le créateur doit-il acquérir pour maîtriser pleinement ses nouvelles fonctions ?

Les enjeux

Rendre le porteur de projet autonome : lui permettre de s'approprier les éléments constitutifs du projet de création et de prendre des décisions en maîtrisant les différents enjeux et leurs impacts professionnels et personnels

ŸDévelopper les compétences du créateur afin de le mettre en capacité d'exercer tous les pans du métier d'exploitant d'un commerce de proximité

ŸConstruire un projet viable et pérenne

Les objectifs de l'action

ŸIdentifier les différentes étapes de montage du projet

ŸIdentifier les besoins en formation

ŸPositionner le porteur de projet dans un parcours d'apprentissage

Formaliser et s'approprier les mécanismes de montage d'un commerce de proximité, les éléments d'argumentaire du projet et le modèle économique

ŸMettre le créateur en capacité d'évaluer les facteurs de réussite de son projet de création

Les stratégies de l'action

Guider le futur exploitant de commerce de proximité dans les différentes étapes de son projet :

- Analyse du marché (concurrence, clientèle, fournisseur, réglementation professionnelle)
- Stratégie commerciale (définition de l'offre commerciale, positionnement prix, clientèle ciblée, choix d'une enseigne...)
- Stratégie de communication
- Evaluation des besoins et moyens à utiliser (matériel, moyens humains...)
- Analyse financière (plan de financement, compte de résultat, plan de trésorerie, gestion des stocks...)
- Etude du statut juridique
- Recherche de financement

Les actions préalables

Vérifier auprès du promoteur du futur équipement les éventuels contacts intervenus avec des groupes de distribution en vue d'évaluer la faisabilité d'une implantation sous enseigne

Valider la cohérence "personne/projet"

Sélectionner les candidats à potentiel pour l'exploitation d'un commerce de proximité dans un quartier

Le descriptif de l'action

Définition des besoins en formation du futur entrepreneur :

- Identification des compétences nécessaires pour le métier de chef d'entreprise et pour l'exploitation d'un commerce de proximité
- Etat des lieux des compétences acquises par le créateur et des compétences à développer
- Définition des formations qui vont permettre le développement de ces compétences

Analyse du marché :

- Maîtrise de l'étude de potentialité
- Tendances, environnement et réalités du marché visé
- Identification et recherche de la clientèle potentielle
- Identification et analyse des concurrents
- Hypothèse de chiffre d'affaires (retravaillée à partir de tous ces éléments)
- Contraintes réglementaires et sociales (gestion du personnel, ERP, HACCP ...)

Elaboration de la stratégie commerciale / Marketing-mix :

- Etude du positionnement en termes d'image et d'offre (adéquation produits/besoins clients)
-

Définition de l'offre produit

- Définition du positionnement prix
- Elaboration de la politique de merchandising
- Elaboration de la politique promotionnelle
- Choix du mode d'exploitation (en franchise, dans le cadre d'un contrat d'affiliation ou d'approvisionnement...) et mise en relation éventuelle du porteur de projet avec les groupes de distribution

Communication de l'entreprise :

- Aide à la constitution du plan de communication
- Définition des besoins en termes d'outils et de supports

Etude de la rentabilité économique :

- Evaluation des moyens nécessaires :
 - Besoins durables : mobilier, caisse, meubles réfrigérés, étude de l'état du local et analyse éventuels des travaux à la charge du porteur de projet
 - Besoins en fond de roulement
 - Moyens humains
 - Ressources durables / évaluation des charges fixes
 - Politique d'achat et conditions des fournisseurs
- Traduction des données en éléments financiers sur 3 ans et vérification de la viabilité du projet :
 - Calcul du seuil de rentabilité
 - Calcul du reste à vivre
 - Plan de financement initial
 - Compte de résultat prévisionnel
 - Plan de financement sur 3 ans
 - Plan de trésorerie annuel
 - Tableau des immobilisations, tableau des emprunts
- Identification des différentes ressources adaptées au projet :
 - Aides et appui à la création
 - Mesures fiscales et sociales

Choix du statut juridique, fiscal et social :

- Etude juridique analyse des différents statuts juridiques existants et de l'impact fiscal et social de chacun
- Choix du montage juridique : statut de l'entreprise, régime fiscal (société imposable à l'IS ou l'IR), régime social (régime social des salariés ou régime social des indépendants)

Rédaction du plan d'affaires (business plan) :

- Formalisation du document de synthèse

Mobilisation de financements nécessaires au projet :

- Identification des différents moyens de financement et des aides au financement
- Simulation d'entretien pour présentation du projet, permettant de vérifier que le bénéficiaire s'est bien approprié toutes les composantes de son projet

- Médiation bancaire
- Aide à la demande de prêts Nacre ou autres (préparation du dossier)
- Appui au passage en commission (prêt d'honneur)
- Aide à l'obtention de financements locaux

Les acteurs

Organisme d'accompagnement à la création d'entreprise (conseiller référent)

Organisme de financement

Coût et financement de l'action

20 heures d'accompagnement par candidat (hypothèse : 3 candidats potentiels identifiés)

Le calendrier de l'action

Durée : 3 à 4 mois

Résultats et évaluation de l'action

Descriptif du projet d'activité

Etude de marché

Stratégie commerciale et de communication (mix-marketing)

Identification des ressources nécessaires

Prévisions commerciales (chiffres d'affaires) et financières (compte de résultat, plan de trésorerie)

Choix des statuts fiscaux et sociaux

Rédaction du plan d'affaires (Business plan)

Constitution d'un dossier d'aides et de financement

Plan de formation

Zoom

[Consultez la fiche opération du Centre commercial Les Vergnes de Clermont-Ferrand](#)

[Consultez la fiche de bonnes pratiques "Identifier et accompagner un porteur de projet, l'exemple du centre commercial Les Vergnes de Clermont-Ferrand"](#)

En savoir plus

[Consultez la fiche action "Identifier et sélectionner un porteur de projet"](#)

[Consultez la fiche action "Proposer un appui technique jusqu'à l'ouverture du point de vente"](#)

[Téléchargez la brochure "Favoriser la création de commerces dans les quartiers en politique de la ville - "Des repères pour agir" "](#)

Mots-clefs

[Structuration de projet](#), [Budget prévisionnel](#), [Plan d'affaires \(Business Plan\)](#), [Rentabilité](#), [Viabilité](#), [Transfert et développement de compétences](#)

, [Transfert de savoir](#), [Parcours d'apprentissage](#), [Appropriation](#), [Autonomie](#), [Les Vergnes](#), [Clermont-Ferrand](#)