

PRÊT À

**CRÉER**

VOTRE ENTREPRISE ?

---

Le vademecum du créateur d'entreprise

---

# 1 Français sur 5 rêve de créer son entreprise

## Vous aussi ?

Que vous ayez envie de créer une entreprise qui se développera sur son territoire ou que vous envisagiez de créer une activité d'indépendant en devenant votre propre patron, votre CCI vous accompagne dans votre projet de création. Vous bénéficiez de son expérience, de sa connaissance du tissu économique et institutionnel local ainsi que de l'expertise de ses conseillers et de ses partenaires.

## Une offre sur-mesure

- ▶ Un service, **sur-mesure**, adapté à votre situation et votre projet.
- ▶ Les informations dont vous avez besoin au moment où vous en avez besoin.

## Des engagements

- ▶ Vous accompagner dans la construction d'un **projet / business model cohérent** et si possible **innovant** grâce à l'expertise de votre conseiller.
- ▶ Vous préparer à **la vie de patron** : autonomie et bons réflexes.
- ▶ Vous faire bénéficier de conseillers à la fois **généralistes** de l'entreprise et **spécialistes** de certains domaines ou secteurs : création, reprise et premiers pas de l'entreprise, commerce, service, industrie, développement durable, économie numérique, etc.
- ▶ Mobiliser des conseillers **neutres et expérimentés** qui vous permettent de considérer votre projet avec objectivité et vous donnent les moyens de le faire coïncider avec les réalités du marché et les ressources disponibles.
- ▶ Mettre à votre disposition un **conseiller référent** qui vous accompagne tout au long de votre projet, qui vous propose les meilleures solutions et vous donne toutes les chances de réussite et de développement.



# Sommaire

## ÊTES-VOUS PRÊT ?

- A** PRÊT À VOUS LANCER DANS L'AVENTURE ENTREPRENEURIALE ? TESTEZ-VOUS !
- B** VOTRE IDÉE / PROJET EST-ELLE/IL EN COHÉRENCE AVEC VOTRE PERSONNALITÉ ?
- C** VOTRE IDÉE TROUVERA-T-ELLE SON MARCHÉ ?
- D** VOTRE PROJET PEUT-IL ÊTRE DIFFÉRENT ? ET SI VOUS INNOVIEZ ?

## LES CLÉS POUR RÉUSSIR

- A** LES 10 COMMANDEMENTS DU CRÉATEUR
- B** LA RECETTE DE LA CRÉATION D'ENTREPRISE
- C** ET POURQUOI FAUT-IL FAIRE TOUT CELA POUR CRÉER ?

Ce vademecum a pour objectif de vous aider à vous poser les bonnes questions avant de vous lancer dans la création d'entreprise et pendant la structuration de votre projet.

N'hésitez pas à faire appel à votre conseiller CCI pour approfondir chacun des thèmes abordés dans ce livret.

Livret offert par les Chambres de Commerce et d'Industrie.

**ÊTES-VOUS  
PRÊT ?**



# A PRÊT À VOUS LANCEZ DANS L'AVENTURE ENTREPRENEURIALE ? TESTEZ-VOUS !



Certaines personnes sont plus à l'aise pour créer des entreprises que pour les développer, d'autres ont des compétences plus conformes avec le rôle et la posture de chef d'entreprise.

D'autres encore sont capables de créer et de gérer.

Et vous ? Comment vous situez-vous par rapport aux entrepreneurs ? Les CCI vous proposent des tests qui peuvent vous donner des clés pour prendre votre décision d'entreprendre ou pas :

- ▶ un test de vos motivations, aptitudes et attitudes pour voir si elles correspondent au cas général de l'entrepreneur ;
- ▶ un test pour apprécier certaines de vos caractéristiques dans une perspective de création et de développement d'entreprise.

Ce ne sont ici que des éléments de réflexion qui pourront vous éclairer sur certains de vos points faibles et forts. Bien sûr, d'autres éléments entrent en jeu dans une création d'entreprise.

Testez-vous sur  
[www.creation.cci.fr](http://www.creation.cci.fr)



*J'ai fait les deux tests sans trop y croire. Avec les tests, on met toujours les gens dans des cases, et moi, je n'aime pas ça. Finalement, j'ai eu une bonne surprise car les deux tests m'ont permis de me situer par rapport à un profil-type et de voir les quelques points sur lesquels je pourrais m'améliorer. Par exemple, sur le test du profil entrepreneurial, le résultat montrait que j'étais en dessous de la moyenne des entrepreneurs sur l'aptitude « confiance en soi », du coup, j'ai décidé de faire une formation sur ce sujet.*

**Damien**

*Quand j'ai fait les tests, je me suis rendue compte que j'avais bien un profil d'entrepreneur. Comme j'avais toujours occupé un poste de salariée, je ne le pensais pas. Mais cela n'a pas étonné mes amis. C'est vrai que, quand il s'agit de faire quelque chose en groupe, c'est toujours moi qui prend l'initiative et qui organise !*

**Bénédictte**



## B VOTRE IDÉE / PROJET EST-IL EN COHÉRENCE AVEC VOTRE PERSONNALITÉ ?



Pour durer, l'activité que vous mènerez doit vous correspondre et vous rendre heureux. Donc, avant même de vous demander combien vous pourriez avoir de clients, demandez-vous si votre projet correspond à vos aspirations les plus profondes.

Les CCI vous proposent de vous poser quelques questions. Pour cela, « lâchez-vous », ne vous censurez pas, rêvez !

Rendez-vous sur  
[www.creation.cci.fr](http://www.creation.cci.fr)



*Je dois reconnaître que je ne me suis pas posé ces questions quand j'ai décidé de me lancer. Après 15 ans dans le service marketing, j'ai compris que je ne pourrais plus évoluer dans mon entreprise et j'ai décidé de me mettre à mon compte. J'ai naturellement choisi de faire du marketing. Lorsque la CCI m'a proposé de réfléchir à ce projet sous l'angle « Est-ce que le projet vous correspond bien », j'ai réalisé petit à petit que je n'avais plus envie de faire du marketing mais que je voulais rendre les autres heureux... Petit à petit, je me suis vue ouvrant un spa pour les jeunes mamans : détente, bien-être, connexion avec bébé... Plus je m'imaginais avec ce projet, mieux je me sentais... Bien sûr, vu que je n'avais pas d'expérience, mon conseiller CCI m'a recommandé de me former et de m'entourer de personnes capables de m'aider, ce que j'ai fait. Aujourd'hui, je suis heureuse, loin du marketing !*



Johanna

*Sur le coup, lorsque j'ai participé à un atelier de ma CCI sur « Votre idée est-elle une vraie bonne idée », j'étais un peu dubitatif. OK, c'est important de faire ce qu'on aime mais c'est surtout important d'avoir une activité qui aura des clients. Pour moi, c'est cela qui compte ! Et puis, au fil du montage de mon projet, je me suis projeté dans ma peau de futur patron, je suis allé interviewer des potentiels futurs clients... Et là, j'ai compris ce que mon conseiller CCI voulait dire lors de l'atelier. J'ai pris conscience que je n'avais pas envie de travailler avec le profil de clients que l'activité exigeait. Alors, j'ai préféré tout reprendre à zéro et repartir sur un autre projet plutôt que de prendre le risque de faire un truc qui ne me conviendrait pas sur le moyen terme.*

Melvine



# © VOTRE IDÉE TROUVERA-T-ELLE SON MARCHÉ ?



Vous avez une idée innovante et vous vous demandez si c'est une bonne idée ?  
Pour la tester rapidement (15 minutes !), nous vous proposons d'utiliser le LEAN canvas<sup>1</sup>.

Cette matrice permet de mettre noir sur blanc, à un instant t, vos hypothèses sur votre idée et de voir, d'un coup d'œil, ce qui peut être incohérent, incomplet ou un réel atout à valoriser.

Si vous ne pouvez pas remplir certaines parties ou si certaines montrent une faiblesse, elles sont alors révélatrices d'un risque à lever et de réflexions à mener.

Une fois établi, votre LEAN canvas vous servira de support pour approfondir chaque composante.

Pour tout savoir sur le LEAN canvas, rendez-vous sur [www.creation.cci.fr](http://www.creation.cci.fr). N'hésitez pas à prendre rendez-vous avec votre conseiller CCI pour en discuter avec lui.

|   |  |   |   |   |
|---|--|---|---|---|
| <b>2 - Problème</b><br>Les besoins/pain-points/ problèmes / besoins non satisfaits / manque de réponse à une question ?               | <b>4 - Solution</b><br>Les 3 solutions innovantes pour votre réponse en respectant les contraintes/ besoins clients. | <b>3 - Proposition de valeur</b><br>En quoi votre idée est-elle plus attractive que les alternatives existantes ? En quoi votre idée apporte-t-elle un bénéfice unique différent des autres ? | <b>9 - Avantage compétitif</b><br>En quoi votre idée est-elle plus attractive que les alternatives existantes ? En quoi votre idée apporte-t-elle un bénéfice unique différent des autres ? | <b>1 - Segments de clientèle</b><br>A quels clients vous adressez-vous ? Quels sont vos segments de clientèle ? |
| <b>8 - Indicateurs clés de performance</b><br>Quels indicateurs clés allez-vous utiliser pour mesurer le succès de votre idée ?       |  | <b>5 - Canaux</b><br>Par quels canaux allez-vous promouvoir votre idée ?  |   |   |
| <b>7 - Structure des coûts</b><br>Quels sont les coûts principaux et récurrents liés au lancement et au développement de votre idée ? |  |   | <b>6 - Sources de revenus</b><br>Étudiez le coût à l'usage ?  |   |

Pour tout savoir  
sur le LEAN canvas,  
rendez-vous sur  
[www.creation.cci.fr](http://www.creation.cci.fr)



1 - d'Ash MAURYA, serial entrepreneur

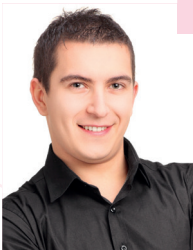
*Cette méthode a plusieurs avantages : tout est sur une page, c'est pratique et facile. Il n'y a que les éléments essentiels pour tester une idée rapidement. Cela oblige à se remettre en cause quand on ne trouve pas de réponse aux questions !*

Bruno



*Je voulais inventer une nouvelle appli smartphone. J'en ai parlé à quelques utilisateurs potentiels, ils avaient l'air convaincus. Par hasard, j'ai testé cette méthode et je n'ai pas eu le même résultat... La CCI m'a expliqué : comme mon produit est innovant, les personnes que j'ai interrogées ne pouvaient pas répondre objectivement parce qu'elles n'avaient pas de référentiel pour se projeter dans l'utilisation de l'appli. Elles ont donc répondu pour me faire plaisir... Finalement, après 1h30, j'ai ajusté mon idée et je continue mes investigations !*

Cyril



# ① VOTRE PROJET PEUT-IL ÊTRE DIFFÉRENT ? ET SI VOUS INNOVIEZ ?



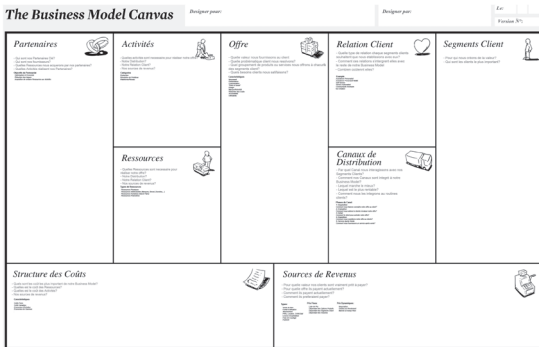
Votre projet est cohérent ? Vous pouvez convaincre un partenaire ou un financeur de vous suivre en quelques minutes? Et si vous regardiez dans quelle mesure vous pouvez faire évoluer l'un des éléments de ce projet pour proposer une innovation ?

Pour cela, les CCI vous proposent d'utiliser le Business Model canvas<sup>2</sup>.

Cet outil de réflexion vous permet de cartographier les éléments clés de votre projet de création et de les organiser en un tout, d'abord cohérent, ensuite pertinent.

C'est aussi un outil pour trouver une innovation. Par exemple, vous avez prévu de faire payer les utilisateurs de votre produit, comme vos concurrents ? Et si vous passiez « au gratuit » ?

Comment faire ? L'idée est de voir si vous ne pouvez pas démarquer des autres en faisant différemment.



Pour tout savoir  
sur le business model,  
rendez-vous sur  
[www.creation.cci.fr](http://www.creation.cci.fr)



2 - Issu du livre Business model generation d'Alexander OSTERWALDER et Yves PIGNEUR



*J'envisage de vendre des fruits et légumes sur les marchés, je ne voyais pas bien à quoi cet outil pouvait me servir. Finalement, il m'a permis de trouver une nouvelle façon de faire payer mes clients ainsi qu'un nouveau service ! Ma petite activité prend de l'ampleur !*

**Clément**



*Quand j'ai parlé de mon projet la 1<sup>ère</sup> fois à mon conseiller Création, j'ai bien vu que j'avais du mal à tout expliquer rapidement. Mon conseiller m'a proposé cette matrice, je l'ai remplie. Du coup, maintenant, je sais parler de mon projet en 1 minute en me concentrant sur les éléments essentiels ! Je me demande si je ne vais pas aller plus loin en essayant de trouver une innovation sur l'une des composantes du projet... !*



**Sarah**



# LES CLÉS POUR RÉUSSIR



# A LES 10 COMMANDEMENTS DU CRÉATEUR



- 1 - Ne comptez que sur vous pour réussir mais sachez faire appel aux autres pour vous aider (le réseautage, l'accompagnement).
- 2 - Pensez que vous allez y arriver et acceptez les changements que le projet va engendrer (impacts sur vous, votre famille, votre train de vie, votre temps...
- 3 - Soyez déterminé(e) dans votre choix d'entreprendre, ayez le désir de mener ce projet mais acceptez que cela puisse ne pas aboutir à ce que vous espérez. On apprend en se trompant !
- 4 - Assurez-vous que vous allez faire un métier (chef d'entreprise) qui vous correspond et que vous vous lancer dans une activité qui vous convient. Votre projet doit s'adapter à vous et à vos contraintes (personnelles et familiales notamment) et pas l'inverse sinon, ça finit en burn out !
- 5 - Choisissez une activité qui répond à un besoin des clients (= trouver des clients et donc un chiffre d'affaires). Les clients n'achètent que pour satisfaire un besoin ou trouver une solution à un problème.
- 6 - Passez de l'intention à l'action en acceptant que l'action se fasse dans l'incertitude.
- 7 - Testez votre produit / service auprès de clients potentiels (se confronter à son marché) ou d'autres entrepreneurs et exploiter leurs retours.
- 8 - Soyez rigoureux en gestion (se faire payer, suivre sa trésorerie...).
- 9 - Gardez et développez votre intuition.
- 10 - Ayez le soutien de vos proches et soyez à leur écoute.



*La CCI m'avait prévenu que ma vie allait changer. En fait, c'est surtout celle de ma famille qui a changé ! Même si j'ai organisé mon projet pour garder du temps avec mes enfants et ma femme, je dois reconnaître que mon cerveau, lui, était constamment connecté sur mon entreprise. Du coup, mes proches voyaient bien que j'étais avec eux, mais pas ma tête !! Au début, ils ont accepté et, un moment, j'ai bien senti que cela suffisait... En fait, ils ne comprenaient pas ce que je vivais. Avec le recul, j'aurais dû davantage leur expliquer ce qui se passait, ce que je faisais et les rassurer. Finalement, ils ont eu raison de m'alerter : même quand c'est sa boîte, il faut savoir déconnecter de temps en temps !*

**Chang**

*J'ai créé ma petite entreprise à 50 ans, mes enfants m'ont prise pour une folle mais je savais que j'avais raison. Finalement, le projet ne s'est pas déroulé comme prévu, j'ai fait des erreurs mais j'ai réussi à redresser la barre.*

*Je ne regrette rien et je suis toujours aussi déterminée pour continuer ! Pour éviter de faire les mêmes erreurs, je prends du temps pour « sortir la tête du guidon », écouter mes intuitions, les confronter à d'autres...*

*Je crois que je tiens le bon bout !*



**Josiane**

# B LA RECETTE DE LA CRÉATION D'ENTREPRISE

La création d'entreprise n'est pas un parcours. La meilleure analogie est celle d'une recette de cuisine : la liste des ingrédients et la préparation sont les mêmes pour tous mais chacun y met « sa patte » et chaque résultat est différent.

Le principal étant que le résultat soit savoureux !

Ce qui veut dire qu'il faut vérifier souvent et ajuster !

## Ingrédients :

- ▶ Vous / l'équipe
- ▶ Votre détermination
- ▶ Votre envie
- ▶ Vos ressources
- ▶ Votre produit
- ▶ Le process de fabrication
- ▶ Le process de vente
- ▶ Les ressources nécessaires pour l'entreprise
- ▶ L'étude de marché
- ▶ Le marketing et la communication
- ▶ Le juridique
- ▶ Le plan de financement
- ▶ La recherche de financement
- ▶ Les formalités



## Préparation :

- Préparez le 1<sup>er</sup> appareil en mélangeant : Vous / l'équipe, votre détermination, votre envie et vos ressources. « VOUS » êtes prêt. Laissez reposer.
- Travaillez VOTRE PRODUIT avec le plus de personnes possibles.
- Une fois VOTRE PRODUIT prêt, ajoutez-y l'appareil « VOUS » et mélangez avec votre process de fabrication, votre process de vente, l'étude de marché, les ressources nécessaires. Vous obtenez alors VOTRE BUSINESS MODEL. Travaillez votre business model jusqu'à, l'obtention d'une consistance cohérente voire innovante.
- Ajoutez alors le marketing, la communication et le juridique.
- Vérifiez la préparation réalisée jusqu'à alors grâce au prévisionnel financier.
- En fonction du goût, ajustez les différents ingrédients.
- Une fois que la préparation correspond à vos attentes, ajoutez la recherche de financement et le plan de financement. Vous obtenez alors le BUSINESS PLAN.
- Terminez votre recette avec les formalités.
- Bravo, vous avez alors une création d'entreprise réussie et réalisée avec votre style !



*C'est la 1<sup>ère</sup> fois que j'entendais parler de la création d'entreprise ainsi. Cela m'a aidé à prendre conscience que la création d'entreprise n'est pas un chemin linéaire, il faut faire attention à l'ensemble du projet constamment pour que tout reste toujours cohérent. Et si on bouge un élément du projet, il faut vérifier qu'il ne faut pas ajuster les autres !*

Mohamed



# C ET POURQUOI FAUT-IL FAIRE TOUT CELA POUR CRÉER ?



## **Vous + Votre envie + Votre détermination + Vos ressources**

| <b>À quoi ça sert ?</b>  | <b>À retenir</b>   |
|--------------------------|--|
| C'est la base du projet. | Les financeurs et autres partenaires de votre projet prendront la décision de vous suivre ou non, en partie sur la perception qu'ils auront de votre détermination, votre capacité à porter le projet et à mobiliser vos ressources. |

## **Une idée**

| <b>À quoi ça sert ?</b>   | <b>À retenir</b>  |
|---|---|
| Elle dépend de vous, de votre personnalité, de vos objectifs... | <ul style="list-style-type: none"><li>• Pas besoin d'une idée innovante pour se lancer</li><li>• Ce qui compte :<ul style="list-style-type: none"><li>- vous et votre envie de vous lancer ;</li><li>- une idée cohérente avec votre personnalité, vos envies, vos objectifs, vos ambitions, vos contraintes personnelles, vos ressources, vos compétences ;</li><li>- une idée qui répond à un besoin ;</li><li>- une idée qui a un « + » par rapport à ce qui existe déjà</li></ul></li></ul> |

## **Votre produit / service et sa fabrication**

**C'est ce que vous allez vendre de façon précise : caractéristiques des produits, politique de gamme, choix des marques ou labels, design et packaging...**

| <b>À quoi ça sert ?</b>  | <b>À retenir</b>   |
|--|--|
| À définir en détails comment vous allez fabriquer le produit pour définir les moyens dont vous aurez besoin (salariés, matériels, finances...) et donc les coûts de fabrication. | C'est là qu'il vous faut être imaginatif pour trouver la façon de fabriquer la plus efficiente (rapport coût / efficacité pour l'entreprise et son client) ! |

## **Votre projet dans son ensemble / Votre Business model**

**C'est la description générale du projet qui explique comment l'entreprise va gagner de l'argent.**

| <b>À quoi ça sert ?</b>   | <b>À retenir</b>  |
|---|---|
| À présenter le projet dans son ensemble et notamment votre vision de la capacité du projet à créer de la valeur, à plus ou moins court terme. | C'est ce que vous allez étudier encore et encore. L'itération est votre amie. |

## L'étude de marché

C'est l'étude des tendances du marché.

Mais surtout l'étude de VOS futurs clients et de VOS concurrents.

| À quoi ça sert ?  | À retenir  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• À définir votre cible avec précision.</li><li>• À ajuster tout le projet pour qu'il soit économiquement viable.</li><li>• À maîtriser vos clients pour mieux leur vendre votre produit / service.</li><li>• À maîtriser vos concurrents pour faire mieux qu'eux !</li></ul> | <p>Il s'agit bien d'une étude de VOTRE marché et non pas d'une étude DU marché.</p> <p>Il est possible que vous deviez retravailler sur votre produit / service après cette étude.</p> <p>La conclusion de cette étude est votre positionnement.</p> |

## Le marketing-mix : prix, produit, distribution, prospection, objectifs de vente, argumentaires de vente, communication

Il s'agit de définir chacune des composantes du marketing-mix pour qu'il y ait une cohérence entre :

- votre produit, son positionnement et vos objectifs de vente ;
- son prix ;
- votre plan de communication et vos argumentaires de vente ;
- votre politique de distribution / méthode de prospection.

Ajoutons également votre politique de fidélisation.

| À quoi ça sert ?  | À retenir   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• À identifier les solutions les plus efficaces pour vendre votre produit / service en fonction de votre cible.</li><li>• À évaluer une partie des coûts du projet : les moyens dont vous aurez besoin pour la vente, la communication...</li></ul> | <p>Le meilleur produit / service ne trouvera pas de clients si :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- la vente ne se fait pas avec les bons arguments ;</li><li>- le produit / service n'est pas vendu au bon prix ;</li><li>- la vente ne se fait pas selon les bons canaux et avec la bonne communication.</li></ul> |

## L'étude juridique et fiscale de l'entreprise et du dirigeant

C'est la définition de :

- la forme juridique de l'entreprise ;
- le régime fiscal de l'entreprise ;
- le régime social du dirigeant.

| À quoi ça sert ?   | À retenir  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• À donner le bon cadre au projet.</li><li>• À évaluer une partie des coûts du projet.</li></ul> | <p>Le choix juridique et fiscal se fait à la fin de l'étude du projet, en fonction des ambitions du projet et non de la complexité des différentes formes juridiques ou régimes fiscaux.</p> |

## La validation financière : le prévisionnel financier

C'est la mise en chiffres de toutes les études.

| À quoi ça sert ?                                   | À retenir   |
|--|---|
| À valider que le projet est viable financièrement. | Chacun des chiffres de cette étude doit pouvoir être justifié (devis, enquête...)<br><br>Cette étude peut vous faire revoir tout ou partie du projet. |

## Le plan de financement

C'est l'étude du mode optimal de financement de votre projet : pour son lancement et les 3-4 premières années.

| À quoi ça sert ?  | À retenir   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• À aller voir les financeurs « dans le bon ordre ».</li><li>• À demander les bons financements au bon moment.</li><li>• À envisager toutes les formes de financement et donc de mieux maîtriser les sources de financement qui pourront également être utiles ensuite.</li></ul> | Pensez à demain, il est difficile de trouver du financement les 3 premières années de vie de l'entreprise.<br><br>Chaque type de financement a des avantages et des inconvénients, tout dépend du projet. |

## Le business plan

C'est le document qui présente votre projet d'entreprise et détaille la façon dont vous allez mettre en œuvre votre business model.

C'est un document de communication avec les tiers et un outil de travail pour vous.

| À quoi ça sert ?  | À retenir   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• À « vendre » votre projet.</li><li>• À vous donner des repères dans les premiers mois du lancement de l'entreprise.</li></ul> | La rédaction du business plan se fait une fois toutes vos décisions prises : c'est un document de communication.<br><br>N'oubliez pas que les lecteurs de votre business plan ne connaissent ni vous, ni votre entreprise.<br><br>Si vous n'avez pas besoin de convaincre un tiers (un banquier par exemple), faites-en un quand même pour avoir un document de synthèse sur votre business model et la façon dont vous allez le mettre en œuvre. |

## La recherche de financement

| À quoi ça sert ?                                | À retenir   |
|---|---|
| À lancer le projet dans les conditions idéales. | Si un financeur dit non, il y a une bonne raison...<br><br>Un sur-financement est aussi dangereux qu'un sous-financement. |

## Les formalités

Ce sont les formalités d'immatriculation et toutes les formalités utiles à votre projet (obtention d'une qualification, d'un agrément, validation du respect d'une norme...).

| À quoi ça sert ?  | À retenir  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• À être dans les règles !</li><li>• À donner vie à votre projet.</li></ul> | <p>Certaines formalités sont plus longues que d'autres ou exigent certains documents.</p> <p>Faites un rétroplanning des formalités à accomplir pour ne pas perdre de temps.</p> |



*Lors d'une 7<sup>ème</sup> réunion à la CCI, on m'a donné ces informations. Sur le coup, j'avais trouvé que c'était un peu court... Finalement, en rentrant chez moi, je me suis rendu compte qu'il était fondamental de commencer son aventure entrepreneuriale avec la synthèse de ce qu'il y avait à faire et pourquoi on entrait pas dans les détails du « comment ». Le « comment faire », je l'ai vu lors d'ateliers techniques et avec mon conseiller, au bon moment.*

Jean

# TOUT SAVOIR SUR LA CRÉATION D'ENTREPRISE

Renseignez-vous sur l'offre spécifique de votre CCI

- ▶ Près de 20 années d'expérience dans l'accompagnement des créateurs d'entreprises et d'activités
- ▶ 240 espaces d'accueil des créateurs
- ▶ 1 000 conseillers dédiés à la création d'entreprise
- ▶ 225 000 porteurs de projet accueillis chaque année
- ▶ 70 000 créateurs accompagnés individuellement