



**Chambre de Métiers  
et de l'Artisanat**

**Dordogne Périgord**

Remis le : .....

Par : .....

Tél. : .....

Nom : .....

Nature du projet : .....



# GUIDE PREPARATOIRE

CHAMBRE DE METIERS et de L'ARTISANAT DORDOGNE  
PERIGORD

32, Boulevard Lakanal 24 000 Périgueux

Tél : 05.53.35.87.00 Fax : 05.53.35.87.59\_  
[www.cm-perigueux.fr](http://www.cm-perigueux.fr)



Réseau Chambre de Métiers



# UNE IDÉE ?

## UN PROJET ?

⇒ *Vous souhaitez créer ou reprendre une entreprise artisanale.*

⇒ *Cette idée, née d'un savoir-faire, d'une idée originale, d'une clientèle connue ou d'un marché intéressant, est sur le point de se réaliser.*

⇒ *De nombreuses questions restent encore sans réponse.*

⇒ *Avant de franchir cette étape essentielle, il est important de faire le point, de prendre conscience de vos lacunes et d'approfondir votre projet.*

⇒ *Ce document doit vous aider à comprendre vos motivations, à tester vos idées et à émettre un avis sur le devenir de votre projet.*

⇒ *Il est nécessaire à la réalisation d'une étude prévisionnelle, indispensable à la création ou à la reprise de votre entreprise.*



## QUI ÊTES - VOUS ?

<p><b>Nom</b> .....</p> <p><b>Prénom</b> .....</p> <p><b>Date de naissance</b>.....</p> <p><b>Adresse</b> .....</p> <p>..... <b>Tél.</b> .....</p>
--

**1) Situation de famille** .....

**2) Conjoint en activité**            OUI         NON

**3) Nombre de personnes à charge :** .....

**4) Quelle est votre dernière qualification ?**

Ouvrier non qualifié     Ouvrier qualifié     Employé

Agent de maîtrise                     Cadre

**5) Avez-vous déjà exercé une activité professionnelle en rapport avec votre projet ?**

OUI             NON

Si OUI, laquelle ?.....

Si NON, laquelle ? .....

Durée ? .....

**6) Quel est votre niveau d'études ?**

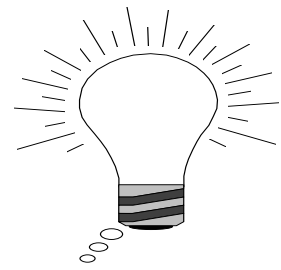
Certificat d'études     CAP         BEPC         BP     BTM

BM         BAC         BAC PRO         BTS         DUT

Autres.....



# VOTRE IDÉE



1) *Quelle sera votre activité précise ?*

.....

2) *Est-ce une création ?*

*une reprise ?*  Coordonnées de l'entreprise reprise .....

.....

*Si reprise : Trois derniers chiffres d'affaires* .....€ HT

.....€ HT

.....€ HT

3) *Sous quelle forme juridique ?*

➤ Entreprise individuelle

➤ S.A.R.L.

➤ E.U.R.L.

➤ S.A

➤ S.N.C.

Autre forme : .....

4) *Pensez-vous embaucher ?* OUI  NON

5) *Votre conjoint aura-t-il un rôle dans l'entreprise ?*

OUI  NON

6) *Avez-vous connaissance des réglementations suivantes (si nécessaire) :*

➤ Conditions d'installation (diplômes, expérience, agréments...) OUI  NON

➤ Sécurité (machines, incendie...) OUI  NON

➤ Hygiène (agrément CEE, dispense...) OUI  NON

➤ Environnement (bruit, déchets...) OUI  NON



## **LES CLIENTS**

Par leurs commandes, les clients vont apporter un volume d'activité à votre entreprise.

Pour cela, il faut choisir un secteur géographique et cibler la clientèle.

### **1) Quelle zone géographique pensez-vous toucher ?**

- Commune*
- Canton*
- Département*
- Région*
- Nationale*
- Européenne*
- Internationale*

### **2) Quels sont vos clients ?**

*Particuliers* : ..... %

*Entreprises* : ..... %

*Collectivités, administrations* : ..... %

### 3) Comment pensez-vous trouver des clients ?

Au démarrage, quels moyens commerciaux ai-je choisi et le montant à prévoir :

Moyens	oui	non	Montant H.T. du devis
1. La recommandation par "bouche à oreilles"			
2. L'enseigne			
3. Panneau sur le chantier			
4. La vitrine			
5. Le fléchage, le panonceau			
6. Le grand panneau			
7. La publicité sur véhicule			
8. Auto-collants, affichettes			
9. Prospectus, dépliants			
10. Brochures, catalogues, tarifs			
11. Lettres de publicité			
12. Lettres personnalisées			
13. Cartes commerciale			
14. Cartes d'invitation			
15. Bons, cadeaux			
16. Appels téléphoniques			
17. Un lieu d'accueil dans l'atelier			
18. L'album photo de réalisation			
19. La mini-exposition de matériaux et réalisations			
20. L'offre de visite de réalisations, de chantiers			
21. Exposition, foire, salon			
22. Annonce publicitaire presse locale			
23. Annonce publicitaire presse à diffusion gratuite			
24. Annonce publicitaire presse spécialisée			
25. Radio locale			
26. Sponsoring, parrainage			
27. Internet			

# FORCES ET FAIBLESSES DES MEDIAS ET SUPPORTS DE COMMUNICATION

## 1/ LA PRESSE QUOTIDIENNE REGIONALE (PQR)

### FORCES

Permet un ciblage géographique  
Grande affinité avec son lectorat  
Bonne qualité pour couvrir un événement  
Bonne pénétration locale

### FAIBLESSES

Coût élevé  
Manque de souplesse (achat d'espace)  
Rendu d'impression médiocre

## 2/ LA PRESSE GRATUITE

### FORCES

Relaye bien la vie locale  
Un coût raisonnable  
Permet un ciblage géographique

### FAIBLESSES

Une qualité d'impression souvent médiocre  
Un environnement rédactionnel et publicitaire peu valorisant

## 3/ L'AFFICHAGE (4 x 3, DECAUX...)

### FORCES

Média événementiel et répétitif  
Permet un ciblage géographique  
Permet de véhiculer une forte notoriété pour la marque

### FAIBLESSES

Est souvent un complément d'autres supports  
Demande une forte répétition pour avoir de l'impact  
Nécessite un bon choix d'emplacements

## 4/ LA RADIO

### FORCES

Suscite des réactions immédiates  
Bonne qualité événementielle  
Bon contexte musical –  
Coût relativement peu élevé

### FAIBLESSES

Cible majoritairement jeune (50% -25 ans)  
Une pénétration globale faible (environ 15% de la population sur l'ensemble des radios locales par région)  
Média fugace  
Peu de chiffres d'audience vraiment vérifiés.

## 5/ LE MARKETING DIRECT (EX MAILING CLIENT)

### FORCES

Personnalisation du message  
Exécution et mise en place rapide  
Essentiel pour le suivi des clients & prospects  
Résultats quantifiables.

### FAIBLESSES

Coût unitaire élevé  
Nécessite souvent un suivi télémarketing

## 6/ LE TRACT (BOITE AUX LETTRES OU TRACTING)

FORCES
De bonnes possibilités d'expression Une excellent ciblage géographique Un coût réduit Média à retour sur investissement et quantifiable

FAIBLESSES
Une distribution souvent aléatoire (Nécessite une bonne analyse de votre zone de chalandise). Support peu porteur d'image

## 7/ L'EVENTEMENTIEL (STAND EXPO, ANIMATION...)

FORCES
Générateur de trafic Porteur d'image Permet d'asseoir l'image locale de l'entreprise Est complémentaire à vos actions médias

FAIBLESSES
Doit être fortement soutenu par des supports d'image «avant et pendant» l'événement. Impact et « durée de vie » limités Nécessite la préparation d'outils marketing pour gérer et suivre vos prospects.

## 8/ TELEMARKETING

FORCES
Facilement quantifiable en terme de retour Flexibilité de mise en place Permet de tester les scénarios et les offres

FAIBLESSES
Peu porteur d'image Trop utilisé par la distribution et rejet du public. N'est pas un «média en soi» et doit être utilisé dans un plan global de communication qui déclina la même offre en média et marketing direct sur la zone de chalandise.

## LES RÈGLES DE COMMERCIALISATION

### ***Le devoir d'information du vendeur***

Les professionnels (vendeurs ou professionnels) doivent, avant la conclusion du contrat, informer le client de tout ce qu'ils savent sur le bien ou le service et que l'acheteur ne connaît pas.

### ***Les clauses abusives***

Les clauses abusives sont celles qui apparaissent comme imposées à un consommateur par un abus de la puissance économique du professionnel et confèrent à ce dernier un avantage excessif.

### ***Les délais de paiement***

Les délais de paiement sont généralement libres mais la date de règlement doit, depuis le 1<sup>er</sup> juillet 1993, être mentionnée sur la facture.

Dans certaines transactions (achat de denrées périssables, de bétail et certaines boissons alcoolisées), les parties doivent toutefois respecter des délais légaux de paiement impératifs.

### ***Les délais de livraison***

Entre professionnels les délais de livraison peuvent être donnés à titre indicatif. En cas de retard, l'acheteur ne peut pas annuler d'emblée sa commande, il doit impérativement adresser à son vendeur une mise en demeure.

Dans les contrats conclus avec des particuliers,

le professionnel doit, en revanche, s'engager sur une date limite de livraison lorsque le prix convenu excède 458 euros TTC. Si une date n'est pas respectée, le client peut rompre le contrat après 7 jours de retard.

### ***Le retraitement des marchandises***

Lorsque le contrat ne prévoit pas de livraison par le vendeur, c'est à l'acheteur de venir retirer les marchandises que le vendeur doit, quant à lui, avoir mis à sa disposition.

### ***La garantie légale des vices cachés***

Le vendeur est tenu d'assurer la garantie concernant d'éventuels défauts de la chose vendue.

### ***L'affichage des prix***

Les vendeurs et prestataires de services doivent, par voie de marquage, d'étiquetage, d'affichage ou par tout autre procédé approprié, informer le consommateur sur les prix, les limitations éventuelles de la responsabilité contractuelle et les conditions particulières de la vente.

Les fournisseurs ne sont, en principe, tenus à aucune sujétion à l'égard des consommateurs.

Le non-affichage des prix est une contravention sanctionnée par une amende de 458 euros. à 915 euros par article dont le prix n'a pas été affiché.

### ***La facture***

Entre deux professionnels, la délivrance d'une facture est obligatoire pour tout achat de produit ou prestation de services. Les infractions constituent des délits et sont sévèrement réprimées.

### ***Le paiement du prix***

Si la commande ne prévoit pas de date de règlement, l'acheteur ne doit régler la marchandise que lorsqu'elle est mise à sa disposition. Quand la marchandise est envoyée par le vendeur, elle voyage (sauf clause contraire) aux risques et périls de l'acheteur : il doit régler le prix dès lors que le vendeur prouve avoir envoyé la marchandise. Peu importe que l'acheteur ne l'ait pas reçue.

### ***Les primes***

Les ventes avec primes consistent à offrir gratuitement des produits ou services à l'occasion d'une vente ou d'une offre de vente, d'une prestation ou d'une offre de prestation de service.

A l'égard des consommateurs, ce procédé publicitaire est strictement réglementé.

### ***Les cadeaux***

La pratique des cadeaux est licite. Le cadeau se différencie de la prime du fait qu'il n'est lié à aucune obligation d'achat.

Le tabac et les produits pharmaceutiques ne peuvent faire l'objet de cadeaux.

### ***Les loteries***

Strictement réglementées, les loteries peuvent être organisées à condition toutefois d'être gratuites et sans obligation d'achat pour le joueur.

### ***Les concours***

Les concours, eux seuls, peuvent être liés à une obligation d'achat, encore faut-il qu'ils ne masquent pas une loterie ou une vente avec prime.

### ***Le crédit gratuit***

Le vendeur professionnel peut offrir aux consommateurs de prendre à sa charge tout ou partie des frais de crédit consentis. Le vendeur doit alors proposer, simultanément à l'offre de crédit gratuit, une remise pour paiement comptant.

La réglementation ne s'applique pas si le crédit proposé est inférieur à 3 mois.



# LES CONCURRENTS

NOTES

## 1) Identification de vos concurrents ?

(à compléter)

- Nombre .....

- Localisation .....

- Notoriété .....

- Prix pratiqués .....

## 2) Cette concurrence vous paraît-elle :

Préjudiciable pour votre entreprise

Normale

Utile

Sans importance

## AUTO EVALUATION DE L'APPROCHE COMMERCIALE

**REPONDEZ SINCEREMENT AUX QUESTIONS QUI SUIVENT, EN FONCTION DE VOS REPONSES VOUS POURREZ ETABLIR UN PLAN DE TRAVAIL**

	OUI	NON
▪ J'ai observé ma zone d'implantation		
▪ Je connais les caractéristiques de ma future clientèle		
▪ J'ai évalué ma clientèle potentielle		
▪ Je connais les critères de choix de ma clientèle		
▪ Je mesure les points forts et points faibles des concurrents		
▪ J'ai listé les documents commerciaux nécessaires (devis, factures, cartes...)		
▪ Je connais les sources d'informations de mon secteur		
<b>TOTAL</b>		

### ***CE QU'IL ME RESTE A FAIRE***

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

## ***IMMOBILISATIONS CORPORELLES***

Entrent dans la catégorie investissements, toutes les acquisitions de : terrains, constructions, agencements, matériels, d'une valeur de **500 €**. H.T. minimum l'unité.

Ces investissements, neufs ou d'occasions, sont pris en compte pour leur valeur :

- H.T. pour le calcul des amortissements,
- H.T. + TVA dans le cadre du plan de financement de départ.

Si des investissements sont programmés dans l'année d'installation, vous ne manquerez pas de situer la date approximative de l'achat.

<b><i>CONSTRUCTION :</i></b>	→ Terrain, aménagement.
<b><i>INSTALLATION-AGENCEMENTS :</i></b>	→ Précisez la nature des opérations envisagées.
<b><i>MATÉRIEL ET OUTILLAGE :</i></b>	→ Matériel et outillage, sans oublier les accessoires qui vont éventuellement avec.
<b><i>MATÉRIEL DE TRANSPORT :</i></b>	→ Uniquement les véhicules utilitaires, les véhicules personnels ne font pas l'objet d'amortissements
<b><i>MOBILIER :</i></b>	→ Étagères de rangement, armoires, bureaux, etc...

***NB : Pour une bonne évaluation de votre projet, il est souhaitable de faire établir les devis correspondants à vos investissements.***

<b>INVESTISSEMENTS</b>	<b>Montant HT</b>
<i>ACQUISITIONS DE TERRAINS</i>	
<i>CONSTRUCTION</i>	
<i>INSTALLATION-AGENCEMENTS</i>	
<i>MATÉRIEL ET OUTILLAGE</i>	
<i>MATÉRIEL DE TRANSPORT</i>	
<i>INSTALLATION TÉLÉPHONE</i>	
<i>MICRO ORDINATEUR</i>	
<i>LOGICIELS</i>	
<i>MACHINE A ÉCRIRE</i>	
<i>MACHINE A CALCULER</i>	
<i>TÉLÉCOPIE</i>	
<i>AUTRES</i>	
<i>MOBILIER</i>	
<b>TOTAL H.T.</b>	
<b>TVA SUR INVESTISSEMENT</b>	
<b>TOTAL T.T.C.</b>	

## **IMMOBILISATIONS INCORPORELLES**

En cas d'acquisition d'un fonds de commerce, précisez le détail des frais :

→ **Frais d'agence** : prix variant selon les agences.

→ **Droits d'enregistrement** : % variant selon les zones géographiques

Attention, souvent, le vendeur globalise le fonds de commerce et le matériel.

L'acheteur se doit de demander la distinction entre les différents éléments, afin de reporter le matériel dans les immobilisations corporelles et la différence dans les immobilisations incorporelles.

<b>IMMOBILISATIONS INCORPORELLES</b>	<b>Montant</b>
<i>HONORAIRES</i>	
<i>DROIT D'ENREGISTREMENT</i>	
<i>CONSTITUTION SOCIÉTÉ</i>	
<i>FRAIS D'AGENCE</i>	
<i>DROIT AU BAIL/ PAS DE PORTE</i>	
<i>FONDS DE COMMERCE</i>	
<i>AUTRES FRAIS</i>	
<b>TOTAL</b>	

NOTES

## **BESOIN INITIAL EN FONDS DE ROULEMENT**

L'outil de travail étant maintenant défini, il est nécessaire de déterminer les besoins de Trésorerie indispensables au démarrage de l'activité et aux besoins personnels du chef d'entreprise.

Les besoins de trésorerie sont variables selon les délais de paiement (comptant, un ou deux mois).

NOTES

<b>BESOINS EVENTUELS</b>	<b>Montant</b>
<i>PUBLICITE DE DEPART</i>	
<i>CAUTIONS A VERSER</i>	
<i>MATIÈRE PREMIÈRE DE DÉPART</i>	
<i>REPRISE DE STOCK</i>	
<i>ASSURANCES PROFESSIONNELLES</i>	
<i>FRAIS D'INSCRIPTION CM / RCS</i>	
<i>REMBOURSEMENT(S) EMPRUNT(S) PROFESSIONNELS</i>	
<i>SALAIRES DES EMPLOYÉS</i>	
<i>LOYER</i>	
<i>AUTRES</i>	
<i>PRÉLÈVEMENTS PERSONNELS DU CHEF D'ENTREPRISE</i>	
<b>TOTAL</b>	

# ***PRÉVISIONS DE RESSOURCES***

## **Apports personnels**

Ce sont les montants en espèces que vous comptez apporter à titre personnel.

Si vous contractez un emprunt, le banquier prête rarement la totalité de la somme demandée. Il demandera à l'emprunteur un apport personnel.

## **Capital social**

Concerne uniquement les Sociétés (EURL, SARL, SA, SNC)

## **Emprunts bancaires**

Dans tous les cas, il est important de connaître le montant de l'emprunt, le taux et la durée de remboursement.

## **Autres emprunts**

Il s'agit d'emprunts familiaux ou personnels pour lesquels vous devrez également connaître le taux éventuel et la durée de remboursement.

## RESSOURCES

NOTES

<i>RESSOURCES</i>	<i>Montant</i>
<i>APPORTS PERSONNELS</i>	
<i>CAPITAL SOCIAL</i>	
<i>EMPRUNTS</i>	
<i>TOTAL</i>	

## DÉTAILS DES DIFFÉRENTS PRÊTS PROFESSIONNELS

<i>PRETEUR</i>	<i>MONTANT</i>	<i>TAUX</i>	<i>DURÉE</i>	<i>Remboursements mensuels</i>
<i>N° 1</i>				
<i>N° 2</i>				
<i>N° 3</i>				
<i>N° 4</i>				

## PREPARER LE COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL

### PREVISIONS DE CHARGES

#### RÉMUNÉRATION

Prévoir le montant des rémunérations nettes souhaitées,  
Exploitant, conjoint, salarié.

NOTES

<i>RÉMUNÉRATION</i>	<i>Montant</i>
<i>EXPLOITANT</i>	
<i>CONJOINT SALARIE</i>	
<i>CHARGES SUR SALAIRES</i>	
<i>SALARIE 1</i>	
<i>CHARGES SUR SALAIRES</i>	
<i>SALARIE 2</i>	
<i>CHARGES SUR SALAIRES</i>	
<i>APPRENTI 1</i>	
<i>APPRENTI 2</i>	
<i>TOTAL</i>	

## ACHATS NON STOCKÉS

® **Le petit outillage** d'une valeur inférieure à 500 €. HT est considéré comme une charge. Au delà, il s'agit d'un investissement amortissable.

® **Electricité** : à évaluer en fonction de la consommation des machines, notamment par rapport à la durée d'utilisation dans l'année. Généralement, les notices techniques vous donnent les consommations horaires. A partir des barèmes EDF, il est aisé de faire une estimation.

® **Carburant** : à estimer en fonction de la consommation moyenne du véhicule et du kilométrage susceptible d'être parcouru dans l'année.

NOTES

<i><b>ACHATS NON STOCKES</b></i>	<i><b>Montant HT</b></i>
<i>ÉLECTRICITÉ</i>	
<i>GAZ</i>	
<i>EAU</i>	
<i>CARBURANT</i>	
<i>AUTRES ÉNERGIES</i>	
<i>VÊTEMENTS DE TRAVAIL</i>	
<i>FOURNITURE ENTRETIEN</i>	
<i>PETIT ÉQUIPEMENT</i>	
<i>FOURNITURES ADMINISTRATIVES</i>	
<i>AUTRES</i>	
<i><b>TOTAL</b></i>	

## SERVICES EXTÉRIEURS

® **Sous-traitance** : ce sont tous les travaux que vous faites réaliser par une ou plusieurs autres entreprises.

® **Location matériel** : vous pouvez être amené à louer du matériel pour des travaux spécifiques et ponctuels.

® **Prime d'assurance** : prenez contact avec votre assureur habituel tout en n'hésitant pas à demander un devis à la concurrence.

® **Véhicule personnel** : si vous utilisez votre véhicule personnel, parlez en à votre assureur.

<b>SERVICES EXTÉRIEURS</b>	<b>Montant HT</b>
<i>SOUS TRAITANCE</i>	
<i>CRÉDIT BAIL 1</i>	
<i>CRÉDIT BAIL 2</i>	
<i>CRÉDIT BAIL 3</i>	
<i>LOCATIONS IMMOBILIÈRES</i>	
<i>AUTRES LOCATIONS</i>	
<i>CHARGES LOCATIVES</i>	
<b>ENTRETIEN RÉPARATION</b> <i>MATÉRIEL ET OUTILLAGE</i> <i>IMMEUBLES</i> <i>MATÉRIEL DE TRANSPORT</i> <i>AUTRES</i>	
<b>PRIMES ASSURANCES</b> <i>IMMOBILIER</i> <i>RESPONSABILITÉ CIVILE</i> <i>DÉCENNALE (BÂTIMENT)</i> <i>MACHINES</i> <i>PERTE D'EXPLOITATION</i> <i>VÉHICULES</i> <i>COMPLÉMENTAIRE SOCIALE</i>	
<i>ETUDES ET RECHERCHES</i>	
<i>DOCUMENTATION</i>	
<i>STAGE DE FORMATION</i>	
<i>AUTRES</i>	
<b>TOTAL</b>	

## AUTRES SERVICES EXTÉRIEURS

- **Déplacements** : transports en commun, frais autoroute... Remboursement au barème administratif, si utilisation du véhicule personnel dans l'activité.
- **Services bancaires** : les frais sur les effets (commissions d'endossement), les frais de commissions sur prestations de service, les frais de cartes bleues.

**ATTENTION** : Vous pouvez, de par votre activité, être amené à régler des rémunérations de transitaires, de courtage sur les achats et les ventes.

- **Impôts et taxes** : le calcul repose sur des éléments du compte de résultat. La commune d'installation peut vous indiquer le taux de sa Taxe Professionnelle. Renseignez-vous.
- **Dans le cadre d'une reprise**, les divers éléments sont disponibles dans les comptes du vendeur.

<b><i>AUTRES SERVICES EXTERIEURS</i></b>	<b><i>Montant HT</i></b>
HONORAIRES COMPTABLES	
INSCRIPTION CM	
INSCRIPTION CCI	
FRAIS D'ACTES	
PUBLICITÉ	
COMMISSIONS	
TRANSPORTS/VENTES	
TRANSPORTS/ACHATS	
DÉPLACEMENTS	
MISSION/RÉCEPTION	
AFFRANCHISSEMENT	
TÉLÉPHONE/FAX	
SERVICES BANCAIRES	
CENTRE GESTION AGRÉÉ	
COTISATIONS SYNDICALES	
CADEAUX/POURBOIRES	
<b><i>TOTAL</i></b>	

<i>IMPÔTS ET TAXES</i>	<i>Montant HT</i>
TAXE APPRENTISSAGE	
TAXE PROFESSIONNELLE	
TAXE FONCIÈRE	
CARTE GRISE	
VIGNETTE	
TAXE CM	
TAXE CCI	
AUTRES	
<b><i>TOTAL</i></b>	

## ACTIVITÉ

- **Désignation** : une même entreprise peut se définir plusieurs activités bien distinctes. Exemple : boucher-traiteur, réparation motoculture et location de VTT.
- **Part d'activité** : prévision de la part en % de chacune des activités.
- **Dont production stockée** : chacune des activités nécessite une production stockée différente, il vous appartient de faire une prévision en jours de stock.
- **Achats matières premières** : il est très important de quantifier le montant des achats de matières premières à utiliser par l'entreprise sur la période considérée. Un jour, une semaine, un mois, seront les bases qui permettront l'évaluation pour une période plus longue. Il est également possible de faire référence aux moyennes de la profession pour établir le montant.

	<i>ACTIVITE 1</i>	<i>ACTIVITE 2</i>	<i>ACTIVITE 3</i>
DÉSIGNATION			
% ACHATS MATIÈRES 1ères CA			
PART ACTIVITÉ EN %			
DONT PRODUCTION STOCKÉE			
STOCK ACHATS en jours			
CRÉDIT CLIENTS en jours			
CRÉDIT FOURNISSEURS en jours			

## AUTO EVALUATION DE L'APPROCHE FINANCIERE

**REPONDEZ SINCEREMENT AUX QUESTIONS QUI SUIVENT,  
EN FONCTION DE VOS REPONSES VOUS POURREZ ETABLIR UN PLAN DE  
TRAVAIL**

	OUI	NO N
▪ J'ai chiffré les besoins liés au lancement de mon activité (Investissements, Stocks, Frais de démarrage, Trésorerie)		
▪ Je dispose des ressources nécessaires pour financer mon projet		
▪ J'ai rencontré mes fournisseurs		
▪ J'ai calculé le montant mensuel de ma rémunération		
▪ J'ai fait un point précis sur les assurances nécessaires pour mon activité		
▪ Je connais les aides à l'embauche		
▪ J'ai prévu la durée d'utilisation de mon matériel		
▪ J'ai mis en concurrence plusieurs banques et je connais le coût des services proposés		
<b>TOTAL</b>		

### ***CE QU'IL ME RESTE A FAIRE***

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

## SÉCURITÉ - HYGIÈNE - QUALITÉ - ENVIRONNEMENT

### ☒ SOYEZ VIGILANT SUR CES POINTS !

- Les établissements et locaux de travail doivent répondre à des règles d'hygiène et de sécurité prévues par le Code du Travail (conception, aménagement, machines, bruit...)

**Le respect des règles de sécurité est une OBLIGATION de l'employeur,  
C'est-à-dire du chef d'entreprise.**

- Pour les entreprises du secteur agro-alimentaire, il existe une directive qui établit les règles générales d'hygiène des denrées alimentaires, ainsi que les modalités de vérification du respect des dites règles.

Toutes les données contenues dans ce dossier doivent permettre la réalisation d'un compte de résultat prévisionnel, d'un plan de financement et d'un bilan.

Si vous souhaitez que les documents réalisés soient les plus précis possible, il vous appartient de faire le maximum de recherches auprès de ceux qui détiennent les éléments d'informations :

Fournisseurs, Assureurs, Organisations Professionnelles.

***La concrétisation de votre projet est au bout du chemin...***



***Chambre de Métiers  
et de l'Artisanat***

***Dordogne Périgord***

# **LA MAISON DES ARTISANS**

Vous présente ses partenaires financiers :

- COMMUNAUTÉ ÉCONOMIQUE EUROPÉENNE
- MINISTÈRE DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT
- CONSEIL GÉNÉRAL
- CONSEIL RÉGIONAL

Ces partenaires financiers contribuent au bon fonctionnement de la Chambre de Métiers, qui vous apporte ainsi un service de qualité.