



KA205 - Strategic Partnerships for youth  
Fostering Entrepreneurial Mindset in Migrants  
through Education –

**FEMME**

**(2019-1-FR02-KA205-015830)**

**GUIDE POUR LES ENTREPRENEUSES MIGRANTES**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



ITUS NOORED TEADUSES JA ETTEVÖTLUSES  
IN SCIENCE AND BUSINESS FOUNDATION



## Le contenu

|   |    |
|---|----|
| <a href="#"><u>1. Introduction au projet</u></a>            | 3  |
| <a href="#"><u>2. Présentation du guide</u></a>             | 4  |
| <a href="#"><u>3. Section théorique</u></a>                 | 5  |
| <a href="#"><u>Compétences entrepreneuriales</u></a>        | 5  |
| <a href="#"><u>Exercice</u></a>                             | 7  |
| <a href="#"><u>4. Practical Sessions</u></a>                | 9  |
| <a href="#"><u>4.1. Product/Service</u></a>                 | 9  |
| <a href="#"><u>4.2. Sessions pratiques</u></a>              | 10 |
| <a href="#"><u>4.3. Marketing</u></a>                       | 14 |
| <a href="#"><u>4.4. Service à la clientèle</u></a>          | 16 |
| <a href="#"><u>4.5. TIC</u></a>                             | 18 |
| <a href="#"><u>4.6. Gestion des ressources humaines</u></a> | 21 |
| <a href="#"><u>4.7. Législation</u></a>                     | 24 |



## 1. Présentation du projet

“Fostering Entrepreneurial Mindset in Migrants through Education” (FEMME) L'objectif du projet est de développer l'esprit d'entreprise et les compétences matérielles et logicielles connexes chez les jeunes migrantes de la première et de la deuxième génération, âgées de 18 à 25 ans, susceptibles de devenir des entrepreneurs.

Le projet relève le défi de renforcer l'esprit d'entreprise par l'éducation des jeunes dans l'UE, afin d'augmenter les taux de création d'entreprises et de fournir des voies alternatives d'employabilité et d'épanouissement personnel aux jeunes, avec un accent particulier sur les jeunes femmes. Selon les dernières données statistiques de la CE (voir [https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/we-work-for/women\\_en](https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/we-work-for/women_en)), l'enjeu de la participation des femmes à entrepreneuriat est considérable, les femmes représentant 52 % de la population européenne totale, mais seulement 34,4 % des indépendants de l'UE et 30 % des créateurs d'entreprise. Les sociétés européennes sont également au centre de la dynamique des flux de migration et de réfugiés, ainsi que du défi connexe de l'intégration de vastes masses de réfugiés, dont beaucoup sont des femmes. La tendance susmentionnée joue déjà, et jouera encore plus à l'avenir, en orientant l'évolution des sociétés européennes dans une perspective multiculturelle. Aujourd'hui, la population globale de l'Europe est composée de non-nationaux à hauteur de 5%. Loin de représenter une entrave au développement des sociétés d'accueil, les migrants ont prouvé de manière récurrente qu'ils apportaient une valeur ajoutée à la croissance socio-économique en fournissant un réservoir supplémentaire de motivation et de potentiel entrepreneurial.

FEMME réalise l'objectif susmentionné par les moyens suivants :

- Rapport de recherche pour l'identification des besoins de formation des jeunes femmes entrepreneurs migrantes et leur connexion avec l'offre éducative existante.



- Guide pour les femmes entrepreneurs migrantes intégrant des méthodologies d'auto-apprentissage les aidant à donner forme à leurs idées entrepreneuriales et à les développer.
- Kit de formation pour les formateurs, intégrant des lignes directrices et des méthodes d'ENF adaptées aux besoins des travailleurs de la jeunesse désireux de mettre en œuvre des programmes éducatifs visant à autonomiser les futures femmes entrepreneurs migrantes.
- Des modules en ligne et une plate-forme Web fournissant à la cible des informations et des exercices utiles pour les aider à concevoir et à développer leurs propres idées entrepreneuriales.

## 2. L'Introduction au guide

Le guide pour les femmes entrepreneurs migrantes se compose de deux sections - une section théorique et une section pratique. L'élaboration des sections a été répartie entre les partenaires.

Section théorique - Informations conceptuelles sur les compétences générales et les compétences entrepreneuriales spécifiques (basées sur les résultats du rapport de recherche) composant un profil entrepreneurial spécifique adapté aux besoins particuliers des jeunes femmes migrantes, ainsi qu'un exercice individuel pour développer concrètement ces compétences.

Section pratique - Fournir des conseils concrets et une orientation aux utilisateurs dans les différentes dimensions dont la culture est nécessaire pour réussir la création, la gestion et le développement d'une start-up.

### LES SUJETS DES SECTIONS PRATIQUES :

- Produit/service ;
- Analyse du marché ;
- Marketing ;
- Service à la clientèle ;
- TIC ;
- Gestion des ressources humaines ;
- Législation.



### 3. La section théorique

#### Les compétences entrepreneuriales

##### SOFT SKILLS

|                              |           |
|------------------------------|-----------|
| Leadership skills            | ● ● ● ● ● |
| Communication                | ● ● ● ● ● |
| Teamwork                     | ● ● ● ● ● |
| Time Management              | ● ● ● ● ● |
| Decision Making              | ● ● ● ● ● |
| Problem Solving              | ● ● ● ● ● |
| Flexibility/<br>Adaptability | ● ● ● ● ● |
| Self-Confidence              | ● ● ● ● ● |
| Self-Motivated               | ● ● ● ● ● |
| Critical Thinking            | ● ● ● ● ● |

##### HARD SKILLS

|                               |           |
|-------------------------------|-----------|
| Marketing Campaign            | ● ● ● ● ● |
| Management                    | ● ● ● ● ● |
| Marketing                     | ● ● ● ● ● |
| Language skills               | ● ● ● ● ● |
| Accounting                    | ● ● ● ● ● |
| Presentation skills           | ● ● ● ● ● |
| Business Management<br>skills | ● ● ● ● ● |
| Project Management<br>skills  | ● ● ● ● ● |

Comme vous pouvez le voir sur la photo ci-dessus, les entrepreneurs ont besoin de soft et hard skills pour lancer leur entreprise. Quelle est la différence entre les compétences "soft" et "hard" ?

Les "soft skills" sont des habitudes et des caractéristiques personnelles qui déterminent la façon dont vous travaillez, seul et avec les autres. Une communication efficace, par exemple, est une compétence non technique essentielle que de nombreux employeurs recherchent. La fiabilité, le travail d'équipe efficace et l'écoute active en sont d'autres.

Les compétences matérielles sont des connaissances techniques ou une formation que vous avez acquises au cours d'une expérience de vie, y compris dans votre carrière ou votre éducation.”<sup>1</sup>

Comme nous pouvons le constater, toutes les compétences générales mentionnées sont des compétences qui dépendent soit de notre type de personnalité, soit de compétences que nous pouvons apprendre nous-mêmes en les expérimentant et en y travaillant. Toutes les

<sup>1</sup> Hard skills vs Soft skills - <https://www.indeed.com/career-advice/resumes-cover-letters/hard-skills-vs-soft-skills>



compétences mentionnées sont importantes parce qu'un entrepreneur doit non seulement avoir une excellente idée d'entreprise, être créatif, avoir la capacité de s'adapter et être flexible, mais aussi être capable de diriger une équipe, de communiquer avec succès, de prendre des décisions importantes et de résoudre les problèmes qui surviennent lors de la gestion de l'entreprise.

En outre, chacune de ces compétences se complète et est en quelque sorte liée à l'autre. Par exemple, pour être en mesure de prendre les bonnes décisions pour l'entreprise, l'entrepreneur doit être capable de réfléchir de manière critique. De même, la confiance en soi est nécessaire pour être capable de diriger une équipe et de communiquer avec elle.

Cependant, les "hard skills" sont différents des "soft skills". Les compétences difficiles sont celles que vous étudiez séparément. Elles sont basées sur un grand nombre d'informations théoriques qui doivent normalement être comprises avant que la personne puisse utiliser cette compétence dans la pratique. Par exemple, les compétences linguistiques sont l'une des plus importantes pour qu'un migrant puisse ouvrir une entreprise dans un autre pays, car la plupart de la bureaucratie et des lois sont rédigées dans la langue locale. Les compétences en marketing sont nécessaires pour pouvoir populariser et vendre un produit ou un service. Les compétences en gestion d'entreprise sont importantes pour pouvoir gérer et comprendre les différents processus auxquels on est confronté lorsqu'on ouvre et gère une entreprise. Les compétences en gestion de projet sont essentielles pour répartir les responsabilités et les tâches entre les employés. Il est également important de voir quels sont les points forts de chaque personne impliquée dans l'entreprise et, sur cette base, de répartir les responsabilités/tâches. Les compétences en matière de présentation sont mentionnées comme une compétence difficile, car il s'agit d'une compétence que vous pouvez développer et apprendre à faire.

Nous avons établi ici la liste des compétences nécessaires pour ouvrir une entreprise en tant que migrant. Dans la partie suivante, vous trouverez des exercices pour développer certaines de ces compétences.

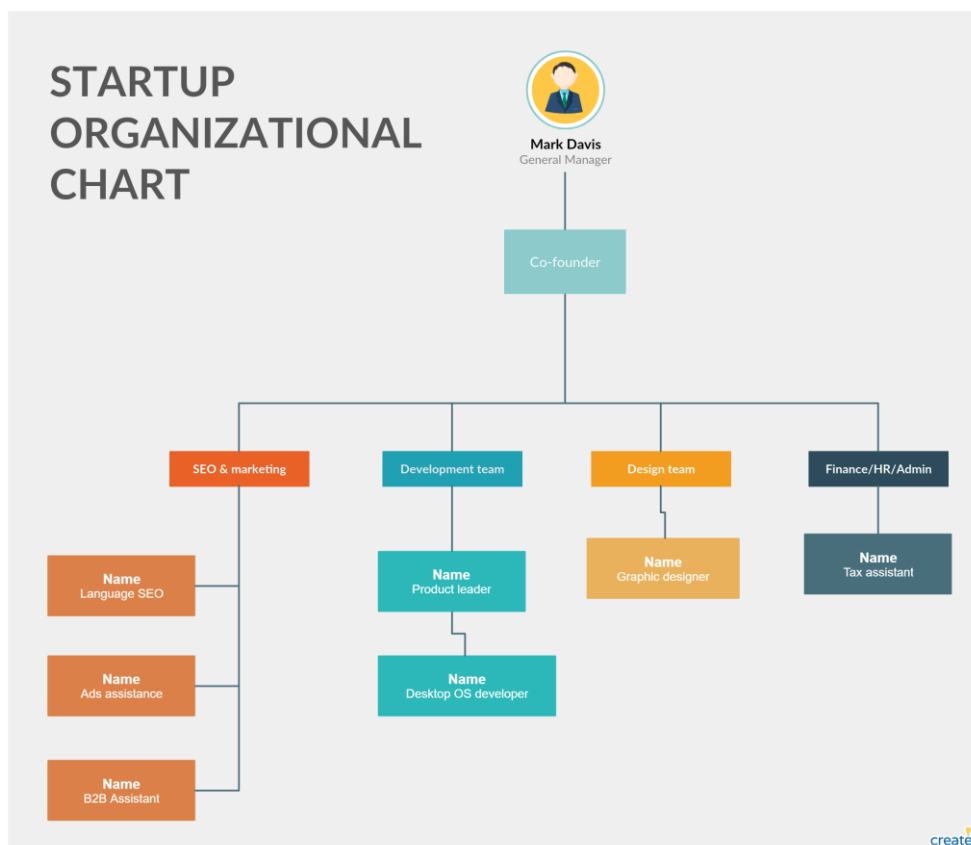


## L'exercice

### Les compétences en gestion d'entreprise

Pour réussir à créer une entreprise, l'entrepreneur doit posséder des compétences en gestion d'entreprise. Tout d'abord, il est important de comprendre comment construire une structure d'entreprise et répartir les responsabilités entre chaque personne impliquée. Il sera plus facile de gérer l'entreprise si les responsabilités sont claires pour tout le monde. Cela vous aidera également à déterminer le type de personnes que vous devez embaucher.

Matériel nécessaire - vous pouvez utiliser <https://app.creately.com/diagram/qxYA61Z4x1s/edit> pour créer l'organigramme de votre entreprise (vous avez également la possibilité d'ajouter des informations sur les responsabilités de chaque personne).



### Les différents membres de l'organisation

Comme nous pouvons le voir sur la photo ci-dessus, il y a beaucoup de membres différents dans chaque organisation. De même, la structure peut être différente.



Les différents membres de l'organisation :

- ✓ PDG - principale personne responsable de la gestion de l'entreprise ;
- ✓ Responsable marketing - contrôle la communication entre une entreprise et les clients ;
- ✓ Responsable informatique - met en œuvre et entretient l'infrastructure informatique ;
- ✓ Directeur des ventes - dirige et guide une équipe de vendeurs dans l'organisation ;
- ✓ Responsable RH - en charge de l'emploi, de la formation, du soutien, des dossiers, etc.
- ✓ Responsable du support - déterminer et mettre en œuvre les besoins et priorités techniques spécifiques d'une organisation ;
- ✓ Responsable des finances - sont responsables de la santé financière d'une organisation.

Pour mieux comprendre quelle serait la structure de votre entreprise, il est important de créer un organigramme.

**Organigramme = L'organigramme est un diagramme qui montre comment une organisation est structurée et comment les postes de l'organisation sont liés les uns aux autres.**

**Il comprend :**

- ✓ Les titres des postes ;
- ✓ Les noms ;
- ✓ Les domaines de responsabilité des employés.

Il est important de faciliter la planification et de définir la structure, la culture et le style de l'organisation tout en indiquant clairement la ligne d'autorité et de responsabilité de chacun dans l'organisation.

Plus d'information - <https://www.orgcharting.com/organogram-definition-purpose/>



## 4. Les sessions pratiques

### 4.1. Produit/Service

| La création d'une marque pour un produit/service |  |
|--|--|
| <b>Les résultats d'apprentissage :</b>           | Les apprenants auront un aperçu du contexte théorique nécessaire à la valorisation de leur marque ou d'un produit. Ensuite, ils se verront proposer une activité pratique qui pourrait leur être utile dans leurs entreprises personnelles.  |
| <b>Le contenu théorique :</b>                    | La création d'une marque, qu'il s'agisse d'un produit ou d'un service, n'est pas une tâche facile, surtout si elle part de zéro. L'objectif principal de la stratégie de marque est de familiariser le public avec votre nom et votre logo. En d'autres termes, il s'agit de vous distinguer de la masse. Pour y parvenir, vous devez passer par plusieurs étapes. Tout d'abord, vous devez comprendre la situation actuelle sur le marché, c'est-à-dire savoir qui est votre public cible. Une fois que vous avez fait cela, vous devez choisir votre centre d'intérêt et votre personnalité - la façon dont vous allez vous présenter. Après cela, vous devez choisir le nom de votre entreprise et il existe plusieurs stratégies pour y parvenir (lecture complémentaire). Afin de promouvoir votre nom, vous devez également avoir un slogan, quelques mots accrocheurs qui deviendront votre accroche. Ensuite, vous devez le rendre visuel, c'est-à-dire choisir les polices et les couleurs de votre marque ou de votre produit et les mettre sur votre plateforme (site web, médias sociaux). Enfin, vous devez prêter attention à votre logo, car c'est la première chose que les gens associeront à votre entreprise. Gardez à l'esprit qu'il doit être unique et lié uniquement à votre entreprise. Enfin, vous devez aspirer à appliquer votre image de marque à l'ensemble de votre entreprise. Vous devez avoir une histoire qui donne des détails sur votre entreprise et ce qu'elle représente. |
| <b>L'exercice pratique :</b>                     | On présente aux apprenants un produit dont ils sont censés faire la publicité. Les produits font partie d'une industrie alimentaire (barres de chocolat de différentes saveurs - noix, banane, avoine, etc.) Chaque participant reçoit un produit et devient responsable de son image de marque. Ils doivent passer par chaque étape décrite ci-dessus (dans la section théorique) et appliquer ces étapes à leur produit (nom, logo, public, etc.). Une fois qu'ils auront terminé, ils feront une présentation de leur entreprise/produit devant les autres participants (et un conférencier). Tout en écoutant, les autres participants et le conférencier noteront les forces et les faiblesses de la stratégie de marque du présentateur et donneront ensuite un retour constructif.  |
| <b>Les autres lectures :</b>                     | <a href="https://www.shopify.com/blog/how-to-build-a-brand">https://www.shopify.com/blog/how-to-build-a-brand</a><br><a href="https://freshsparks.com/successful-brand-building-process/">https://freshsparks.com/successful-brand-building-process/</a>   |



## 4.2. L'analyse du marché

| <b>L'ANALYSE DU MARCHÉ</b>             |  |
|--|--|
| <b>Les résultats d'apprentissage :</b> | <p>À l'issue de cette session, les apprenants seront en mesure de :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Définir l'analyse de marché</li><li>- Enumérer les étapes clés de l'analyse de marché</li><li>- Comprendre les éléments fondamentaux de l'analyse de marché</li><li>- Réaliser une analyse de marché pour leur entreprise potentielle</li></ul>  |
| <b>Le contenu théorique :</b>          | <p><b>Qu'est-ce qu'une analyse de marché ?</b></p> <p>Le terme d'analyse de marché désigne l'évaluation quantitative et qualitative d'un marché. Elle consiste en l'analyse de la taille du marché, tant en volume qu'en valeur, des différents segments de clientèle et des habitudes d'achat, de la concurrence et de l'environnement économique en termes de barrières à l'entrée et de réglementation. En tant qu'outil d'évaluation, l'analyse de marché vous permet de déterminer dans quelle mesure un marché particulier est adapté à votre secteur d'activité.</p> <p>Que vous souhaitiez lancer une nouvelle entreprise, que vous cherchiez à développer votre activité existante ou que vous réévaluiez votre marché actuel, la réalisation d'une analyse de marché vous aidera à identifier l'attractivité d'un marché, ainsi que les risques actuels et futurs.</p> <p>Les éléments fondamentaux de l'analyse de marché consistent en plusieurs outils d'évaluation, notamment une discussion sur votre secteur d'activité et ses perspectives sur le marché, une analyse du marché cible, une analyse de la concurrence et l'identification des réglementations culturelles et juridiques.</p> <p><b>Pourquoi réaliser une analyse de marché ?</b></p> <p>Pour que votre plan d'affaires soit couronné de succès, vous devrez effectuer une analyse de marché. Une analyse de marché complète est le fondement d'une stratégie de marketing concrète et de mesures de marketing solides.</p> <p>En outre, une analyse de marché fournit :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- D'étayer votre idée d'entreprise par des chiffres, des données et des faits, ce qui permet d'élaborer un plan d'affaires réussi ;</li><li>- La capacité de reconnaître le potentiel du marché à un stade précoce et d'éviter les mauvaises décisions ;</li><li>- La capacité d'identifier toute lacune dans les connaissances existantes et de la combler à temps ;</li><li>- Un aperçu des produits concurrents qui existent déjà sur le marché ;</li><li>- Capacité à identifier les obstacles à l'entrée sur le marché et à estimer l'attractivité du marché.</li></ul> |



### **Réaliser une analyse de marché**

Lorsque vous réalisez une analyse de marché, vous allez examiner plusieurs caractéristiques dans différentes dimensions du marché que vous souhaitez pénétrer. Ces caractéristiques vous aideront à mieux comprendre le marché sur lequel vous souhaitez opérer et à déterminer dans quelle mesure votre secteur d'activité est adapté à ce marché. Ces dimensions comprennent :

La taille du marché :

- Quelle est la taille du marché ?
- Comment devez-vous fixer le prix de votre produit/service en fonction de la taille du marché ?

Le taux de croissance du marché :

- Combien de temps le marché va-t-il durer ?
- Le marché va-t-il se développer ?

Les tendances du marché :

- Quelle est la tendance actuelle ?
- Qu'est-ce que les clients aiment ?
- Combien les clients sont-ils prêts à dépenser ?
- Quelles autres tendances pourraient capter l'attention des clients ?

La rentabilité du marché :

- Mon entreprise fera-t-elle des bénéfices en investissant sur ce marché ?
- Pour calculer la rentabilité du marché, il faut prendre en compte les éléments suivants : le pouvoir des acheteurs, le pouvoir des fournisseurs, les barrières à l'entrée.

Les facteurs clés de succès :

- Les facteurs clés de succès sont les éléments qui aident l'entreprise à obtenir un grand succès sur le marché, tels que les progrès technologiques, les économies d'échelle, l'utilisation efficace des ressources.

Les canaux de distribution :

- Les canaux de distribution fonctionnent-ils bien ?
- Les canaux de distribution existants sont-ils performants ou devez-vous en développer de nouveaux ?

Devriez-vous proposer de nouveaux canaux, comme le marketing en ligne ?

- La structure des coûts de l'industrie :
- Quel est le coût nécessaire pour vendre vos produits ?



- Comment pouvez-vous réduire le coût et réaliser un plus grand bénéfice sans augmenter le prix du marché ?

### **7 outils utiles pour réaliser une analyse de marché.**

Retrouvez ci-dessous une liste de conseils pour vous aider à réaliser une analyse de marché réussie et complète pour votre propre plan d'affaires :

1. Utilisez l'Internet : Internet est un excellent point de départ, car il fournit des données démographiques, des informations sur votre concurrence et la possibilité de réaliser une partie de votre étude de marché en ligne.
2. Soyez le client : Il est important de regarder vos produits et services à travers les yeux d'un client. Cette perspective vous aidera à identifier les problèmes qui nécessitent des solutions, la façon dont la concurrence aborde certaines questions, et à vous proposer des solutions nouvelles et plus efficaces.
3. Allez droit au but : Lorsque vous rédigez votre plan d'affaires, incluez un résumé de l'analyse de marché avant d'entrer dans les détails. Cela donnera au lecteur une idée générale de ce qui l'attend et l'aidera à mieux se concentrer sur les points les plus importants.
4. Effectuez une étude de marché approfondie : Investissez du temps dans la phase d'exploration initiale pour étudier le marché et recueillir le plus d'informations possible : Vous pouvez le faire en partageant des enquêtes, en organisant des groupes de discussion et en demandant un retour d'information lorsque vous le pouvez. Les données recueillies serviront de supports à votre analyse de marché.
5. Utilisez des aides visuelles : Il est plus facile pour le public de saisir des informations fortement axées sur les chiffres, comme les statistiques et les mesures, lorsqu'elles sont présentées sous une forme visuelle. Vous pouvez y parvenir en utilisant des tableaux et des graphiques pour illustrer les données et les chiffres de votre analyse de marché.
6. Soyez concis : En général, les personnes qui lisent votre plan d'affaires ont déjà une certaine compréhension du marché. Par conséquent, il est plus efficace d'inclure les données et les résultats les plus importants dans la section d'analyse de marché de votre plan d'affaires, tout en déplaçant la documentation de soutien et les statistiques vers l'annexe.
7. Faites le lien avec votre entreprise : Toutes les statistiques et données que vous incorporez dans votre analyse de marché doivent être liées à votre entreprise et aux services et/ou produits qu'elle fournit. Lorsque vous décrivez les besoins du marché cible, mettez en évidence les moyens innovants dont dispose votre entreprise pour répondre à ces besoins.



|                              |   |
|------------------------------|---|
|                              | <p><b>Conclusion</b></p> <p>Une analyse de marché est un outil puissant permettant aux entreprises d'acquérir des informations précieuses sur un marché spécifique. Elle constitue la base sur laquelle vous pouvez élaborer des stratégies de marketing concrètes et mettre en œuvre avec succès votre idée commerciale.</p>   |
| <b>L'exercice pratique :</b> | <p>Dans cet exercice pratique, nous allons examiner un exemple d'analyse de marché de l'industrie des smartphones. À la fin de cet exercice, vous comprendrez les éléments essentiels de l'analyse de marché et comment vous pouvez en réaliser une pour votre plan d'affaires.</p> <p><b>Le marché choisi</b></p> <p>Comme indiqué ci-dessus, le marché choisi pour cet exemple d'analyse de marché est l'industrie des smartphones, car les smartphones font désormais partie intégrante de la vie quotidienne.</p> <p><b>L'objectif de l'analyse</b></p> <p>Il est important de définir un objectif pour une analyse de marché, car cela permet de clarifier ce que vous espérez en tirer et de la rendre utile pour votre entreprise.</p> <p>Une analyse de marché est souvent réalisée pour deux raisons principales et à deux moments :</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Pour évaluer la viabilité (avant d'entrer sur un nouveau marché)<br/>L'analyse de marché est effectuée avant d'entrer sur le marché et vous aide à décider si vous prenez une décision commerciale intelligente.</li><li>2. Pour prospérer (pendant que vous opérez sur un marché)<br/>L'analyse de marché est effectuée lorsque votre entreprise est déjà présente sur le marché, et vous aide à optimiser votre activité.</li></ol> <p>Pour cet exercice, nous supposons que vous souhaitez évaluer la viabilité de votre entrée sur le marché des smartphones.</p> <p>Facteurs de l'analyse de marché (industrie des smartphones)</p> <p>Pour les besoins de cet exemple d'analyse de marché, nous nous concentrerons sur les cinq variables décrites dans la partie théorique de cette session.</p> <p><b>Facteurs quantitatifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Volume</li></ul> |



|                              |   |
|------------------------------|---|
|                              | <p>Une recherche rapide sur Google permet d'estimer que plus de 1,5 milliard de smartphones sont vendus aux consommateurs finaux chaque année.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Valeur</li></ul> <p>La même recherche fournira une estimation de la valeur du marché des smartphones à un peu moins de 480 milliards de dollars sur la base des revenus annuels.</p> <p><b>Les facteurs qualitatifs :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Le besoin du marché.</li></ul> <p>Il n'existe pas de procédure standard pour évaluer le besoin de smartphones, mais l'expérience personnelle révèle la pertinence des smartphones.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• La concurrence</li></ul> <p>Il existe un très grand nombre de fabricants de smartphones, les plus populaires étant Apple et Samsung. Il est plus important d'évaluer qualitativement si votre smartphone sera capable de rivaliser avec ces grandes entreprises plutôt que d'estimer la part de marché qu'elles captent.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• La réglementation</li></ul> <p>Dans l'industrie des smartphones, la réglementation n'est pas une préoccupation majeure, car il n'existe pas de lois strictes pour les smartphones, contrairement à d'autres marchés, comme celui des produits alimentaires ou pharmaceutiques.</p> <p>Après avoir considéré ce qui précède, il est clair que l'industrie des smartphones pourrait avoir un vaste potentiel pour certains entrepreneurs. Cependant, la concurrence féroce dans ce secteur indique qu'il est plus difficile pour les petites et moyennes entreprises.</p> <p><b>Réflexions finales</b></p> <p>Comme le montre cet exercice, la réalisation d'une analyse de marché est simple et ne doit pas nécessairement suivre une structure rigide. Cependant, elle fournit des informations précieuses sur les nouvelles entreprises. En tant qu'entrepreneur potentiel, pensez simplement au temps et à l'argent que vous venez d'économiser en évitant cette entreprise irréaliste !</p> |
| <b>Les autres lectures :</b> | <p>Blake, D. (1990). Financial market analysis (p. 130). London: McGraw-Hill.</p> <p>Day, G. S. (1981). Strategic market analysis and definition: an integrated approach. Strategic Management Journal, 2(3), 281-299.</p> <p>Mortensen, D. T. (1986). Job search and labor market analysis. Handbook of labor economics, 2(15), 02005-02009.</p>   |

### 4.3. Marketing



## Marketing - Comment structurer un bon plan de marketing

|  |  |
|--|--|
| <b>Les résultats d'apprentissage :</b> | Après la session suivante, le lecteur sera familiarisé avec les bases de la planification marketing, ses parties essentielles et sa structure. Cette introduction rendra plus aisée toute progression ultérieure dans ce domaine, ainsi que le processus de rédaction d'un plan marketing lui-même.  |
| <b>Contenu théorique :</b>             | <p>L'aspect le plus vital de toute entreprise est le plan de marketing. Un plan de marketing peut être aussi court qu'une page et aussi long que plusieurs pages, mais ses principaux aspects doivent répondre à des questions telles que : où sommes-nous maintenant ? où allons-nous, et comment y arriver ? Lorsque vous travaillez sur un plan de marketing, le point de départ doit être <b>le résumé</b>, une vue d'ensemble de votre entreprise et de tout ce qui la concerne (les <b>valeurs</b>, la <b>mission</b> et la <b>vision</b> de l'entreprise). Dans ce paragraphe, vous pouvez également décrire brièvement la fonction de votre entreprise et l'objectif de votre plan marketing, vos réalisations passées et vos objectifs futurs. Cette partie du plan de marketing doit être très spécifique et courte.</p> <p>L'étape suivante consiste à montrer et à définir votre connaissance et votre compréhension du marché sur lequel vous êtes en concurrence en effectuant l'analyse <b>SWOT</b>. L'analyse SWOT est une technique de planification stratégique simple qui consiste à :</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. <b>Strengths</b> (Forces)- quelles sont les forces de votre entreprise</li><li>2. <b>Weaknesses</b> (Faiblesses) - quelles sont les faiblesses de votre entreprise</li><li>3. <b>Opportunities</b> (Opportunités)- opportunités pour l'avenir</li><li>4. <b>Threats</b> (Menaces) - menaces pour l'avenir.</li></ol> <p>Nous devons ensuite définir les objectifs de marketing : qu'espérons-nous atteindre avec notre plan de marketing ? Nous devons être précis avec des chiffres réels et des objectifs concrets (par exemple, augmenter l'engagement dans les médias sociaux de 30% jusqu'en décembre 2021).</p> <p>Les objectifs doivent toujours être SMART :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Spécifiques</b> - par exemple, vous pourriez vous fixer comme objectif d'obtenir dix nouveaux clients.</li><li>• <b>Mesurables</b> - quel que soit votre objectif, vous devez être en mesure de vérifier si vous l'avez atteint ou non lors de la révision de votre plan.</li><li>• <b>Réalisable</b> - vous devez disposer des ressources nécessaires pour atteindre l'objectif (Les ressources clés sont généralement les personnes et l'argent).</li></ul> |



|                            |   |
|----------------------------|---|
|                            | <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Réaliste</b> - les objectifs doivent vous pousser à vous dépasser, et non vous démotiver parce qu'ils sont déraisonnables.</li><li>• <b>Limités dans le temps</b> - vous devez fixer une date limite pour atteindre l'objectif. Par exemple, vous pourriez viser à obtenir dix nouveaux clients au cours des 12 prochains mois.</li></ul> <p>L'étape suivante consiste à déterminer votre <b>acheteur idéal</b> :</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Des <b>données démographiques</b> telles que son âge, ses revenus et sa localisation ;</li><li>2. <b>Le profil de l'acheteur</b> - des informations plus précises sur ses caractéristiques (pourquoi achèteraient-ils votre produit ?), ses habitudes et ses intérêts ;</li></ol> <p>Ensuite, nous devons rédiger une stratégie de marketing qui consiste à :</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. <b>Produit</b> - toutes les informations sur le produit lui-même et sur ce que vous souhaitez faire connaître grâce à un marketing correct (comme ses caractéristiques et avantages exceptionnels).</li><li>2. <b>Prix</b> - ce que nous voulons faire par le biais du marketing sur les prix (par exemple, fixer des prix compétitifs pour les produits existants sur le marché) ;</li><li>3. <b>Promotion</b> - avec qui souhaite-t-on établir un partenariat ;</li><li>4. <b>Lieu</b> - où vous voulez promouvoir votre produit (sur les médias sociaux, à la télévision...).</li></ol> <p>La dernière étape consiste à <b>définir le budget</b> en présentant des dépenses très détaillées - combien cela coûtera-t-il pour atteindre votre objectif marketing ?</p> <p>La partie cruciale est aussi la <b>bonne présentation</b> - visualisez votre plan pour qu'il soit plus clair, divisez-le en étapes et en phases.</p> |
| <b>Exercice pratique :</b> | Pour mettre en pratique les connaissances <ol style="list-style-type: none"><li>1. Essayez d'écrire l'<b>analyse SWOT</b> de votre future entreprise (si ce n'est pas la future, la préférée)</li><li>2. Définissez l'<b>acheteur idéal</b></li><li>3. Rédigez la stratégie marketing (<b>Produit, Prix, Promotion, Place</b>).</li></ol>   |
| <b>Autres lectures :</b>   | Le guide pour la rédaction d'un plan de marketing<br><a href="https://www.infoentrepreneurs.org/en/guides/write-a-marketing-plan/#1">https://www.infoentrepreneurs.org/en/guides/write-a-marketing-plan/#1</a><br>Comment rédiger un plan de marketing : Un guide complet [avec modèles]<br>: <a href="https://vtl.design.com/digital-marketing/digital-marketing-strategy/how-to-write-marketing-plan-template">https://vtl.design.com/digital-marketing/digital-marketing-strategy/how-to-write-marketing-plan-template</a>   |



## 4.4. Service à la clientèle

| Service à la clientèle      |   |
|-----------------------------|---|
| Résultats d'apprentissage : | Service à la clientèle => instruments/canaux pour le service à la clientèle   |
| Contenu théorique :         | <p><b>7 canaux de support client pour les entreprises en ligne :</b></p> <p><b>1) Email</b><br/>Dans le commerce en ligne, le service clientèle par courrier électronique sera un canal non négociable pour la plupart des entreprises.<br/>En fait, 91 % des consommateurs utilisent l'e-mail tous les jours. En termes de canaux à large diffusion, il n'y en a pas beaucoup qui s'en approchent.</p> <p><b>2) Les réseaux sociaux</b><br/>Selon le profil de vos clients, il est presque certain qu'ils passent du temps chaque jour sur au moins un réseau social.<br/>Une fois que vous aurez déterminé de quel réseau il s'agit, vous pourrez remporter des victoires importantes en offrant une assistance de qualité sur ce canal.<br/>C'est un argument de poids pour inclure les médias sociaux dans votre stratégie de support. Mais ne partez pas du principe que Twitter et Facebook sont les seuls réseaux utilisés par vos clients.<br/>Par exemple, KLM Airlines sait que nombre de ses clients sont des professionnels utilisant LinkedIn. La compagnie aérienne a donc lancé un groupe spécial sur LinkedIn qui offre une assistance clientèle 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 aux passagers de KLM.</p> <p><b>3) Forums/Message Boards</b><br/>Il est facile d'oublier que beaucoup de nos clients partagent des intérêts similaires.<br/>Par exemple, de nombreux clients Groove sont des entreprises SaaS et des startups, dont les employés lisent et participent souvent à des forums en ligne comme Stack Exchange.<br/>Vous pourriez constater que vous avez des "communautés partagées" similaires où beaucoup de vos clients sont actifs.<br/>L'outil KVS est une application utilisée par les grands voyageurs pour suivre la disponibilité des vols. Il est donc logique qu'un grand nombre de ses clients soient actifs sur FlyerTalk, la plus grande communauté de voyageurs fréquents sur Internet.</p> |



|                           |   |
|---------------------------|---|
|                           | <p><b>4) Téléphone</b><br/>Si certains considèrent l'assistance téléphonique comme plus démodée que le courrier électronique, la réalité est que la plupart des clients l'attendent toujours.<br/>En fait, les téléphones représentent encore 68 % de toutes les interactions d'assistance.<br/>De nombreux clients préfèrent la rapidité et la commodité de pouvoir décrocher le téléphone et obtenir une réponse immédiatement.</p> <p><b>5) Discussion en direct</b><br/>Avec la rapidité de l'assistance téléphonique, mais avec beaucoup plus de commodité pour les clients qui préfèrent leur navigateur web à leur téléphone, le chat en direct a connu une croissance massive en tant que canal d'assistance pour toute personne faisant des affaires en ligne.<br/>En fait, 44 % des consommateurs en ligne déclarent que le fait de pouvoir obtenir une réponse à leurs questions par une personne en direct pendant qu'ils effectuent un achat en ligne est l'une des fonctions les plus importantes qu'un site puisse offrir.</p> <p><b>6) Base de connaissances libre-service</b><br/>Une base de connaissances en ligne peut être un outil utile pour aider vos clients à s'aider eux-mêmes.<br/>Avec des réponses aux questions fréquemment posées, une base de connaissances vous permet de fournir une assistance 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, même avec une petite équipe.</p> <p><b>7) Widget d'assistance sur page</b><br/>Les widgets d'assistance sur page transforment votre site web en un canal d'assistance.<br/>Source : <a href="https://www.groovehq.com/blog/customer-service-channels">https://www.groovehq.com/blog/customer-service-channels</a></p> |
| <b>Exercice pratique:</b> | Pour chaque point énuméré ci-dessus, réfléchissez à la manière dont vous pourriez l'utiliser en tant que support client. De quel type d'information avez-vous besoin ? Quelle efficacité cela pourrait-il avoir ? Quels sont les besoins du client ? Comment pourriez-vous utiliser ces outils pour le mieux ?  |
| <b>Autres Lectures:</b>   | "Nudge" by Richard Thaler and Cass Sunstein<br>"The Thank You Economy" by Gary Vaynerchuk<br>"The Paradox of Choice" by Barry Schwartz  |



## 4.5. TIC

| TIC                               |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Résultats d'apprentissage:</b> | TIC (Technologie de l'information et de la communication) => comment exploiter les outils numériques pour promouvoir/gérer votre entreprise  |
| <b>Contenu théorique:</b>         | <p><b>Communication en équipe</b></p> <p>Quelques outils pour aider vos équipes à communiquer:</p> <p><b>1. Slack</b><br/>Slack est l'un des meilleurs outils de messagerie d'entreprise du marché. Il aide vos équipes à se débarrasser du bruit des courriels, des textos, des appels téléphoniques et de toutes les autres façons de rester en contact pour vous offrir un lieu central de communication. Les canaux de Slack vous permettent de personnaliser entièrement la messagerie de votre équipe. Les équipes individuelles peuvent créer des canaux pour discuter des opérations quotidiennes ou de projets spécifiques, tandis que vous pouvez également créer des canaux à l'échelle de l'entreprise pour encourager le retour d'information, publier des mises à jour de l'entreprise, etc.</p> <p><b>2. Zoom</b><br/>Après le verrouillage initial du COVID-19 aux États-Unis, Zoom est devenu un nom familier. La téléconférence est un excellent moyen pour les familles de rester en contact les unes avec les autres, mais Zoom est également un outil précieux pour les équipes qui souhaitent se connecter tout en travaillant à distance. Néanmoins, il existe aussi d'autres outils similaires.</p> <p><b>3. Doodle</b><br/>Si votre équipe dispose d'une application de calendrier unifiée avec accès aux horaires de chacun, c'est formidable. Si vous n'êtes pas prêt à faire cet investissement, Doodle est une alternative de qualité en matière de planification. Que vous essayiez de planifier un "happy hour" (virtuel) à l'échelle de l'entreprise ou que vous souhaitiez simplement contacter l'équipe marketing, Doodle transforme la planification en un sondage. Envoyez un Doodle, et tous vos invités peuvent répondre quand ils sont libres, ce qui vous permet d'éviter les allers-retours.</p> <p><b>Vente et marketing</b><br/>85 % des employés disent qu'il n'est pas possible d'avoir une vue à 360 degrés des clients à partir d'un seul système. C'est un problème dans un environnement de travail à distance. La relation client/client dépend d'une communication et de systèmes clairs, surtout lorsqu'il n'y a pas de bureau pour accueillir les réunions.</p> |



## Quelques outils:

### 1. Salesforce

Salesforce est le premier système de gestion de la relation client (CRM) au monde, et soutient plus de 150 000 entreprises. Il est coûteux, mais son prix est justifié. Salesforce est personnalisable en fonction des besoins de votre entreprise, ce qui vous permet de disposer de sièges pour autant de clients et d'employés que vous le souhaitez et de créer un système unique pour votre entreprise. Il fournit des vues à la fois de haut niveau et granulaires des ventes et des opérations de votre entreprise.

### 2. Mailchimp

Le mail est un canal de marketing important pour toute entreprise, mais la collaboration sur une stratégie d'e-mail est difficile lorsque les personnes sont éloignées. Mailchimp vous simplifie toutefois la vie en vous offrant un éventail de fonctionnalités faciles à utiliser. Entre les modèles attrayants, les analyses avancées et la personnalisation en un clic, Mailchimp permet à toute une équipe de créer et de lancer des campagnes ciblées en même temps.

### 3. Hootsuite

Nous considérons souvent les médias sociaux comme une entreprise individuelle, mais un bon marketing des médias sociaux nécessite une collaboration. Non seulement Hootsuite facilite la collaboration entre les équipes, mais il simplifie également votre stratégie. Avec Hootsuite, vous pouvez gérer plusieurs profils sociaux à partir d'un seul tableau de bord, en programmant les publications, en suivant les mentions et en vous engageant auprès des personnes qui vous suivent. Que vous ayez une équipe qui gère des comptes à des heures différentes ou que plusieurs personnes gèrent plusieurs comptes en même temps, Hootsuite est un atout précieux. Il dispose également d'un excellent plan gratuit.

### 4. Google Analytics

Toute entreprise a besoin d'outils d'analyse pour comprendre ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. Google Analytics est l'une des meilleures plateformes pour les petites entreprises, car elle est entièrement gratuite et facile d'accès pour toute votre équipe. Il y a une certaine courbe d'apprentissage, mais une fois que vous aurez compris son fonctionnement, vous développerez une compréhension granulaire de vos efforts de marketing numérique et en tirerez des enseignements pour aider votre entreprise à se développer.



## **La productivité**

Selon une étude, les travailleurs à distance effectuent 1,4 jour de travail de plus par mois que leurs homologues en entreprise. C'est un chiffre important, mais il est également facilité par une technologie d'entreprise performante. Ces outils peuvent favoriser la productivité de vos employés.

### **Quelques outils:**

#### **1. Trello**

Trello simplifie la gestion de projets en créant des listes de tâches intelligentes et hautement personnalisables. Vous pouvez utiliser Trello pour créer et gérer un calendrier de contenu, suivre le lancement d'un produit, gérer des campagnes de marketing et pratiquement tout ce à quoi vous pouvez penser. Grâce à sa personnalisation, Trello aide les employés à rester concentrés et productifs sur tout ce qu'ils doivent faire dans un laps de temps donné. Ils peuvent suivre la progression des tâches individuelles, voir ce qui est dû chaque jour et définir des rappels lorsqu'il est temps de revoir ou de mettre à jour un certain élément.

#### **2. Google Drive**

Google Drive est l'un des meilleurs outils de collaboration jamais inventés. Il offre presque tous les mêmes avantages que Microsoft Office, sauf qu'il est accessible en temps réel par toute personne à qui vous avez donné accès. Il offre même une synchronisation hors ligne qui vous permet de mettre à jour des documents, des feuilles de calcul, des présentations, etc. sans connexion à Internet. Plusieurs personnes peuvent travailler sur le même document sans risquer d'écraser une ancienne version et, si cela se produit, Google conserve des sauvegardes et des historiques de versions facilement accessibles. Google Drive est gratuit pour les particuliers, mais si vous souhaitez offrir tous les outils professionnels de Google à votre équipe, il ne coûte que 6 dollars par utilisateur et par mois.

#### **3. Dropbox**

En parlant de collaboration, si votre entreprise traite un grand nombre de fichiers et de dossiers individuels, Dropbox est l'un des meilleurs outils de collaboration et de stockage dans le cloud du marché. En donnant à des personnes l'accès au compte de votre entreprise, elles peuvent stocker en toute sécurité les fichiers de l'entreprise sur le service Dropbox et inviter des clients ou des coéquipiers à les mettre à jour, à donner leur avis ou à les partager avec les parties concernées.

**Source:** <https://www.allbusiness.com/digital-tools-to-help-you-run-successful-remote-company-131542-1.html>



|                           |   |
|---------------------------|---|
| <b>Exercice pratique:</b> | Pour la liste présentée ci-dessus, notez leurs avantages et leurs inconvénients. Lequel utiliseriez-vous et pourquoi ? Connaissez-vous d'autres outils que vous pourriez utiliser ? Comment les outils numériques peuvent-ils être utiles à l'entreprise ?  |
| <b>Autres lectures:</b>   | <p>“Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation” by George Westerman, Didier Bonnet, and Andrew McAfee</p> <p>“The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age” by David Rogers</p> <p>“Driving Digital Strategy: A Guide to Reimagining Your Business” by Sunil Gupta</p> <p>“See Sooner, Act Faster: How Vigilant Leaders Thrive in an Era of Digital Turbulence (Management on the Cutting Edge)” by George Day and Paul Schoemaker</p> <p>“Driving Digital: The Leader’s Guide to Business Transformation Through Technology” by Isaac Sacolick</p> <p>“Digital Transformation: Survive and Thrive in an Era of Mass Extinction” by Tom Siebel</p> <p>“The Technology Fallacy: How People Are the Real Key to Digital Transformation (Management on the Cutting Edge)” by Gerald Kane, Anh Nguyen Phillips, Jonathan Copulsky, and Garth Andrus</p> <p>“MicroMarketing: Get Big Results by Thinking and Acting Small” by Greg Verdino</p> |

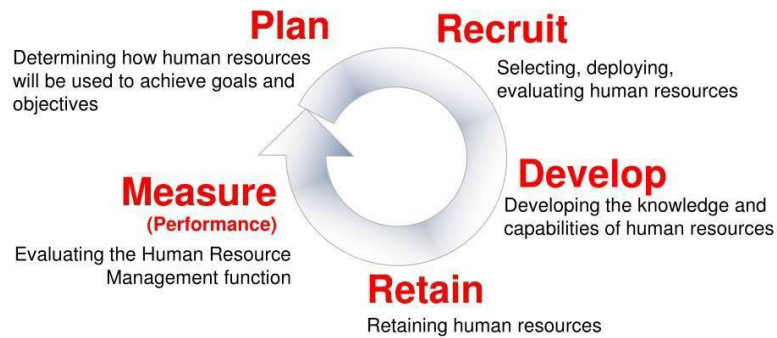
#### 4.6. Gestion des ressources humaines

| <b>Gestion des RH</b>             |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Résultats d'apprentissage:</b> | Comprendre le cycle complet de la gestion des ressources humaines   |
| <b>Contenu théorique:</b>         | <p style="text-align: center;"><b>Gestion Des Ressources Humaines</b></p> <p><b>Que sont les "ressources humaines" ?</b><br/>           Pour le dire simplement, ce sont des personnes. Les "ressources humaines" sont tous les employés qui travaillent ou contribuent à une organisation ou une entreprise.</p> |



## Qu'est-ce que la gestion des ressources humaines (GRH) ?

La GRH désigne l'ensemble du processus de planification du travail de vos employés, de recrutement de nouveaux employés pour votre entreprise, de développement des capacités de vos employés par une formation constante, de recherche de stratégies pour retenir vos employés (les empêcher de partir) et de mesure de leurs performances et de leur fonctionnalité dans l'entreprise.



### 1. Plan

**La planification** consiste à identifier les besoins actuels et futurs en ressources humaines pour qu'une organisation/entreprise puisse atteindre ses objectifs. La planification est un processus continu: il s'agit d'évaluer la situation existante et de déterminer ce qui est nécessaire pour l'améliorer (y compris la détermination de la meilleure adéquation des ressources humaines existantes à leur poste).

### 2. Recrutement

Le recrutement est le processus de recherche d'employés potentiels qui ont les capacités et les attitudes nécessaires pour aider l'organisation à atteindre ses objectifs. Pour commencer un processus de recrutement, vous devrez penser à:

- quel est le nombre de personnes dont vous aurez besoin pour les remplir ;
- quelles seront leurs fonctions ;
- quelles sont les qualifications que ces fonctions requièrent ;
- quels sont les postes que vous souhaitez pourvoir.

Sur la base de ces informations, vous devrez préparer l'offre d'emploi (y compris la description du poste), publier l'offre, présélectionner les candidats parmi ceux qui ont répondu, les interviewer et faire la sélection finale.

Félicitations ! Vous avez embauché un nouvel employé !

### 4. Développement

Une fois que vous avez votre réserve d'employés, vous voudrez les aider à développer leurs compétences, leurs connaissances et leurs aptitudes.



Vous pouvez y parvenir de la manière suivante :

- formation formelle (cours, stages, etc.)
- l'apprentissage informel (par le biais du mentorat, du coaching, de la collaboration, etc.)

Cela permettra d'améliorer l'efficacité de votre organisation/entreprise.

### 5. Maintenir

Il est plus efficace de garder un employé de qualité au travail que de recruter, embaucher et former un nouvel employé. Il est donc important que vous utilisiez des stratégies pour retenir vos employés.

Ces stratégies comprennent :

- s'assurer que les employés savent ce que vous attendez d'eux ;
- assurer un traitement juste et équitable ;
- assurer la gestion ou la supervision de la qualité ;
- permettre aux employés d'utiliser leurs talents et leurs compétences.

### 5. Mesurer

Vous voudrez constamment surveiller et mesurer les performances de vos employés, afin de savoir quand et où prendre les mesures nécessaires pour les améliorer ou en maintenir la qualité. Vous voudrez également évaluer le bien-être de votre personnel (c'est-à-dire comment il se comporte au travail et dans l'environnement de l'organisation), en demandant également leur avis. Veillez à ce qu'ils sachent que vous vous souciez de leur contenu et de leur bien-être!

**Exercice pratique:** Votre secrétaire est partie et vous avez maintenant un poste vacant dans votre entreprise.

Vous devez lancer le processus de recrutement et trouver quelqu'un pour la remplacer.

#### 1. Rédigez une description de poste professionnelle.

Réfléchissez à l'offre d'emploi.

Posez-vous les questions suivantes : quelles sont les tâches de la secrétaire?

Quels sont les horaires de travail prévus? Quel type de contrat dois-je proposer?

#### 2. Notez votre offre d'emploi.

Posez-vous la question suivante: quelles sont les qualifications et autres exigences requises? Quel genre de personne voudrais-je engager comme secrétaire? Quelles sont les "compétences générales" et les compétences techniques que je recherche?

#### 3. Faire un plan de recrutement.

Posez-vous la question: quelles méthodes vais-je utiliser pour le recrutement?

Vais-je faire appel à une agence pour l'emploi? Quels sont les critères de sélection?



|                         |  |
|-------------------------|--|
|                         | <p>que je vais employer? Combien de candidats vais-je présélectionner pour passer un entretien?<br/>Dressez une liste des questions que vous voudrez poser lors de l'entretien pour comprendre les compétences et la personnalité du candidat.</p> <p><b>4. Établir un plan de développement.</b><br/>Vous avez maintenant engagé votre nouvelle secrétaire. Établissez un plan pour commencer à former votre nouvelle ressource.<br/>Posez-vous la question suivante : de quel type de formation formelle la nouvelle ressource aura-t-elle besoin? Aura-t-elle besoin de coaching, de mentorat? Devrai-je organiser des activités de renforcement de l'esprit d'équipe?<br/>Notez ce que vous attendez d'elle.<br/>Dressez une liste de tous les avantages et incitations que vous leur offrirez.</p>  |
| <b>Autres lectures:</b> | <p><a href="https://sites.google.com/site/sengvanna126/hrm-recruitment">https://sites.google.com/site/sengvanna126/hrm-recruitment</a></p> <p><a href="http://www.hreonline.com/HRE/story.jsp?storyId=379096509">http://www.hreonline.com/HRE/story.jsp?storyId=379096509</a></p> <p><a href="https://open.lib.umn.edu/humanresourcemanagement/chapter/1-1-what-is-human-resources/#:~:text=Human%20resource%20management%20is%20the,developing%20strategies%20to%20retain%20employees">https://open.lib.umn.edu/humanresourcemanagement/chapter/1-1-what-is-human-resources/#:~:text=Human%20resource%20management%20is%20the,developing%20strategies%20to%20retain%20employees</a></p> <p><a href="https://open.lib.umn.edu/humanresourcemanagement/part/chapter-8-training-and-development/">https://open.lib.umn.edu/humanresourcemanagement/part/chapter-8-training-and-development/</a></p> <p><a href="https://uclgafrica-alga.org/wp-content/uploads/2019/06/HRMM.pdf">https://uclgafrica-alga.org/wp-content/uploads/2019/06/HRMM.pdf</a></p> |

## 4.7. LÉGISLATION

| LÉGISLATION  |   |
|--|---|
| <b>Pays:</b>   | <b>France</b>   |
| <b>Conditions requises pour ouvrir une entreprise:</b> | <p>Pour créer une entreprise en France, vous devez avoir un permis de séjour ou être un citoyen de l'UE.</p> <p>Vous pouvez également avoir besoin de qualifications ou de diplômes que les autorités françaises reconnaissent en fonction de votre spécialisation. Par exemple, les comptables, les vétérinaires, les coiffeurs, les maçons, les négociants en vin sont des professions réglementées.</p> <p>Ensuite, vous devrez choisir le type de structure d'entreprise pour votre activité.</p> |



Pour un entrepreneur et une entreprise détenue par une seule personne en France, il existe une société de type EURL (détenue par une seule personne et gérée comme une société à responsabilité limitée à actionnaire unique).

Catégories d'entreprises françaises:

1. Commerciale ou industrielle, comme la gestion d'un magasin, d'un café ou d'une usine;
2. Métiers/artisans tels que les métiers du bâtiment, la fabrication;
3. Travailleur indépendant ou freelancer (travaillant de manière indépendante, fournissant un service tel qu'un dentiste, un musicien, un écrivain);
4. Agent commercial, où vous agissez pour le compte d'une autre entreprise (négocier ou vendre par exemple);
5. Agriculture.

Chaque catégorie a son centre d'enregistrement (Centre de Formalités des Entreprises - CFE), vous devez enregistrer votre entreprise auprès du CFE approprié et l'informer de tout changement.

Vous pouvez enregistrer vos statuts avec l'aide d'un agent de constitution de société, ce qui est moins cher que l'aide d'un avocat. Mais c'est à vous de choisir entre les deux, en tenant compte du fait que l'assistance d'un avocat est beaucoup plus chère.

Contactez la Chambre de Commerce et d'Industrie ou la Chambre des Arts et Métiers de votre région. Elles fournissent des conseils gratuits, organisent des formations et proposent même des solutions logistiques aux créateurs d'entreprises.



|  |  |
|--|--|
| <b>Documents bureaucratiques pour ouvrir une entreprise:</b> | <p>Documents nécessaires pour ouvrir une entreprise en France:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• le formulaire de réservation de nom de société qui est rempli auprès du Registre du Commerce ;</li><li>• l'objet de l'activité de l'entreprise avec une description;</li><li>• les noms des actionnaires, leurs adresses et leurs passeports;</li><li>• les noms des administrateurs, leurs passeports, ou autres pièces d'identité;</li><li>• des informations sur l'attribution des actions de la société.</li></ul> <p>Vous pouvez vérifier en ligne et gratuitement si le nom que vous voulez utiliser pour votre entreprise est déjà pris par une autre entreprise auprès de <i>l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI)</i>. Si vous souhaitez protéger le nom et le logo de votre entreprise, vous devez les enregistrer en tant que (<i>dépôt de marque</i>), également auprès de <i>l'INPI</i>.</p>   |
| <b>Les subventions nationales:</b>                           | <p>Il existe plusieurs programmes qui aident les gens à créer des entreprises. Par exemple, <a href="#">le mouvement pour les jeunes et les étudiants entrepreneurs (MoovJee)</a> qui aide les jeunes à créer des entreprises grâce à un programme de mentorat et à un concours. Il existe également <a href="#">un réseau de groupes de créateurs</a> qui offre un soutien aux jeunes entrepreneurs âgés de 16 à 25 ans.</p> <p>En France, il existe une initiative "French tech" lancée par le ministère de l'économie qui vise à promouvoir le développement des startups. Son rôle est de fédérer les réseaux de startups, d'accélérer leur développement et de promouvoir leur notoriété.</p> <p><b>Bpifrance</b> joue un rôle clé dans l'encouragement des startups. Elle dispose <a href="#">du Prêt d'amorçage</a>, applicable aux petites entreprises innovantes (moins de 50 salariés et bilan ou chiffre d'affaires inférieur à 10 millions d'euros) de moins de 5 ans, en phase de démarrage et ayant bénéficié d'un soutien public à l'innovation. Le prêt est compris entre 50.000 euros et 100.000 euros s'il est réalisé par Bpifrance seul, mais peut aller jusqu'à 300.000 euros en cas d'engagement de la Région.</p> |

## LÉGISLATION

Pays:

Italie



|   |   |
|---|---|
| <p><b>Conditions requises pour ouvrir une entreprise:</b></p>       | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Un plan d'affaires bien structuré et détaillé ;</b></li> <li>2. <b>Exigences personnelles.</b></li> </ol> <p>L'entrepreneur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● n'aura pas été déclaré en faillite;</li> <li>● n'aura pas fait l'objet d'une condamnation pénale ou d'un emprisonnement;</li> <li>● ne sera pas soumis à une surveillance spéciale, à une interdiction ou à une obligation de rester ;</li> <li>● n'aura pas été déclaré "habitual delinquent".</li> </ul> <p>D'autre part, l'entrepreneur doit:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● être en âge légal;</li> <li>● résider en Italie;</li> <li>● avoir un permis de séjour (pour les citoyens non européens).</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. <b>Cours possible pour l'administration des aliments et boissons délivrés par l'ASL ;</b></li> <li>4. <b>Bulletin de salaire ou contrat de travail à temps plein possible pour l'exonération des cotisations de sécurité sociale ;</b></li> <li>5. <b>Boîte aux lettres électronique certifiée – PEC.</b></li> </ol> |
| <p><b>Documents bureaucratiques pour ouvrir une entreprise:</b></p> | <p>Pour chaque type d'activité, la procédure bureaucratique de base sera toujours:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ouverture du numéro de TVA;</li> <li>● inscription au registre des entreprises auprès de La Chambre de Commerce;</li> <li>● ajustement des positions INPS et INAIL (sécurité sociale et assurances);</li> <li>● communication du début de l'activité à la municipalité (au moins 30 jours avant le début);</li> <li>● Copie de la pièce d'identité recto/verso du propriétaire;</li> <li>● Copie du code fiscal du titulaire;</li> <li>● Adresse et nom de l'activité.</li> </ul>   |
| <p><b>Les subventions nationales:</b></p>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>● NUOVE IMPRESE A TASSO ZERO- <a href="https://www.lgandpartners.it/nuove-impres-a-tasso-zero-2020-guida-al-bando-per-le-startup-di-giovani-e-donne/">https://www.lgandpartners.it/nuove-impres-a-tasso-zero-2020-guida-al-bando-per-le-startup-di-giovani-e-donne/</a></li> <li>● MICROCREDITO PMI - <a href="https://www.contributipmi.it/microcredito-aziende/">https://www.contributipmi.it/microcredito-aziende/</a></li> <li>● RESTO AL SUD – <a href="https://www.contributipmi.it/resto-al-sud-finanziamenti-impresa-per-under-46/">https://www.contributipmi.it/resto-al-sud-finanziamenti-impresa-per-under-46/</a></li> <li>● Grant “Selfiemployment” <a href="https://www.invitalia.it/cosa-facciamo/creiamo-nuove-aziende/selfiemployment">https://www.invitalia.it/cosa-facciamo/creiamo-nuove-aziende/selfiemployment</a></li> <li>● Garanzia Giovani <a href="#">Garanzia Giovani</a></li> <li>● Incentivi Impresa (to ask a professional to check your business plan)</li> </ul>  |



<https://www.incentivimpresa.it/>

- INVITALIA [Invitalia: l'Agenzia nazionale per lo sviluppo d'impresa - Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa](#)

## LÉGISLATION

|  |  |
|--|--|
| <b>Pays:</b>   | <b>Croatie</b>   |
| <b>Conditions requises pour ouvrir une entreprise:</b>       | <p>L'ensemble du processus de création d'une entreprise en Croatie dure environ 10 à 15 jours. Il faut d'abord choisir le type d'entreprise que l'on souhaite créer. En Croatie, il en existe normalement <b>trois types</b> : l'artisanat, la société à responsabilité limitée (d.o.o.) et la société à responsabilité limitée simple (j.d.o.o.). Ces trois types diffèrent par leurs aspects commerciaux et par le montant du capital dont vous devez disposer pour les créer. Par exemple, si vous souhaitez créer une société à responsabilité limitée simple, vous devez investir au moins 25 000 HRK - 3 300 €. Une fois que vous avez créé votre société, vous devez choisir le(s) type(s) de travail que vous allez y effectuer. Vous pouvez choisir plus d'un type de travail seulement (ce qui est également recommandé car chaque fois que vous voulez en ajouter un autre, vous devez payer 2.500 HRK - 330 €). Il est également recommandé d'engager une personne juridique (un avocat) qui s'occupera de tous <b>les documents</b> et de leur validité. La chose la plus importante à garder à l'esprit est la clientèle potentielle qui assurera le profit dans les premiers mois après le lancement de l'entreprise.</p> |
| <b>Documents bureaucratiques pour ouvrir une entreprise:</b> | <p>Il y a beaucoup de papiers que l'on doit posséder afin de démarrer une entreprise en Croatie. Tout d'abord, vous avez besoin d'une confirmation d'un notaire public afin de pouvoir faire une demande auprès du <b>Tribunal de Commerce</b> (coût environ 2.500 HRK - 330 €). Ensuite, vous avez besoin d'une déclaration concernant la création de votre propre entreprise. Vous avez également besoin d'un comptable, quelqu'un qui s'occupera de vos papiers (et payez cette personne chaque mois). Vous devez ouvrir un compte bancaire. <b>Vous devez déclarer votre entreprise au service des impôts et au bureau des statistiques.</b> Il est également nécessaire de conclure un contrat de location d'un local commercial. Vous devez délivrer un papier avec le numéro officiel de votre société/entreprise. Vous devez introduire votre entreprise dans le registre du tribunal. Les employés et l'employeur doivent être enregistrés et avoir des contrats valides. Les employeurs doivent également être inscrits à l'assurance maladie et à l'assurance retraite.</p>   |
| <b>Les subventions nationales:</b>                           | <p>Les subventions nationales peuvent être accordées aussi bien aux personnes qui ne travaillent pas qu'à celles qui souhaitent développer leur entreprise.</p>  |



|  |  |
|--|--|
|  | Elles doivent toutefois répondre à de nombreux critères afin de justifier la subvention.<br>Voici le lien avec les conditions: <a href="http://mjere.hr/mjere/potpore-za-samozaposljavanje/">http://mjere.hr/mjere/potpore-za-samozaposljavanje/</a> |
|--|--|

| <b>LÉGISLATION</b>                                     |   |
|--|---|
| <b>Pays:</b>   | <b>Chypre</b>   |
| <b>Conditions requises pour ouvrir une entreprise:</b> | <p>Selon la loi sur les sociétés, un certain nombre de conditions doivent être remplies pour pouvoir ouvrir une entreprise à Chypre. Avant la procédure d'enregistrement proprement dite, l'entrepreneur doit choisir la forme commerciale sous laquelle il réalisera les activités économiques de l'entreprise. Une fois cette étape importante franchie, les étapes de l'ouverture d'une entreprise à Chypre sont les suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Réserve d'un nom commercial pour l'entreprise (le nom doit être unique et refléter l'activité de l'entreprise) ; Afin de s'assurer que le nom sélectionné est approuvé, il est recommandé de soumettre au moins 3 propositions de nom, parmi lesquelles celle souhaitée. À ce stade, l'enregistrement de la marque à Chypre pour le nom de l'entreprise doit également être envisagé ;</li><li>● Préparation d'une série de documents parmi lesquels l'acte constitutif et les statuts de la société;</li><li>● La société, quelle que soit sa forme, doit avoir une adresse légale ou une adresse enregistrée à Chypre - des bureaux virtuels sont disponibles à cet effet;</li><li>● Ouverture d'un compte bancaire d'entreprise auprès d'une banque locale sur lequel sera déposé le capital social;</li><li>● Nomination des dirigeants de la société - le directeur et le secrétaire de la société (toutes les sociétés à Chypre doivent avoir des secrétaires);</li><li>● Soumission des documents relatifs à la procédure d'enregistrement de la société auprès de la Companies House de Chypre;</li><li>● Enregistrement de l'entreprise à des fins fiscales, de TVA et d'assurance sociale et de retraite;</li><li>● L'acquisition des licences commerciales nécessaires qui permettront le début des activités économiques.</li></ul> <p>Une fois que toutes les exigences ci-dessus sont remplies et que le certificat d'enregistrement de l'entreprise est obtenu, l'entreprise peut embaucher du personnel et commencer ses activités.</p> |



## Documents bureaucratiques pour ouvrir une entreprise:

Comme décrit ci-dessus, afin de procéder à la constitution de votre société, vous devez d'abord décider :

- le type de votre société ;
- le nom de votre société ;
- l'adresse du siège social ;
- les administrateurs et le secrétaire ;
- les membres et le capital social ;
- les objets de la société ;
- L'acte Constitutif et Les Statuts de la Société.

Pour les sociétés à responsabilité limitée, les documents les plus importants qui doivent être soumis sont l'acte constitutif et les statuts. Tous les documents statutaires doivent être rédigés en grec ou en anglais et doivent également être notariés.

La procédure d'enregistrement fiscal fait également partie de la procédure d'ouverture d'une entreprise à Chypre, ce qui signifie qu'elle sera effectuée en même temps que le processus de constitution de la société. Le numéro d'identification fiscale sera émis en même temps que le certificat d'enregistrement. Cependant, en ce qui concerne l'enregistrement de la TVA, la procédure doit être effectuée séparément car elle n'est pas obligatoire.

L'enregistrement à la TVA devient obligatoire lorsque l'entreprise atteint le seuil de 35 000 euros de vente à distance. Sur la base du numéro de TVA, les entreprises ayant des activités commerciales au sein de l'UE peuvent également obtenir des numéros EORI et ainsi faciliter les procédures commerciales.

Une fois que votre proposition de nom a été approuvée et à condition que vous ayez pris les décisions pertinentes concernant la création de votre société, vous pouvez procéder à la soumission de la demande de constitution de la société, soit par dépôt électronique, soit en main propre ou par courrier. Pour pouvoir constituer votre société en ligne, vous devez d'abord vous inscrire au système de dépôt électronique de documents.

### **Enregistrement en ligne des sociétés**

Quel que soit le type de société que vous avez choisi, vous pouvez soumettre votre demande en ligne par le biais du système de dépôt électronique du Registrar of Companies, accompagnée :

- d'une déclaration statutaire (formulaire HE1) signée et assermentée devant le tribunal par l'avocat chargé ;
- de l'acte constitutif et les statuts conformes au type proposé de la société, dûment signés en langue grecque. Il est noté que, dans le cas où une société à responsabilité limitée privée ou publique avec des actions choisit d'adopter, en tant que statuts, les règlements contenus



dans le tableau A de l'annexe I de la loi sur les sociétés, un document pertinent doit être soumis qui fait référence au titre des règlements qui sont adoptés; the solemn declaration of witness of signatures;

- d'une traduction certifiée de l'acte constitutif et des statuts dans une langue autre que le grec, soit par une déclaration sous serment, soit par un traducteur assermenté de la République de Chypre, dans le cas où vous souhaitez créer un fichier de traductions pour obtenir des copies certifiées de l'acte constitutif et des statuts dans une langue étrangère;
- d'une permission, d'un consentement ou d'une approbation préalable par l'autorité gouvernementale ou l'organisme approprié dans le cas où cela est nécessaire pour l'utilisation de mots ou de phrases et/ou en raison de la nature de l'activité respectivement, dans le cas où il n'a pas déjà été soumis avec la demande d'approbation du nom
- le montant de cent soixante-cinq euros (165 €) ou le montant de deux cent trente-cinq euros (235 €) dans le cas d'une société sans capital social, payable par carte de crédit.
- accélération de la procédure d'enregistrement de la société, un droit supplémentaire de cent euros (100 €) est payé. En cas de création d'un dossier de traductions, un droit supplémentaire de cent soixante euros (160 €) est payé.
- dans le cas où une société publique sera constituée, la présentation du formulaire HE5 est également requise, avec le paiement d'une taxe supplémentaire de vingt euros (20 €).

#### **Enregistrement d'une société par voie postale ou manuelle**

Vous pouvez enregistrer une société par voie manuelle ou postale en présentant les documents suivants :

- une déclaration statutaire (formulaire HE1) signée et assermentée par l'avocat confié devant le tribunal;
- une notification de l'adresse du siège social de l'entreprise (formulaire HE2);
- une notification relative à l'information des premiers administrateurs et du secrétaire de la société (formulaire HE3);
- l'acte constitutif et les statuts conformes au type de société proposé, dûment signés en langue grecque. Il est noté que dans le cas où une société à responsabilité limitée privée ou publique avec des actions choisit d'adopter comme statuts les règlements contenus dans le tableau A de l'annexe I de la loi sur les sociétés, un document pertinent doit être soumis qui fait référence au titre des règlements qui sont adoptés;
- une traduction certifiée de l'acte constitutif et des statuts dans une langue autre que le grec, soit par une déclaration sous serment, soit par un traducteur assermenté de la République de Chypre, au cas où



|                                    |   |
|------------------------------------|---|
|                                    | <p>vous souhaiteriez créer un fichier de traductions pour obtenir des copies certifiées de l'acte constitutif et des statuts dans une langue étrangère;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● la permission, le consentement ou l'approbation préalable de l'autorité gouvernementale ou de l'organisme approprié dans le cas où elle est nécessaire pour l'utilisation de mots ou de phrases et/ou en raison de la nature de l'activité respectivement, dans le cas où elle n'a pas déjà été soumise avec la demande d'approbation du nom;</li><li>● la taxe de cent soixante-cinq euros (165 €), et une taxe supplémentaire de cent euros (100 €), dans le cas où une procédure accélérée est requise. Les paiements peuvent être effectués, en espèces, par chèque, par le biais d'un compte tenu auprès du département des sociétés d'enregistrement ou par virement bancaire;</li><li>● En cas de constitution d'une société publique, la présentation du formulaire HE5 est également requise, avec paiement d'une taxe supplémentaire de vingt euros (20 €).</li></ul>   |
| <b>Les subventions nationales:</b> | <p><b>Subventions gouvernementales</b></p> <p>Le gouvernement chypriote propose des programmes de financement importants pour soutenir les jeunes entreprises tout au long de leur développement.</p> <p><b>Fondation pour la recherche et l'innovation (FRI)</b></p> <p>Les deux principaux piliers des activités de RIF sont les suivants :</p> <ol style="list-style-type: none"><li>a) Le développement et la gestion des programmes nationaux de recherche, de développement technologique et d'innovation à Chypre;</li><li>b) La promotion des organismes de recherche, des entreprises et des chercheurs chypriotes dans les programmes de recherche et d'innovation européens et internationaux.</li></ol> <p><b>Service Industrie et Technologie</b></p> <p>Le service de l'industrie et de la technologie (qui fait partie du ministère de l'énergie, du commerce et de l'industrie) gère et distribue des fonds dans le cadre de divers programmes. Parmi les exemples récents, citons :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● L'amélioration de la compétitivité des PME dans le secteur manufacturier et d'autres activités économiques spécifiques ;</li><li>● L'esprit d'entreprise des femmes ;</li><li>● L'entrepreneuriat des jeunes ;</li><li>● Fabrication / commercialisation / développement de produits agricoles;</li><li>● Encourager l'activité d'investissement et renforcer la compétitivité dans l'industrie vinicole ;</li><li>● Le renforcement de l'innovation dans les entreprises.</li></ul> |



|  |   |
|--|---|
|  | <p><b>Aides au secteur primaire</b></p> <p>Les entrepreneurs peuvent également trouver une aide auprès du ministère de l'agriculture et de l'organisation chypriote des paiements agricoles, qui gère et distribue des subventions pour le secteur primaire.</p> <p><b>Gouvernement Chypriote et Union Européenne</b></p> <p><b>Incubateurs de start-ups</b></p> <p>L'écosystème des start-up est soutenu par des institutions privées et publiques qui cherchent à incuber ou à financer des initiatives de start-up qui génèrent des innovations dans les sciences, la finance et le divertissement.</p> <p>La Fondation pour la recherche et l'innovation (RIF) est le principal organisme chargé de financer la recherche commerciale et de subventionner le développement de jeunes entreprises de portée mondiale.</p> <p>Cofinancée par le gouvernement Chypriote et les fonds structurels de l'Union Européenne, la RIF propose des programmes (basés sur des critères d'éligibilité et qualitatifs) finançant les start-ups pour la recherche et le développement initial. Les subventions couvrent jusqu'à 85 % du capital investi.</p> |
|--|---|

| <b>LÉGISLATION</b>                                     |   |
|--|---|
| <b>Pays:</b>   | <b>Estonie</b>  |
| <b>Conditions requises pour ouvrir une entreprise:</b> | <p>Les titulaires d'une carte d'identité Estonienne ou d'une carte de résidence électronique et un nombre croissant de titulaires de cartes d'identité des États membres de l'UE peuvent <b>créer une société à responsabilité limitée entièrement en ligne</b>. En l'absence de carte d'identité ou de carte de résidence électronique, une visite chez un notaire estonien est nécessaire pour vérifier les documents de fondation.</p> <p>En plus de la possibilité de créer une entité commerciale, il est possible pour toute personne physique d'exercer une activité commerciale en tant que <b>propriétaire unique</b> qui doit être inscrit au Registre Central du Commerce avant de commencer une activité commerciale permanente.</p> <p><b>Les entreprises étrangères peuvent également proposer leurs biens ou services en créant une succursale.</b> La succursale doit être enregistrée au registre du commerce estonien en soumettant une demande et d'autres documents requis. Il faut savoir qu'une succursale n'est pas une entité commerciale et que l'entreprise étrangère est responsable des obligations découlant des activités de la succursale.</p> |



|  |  |
|--|--|
|  | <p>Les formes les plus courantes d'entités commerciales en Estonie sont la <b>société privée à responsabilité limitée</b> (OÜ) et la société publique à responsabilité limitée (AS). Des informations détaillées sur les autres types de sociétés sont disponibles dans le code du commerce.</p>   |
| <b>Documents bureaucratiques pour ouvrir une entreprise:</b> | <p>Selon le code du commerce, il existe cinq formes d'entités commerciales en Estonie :</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. société anonyme privée (OÜ)</li><li>2. société anonyme (AS)</li><li>3. partenariat global (TÜ)</li><li>4. société en commandite (UÜ)</li><li>5. association commerciale (ühistu)</li></ol> <p><b>Création d'une société à responsabilité limitée :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Choisissez un nom pour votre entreprise et vérifiez qu'il est disponible. Pour vérifier la disponibilité, utilisez l'outil gratuit sur le site du registre des entreprises en ligne ;</li><li>• Si vous n'avez pas d'adresse estonienne, contactez un prestataire de services aux entreprises pour obtenir une adresse légale ;</li><li>• Enregistrez la société en ligne sur le portail d'enregistrement des sociétés. Vous pouvez payer la taxe d'État (190 €) et le capital social via le portail de l'État lorsque vous soumettez votre demande, ou choisir de différer le paiement du capital social ;</li><li>• Recevez une confirmation. Votre demande soumise sera examinée en un jour ouvrable maximum et toute notification sera envoyée par e-mail ;</li><li>• Si / quand votre entreprise a des employés, inscrivez les employés dans le registre de l'emploi sur le site web du Conseil des impôts et des douanes ;</li><li>• Si le domaine d'activité est soumis à des exigences particulières, une licence doit être acquise. Des informations sur les domaines d'activité et l'enregistrement électronique peuvent être trouvées sur le site web du registre des activités économiques;</li><li>• Si nécessaire, l'entreprise doit être enregistrée en tant que payeur de TVA sur le site web du Conseil des impôts et des douanes.</li></ul> <p><b>Vous devez enregistrer la société par l'intermédiaire d'un notaire si :</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• L'apport du capital social de la société n'est pas monétaire mais plutôt une chose monétairement appréciable ou un droit de propriété à transférer à la société à responsabilité limitée (comme des équipements, des logiciels, etc.);</li></ul> |



- les fondateurs de l'entreprise ne peuvent pas signer numériquement les documents.

### **Authentification à distance et reconnaissance faciale**

L'authentification à distance permet de réaliser des actes notariés via un pont vidéo créé entre le notaire et le client. Cette authentification est équivalente à une authentification chez le notaire. L'authentification à distance est une opportunité et non une obligation.

Pour réaliser un acte en utilisant l'authentification à distance et recevoir les conseils correspondants, vous devez d'abord vous adresser à un office notarial. Vous pouvez également effectuer l'acte requis via le portail libre-service de la Chambre des notaires à l'adresse [iseteenindus.notar.ee](https://iseteenindus.notar.ee) (EE). Une carte d'identité de la République d'Estonie, une carte d'identité numérique, une carte d'identité mobile ou une carte de résidence électronique peuvent être utilisées pour se connecter au portail et signer les documents à authentifier.

Parallèlement, il est possible de créer une société en Estonie en autorisant un représentant à l'étranger qui peut se rendre chez un notaire en Estonie, ou si le représentant possède une carte d'identité numérique délivrée par la République d'Estonie, il peut créer la société par authentification à distance.

Bien que le processus soit assez simple, il existe également plusieurs sociétés privées qui peuvent vous aider à franchir toutes les étapes. Si vous utilisez l'e-Résidence, vous pouvez également vous tourner vers un guide pas à pas plus spécifique destiné aux utilisateurs de l'e-Résidence.

Pour plus d'informations, visitez le site : <https://investinestonia.com/business-in-estonia/establishing-company/process>

### **Les subventions nationales :**

EEA et Norway Grants  
Norway Grants Green ICT Program  
Enterprise Estonia services  
Horizon 2020 en Estonie  
Archimedes Structural Funds in Estonia

Pour plus d'informations, visitez le site : <http://necc.ee/business-in-estnor/funds-and-grants-in-estonia/>

Pour consulter les programmes en Estonie dans le cadre des subventions EEE et Norvège 2014-2021, visitez le site: <https://eeagrants.org/countries/estonia>



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

“Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation du contenu qui ne reflète que les opinions des auteurs, et la Commission ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qui y sont contenues.”