

Entreprendre dans la filière équine

Étapes et informations

Conseils des Chevaux Hauts-de-France



Utilisation ou reproduction strictement interdite sans l'accord explicite du Conseil des Chevaux

SOMMAIRE

FAIRE LE POINT SUR VOUS ET VOTRE PROJET :	p1
ÉTUDIER SON MARCHÉ ET SON ENTREPRISE :	p2
a) Définir et mesurer le marché de l'implantation :	p2
b) Diagnostiquer l'entreprise :	p3
L'IDENTITÉ DE VOTRE STRUCTURE :	p4
a) Définir son statut juridique :	p4
b) Choisir un nom :	p4
ASPECT FINANCIER ET BUSINESS PLAN :	p6
a) Les différents types de financement :	p6
b) Le capital social :	p6
c) Le business plan :	p7
DÉFINIR LE LIEU DE TRAVAIL :	p8
AIDES POUR LES PORTEURS DE PROJET :	p9
a) Financières :	p9
b) Accompagnement :	p9
c) Formations :	p10



FAIRE LE POINT SUR VOUS ET VOTRE PROJET

Avant toute chose, il faut **faire un point**, retravailler son idée et passer en revue le projet pour avoir une idée claire et précise de ce que vous souhaitez faire et ne pas s'attarder sur quelque chose de vague. Cela vous permettra premièrement de déceler une ou plusieurs faille(s) inabordable(s) et d'y apporter une réponse pour solidifier le projet, et deuxièmement, cela apportera de la crédibilité face aux éventuels partenaires, financeurs ou fournisseurs. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise idée dès lors qu'il y a une opportunité à saisir ou un besoin du client à satisfaire.

VOUS DEVEZ DONC VOUS POSER CES QUESTIONS AVANT DE VOUS LANCER :



Quelle est la valeur ajoutée, qu'est-ce que votre projet apporte de plus que l'offre déjà existante ? Quelle est sa réelle utilité par rapport à l'offre existante ?



Vous sentez-vous capable de vous lancer dans cette action ? Avez-vous les connaissances nécessaires dans votre domaine d'activité et les connaissances sur la création d'entreprise ?



Êtes-vous motivé à vous lancer ? Pourquoi souhaitez-vous créer ce projet ? Pouvez-vous assumer les nombreuses responsabilités d'un entrepreneur ?

UNE IDÉE = UN BESOIN

L'idée crée l'entreprise, mais le besoin du client la perpétue. Il faut donc être sûr que l'idée permet de répondre à un besoin pas encore ou mal satisfait avant de se lancer, sinon l'entreprise ne durera pas dans le temps. Il faut donc étudier son marché et son entreprise, afin de les caractériser et adapter son offre en fonction des résultats obtenus.



ÉTUDIER SON MARCHÉ ET SON ENTREPRISE

A) Définir et mesurer le marché d'implantation

Confronter votre étude du marché cible avec votre entreprise vous permettra de comprendre les attentes du client et adapter ou développer votre offre en fonction des résultats obtenus. Cette étude permet ensuite de déterminer trois points essentiels de votre stratégie commerciale :

Le prix : combien vos clients sont-ils prêts à payer ? Quelle est votre marge ?

La distribution : à qui allez-vous vendre votre offre de produit ou de service, et comment ?

La communication : quel(s) message(s) allez-vous délivrer pour séduire la clientèle et la fidéliser ?

Pour savoir où vous mettez les pieds, il faut poser les bonnes questions, afin d'identifier votre marché et vous préparer à ses évolutions.

SON IDENTIFICATION

Sur quel(s) marché(s) votre entreprise va-t-elle évoluer ? (Le marché de l'élevage, des courses, du travail ou du sport/loisir et enseignement...).

Quelle dimension géographique ciblez-vous ? (Marché local, régional, national ou international).

Le marché est-il saturé ? (Lorsqu'il ne semble plus possible de séduire de nouveaux clients ou augmenter le taux de consommation des clients actuels).

SON ÉVOLUTION

Quelles sont les évolutions de ce(s) marché(s) ? (Le marché s'essouffle-t-il, les clients sont de moins en moins nombreux, ou est-ce qu'il se développe ?).

À quelle période de l'année les ventes sont-elles les plus élevées ? (Pour savoir quel est le moment opportun pour vous lancer et maximiser les chances de réussite).

Quel est le taux de renouvellement ? (À quelle fréquence les produits changent-ils ? Principalement sur un marché d'équipement).

LES ACTEURS

Pour avoir une vision précise de votre marché, il est important de connaître les différents acteurs qui le composent : les concurrents (quels sont les principaux concurrents directs ?

Ceux qu'il sera possible de dépasser et ceux qui resteront leaders), les clients réels ou potentiels (ceux qui utilisent déjà les produits et/ou services proposés par les concurrents déjà présents, et ceux qui ne le font pas encore mais qui seraient prêts à utiliser ces produits et/ou services), les utilisateurs (le client, celui qui paie, n'est pas nécessairement l'utilisateur), les fournisseurs, les prescripteurs, etc. Vous pouvez donc lister chacun d'entre eux par catégorie.

Pour étudier l'attractivité du marché que vous visez, savoir si le marché est risqué et mouvant ou si au contraire il est stable et présente de nombreuses opportunités favorables à votre installation, plusieurs outils très performants existent : l'analyse PESTEL, le PORTER (+ sa représentation radar), et enfin le SWOT. Ceci dans le but de savoir comment adapter vos prix pour les clients, savoir si vous êtes en mesure de négocier face aux fournisseurs, connaître la loi et vos droits dans l'exercice de votre activité et savoir comment vous protéger.

B) Diagnostiquer l'entreprise

Le but du diagnostic de l'entreprise est de détecter ses ressources et ses compétences afin de vérifier si elle dispose d'un avantage concurrentiel et d'une capacité à s'installer sur le marché visé. Concernant les compétences, il y a 3 critères : savoir (si vous en savez beaucoup ou non sur votre métier), savoir-faire (les techniques et matériels que vous utilisez) et le savoir-être (comportement face aux clients, vos motivations). Concernant les ressources : il faut étudier les suivantes :



Financières : le capital social, votre capacité d'endettement, l'autofinancement (Quel apport personnel pour financer le projet) etc...



Physiques : aurez-vous un magasin ou un bâtiment pour exercer votre activité, des machines et outils, un ou plusieurs véhicules...



Marketing : votre notoriété et réputation, l'image que vous donnerez (SAV, sérieux, qualité, prix, contact... sur quel point vous allez insister quand vous parlez de votre entreprise).



Humaines : Allez-vous travailler seul ou allez-vous en mesure de recruter ?



Technologiques : la recherche, l'innovation, un site internet, le développement, etc...

L'IDENTITÉ DE VOTRE STRUCTURE

A) Définir son statut juridique

Il faut maintenant choisir son statut juridique. Ce n'est pas une étape qu'il faut prendre à la légère car le choix a de nombreuses répercussions dans différents domaines, tels que la protection sociale, le régime fiscal, le fonctionnement de la direction, la nature des relations avec vos associés, et sur ses possibilités d'évolution. Il n'y a pas de bon ou mauvais statut juridique, mais des formes plus ou moins adaptées selon votre projet. Il y a deux familles de statuts :

Les entreprises individuelles : pas de personnalité morale, la responsabilité du dirigeant est illimitée.

Les sociétés : EARL, SARL, SA, SAS, SASU, SCEA etc... : elles possèdent une personnalité morale. L'associé détient des parts sociales, il y a séparation entre la patrimoine privé et professionnel.

La définition du statut dépendra aussi de certains points :



Nombre d'associés à se lancer dans le projet.



Du régime fiscal de l'entreprise et du statut social du dirigeant.



De la nature de l'activité



Si vous avez un patrimoine personnel à protéger.



La liberté ou non accordée aux fondateurs pour organiser le fonctionnement de l'entreprise.

B) Choisir un nom

Le choix d'un nom d'entreprise est important mais sa recherche est souvent un casse-tête et il est difficile d'en trouver un libre. Une fois que vous avez trouvé votre nom il faut impérativement le protéger, ainsi que votre nom de domaine pour pouvoir l'obtenir et le conserver. Vous pouvez formaliser cette étape en allant sur l'INPI. Le nom peut-être refusé s'il dans une même région se trouve une société de même forme, même nom et même activité principale.

Statut juridique	Nombres d'associés	Montant minimal du capital social	Qui dirige l'entreprise	Responsabilité des dirigeants	Mode d'impositions des bénéfices	Régime fiscal du dirigeant	Régime social du dirigeant
Entreprise individuelle	Entreprise en nom propre ou personnel. Se compose uniquement de l'entrepreneur individuel	Pas de notion de capital. Le patrimoine privé ne fait qu'un avec celui de l'entreprise.	L'entrepreneur individuel uniquement	Responsabilité civile et pénale du chef d'entreprise	Pas d'imposition au niveau de l'entreprise. Le chef d'entreprise est imposé au titre de l'impôt sur le revenu dans la catégorie correspond à l'activité de l'entreprise	Impôt sur le revenu dans la catégorie correspondant à l'activité de l'entreprise	Régime des non-salariés agricoles
EARL	1 associé minimum - 10 maximum. Personnes physiques uniquement	7 500 euros minimum	1 ou plusieurs gérants parmi les associés exploitants agricoles	Responsabilité civile et pénale du ou des dirigeant(s)	Bénéfices soumis à l'impôt sur le revenu directement au nom des associés. Possibilité de choisir l'impôt sur les sociétés (option révocable pendant 5 ans)	Impôt sur le revenu dans la catégorie correspondant à l'activité de l'entreprise. Ou traitements et salaires pour le ou les dirigeant(s).	Régime des non-salariés agricoles
SARL / EURL	2 associés minimum - 100 maximum. Personnes physiques ou morales. 1 associé pour l'EURL	Capital social fixé librement par les associés. Pas de minimum obligatoire. Versement de 20% des apports en espèces au moment de la constitution, le solde devant être libéré dans les 5 ans.	Un ou plusieurs gérants obligatoirement personne(s) physique(s). Le gérant peut être soit l'un des associés, soit un tiers.	Responsabilité civile et pénale du ou des dirigeant(s)	Les bénéfices sont soumis à l'impôt sur les sociétés. Il est toutefois possible d'opter pour l'impôt sur le revenu dans le cas de la SARL de famille.	Traitements et salaires	Gérant minoritaire ou égalitaire : assimilé salarié. Gérant majoritaire: Non salarié. si cogérants: non salariés
SA	7 associés minimum - pas de maximum. Personnes physiques ou morales	37 000 euros minimum. Versement de 50% des apports en espèce au moment de la constitution, le solde devant être libéré dans les 5 ans.	SA dirigée par un Conseil d'Administration, comprenant 3 à 18 membres obligatoirement actionnaires. Le président est désigné par le CA parmi les membres. Possibilité de nommer un directeur général pour représenter la société et assurer sa gestion courante.	Responsabilité civile et pénale du ou des dirigeant(s)	Les bénéfices sont soumis à l'impôt sur les sociétés.	Traitements et salaires pour le président du conseil d'administration	Le Président et le directeur général sont assimilés salariés. Les autres membres du CA ne sont pas rémunérés pour leurs fonctions de dirigeants et ne relèvent d'aucun régime social.
SAS/SASU	1 associé minimum - pas de maximum. Personnes physiques ou morales	1 euro minimum. Versement de 50% des apports en espèce au moment de la constitution, le solde devant être libéré dans les 5 ans.	Les associés déterminent librement dans les statuts les règles d'organisations de la société. Une seule obligation : nommer un président, personne physique ou morale, associé ou non.	Responsabilité civile et pénale du ou des dirigeant(s)	Les bénéfices sont soumis à l'impôt sur les sociétés.	Traitement et salaires pour les dirigeants	Les dirigeants sont assimilés salariés.
SCEA	2 associés minimum - pas de maximum. Personnes physiques ou morales	Capital social fixé librement par les associés. Pas de minimum obligatoire. Versement de 20% des apports en espèces au moment de la constitution, le solde devant être libéré dans les 5 ans.	Un ou plusieurs gérants. Le gérant peut être l'un des associés, l'une des personnes morales ou un tiers.	Responsabilité civile et pénale du ou des dirigeant(s)	Bénéfices soumis à l'impôt sur le revenu directement au nom des associés. Possibilité de choisir l'impôt sur les sociétés (option révocable pendant 5 ans)	Impôt sur le revenu dans la catégorie correspondant à l'activité de l'entreprise, ou traitements et salaires pour le ou les dirigeant(s).	Régime des non-salariés agricoles
Micro-entrepreneur	1 associé unique. Personne physique	Pas de notion de capital. Le patrimoine privé ne fait qu'un avec celui de l'entreprise. CA maximum : voir selon catégorie, année et régime retenu. Cliquez ici	L'entrepreneur individuel uniquement	Responsabilité civile et pénale du chef d'entreprise	Pas d'imposition au niveau de l'entreprise. Le chef d'entreprise est imposé au titre de l'impôt sur le revenu dans la catégorie correspond à l'activité de l'entreprise	Régime fiscal du droit commun du micro-entrepreneur	Micro-social (Urssaf)
Micro BA	1 associé unique. Personne physique	Pas de notion de capital. Le patrimoine privé ne fait qu'un avec celui de l'entreprise. CA maximum 82 800 HT.	L'entrepreneur individuel uniquement	Responsabilité civile et pénale du chef d'entreprise	Bénéfices imposable égal à la moyenne triennale des recettes des 3 dernières années, diminuée d'un abattement de 87%	Régime fiscal du droit commun du micro-entrepreneur	Micro-bénéfice Agricoles (MSA)



ASPECT FINANCIER ET BUSINESS PLAN

A) Les différents types de financement

Il vous faudra trouver des partenaires tels que les financeurs, les fournisseurs et les prestataires (assurance, publicité, sous-traitant etc.). Plusieurs sources de financement sont possibles :

Vos fonds propres

Famille et entourage : le love money, les cagnottes...

Les organismes privés ou business angels : les banques, certaines associations ou fonds spécifiques d'aide aux créateurs d'entreprise, les sites de crowdfunding etc.

Les organismes publics : l'Etat, les régions, les départements, BPI France, etc.

Tous ces financements dépendront souvent de la nature de votre projet, du montant de votre besoin en financement, de votre implantation géographique, de la fiabilité de votre projet mais aussi de vos capacités à les convaincre. Il faudra les intégrer à votre business plan (partie C) pour gagner à nouveau en crédibilité.

Attention à ne pas sous-estimer les frais nécessaires à la maturation du projet. En effet, pendant les premiers mois, vous ne réaliserez peut-être pas ou peu de ventes et n'aurez donc pas de revenus, or vous aurez des frais de fonctionnement à couvrir. C'est pourquoi votre montage financier devra tenir compte de ces décalages de trésorerie (les factures à payer avant de percevoir les recettes de vos ventes) qui constituent les besoins financiers pour faire fonctionner l'entreprise. Il faudra donc prévoir une marge suffisante pour y faire face.

B) Le capital social

Lors de la création de votre entreprise, il faudra fixer un montant de capital social en adéquation avec le projet. Un capital trop faible est souvent la cause d'une création compliquée. Le capital n'est pas bloqué, il sera déposé sur un compte temporaire mis à disposition par le banquier. Le capital sera ensuite viré au plus tard, lors de l'obtention du kbis, sur un compte définitif et sera à la disposition de l'entreprise pour faire face aux premières dépenses si besoin.

Le capital social est un apport personnel que vous effectuez pour la société, et montrer votre engagement. Il sert donc d'indice à la répartition des pouvoirs et aux droits de vote au sein de la société si vous êtes plusieurs à la diriger. Vous pouvez décider de l'augmenter ou de le diminuer à tout moment pour modifier votre apport et donc votre implication.

Le montant minimum du capital à déposer lors de la création de votre projet dépendra du statut que vous aurez choisi. Il sera de :

1€ s'il s'agit d'une SARL, EURL, SAS, SASU et SNC / 7 500€ s'il s'agit d'une EARL.

37 000€ s'il s'agit d'une SA ou 18 500€ s'il s'agit d'une coopérative sous forme de SA.

C) Le Business Plan

Le business plan est l'étape la plus importante de la création de votre entreprise. Il permet de présenter l'ensemble des éléments qui composent votre projet afin de convaincre les investisseurs de vous financer. Autrement dit, c'est un véritable outil de communication qui vous apporte de la crédibilité ! Il permet de définir la manière dont votre entreprise générera de l'argent. Il devra être réaliste, synthétique et adapté à l'interlocuteur (mettre en avant certains points plutôt que d'autres). Globalement, il synthétise deux axes essentiels en répondant à certaines questions, ce qui aidera à définir clairement votre offre :

VOTRE ENTREPRISE

Valoriser les ressources humaines : vous et votre équipe. Vendez-vous !

Identifier un segment de marché : quelle(s) catégorie(s) de clients ciblez-vous ?

Définir la structure de votre chaîne de valeur : quelles sont les activités principales qui contribuent à la création de valeur et celles qui arrivent en soutien (activités secondaires) ?

Expliquer vos revenus : quelle est votre marge et comment réalisez-vous des bénéfices ?

LA CONCURRENCE

Articuler la proposition de valeur : qu'est-ce que votre offre apporte de plus que les concurrents ?

Définir la position de l'entreprise : quel est votre positionnement face aux partenaires ou concurrents, ce qui vous différencie d'eux ?

Formuler une stratégie à partir de l'analyse concurrentielle : comment faites-vous face à la concurrence ?

Dans votre business plan, vous devez intégrer la partie financière du projet, que nous venons de voir juste au-dessus (partie A). Vous devrez décrire vos revenus, qui vous finance et jusqu'à quel montant ils financent votre projet, combien de temps vous pourrez tenir même sans réaliser de ventes grâce à ces financements, etc...

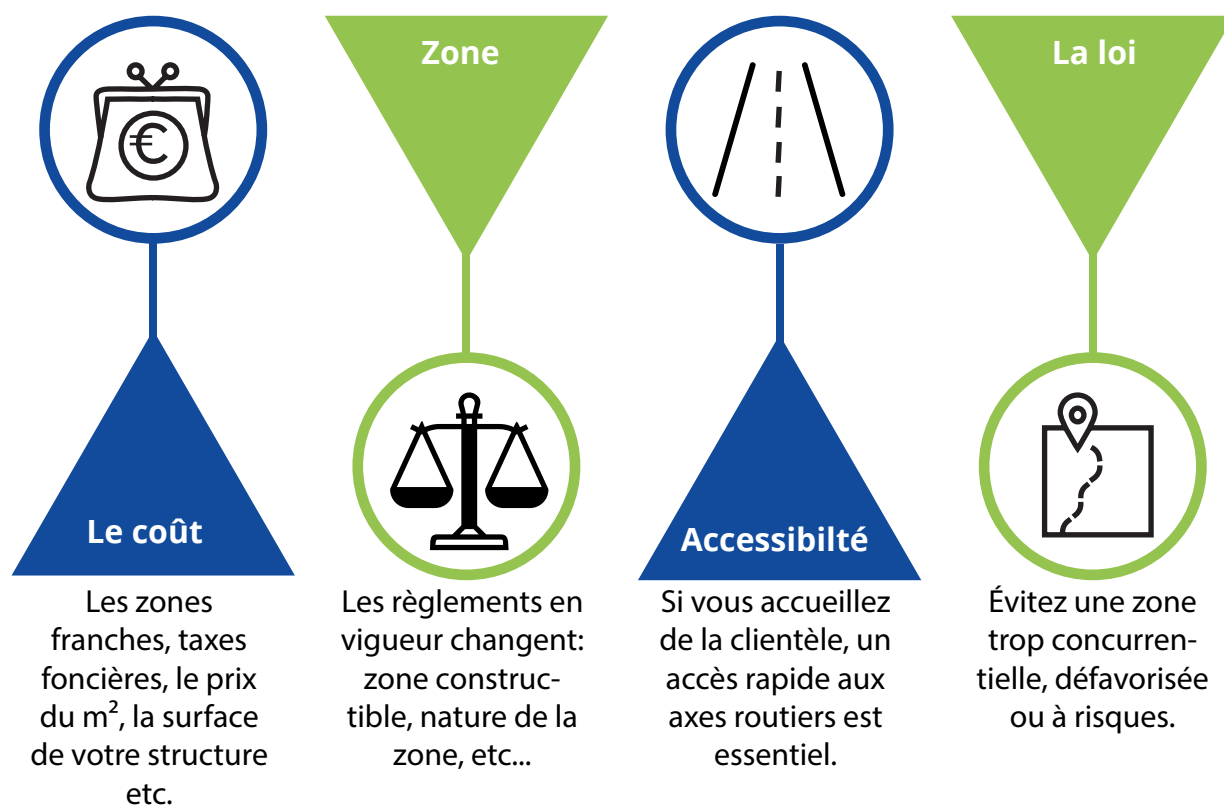
Attention, il faut penser à formaliser votre business plan par écrit. Si vous souhaitez obtenir de l'aide pour le faire et le mettre en forme, vous pouvez bénéficier d'un accompagnement. Plus de renseignements auprès du Conseil des Chevaux Hauts-de-France.

www.chevaux-hauts-de-france.com / contact@chevaux-haut-de-france.com



CHOISIR SON LIEU DE TRAVAIL

Enfin, il ne faut pas prendre à la légère le lieu d'implantation de votre activité et de votre structure. C'est un choix définitif et il faut prendre en compte de nombreux facteurs pour trouver l'emplacement idéal, dont la proximité du lieu de domicile, pour éviter tout retard et ne pas effectuer de trajets trop longs, ou le cadre idéal, essentiel au bien-être au travail. Toutes ces conditions changent selon les villes ou régions. Les plus importants sont :



Pour les start-ups, vous pouvez aussi choisir de vous installer dans un cluster ou une pépinière, dédié aux jeunes entreprises, et ainsi bénéficier de tarifs intéressants, d'un hébergement et de services, tels que le suivi adapté à chaque projet, un partage d'informations avec d'autres créateurs ou professionnels etc... Certains centres regroupent des entreprises sur un même thème. Cette option est possible pour certaines activités dans la filière mais très limitée tout de même dès lors que l'activité comprend un travail avec les chevaux.

AIDES POUR LES PORTEURS DE PROJET

A) Aides financières

Des **financements** sont mis en place par la Région Hauts-de-France, BPIFrance et l'État, en finançant une partie des dépenses engagées par le porteur de projet, que ce soit dans le développement de son activité, la diversification ou lors de la création/reprise de son entreprise.

- **Aides mises en place par la Région Hauts-de-France notamment le Plan Régional Filière Équine.**

La Région Hauts-de-France s'investit toujours plus pour la filière équine. Dans cette perspective, elle a voté, lors de la Séance Plénière du 24 septembre 2019, un nouveau plan ambitieux pour développer et faire rayonner le cheval et ses usages.

Un plan d'actions à six leviers co-construit par la Région Hauts-de-France et le Conseil des Chevaux, représentant la filière équine dans les Hauts-de-France, le Plan Régional Filière Équine vise à apporter des aides structurantes à la filière régionale très diverse. Cheval de courses, cheval sport et loisirs, cheval de trait et de travail : tous sont concernés.

Retrouvez l'ensemble des aides ici en indiquant le mot clé «CHEVAL» dans la barre de recherche : <https://guide-aides.hautsdefrance.fr/>

Et retrouvez en détail le Plan Régional Filière Équine :

<https://chevaux-hauts-de-france.com/?plan-cheval-la-region-et-le-conseil-des-chevaux-s-engagent-pour-developper-la>

- **Le Fonds « d'Encouragement aux Projets Equestres Régionaux Ou Nationaux » (EPERON)**
<https://www.fondseperon.com/>

- **Plan de Compétitivité et d'Adaptation des Exploitations agricoles (PCAE)**
https://europe-en-hautsdefrance.eu/fiche_programme/pcae/

- Les **aides à l'installation dans le domaine agricole**, notamment les Dotations Jeunes Agriculteurs (DJA).

Une grande majorité des entreprises de la filière équine sont agricoles, notamment depuis que les activités équestres ont été officiellement reconnues agricoles en 2005.

Pour connaître les aides à l'installation dans le domaine agricole en Hauts-de-France :

<https://hautsdefrance-sinstallertransmettreenagriculture.fr/connaître-les-aides-a-l-installation-agricole/>

Des **exonérations** de charges sociales ou impôts sont également proposées, mais uniquement dans le cadre d'une création ou reprise d'entreprise.

Enfin, des **prêts** à taux 0 sont proposés par divers organismes, tels que la région Hauts-de-France, BPIFrance et le réseau Initiative et France Active, pour le développement, reprise ou création d'entreprise.

B) Accompagnement

La **mise en réseau** et le **conseil** avec d'autres entrepreneurs, de grandes entreprises, des start-up, banquiers, comptables etc..., par le biais d'organismes tels que BPIFrance ou le réseau Initiative et France Active, Chambre d'Agriculture et le Conseil des Chevaux Hauts-de-France.

AIDES POUR LES PORTEURS DE PROJET

Un **accompagnement** complet dans le montage du projet et un suivi jusqu'à son lancement, avec la Région Hauts-de-France, l'Etat avec le parcours NACRE et le réseau Initiative. Pour faire votre Business Plan, vous pouvez bénéficier d'un accompagnement sur le site de BPIFrance.

Le Conseil des Chevaux vous accompagne dans le développement de vos projets et leurs mise en place, à travers différents dispositifs permettant de s'adapter à chaque projet.

Pour toute installation dans le domaine agricole, il convient de contacter le PAIT (Point Accueil Installation et Transmission) de votre région :

<https://hautsdefrance-sinstallertransmettreenagriculture.fr/>

Cela pourra vous permettre de bénéficier d'un accompagnement d'experts de la filière.

C) Formations

Si vous souhaitez en apprendre toujours plus sur le montage d'un projet et souhaitez vous professionnaliser, gagner en compétences et en expériences, vous pouvez suivre des **formations** où vous apprenez concrètement à monter un projet notamment avec l'aide du programme « Les Entrep' » ou avec le Conseil des Chevaux Hauts de France, CCI France, et la Chambre d'Agriculture Hauts-de-France.

Le Conseil des Chevaux Hauts-de-France organise plusieurs formations par an pour accompagner les professionnels. Vous pouvez notamment retrouver les thèmes suivants par exemple :

- Réalisation d'audit
- Création d'entreprise
- Gestion d'entreprise
- Fiscalité
- Comptabilité
- Communication

Formations du CCHDF :

<https://chevaux-hauts-de-france.com/>

Formations dispensées par la Chambre d'Agriculture :

<https://hautsdefrance.chambre-agriculture.fr/formation-agricole/>

Formations dispensées par la Chambre de Commerce et d'Industrie :

<https://www.cci.fr/web/formations>

Formations dispensées par les Entrep' :

<https://www.lesentrep.fr/territoires/picardie/>

Si vous désirez voir le détail de toutes les aides disponibles pour le développement, reprise ou création d'entreprise, ou si vous voulez approfondir vos connaissances et les techniques sur le montage de votre projet, vous pouvez prendre contact avec le Conseil des Chevaux Hauts-de-France : www.chevaux-hauts-de-france.com
contact@chevaux-hauts-de-france.com

Conseil des Chevaux Hauts-de-France

ENTREPRENDRE
DANS LA FILIÈRE ÉQUINE

10

