



CNB / ODAP

Étude sur les TPE : réaction à une offre de services

Mai 2007

1. Contexte, objectifs & méthodologie

1.1 Contexte & objectifs

Depuis toujours, les phases de création et de lancement d'entreprises sont des périodes de turbulences constantes, d'interrogations, de choix stratégiques et de difficultés passagères ou persistantes conduisant à un pic de mortalité à la quatrième année. Ces moments de conception et de naissance sont donc propices à l'accompagnement et au conseil de professionnels tels que les avocats.

Cependant, le réflexe de recours à cette profession n'existe pas hormis dans le domaine judiciaire. Le Conseil National des Barreaux et l'Ordre des Avocats de Paris pensent qu'il est souhaitable de dépasser ce champ de compétences restrictif, et faire de l'avocat l'homme de confiance accompagnant le créateur pendant toute la vie de son entreprise.

Pour ce faire, une étude a été conduite visant à connaître les attentes des créateurs et développeurs d'entreprises, leurs attitudes, leurs comportements, leurs préoccupations, de façon à :

- positionner l'avocat-conseil comme l'homme de confiance qui accompagne le développement de l'entreprise
- créer des réflexes qui dépassent le judiciaire.

1.2 Synthèse de l'étude

Les créateurs de TPE ont besoin d'accompagnement à deux moments forts de la vie de leurs entreprises :

- A la création : moment pendant lequel quatre besoins primaires et communs à tous les créateurs ont été identifiés (structure juridique, statuts de l'entreprise, statut du dirigeant, financement)
- Dans leurs projets de développement qui sont essentiellement d'ordre juridique, commercial et social.

Généralement, à la création comme dans les projets de développement, l'expert comptable est l'interlocuteur le plus sollicité par les créateurs, juste devant le réseau d'institutionnels (Chambres de Commerce et d'Industrie, Chambres des Métiers...). L'avocat-conseil vient juste après il est le premier interlocuteur « payant » sollicité. C'est l'interlocuteur idéal pour la création d'entreprise d'après les créateurs qui y font appel.

L'avocat apparaît légitime en tant que conseiller à la création, impression confirmée par les 50% de créateurs qui seraient prêts à utiliser les services d'un avocat-conseil pour les accompagner pendant toute la vie de leur entreprise.

Pour répondre aux attentes de ces créateurs, l'offre de services de l'avocat doit être constituée de 2 volets, chacun d'entre-eux répondant à un moment spécifique de besoin d'accompagnement : une offre "Création" en réponse aux besoins à la création et une offre "Développement", en réponse aux besoins de développement, avec dans chaque cas un contenu adapté aux attentes.

Pour promouvoir ces offres, l'avocat-conseil doit capitaliser sur sa position d'interlocuteur idéal à la création, capable d'aider et d'accompagner au plus juste le créateur dans ses choix, tout ceci à des tarifs adaptés aux moyens de chacun, et si possible, se rapprocher des experts comptables.

2. Les besoins en accompagnement

Trois moments bien identifiés dans la vie de l'entreprise

2.1 La création : le moment clef de l'accompagnement

A la création, 60% des entrepreneurs font appel à un prestataire extérieur pour les aider à lancer leur activité :

Q1. Lorsque vous avez créé votre entreprise, avez-vous sollicité des conseils extérieurs pour vous aider ?



Ces créateurs qui disposent pour la plupart d'entre-eux de ressources financières limitées, sollicitent les réseaux gratuits ou de proximité pour les accompagner dans cette phase clef de lancement : l'expert comptable, les institutionnels (CCI, CDM...) et le réseau personnel principalement. Derrière ce réseau "gratuit", l'avocat est le premier interlocuteur "payant" sollicité.

Ces interlocuteurs doivent répondre à 4 besoins primaires communs à tous les créateurs : choix de la structure juridique, rédaction des statuts juridiques, choix du statut du dirigeant, recherche de financement.

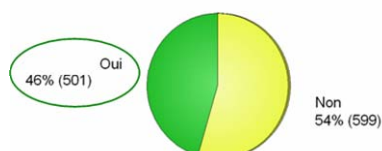
Lorsque nous demandons aux créateurs leurs niveaux de satisfaction quant à ces différents interlocuteurs, ils désignent l'avocat-conseil comme interlocuteur idéal (d'après les 86 créateurs sur les 1100 interrogés qui l'ont sollicité à la création) juste devant l'expert comptable. Seul ses tarifs génèrent de l'insatisfaction.

→ L'avocat-conseil possède de nombreux atouts pour se positionner comme l'interlocuteur de référence à la création. Proposer une offre de services à la création semble donc pertinent, ceci à une seule condition : délivrer une gamme de prix adaptée aux moyens financiers des créateurs.

2.2 Le quotidien : des besoins plus ponctuels

Au quotidien maintenant, 50% des entrepreneurs font appel à un prestataire extérieur pour les aider dans leurs opérations courantes :

Q6. Aujourd'hui au quotidien, faites-vous appel à des prestataires extérieurs pour vous aider dans les opérations courantes de votre entreprise ?



Ce prestataire extérieur est dans 80% des cas l'expert comptable. Ce dernier intervient principalement pour régler tout ce qui est d'ordre administratif (formalités administratives comme inscription au RCS, documents URSSAF...).

Parmi les 20% restant, l'avocat-conseil est l'interlocuteur le plus sollicité au quotidien, très souvent dans un rôle de défenseur des intérêts (pour attaquer ou se défendre en cas de litige) **mais quasiment jamais en tant que conseiller** (d'après les 40 créateurs sur les 1100 interrogés qui l'ont sollicité au quotidien).

Comme lors de la création, l'avocat-conseil semble répondre à toutes les attentes des créateurs. Avec davantage de disponibilité, il serait l'interlocuteur parfait.

→ Autant la phase de création, de par la diversité des besoins, offre un fort potentiel pour l'avocat-conseil qui semble légitime pour conseiller les créateurs...autant le quotidien fait de tâches administratives et de résolution de litiges semble être pauvre et sans très grand intérêt pour ce même avocat-conseil.

2.3 Le futur : des projets prévus dans le juridique, le commercial et le social

Quand nous interrogeons les créateurs sur leurs éventuels projets de développement, voici leurs réponses :



54% des créateurs déclarent ne pas avoir besoin d'aide à l'avenir.

Parmi les 46% restants, 3 types de projets se dégagent, avec dans chaque cas, un interlocuteur bien désigné :

- Le juridique : l'avocat-conseil pour accompagner
- Le social : l'expert comptable pour accompagner
- Le commercial : le réseau personnel ou l'expert comptable pour accompagner

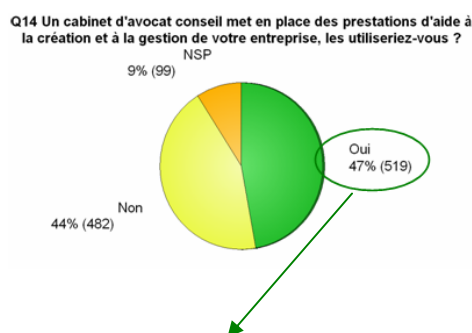
→ Ces besoins d'accompagnement en développement ne semblent pas être le marché le plus porteur pour l'avocat-conseil, contrairement à la phase de création. Néanmoins, il semble nécessaire de proposer aux créateurs la possibilité de les accompagner dans leurs développements, ce qui constituerait une suite logique à une offre d'accompagnement à la création.

3. L'offre de services : contours et contenus

3.1 Des prestations d'aide à la création : pourquoi pas ?

Une fois interviewés sur leur passé, leur présent puis leur futur, nous avons demandé aux sondés de se revenir quelques années en arrière et de s'imaginer à nouveau dans la peau d'un créateur souhaitant lancer son activité.

Parmi eux, 47% seraient prêts à utiliser des prestations proposées par un cabinet d'avocat-conseil. A noter que ce taux est légèrement plus élevé dans les structures plus importantes : SA (60%) et SAS (54%).



Pour les créateurs favorables à la mise en place d'une prestation de services, l'avocat-conseil est compétent pour informer, conseiller et accompagner.

Nous avons par la suite, demandé aux créateurs de s'exprimer leurs sur une liste d'offres que l'avocat-conseil pourrait être susceptible de proposer, aux 2 moments où les besoins en accompagnement sont les plus importants :

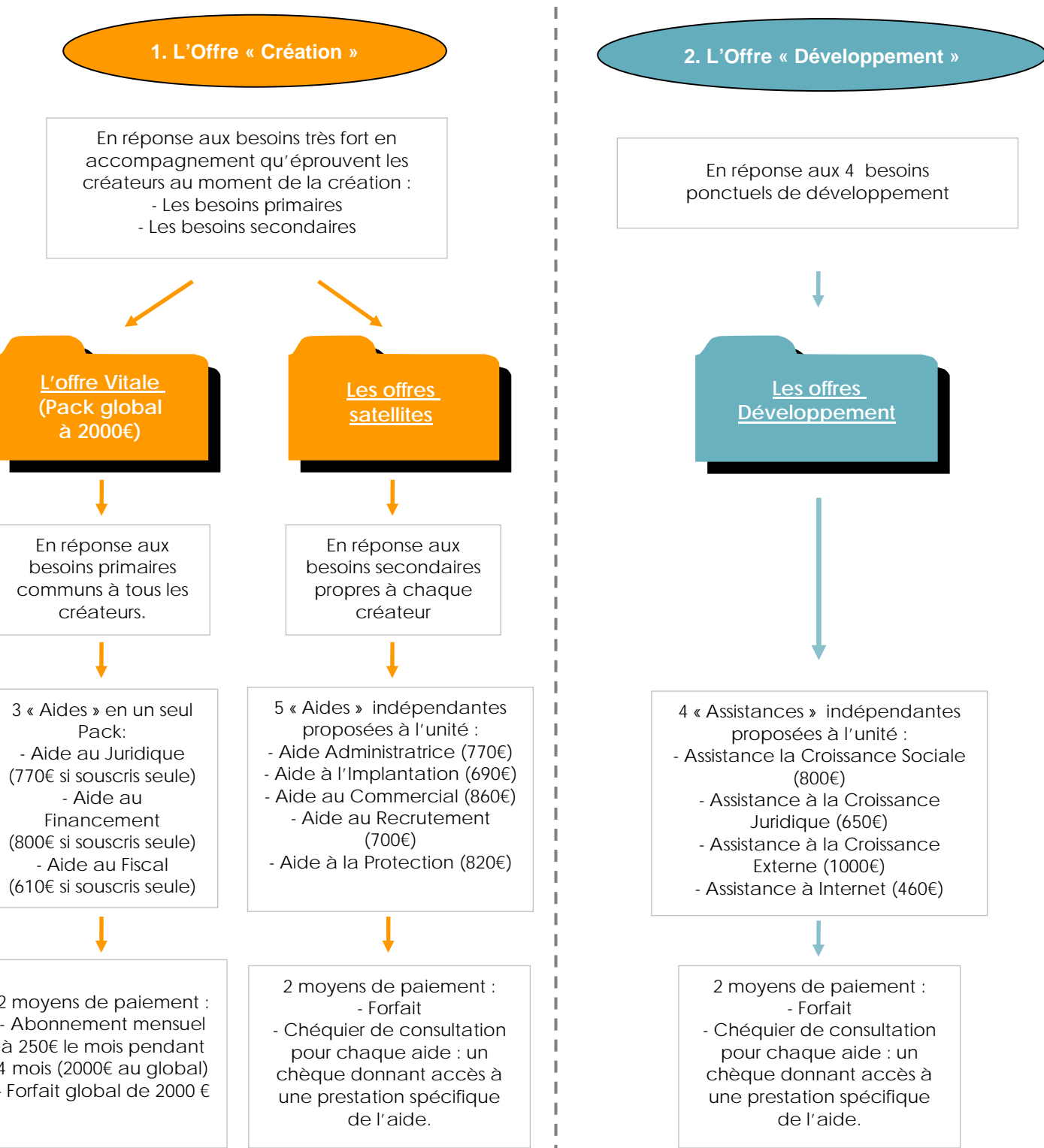
- Offres de prestation à la création :
 - o L'aide au juridique
 - o L'aide administrative
 - o L'aide à l'implantation
 - o L'aide au commercial
 - o L'aide au recrutement
 - o L'aide au financement
 - o L'aide au fiscal
 - o L'aide à la protection

- Offres de prestation au quotidien ou dans le développement de l'entreprise :
 - o L'assistance à la croissance sociale
 - o L'assistance à la croissance juridique
 - o L'assistance à la croissance externe
 - o L'assistance à l'export
 - o L'assistance à Internet

Les réponses des créateurs ont permis de dégager naturellement 2 offres de services que l'avocat-conseil pourrait proposer, présentées ci-dessous.

3.2 Présentation des 2 offres de services : l'offre "Création" & l'offre "Développement"

Afin de répondre aux 2 moments les plus importants de besoins en accompagnement que sont la création et le futur (projets de développement), l'offre de services à proposer doit être composée de 2 volets :



3.3 Déploiement des offres

. Ces deux offres peuvent bénéficier d'un même déploiement, qui peut se faire de deux façons :

- Faire connaître l'avocat-conseil et ses offres de prestation en :
 - o Continuant de fréquenter les salons sur la création d'entreprise
 - o Envisageant des partenariats avec les institutionnels
 - o Créant un site web dédié comme l'a fait l'expert comptable avec www.entreprisescreation.com
 - o Présentant le métier et les services de l'avocat-conseil dans les formations professionnelles et supérieures...)

...OU...

- Se rapprocher des experts comptables avec le Conseil Supérieur de l'Ordre des Experts Comptables, pour former un duo d'ailleurs plébiscité par les créateurs pour les accompagner.

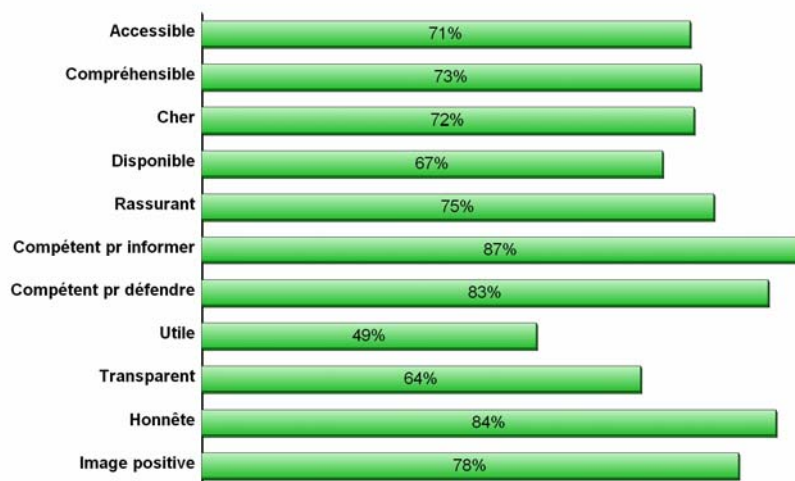
. Dans tous les cas, les deux offres doivent :

- Être proposées en accompagnement global ponctuel pour l'offre « Création ».
- Être proposée uniquement en accompagnement ponctuel pour l'offre « Développement ».
- Être appuyée par un service d'assistance téléphonique, une sorte de SAV.

4. L'image des avocats

Avant de lancer ces offres de prestations, l'avocat-conseil doit essayer dans un premier temps, de retravailler certaines facettes de son image. Afin de l'aider à les déterminer, nous avons demandé aux créateurs de se prononcer sur l'image qu'ils ont de l'avocat-conseil.

Les avocats bénéficient globalement d'une image positive : ils sont compétents pour informer, pour défendre, ils sont honnêtes et possèdent globalement une bonne image. En revanche, ils ne sont pas très transparents, pas toujours disponibles et pas toujours accessibles...Ces 3 points doivent faire l'objet de toutes les attentions avant et une fois l'offre lancée.



Méthodologie

Il a été procédé en 2 temps :

- **Une phase qualitative** (novembre / décembre 2006) : 30 entretiens d'1heure en face à face avec des créateurs d'entreprises (moins de 3 ans d'existence, moins de 10 salariés), partout en France (Marseille, Nantes, Paris, Lille, Reims).

- **Une phase quantitative** (février à avril 2007) : 1100 créateurs interviewés (moins de 3 ans d'existence, moins de 10 salariés), représentatifs de la création d'entreprises en France en 2006 en terme de :

- . Secteurs : commerce, construction, industrie, service
- . Régions : Nord, Paris et RP, Alsace Lorraine, PACA, Aquitaine, Bretagne et DOM TOM