

Projet de création d'une entreprise de travaux paysagers : approche méthodologique

Charles Michel

▶ **To cite this version:**

Charles Michel. Projet de création d'une entreprise de travaux paysagers : approche méthodologique. Sciences agricoles. 2014. dumas-01073309

HAL Id: dumas-01073309

https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01073309

Submitted on 9 Oct 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

AGROCAMPUS OUEST

☑ **CFR Angers**

☐ **CFR Rennes**

Année universitaire : 2013-2014

Spécialité :

Paysage

Spécialisation (et option éventuelle) :

Maîtrise d'œuvre et ingénierie

Mémoire de Fin d'Études

☑ d'Ingénieur de l'Institut Supérieur des Sciences agronomiques, agroalimentaires, horticoles et du paysage

☐ de Master de l'Institut Supérieur des Sciences agronomiques, agroalimentaires, horticoles et du paysage

☐ d'un autre établissement (étudiant arrivé en M2)

Projet de création d'une entreprise de travaux paysagers : Approche méthodologique

Par : Charles MICHEL

Soutenu à Angers le17/09/2014

Devant le jury composé de :

Président : Pumo BESNIK

Maître de stage : Bertrand REYNAUD

Enseignant référent : Vincent BOUVIER

Les analyses et les conclusions de ce travail d'étudiant n'engagent que la responsabilité de son auteur et non celle d'AGROCAMPUS OUEST

Fiche de confidentialité et de diffusion du mémoire

Confidentialité :

☑ Non ☐ Oui si oui : ☐ 1 an ☐ 5 ans ☐ 10 ans

Pendant toute la durée de confidentialité, aucune diffusion du mémoire n'est possible[(1)].
A la fin de la période de confidentialité, sa diffusion est soumise aux règles ci-dessous (droits d'auteur et autorisation de diffusion par l'enseignant).
Date et signature du maître de stage[(2)] :

Droits d'auteur :

L'auteur[(3)] autorise la diffusion de son travail

☑ Oui ☐ Non

Si oui, il autorise

☐ la diffusion papier du mémoire uniquement(4)

☐ la diffusion papier du mémoire et la diffusion électronique du résumé

☑ la diffusion papier et électronique du mémoire (joindre dans ce cas la fiche de conformité du mémoire numérique et le contrat de diffusion)

Date et signature de l'auteur : Le 18/009/2014



Autorisation de diffusion par le responsable de spécialisation ou son représentant :

L'enseignant juge le mémoire de qualité suffisante pour être diffusé

☑ Oui ☐ Non

Si non, seul le titre du mémoire apparaîtra dans les bases de données.
Si oui, il autorise

☐ la diffusion papier du mémoire uniquement(4)

☐ la diffusion papier du mémoire et la diffusion électronique du résumé

☑ la diffusion papier et électronique du mémoire

Date et signature de l'enseignant : Le 23/09/2014



(1) L'administration, les enseignants et les différents services de documentation d'AGROCAMPUS OUEST s'engagent à respecter cette confidentialité.
(2) Signature et cachet de l'organisme
(3).Auteur = étudiant qui réalise son mémoire de fin d'études
(4) La référence bibliographique (= Nom de l'auteur, titre du mémoire, année de soutenance, diplôme, spécialité et spécialisation/Option)) sera signalée dans les bases de données documentaires sans le résumé

Remerciements

Je tiens à remercier M. Reynaud, dirigeant de l'entreprise Les Jardins du Littoral, pour m'avoir admis dans l'entreprise et m'avoir fait confiance durant ce stage pour réaliser des tâches variées allant de la gestion d'entreprise, à l'organisation des chantiers.

Je tiens aussi à remercier l'ensemble du personnel, employés et apprentis, pour m'avoir accepté au sein de l'équipe et m'avoir appris de façon spontanée des techniques et méthodes du métier de paysagiste. Merci à eux pour leur coopération et leur professionnalisme dans la façon d'aborder la relation avec les stagiaires.

Je remercie aussi M. Bouvier, qui a été mon référent de stage durant cette période et qui m'a guidé tout au long de ma démarche de réflexion et de rédaction de ce mémoire de fin d'études.

Toutes ces personnes ont contribué à rendre ce stage enrichissant en me permettant d'avancer dans mon projet professionnel.

Table des matières

Introduction 1

I L'entreprise de travaux paysagers et la filière du paysage 2
I.1. La filière du paysage 2
I.2. Qu'est ce qu'une entreprise de paysage 4
I.3. Lexique 5
I.4. Devenir entrepreneur du paysage 6

II Le marché du paysage 6
II.1. Présentation du marché 6
II.2. Evolution du secteur 7
II.3. Quelques données sur la conjoncture 9
II.4. Caractéristiques du marché en 2013 11
II.5. La clientèle 12
II.6. La concurrence 13
II.7. Créer une entreprise 13

III Organisation de la démarche de création d'entreprise 14
III.1. L'approche méthodologique 14
III. 2. Contexte règlementaire 14
III.3.Clientèle 15
III.4. Aire géographique 16
III.5. Matériel 16
III.6. Locaux 17
III.7. Ressources humaines 17
III.8. Prix de vente 18

IV Mise en place du projet 19
IV.1. Les éléments financiers 19
IV.1.1. Le plan de financement 19
IV.1.2. Le compte de résultat prévisionnel 20
IV.2. La structure juridique 21

IV.3. L'enregistrement de l'entreprise 21
IV.3.1. Le Centre de Formalités des Entreprises (CFE) 21
IV.3.2. La rédaction des statuts 22
→La dénomination sociale : 22
→L'objet de la société : 22
→Le pouvoir des dirigeants : 22
→La nomination du gérant : 22
IV.3.3. Le dépôt des fonds constitutif du Capital Social 23
IV.3.4. L'avis de constitution de l'entreprise 23
IV.4. Installation 23
IV.4.1. Création et développement du réseau 23
IV.4.2. Organisation production/gestion 24
IV.4.3. Plan de développement 24
IV.4.4. Financement 24

V Le cas d'une création d'entreprise d'entretien de jardins 25
V.1. Bilan/synthèse de l'approche méthodologique 25
V.1.1. Choix du statut 25
V.1.2. Montage du prix de vente 26
V.1.2.1. Le contexte salariale 26
V.1.2.2. Les frais d'exploitation et frais généraux 27
V.1.3. Etude comparative des prix pratiqués 29
V.1.4. La qualification Services A la Personne 29
V.1.5. Prévisionnel de l'activité 30
V.1.6. La notion de clientèle 32
V.2. Les moments clés du projet de création d'une entreprise du paysage 34

Conclusion 36

Bibliographie 38

Annexes 41

Glossaire

BTSA : Brevet de Technicien Supérieur – Correspond à un niveau d'études Bac +2

BEP : Brevet d'Etudes Professionnelles – Formation qui correspond à une étape dans le Baccalauréats Professionnel

CAP : Certificat d'Aptitudes Professionnelles – Permet l'obtention d'un titre d'ouvrier qualifié

CA : Chiffre d'Affaire – Représente l'ensemble des ventes de biens et services sur l'exercice d'une année comptable

CACES : Certificat d'Aptitude à la Conduite d'Engins en Sécurité – Permis obligatoire suite à une formation, autorisant le titulaire à conduire des engins de chantiers

CCTP : Cahier des Clauses Techniques Particulières – Lors de marchés public, le CCTP permet d'imposer certaines règles de réalisations techniques ou de présenter des particularités techniques pour les ouvrages

CESU : Chèque Emploi Service Universel – Mode de paiement créé pour favoriser l'accès aux services à la personne et aux avantages fiscaux.

CFE : Centre de Formalité des Entreprises – Il en existe plusieurs, il s'agit des centres qui reçoivent et s'occupent des formalités de création, reprise, ou cession d'activité

Code APE : Code d'Activité Principale exercée – Il s'agit d'un code attribué à chaque profession pour permettre aux organismes tels que le RCS de classifier les entreprises

HT : Hors Taxes – Signifie que le prix indiqué ne tient pas compte des taxes obligatoires (TVA)

INSEE : Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques – Organisme qui collecte, analyse et diffuse des informations sur l'économie et la société française

Kbis : il s'agit d'un extrait du registre des commerces qui constitue une sorte de carte d'identité de l'entreprise

MSA : Mutuelle de Solidarité Agricole – Organisme mutualiste qui gère la protection sociale des salariés et non salariés agricoles

RCS : Registre des Commerces et des Sociétés – Organisme qui centralise les informations légales des entreprises et sociétés

RM : Répertoire des Métiers

TVA : Taxe sur la Valeur Ajoutée – Impôt sur la consommation qui créé une recette pour l'Etat

TTC : Toutes Taxes Comprises – Signifie que le prix indiqué tient compte des taxes obligatoires

UNEP : Union Nationale des Entrepreneurs du Paysage – Organisation regroupant des professionnels du paysage qui mettent en commun leur expérience, leur savoir faire

URSSAF : Union de Recouvrement des cotisations de Sécurité Sociale et d'Allocations Familiales – Organismes chargés des collectes de cotisations salariales et patronales

EI : Entreprise Individuelle

EIRL : Entreprise Individuelle à Responsabilité Limitée

EURL : Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée

SARL : Société à Responsabilité Limitée

SAS : Société par Actions Simplifiées

Personne physique : Dans une entreprise, le gérant est présenté en tant que personne physique, il est responsable de l'ensemble des droits et devoirs de l'entreprise

Personne morale : Dans une société, la responsabilité incombe à une personne morale qui est représentée par la société elle-même

Liste des annexes

I Tableau de calcul des frais d'exploitation en entretien

II Tableau de calcul des frais d'exploitation en création

III Tableau récapitulatif des tarifs constatés sur le secteur Loire Atlantique Ouest en 2014

IV Tableau de décomposition des charges et amortissements de l'activité d'entretien pour le traitement des données en Soldes Intermédiaires de Gestion

V Tableau de décomposition des charges et amortissements de l'activité de création pour le traitement des données en Soldes Intermédiaires de Gestion

VI Tableau de synthèse des quantités horaires facturées sur des chantiers d'entretien et sur des chantiers de création allant de 100 à 10000€

Liste des illustrations

Figures :

Figure 1 Illustration de différents métiers du paysage. C. MICHEL 2014

Figure 2 Exemple de fournisseur: Le pépiniériste. Pépinières Ripaud 2014

Figure 3: Entreprises paysagistes privées : Répartition du total des emplois salaries et non salaries selon les régions en 2012. MSA 2012- L'observatoire économique et social

Figure 4 : Evolution du nombre des entreprises du paysage entre 2006 et 2013 et répartition selon le nombre d'individus. UNEP 2013

Figure 5: Evolution de la création d'entreprises entre 2007 et 2013. INSEE 2013

Figure 6 Attitude des clients suite à l'augmentation de la TVA sur les Services A la Personne. Baromètre Unep-Agrica au 1er semestre 2013

Figure 7 : Répartition de la clientèle. UNEP 2013

Figure 8 Sigles de la Chambre de Métiers et de la Chambre de Commerce. C. MICHEL 2014 selon CMA et CCI

Tableaux :

Tableau 1 : Présentation des points forts et points faibles du marché du paysage. C. MICHEL 2014 selon APCE 2014

Tableau 2 : Présentation des opportunités et menaces du marché du paysage. C. MICHEL 2014 selon APCE 2014

Tableau 3 : Composants du prix de vente horaire. C. MICHEL 2014

Tableau 4 : Présentation des grands éléments permettant le plan de financement. C. MICHEL 2014

Tableau 5 : Montage d'un résultat prévisionnel. C. MICHEL 2014

Tableau 6 : Présentation des formes juridiques d'une entreprise. C. MICHEL 2014

Tableau 7 : Calcul du prix de vente horaire dans le cas d'une entreprise de travaux paysagers. C. MICHEL 2014

Tableau 8 : Synthèse des prix constatés sur la zone géographique d'étude en 2014. C. MICHEL 2014

Tableau 9 : Etude du coût réel d'une facturation de travaux en services à la personne. C. MICHEL 2014

Tableau 10 : Etude du coût réel d'une facturation de travaux en Chèque Emploi Service Universel. C. MICHEL 2014

Tableau 11 : Prévisionnel sur 3 ans en tenant compte de l'évolution du pourcentage des différentes activités de l'entreprise. C. MICHEL 2014

Tableau 12 : Soldes Intermédiaires de Gestion. C. MICHEL 2014

Tableau 13 : Synthèse des quantités horaires de travaux facturés aux clients. C. MICHEL 2014

Tableau 14 : Présentation des formes de contrat à envisager pour l'entretien des jardins. C. MICHEL 2014

Tableau 15 : Tableau de synthèse des étapes clés du projet de création d'entreprise. C. MICHEL 2014

Introduction

L'entreprise Les Jardins du Littoral est installée sur la commune de Saint Nazaire et œuvre depuis plus de 20 ans sur l'Ouest de la Loire Atlantique, réalisant ainsi la création et l'entretien des jardins sur une zone allant de Saint Nazaire jusqu'à La Turballe ; La population touristique y est importante et cette zone comporte une part dominante de résidences secondaires. En 2009, l'INSEE publie un sondage montrant que seulement 46.7% des logements sur la presqu'île guérandaise sont utilisés en résidence principale [1]. C'est la raison pour laquelle bon nombre de structures et d'entreprises du paysage ont vu le jour et se sont développées depuis 15 ans. Le nombre de ces structures se porte aujourd'hui à plus de 78 ([2], [3]), comprenant ainsi beaucoup de petites entreprises individuelles et quelques grandes structures de référence: parmi eux, on retrouve Technatura, Pain Paysage, Morisseau et Racine Carrée, Berlivet Atlantic Jardin, Dreamis, et Les Jardins du Littoral qui est en fait la plus petite des grandes structures ; en 2013, ces entreprises présentaient un Chiffre d'Affaires entre 951 000 et 4 674 000€, tandis que le CA de l'entreprise Les Jardins du Littoral était de 520 000€. [4]. Rachetée en Septembre dernier par M. Bertrand REYNAUD, l'entreprise connait une nouvelle dynamique tant sur le plan organisationnel que structurel. L'objectif nouveau étant de pouvoir créer des postes et ainsi devenir plus concurrentiel face aux grands groupes qui disposent de moyens matériels, humains et financiers importants.
Mon rôle durant ce stage a été d'épauler au mieux le dirigeant M. REYNAUD, me permettant ainsi de découvrir la gestion d'entreprise, et l'organisation des chantiers. Une grande partie du stage a été consacrée au bureau d'études de l'entreprise, avec la conception de plans de jardins et l'élaboration de devis.

Mon projet professionnel étant de développer une entreprise individuelle dans ce secteur géographique, la découverte de la gestion de l'entreprise m'a permis de cerner l'ensemble des responsabilités qui incombent à un chef d'entreprise.
Le présent mémoire va donc traiter des points importants à prendre en compte lors du projet de création d'entreprise afin de mettre en place une méthode à suivre pour atteindre cet objectif.

Aujourd'hui, un très grand nombre d'entrepreneurs se sont lancés à leur propre compte sur ce secteur géographique, sans approfondir l'étude de marché en amont de leur projet ; beaucoup d'entre eux ne parviennent pas à se développer suffisamment pour que leur structure soit pérenne c'est pourquoi cette méthodologie va traiter les points principaux à étudier avant toute démarche de création.

Dans un premier temps, il est nécessaire de bien définir quelles sont les activités attribuées au paysagiste entrepreneur, ce mémoire traitera donc en premier lieu de la filière du paysage et de la notion d'entrepreneur du paysage.
Ensuite, viendra une présentation globale du marché du paysage sur le territoire Français ; cette partie vise à introduire l'étude de marché ciblée sur le territoire d'implantation souhaité.
La troisième partie exposera les principaux points à développer et à organiser lors des démarches d'étude qui mèneront à un projet solide et réalisable. Nous y aborderons le principe de calcul du prix de vente, ainsi que les conditions de création d'une entreprise.

La quatrième partie relative à la mise en place du projet mettra en avant les formalités administratives, et détaillera les premiers éléments de lancement de l'entreprise.
Enfin, la dernière partie présentera l'ensemble de la méthode en prenant pour exemple le cas de la création d'une entreprise spécialisée au début de son exercice dans l'entretien des jardins.

I L'entreprise de travaux paysagers et la filière du paysage

I.1. La filière du paysage

La filière du paysage est une filière qui regroupe un grand nombre d'activités aux spécificités et aux activités variées (voir fig. 1 en illustration) :

- La création de jardins, que ce soit publics ou privés, d'espaces verts d'accompagnement de bâtiments collectifs, terrains de sport, ou en accompagnement de voirie, l'aménagement d'espaces en milieu littoral, montagnard, rural ou urbain.
- L'entretien des espaces verts, des jardins particuliers, des espaces naturels.
- Le reboisement de zones sensibles en zone naturelle protégée.
- L'élagage des arbres dans les jardins particuliers et dans les domaines forestiers, que ce soit pour de simples questions d'esthétique, ou pour la sécurisation d'espaces publics.
- Le paysagisme d'intérieur qui vise à végétaliser l'intérieur des habitats ou équipements publics pour créer des atmosphères naturelles et apaisantes.
- Le génie végétal qui consiste à utiliser les propriétés des végétaux pour permettre l'aménagement et la restauration de certains espaces.
- Le domaine de l'arrosage automatique qui permet de rendre les espaces autonomes en termes d'irrigation.



Figure 1 Illustration de différents métiers du paysage. C. MICHEL 2014

On peut aussi distinguer les secteurs de la filière du paysage d'une façon plus structurelle, en distinguant les différents acteurs qui permettent de concevoir et réaliser les aménagements paysagers ; on retrouve alors :

- **La maîtrise d'ouvrage** qui représente l'entité porteuse du projet/financeur et/ou gestionnaire ; dans les grands projets d'aménagement d'espaces publics il s'agit pour la plupart du temps des collectivités ou des promoteurs qui souhaitent rendre des espaces viables et agréables à vivre dans une enveloppe financière définie; tandis que dans les jardins privés, il s'agit tout

simplement du particulier qui souhaite aménager son jardin avec certaines envies, et un budget donné. [5]

- **La maîtrise d'œuvre** qui représente l'entité retenue par la maîtrise d'ouvrage pour réaliser un projet ; il s'agit alors dans les projets de grandes envergure d'un organisme qui s'occupe dans un premier temps de la conception du projet ; puis de coordonner les différents travaux et les différents acteurs qui vont interagir sur le projet afin de planifier au mieux les interventions à réaliser. Dans les jardins privés, il s'agit la plupart du temps de l'entreprise de paysage qui va se charger de réaliser l'ensemble des travaux par ses propres moyens, ou bien faire appel à des sous-traitants ; ceci dans le but de simplifier la communication avec le demandeur du projet qui n'aura alors à faire qu'à un seul interlocuteur. [5]

Les acteurs peuvent aussi être classés sous des catégories en leur attribuant des rôles plus spécifiques dans la réalisation des espaces :

- Le concepteur qui a pour but d'étudier le projet et de proposer les solutions les plus adaptées aux besoins du porteur de projet, et aux contraintes de l'environnement.
- L'entreprise de travaux qui réalise le projet sur le terrain dont :
- Le conducteur de travaux qui organise l'avancée des travaux avec les différents partenaires afin de tenir les délais d'intervention prévus.
- Le chef de chantier ; il s'agit ici d'un ouvrier qualifié qui, de par son expérience, permet de concrétiser le projet en gérant une équipe d'ouvriers afin que les travaux se déroulent conformément aux prescriptions du maître d'œuvre.

On retrouve aussi les partenaires extérieurs qui s'associent au projet à plus ou moins grande échelle :

- Les fournisseurs de matériaux sans quoi un projet ne pourrait pas être mis en place ; ils sont très divers, on retrouve :
  _ Les pépiniéristes et producteurs de végétaux (illustration en Fig.2)
  _ Les fournisseurs de matériaux de gros œuvre : bois, béton, minéraux, terre, etc.
  _ Les quincailleries qui fournissent le petit matériel nécessaires aux réalisations (visserie, etc.)

  La plupart du temps, les entreprises du paysage négocient les tarifs avec certains fournisseurs afin de pouvoir être concurrentielles, mais aussi de pouvoir appliquer des coefficients sur les matériaux ce qui leur permet de réaliser une marge bénéficiaire.



Figure 2 Exemple de fournisseur: Le pépiniériste. Pépinières Ripaud 2014

- Les sous traitants ; ils peuvent être nombreux et de spécialité très différents, ils permettent aux entreprise de réaliser une partie du travail qu'elles ne peuvent réaliser dans les délais ou ne savent pas réaliser :
  _ Les terrassiers qui s'occupent des travaux de mouvements de sol (ouverture de tranchées, nivellements en déblai/remblai, creusement de piscine, etc.)
  _ Les électriciens et plombiers qui sont habilités à réaliser des travaux que les entreprises ne peuvent pas forcément réaliser
  _ Les spécialistes en arrosage automatique
  _ Les spécialistes en fontainerie (bassins d'extérieur, etc.)
  _ Les piscinistes
  _ etc.

  Il existe beaucoup de domaines dans lesquels le paysagiste peut faire appel à des sous traitants lui permettant de faire avancer un projet en étant sûr d'un résultat efficace et réalisé dans les règles de l'art.

Parmi les différents acteurs de la filière du paysage, le métier d'entrepreneur du paysage peut être défini comme acteur clé car il peut être l'intermédiaire entre la maîtrise d'ouvrage, les partenaires, les sous-traitants, et les fournisseurs.
Sur les marchés publics, le personnage référent est le maître d'œuvre, qui coordonne toutes les actions sur le chantier ; en revanche, sur les marché privé, c'est bel et bien l'entrepreneur qui joue ce rôle car il est à même de proposer ses idées, d'organiser le chantier, et de réaliser les travaux.

I.2. Qu'est ce qu'une entreprise de paysage

Une entreprise de paysage est une entreprise qui va mettre en œuvre des moyens humains et matériels pour étudier un projet d'aménagement du paysage, puis pour réaliser ce projet. L'entreprise du paysage va pouvoir réaliser un certain nombre de travaux divers, ou bien faire appel à des partenaires pour réaliser l'ensemble des travaux qu'elle souhaite mettre en œuvre pour mener à bien le projet qu'elle souhaite concrétiser.

Aujourd'hui on distingue plusieurs types de structures qui sont qualifiées d'entreprise de paysage :

- Les bureaux d'étude qui représentent uniquement la partie conception du projet, étude de faisabilité, et description complète du projet à réaliser, avec un cahier des charges précis, la plupart du temps les bureaux d'études montent un dossier complet avec un CCTP pour les réalisations particulières.
- Les entreprises de réalisation qui ont les moyens techniques, humains, et financiers de réaliser l'ensemble des travaux par eux même.
- Les entrepreneurs du paysage en entreprise individuelle qui au même titre que les entreprises à plusieurs employés, s'occupent aussi bien de la partie conception que de la partie réalisation sur le terrain ; la plupart du temps, les entrepreneurs du paysage développent un réseau de partenaires permettant de réaliser l'ensemble des travaux soit en sous-traitance, soit en simple partenariat.

I.3. Lexique

Il existe aujourd'hui un certains nombre de termes qui qualifient différentes activités de la filière du paysage mais qui sont bien souvent confondus sous le terme de paysagiste. Il est donc important de bien définir les différentes activités pour connaître les enjeux qui leur sont contraints.

Paysagiste
Ce terme regroupe aussi bien les entrepreneurs du paysage qui s'occupent de la conception et de la réalisation des jardins que le concepteur et les jardiniers qui s'occupent de l'entretien des jardins. On peut aussi distinguer les paysagistes conseils qui sont en quelque sorte des structures s'apparentant à des bureaux d'étude soit pour des particuliers, soit pour des entités plus importantes comme l'Etat, en prenant part à des décisions d'aménagements au sein des Directions Départementales des Territoires.

Architecte paysagiste ou paysagiste concepteur
Le terme architecte paysagiste est agréer par le Bureau International du Travail, il désigne les concepteurs qui se chargent de la partie étude d'un projet d'aménagement paysager ; il n'est pas ici question de réalisation mais d'étudier la totalité du projet et de décrire précisément les solutions à réaliser pour créer un aménagement.

Jardinier
Selon le dictionnaire Larousse, le jardinier est la « personne dont le métier est de cultiver et d'entretenir les jardins. » [6] Cette définition présente le jardinier comme simple ouvrier chargé d'accomplir les tâches d'entretien de jardin qui lui sont demandées ; cependant le jardinier joue aujourd'hui un rôle plus important car il apporte des conseils et un savoir faire particulier pour l'entretien des jardins.

Entrepreneur du paysage
Les entrepreneurs du paysage sont des personnes réalisant et entretenant des espaces extérieurs dont les jardins ; en plus d'avoir les capacités du jardinier, ils ont les capacités et le savoir faire pour concevoir et réaliser des ouvrages divers (petite maçonnerie, sols, mobiliers, etc.).

I.4. Devenir entrepreneur du paysage

Les entrepreneurs du paysage diffèrent des concepteurs paysagistes par leur fonction et leur activité mais sont comparables de par leur cursus. Ils sont principalement issus des formations techniques du supérieur ou d'ingénieurs. Ils possèdent des compétences spécifiques aux travaux paysagers, alliant les domaines de la botanique, de la pépinière, de la santé des plantes pour conseiller les clients en vue des questions relatant de la disposition et l'entretien des végétaux, mais aussi des techniques de construction paysagères comme la maçonnerie, la menuiserie, l'électricité, l'arrosage, le terrassement, l'utilisation des engins.
Un entrepreneur du paysage doit allier toutes ces connaissances techniques à celles d'un gestionnaire ; il doit être capable d'étudier le marché, les prix des fournisseurs, et les prix de la concurrence afin de permettre à son entreprise d'être viable et concurrentielle.
Devenir entrepreneur nécessite donc d'aimer le travail sur le terraine en plein air, mais aussi de savoir s'organiser et étudier les différentes solutions relatives à une demande. Il faut donc allier des compétences commerciales, organisationnelles, de gestion, et de réalisation afin de satisfaire aux attentes des clients et développer son entreprise en apportant un savoir faire qui permet de se distinguer face à la concurrence.

Bien que devenir entrepreneur relève principalement d'un projet personnel, il s'agit aussi d'un projet à inscrire dans les tendances d'évolution du marché, afin de s'assurer d'une demande en pleine expansion.
La partie qui suit présente le marché du paysage en France, et son évolution au cours des dernières années.

II Le marché du paysage

II.1. Présentation du marché

En 2012, il existait 28400 entreprises de paysage en France qui employaient 92000 actifs et qui réalisaient 5,25 milliards d'euro de CA. La moitié de ces entreprises a été créée depuis 2000, date à laquelle le métier de paysagiste a commencé à évoluer et où la notion d'aménagement paysager a commencée à être prise en compte dans les jardins privés et les aménagements d'espaces publics. En effet, depuis les années 2000, les préoccupations écologiques et environnementales sont introduites au cœur des problématiques de développement actuel, au même titre que le développement financier ; cet engouement pour l'environnement a créé un véritable effet de mode poussant les collectivités et les particuliers à introduire ce besoin de nature dans leurs projets.
Plus de 5000 emplois ont donc été créés depuis deux ans dans le secteur de l'aménagement et l'entretien des espaces verts. (UNEP, 2013)

Selon l'UNEP (Union Nationale des Entreprise du Paysage), les entreprise de petite taille (inférieure à 6 salariées) ont pour clientèle principale les particuliers ; les plus gros chantiers étant réalisés par les quelques plus grosses structures qui se répartissent sur le secteur Français.
Le marché est concentré sur les grandes villes, mais aussi sur les régions touristiques ; qui concentrent un fort pourcentage de résidences secondaires ; l'entretien des jardins est donc un secteur d'activité nécessaire dans ces régions.

En 2012, les entreprises paysagistes privées sont implantées essentiellement en Bretagne, Pays de la Loire, Ile-de-France, Aquitaine, Rhône-Alpes et Provence-Alpes-Côte d'Azur. Ces six régions représentent 57% des entreprises. Dans l'Est, Le Nord-ouest et le centre de la France, les entreprises sont moins nombreuses. La figure 3 illustre la répartition des emplois sur le secteur géographique français.
(MSA, 2012)

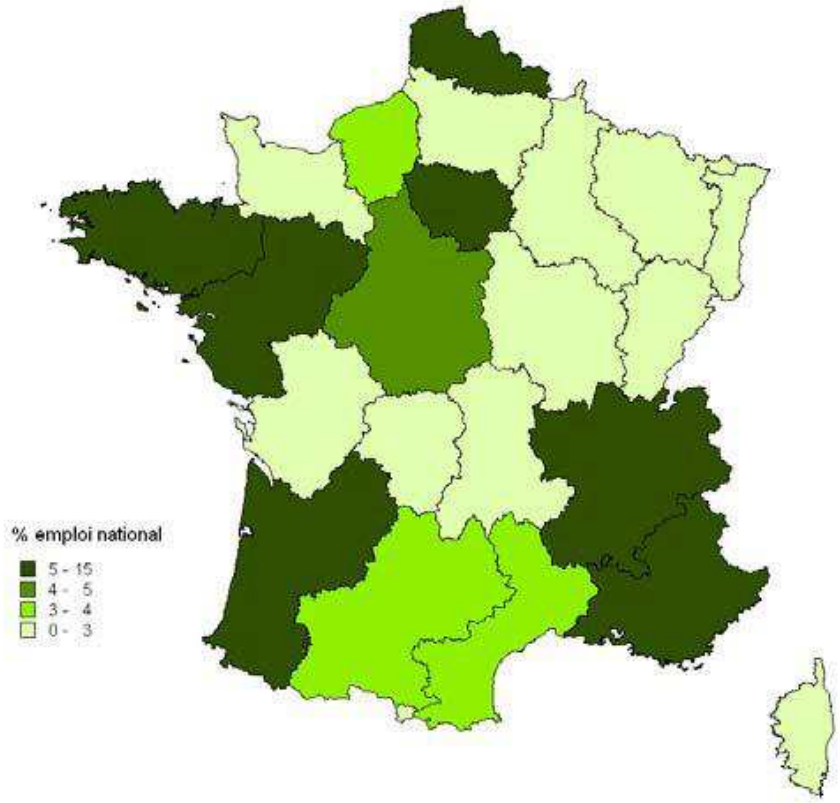


Figure 3: Entreprises paysagistes privées : Répartition du total des emplois salaries et non salaries selon les régions en 2012. MSA 2012- L'observatoire économique et social

II.2. Evolution du secteur

Le marché du paysage a fait face à cette évolution de la demande par la création d'un grand nombre d'entreprises.
Le nombre d'entreprises du paysage augmente ainsi régulièrement, notamment en comptant les petites structures sans salariés qui représentaient 63% des entreprises en 2012. (Voir Fig.4)

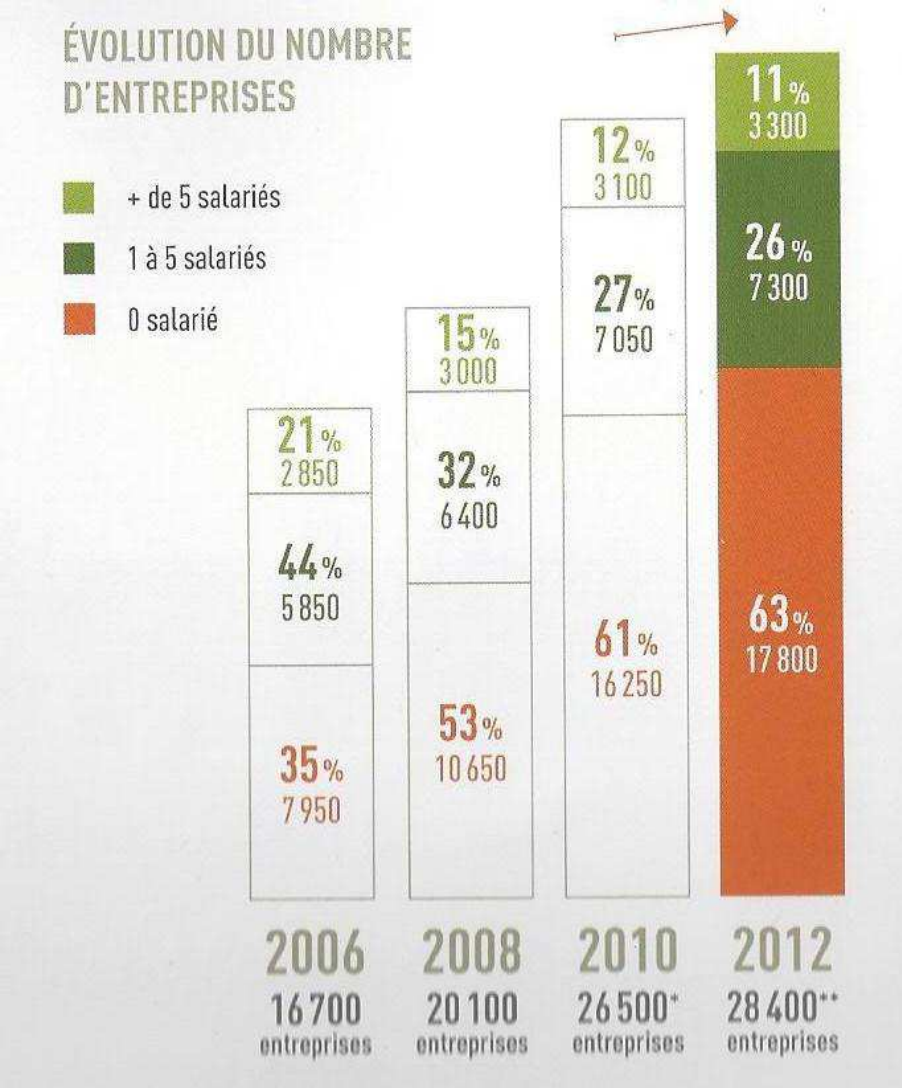


Figure 4 : Evolution du nombre des entreprises du paysage entre 2006 et 2013 et répartition selon le nombre d'individus. UNEP 2013

Cette évolution s'explique en partie par la montée en puissance du nombre d'entreprises de services à la personne spécialisées en petits travaux de jardinage qui ont presque triplé pour passer de 2700 en 2008 à 7800 en 2012.
Beaucoup de jardiniers sans formation ont aussi profité de l'évolution de la demande pour se lancer en tant que paysagiste autodidacte pour l'entretien des jardins.

La figure 5 présente l'évolution des créations d'entreprises entre 2007 et 2013, on peut observer un déclin du nombre d'entreprises créées chaque année depuis 2009 ; cependant, la figure 4 illustre bien la continuité de l'expansion du marché, avec un nombre d'entreprises qui ne cesse de croître.

Evolution de la création d'entreprises d'après une nouvelle définition adoptée en 2007						
2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
3 103	7 121	7 121	5 704	4 013	3 634	3 263

Figure 5: Evolution de la création d'entreprises entre 2007 et 2013. INSEE 2013

L'évolution du secteur a non seulement été marquée par une demande croissante au cours des 10 dernières années, mais aussi par des nouveaux enjeux comme l'écologie qui a impliqué la limitation de l'emploi de produit phytosanitaires, et la mise en place de nouvelles solutions dans les jardins permettant de préserver l'environnement. Par exemple la récupération de l'eau de pluie pour l'arrosage, l'usage de plantes locales, les solutions pour limiter l'imperméabilisation des sols, etc. Les entreprises ont aussi du adapter leur matériel afin de répondre à des contraintes budgétaires, aussi bien qu'environnementales ; engins moins polluants, moins consommateurs d'énergie, moins bruyants. La préservation de la biodiversité est un enjeu qui concerne principalement les collectivités avec par exemple la restauration des trames verts et corridors écologiques en ville, et qui commence à avoir des répercutions au niveau des jardins privés.

L'engouement actuel pour le développement durable et la volonté de chacun de retrouver chez soi un coin de nature sont les principaux facteurs qui ont permis à l'activité de paysagiste de se développer. Le jardinage est devenu durant la dernière décennie un phénomène de mode qui permet de développer des événements en parallèles des structures de professionnels du paysage ; par exemple les manifestations à but écologique, les jardins partagés, les jardins citadins, l'abonnement des jardiniers amateurs à des revues à propos du paysage, etc.
Le jardin a pris part entièrement à la maison et se doit aujourd'hui d'être un lieu agréable à vivre ; et selon un sondage Ipsos 2009 pour l'UNEP, c'est lui qui confère, après le salon, le plus de valeur à la maison.

En 2013, 56% de l'activité porte sur la création de jardins privés et publics, et 44% sur l'entretien des jardins. UNEP, 2013

II.3. Quelques données sur la conjoncture

2009-2010 : le nombre d'entreprises continue d'augmenter - l'évolution est d'environ 37% entre 2009 et 2011 - avec un CA aux alentours de 5 milliards d'euro ; Le CA moyen par actif est de 59400€

2011 : le CA a augmenté de 3% par rapport à 2010 ; les activités des paysagistes ont bénéficié d'une année favorable sur le plan climatique mais la crise immobilière n'est pas en faveur du secteur du paysage car le jardin redevient une valeur secondaire par rapport à la maison en elle-même, les propriétaires sont frileux quant à faire de lourdes dépenses d'aménagement dans les jardins.

2013 : le passage de la TVA de 7 à 20% ne joue pas non plus en faveur des paysagistes car beaucoup de clients ont préféré avoir recours au travail non déclaré, aussi bien pour la réalisation de petits ouvrages que pour l'entretien des jardins. Le CA reste cependant stable à 5,3 milliards d'euro.
Cependant, un constat montre que dans les régions touristiques, la demande reste croissante grâce aux besoins des propriétaires de résidences secondaires de disposer d'un jardin agréable et entretenu.
(APCE, 2014)

La figure 6 illustre les impacts du triplement de la TVA sur les Services à la Personne ; selon le Baromètre UNEP-AGRICA au 1er Septembre 2013, près d'un client sur deux envisage de faire appel à des prestataires non déclarés, ou de diminuer les contrats d'entretien de jardins.

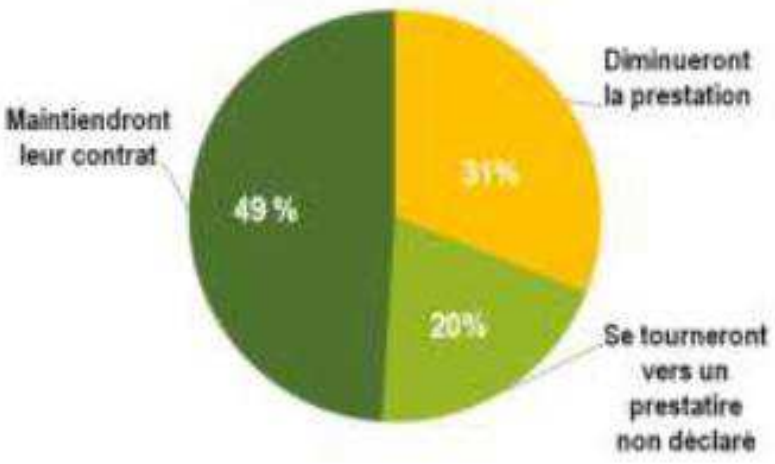


Figure 6 Attitude des clients suite à l'augmentation de la TVA sur les Services A la Personne. Baromètre Unep-Agrica au 1er semestre 2013

II.4. Caractéristiques du marché en 2013

En 2013, le marché du paysage poursuit une croissance qui ne cesse d'augmenter en raison des nouveaux enjeux sociétaux présentés précédemment ; mais il doit aussi faire face à des difficultés et des menaces qui se développent en parallèle. Les tableaux 1 et 2 présentent de façon synthétique les caractéristiques de ce marché.

Points forts	Points faibles
- L'aménagement du paysage se trouve au cœur des projets d'aménagement - Le métier est en constante évolution ce qui lui permet de se développer malgré les freins liés à la conjoncture économique défavorable	- Encore beaucoup de particuliers font appel à des ouvriers non qualifiés et au travail non déclaré pour réaliser des prestations d'aménagement et d'entretien de jardin

Tableau 1 : Présentation des points forts et points faibles du marché du paysage. C. MICHEL 2014 selon APCE 2014

Opportunités	Menaces
- La mise en place de marques et de labels pour valoriser le travail des professionnels du paysage : Expert Jardin, Quali Paysage, Eco jardin… - Mise en place de structures de services à la personne en entretien de jardin - Evolution des pratiques vers les méthodes de développement durable, développement des techniques pour les nouveaux enjeux - Valorisation des déchets verts en compost	- Charges élevées, augmentation de la TVA - Concurrence déloyale d'entreprises non qualifiées ou d'employés non déclarés

Tableau 2 : Présentation des opportunités et menaces du marché du paysage. C. MICHEL 2014 selon APCE 2014

II.5. La clientèle

L'analyse de la clientèle permet de cerner d'avantage les raisons de l'évolution du secteur, et de comprendre les attentes réelles en termes de besoins.

En figure 7, la clientèle est représentée en majorité par des particuliers ; 42% du CA est créé par cette clientèle de particulier contre 29% pour les marchés publics et 28% d'entreprises privées.

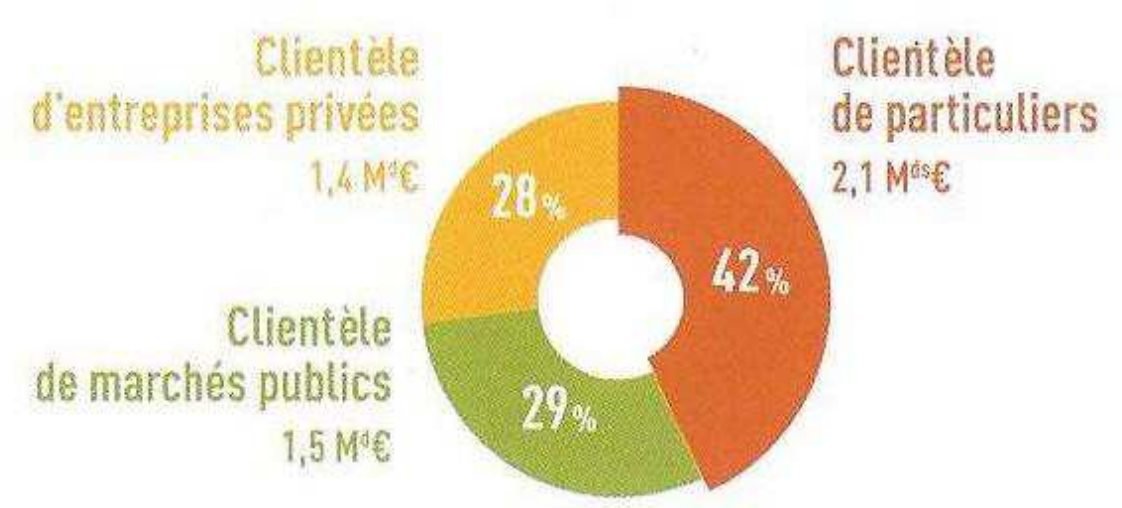


Figure 7 : Répartition de la clientèle. UNEP 2013

Cet engouement pour les jardins particuliers provient du fait que le jardin est à la mode et est devenu une véritable pièce à vivre.
Le marché des collectivités publiques est lié aux besoins des communes ; 5% du budget des grandes villes est consacré aux espaces verts mais elles possèdent souvent leurs propres services d'espaces verts ; cette part du marché n'est donc pas liée principalement à l'entretien mais à la création et l'aménagement d'espaces publics (places et jardins publics, infrastructures routières, etc.)
La demande venant des entreprises publiques et privées est surtout représentée par des besoins en termes d'entretien des espaces verts qui dépendent des zones commerciales et industrielles.

Les petites entreprises (entre un et 10 employés) réalisent l'essentiel de leur CA avec les particuliers car elles ne disposent souvent pas des moyens matériels, techniques, humains et financiers pour se développer sur le secteur des marchés publics. (Affirmation personnelle basée sur des données constatées lors de l'étude des entreprises concurrentes).

II.6. La concurrence

Comme dans beaucoup de secteurs en pleine expansion, le marché du paysage se caractérise par une forte concurrence. Non seulement les nombreuses entreprises qui ont vu le jour créent une concurrence importante, mais ce marché est aussi soumis à une concurrence externe qui provient d'autres activités.
Parmi ces autres activités, les premiers concurrents sont les entreprises de travaux publics, de bâtiments qui sont souvent amenées à réaliser, dans la continuité de leurs ouvrages, des travaux d'aménagement des espaces verts (c'est souvent le cas des terrassements, de la pose de terrasses…); et les entreprises de nettoyage, les Centres d'Aide par le Travail (CAT) qui prennent en charge une partie de la demande d'entretien des jardins (tonte, ramassage de feuilles…)

Les travailleurs en Chèque Emploi Service Universel (CESU) font aussi de l'ombre aux entreprises de paysage car il s'agit bien souvent de travailleurs non qualifiés qui se lancent par opportunité sur le marché et parfois même parviennent à faire passer des petits travaux de création sous le compte des services à la personne.

Le travail non déclaré fait également de la concurrence aux entreprises car il permet une main d'œuvre à des coûts sans charges ; et l'augmentation de la TVA pour les Services A la Personne a eu pour effet le retour de certains employeurs à recourir au travail non déclaré. Selon l'UNEP, cette concurrence représente plus de 10% du CA du secteur du paysage.

II.7. Créer une entreprise

Pour créer une entreprise de paysage, il faut bien prendre en compte tous ces éléments et cibler une étude de marché sur un périmètre géographique précis où l'on veut s'implanter ; il ne s'agit pas ici uniquement de se lancer dans un secteur en plein développement mais de parvenir à inscrire sa place dans un domaine où la concurrence est forte. L'étude de la concurrence est un point tout aussi capital que l'étude de la clientèle pour la création d'entreprise.
Habituellement, les entrepreneurs du paysage suivent un cursus comportant une formation technique comme les CAP, BEP, BTSA Aménagements Paysagers (formations basées sur l'apprentissage de techniques appliquées sur le terrain) , puis un passage de quelques années en tant que salarié en entreprise afin de bien connaître les particularités et les techniques du métier, afin de se lancer à leur compte.
Il s'agit d'un véritable challenge car il faut alors être apte à prospecter une clientèle, à proposer des idées d'aménagement, à planifier et mettre en place des projets, à réaliser des chantiers… De plus, il faut mettre en place une stratégie de communication visant à se faire connaître et à se développer au milieu d'une concurrence déjà installée et instaurée.
Aussi, il faut bien étudier le marché qui a parfois tendance à être saisonnier, pour ne pas se retrouver avec des périodes creuses, de chômage technique qui pourraient être dommageables à l'ensemble du projet de création d'entreprise ; c'est le cas dans le secteur de l'entretien des jardins ; la période hivernale est souvent associée à une baisse de la demande. Il faut alors savoir organiser d'autres activités comme l'élagage ou la création de jardins à cette période pour lisser l'activité sur toute l'année.

Le véritable challenge pour créer une entreprise de paysage est de savoir se munir des connaissances et capacités suffisantes pour être polyvalent et pouvoir répondre à toute demande concernant l'aménagement et l'entretien des jardins.
La formation d'Ingénieur Paysagiste permet avant tout d'être apte à préparer et organiser cette démarche de création d'entreprise par l'apprentissage et le suivi d'une méthodologie permettant de disposer de toutes les clés qui mèneront le projet à être réalisable. Cet apprentissage passe par la réalisation d'un certain nombre de stages en entreprises dans le but de fonder une véritable expérience d'application des méthodes.

III **Organisation de la démarche de création d'entreprise**

III.1. L'approche méthodologique

La méthode à suivre dans une démarche de création d'entreprise est une étape importante car il faut avant tout se poser les bonnes questions pour permettre d'avoir toutes les données en main lors du lancement. Il est donc nécessaire de cibler deux grands points :

→**Pourquoi se lancer en tant qu'entrepreneur du paysage** : Quelles sont les motivations qui me portent ? Quelles sont mes capacités et compétences qui vont me permettre de mener à bien mon projet et de me distinguer face à la concurrence ? Dois-je compléter mes compétences ou envisager une association avec d'autres personnes ? Quels sont mes objectifs personnels ? Toutes ces questions relèvent en quelque sorte d'un bilan personnel et doivent se poser pour alimenter les bases de la démarche.

→**Comment créer une entreprise de paysage** : Quel est le marché sur lequel je souhaite me positionner ? Quelle clientèle je souhaite cibler ? Quelles sont les obligations et règles du métier à respecter ? Quels sont les moyens humains, financiers, et matériel dont je dispose, et ceux dont j'aurais besoin ?
Il s'agit ici de l'étape introductive d'une étude de marché qu'il faut réaliser pour connaître toutes les données nécessaires pour implanter son entreprise.

III. 2. Contexte règlementaire

→Activités règlementées
Il existe différents cas pour s'installer en tant qu'entrepreneur du paysage :
Les entreprises qui réalisent des travaux comprenant de la maçonnerie paysagère, qui dépendent de la chambre des métiers ;
Et les entreprise qui réalisent des travaux d'aménagements paysagers sans avoir recours à de la maçonnerie, qui dépendent de la chambre des commerces.
Dans les deux cas, les créateurs d'entreprise doivent justifier de formation ou d'une expérience qui leur permettent d'exercer l'activité de paysagiste.
Les sigles de ces deux CFE sont présentés en Figure 8.



Figure 8 Sigles de la Chambre de Métiers et de la Chambre de Commerce. C. MICHEL 2014 selon CMA et CCI

Pour ce qui est des travaux entrant dans le cadre des services à la personne, ils se limitent à une liste précise et restreinte de travaux pour éviter tout risque de concurrence déloyale. En conséquence, toute activité de création, y compris la plantation est exclue de cette liste, tout comme les travaux d'élagage ou les traitements phytosanitaires réalisés avec des produits sans la mention « emploi autorisé dans les jardins ».

→Formations
De plus, pour certaines activités, l'entrepreneur doit justifier certaines formations, par exemple les formations à la conduite d'engins spéciaux (CACES), ou l'agrément phytosanitaire qui permet à une personne référente dans l'entreprise d'effectuer des traitements phytosanitaires.

→Assurances et garanties
L'entreprise doit dans tous les cas faire appel à une assurance responsabilité civile professionnelle qui peut prendre en charge entre autres les éventuels dégâts causés lors de travaux, les blessures causées à des tierces personnes lors des travaux, ou même des garanties décennales incombant aux ouvrages de grande envergure.

→Régime de cotisations sociales
De plus, l'ensemble des activités liées à la création et l'entretien des jardins est associée au régime fiscal de la MSA ; ce qui interdit certains statuts pour les paysagistes ; c'est le cas par exemple du statut d'auto-entrepreneur, qui ne peut pas être utilisé par des entrepreneurs réalisant de la création de jardin. [7]

III.3.Clientèle

→Définir la clientèle potentielle sur une aire géographique est nécessaire pour adapter sa stratégie de communication ainsi que les projets que l'on compte proposer.
Le marché français se caractérise par une part dominante de clients particuliers ; L'engouement pour le jardin reste prononcé pour les français. En effet, les enquêtes menées par l'IPSOS pour l'UNEP en 2011 montrent que les particuliers sont demandeurs de nature ; pour 2 Français sur 3, ce sont les éléments naturels comme l'eau et le végétal qui doivent primer dans le jardin, ce qui amène la profession à se

spécialiser dans des domaines jusqu'alors peu exploités, c'est le cas de la fontainerie et la réalisation de bassins naturels.
En 2009 déjà, ces enquêtes avaient montré que le jardin est l'une des 2 pièces qui donne le plus de valeur à son habitation
1 Français sur 4 considérait alors qu'un mode de vie respectueux de l'environnement passe d'abord par un habitat plus vert et des villes plantées d'arbres. Plus de 2 Français sur 5 font alors confiance en priorité aux professionnels du paysage pour toutes les questions liées au jardin
La superficie des nouveaux jardins ne cesse de croître au fil des années : de 470 m2 en moyenne en 1948, elle est passée à 720 m2 de nos jours, soit un gain de 250 m2 en 60 ans. En 2006, L'INSEE publiait une enquête mettant en avant le fait que la moitié des maisons existantes possèdent un jardin d'au moins 600 m2.

III.4. Aire géographique

→**Le choix d'un secteur d'implantation** est tout aussi important au regard du potentiel de clientèle dont il dispose, et de la configuration géographique. Chaque territoire dispose de ses spécificités, que ce soit en termes de patrimoine, de paysage, ou même d'habitants et de modes dans la conception des jardins. Il ne s'agit donc pas ici de s'installer sur une zone où seul le potentiel clientèle est élevé, mais bel et bien de choisir un secteur avec ses particularités, ses spécificités d'évolution sur lequel on souhaite se développer.
Ce choix se traduit alors par la nécessité de s'adapter à un environnement représenté par une clientèle particulière, des besoins particuliers, mais aussi une concurrence déjà installée.

III.5. Matériel

Le métier de paysagiste est un métier qui nécessite de disposer d'un certain nombre de matériel, que ce soit pour l'entretien ou pour la création des jardins. En revanche, on peut distinguer ces deux activités au regard du coût des matériels employés :

L'activité d'entretien de jardins ne nécessite pas de gros investissements en matériels puisqu'il s'agit de petits engins tels que taille-haie, tondeuse, débroussailleuse, etc. Le métier relève plus d'un savoir faire et d'une volonté de travailler dans les jardins que d'un investissement dans du matériel de pointe lourd en coût et en amortissement.

En revanche, toute **activité de création peut vite être amenée à engendrer des frais supplémentaires** en raison de matériels coûteux, par exemple un tractopelle, un chargeur…ainsi que tout le petit outillage nécessaire à la réalisation des travaux de création, qui est largement plus varié que pour l'activité d'entretien : perceuse, ponceuse, lapidaire, scie, bétonnière, pilonneuse, compacteuse, etc.

C'est pourquoi il peut sembler judicieux de **débuter l'activité en se concentrant essentiellement sur des travaux d'entretien de jardins** afin de dégager un bénéfice suffisant qui permettra à l'entreprise de se développer vers la création d'espaces verts en investissant dans des matériels plus coûteux. Il peut être envisagé aussi dans un premier temps lors du lancement dans l'activité de création

de louer le matériel ou de faire appel à des sous-traitants (terrassement, etc.) afin de limiter les charges d'amortissements liées aux investissements.

Le principal matériel nécessaire pour toute activité du paysage est le véhicule de chantier ; le plus souvent il s'agit d'une camionnette-benne qui permet aussi bien le transport de matériels et matériaux que l'évacuation des déchets. L'achat d'un véhicule s'avère donc être primordial pour se lancer dans l'activité de paysagiste ;
Les autres outillages de base ne représentent pas d'investissements conséquents puisqu'il s'agit d'outillages manuels : pelle, râteau, balai, pioche, etc.

Dans le cas d'une entreprise de grande taille, qui dispose d'une structure d'étude à part entière, l'investissement dans **le matériel de bureau** peut être important et semble créer une charge supplémentaire : ordinateur, bureau, imprimante, etc.

III.6. Locaux

L'activité de paysagiste ne nécessite pas à première vue de disposer de local de surface importante. L'entreposage de matériel d'entretien, d'outillage manuel et d'outillage portatif ne représente pas un réel besoin de local technique ; c'est pourquoi beaucoup d'entrepreneurs du paysage seul ne disposent pas de locaux et domicilient leur entreprise à leur propre habitation. En revanche, le développement de l'activité vers la création de jardins peut vite rendre nécessaire le besoin d'une surface de dépôt afin de stocker les matériaux pour permettre la disponibilité lors de la réalisation des chantiers. Même si **une grande partie des fournitures peut être livrée directement par les fournisseurs sur site**, il peut s'avérer utile de disposer d'un stock minimum, par exemple pour du chevronnage de terrasse, des parpaings, de la quincaillerie, ciment, des pavés, etc. Il s'agit de matériaux récurrents dans la réalisation de travaux de jardins.

Le choix de l'implantation juridique de l'entreprise reste important (qu'il y ait un dépôt ou non) car il peut permettre la **proximité avec la clientèle** que l'on souhaite atteindre ; dans le cas d'une entreprise sur la presqu'île Guérandaise, les entreprises sont amenées à œuvrer sur tout le territoire. Malgré tout, lorsque les propriétaires cherchent à faire appel à des professionnels du paysage, la proximité avec l'entreprise choisie est un atout car elle permet un contact simplifié et les avantages d'un service rapide de proximité.

III.7. Ressources humaines

Lors de la création d'entreprise, il faut faire le **choix d'être seul, associé, ou bien d'employer des salariés** ; ce choix peut résulter d'une réflexion sur la volonté ou non de mettre en place une structure de taille importante. Il s'agit aussi de bien réfléchir aux opportunités qui permettront de donner du travail à chaque employé de la structure. C'est pourquoi **l'étude de marché est un point capital pour rendre compte des possibilités de contrats ou de chantiers à réaliser**.
Le fait d'être entrepreneur du paysage seul permet de diminuer une partie des charges qui sont calculées dans le prix de vente ; c'est le cas des charges liées au personnel non productif dans les bureaux d'études, dont le coût salarial doit être intégré au prix de vente. Il peut alors être avantageux d'être seul, en tout cas lors du

lancement de l'entreprise, afin de limiter le risque de cessation d'activité et de pouvoir trouver sa place sur un marché qui peut être déjà très concurrentiel.

III.8. Prix de vente

En moyenne, on estime que le coût de la main d'œuvre représente 40 à 60% du prix de revient des travaux paysagers ; la part du végétal représente contrairement à ce que l'on pourrait penser une partie minoritaire du chiffre d'affaires total.
Le prix de vente est donc calculé de la façon suivante :
Les coûts directs (main d'œuvre, matériaux et fournitures) + marge brute (charges fixes, charges d'exploitation, et bénéfices)
Les travaux d'aménagements et de création dégagent une marge plus importante que les travaux d'entretien car le négoce des matières premières permet aux entreprises de dégager un **bénéfice sur la revente des matériaux** et de diversifier l'activité en prenant en compte la revente de ces matériaux, contrairement aux travaux d'entretien, ou seule la main d'œuvre peut bénéficier d'une marge bénéficiaire.

→**Dans les frais d'exploitation**, on retrouve les charges salariales, l'amortissement des matériels, le coût du carburant, les frais d'entretien du matériel, etc.

→**Les frais généraux** (qui sont plus élevés dans les entreprises de grande taille du fait qu'il faut financer des improductifs : gérant, conducteur de travaux, secrétaire, etc.). Dans ces frais, on peut retrouver les charges de publicité et communication, des frais de location de locaux, frais liés au personnel improductif, assurances, etc.

Il s'avère donc très important de bien prendre en compte l'ensemble des frais qui seront à la charge de l'entreprise, en fonction de ce que l'on attribue à l'entreprise lors de la création ; par exemple, une entreprise qui investit dans du matériel coûteux devra intégrer l'amortissement du matériel dans se charges, de même qu'une entreprise qui loue des locaux ; tous ces frais constituent un coût supplémentaire qu'il faut vendre pour permettre à l'entreprise de rester viable, tout en faisant attention à ne pas être trop chère et rester concurrentielle.

Une partie des frais généraux et des charges d'exploitation peut être prise en compte dans un coefficient appliqué aux matériaux pour alléger les charges qui s'ajoutent au coût réel de la main d'œuvre. Les tarifs professionnels négociés auprès des fournisseurs permettent d'appliquer ce coefficient sans risquer de vendre ces matériaux à des prix trop élevés.

Le coût de la main d'œuvre doit être intégré dans un **bordereau de prix unitaire** qu'il faut construire grâce à l'expérience de terrain qui permet de connaître au plus juste la valeur de chaque travaux.
Un coefficient de sécurité peut alors être ajouté pour parer aux aléas dus aux imprévus de chantier. La plupart du temps, pour parer aux imprévus et prendre en compte les aléas des chantiers comme les chutes de matériaux non utilisables, ou une marge de temps supplémentaire, ce coefficient est appliqué dans le bordereau de prix unitaires.
Exemple : pour 1m2 de terrasse, on va compter 1,05m2 soit 5% de bois supplémentaire pour pallier aux éventuelles pertes dues aux chutes.

Pour les végétaux, on va appliquer un coefficient permettant de prendre en compte des éventuels frais de garantie de reprise.

Un coefficient supplémentaire est appliqué pour assurer à l'entreprise de pouvoir se développer, il permet d'assurer, en plus du coefficient de sécurité, que l'entreprise reste bénéficiaire quelque soit le chantier réalisé. [8]

Le tableau 3 récapitule les différents composants du prix de vente :

	Entretien	Création
Coût salarial	Salaire horaire brut (compris charges salariales)	
	Charges patronales	
	Congés payés	
Charges d'exploitation	Amortissement du matériel Entretien du matériel Consommation en carburant	
Charges fixes	Impôts	
Charges indirectes	Heures de transports	
Coût de revient		
Marge bénéficiaire	Pourcentage appliqué au coût de revient pour permettre le développement de l'entreprise	
Prix horaire net		
TVA	TVA 20% obligatoire	
Prix horaire TTC		

Tableau 3 : Composants du prix de vente horaire. C. MICHEL 2014

IV Mise en place du projet

IV.1. Les éléments financiers

IV.1.1. Le plan de financement permet de connaître les ressources nécessaires pour lancer le projet ; il peut être visualisé sous la forme du tableau 4 :

Besoins	Ressources
- Frais de lancement : étude de marché, frais de comptable, frais d'enregistrement - Investissements - Trésorerie de départ	- Apport personnel - Emprunts
Total	Total

Tableau 4 : Présentation des grands éléments permettant le plan de financement. C. MICHEL 2014

La somme des besoins devant être égale à la somme des ressources

IV.1.2. Le compte de résultat prévisionnel présenté dans le tableau 5, qui permet de visualiser(en général sur trois ans) la situation financière de l'entreprise :

	Année 1	**Année 2**	**Année 3**
Produits : - CA			
Total produits			
Charges : - Matières premières - Charges d'exploitation - Loyer - Impôts et taxes - Frais de personnel			
Total charge			
Produit - charges			

Tableau 5 : Montage d'un résultat prévisionnel. C. MICHEL 2014

Le prévisionnel **permet de savoir si les recettes permettent de couvrir l'ensemble des charges**, mais aussi de **simuler l'éventuelle évolution de l'entreprise** sur les premières années de lancement. Il montre en quelques sortes si le calcul du prix de vente permet de couvrir l'ensemble des charges sur l'année complète.
De plus, construire un prévisionnel clair et précis est un point favorable pour les éventuelles demandes de financement auprès des banques car il s'agit **d'un élément tangible sur lequel les organismes de prêts peuvent se baser** pour simuler les remboursements (à condition d'avoir intégré dans les charges les frais liés aux investissements).

IV.2. La structure juridique

Les formes les plus courantes sont décrites dans le tableau 6 :

	Personne physique		Personne morale		
	Entreprise Individuelle	**Entreprise Individuelle à Responsabilité Limitée**	**Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée**	**Société à Responsabilité Limitée**	**Société par Actions Simplifiées**
Capital	Pas de capital requis		Librement fixé		Minimum 37000€
Nombre d'associés requis			Un seul	Au moins 2 associés (max 50)	Minimum 1
Dirigeant	L'entrepreneur individuel		Le gérant (personne physique)	Le gérant et les associés s'ils existent	
Responsabilité	Totale, biens personnels confondus, sauf déclaration d'insaisissabilité des biens immobiliers non professionnels	Limitée au patrimoine constitué par l'entrepreneur	Limitée aux apports, Totale et indéfinie sur les biens du gérant s'il commet des fautes de gestion		

Tableau 6 : Présentation des formes juridiques d'une entreprise. C. MICHEL 2014 (UNEP, 2005)

Depuis le 1er Janvier 2011, l'EIRL permet à tout entrepreneur individuel d'affecter un patrimoine séparé de son patrimoine personnel à son activité, sans avoir à créer une société.

Le choix d'une forme juridique est donc un point à bien réfléchir en fonction du projet que l'on souhaite réaliser : créer une entreprise dans le but de la développer jusqu'à une certaine taille, évoluer vers une société à plusieurs associés…

IV.3. L'enregistrement de l'entreprise

IV.3.1. Le Centre de Formalités des Entreprises (CFE)

Lors de l'enregistrement d'une entreprise, le créateur doit obligatoirement passer par un CFE qui se chargera de déclarer l'entreprise auprès des organismes obligatoires comme l'INSEE, le répertoire des métiers (RM), le greffe du tribunal de commerces, le registre des commerces et des sociétés (RCS), le service des impôts, l'URSSAF, la MSA.

Pour les entreprises du paysage, deux CFE sont envisageables :
→**La Chambre des Métiers et de l'Artisanat** pour les activités de paysagistes qui comprennent des travaux de maçonnerie ;
→**La Chambre de Commerce et d'Industrie**, pour les entreprises individuelles ou sociétés de création et entretien de jardins.

IV.3.2. La rédaction des statuts

Une fois la forme juridique de l'entreprise choisie, il est obligatoire de rédiger les statuts qui vont définir les règles et obligations applicables pour le fonctionnement de l'entreprise. Cela permet aussi de définir les différentes obligations de chacun des membres de l'entreprise. Les points les plus importants à définir lors de la rédaction des statuts sont :

→**La dénomination sociale :** il s'agit du nom de l'entreprise précédé ou suivi de la forme juridique choisie (par exemple SAS Charles Paysage). Il faut bien veiller à ne pas utiliser une dénomination déjà existante auprès du RCS.

→**L'objet de la société :** il s'agit en quelques sortes d'une définition des domaines d'activités exercés par l'entreprise. Cette définition apparaît sur le Kbis, qui représente une véritable carte d'identité de l'entreprise. Le mieux est de définir un champ d'activité large afin de pouvoir couvrir l'ensemble des activités liées au métier de paysagiste. Ex. : travaux d'entretien et de création de jardins, parcs et espaces verts ; travaux de menuiserie paysagère, éventuellement travaux de maçonnerie paysagère, etc.
L'objet de la société est une véritable référence pour l'attribution du code APE (Activité Principale Exercée) ; l'activité de paysagiste est classifiée sous le code APE 81.30 Z.

→**Le pouvoir des dirigeants :** permet de définir l'attribution des pouvoirs à chacun des associés dans le cas d'une entreprise à plusieurs associés.
L'exercice social : ce terme définit la date de clôture de l'exercice comptable de l'entreprise ; à cette date l'entreprise se doit donc de présenter un bilan et un compte de résultat permettant de visualiser l'évolution de sa situation comptable.

→**La nomination du gérant :** elle définit au regard de la loi, la personne responsable de l'entreprise et l'étendue de ses pouvoirs et sa rémunération.

Les statuts doivent ensuite être enregistrés au service des impôts dont dépend le siège social de l'entreprise, dans un délai d'un mois après leur rédaction. [9]

IV.3.3. Le dépôt des fonds constitutif du Capital Social

Pour débuter l'activité de paysagiste, il est nécessaire de pouvoir **justifier d'un capital social**. D'une part, étant défini sur le Kbis de l'entreprise, il **permet de rassurer la clientèle** quant aux moyens dont elle dispose. De plus, comme dans beaucoup de métiers de l'artisanat, l'entrepreneur du paysage a souvent recours à l'**avancement des coûts de matériaux** afin de pouvoir réaliser des chantiers ; le capital social permet donc de **disposer d'une trésorerie de départ suffisante** pour démarrer l'activité. [10] Lors de la création d'entreprise, les fonds doivent être déposés dans une banque, à la caisse des dépôts, ou chez un notaire puis ils seront débloqué lors de la présentation du Kbis et en général virés sur un compte au nom de l'entreprise pour être utilisé aux besoins de l'entreprise.

IV.3.4. L'avis de constitution de l'entreprise

Enfin, il est obligatoire de publier un avis de constitution de l'entreprise dans un journal habilité à recevoir les annonces légales ; en général, il s'agit du **greffe de tribunal de commerce** qui publie cette annonce.

Il doit indiquer : la dénomination, la forme, l'objet, le siège, la durée, le capital de la société, la nature des apports, les noms et adresses des dirigeants ainsi que le registre du commerce et des sociétés auprès duquel la société sera immatriculée.
Par exemple :
"Avis est donné de la constitution de la SAS : "Les Jardins du Littoral" au capital de X euros. Siège social : 10, rue Louis Seguin 44600 St Nazaire. Objet : Tous travaux en rapport avec la création et l'entretien de jardins. Durée : 99 ans à compter de l'immatriculation au registre du commerce et des sociétés de NANTES. Gérant : M. Bertrand REYNAUD demeurant (adresse du gérant), nommé pour une durée indéterminée."

IV.4. Installation

IV.4.1. Création et développement du réseau

La stratégie commerciale doit suivre un plan qui a été défini **en amont du projet** de façon à développer sa propre clientèle, ce qui est primordial pour éviter de se trouver sans travail dès le lancement de l'entreprise.
L'idéal étant de faire jouer dans un premier temps son propre réseau de connaissances qui permettra un développement du type « bouche à oreille » ; il est aussi important de se former un réseau de contacts professionnels avec qui pouvoir travailler en confiance ; il peut s'agir de partenaires sous-traitants , de concurrents partenaires (d'autres entreprises avec qui travailler, dans le cas de travaux trop important, ou de non possibilité de réalisation des chantiers faute de temps ; il est très important de conserver sa clientèle et de pouvoir répondre à ses attentes, d'une façon ou d'une autre). Les partenaires professionnels d'autres domaines d'activités sont des sources de chantiers qu'il ne faut pas négliger ; s'entourer d'architectes, d'artisans et de rénovateurs est capital car il est idéal pour un paysagiste de se voir confier un jardin depuis la réalisation, jusqu'à l'entretien régulier.

Il est important de bien **cibler une clientèle au début de l'activité** car s'est ce premier réseau qui permettra de développer une clientèle plus vaste.
C'est pourquoi la stratégie commerciale doit bien prendre en compte la cible à qui elle s'adresse pour mettre en place un nom, un logo, une charte de communication claire et ciblée.

IV.4.2. Organisation production/gestion

Le statut d'entrepreneur du paysage en entreprise individuelle implique d'assumer l'ensemble des responsabilités et devoir dans l'entreprise. Il est donc dans un premier temps nécessaire de pouvoir **disposer d'une structure d'organisation et d'étude** même si l'entreprise ne dispose pas officiellement d'un local.
Cette structure doit permettre à l'entrepreneur de gérer la partie juridique et comptable de l'entreprise, aussi bien que la partie bureau d'étude et devis. Il peut s'agir d'un simple bureau équipé d'un ordinateur disposant de logiciels pour l'organisation des chantiers, des plannings, de logiciels graphiques, etc.
Le challenge d'un entrepreneur du paysage est d'arriver à **développer sa clientèle et étudier les projets tout en réalisant des chantiers** ; c'est-à-dire de parvenir à gérer le temps dit improductif de conception de plans et réalisation de devis, tout en restant actif en produisant des réalisations et travaux paysagers.

On pense souvent aux artisans qui ne comptent pas leurs heures au travail, mais il est important de savoir conserver du temps pour une partie du travail dit improductif : il s'agit des travaux de gestion et d'étude qui en général ne sont pas facturées au client directement et qui dans les grandes entreprises sont prises en compte dans les charges d'exploitation.

IV.4.3. Plan de développement

Le plan de développement de l'entreprise, bien que défini et présenté lors de l'étude de marché, est **amené à évoluer dès l'enregistrement des premiers chantiers** c'est pourquoi il faut bien garder en tête des objectifs principaux que l'on s'est fixé. Le prévisionnel permet de se rendre compte de la quantité de travail qu'il va falloir réaliser durant les années qui vont suivre la création d'entreprise, mais il sert surtout de base pour cadrer les objectifs d'évolution. On peut inclure dans le plan de développement la **diversification de l'activité**, **l'augmentation du Chiffre d'Affaires**, l'éventuel **plan d'embauche** d'un salarié, etc.

IV.4.4. Financement

Il existe plusieurs aides qui permettent aux créateurs d'entreprise de se lancer sans engager des fonds propres trop importants :

Le Prêt à la Création d'Entreprise qui est spécialement étudié pour financer le démarrage de l'entreprise et constituer des fonds de roulements nécessaires. Dans le cas d'une entreprise de création de jardins, il peut être très avantageux car il peut

permettre de cibler dès le lancement des gros chantiers qui demandent un lourd investissement en matériaux ; contrairement aux travaux d'entretien qui ne nécessitent pas ou peu d'investissements et de dépenses.

D'autres types d'aides sont envisageables. Par exemple les **ACCRE** : il s'agit d'aides accordées aux demandeurs d'emplois créant ou reprenant une entreprise ; ces aides consistent en une exonération des charges sociales pendant 12 à 36 mois. Ces aides sont à demander au CFE lors de l'enregistrement de l'entreprise.

V Le cas d'une création d'entreprise d'entretien de jardins

V.1. Bilan/synthèse de l'approche méthodologique

La difficulté de s'installer en tant qu'entrepreneur du paysage sur l'Ouest de la Loire Atlantique est avant tout la concurrence importante dans le secteur. Le cœur du problème étant de parvenir à trouver sa place parmi le grand nombre d'entreprises déjà en activité sur le territoire.
Etant pour ma part d'ores et déjà jardinier en Chèque Emploi Service Universel, je dispose donc d'une clientèle potentielle ; de plus, étant domicilié au cœur du territoire, j'ai déjà pu développer un réseau de connaissances et de partenaires de travail qui me permettent de développer ma clientèle.
Parmi ce réseau de connaissances, je dispose de :
- Partenaires artisans dans la rénovation de propriétés
- Partenaires fournisseurs
- Clients locaux
- Clients touristiques propriétaires de jardins

L'essentiel étant alors de parvenir à développer ce réseau par le biais du bouche à oreille, et avec l'appui d'une stratégie de prospection et de communication.
Pour cette stratégie de communication, la mise en place d'une charte graphique et le choix d'un nom accrocheur sont des points clés de la réussite du développement.
La plupart des petites structures choisissent pour nom leur propre nom (Ex. : Christophe Paysage-St André des Eaux), tandis que les grands groupes et les entreprises qui ont pour projet de se développer choisissent des noms accrocheurs (EX. : Dreamis, Technatura, Racine Carrée, etc.).

V.1.1. Choix du statut

La consultation d'un partenaire expert comptable m'a permis de bien cerner les avantages et inconvénients des différents statuts envisagés.
Pour créer une société de travaux paysagers, spécialisée au début dans l'entretien de jardins, la forme juridique la plus avantageuse semble être l'EIRL car elle permet un lancement simplifié, ne nécessitant pas le recours à des frais d'installation (expert comptable) importants.
Le risque à prendre en compte en créant une entreprise est la responsabilité en cas de dommages, mais surtout les garanties sur les ouvrages réalisés. Les entreprises représentées par une personne physique semblent moins protégées que celles

représentées par des personnes morales car la responsabilité s'étend à l'ensemble des biens de l'entreprise, ainsi que des biens de l'entrepreneur.
Dans le cas de la création d'une EIRL, il est donc important de savoir juger de la faisabilité des ouvrages pour ne pas se retrouver à devoir rembourser des frais de garantie qui pourraient remettre en cause la totalité du projet.
Cependant, dans une optique de développement et d'embauche, il peut s'avérer plus avantageux d'opter pour un statut de société afin de limiter les risques qui incomberaient au patron lors d'éventuels problèmes de garanties. D'autant plus que les formalités de changement de statut entraînent des frais supplémentaire (honoraires expert comptable, greffe du tribunal…). La forme SAS peut alors paraître plus avantageuse car elle permet la création de société en simplifiant les formalités administratives d'enregistrement ; elle peut être constituée par un seul fondateur. Cependant, l'obligation de capital fixé à 37000€ peut être rédhibitoire dans le cas d'une création d'entreprise car elle impose le recours à des financements externes (emprunts bancaires).
L'EURL Apparaît donc être la forme la plus adaptée car elle permet une création d'entreprise par une seule personne contrairement à la SARL qui impose deux associés. De plus, le capital peut être librement fixé à partir de 1€ ce qui décharge de l'obligation d'emprunter des fonds pour monter ce capital, et la responsabilité est limitée aux apports ce qui garanti une sécurité pour l'entrepreneur.

V.1.2. Montage du prix de vente

Souhaitant installer mon siège social en plein cœur de cette région touristique, à La Baule, le principal inconvénient qui se pose est la concurrence en place. Un grand nombre de travailleurs au noir, ou non qualifiés mais déclarés en CESU œuvre déjà. C'est pour cela qu'il faut prendre bien en compte toutes les données de prix pour pouvoir rester concurrentiel. Une étude des prix pratiqués par la concurrence (entreprise, CESU, travail au noir, entrepreneur individuel) permettrait donc de se situer et de comparer les différents prix possible afin de pouvoir s'implanter sur le secteur.

V.1.2.1. Le contexte salarial

Pour définir le prix de vente, il faut commencer par définir le contexte de rémunération souhaité.
En 2014, la Convention Collective Nationale des Entreprises du Paysage définit certaines règles :
Le salaire horaire brut d'un ouvrier O5 (Ouvrier paysagiste hautement qualifié) est de 10.32€ ; ce salaire prend en compte environ 20% de charges salariales. Il faut aussi ajouter 35% de charges patronales (taux défini par la MSA). On peut donc définir le coût horaire à 13.932€. (Legifrance- 2013- Avenant n° 11 du 18 septembre 2013 à la Convention collective nationale des entreprises du paysage du 10 octobre 2008)
→Salaire horaire brut 13.932€

La Convention Collective impose aussi 2.5 jours de congés payés par mois travaillé, ce qui correspond à 30 jours, soit 6 semaines par an. (Legifrance- 2013- Convention collective nationale des entreprises du paysage du 10 octobre 2008, article 29, Dernière modification du texte le 18 septembre 2013) Ce qui amène à intégrer un coût supplémentaire à facturer au client. L'entrepreneur va travailler 1610h/an sur 46

semaines ce qui correspond à 35h/semaine. Il reçoit un salaire chaque mois ce qui correspond un salaire sur 35h x 52 semaines/an soit 1820 heures. Par mois cela correspond à 1820/12 soit 151.7h. Sur une année, le coût salarial (charges salariales et patronales inclues) de l'entrepreneur sera de 1820h x 13.932€ soit 25356.24€. Ce salaire annuel est donc à facturer au client sur les 1380 heures travaillées ce qui correspond à un coût horaire de 18.37€

→1610 heures de travail par an
→1820 heures de rémunération salariale

De plus, sur des semaines de 35 heures, on prend en compte du temps improductif qui correspond aux heures non facturables au client. Du point de vue du salaire, les semaines de 35 heures impliquent la réalisation de 1610 heures par an ; du point de vue de la facturation client, on compte 46 semaines de 30 heures qui correspondent à 1380 heures de travail sur chantier ; c'est donc sur ces 1380 heures facturables que l'on peut amortir les engins et appliquer les différentes charges

→1380 heures de travail effectif facturable

Les différentes données sont basées sur la supposition d'une année complète de travaux d'entretien et d'une année complète de travaux de création. Ceci permet de calculer les amortissements et répartitions des charges sur des données comptables (durées d'amortissement et exercice complet). En réalité le prévisionnel sur 3 ans qui sera présenté par la suite impliquera des pourcentages évolutifs des deux activités dans l'entreprise.

V.1.2.2. Les frais d'exploitation et frais généraux

Pour l'ensemble des travaux, les charges d'exploitation sont définies par le matériel, la consommation en carburant des matériels et engins, les assurances, le coût de l'entretien du matériel. On distingue alors l'ensemble des matériels suivant, à intégrer dans le prix horaire des travaux d'entretien, ou dans celui des travaux de création.

Les engins et véhicules, dont la valeur est supérieure à 500€ peuvent être amortis sur plusieurs années, contrairement au petit outillage électroportatif qui ne sont pas amortissable du point de vue comptable. On prend donc en compte un budget annuel les dépenses dans le matériel tel quel perceuse, perforateur, lapidaire, visseuse, etc.

→Achats annuels de matériels
→Amortissement des engins

Afin d'éviter de surestimer le prix de vente avec l'amortissement de matériel comme une mini pelle, la solution envisagée est le recours à la location de matériel, facturé au client ; en effet, pour débuter l'activité de création de jardin, la grandeur des chantiers est estimée insuffisante pour amortir un tel investissement. D'autant plus que les chantiers ne nécessiteront pas le recours à l'utilisation d'une mini pelle systématiquement par exemple.

La consommation en carburant est estimée de la manière suivante :
Pour les véhicules, en comptant environ 50km par jour pour une consommation de 8 litres au 100, et le prix du carburant à environ 1.3€/litre, on obtient une consommation de 1196€ HT par an.

Pour les engins d'entretien, on estime une consommation de 4 l/jour (estimation basée sur différentes données constatées sur plusieurs journées de travaux), pour un coût de 1.60€ HT/litre, on estime un budget de 1472€ HT/an
Pour les engins loués, on peut estimer une consommation annuelle de 500€/an.
→Consommation de carburant

De plus, il faut prendre en compte les heures improductives ; il s'agit des heures travaillées pour le chargement/déchargement des matériaux, préparation des chantiers, trajets inter-chantiers ; on estime à environ une heure par jour d'heures improductives ; ce qui nous amène donc à une quantité d'heures facturables non plus de 1610 par an, mais de 1380, soit 30 heures par semaines. C'est donc sur ces 1380 heures que vont pouvoir être appliqués les différents amortissements et coûts annuels.
→Heures improductives

Les frais de comptabilité s'élèvent à environ 2000€ HT par an. De façon simplifiée, on divise ce coût par 2 pour l'intégrer au prix de vente des heures de création et des heures d'entretien ; on suppose les heures annuelles réparties de façon égale entre ces deux activités. Ce coût équivaut à une charge de 1000€ HT/690h par activité soit 1.45€ HT/h
→Frais comptables

Le cas d'une entreprise sans local de dépôt ne nécessite pas de frais supplémentaires puisqu'il n'y a pas de loyer à compter dans les charges de l'entreprise.

Les calculs des charges et amortissements à intégrer au prix de vente sont présentés en annexe I et II, **Le montant de charges s'élève pour les travaux d'entretien à 8.30€ HT, et pour les travaux de création à 17.59€ HT.**

Le montage du prix de vente peut être résumé dans le tableau 7.

	Entretien	Création
Coût horaire brut (compris charges salariales et patronales)	18.37€ HT	18.37€ HT
Charges d'exploitation	+8.30€ HT	+17.59 HT
Coût de revient	**26.67€ HT**	**35.96€ HT**
Marge bénéficiaire	7%	7%
Prix horaire net	**28.54€ HT**	**38.48€ HT**
TVA	+20%	+20%
Prix horaire TTC	**34.25€ TTC**	**46.17€ TTC**

Tableau 7 : Calcul du prix de vente horaire dans le cas d'une entreprise de travaux paysagers. Cas d'une entreprise à un unique salarié. C. MICHEL 2014

V.1.3. Etude comparative des prix pratiqués

Pour se situer par rapport à la concurrence, quelques prix sont analysés et présentés en annexe III, le tableau 8 présente la synthèse des prix constatés pratiqués par la concurrence :

	Tarif horaire moyen entretien	Tarif horaire moyen création
Entreprises	43.8€ TTC	52.2€ TTC
CESU	21.48€ TTC	21.92€ TTC
Travail non déclaré	11.75€	15€

Tableau 8 : Synthèse des prix constatés sur la zone géographique d'étude en 2014. C. MICHEL 2014

Le prix de vente qui a été défini est inférieur d'environ 22% pour les travaux d'entretien à la moyenne des prix constaté, et d'environ 11.5% pour les travaux de création.
On peut expliquer cette différence par les différences d'organisation entre la structure étudiées et les entreprises concurrentes. Par exemple, les charges ne comptent pas d'heures improductives, la structure ne dispose pas de local donc pas de loyer à payer, etc.
Le prix de vente peut apparaît donc comme plus attractif, toutefois, certains travaux nécessiteront le recours à la location de matériel qui sera facturée au client. La moyenne des prix constatés prends est basée sur des prix tenant compte de l'amortissement de ces matériel ; c'est une des raisons pour laquelle ce prix est plus élevé.

V.1.4. La qualification « Services à la Personne »

Les travaux d'entretien sont souvent réalisés par des artisans ou ouvriers non qualifiés, voire même non déclarés, ce qui crée une concurrence assez forte pour l'extension de la clientèle. Pour pouvoir rester concurrentiel, notamment vis-à-vis des travailleurs CESU, il existe des solutions pour permettre aux clients de bénéficier des avantages de déduction fiscale. C'est le cas d'une coopérative vendéenne Servicoop Paysage qui permet à ses adhérents de faire bénéficier à leurs clients d'une déduction fiscale d'un montant de 50% du montant TTC des factures pour des travaux d'entretien de jardin. Le principe est simple, les factures sont adressées à la coopérative qui facture ensuite au client ; la coopérative prélève alors 7% du montant hors taxes qui doivent donc être intégrés au prix de vente.

Pour inclure le coût d'évacuation des déchets verts, il faut connaitre le coût en déchetterie. En moyenne, ce coût est de 35€/tonne ; Sur une journée d'entretien, on peut compter une tonne de déchets verts, soit 5.83€/h (rappel : 6 heures facturées sur une journée de 7h).

Le calcul présenté dans le tableau 9 permet de définir le prix de vente pour des travaux facturables par le biais de la coopérative.

Prix de vente HT	28.54€
Intégration du coût déchetterie	5.83€
Taxe coopérative	+7%
Prix HT	**36.78€**
TVA	+20%
Prix TTC	**44.13€**
Coût réel pour le client (déductions fiscales soustraites)	50% prix TTC **=22.07€**

Tableau 9 : Etude du coût réel d'une facturation de travaux en services à la personne. C. MICHEL 2014

Actuellement, les travaux que je réalise sont déclarés en Chèque Emploi Service Universel ; pour un salaire horaire net de 13.5€ net, le particulier employeur paye un montant de 24.70€. Ce prix décomposé revient à : 13.5€ de salaire net + 4.06€ de cotisations salariales + 7.14€ de cotisations patronales. Le montant des déductions d'impôts en CESU s'élève à 50% du brut salarial versé [11]. On peut visualiser le coût réel pour l'employeur dans le tableau 10.

Prix de vente net	13.5€
Cotisations salariales	4.06€
Cotisations patronales	7.14€
Prix brut	**24.7€**
Déduction d'impôts	50% du brut salarial : 50% de 17.56 **-8.78€**
Coût réel pour le client (déductions fiscales soustraites)	**=15.92€**

Tableau 10 : Etude du coût réel d'une facturation de travaux en Chèque Emploi Service Universel. C. MICHEL 2014

Le tarif proposé par le biais de la coopérative est plus élevé que celui proposé en CESU ; cela est du en grande partie aux charges d'amortissement des matériels qui sont pris en compte dans une entreprise, mais aussi au fait qu'en CESU, le salarié n'est pas soumis à la taxe de déchetterie car il n'est pas considéré comme un professionnel. On peut donc facilement atteindre un tarif similaire en ajoutant les frais obligatoires des entreprises.

V.1.5. Prévisionnel de l'activité

Afin de simuler l'activité de l'entreprise et la stratégie de développement, il est important de mettre en place un prévisionnel.
L'objectif étant de débuter l'activité en ne réalisant que des travaux d'entretien de jardins la première année. Cette première année ayant pour but de réaliser suffisamment de bénéfices pour investir dans du matériel plus lourd pour développer l'activité vers la création de jardins. Pour la seconde année, la simulation vise à 30% des heures facturées la quantité d'heures de création de jardin. Puis à 50% la troisième année. L'activité de création permet de développer le Chiffre d'Affaires de par le fait d'un coût de facturation plus élevé causé par des charges plus importantes ; mais aussi grâce au négoce des matériaux qui permet d'intégrer une

part de bénéfice supplémentaires pour l'entreprise. Le coefficient bénéficiaire appliqué est alors de 7%, comme le coefficient appliqué sur la main d'œuvre.

On peut estimer sur des travaux de création, la proportion suivante en termes de matériaux et de main d'œuvre : sur le CA en création de jardin, on peut compter 1/3 de matériaux vendus, et 2/3 de main d'œuvre facturée.
En se basant sur une quantité de 1380 heures facturées et de 1610 heures rémunérées, on peut donc visualiser le prévisionnel présenté en tableau 11 pour un entrepreneur seul.

	Année 1 en € HT	**Année 2 en € HT**	**Année 3 en € HT**
Produits :			
- CA entretien	1380h 39385	920h 26256,8	690h 19692,6
- CA création :			
Main d'œuvre	0h 0	460h 17700,8	690h 26551,2
Matériaux vendus	0	8850,4	13275,6
Total produits	**39385**	**52808**	**59519,4**
Charges :			
- Matières premières	0	8271,4	12407,1
- Charges d'exploitation	11452,69	15727,4	17864,1
- Loyer	0	0	0
- Frais de personnel	25356,24	25356,24	25356,24
Total charge	**36808,93**	**49355,04**	**55627,44**
Produit - charges	**2576,07**	**3452,96**	**3891,96**
Evolution en %		**34,04**	**12,71**

Tableau 11 : Prévisionnel sur 3 ans en tenant compte de l'évolution du pourcentage des différentes activités de l'entreprise. C. MICHEL 2014

Grâce à cette évolution de l'activité, on va pouvoir accroître le Chiffre d'Affaire de l'entreprise, ainsi que le bénéfice. Ceci sans avoir augmenté la quantité d'heures annuelles.

Afin de décomposer les différents postes du prévisionnel, il est important de visualiser ces chiffres sous forme de Soldes Intermédiaires de Gestion ; pour cela, les annexes IV et V présentent une décomposition des charges de l'entreprise.
Le tableau 12 présente le prévisionnel sous la forme de soldes intermédiaires de gestion. On retrouve les hypothèses suivantes : pas d'impôts liés à l'occupation d'un local, et pas de charges financières car le lancement de l'entreprise suppose le matériel déjà acquis donc pas d'emprunt bancaire. Le taux d'imposition de 35% correspond au taux légal applicable sur un bénéfice inférieur à 38000€.

	Année 1	%	Année 2	%	Année3	%
CA	39385		52808		59519,4	
achat matériaux	0	0	8271,4	16	12407,1	21
Marge brute	**39385**	**100**	**44536,6**	**84**	**47112,3**	**79**
Charges externes	8500,8	22	11803,6	22	13455	23
Valeur ajoutée	**30884,2**	**78**	**32733**	**62**	**33657,3**	**57**
Impôts et taxes	0	0	0	0	0	0
charges de personnels	25356,24	64	25356,24	48	25356,24	43
Excédent Brut d'Exploitation	**5527,96**	**14**	**7376,76**	**14**	**8301,06**	**14**
Amortissements	2953,2	7	3928,4	7	4416	7
Résultat d'exploitation	**2574,76**	7	**3448,36**	7	**3885,06**	7
charges financières	0	0	0	0	0	0
Résultat financier	**0**	0	**0**	0	**0**	0
Résultat courant	**2574,76**	**7**	**3448,36**	**7**	**3885,06**	**7**
impôts sur le bénéfice (15%)	386,214	1	517,254	1	582,759	1
Résultat	**2188,546**	**6**	**2931,106**	**6**	**3302,301**	**6**
Capacité d'Auto Financement	5141,746		6859,506		7718,301	

Tableau 12 : Soldes Intermédiaires de Gestion. C. MICHEL 2014

On observe une diminution du pourcentage de Valeur ajoutée malgré une augmentation de sa valeur réelle. Ceci est du à l'augmentation de la part de vente de biens par rapport au Chiffre d'Affaire global de l'entreprise.
On retrouve bien un bénéfice brut de 7%, taux appliqué à toutes les prestations vendues pour permettre le développement de l'entreprise ; après déduction des impôts sur le bénéfice, le taux net de bénéfice est de 6%. Cela permet une croissance stable et durable de l'entreprise.
La Capacité d'Auto Financement augmente au cours des trois premières années d'exercice. Ce chiffre correspond à la trésorerie disponible dans l'entreprise. La CAF va permettre l'achat d'engins pour le développement de l'activité vers la création de jardins, ainsi que le renouvellement des machines déjà acquises dans l'entreprise.

V.1.6. La notion de clientèle

Une fois ce prévisionnel mis en place, il faut lui associer une clientèle potentielle : il est important de visualiser de façon concrète à quoi tendent ces objectifs financiers. Il s'agit durant la première année de réaliser 1380 heures d'entretien de jardin ; ce qui implique de prospecter un nombre de clients suffisamment élevé pour atteindre ce nombre d'heures.

Afin d'estimer le nombre de clients nécessaire pour réaliser ce nombre d'heures dans l'année, il est important de se baser sur des données réelles. Pour ce faire, il a fallu croiser des données de l'entreprise avec mes propres données (travaux réalisés en CESU) pour obtenir une moyenne d'heures réalisées annuellement chez les clients.
Les chantiers de création de jardin pris en compte dans cette moyenne sont des chantiers allant de 100 à 10000€ qui représentent déjà un montant important pour un entrepreneur seul.
La moyenne des heures réalisées par chantiers est présentée dans le tableau 13.

	Quantité d'heures facturées annuellement par client
Moyenne d'heures d'entretien	17
Moyenne d'heures de création	85

Tableau 13 : Synthèse des quantités horaires de travaux facturés aux clients. C. MICHEL 2014

Les données permettant de calculer ces moyennes sont présentées en annexe VI

La première d'exercice nécessitera donc le démarchage d'un certain nombre de clients que l'on calcule de la façon suivante : 1380h/an / 17h/clients soit 81 clients pour lequel il faudra réaliser des travaux d'entretien de jardin.
Durant la deuxième année d'exercice, en s'intéressant aux chantiers de création de jardins, on obtient un nombre de chantiers de 460h/an / 85h/chantier soit 6 chantiers à réaliser dans l'année.
La troisième année implique la réalisation de 690/85 soit 8 chantiers de création facturés entre 100 et 10000€.

Pour s'assurer de pouvoir réaliser cette quantité d'heures, il est capital de « fidéliser » les clients à travers une stratégie commerciale. Ceci peut être fait par la mise en place de contrats d'entretien ; par exemple en proposant un nombre de tonte, de taille de haie, de bêchage annuel. En général, ce type de contrat permet d'assurer une stabilité à l'entreprise, car il stabilise et assure une quantité horaire de travaux par rapport à des entretiens de jardin ponctuels qui sont d'une part ponctuels donc peu fiables d'une année sur l'autre, et d'autre part très aléatoires en termes d'heures.
Le tableau 14 est un récapitulatif des contrats d'entretien qui peuvent être mis en place.

	Nombre de passages annuels			
Tonte	10	12	14	16
Taille haie	1	2	3	4
Nettoyage	1	2	3	4
Bêchage	1	2	3	4

Tableau 14 : Présentation des formes de contrat à envisager pour l'entretien des jardins. C. MICHEL 2014

V.2. Les moments clés du projet de création d'une entreprise du paysage

Les moments clés du projet sont présentés ici sous forme d'un tableau synthétique reprenant les différentes étapes par ordre chronologique, définissant les éventuels problèmes et difficultés qui ont été rencontrées, ainsi que les solutions qui ont permis à l'étude de pouvoir se poursuivre.

	Difficultés rencontrées	**Solutions**
Etude de marché	- Accès aux prix pratiqués par la concurrence	- Se rapprocher des structures comme l'UNEP - Simplement par téléphone, demandes de devis
Définition du prix de vente	- Evaluer les charges	- Définir l'ensemble des frais d'exploitation - Comparer aux frais de la structure de stage
Communication	- Définir la charte de communication, le nom, le logo de l'entreprise	- Partenariat avec le monde de la communication - Etude de la clientèle ciblée
Choix du statut	- Choix du statut de l'entreprise en fonction de mon projet professionnel	- Bien définir dès le départ l'évolution souhaitée de l'entreprise - Se rapprocher d'experts juridiques pour bien comprendre les avantages/ inconvénients de chaque statut
Lancement de l'entreprise	- Investissements matériels - Investissements financiers - Recherche de clients	- Choix d'une structure d'entretien de jardins au départ pour limiter les frais d'investissements - Matériel déjà acquis durant mon expérience en tant que jardinier CESU - Frais limités du fait d'un matériel déjà acquis - Choix d'une structure juridique simple ne nécessitant pas de frais de lancements trop lourds - Apport personnel - Poursuivre les travaux avec la clientèle déjà acquise

		- Développer le bouche à oreille -Développer partenariat avec les entreprises/artisans locaux
Développement vers la création de jardins	- Besoins en fonds de roulement	- Spécialisation de l'entreprise en entretien de jardins au départ pour développer le CA et faire augmenter la trésorerie avant de se lancer dans la création de jardins - Développement progressif en commençant avec des petits chantiers de création pour ne pas avoir à avancer des frais de matériaux trop lourd

Tableau 15 : Tableau de synthèse des étapes clés du projet de création d'entreprise. C. MICHEL 2014

Conclusion

L'étude de marché est une étape très importante dans le projet de création d'entreprise car il est important de bien cerner toutes les données avant d'officialiser l'ouverture de l'entreprise. Ce présent mémoire envisage des grands points que j'ai pu aborder grâce aux conseils qui m'ont été apportés par un entourage de personnes qualifiées au regard des thèmes abordés, et de partenaires professionnels du domaine du paysage. L'ensemble des points, résultats et conclusions qui sont décrits au travers de l'étude relèvent d'une méthodologie qui a été suivie afin d'aboutir à des données concrètes. Il est évident que tous ces points seront remis en question et ré analysés pour être le plus proches possible de la réalité lors du lancement d'une entreprise du paysage.
Toute l'étude a permis de suivre une démarche qui s'est avérée juste par la cohérence des résultats, permettant ainsi de visualiser qu'une entreprise de paysage spécialisée au lancement dans l'entretien de jardins peut se développer en suivant de tels schémas prévisionnels.
Les points qui apparaissent les plus important à travers ce mémoire sont le montage du prix de vente qui doit être calculé avec prudence pour assurer à l'entreprise une pérennité financière ; et les objectifs en termes de chantiers. La prospection de nouveaux clients doit bien être réalisée car il est nécessaire d'atteindre les objectifs de quantité de travaux pour assurer la trésorerie de l'entreprise.
L'ensemble des autres points sont tout aussi importants car ils font partie de la démarché pour créer l'entreprise de paysage ; le choix du statut juridique, le choix du CFE, la définition complète de la profession exercée, etc. Et avant tout, la définition de son projet professionnel définira l'évolution de l'entreprise au cours des années qui suivent la création.

En revanche on constate que le prévisionnel prend en compte une diminution des heures d'entretien pour respecter un contexte réglementaire en matière de durée du temps de travail limitée à 35 heures par semaine. Il aurait été intéressant de visualiser l'évolution de l'entreprise en tenant compte d'une évolution d'heure d'entretien en parallèle de l'évolution d'heures de création. Cela aurait pu mettre en avant l'éventuelle nécessité d'embauche d'un ouvrier pour parvenir à ce nombre d'heures en évolution.

De plus, il est à noter que l'entreprise se base sur l'hypothèse que le matériel est déjà acquis en raison de mon implication déjà significative dans le métier de paysagiste ; cette hypothèse est à affiner en fonction du degré d'usure des différents engins acquis et des investissements qu'il faudra réaliser en réalité pour démarrer l'activité (emprunts bancaires, location de matériel…).

L'accès aux données comme le prix de vente des entreprises a été un point compliqué, c'est pourquoi la comparaison des prix de ventes construits par rapports aux prix de vente du secteur est à relativiser car seulement peu de tarifs m'ont été communiqués. La moyenne des tarifs constatés se base uniquement sur les quelques données dont j'ai pu disposer. L'étude est donc à poursuivre sur ce point pour permettre une réelle comparaison. Cependant, cette étape n'est que purement comparative car il ne faut pas chercher à ajuster son prix en fonction des prix pratiqués mais en fonction des charges de l'entreprise, tout en parvenant à être compétitif vis-à-vis de la concurrence.

La stratégie commerciale n'a pas été abordée du point de vue charte de communication. Le choix d'un nom et d'un logo sont des points importants qui sont en cours d'étude et qui méritent d'être bien définis pour atteindre la clientèle potentielle sur le périmètre d'activité. Pour cela, la mise en relation avec un professionnel de la communication sera envisagée lorsque la clientèle à atteindre sera bien définie.

Bibliographie

Références bibliographiques
APCE 2014, Fiche Entrepreneur du paysage
INSEE- enquête logement 2006
Insee-2013- Code APE 81.30Z services d'aménagements paysagers
Legifrance- 2013- Avenant n° 11 du 18 septembre 2013 à la Convention collective nationale des entreprises du paysage du 10 octobre 2008
Legifrance- 2013- Convention collective nationale des entreprises du paysage du 10 octobre 2008, article 29, Dernière modification du texte le 18 septembre 2013
MSA 2012- L'observatoire économique et social
UNEP-2013- Baromètre Unep-Agrica au 1er semestre 2013
UNEP-IPSOS-2009- Terrasses et Jardins : nouvelles valeurs, Comment les Français voient la vie en vert, Résultats de l'enquête UNEP-IPSOS 2009
UNEP-IPSOS-2011- Le jardin rêvé des Français, Résultats de l'enquête UNEP-IPSOS 2011
UNEP-2013- Chiffres clés 2013 des entreprises du paysage

Références sitographiques
[1] INSEE http://www.insee.fr/fr/bases-de-donnees/esl/comparateur.asp?codgeo=epci-244400610 (consulté le 10/07/2014)
[2] UNEP (2014) http://www.entreprisesdupaysage.org/ (consulté le 21/07/2014)
[3] Annuaire les pages jaunes (2014) http://www.pagesjaunes.fr (consulté le 21/07/2014)
[4] Vérif (2014) http://www.verif.com (consulté le 08/08/2014)
[5] http://www.commentcamarche.net/contents/983-maitrise-d-ouvrage-maitrise-d-oeuvre (consulté le 15/07/2014)

[6] Dictionnaire Larousse en ligne (2014) http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/jardinier_jardinière/44744 (consulté le 18/07/2014)

[7] http://www.assistant-juridique.fr/activites_possibles_autoentrepreneur.jsp (consulté le 15/082014)

[8] http://www.paysaguide.com/site-93/vie-de-l-entreprise/activites-commerciales/couts-de-revient-prix-de-vente/article/couts-de-revient-prix-de-vente (consulté le 02/08/2014)

[9] http://www.creersaboite.fr/createur/formalites-administratives/redaction-des-statuts (consulté le 08/07/2014)

[10] https://www.infogreffe.fr/societes/documents-officiels/demande-kbis.html (consulté le 08/07/2014)

[11] CESU http://www.cesu.urssaf.fr/cesweb/ces1.jsp (consulté le 29/08/2014)

Annexes

I Tableau de calcul des frais d'exploitation en entretien

Désignation	Valeur achat	Durée d'utilisation en années	Valeur amortissement annuel	Charge horaire (1380h/an)
Camion	15000	8	1875,00	1,36
Taille haies	600	5	120,00	0,09
Tronçonneuse	500	5	100,00	0,07
Tondeuse	800	6	133,33	0,10
Autoportée	4000	8	500,00	0,36
Debroussailleuse	600	5	120,00	0,09
Souffleur	500	5	100,00	0,07
Entretien/réparation	700	1	700,00	0,51
Assurance	1000	1	1000,00	0,72
Carburant	2600	1	2600,00	1,88
Heures improductives	3204,36	1	3204,36	2,32
Frais comptables	1000	1	1000,00	1,45
		Total	**11452,69**	**8,30**

II Tableau de calcul des frais d'exploitation en création

Désignation	Valeur achat	Durée d'utilisation en années	Valeur amortissement annuel	Charge horaire (1380h/an)
Camion	15000	8	1875,00	1,36
Piloneuse	3000	5	600,00	0,43
Plaque vibrante	1000	5	200,00	0,14
Bétonnière	1000	5	200,00	0,14
Chargeuse	20000	10	2000,00	1,45
Motoculteur	6000	6	1000,00	0,72
Petit matériel	200	1	200,00	0,14
Petit outillage électroportatif	5000	1	5000,00	3,62
Entretien/réparation	3000	1	3000,00	2,17
Carburant	3000	1	3000,00	2,17
Assurance	3000	1	3000,00	2,17
Heures improductives	3204,36	1	3204,36	2,32
Frais comptables	1000	1	1000,00	1,45
		Total	**24279,36**	**17,59**

III Tableau récapitulatif des tarifs constatés sur le secteur Loire Atlantique Ouest en 2014

		Tarif horaire entretien (TTC)	Tarif horaire entretien SAP (TTC)	Tarif horaire création (TTC)
Entreprises	**1**	39.6 (33HT)	(Servicoop) 50.4 (42HT)	50.4 (42HT)
	2	48 (40HT)	45.6 (38HT)	54 (45HT)
	3		(Servicoop) 52 (43.33HT)	
	4			
	5			
	I	25		28
	II	51.6 (43HT)		51.6 (43HT)
Entrepreneurs seuls				
CESU	**1**	24.70 (13.5€/h net)		27.58 (15€/h net)
	2	18.26 (10€/h net)		18.26 (10€/h net)
Travail au noir	**A**	13.5		15
	B	10		10
	C			20

IV Tableau de décomposition des charges et amortissements de l'activité d'entretien pour le traitement des données en Soldes Intermédiaires de Gestion

Désignation	Valeur achat	Durée d'utilisation en années	Valeur amortissement annuel	Charge horaire (1380h/an)
Camion	15000	8	1875,00	1,36
Taille haies	600	5	120,00	0,09
Tronçonneuse	500	5	100,00	0,07
Tondeuse	800	6	133,33	0,10
Autoportée	4000	8	500,00	0,36
Debroussailleuse	600	5	120,00	0,09
Souffleur	500	5	100,00	0,07
Amortissements			**2948,33**	**2,14**
Entretien/réparation	700	1	700,00	0,51
Assurance	1000	1	1000,00	0,72
Carburant	2600	1	2600,00	1,88
Heures improductives	3204,36	1	3204,36	2,32
Frais comptables	1000	1	1000,00	1,45
Frais généraux		**Total**	**8504,36**	**6,16**

V Tableau de décomposition des charges et amortissements de l'activité de création pour le traitement des données en Soldes Intermédiaires de Gestion

Désignation	Valeur achat	Durée d'utilisation en années	Valeur amortissement annuel	Charge horaire (1380h/an)
Camion	15000	8	1875,00	1,36
Piloneuse	3000	5	600,00	0,43
Plaque vibrante	1000	5	200,00	0,14
Bétonnière	1000	5	200,00	0,14
Chargeuse	20000	10	2000,00	1,45
Motoculteur	6000	6	1000,00	0,72
Amortissements			**5875,00**	**4,26**
Petit matériel	200	1	200,00	0,14
Petit outillage électroportatif	5000	1	5000,00	3,62
Entretien/réparation	3000	1	3000,00	2,17
Carburant	3000	1	3000,00	2,17
Assurance	3000	1	3000,00	2,17
Heures improductives	3204,36	1	3204,36	2,32
Frais comptables	1000	1	1000,00	1,45
Frais généraux		**Total**	**18404,36**	**13,34**

VI Tableau de synthèse des quantités horaires facturées sur des chantiers d'entretien et sur des chantiers de création allant de 100 à 10000€

Client	Quantité d'heures annuelles d'entretien	Quantité d'heures de création
1	23	12.5
2	14	11
3	17	8
4	9	10
5	6	97.5
6	17	122
7	22	137.5
8	25	268.5
9	19.5	12
10	21.5	22
11	26	462
12	8	43
13	25	154
14	6	3.5
15	19	24.5
16	23	2
17	7	
18	10	
19	16	
20	28	
Moyenne	16,72	84,60

AGRO CAMPUS OUEST	Diplôme : Ingénieur Paysagiste Spécialité : Paysagiste Spécialisation / option : Maîtrise d'œuvre et Ingénierie Enseignant référent : Vincent BOUVIER

Auteur : Charles MICHEL Date de naissance : 18/11/1990	Organisme d'accueil : Les Jardins du Littoral Adresse : 10 rue Louis Seguin 44600 St Nazaire Maître de stage : Bertrand REYNAUD
Nb pages : 37 Annexe(s) : 6	
Année de soutenance : 2014	

Titre français :

Projet de création d'une entreprise de travaux paysagers : Approche méthodologique

Titre anglais :

Landscaping company creating project : Methodological approach

Résumé :

La réussite d'un projet de création d'une entreprise de paysage est conditionnée par :

→La définition précise du projet personnel et professionnel
→L'approfondissement de l'étude de marché
→L'étude financière en amont

Ce mémoire traite de ces différents points en suivant une méthodologie afin de mettre en avant et de présenter étape par étape les moments clés du projet de création d'entreprise.

Abstract :

The success of a landscaping company creating project is based on :

→ The fair definition of personal and professional project
→ A thorough market research
→ Financial upstream study

This Master Thesis discusses these points by following a methodology to highlight and present step-by-step key points in the project to create a landscaping company.

Mots-clés : Création d'entreprise, Entreprenariat, Entrepreneur du paysage

Key Words: Company creating, Landscaping businessman