



AXE N°01

GRANDIR / SE DÉVELOPPER

MODULE 1 : Se préparer à la recherche de partenaires financiers

Vos organisations professionnelles sont fières de mettre en œuvre cette formation à travers le plan filière des industries créatives d'Île de France. Chaque action de ce plan a été conçue spécifiquement pour vous !

Nous espérons vivement que vous serez nombreux à y participer et que la passion qui anime chaque partenaire et intervenant sera visible et palpable dans les moments d'échanges que vous vivrez durant cette expérience unique.

Objectifs de la formation

Appréhender les rôles et missions de vos partenaires financiers afin d'améliorer vos relations quotidiennes et d'anticiper et ajuster votre stratégie d'approche lors de sollicitations spécifiques.

S'approprier la logique d'analyse des partenaires financiers, en fonction de la nature du besoin de financement.

Formaliser votre projet stratégique, base de la construction des projections financières de votre business plan.

Se familiariser avec le vocabulaire comptable et financier et **comprendre la mécanique** de structuration d'un business plan, orchestrant indicateurs de performance et équilibre financier de votre projet stratégique

Identifier et mettre en avant les points forts de votre projet en fonction des leviers de financement que vous cherchez à actionner.

S'exercer à la présentation de votre projet stratégique et de votre business plan dans le cadre d'une recherche de partenaires financiers précise.

PUBLIC VISÉ ET EFFECTIF

Equipe pluridisciplinaire pouvant comprendre les dirigeants, artisans/créateurs, les directions marketing, commerciales, les directions administratives et financières.

Dans un souci d'efficacité pédagogique l'effectif par groupe sera limité à 10 participants

DURÉES

* **Durée totale** : 13 jours (soit 104 heures)

* **Durée inter entreprise** : 7,5 journées (réparties en 2+2+1,5+2)

* **Durée intra entreprise** (dans chaque entreprise en formation-action) : 5,5 journées (réparties en 5 sessions d'une journée et 1 session d'une 1/2journée).

A noter : En fonction de vos besoins spécifiques des actions de conseil complémentaires pourront vous être suggérées. Un devis vous sera systématiquement proposé, il vous appartiendra de l'accepter ou de le refuser.

DATES ET LIEUX

* Dates groupe 1

* Dates inter-entreprise 1: 01 (après-mid), 02 et 03 février 2010

* Dates intra 1 : 2 jours par entreprise sur les mois de février et mars 2010.

* Dates inter-entreprise 2: 30 et 31 mars 2010

* Dates intra 2: 2 jours par entreprise sur les mois de avril et mai 2010.

* Dates inter-entreprise 3: 07 juin 2010

* Dates intras 3+4: 1,5 jour par entreprise sur les mois de juin et juillet 2010.

* Dates inter-entreprise 4: 19 et 20 juillet 2010

* **Horaires** : 9h – 13 h et 14 h – 18 h

* Lieux

* Lieu de la session inter entreprise: **AAF** (Ateliers d'Art de France), 6, rue Jadin 75017 Paris

* Lieu des sessions intra entreprise: sur site de **chaque entreprise**

A noter

Le participant s'engage pour le parcours de formation complet de 13 jours. Tout parcours commencé sera dû en totalité.

COÛT DE LA FORMATION

par participant pour les 13 journées :

* Adhérent à l'une des 8 organisations professionnelles signataires : 1820 € HT soit 2176,72 € TTC

* Non-adhérent à l'une des 8 organisations professionnelles signataires. 2184 € HT soit 2612,06 € TTC

→ Ces tarifs ne comprennent pas les frais de restauration & de déplacement qui restent à la charge des participants.

A noter

Cette action bénéficie d'une prise en charge par la DRIRE la REGION ÎLE DE FRANCE et l'EUROPE dans le cadre du PLAN FILIERE DES INDUSTRIES CREATIVES REGION ÎLE DE FRANCE. Sans cette prise en charge des partenaires publics et les contributions des organisations professionnelles signataires le coût de ce séminaire serait de 9656,25 € HT soit 11548,88 € TTC par participant.



PROGRAMME DÉTAILLÉ

1. ROLES ET MISSIONS DE VOS PARTENAIRES FINANCIERS

Intervenants – Damien MINA et/ou Nicolas BONLIEU

Déroulé type pour chaque typologie de partenaire

- Comment bien choisir ses partenaires financiers ?
- Objectifs de chaque typologie de partenaire avec un client entreprise ?
- Comment optimiser la relation avec chaque typologie de partenaire ?
 1. Comment gérer la crise, une crise de trésorerie, une crise que traverse l'entreprise, ... ?
 2. Comment anticiper une demande de crédit ?
 3. Comment communiquer ?
 - ★ La banque
 - ★ Les sociétés d'affacturage
 - ★ Les organismes de crédit-bail
 - ★ Les compagnies d'assurance crédit
 - ★ Les investisseurs de « haut de bilan »
 - ★ La banque de France et les conséquences de BALE II sur l'accès au crédit
 - + Comprendre la cotation Banque de France ?
 - + Comprendre Bâle II et ses conséquences sur l'accès au crédit
 - ★ L'expert comptable
- Les différentes typologies de besoins de financement

2. LA DEMARCHE DE FORMALISATION D'UN PROJET STRATEGIQUE

Intervenant – Alain Styl

- Principes fondamentaux de l'analyse stratégique
 - ★ L'orientation résultats,
 - ★ L'orientation clients, le leadership et la constance dans la poursuite des objectifs,
 - ★ Le management par les processus et les faits,
 - ★ L'implication des personnels,
 - ★ L'amélioration continue et l'innovation,
 - ★ Les partenariats fondés sur des avantages réciproques
 - ★ La responsabilité sociale de l'entreprise.
- La notion de différenciation
 - ★ La notion d'avantage concurrentiel:
 - + Difficilement imitable
 - + Difficilement substituable
 - + Difficilement échangeable
 - ★ La pérennité de l'avantage concurrentiel réside en la capacité de l'entreprise à :
 - + Identifier l'origine de sa «ressource rare»
 - + La protéger
 - + Veiller à ne pas en tarir la source et veiller à son renouvellement
- Quelques outils d'analyse
 - ★ Chaîne de valeur, Business Model, Swot

[SUITE DU PROGRAMME PAGE SUIVANTE]



PROGRAMME DÉTAILLÉ

- La méthodologie de formalisation du projet stratégique
 - ★ La connaissance de l'entreprise et le champ des possibles
 - + La plateforme de l'entreprise : Vision, Mission, Valeurs, Ambition, Promesse, Cible, Positionnement
 - + Comprendre l'entreprise dans son contexte et décrypter la situation
 - + La connaissance de l'entreprise et le champ des possibles (suite)
 - + L'analyse des potentiels
 - + Mise en application sur le cas de son entreprise
 - ★ Le choix stratégique
 - + Inventer les stratégies possibles
 - + Choisir celle qui convient le mieux
 - + Mise en application sur le cas de son entreprise
 - ★ Le Business Plan et la mise en œuvre
 - + L'alignement stratégique
 - + Le plan d'actions
 - + Mise en application sur le cas de son entreprise
- La conduite du changement
 - ★ Le processus de changement
 - + Les méthodes de management
 - + Le rôle du dirigeant
 - ★ Les tableaux de bord de pilotage

3. VOCABULAIRE COMPTABLE ET COMPREHENSION DES INFORMATIONS FINANCIERES

- Approche globale économique
 - ★ L'environnement économique et financier
 - ★ Le système d'information comptable
- Les informations financières de base
 - ★ Les informations sur l'activité de mon entreprise :
 - + Le résultat de mon entreprise
 - + La présentation gestion : que signifie la valeur ajoutée, l'excédent brut d'exploitation, la capacité d'autofinancement
 - + Que faut-il en retenir ?
 - ★ Les informations de l'équilibre financier à la fin d'un exercice
 - + Le bilan de mon entreprise
 - + L'approche fonctionnelle du bilan : que signifie le fonds de roulement, le besoin en fonds de roulement
 - + Comment j'interprète le bilan fonctionnel ?
- Les informations financières de base (suite)
 - ★ Les informations de flux de trésorerie au cours d'un exercice
 - + Approche globale du tableau de financement
 - + Comprendre et utiliser le tableau de flux de trésorerie
 - + Quels renseignements je peux en retirer ?
- L'analyse financière par les ratios
 - ★ L'équilibre financier de mon entreprise : quels sont les ratios essentiels ?
 - ★ La rentabilité de mon entreprise : comment se mesure cette rentabilité ?
 - ★ L'analyse du cycle d'exploitation

4. LA MECANIQUE DE CONSTRUCTION D'UN BUSINESS PLAN

- L'organisation d'un Business Plan
 - ★ La déclinaison stratégique en matière financière
 - ★ L'articulation avec les documents prévisionnels

[SUITE DU PROGRAMME PAGE SUIVANTE]



M 1 : Se préparer à la recherche de partenaires financiers

PROGRAMME DÉTAILLÉ

- La méthodologie d'élaboration
 - ★ Les informations qualitatives
 - + L'activité : les produits, les clients, la concurrence, les marchés
 - + L'organisation : le management, les ressources humaines, les moyens
 - + La synthèse des forces et faiblesses de l'entreprise
 - ★ Les informations quantitatives
 - + La première année du plan
 - + Le prévisionnel de trésorerie
 - + L'investissement : qualifier les moyens, le financement
 - + Les années suivantes
 - + Le plan de financement
 - ★ Mise en application sur le cas de son entreprise

5. NATURE DES BESOINS DE FINANCEMENT ET LOGIQUE SOUS JACENTE DES PARTENAIRES

Intervenants – Damien MINA et/ou Nicolas BONLIEU

- Financer votre besoin en fond de roulement
 - ★ Définition du BFR
 - + Signaux d'alerte de la nécessité de recourir à des partenaires pour financer votre BFR
 - ★ Comment financer
 - + Le stock ?
 - + Son poste clients domestiques et export ?
 - ★ Mise en application sur un cas concret
- Financer vos investissements
 - ★ Comment financer vos actifs (matériels et immatériels)
 - ★ Mise en application sur un cas concret
- Financer en fonds propres
 - ★ Comment financer votre croissance ?
 - ★ Comment financer l'acquisition d'entreprise ?
 - ★ Mise en application sur un cas concret

6. L'IDENTIFICATION DES BONS PARTENAIRES, ET L'AJUSTEMENT DU BUSINESS PLAN A LEURS ATTENTES SPECIFIQUES

- Le choix des partenaires
 - ★ La description du projet
 - ★ La vue d'ensemble de l'entreprise, l'environnement de l'entreprise
 - ★ La stratégie de l'entreprise
 - ★ Le plan d'action chiffré et la recherche du ou des partenaires financiers adaptés
 - ★ Mise en application sur le cas de son entreprise
- L'ajustement du business plan à la typologie de partenaire sollicité
 - ★ Les attentes des partenaires financiers
 - ★ La négociation
 - ★ Mise en application, par simulation de phase de négociation, sur le cas de son entreprise

★ Organisme de formation : MEDIFA - Département formation

Contact : **Catherine PROD'HOMME**

28 bis avenue Daumesnil

75012 PARIS

Direct : 01 44 68 18 34 / Fax : 01 44 74 37 65

E.mail : prodhomme.ifa@mobilier.com

★ Prestataire principal sur cette formation : ADEQUATION

Association pour la formation dans les industries de l'ameublement

Contact : **Sophie AUDUGÉ**

Ingénieur projet et Directrice de formation

Direct : 05 56 52 63 69 / Portable : 06 85 19 52 16

E.mail : sauduge@mac.com



LES EXPERTS



Nicolas BONLIEU

Damien MINA

Damien MINA et Nicolas BONLIEU sont titulaires respectivement d'une Maîtrise en Economie Appliquée (Monnaie et banque) et de l'Institut Supérieur de Gestion. Après un parcours d'une quinzaine d'années dans le milieu Bancaire ils se sont associés pour fonder fin 2008 le Comptoir Financier, cabinet de conseil en finance et courtage en affacturage.

Ils ont occupé pour UBP - Groupe CCF – HSBC, respectivement les fonctions de, chargé de clientèle, directeur de centre d'affaires entreprise, directeur d'agence, directeur adjoint responsable de la ligne entreprise et directeur succursale.

Leur expertise du milieu bancaire leur permet d'apporter aujourd'hui, dans le cadre de missions de formation ou de conseil, une analyse constructive et très pragmatique pour des entreprises en recherche de partenaires financiers et d'investisseurs.



Alain STYL

Alain Styl est avant tout un homme de terrain, spécialiste du management d'entreprise. Diplômé de l'ESSEC et titulaire de l'Executive MBA HEC, son parcours professionnel dense, lui a permis d'exercer des fonctions de pilotage opérationnel dans différents secteurs professionnels. Il a occupé la fonction de directeur Marketing International pour plusieurs marques : Devanlay-Lacoste, Roger&Gallet, SANOFI BEAUTE, GUERLAIN. Il occupe ensuite la fonction de directeur général d'une PME, puis Directeur exécutif stratégie et marketing du groupe PARISOT. Depuis 2009, il intervient en formation et conseil en stratégie et accompagnement d'entreprises en situations complexes. Sa mission première : définition de projet et mise en place opérationnelle.



Maurice BERTRAND

Diplômé de l'Institut Français de Gestion (IFG) Maurice Bertrand occupe pendant la première partie de son parcours professionnel des fonctions opérationnelles de contrôleur de gestion, contrôleur budgétaire, puis directeur administratif et financier pour des PME. Depuis 1992 Maurice consacre une grande partie de son activité à la formation et au conseil en PME et TPE dans le domaine de la gestion et de la finance. Le reste du temps il occupe la fonction de directeur administratif et financier en temps partagé pour une PME régionale. Pragmatique, et très pédagogue, Maurice sait rendre le vocabulaire comptable « digeste » et l'analyse financière « vivante, voire passionnante » ! Maurice anime les séminaires de Gestion et Finance (comptabilité, gestion budgétaire, tableau de bord) du cycle "Dirigeant de PME" de l'IFG.

