

Ouvrir un magasin

« les étapes de la création »



Le petit guide pour tous ceux qui désirent

« ouvrir un magasin »

Ce guide est un recueil des différentes informations récoltées sur internet afin de vous faire gagner du temps et certaines infos peuvent être erronées.n'hésitez pas à me le signaler

En application du Code de la propriété intellectuelle, IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit sans l'autorisation préalable écrite de l'auteur.

Ouvrir un magasin, vous êtes très nombreux à chercher des renseignements en France sur le sujet.

Quel que soit votre âge, le projet n'est pas à prendre à la légère car vous allez devoir donner beaucoup de votre temps, de vos efforts et de votre argent si votre projet abouti. Il est donc prépondérant de ne pas se tromper dans toutes les étapes de la création pour ouvrir un magasin.

Dans un premier temps, comment vous est venue cette idée?

Est-ce une idée « en l'air » qui passait dans votre esprit, qui se matérialise souvent par «Tiens, je me verrais bien avoir un beau magasin, être mon propre patron pour pouvoir faire ce que je veux dans ma boutique » ou un projet de longue date auquel vous avez mûrement réfléchi. Pour que votre projet vous mène vers la réussite, il ne faut pas brûler les étapes et en étudier sérieusement la viabilité.

C'est le but de cet e-book, vous y trouverez un maximum de renseignements sur la marche à suivre. Connaître les étapes de la création pour réussir votre projet.

Surtout, rappelez-vous que la crise est là donc moins de pouvoir d'achat pour une certaine clientèle.

Si vous désirez ouvrir un magasin, faites-le pour satisfaire vos clients plutôt que pour vous satisfaire vous-même.

N'oubliez pas que ce sont vos clients qui vont décider de votre réussite.

Tout d'abord, les questions à se poser :

- Savez-vous accueillir du public ?
- Savez-vous respecter des horaires ?
- Aurez-vous la patience d'attendre le client parfois pendant des heures ?
- Avez-vous le sens de l'organisation ?
- Connaissez-vous bien les produits ou services que vous allez proposer?
- Connaissez-vous l'importance d'un bon emplacement pour votre local?
- Avez-vous des capacités de gestionnaire?
- Si non, prévoyez-vous de vous former à la gestion ?
- Savez-vous ce qu'est un business plan?
- Connaissez-vous vos concurrents?
- Avez-vous un plan de financement viable?
- Avez-vous un apport personnel?
- Savez-vous ce qu'est un bail commercial et les différents baux existants?
- Connaissez-vous les différents régimes fiscaux, régimes sociaux et les formes juridiques?

La liste est longue pour ouvrir un magasin, il vaut mieux prendre son temps et savoir par où commencer...

En application du Code de la propriété intellectuelle, IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit sans l'autorisation préalable écrite de l'auteur.

J'ai ouvert de nombreux commerces et boutiques, avec des réussites mais aussi des échecs et c'est pour cette raison que je souhaite vous faire partager mes expériences.

Voici la liste des magasins et commerces que j'ai ouverts :

1. Un café, bar à thème
2. Un magasin de pièces moto
3. Une boutique en ligne de petites annonces
4. Une crêperie
5. Une boutique en ligne de pièces moto
6. Un magasin d'informatique
7. Une boutique de produits bio
8. Un service de livraison d'épicerie en milieu rural
9. Plusieurs sites web de conseil à la création d'entreprise, création et référencement de site

Rentrons, à présent, dans le vif du sujet!

[Voir le sommaire à la fin de cet e-book](#)

Les étapes de la création pages

Le succès de votre projet repose sur une préparation minutieuse des étapes de la création comprenant:

- Une étude de marché concernant les produits ou services mis en vente
- Une étude des coûts de création de votre entreprise, immatriculation au registre du commerce ou déclaration d'activité pour les auto-entrepreneurs etc...
- Un plan de financement et business plan, vous pourrez le remplir vous-même ou vous faire aider par un expert-comptable.
- Le calcul des prévisionnels, Comment les calculer?

C'est souvent le point difficile surtout si c'est votre premier projet.

Les prévisionnels vous permettent de réaliser la viabilité de votre projet.

Ils vous permettrons de répondre aux questions suivantes:

1. De quels capitaux avez-vous besoin ? (Voir le plan de financement initial)
2. Votre projet sera-t-il rentable ? (voir le compte de résultat sur 3 ans)
3. Vos recettes seront-elles suffisantes pour payer les dépenses ? (voir le plan de trésorerie)
4. Quel chiffre d'affaire devrez vous atteindre pour payer vos charges ? (voir le

point mort)

5. Les finances de votre entreprise évolueront-elles dans le temps afin de faire face aux besoins durables ? (voir le plan de financement sur 3 ans)

- Une étude de votre concurrence dans votre secteur géographique

- Le dossier de demande de prêt

- Les régimes fiscaux

- Les régimes sociaux

- Les formes juridiques

- Une étude des aides en vigueur

- La publicité et les assurances

Les étapes en détail

Vous devez procéder par étapes et tout d'abord bien vous connaître en tant que porteur de projet. Il va falloir mettre noir sur blanc, vos qualités, défauts, connaissances et lacunes, vos motivations et contraintes.

Sachez que la création d'entreprise est un engagement total qui va transformer votre vie, il va falloir engager votre responsabilité et bien souvent celle de vos proches.

Être 24h sur 24 ensemble, si vous travaillez en famille, n'est pas chose facile même si au début votre motivation est au top, la fatigue, les soucis d'argent, les charges à payer, les éventuelles mise aux normes ... peuvent transformer votre « rêve » donc, bien mettre les choses au clair avant de vous lancer. Même si vous vous lancer seul dans cette aventure, le soutien de votre entourage est important.

Si vous étiez salariés, vous n'aurez plus les week-ends, les congés, les horaires et tous ces changements risquent d'en user plus d'un. Je ne dis pas cela pour vous démoraliser mais il vaut mieux connaître la réalité avant que pendant car une fois votre magasin ouvert, vous aurez plus de difficultés pour changer de cap.

Si vous n'êtes pas expérimenté, l'idéal serait de faire un stage en entreprise (fortement conseillé) pour connaître vraiment l'expérience sur le terrain.

Un stage de gestion est obligatoire pour pratiquer certaines activités et je pense qu'il devrait être une évidence pour tout porteur de projet.

Vos motivations

Elles doivent être en concordance avec votre projet !

On entend souvent « je rêve d'ouvrir un magasin... »

Quoi qu'il en soit , rassurez-vous, si toutes les conditions sont réunies, vous pouvez

vous adapter et être heureux de la réussite de votre affaire.

Plusieurs raisons de motivations peuvent être évoquées :

- Suite à un licenciement ou pour une reconversion : attention au changement de rythme de travail, de niveau de revenu etc...
- Pour vivre un projet en commun avec un associé, un proche : il est conseillé de bien connaître votre futur « associé » car le métier demande beaucoup de qualités et de sacrifices donc une motivation et une honnêteté sans faille.
- Pour développer et revendre votre affaire, bien réfléchir à certains critères pour séduire les acquéreurs potentiels : l'emplacement, la notoriété, les possibilités de développement... en effet si votre affaire est déjà exploitée au maximum en terme de jour ouvrés, horaires et chiffre d'affaire, vous aurez du mal à intéresser un repreneur. Même si à l'heure d'aujourd'hui, vous n'êtes pas dans l'idée de revente, soyez prévoyant pour votre avenir.

L'étude de marché

Une étude de la concurrence est importante car elle permet de connaître les acteurs de votre marché (le nombre d'entreprises de votre secteur, le potentiel de clientèle, les différents emplacements avec leur évolution, les contacts du secteur qui pourront devenir vos prescripteurs ...), de prendre les bonnes décisions afin d'atteindre l'objectif que vous vous serez fixé et de contribuer au montage de vos prévisionnels.

Notez donc dans un secteur proche puis plus éloigné, combien de magasin identiques existent, ceci est à mettre en rapport avec le nombre d'habitants, visitez les, observez leur produits, étudiez les prix, l'emplacement, la décoration, l'accueil...

Renseignez vous sur le marché actuel, bon , moyen ou mauvais.

Vous pouvez également demander à la chambre des métiers, la liste des concurrents de votre branche, et obtenir leurs bilans et autres infos, s'ils sont en société.

L'étude de marché permet de calculer votre futur chiffre d'affaire, vos prévisionnels sur 3 ans, demandés lors de la demande de prêt... (voir dans « Comment calculer ses prévisionnels »).

Il est conseillé de se distinguer des autres magasins par des produits, une décoration, un accueil, une qualité, un service après-vente différent...

Votre étude terminée et mise en forme, vous pourrez adapter une « stratégie commerciale ».

Exemple : si vos concurrents n'ouvrent pas certains jours ou à certains horaires, s'ils ne font pas de publicité sur certains supports, il sera peut-être bon d'opter pour ces choix.

Vous pourrez ensuite, au regard de la stratégie, déterminer le budget adéquat tout en agissant pour atteindre un développement pérenne.

N'hésitez pas à faire appel à des personnes avisées pour vous aider dans votre projet : expert comptable, agence de publicité, boutique de gestion qui aident gratuitement les demandeurs d'emploi (voir avec [pôle emploi](#)) etc...

Sachez qu'une étude de marché bien menée vous permet de diminuer les risques d'échec.

Comment calculer vos prévisionnels

C'est souvent le point difficile surtout si c'est votre premier projet.

Les prévisionnels vous permettent de réaliser la viabilité de votre projet.

Ils vous permettront de répondre aux questions suivantes:

- De quels capitaux avez-vous besoin ? (Voir le plan de financement initial en bas de page)

- Votre projet sera-t-il rentable ? (voir le compte de résultat sur 3 ans en bas de page)
- Vos recettes seront-elles suffisantes pour payer les dépenses ? (voir le plan de trésorerie en bas de page)
- Quel chiffre d'affaire devrez vous atteindre pour payer vos charges ? (voir le point mort)
- Les finances de votre entreprise évolueront-elles dans le temps afin de faire face aux besoins durables ?

Le plan de financement initial

De quels capitaux avez-vous besoin, votre apport personnel est-il suffisant?

Le plan de financement initial répondra à vos questions. Pour établir **le plan de financement initial**, il vous faut lister les besoins en investissement. La méthode la plus simple est d'inscrire dans deux colonnes les investissements comme suit

1)les Besoins durables

- Les frais de constitution, honoraires, taxes, la caution de location du local...
- Le BFR, besoin en fonds de roulement pour le stock de départ
- Le gros matériel au-dessus de 500€ HT
- Agencement, travaux, mise aux normes...

2)Les ressources durables

- Apport personnel

- subventions
- emprunts...

Les totaux des deux colonnes du plan de financement initial doivent donc être égaux.

Voici une grille de calcul de **plan de financement initial** proposée par BPI

FRANCE, [Télécharger](#)

Le plan de trésorerie

Le plan de trésorerie permet de prévoir si vous pouvez payer vos dépenses mois par mois.

Il est représenté par un tableau présentant toutes les entrées et sorties d'argent prévus au cours de la première année, ventilés mois par mois.

Il permet aussi, avant d'ouvrir votre boutique, en cas de déficit de trésorerie, de prévoir une solution.

Voici une grille de calcul automatique du **plan de trésorerie** proposée par BPI

FRANCE: [Télécharger](#)

Le point mort

Le point mort ou seuil de rentabilité correspond au chiffre d'affaire nécessaire pour faire face à toutes vos charges et au-delà duquel vous réalisez un bénéfice.

Le compte de résultat sur 3 ans

Le compte de résultat permet de contrôler sur 3 années d'exercice, que votre magasin dégage un bénéfice, après avoir payé toutes vos charges.

Voici un modèle de calcul de **compte de résultat sur 3 ans** proposé par BPI

FRANCE : [Télécharger](#)

Le plan de financement sur 3 ans

Le plan de financement permet de prévoir comment financer les investissements ainsi que le besoin en fonds de roulement.

Voici un modèle de tableau de **plan de financement** proposé par BPI FRANCE:

[Télécharger](#)

Le plan d'affaire ou business plan

Pour créer votre magasin, vous allez avoir besoin d'argent. Vous devrez convaincre votre banquier ou des investisseurs en leur présentant un **plan d'affaire** crédible.

Un business plan ou plan d'affaire vous permet de résumer votre projet et atteste de votre préparation et de votre capacité à relever le défi. Il permet aussi de savoir si vous êtes capable de mener à bien votre création en étudiant tous les paramètres et

donc de minimiser les risques.

Pour le réaliser : connaissez le marché sur lequel vous allez intervenir, analysez votre projet, appréciez vos concurrents, déterminez les ressources dont vous aurez besoin.

La recherche du local

Le local dans la perspective d'une création est prépondérant pour la réussite de votre entreprise.

L'emplacement est le facteur n°1 à prendre en compte.

- Sachez qu'un local à l'intersection de rues est conseillé pour sa visibilité.
- Il faut qu'il soit proche d'une clientèle définie, par exemple, près de bureaux, administrations, zone commerciales ou centre ville.

Attention au [bail commercial, lire sur ICF](#)

- Préférez une ville importante plutôt qu'en pleine campagne ou un petit bourg.
- La proximité de parkings est indispensable.
- Si vous êtes locataire, attention au coût du pas de porte ou droit au bail, accord du syndic pour les métiers de bouche (A cause des nuisances dues aux odeurs de cuisson lors de leur extractions ventilées, du bruit généré par la clientèle dans le local et à la sortie en cas de fermeture tardive...)
- Prenez en compte l'état des locaux, leurs correspondances avec l'activité et les mises aux normes à venir: issue de secours : [voir le site](#), accès handicapés

L'étape du choix du local est fondamentale pour tout commerce de détail, le facteur clé de réussite est dans l'art de savoir faire ce choix.

Trouver le lieu idéal peut demander entre six mois et un an de recherche.

Il faut être capable de se décider vite mais sans précipitation car le bail commercial peut constituer un véritable piège pour un commerçant non averti !

Deux exemples de clauses devront attirer votre attention.

La clause dite « gros travaux », visant à faire prendre en charge par le locataire des travaux incombant normalement au bailleur (ravalement de l'immeuble, grosse réparation...)

La clause « remboursement de l'impôt foncier et de l'assurance de l'immeuble », ordinairement à la charge du propriétaire, qui peut faire exploser le montant du loyer annuel !

Prenez soin également de vérifier, auprès des services d'urbanisme de la commune d'implantation, qu'il n'y a aucun projet d'aménagement dans votre voisinage susceptible de constituer un handicap pour votre commerce (interdiction de stationner, nouveau plan de circulation, création d'une ligne de tramway ou de métro...).

Ces travaux peuvent détourner votre clientèle et diminuer fortement voire supprimer votre chiffre d'affaire.

Votre publicité

Les solutions pour faire connaître votre magasin.

Il existe plusieurs moyens pour communiquer.

Vous pouvez utiliser les médias, **la presse régionale** permet souvent aux nouvelles entreprises de se faire connaître gratuitement.

Les **radios locales** peuvent aussi donner un coup de pouce aux jeunes entreprises.

La distribution de **prospectus** peut-être un bon support qui permettent de cibler le secteur, par exemple en distribuant des prospectus sur les parkings des grandes surfaces avoisinantes, dans les commerces de proximité...

Vous pouvez également **offrir une promotion**.

L'**organisation d'événement**, pour fêter l'ouverture de votre magasin peut également être un bon moyen pour attirer du monde.

Il est conseillé d'avoir un **site Internet**, très pratique pour indiquer votre adresse, vos horaires, vos nouveaux produits...

Inutile de dépenser des fortunes, il existe des solutions pour créer vous-même un site professionnel, ou si vous ne voulez pas vous en occuper, des solutions à moindre

coût par une agence de création de site

VOIR SITE WORDPRESS SUR INTERNET

Les Formalités d'installation

L'ouverture d'un commerce est soumise à des formalités administratives (immatriculation au registre du commerce et des sociétés -RCS-, déclaration au services des impôts, etc.) qui sont, pour la plus grande partie, prises en charge par le centre de formalités des entreprises (CFE), placé auprès de la chambre de commerce et d'industrie (CCI).

En fonction du statut choisi par le commerçant, différentes formalités sont nécessaires :

- commerçant indépendant
- auto-entrepreneur
- franchisé
- commerçant ambulant en cas d'activité hors de la commune de l'établissement principal ou sur la voie publique (marché, foire...)

Le professionnel qui souhaite ouvrir un commerce peut :

- soit être propriétaire de son fonds de commerce qu'il exploite directement,
- soit exploiter un fonds de commerce, dont il n'est pas propriétaire, en location-gérance.

D'autres formalités sont à respecter par le commerçant qui n'ouvre pas de local commercial, mais vend uniquement sur internet (commerce électronique).

Certains commerces spécifiques sont soumis à des formalités particulières, nécessitant des licences ou autorisations spéciales, en fonction des produits vendus :

- restauration et débit de boissons , voir les sites [ouvrir un restaurant](#) et [ouvrir un bar](#)
- tabac
- presse
- métaux précieux
- brocante et antiquités
- pharmacie
- agence de voyage

Quel commerce désirez vous ouvrir ?

Attention à la concurrence !

Certains produits sont déjà vendus à bas prix dans certains magasins, êtes-vous sûr qu'il n'y a pas de concurrent à quelques kilomètres de votre futur implantation ?

Connaissez vous bien les produits que vos allez vendre ?

Saurez-vous répondre à toutes les questions des clients ?

Les produits que vous vendez doivent vous passionner ou tout du moins vous intéresser car vous vous lasserez de les proposer à votre clientèle !

Avez-vous pensé à la franchise ?

Qu'est-ce que la Franchise ?

La franchise est une méthode de collaboration entre une entreprise, le franchiseur d'une part, et une ou plusieurs autres entreprises, les franchisés d'autre part, avec un objectif clairement affiché : le développement et le profit réciproques.

Les franchiseurs offrent un savoir-faire, une expérience et un panel de produits et/ou de services pour former un concept franchisable. Ils soulignent également l'importance de la notion de réseau créé par le franchiseur qui a vocation à le pérenniser.



Voici tous les renseignements que l'on trouve sur le site

service-public.fr

En application du Code de la propriété intellectuelle, IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit sans l'autorisation préalable écrite de l'auteur.

Vous avez le projet d'ouvrir un commerce. Quelles sont les étapes indispensables avant l'ouverture et après le montage du projet ? Quelles sont les démarches à accomplir ? Le point sur les formalités à ne pas oublier.

Pour préparer votre projet

- [Formalités d'installation](#)
- [Local commercial](#)
- [Pratiques commerciales](#)
- [Se renseigner sur la fiscalité des commerces](#)
- [Services en ligne et formulaires](#)
- [Où s'adresser ?](#)
- [Références](#)

Pour préparer votre projet

Le succès d'un nouveau commerce dépend du temps consacré à l'étude du projet avant son installation :

- étude de marché dans le secteur d'activité choisi ou du type de produit vendu (certains secteurs étant plus porteurs que d'autres)
- [étude de marché](#) dans la zone géographique (présence de concurrents bien implantés notamment)
- [étude des coûts](#) et [montage financier](#), avec notamment des aides de [soutien au commerce de proximité](#)
- choix du [nom commercial ou de l'enseigne](#)

Formalités d'installation

L'ouverture d'un commerce est soumise à des formalités administratives (immatriculation au registre du commerce et des sociétés -RCS-, déclaration au services des impôts, etc.) qui sont, pour la plus grande partie, prises en charge par le centre de formalités des entreprises (CFE), placé auprès de la chambre de commerce et d'industrie (CCI).

En fonction du statut choisi par le commerçant, différentes formalités sont nécessaires :

- [commerçant indépendant](#)
- [auto-entrepreneur](#)
- [franchisé](#)

En application du Code de la propriété intellectuelle, IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit sans l'autorisation préalable écrite de l'auteur.

- [commerçant ambulant](#) en cas d'activité hors de la commune de l'établissement principal ou sur la voie publique (marché, foire...)

Le professionnel qui souhaite ouvrir un commerce peut :

- soit être propriétaire de son [fonds de commerce](#) qu'il exploite directement,
- soit exploiter un fonds de commerce, dont il n'est pas propriétaire, en [location-gérance](#).

D'autres formalités sont à respecter par le commerçant qui n'ouvre pas de local commercial, mais vend uniquement sur [internet \(commerce électronique\)](#).

Certains commerces spécifiques sont soumis à des formalités particulières, nécessitant des licences ou autorisations spéciales, en fonction des produits vendus :

- [restauration et débit de boissons](#)
- [tabac](#)
- [presse](#)
- [métaux précieux](#)
- [brocante et antiquités](#)
- [pharmacie](#)
- [agence de voyage](#)

Local commercial

Il ne faut pas confondre :

- le [bail commercial](#) qui est un contrat de location de locaux utilisés pour l'exploitation d'un fonds de commerce, soumis à une réglementation particulièrement protectrice pour le locataire, qui concerne les **locaux** (conclu entre le propriétaire du fonds de commerce et le bailleur du local)
- et le [fonds de commerce](#) qui permet l'exploitation d'une activité commerciale, qui concerne **l'activité** (conclu entre le propriétaire du fonds de commerce et le locataire-gérant)

Si l'exploitant a l'intention d'ouvrir un commerce de détail de plus de 1 000 m², une [autorisation de grande surface commerciale](#) doit être obtenue avant la délivrance du permis de construire.

Si vous prévoyez d'installer une terrasse, un étalage ou un kiosque, qui empiète sur le domaine public (place, trottoir...), il est nécessaire d'obtenir au préalable une [autorisation d'occupation du domaine public](#) (permis de stationnement ou permission de voirie), moyennant le paiement d'une

redevance.

Si vous souhaitez installer une [enseigne](#) sur votre commerce ou une [pré-enseigne](#) qui le signale en amont, certaines règles doivent être respectées.

Pratiques commerciales

Afin de protéger le consommateur et garantir la libre concurrence entre les commerces, le secteur est soumis à de nombreuses réglementations, notamment en matière de :

- [fixation et règles d'affichage des prix](#), notamment en matière de [prix de vente du livre](#)
- [ouverture des commerces le dimanche](#)
- [pratiques commerciales et anticoncurrentielles interdites](#)
- [vente au déballage](#) (pour les vide-greniers, les brocantes ou les ventes exceptionnelles de produits alimentaires)
- [soldes](#)

Les commerçants sont également soumis à des obligations particulières en matière de [comptabilité](#) ou de [facturation](#).

Se renseigner sur la fiscalité des commerces

Les commerces sont soumis à différents impôts et taxes en fonction de leur chiffre d'affaires :

- [impôt sur les sociétés](#) en fonction des bénéfices, pour les sociétés anonymes (SA) ou les SARL
- [taxe sur les surfaces commerciales](#) (Tascom), pour les surfaces de vente de plus de 400 m² réalisant plus de 460 000 € de chiffre d'affaires,
- [impôt sur le revenu](#) pour les commerçants déclarés en entreprise individuelle dans la catégorie des bénéfices industriels et commerciaux (BIC)
- [forfait micro-social simplifié](#) pour les auto-entrepreneurs
- [taxe sur la valeur ajoutée](#) (TVA) perçue par le commerçant, en fonction de différents taux, et reversée au service des impôts

En application du Code de la propriété intellectuelle, IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit sans l'autorisation préalable écrite de l'auteur.

- [vente en détaxe aux touristes](#)
- [redevance sur la diffusion de musique](#) dans les magasins qui diffusent de la musique en fonds sonore, calculée selon le nombre d'employés pour les commerces de détail, le nombre de places assises pour les cafés et restaurants ou la surface de vente pour la grande distribution

Mise à jour le 02.05.2014 - Direction de l'information légale et administrative

(Premier ministre)

Principe

Une enseigne commerciale est une inscription, forme ou image apposée sur un immeuble, ou située sur un terrain, portant sur une activité qui s'y exerce. Elle permet aux clients d'identifier le local d'exploitation (une boutique par exemple). Elle doit respecter certaines règles d'emplacement, de dimensions, etc. Son installation requiert une autorisation préalable dans certains cas.

- [Conditions d'installation](#)
- [Autorisations](#)
- [Enseignes temporaires](#)
- [Services en ligne et formulaires](#)
- [Où s'adresser ?](#)
- [Références](#)

Conditions d'installation

L'enseigne peut prendre la forme de lettres individuelles (découpées), d'un bandeau-support ou être en double-face.

Elle doit être composée de matériaux durables et conservée en bon état de propreté, d'entretien et de fonctionnement par le commerçant.

Elle ne doit pas gêner la circulation, la signalisation et la sécurité routière.

En cas de cessation de l'activité signalée, l'enseigne doit être supprimée dans les 3 mois, sauf si elle a un intérêt historique, artistique ou pittoresque.

Emplacements autorisés

Une enseigne peut être installée sur les emplacements suivants :

- en façade (parallèle ou perpendiculaire au mur),
- sur une toiture,
- sur une clôture,
- sur un auvent ou une marquise, si elle mesure moins de 1 m de haut,
- sur le garde-corps d'un balcon ou d'une fenêtre,
- scellée au sol ou installée directement sur le sol.

Enseigne fixée au sol

Une enseigne de plus de 1 m² fixée au sol doit être installée à au moins 10 m de la baie d'un immeuble.

Elle ne peut pas dépasser 6 m², sauf dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, où la surface maximale est portée à 12 m².

Hauteur maximale en fonction de la largeur de l'enseigne

Largeur Hauteur max.

à partir de 1 m 6,5 m

moins de 1 m 8 m

Enseigne sur façade

Une enseigne installée en façade d'un établissement commercial ne doit pas couvrir plus de 15 % de la surface, vitrine comprise (ou 25 % pour une devanture de moins de 50 m²),

L'enseigne, apposée à plat sur un mur ou parallèle au mur, ne doit pas en dépasser les limites, ni constituer une saillie de plus de 0,25 m.

Installation en toiture ou en terrasse

Lorsque l'activité qu'elle signale est exercée dans plus de la moitié du bâtiment, l'enseigne doit être réalisée au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent dépasser 50 cm de haut.

L'enseigne ne peut dépasser 3 m de haut, pour une façade de moins de 15 m de haut.

Pour une façade de plus de 15 m, la hauteur de l'enseigne est limitée au 1/5^e de la façade, dans la limite de 6 m.

La surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement ne peut excéder 60 m².

À savoir : les enseignes clignotantes sont interdites, sauf pour les pharmacies et les services d'urgence.

Autorisations

L'installation d'une enseigne est libre, si elle respecte les conditions d'installation.

Accord du bailleur

L'accord du bailleur propriétaire du local commercial n'est en principe pas nécessaire pour installer une enseigne, celle-ci constituant un élément du fonds de commerce.

Cependant, des clauses du bail commercial, voire du règlement de copropriété s'il existe, peuvent fixer des conditions à la pose d'une enseigne, notamment en relation avec les caractéristiques de l'immeuble et de son esthétique, et soumettre à l'accord du bailleur ou du syndic toute modification de l'enseigne.

Autorisation administrative préalable

Il est nécessaire d'obtenir une autorisation avant d'installer une enseigne :

- à faisceau laser,
- située dans une commune couverte par un règlement local de publicité (RLP),
- installée sur un immeuble classé ou inscrit au titre des monuments historiques,
- placée sur un monument naturel ou un arbre, dans un site classé, un parc national, une réserve naturelle, ou dans une zone protégée autour d'un site classé, un parc naturel régional, à moins de 100 m d'un immeuble classé, etc.

Dans ces cas, la demande d'autorisation [cerfa n°14798*01](#) doit être adressée :

- soit en mairie, si la commune est couverte par un RLP,
- soit en préfecture, en l'absence de RLP.

Un seul formulaire peut être utilisé pour déclarer jusqu'à 3 enseignes (au-delà, une autre demande doit être déposée).

Attention : certaines communes ou EPCI peuvent instituer la [taxe locale sur les enseignes et publicités extérieures \(TLPE\)](#). Les tarifs sont publiés par arrêté municipal et sont généralement consultables sur le site de la mairie.

Enseignes temporaires

Les enseignes temporaires peuvent signaler :

- des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique,
- des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois,
- des travaux publics ou opérations immobilières pour plus de 3 mois.

Leur installation peut être effectuée 3 semaines avant l'opération, mais elles doivent être enlevées 1 semaine après au plus tard.

Pour être installées au sol, leur dimension ne doit pas dépasser 1 m de hauteur sur 1,50 m de largeur hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Elles ne peuvent être plus de 4 par manifestation.

Taxe locale sur les enseignes et publicités extérieures (TLPE)

Mise à jour le 27.08.2014 - Direction de l'information légale et administrative (Premier ministre)

Principe

La taxe locale sur les enseignes et publicités extérieures (TLPE) est un impôt instauré de façon facultative par la commune ou l'établissement public de coopération intercommunale (EPCI), sur le territoire desquels sont situés les dispositifs publicitaires. Son montant varie selon les caractéristiques des supports publicitaires et la taille de la collectivité.

- [Assiette](#)
- [Exonérations](#)
- [Calcul](#)
- [Déclaration](#)
- [Où s'adresser ?](#)
- [Références](#)

Assiette

Professionnels concernés

La TLPE est due par l'exploitant du dispositif publicitaire, le propriétaire ou celui dans l'intérêt duquel le dispositif a été réalisé.

Toutes les activités économiques sont concernées, et pas seulement les commerces.

À noter : la TLPE a remplacé en 2009 la taxe sur les publicités frappant les affiches, réclames et enseignes lumineuses (TSA), la taxe sur les emplacements publicitaires (TSE) et la taxe sur les véhicules publicitaires.

Supports publicitaires taxés

La TLPE est due sur les supports existant au 1er janvier de l'année d'imposition.

La taxe s'applique à tous les supports publicitaires fixes, extérieurs, visibles d'une voie publique, qui sont de 3 catégories :

- les dispositifs publicitaires : tout support susceptible de contenir une publicité, comme les panneaux publicitaires par exemple,
- les enseignes : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble, ou situé sur un terrain, portant sur une activité qui s'y exerce,
- les pré-enseignes : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité, y compris les pré-enseignes dérogatoires respectant l'environnement.

La superficie imposable est celle du rectangle formé par les points extrêmes de l'inscription, forme

En application du Code de la propriété intellectuelle, IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit sans l'autorisation préalable écrite de l'auteur.

ou image. L'encadrement n'est pas taxé.

Les supports sont taxés par face : un panneau publicitaire recto-verso ou une enseigne à double-face sont taxés 2 fois.

Si un dispositif non numérique permet l'affichage successif de plusieurs affiches (affichage déroulant), les tarifs sont multipliés par le nombre d'affiches effectivement visibles.

À savoir : si le support publicitaire est créé après le 1er janvier, la taxe est due à partir du mois suivant celui de sa création. S'il est supprimé en cours d'année, la taxe n'est pas due pour les mois postérieurs à sa suppression.

Exonérations

Sont exonérés de la taxe :

- les dispositifs exclusivement dédiés à l'affichage de publicités non commerciales,
- les dispositifs concernant des spectacles,
- les enseignes de moins de 7 m² en surface cumulée, sauf délibération contraire de la collectivité.

Par ailleurs, les collectivités territoriales peuvent instaurer sur délibération une exonération totale ou une réduction de 50 % sur, par exemple :

- les enseignes non scellées au sol de moins de 12 m²,
- les pré-enseignes,
- les dispositifs publicitaires apposés sur du mobilier urbain (abri-bus par exemple) ou les kiosques à journaux.

Déclaration

La taxe est payable sur la base d'une déclaration annuelle, effectuée par l'exploitant du dispositif publicitaire auprès de la mairie ou de l'EPCI :

- **avant le 1er mars** de l'année d'imposition pour les supports qui existaient au 1er janvier,
- dans les 2 mois suivant la création ou la suppression des dispositifs.

La déclaration comprend notamment la superficie, la nature, le nombre et la date de création ou de suppression de chaque support publicitaire.

Certaines mairies mettent en ligne le formulaire de déclaration ou permettent d'effectuer la déclaration directement en ligne. À vérifier sur le site internet de votre mairie.

Une contravention de 4e classe (750 €) s'applique en cas de non-déclaration, de déclaration hors délai, ou de déclaration inexacte ou incomplète. Chaque support donne lieu à une infraction distincte.

En cas d'omission ou d'inexactitude dans la déclaration, le maire ou l'EPCI peut mettre en demeure l'exploitant de la mettre en conformité ; celui-ci dispose de 30 jours pour faire valoir ses arguments.

En cas d'absence de déclaration, l'exploitant est mis en demeure de la produire dans les 30 jours. À défaut, un avis de taxation d'office lui est envoyé, avec un nouveau délai de 30 jours pour faire valoir ses observations.

La taxe est payable à partir du 1^{er} septembre de l'année d'imposition.

Sommaire

- 2- Introduction
-
- 3- Les questions à se poser
-
- 5- Les étapes de la création
-
- 7- Les étapes en détails
-
- 8- Vos motivations
-
- 9- L'étude de marché
-
- 11- Comment calculer vos prévisionnels
-
- 12- Le plan de financement initial
-
- 13- Le plan de trésorerie.
-
- 13- Le point mort.
-
- 13- Le compte de résultat sur 3 ans
-
- • 14- Le plan de financement sur 3 ans
-
- 14- Le plan d'affaire ou business plan
-
- 15- La recherche du local
-
- 17- Votre publicité
-
- 18- Les Formalités d'installation.
-
- 19- Quel commerce désirez-vous ouvrir?
-
- 20- Avez-vous pensé à la franchise?
-
- 21 sur le site service-public.fr
-
- 22 Formalités d'installation

- 23 Local commercial
- 23 Pratiques commerciales
- 24 Se renseigner sur la fiscalité des commerces
- 25 Conditions d'installation
- 27 Autorisations
- 28 Enseignes temporaires
- 28 Taxe locale sur les enseignes
- 30 Exonérations
- 30 Calcul de la taxe
- 32 Déclaration
- 33 Sommaire

Nos autres sites

- <http://www.ouvrirunecreperie.com/>
- www.ouvrirunbar.fr/
- www.ouvrirunrestaurant.net/
- création de sites et boutique, [voir le site](#)
- Référencement et marketing web, [voir le site](#)

Pour tout renseignement, contactez-nous sur le site : www.ouvrirunmagasin.fr/