

Guide

de l'entrepreneur



édito

Osez l'aventure de l'entrepreneuriat !

« **Il n'y a pas un caractère d'entrepreneur. Mais il faut du caractère pour l'être** » : cette citation de Peter Drucker illustre bien le défi qui attend les jeunes entrepreneurs. La route vers le succès est souvent semée d'embûches. De belles surprises et des satisfactions attendent celles et ceux qui auront osé se lancer.

Être entrepreneur, c'est être son propre patron, avec le sentiment de liberté et d'indépendance que cela implique. C'est également la possibilité de créer du changement et d'innover sans cesse dans son domaine d'activité. Être entrepreneur c'est également s'engager financièrement et socialement.

The Ark, la Fondation pour l'innovation en Valais, est, depuis sa création en 2004, au service des entrepreneurs, autant les nouveaux venus que les patrons chevronnés. Par le biais de son Incubateur, elle met des prestations complètes au service des entrepreneurs innovants actifs dans les domaines technologiques.

Le présent guide a pour but de donner quelques conseils pratiques dans le domaine de l'entrepreneuriat. Et qui sait : il pourra aussi vous convaincre à vous lancer dans l'aventure exigeante, mais passionnante de l'entrepreneuriat !

Bonne lecture et meilleures salutations,

Frédéric Bagnoud

Secrétaire général de la Fondation The Ark



Où allez-vous ?

3 Edito par Frédéric Bagnoud

7 Je m'appelle Arkolino.

8 De mon idée à mon entreprise :
une réflexion orientée marché



18 RI, SA ou Sàrl :
avantages et inconvénients

22 Fonder juridiquement mon
entreprise

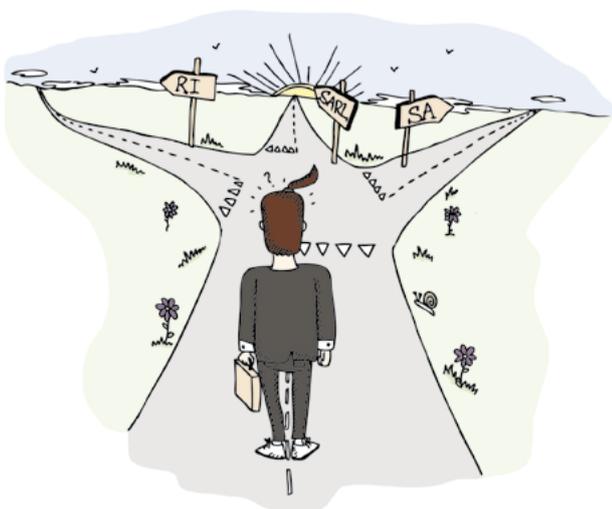
12 Le business plan, guide de ma
nouvelle entreprise

28 Propriété intellectuelle :
mon droit à mes idées !

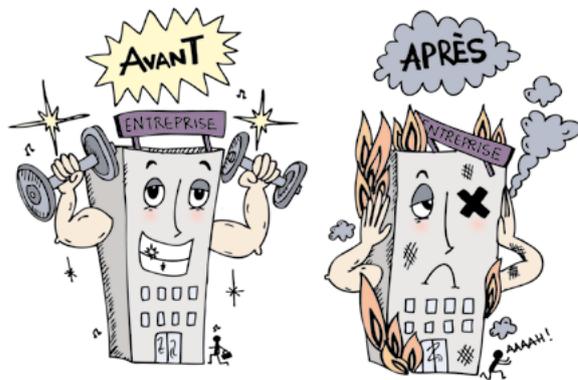
14 Le business model, ou comment
prévoir mes revenus

16 Forme juridique de mon
entreprise : laquelle choisir ?

32 Les différentes assurances
sociales obligatoires



35 Assurances complémentaires pour mon entreprise



36 « N'ayez pas peur de vos idées ! »



57 La Fondation The Ark

64 10 bonnes raisons de créer ta start-up

66 3 questions à Gilles Florey

68 Sudoku

70 Mot-caché

38 Le contrat de travail de mes employés

40 Où et comment trouver des fonds ?

44 Quels impôts pour mon entreprise ?

46 Comment établir une facture correcte ?

49 Faire connaître mon entreprise

54 La gestion du temps pour un entrepreneur



Bonjour !

Je m'appelle **Arkolino**. Comme vous pouvez le constater, je suis un génie, au sens propre du terme. Au contraire de mon frère jumeau Arkus (voir en couverture), qui rêve de fonder son entreprise en Valais, je vis dans une lampe, comme tout bon génie.

Ma mission principale est de vous accompagner tout au long de ce guide de l'entrepreneur, en vous donnant quelques astuces qui – je l'espère – vous seront utiles. Quant à Arkus, en attendant de pouvoir fonder son entreprise, il a accepté de se mettre en scène pour animer ce guide.

Vous avez des questions, des suggestions ou même des vœux à réaliser ?

Ecrivez à marketing@theark.ch.

Mon secrétaire fera suivre le message jusque dans ma lampe !

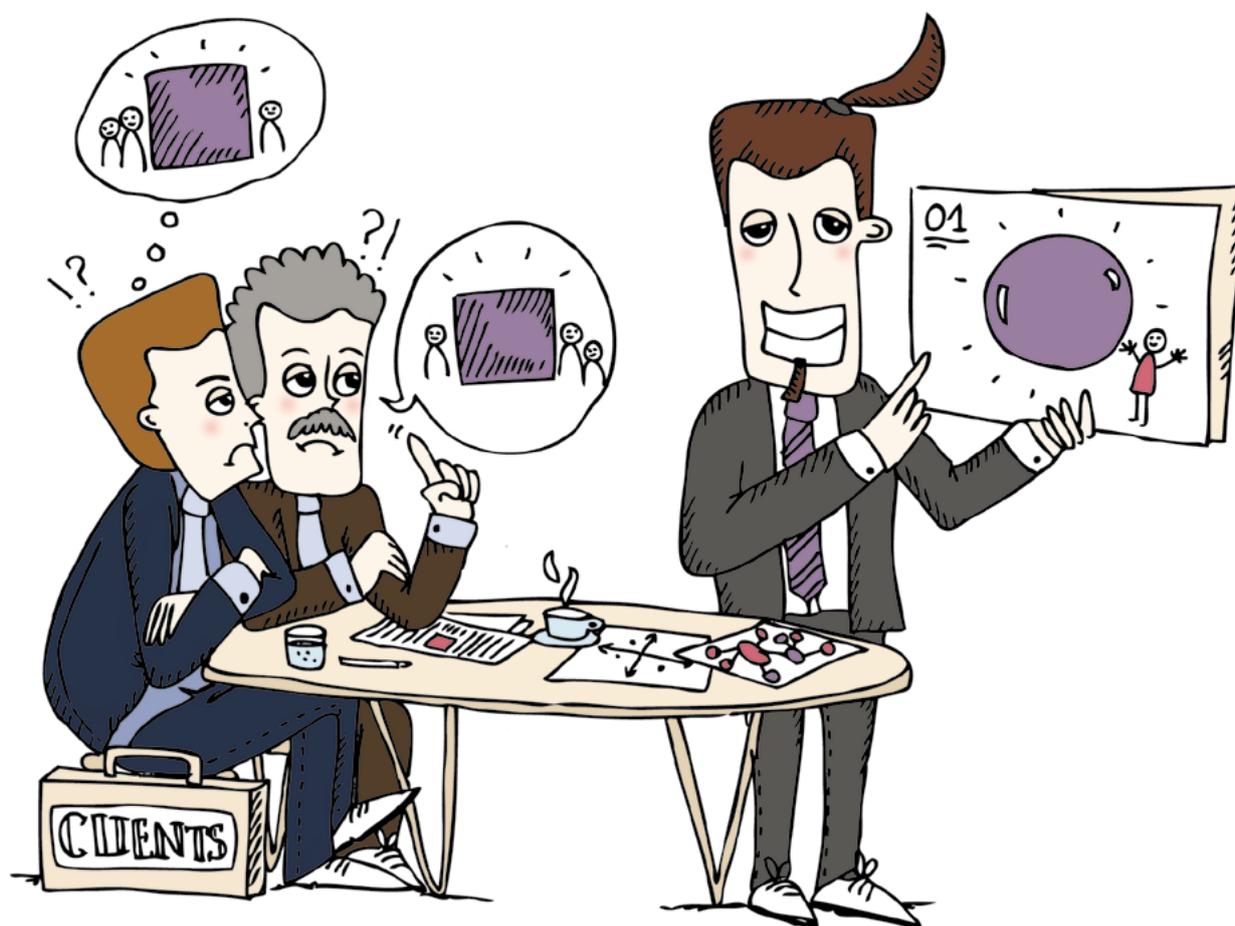
Bonne lecture et plein succès dans vos projets de création d'entreprise !

Arkolino

De mon idée à mon entreprise: une réflexion orientée marché

Toute création d'entreprise débute nécessairement par l'écllosion d'une idée. A contrario, toutes les idées ne donnent pas forcément naissance à une entreprise !

Un projet de création d'entreprise se construit autour de la pertinence de l'idée originelle. Comme toute construction, il faut des bases solides. Les premières étapes de validation du concept d'entreprise sont primordiales. Elles permettront d'ancrer le projet dans son environnement et dans la durée.



Valider l'idée de base

Cette phase de réflexion est malheureusement bien souvent négligée par les nouveaux entrepreneurs qui se lancent tête baissée dans la création opérationnelle de leur entreprise. Cependant, il est indispensable de passer du temps afin de valider l'idée avant de s'engager personnellement et financièrement dans un projet de création d'entreprise.

Connaître son marché

L'inventeur ou le porteur de projet imagine bien souvent que son idée ne peut être que bonne. Malheureusement, sa réflexion et son analyse sont essentiellement basées sur des hypothèses trop personnelles, ne tenant pas suffisamment compte d'un élément capital : le marché.

Le porteur de projet n'a bien souvent pas validé le bien-fondé de ses hypothèses de départ et surtout, n'a pas analysé en profondeur le marché auquel il veut s'adresser. Il est avant tout indispensable d'imaginer et de connaître le client type de son futur produit ou service. Le porteur de projet doit devenir «inquisiteur» afin de connaître les moindres détails de son marché : sa taille, son potentiel, ses habitudes d'achat, ses références, ses critères de choix, etc. Pour cela, il doit sortir de son bureau, aller sur le terrain, confronter son idées à ses clients-types.

Cette phase de validation de l'idée sur les marchés est cruciale. C'est un travail fastidieux, consommateur de temps, mais indispensable. L'enjeu est de pouvoir répondre à deux questions essentielles :

C'est cette réflexion structurée, ces questionnements qu'apporte un coaching, notamment celui d'un Incubateur d'entreprises comme celui proposé par la Fondation The Ark en Valais, afin de parcourir le chemin, parfois tortueux, qui mène de l'idée à l'entreprise.

- › Mon produit ou service imaginé répond-il à un véritable besoin ?
- › Y a-t-il un marché, une demande suffisante pour en faire un business ?

C'est cette réflexion et ce travail de validation qui doivent prévaloir dans tout lancement de projet. Cette phase de pré-étude de marché peut être grandement facilitée et accélérée grâce à un soutien extérieur, axé sur la veille de marchés et de réseaux d'informations. Ces apports sont pragmatiques. Cela se résume le plus souvent par une investigation préliminaire qualitative sur le terrain, sans base statistique très poussée ; simplement un coup de sonde du marché afin d'en extraire un sentiment, un ressenti du marché. Les professionnels de la création d'entreprise aident ainsi à se poser rapidement les bonnes questions, à confronter les idées et à valider le concept d'entreprise à la lumière des besoins observés sur le marché visé.

Une idée à valeur ajoutée!

Tout business présuppose que le produit ou le service imaginé réponde à un besoin spécifique sur le marché. Ce produit ou ce service doit impérativement amener une plus-value aux consommateurs, plus-value qui pourra être valorisée et monnayée auprès des futurs clients. Après avoir mieux cerné les attentes et les besoins du marché, bon nombre de porteurs de projet doivent redéfinir leur idée de départ et adapter leur offre. Bien souvent, de l'idée originelle, il ne restera que le concept de base. La déclinaison en produit ou service aura évolué. Cette déclinaison de l'idée n'est en fait rien d'autre que la définition de l'offre commerciale. Celle-ci doit être une traduction concrète en produit ou service, des attentes du marché.

Un long cheminement!

Au final, rien ne sert de brûler les étapes et de se lancer tête baissée dans le développement technique d'un produit ou dans le packaging d'une offre commerciale sans connaître en détail son marché, ses habitudes et ses véritables besoins. Seule la réponse spécifique à un besoin peut être valorisée et faire l'objet d'un business. Le passage de l'idée à l'entreprise est parfois un chemin tortueux et difficile, mais il est nécessaire de passer par ces phases de réflexion et de compréhension du marché avant de se lancer dans l'aventure de l'entrepreneuriat.

Si lors de la première étape, les besoins, l'organisation et les habitudes du marché ont été parfaitement compris et analysés, il sera aisé de déterminer une offre commerciale. L'offre commerciale se résumera donc à trois questions ou plutôt à la réponse à ces trois questions :

> Que vais-je vendre ?

> A qui ?

> Pour combien ?

Elle comprendra une définition du produit ou service proposé, en mettant en exergue la plus-value objective, un client cible et une valeur monétaire.

Mieux comprendre son futur client pour mieux répondre à ses attentes et créer son entreprise sur des bases solides, sur le long terme, telles sont les ambitions des nouveaux créateurs d'entreprise.



Le business plan, guide de ma nouvelle entreprise

Le business plan est un document qui formalise par écrit le projet d'affaires de votre entreprise et son évolution dans le temps. Il s'avère nécessaire pour toute nouvelle entreprise, car...

- › Il s'agit d'une planification permettant de présenter ses objectifs entrepreneuriaux.
- › Il nourrit une réflexion permettant d'une part de juger de la faisabilité du projet et d'autre part de poser certains indicateurs de management (usage interne).
- › C'est un outil de communication à usage externe. Il permet de présenter et de communiquer ses intentions et ambitions en tant qu'entreprise auprès de partenaires potentiels: investisseurs, partenaires (distributeurs, fournisseurs, etc.).
- › Il force le créateur de l'entreprise et son équipe à présenter clairement leurs objectifs, et donc de les soumettre systématiquement à un examen.
- › Il évite que le fondateur se précipite sans réfléchir dans le monde de l'entrepreneuriat.

- ▶ *Un business plan se fonde sur des faits, des hypothèses et des estimations: il convient donc de bien distinguer les chiffres et les scénarios estimés des faits.*
- ▶ *20 à 40 pages, avec annexes, devraient largement suffire pour un business plan.*
- ▶ *Lors de l'établissement d'un business plan, pensez à établir plusieurs scénarios (optimistes, réalistes, mauvais).*





Structurer son business plan

Un business plan doit traiter des thématiques suivantes :

- › **Résumé** : idée commerciale, perspectives d'avenir, stratégie, management, produits, marché, planification financière, opportunités et risques, éventuellement offre de participation ;
.....
- › **Entreprise** : historique du projet, forme juridique, structure et montant du capital, équipe dirigeante et opérationnelle, contrôle de gestion, conseillers ;
.....
- › **Management et personnel** : organigramme comprenant l'ensemble de l'équipe, responsabilités, formation et expérience en management des personnes-clés, planification et promotion du personnel ;
.....
- › **Produits et services** : description détaillée des produits et des services ainsi que des avantages pour la clientèle, état du cycle de vie, développement ultérieur et innovation. Zoom également sur la gestion des stocks et la capacité de production. Information sur les brevets et la protection de la marque ;
.....
- › **Marchés** : débouchés (potentiel et croissance), structure et segmentation de la clientèle, volume de ventes prévu, analyse de la concurrence et du marché ;
.....
- › **Finances** : résumé des chiffres-clés : chiffre d'affaires, besoin en investissements, retour sur investissement, ... (joindre en annexe les chiffres détaillés) ;
.....
- › **Marketing** : description de la stratégie générale, puis détails sur les marchés-cibles et groupes de clients, les relations publiques, la publicité, la vente, la distribution, l'assortiment, les produits, les services et les prix ;
.....
- › **Calendrier** : délais, objectifs par étapes ;
.....
- › **Annexes** : extrait du registre des poursuites, bilan et compte de résultat prévisionnels et plan des liquidités, copies des contrats de crédit et de prêt, des cautionnements, des extraits de comptes de dépôt ainsi que des évaluations immobilières. Si disponibles : études de marché, lettres de référence et certificats de travail et brochures de l'entreprise.
.....

Le business model, ou comment prévoir mes revenus

Le **business model** (modèle d'affaires) désigne une représentation synthétique de la façon dont un projet doit générer des revenus. Le **business plan** découle du business model. Ce dernier doit permettre de répondre aux trois questions principales :

- > Comment va-t-on gagner de l'argent avec son idée?
- > Qui va payer?
- > Pour quoi?

Il est important d'aborder la création d'entreprise avec une logique de business model. En tant qu'entrepreneur, d'une fois que vous avez votre idée, vous devez rapidement identifier les sources potentielles de revenus.

A ce stade, il ne s'agit pas d'être original à tout prix. Beaucoup de choses ont déjà été pensées et il n'est parfois pas nécessaire de tout réinventer. Plus le business model est simple à comprendre par vos interlocuteurs (notamment vos investisseurs...), mieux cela vaut. En revanche, s'il est novateur, il faut l'expliquer en faisant le pont avec des modèles d'affaires déjà connus et approuvés. Il est également important de confronter votre offre au marché. Il convient ainsi d'être ouvert et de s'adapter rapidement aux feedbacks du marché afin d'ajuster son business model.

Le business model doit schématiser des informations sur les thématiques suivantes :

- > propositions de valeur
- > segments de clientèle visés
- > canaux de distribution
- > relation à ses clients
- > réseau de partenaires pour créer ces propositions de valeur
- > activités à mettre en œuvre pour fournir son produit/service
- > structure des coûts
- > modèle de revenus

En quoi la notion de business model se différencie-t-elle du business plan ?

« En quelque sorte, le business model explique la logique globale de l'entreprise. Il explique ce que l'entreprise crée comme valeur (l'offre), comment elle le fait et pour qui, et comment elle pense gagner de l'argent. Le business plan explique plutôt comment le business model est implémenté et par quelle équipe de management. Il faut d'abord un bon modèle d'affaires avant de pouvoir écrire un business plan qui précise et développe les projets d'implémentation, les milestones, les projections financières et les risques potentiels ».

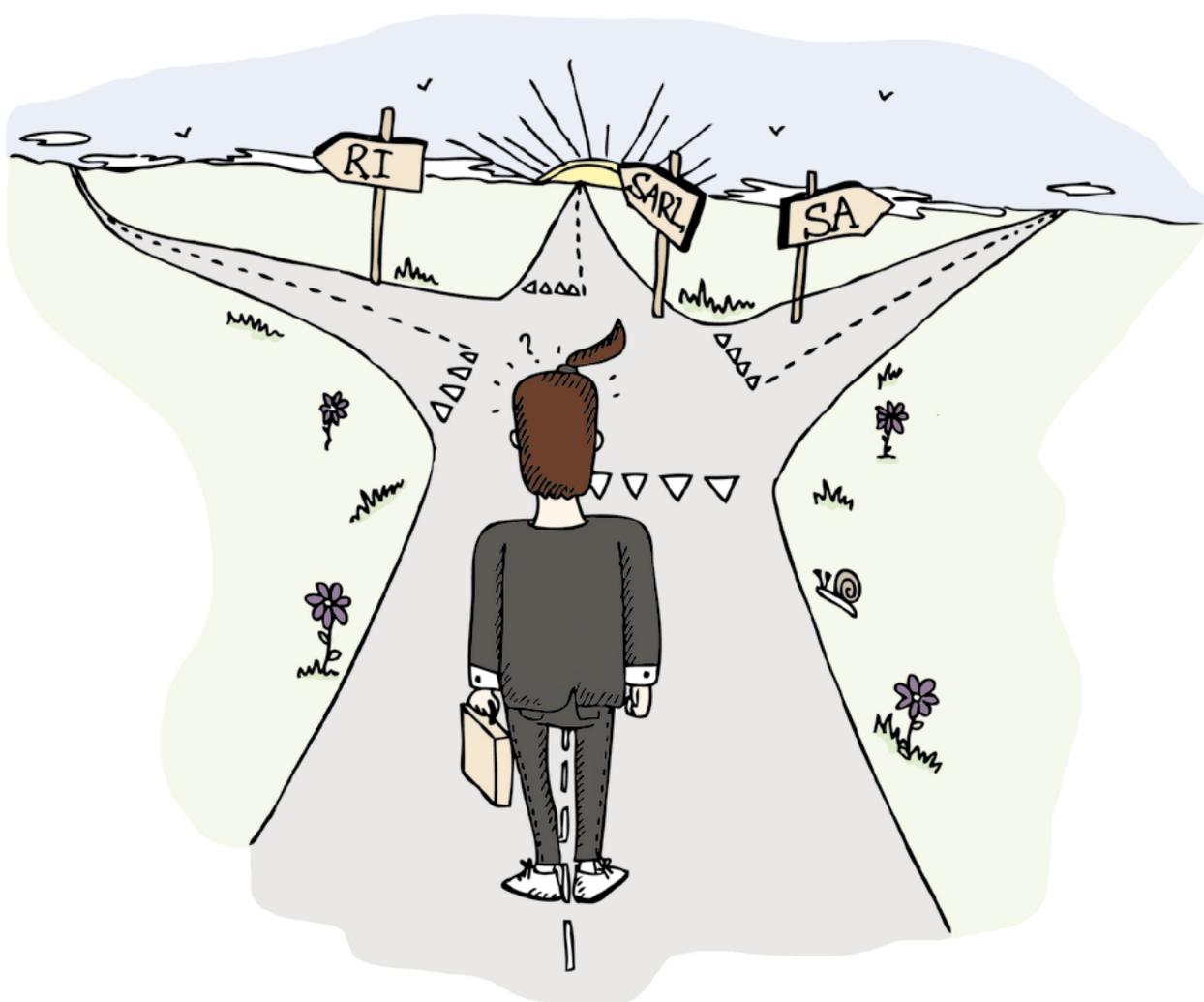
Alexandre Osterwalder, co-auteur de *Business Model Generation : A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers*, livre de référence du domaine.

Propos recueillis par Christoph Fischer (Bulletin Alumni HEC n°79)



Forme juridique de mon entreprise: laquelle choisir ?

Plusieurs types de formes juridiques sont possibles pour une entreprise. Parmi elles, les plus courantes sont [la raison individuelle \(RI\)](#), [la société à risque limité \(Sàrl\)](#) et [la société anonyme \(SA\)](#). Pour la première, il n'y a pas de personnalité juridique, et donc aucune séparation entre l'entrepreneur et l'entreprise. Pour la Sàrl et la SA, le patrimoine de l'entrepreneur est complètement indépendant de celui de l'entreprise.



Comparatif des formes juridiques

	Raison individuelle	Sàrl	SA
Capital	Pas de capital propre, si ce n'est la fortune personnelle de l'entrepreneur.	Min. CHF 20'000.-, libérés à 100%	Min. CHF 100'000.-, libéré à 20% mais au min. CHF 50'000.-.
Participation	Aucune	Parts sociales (au moins une part par associé). Valeur minimale de la part : CHF 100.-	Actions nominatives ou au porteur. Valeur minimale : 1 centime
Fondateurs	Une seule personne	Un au minimum	Un au minimum
Statuts	Pas nécessaire	Obligatoires ↗	Obligatoires ↗
Registre du commerce	Inscription obligatoire uniquement si le chiffre d'affaires dépasse CHF 100'000.- par an. Facultative sinon.	Inscription obligatoire	Inscription obligatoire.
Organe de révision	Pas obligatoire.	Obligatoire. Contrôle ordinaire si, durant deux années de suite, deux des trois critères ci-après sont remplis : <ul style="list-style-type: none"> > total du bilan supérieur à CHF 20 millions de francs ; > chiffre d'affaires supérieur à CHF 40 millions de francs ; > nombre d'employés supérieur à 250. Le contrôle ordinaire, qui peut être également demandé par les actionnaires disposant d'au moins 10% du capital-actions, exige un rapport complet à livrer au conseil d'administration et un rapport résumé de la révision à livrer à l'assemblée générale. Les autres entreprises subissent généralement un contrôle limité. Cela se limite à une enquête, un examen analytique et la vérification de détails. Si tous les associés sont d'accord, les petites Sàrl (moins de 10 employés à temps plein) peuvent renoncer à la révision.	Idem que pour la Sàrl (voir ci-contre)

RI, SA ou Sàrl : avantages et inconvénients

La Raison Individuelle (RI)

Avantages

- › **Grande liberté** dans la gestion de l'entreprise ;
- › **Une raison individuelle peut** – en théorie du moins – **naître sans capital**. Dans la réalité, un capital minimum sera nécessaire pour démarrer ;
- › **Impôts** : il n'y a pas de double imposition des bénéfices, c'est-à-dire du revenu à la fois de l'entreprise et de l'entrepreneur ;
- › **Fondation** : aucune formalité, peu de frais (seulement dans le cas où l'inscription au Registre du commerce est nécessaire) ;
- › **Charges administratives** : elles sont moins élevées que pour une Sàrl ou une SA.

Inconvénients

- › **Responsabilité** : le propriétaire répond à hauteur de la fortune de son entreprise, mais également de sa fortune privée ;
- › **Le nom du propriétaire** est connu (contrairement à la SA) ;
- › **Pas de libre choix de la raison sociale**, le nom du propriétaire devant obligatoirement apparaître dans la raison sociale ;
- › **Responsabilité** du propriétaire uniquement ;
- › **Procédure sévère de la poursuite** pour dettes ayant pour objet la réalisation forcée de l'ensemble des valeurs patrimoniales du débiteur (dans la mesure où l'entreprise est inscrite au registre du commerce) ;
- › **Assurances sociales** : les entrepreneurs en RI ont le statut de travailleur indépendant. Ils sont, en grande partie, responsables de leur prévoyance.

► *D'un point de vue juridique, cette forme est préconisée lorsqu'une seule personne physique exerce une activité commerciale. La raison individuelle est idéale pour les professions libérales (architectes, artisans, médecins, avocats et entreprises commerciales locales).*



La Société à responsabilité limitée (Sàrl)

Avantages

- › **Capital minimum exigé** relativement faible ;
- › **Raison sociale** : le choix du nom est libre, mais l'ajout «Sàrl» est obligatoire. Le nom peut être protégé ;
- › **Responsabilité** : limitée au capital social ;
- › **Un fondateur au minimum** est nécessaire ;
- › **Prestations sociales** : les associés collaborant peuvent être considérés comme employés et assurés ;
- › **Les bénéfices** issus de la vente des parts sociales **ne sont pas imposables**.

Inconvénients

- › **Double imposition** sur le rendement et le capital de la Sàrl, ainsi que sur le revenu et la fortune de l'associé ;
- › **Fondation** : frais de fondation plus élevés que pour la raison individuelle ;
- › **Organes, capital et parts sociales** peuvent être consultés librement dans le registre du commerce, ouvert au public ;
- › **Frais de gestion plus élevés que la RI** : protocoles, assemblée des associés, formulaires fiscaux, etc.



► Le format «Sàrl» se prête particulièrement aux entreprises petites à moyennes, étroitement liées aux personnes. La Sàrl est idéale pour les sociétés familiales ou les sociétés dont les bailleurs de fonds participent activement à la gestion des affaires.

La Société Anonyme (SA)

Avantages

- › **Responsabilité limitée** au montant investi dans le capital-actions pour les actionnaires, sauf en cas d'action délictueuse ou de négligence.
- › La répartition des parts entre les actionnaires **n'est pas inscrite au registre du commerce.**
- › **Prestations sociales** : les actionnaires collaborant sont considérés comme employés et sont obligatoirement assurés.
- › La raison sociale peut être choisie librement, mais **l'ajout « SA » est obligatoire.**
- › **Augmentation possible de l'influence du fondateur**, via des actions à droit de vote privilégié, une restriction de transfert d'actions ou une répartition des actions.
- › **Image mieux valorisée de la SA**, par rapport à la Sàrl et à la RI

Inconvénients

- › **Capital minimal plus élevé** (CHF 100'000.-) que pour une Sàrl.
- › **Fondation** : formalités nombreuses, frais élevés.
- › **Double imposition du rendement et du capital** de la SA, ainsi que sur le revenu (dividende) et la fortune des actionnaires.
- › **Instructions strictes** concernant la comptabilité : réserves juridiques, mesures en cas de surendettement, etc.
- › **Frais de gestion élevés** : protocoles, rapports de gestion, comptabilité, assemblée générale, formulaires fiscaux, organe de révision, etc.

► *La SA est la forme d'entreprise typique, associée à des besoins en capital élevés. Cette forme juridique est donc idéale pour toute entreprise axée sur le profit.*



Les autres formes de sociétés

Il existe encore bon nombre d'autres formes juridiques possibles pour votre société : **société simple** (forme imposée d'office lorsqu'il existe plusieurs associés), **société en nom collectif**, **association**, **fondation** ou encore **société coopérative**.

► Liens utiles

- › Portail national de référence pour la création d'entreprise
➔ www.pme.admin.ch
- › Créer son entreprise en ligne
➔ www.startbiz.ch
- › Code des obligations
➔ www.admin.ch



Fonder juridiquement mon entreprise

Notions de base

Les éléments suivants sont à décider avant la création formelle de votre société :

- ✓ Déterminer le but de votre société ;
- ✓ Choisir le nom (raison sociale) de votre entreprise. Celui-ci est libre, sauf pour les raisons individuelles, où le nom du propriétaire doit obligatoirement apparaître ;
- ✓ Choisir une adresse (siège social) ;
- ✓ Déterminer le montant du capital, ainsi que le nombre et la nature des éventuelles actions ([nominatives ou au porteur p.23](#)) ou des parts sociales ;
- ✓ Prendre contact avec une banque pour ouvrir un compte de consignation au nom de la société en formation. Le montant libéré (total ou partiel) doit être versé sur le compte ;
- ✓ Penser aux aspects logistiques (téléphone, fax, raccordement internet) ;
- ✓ Réserver le nom de domaine sur internet et l'hébergeur ;
- ✓ Déterminer les [statuts de l'entreprise p.25](#) ;
- ✓ Déposer éventuellement [votre marque p.28](#) auprès de l'IPI ;
- ✓ Contacter les éventuels membres du conseil d'administration (si vous optez pour une SA) ainsi que l'organe de révision ;
- ✓ Contacter les gérants potentiels de votre société (si vous optez pour une Sàrl).

► Liens utiles

- > Raison sociale
↗ www.zefix.ch
- > Dépôt d'une marque (payant)
↗ <https://e-trademark.ige.ch>
- > Noms de domaine (pour vérifier si le nom est libre et le réserver)
↗ www.switch.ch

Créer mon entreprise en 9 étapes avec l'aide du notaire

1. Demandez à votre banque une **attestation du montant** à disposition sur le compte de consignation (capital bloqué).
2. En compagnie des autres fondateurs de l'entreprise, vous devez vous rendre chez le notaire pour **l'assemblée constitutive** de votre entreprise. Si vous ne pouvez vous y rendre personnellement, vous pouvez donner une procuration à un tiers qui vous représentera. Si les futurs administrateurs, respectivement les gérants, ne participent pas à l'assemblée, ils signeront une lettre confirmant l'acceptation du mandat qui leur est confié.
3. Rédigez une **convention d'actionnaires p.26**.
4. Le notaire aura préparé une **proposition de statuts p.25** qui sera discutée et adaptée en fonction de votre société.
5. Lors de l'assemblée constitutive, le notaire donne lecture de **l'acte constitutif**.
6. Les fondateurs ou leurs représentants **signent l'acte** ainsi que les autres documents préparés par le notaire (statuts, réquisition d'inscription au registre du commerce, ...).
7. Le notaire **envoie l'acte constitutif**, les statuts et les autres documents signés au registre du commerce (**voir estimation des frais p.24**).
8. Le registre du commerce fait ensuite parvenir au notaire **un extrait confirmant l'inscription** de la société.
9. L'inscription de votre société au registre du commerce lui confère la **personnalité juridique**. Elle peut ainsi acquérir librement des droits et obligations.

Les frais d'inscription au registre du commerce

Les frais d'une inscription au registre du commerce dépendent de la forme juridique choisie.

Voici les frais avec lesquels il faut compter (sommes approximatives en CHF):

Raison individuelle	120.- (émolument de base)
Société en commandite/société en nom collectif	240.- (émolument de base)
Société anonyme/Société à responsabilité limitée (Sàrl) *	600.- (émolument de base)
Droit de signature	30.- (par inscription)
Inscription d'une fonction	20.- (par inscription)
Etablissement d'une réquisition d'inscription	jusqu'à 100.-
Dresser/authentifier les justificatifs d'inscription	jusqu'à 120.-
Renseignements juridiques/Examen de pièces justificatives	entre 100.- et 250.-

* Lorsque le capital-actions, le capital social ou le capital de dotation des entités juridiques dépasse CHF 200'000.-, l'émolument de base est majoré de 0,2 pour mille de la tranche du capital excédant ce montant; il ne peut toutefois s'élever à plus de CHF 10'000.-.

A la suite de votre inscription au registre du commerce, vous recevrez certainement une offre pour vous inscrire dans un annuaire ou autre registre, à laquelle est annexée un bulletin de versement pour un montant de l'ordre de Fr. 700.-. Ce genre d'offre émane principalement de deux sociétés, NMC Registre SA/Registre pour le commerce et l'industrie (Zurich) et GHI Register und Publikationen AG/Registre des arts et métiers, du commerce et de l'industrie (Aarau). **Outre son caractère onéreux, l'inscription dans un tel registre est facultative et, en général, peu utile. Il est donc conseillé de ne pas y donner suite.**



Rédiger les statuts de votre entreprise

Les statuts de votre entreprise doivent contenir quelques éléments incontournables, que nous avons listés ci-après. A noter que certains des articles ci-après ne concernent que la constitution d'une SA.

- Chapitre 1 raison sociale, siège, durée et but de la société
- Chapitre 2 capital-actions (montant, actions au porteur ou nominatives, transferts, augmentation, nouvelles actions, ...)
- Chapitre 3 assemblée générale (convocation, droits, droit de vote, ...)
- Chapitre 4 conseil d'administration (pour les SA)
- Chapitre 5 organe de révision
- Chapitre 6 comptabilité et bénéfice (réserves légales, dividendes, ...)
- Chapitre 7 dissolution et liquidation de la société
- Chapitre 8 publications et for juridique

Date et signature ✕

- Le service Incubateur de la Fondation The Ark peut aider les entreprises technologiques en création en Valais à formaliser les statuts de leur entreprise.
- N'hésitez pas à nous contacter au besoin: incubateur@theark.ch



La convention d'actionnaires : check-list

La convention d'actionnaires est un contrat dont le contenu n'est pas fixé par la loi. Elle vise à clarifier le rapport entre les actionnaires, complétant ainsi les statuts de la société. Vous trouverez ci-après les principaux thèmes qui devraient faire partie d'une convention d'actionnaires en bonne et due forme.

- 1. nom des parties
- 2. préliminaires
- 3. buts du contrat (décrits avec précision)
- 4. durée du contrat
- 5. règles sur la prise de décision
- 6. règles sur le vote
- 7. règles sur les restrictions au droit de propriété sur les actions
- 8. règles fixant la valeur des actions
- 9. règles fixant des obligations personnelles
- 10. règles favorisant certains associés
- 11. pénalités conventionnelles
- 12. rupture ou résiliation de la convention
- 13. dispositions finales
- 14. lieu et date
- 15. signature de tous les participants
- 16. éventuelles annexes

Actions nominatives ou au porteur. Quelles différences?

- ▶ Les actions au porteur constituent la forme d'action la plus simple. Son propriétaire est celui qui la détient. Ce type d'actions ne connaît ainsi aucune entrave en matière de transfert.
- ▶ Les actions nominatives sont établies au nom de l'actionnaire, qui doit être inscrit au registre des actions. Pour une société, l'émission d'actions nominatives vise à contrôler son actionnariat pour en connaître l'identité.





Propriété intellectuelle: mon droit à mes idées!

J'ai une idée géniale qui pourrait être un business prometteur. Mais comment éviter de me la faire voler, copier ou tout simplement qu'elle soit exploitée par quelqu'un d'autre ?

Il est vital pour un entrepreneur de pouvoir protéger son idée et exploiter librement son invention. **C'est tout l'enjeu de la « propriété intellectuelle » ou IP** (pour intellectual property). Celle-ci se donne comme objectif de garantir à son titulaire l'exclusivité du droit d'exploitation sur une idée de business.

Pour une entreprise, qui plus est en démarrage, **il est primordial de pouvoir valoriser son ou ses idées**. Il y a plusieurs chemins pour y arriver : **soit via un brevet soit via une marque**. Ces deux éléments deviennent ainsi un élément essentiel du capital de la société. Ceux-ci serviront entre autres à rassurer les futurs investisseurs.

Dès lors, de véritables stratégies de protection de l'IP doivent être développées. Les créateurs d'entreprise peuvent être soutenus dans cette démarche par des professionnels afin d'étudier la brevetabilité de leur idée ou tout simplement pour connaître les libertés d'exploitation, c'est-à-dire **savoir s'il n'y a pas de restrictions à la commercialisation de leur idée**.

Le brevet

Un brevet est un titre de protection délivré par l'Etat pour une invention technique. Au sens juridique du terme, une invention est une solution à un problème technique. Pour être brevetable, une invention doit être nouvelle, ne pas découler de manière évidente de l'état de la technique pour l'homme du métier et être applicable industriellement.

Grâce au brevet, vous possédez pendant 20 ans au maximum le droit d'exclure tout tiers de l'utilisation professionnelle de votre invention. Pendant tout ce temps, vous êtes en droit d'interdire l'utilisation de votre invention sans votre autorisation à des fins économiques. En contrepartie, vous devez exposer votre invention dans les détails et la rendre publique.

Une protection peut être uniquement accordée par un office national. Il n'existe actuellement pas de brevet mondial. Ainsi, vous devez déposer votre brevet dans tous les pays où vous désirez une protection.

Il est conseillé de faire appel à un conseil en brevets! Lorsqu'on manque d'expérience, rédiger correctement une demande de brevet peut poser problème. **La Fondation The Ark, et principalement son service Accélérateur, dispose des compétences en la matière et pourra vous aider.**

Combien ça coûte ?

L'Institut fédéral de la propriété intellectuelle perçoit:

- ▶ CHF 200.- pour le dépôt de la demande de brevet et CHF 500.- pour l'examen de la demande.
- ▶ Dès la 5^{ème} année il convient de payer une taxe annuelle qui s'élève à CHF 100.- pour la cinquième et la sixième, à 200 CHF pour la septième et la huitième année et à CHF 310.- à partir de la neuvième.
- ▶ Ces montants ne tiennent pas compte des coûts généraux au cas où vous faites appel à un spécialiste.



La marque

Une marque est un signe distinctif protégé permettant à une entreprise de différencier ses produits ou ses services de ceux d'autres entreprises.

Peuvent être des marques tous les signes susceptibles de représentation graphique :

- > Des mots (p. ex. Victorinox);
- > Des combinaisons de lettres (p. ex. ABB);
- > Des combinaisons de chiffres (p. ex. 501);
- > Des représentations figuratives (p. ex. logo des CFF);
- > Des formes tridimensionnelles (p. ex. étoile Mercedes);
- > Divers autres signes.

En protégeant votre marque, vous avez le droit exclusif d'utiliser la marque pour désigner des produits et des services et de disposer librement de votre droit (p. ex. octroyer des licences). Vous pouvez aussi interdire à tout tiers d'utiliser un signe identique ou similaire au vôtre pour désigner des produits ou des services identiques ou similaires.

Combien ça coûte ?

- ▶ La taxe de dépôt d'une marque en Suisse pour une durée de protection de dix ans est de CHF 550.-. L'enregistrement de votre marque peut être prolongé de dix ans en dix ans.



Le design

Un design protège la forme extérieure d'un produit en deux dimensions ou d'un objet en trois dimensions. La forme se caractérise par la disposition de lignes, de surfaces, de contours ou de couleurs, ou encore par le matériau utilisé.

Un design peut être protégé à condition d'être nouveau, de se distinguer de designs existants par des caractéristiques majeures et de n'être contraire ni à la loi ni aux bonnes mœurs. En outre, la forme ne doit pas être déterminée uniquement par la fonction de l'objet pour lequel elle est destinée.

Grâce au dépôt d'un design auprès de l'Institut fédéral de Propriété Intellectuelle, vous pouvez interdire à des tiers d'utiliser à des fins industrielles ou commerciales, autrement dit fabriquer, mettre en vente, importer ou exporter, des produits ayant un design identique ou similaire au vôtre. Et ceci pendant 25 ans au maximum.

Combien ça coûte ?

- La taxe de base pour un dépôt de design est de CHF 200.-. Chaque design supplémentaire déposé au moyen de la même demande est facturé CHF 100.- (au maximum CHF 700.-). Une taxe de publication de CHF 20.- s'ajoute pour chaque représentation du design. La première publication est comprise dans la taxe de base.

► Informations complémentaires

- › Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle (IPI)
➔ <https://www.ige.ch>
- › Accélérateur The Ark
➔ <http://accélérateur.theark.ch>



Les différentes assurances sociales obligatoires

Assurance vieillesse et survivants (AVS)

Assurance invalidité (AI)

Assurance perte de gain (APG)

L'objectif de ces trois assurances sociales est de garantir le minimum vital aux ayants droit. Sont assurées toutes les personnes exerçant une activité lucrative dès 17 ans, jusqu'à l'âge de la retraite.

Votre entreprise doit obligatoirement être affiliée à une caisse de compensation. Vous n'avez, en principe, rien à faire. La caisse de compensation prend contact avec vous suite à la publication dans la FO SC (registre du commerce). Cependant, l'obligation de s'affilier vous incombe, vous devez donc vous assurer que cette formalité soit effectuée si aucune caisse ne vous contacte.

A noter que les caisses de compensation facturent des frais administratifs pour couvrir les coûts. Ces frais varient en fonction des caisses.

Assurance-chômage (AC)

Toutes les personnes salariées affiliées à l'AVS ont l'obligation de cotiser à l'AC. Le but de l'AC est d'assurer une compensation convenable du manque à gagner causé par le chômage, l'insolvabilité de l'employeur ou encore une réduction des horaires de travail.

En tant qu'employeur, vous êtes responsable envers la caisse du paiement de l'ensemble des cotisations (part de l'employeur mais aussi part de l'employé).

Les taux totaux prélevés sur les salaires sont les suivants (état au 01.01.2013) :

- > AVS 8,4 %
- > AI 1,4%
- > APG 0,5%

Ces montants sont partagés à parts égales entre l'employeur et l'employé.

La cotisation de base est de 2,2% pour les salaires jusqu'à CHF 126'000.-. Une cotisation de solidarité de 1% est ajoutée pour les salaires allant de CHF 126'000.- à CHF 315'000.- (état au 01.01.2012).

Ces montants sont partagés à parts égales entre l'employeur et l'employé.

Prévoyance professionnelle (LPP)

Votre entreprise doit s'affilier à une institution de prévoyance pour le paiement des cotisations LPP, si la société occupe des employés soumis à la LPP. Le but de cette assurance est de permettre aux personnes âgées, aux survivants et aux invalides de maintenir un niveau de vie approprié lors de la réalisation d'un cas d'assurance.

En principe, la caisse de compensation AVS doit s'assurer que votre entreprise, affiliée pour le paiement des cotisations AVS, soit également affiliée à une institution de prévoyance.

Tout salarié percevant un salaire annuel supérieur à CHF 20'880.- doit obligatoirement être assuré par l'employeur. Une partie des cotisations couvre le risque (décès avant la retraite) et l'autre partie la prévoyance.

Les cotisations sont au minimum paritaires (50% employé et 50% employeur).

Assurance accident (LAA)

Vous devez conclure une assurance-accident pour vos employés. Le but est de garantir des prestations d'assurance en cas d'accidents professionnels et non professionnels. Cette assurance prend notamment en charge les frais médicaux et les incapacités temporaires. Elle prévoit également des rentes complémentaires en cas d'invalidité ainsi que des rentes pour conjoint ou enfant d'invalidité.

En principe, l'assurance-accident non professionnelle (AANP) est à la charge de l'employé, alors que l'assurance-accident professionnel (AAP) et les éventuelles autres cotisations sont prises en charge pour l'employeur.

Les primes varient en fonction des sociétés d'assurance et des risques (selon l'âge, la profession, ...). Vous êtes ainsi libre de vous affilier auprès de n'importe quelle société d'assurance. Généralement, des sociétés d'assurance vous contactent à la suite de la publication dans la FO SC (registre du commerce). Il est donc important de demander des offres et surtout de les comparer !

L'employeur doit déclarer immédiatement à l'assureur les accidents voire les éventuelles maladies professionnelles.

Allocations familiales

En tant qu'entrepreneur, **vous devez vous affilier auprès d'une caisse d'allocations familiales privée ou auprès de votre caisse interprofessionnelle d'allocations familiales, si la société occupe des employés.** Le but de cette assurance est de garantir une contribution aux parents pour les aider à assumer l'entretien de leurs enfants.

L'employeur est tenu de verser des contributions en pourcent de sa masse salariale, même si ses employés n'ont pas d'enfant à charge. La caisse procède à une compensation directe entre les prestations dues et reçues.



Le montant et la forme des allocations varient selon les cantons. Le minimum est de CHF 200.- par mois et par enfant. Il existe également des allocations pour formation professionnelle (de 16 ans à la fin de la formation, mais au plus tard jusqu'à 25 ans). Certains cantons prévoient également des allocations de naissance ou d'adoption.

En Valais, le montant d'allocation familiale est de CHF 275.- par enfant (CHF 375.- dès le 3ème enfant). Il atteint CHF 425.- pour les enfants en formation (CHF 525.- dès le 3ème). Une allocation de naissance ou d'adoption de CHF 2000.- est en outre versée.

Assurance maladie

En règle générale, l'employeur n'a pas l'obligation d'assurer ses employés contre les conséquences d'une maladie. Cependant, les employeurs peuvent proposer à leurs salariés **une assurance collective privée pour perte de gain** en cas de maladie.

Assurance maternité

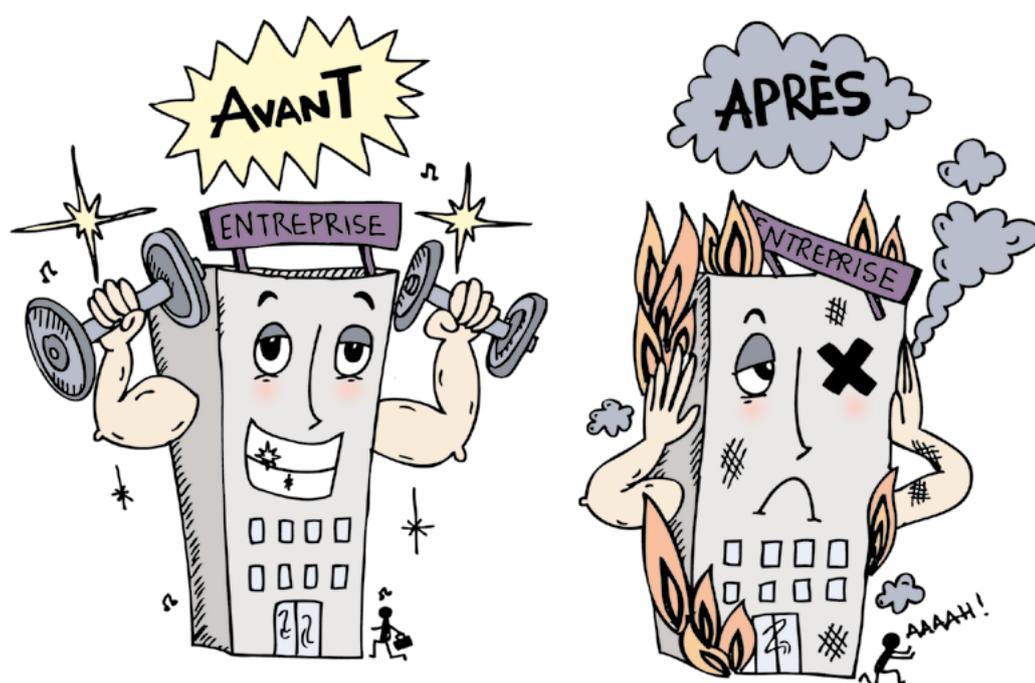
Les femmes exerçant une activité lucrative ont droit à percevoir le 80% de leur dernier salaire durant les 14 semaines suivant la naissance de leur enfant. Ce montant est toutefois plafonné à CHF 196.- par jour. **Les versements de cette assurance sont inclus dans les prestations de l'APG.**

Par ailleurs, les frais médicaux découlant de la grossesse et de l'accouchement sont pris en charge par l'assurance maladie.

Assurances complémentaires pour mon entreprise

Même si votre entreprise est bien gérée, elle n'est pas à l'abri d'un contretemps. Il est ainsi essentiel qu'elle puisse continuer à fonctionner, et ce quoi qu'il arrive. Différentes assurances facultatives peuvent être souscrites par les entreprises, afin de minimiser les risques et éviter de mettre en danger l'activité économique. Voici les principales assurances qui pourraient vous intéresser :

- › **Assurance bâtiment** (incendie, dégâts d'eau, ...);
- › **Assurance inventaire** (mobilier, équipement informatique, ...);
- › **Assurance construction** (utile si vous procédez à des travaux de construction ou de rénovation);
- › **Assurance véhicules** (pour la flotte de véhicules de l'entreprise);
- › **Transport des biens ou des marchandises**;
- › **Assurance perte d'exploitation** (en cas de force majeure);
- › **Assurance responsabilité civile** (utile en cas de poursuites en responsabilité civile. Cette assurance peut être souscrite par l'entreprise ou l'entrepreneur lui-même);
- › **Assurance protection juridique** (protège contre des frais et les tracas dus à un conflit en justice).



«N'ayez pas peur de vos idées!»

Entretien avec Sébastien Mabillard, coach de start-up.

Responsable de la pépinière d'entreprises de The Ark, vous êtes en contact quotidien avec de jeunes entrepreneurs. Selon vous, quelles sont les qualités principales d'un bon entrepreneur?

De manière générale, l'entrepreneur doit être un grand communicateur. Il doit être capable de faire partager son enthousiasme à son équipe, ses investisseurs, ses partenaires commerciaux ou techniques. Pour cela, il doit être totalement convaincu par son idée et son projet.

La suite n'est qu'une question de persévérance et d'endurance : un vrai marathon !

Comment assurer un bon départ avec une start-up ?

Il faut savoir créer une dynamique positive autour de son projet, mobiliser et fédérer les compétences, expertises et personnes clé au bon développement de son projet. Les organismes de soutien tel que l'Incubateur The Ark en font partie.



Il s'agit d'un espace privilégié pour les personnes qui ont envie de se lancer dans la grande aventure de l'entrepreneuriat, dans les domaines technologiques. Sa mission est de soutenir les entrepreneurs en démarrage, de les encadrer et, finalement, de les aider à aboutir dans leur projet d'entreprise.

Comment faire sa place, en tenant compte du contexte économique actuel ?

Les idées novatrices et l'innovation au sens large peuvent être considérées comme gage de réussite. En se démarquant de ce qui se fait habituellement, en se positionnant sur des marchés niches ou des segments spécifiques, on s'octroie une visibilité importante et des parts de marché, pour autant que les publics-cibles soient « mûrs » pour adopter votre nouvelle idée.

Quels conseils donner aux personnes qui veulent se lancer dans l'entrepreneuriat ?

Partagez votre projet, parlez-en ! C'est de l'échange et du partage d'expériences que votre projet en sera nourri. Ne gardez pas vos idées pour vous ! Au final, tout se joue dans la réalisation.

N'ayez pas peur de vos idées, lancez-vous ! Il n'y a que celui qui n'essaie pas qui n'arrive pas.



Le contrat de travail de mes employés

Afin de développer ses activités, votre société sera probablement amenée à engager des collaborateurs. Voici ci-après quelques points importants lors de la conclusion d'un contrat de travail :

Généralités

- › Par le contrat de travail, l'employé s'engage, pour une durée déterminée ou non, à travailler au service de l'employeur. Ce dernier promet de lui payer un salaire.
- › Le contrat de travail n'est soumis à aucune forme spéciale, il peut être conclu oralement ou par écrit.

Je vous conseille de rédiger un contrat écrit afin de définir clairement les droits et obligations de chacune des parties.



Contenu du contrat de travail

Le contrat de travail devrait mentionner au moins :

1. le nom des parties (employeur et salarié) ;
2. la date d'entrée en service ;
3. le travail à fournir ;
4. le salaire à payer en contrepartie ;
5. il s'agit également de tenir compte, pour certaines branches, des conventions collectives de travail.

Des dispositions ayant trait aux rapports de travail peuvent être prévues dans un document de nature générale (règlement d'entreprise, conditions générales, etc.). Toutefois, pour que ces dispositions s'appliquent, il faut que le contrat de travail y fasse expressément référence.

Pour les points qui ne seraient pas réglés par le contrat de travail (par ex. le délai de congé, le droit aux vacances, etc.), les dispositions du Code des Obligations (CO) (ou de la convention collective s'il en existe une) s'appliquent à titre subsidiaire.



ATTENTION

Certaines dispositions du CO sont impératives. Le contrat de travail ne peut pas y déroger! Voir notamment les articles 319 et suivants.

La protection des travailleurs relève de la loi fédérale sur le travail dans l'industrie, l'artisanat et le commerce. Cette loi établit les règles minimales de protection d'intérêt public et laisse le soin aux conventions collectives de les compléter. Par exemple, elle fixe, de manière générale, la durée maximale hebdomadaire à 45 heures.

► Liens utiles

- › Code des obligations, contrat de travail
↗ www.admin.ch
- › Plateforme d'orientation vers les administrations suisses
↗ www.ch.ch

Où et comment trouver des fonds ?

Les entrepreneurs ou les porteurs d'un projet d'entreprise devraient pouvoir apporter un maximum de fonds propres. Toutefois, trouver les fonds nécessaires au lancement et au développement de votre entreprise n'est parfois pas chose aisée.

La vie d'une entreprise et ses besoins en financement

Exemple d'une entreprise dans un domaine technologique :

	Phase de financement	Activités	Montant (CHF)	Temps en mois	Investisseurs
	Concept	Développement du concept d'entreprise	10'000 à 20'000	2 à 6 *	Créateurs, 3F (Friends, Family, Fools)
Stade précoce	Amorçage	Créer le business plan, rechercher le financement, composer le groupe des créateurs, étude de faisabilité	50'000 à 500'000	6 à 24	Créateurs, 3F, business angels, capital-risque (en phase d'amorçage), banques avec activités de financement de start-up
	Démarrage	Développement du produit/service, préparation de l'accès au marché	500'000 à 2'000'000	6 à 24	Business angels-co-investissements, capital-risque
	Phase 1	Accès au marché	1'000'000 à 5'000'000	6 à 12	capital-risque
Expansion	Phase 2	Echelonnage des produits/services	2'000'000 à 20'000'000	12 à 48	capital-risque
	Phase 3	Expansion du marché	2'000'000 à 20'000'000	6 à 36	capital-risque
	Relais	Financement intermédiaire pour la préparation à l'introduction en bourse (IPO)	2'000'000 à 20'000'000	6 à 36	capital-risque

* Dans le cas d'un développement technologique, on peut aussi investir pendant 3 ans jusqu'à atteindre un degré de maturité suffisant pour la commercialisation. **Source** : START Unternehmenszentrum Zurich

La Confédération et les cantons ne soutiennent que de manière subsidiaire le financement d'entreprises. Voici toutefois quelques soutiens possibles dans le canton du Valais :

Le Centre de compétences financières (CCF)

➔ www.ccf-valais.ch

Cette entité propose les aides financières et prestations suivantes :

- › **Investissement en capital** dans votre société via des fonds d'amorçage (seed money), dès le tout début de votre projet. Investissement maximal de CHF 50'000.-* ;
- › **Investissement dans le développement de sociétés** à fort potentiel via un fonds de capital-risque ;
- › **Investissements de soutien** et/ou de capital proximité, à différents moments de la progression de votre entreprise* ;
- › Garanties facilitant l'**octroi de crédits bancaires ou leasings**, ainsi que des garanties bancaires* ;
- › **Subventions** pour des démarches visant une amélioration de la compétitivité* ;
- › **Exonérations fiscales** (pour autant que la commune où se trouve le siège social de la société requérante accorde la même exonération pour les impôts communaux) ;
- › **Cofinancement du conseil** : permet de financer une partie des études préalables à un investissement ;
- › **Aide au financement** de participation(s) à des foires commerciales et/ou technologiques. Financement jusqu'à 50% des frais.

* **Conditions minimales pour obtenir un soutien de la part du CCF** : projet innovant, réalisation d'un chiffre d'affaires de manière prépondérante à l'extérieur du Valais, impact sur l'emploi important.

Club valaisan des business angels

➔ www.bizangels.ch

Géré par le CCF, le Club valaisan des business angels regroupe des investisseurs locaux ou étrangers, qui désirent s'impliquer financièrement dans une société valaisanne ou faire **bénéficiaire l'entreprise de leurs réseaux et connaissances**.

Les investisseurs peuvent intervenir à différents stades de développement d'une entreprise (en général lors de la création ou du démarrage).



Fondation The Ark

La Fondation ne propose pas de financement direct, mais soutient les entreprises par **des prestations de coaching, d'hébergement**.

➔ www.theark.ch

Par le biais notamment de son Incubateur d'entreprises, elle finance également des prestations de partenaires spécialisés (brevets, droit, communication, ...).

Commission technologie et innovation (CTI)

La CTI est affiliée à l'Office fédéral de la formation professionnelle et de la technologie. Elle aide à la réalisation de **projets des domaines de la recherche et du développement se trouvant à la limite entre haute école et entreprise**.

➔ www.kti.admin.ch

Les start-up et entreprises qui ont obtenu le label CTI Start-up, bénéficient quant à elles d'un accès privilégié aux bailleurs de capital-risque.

Le but est, avant tout, de transformer les résultats de recherche en produits prêts à conquérir le marché. La CTI finance les salaires des chercheurs impliqués. L'entreprise finance elle-même sa participation et met une somme en liquide à disposition de la recherche.

La Fondation The Ark peut aider votre entreprise à monter un projet CTI ou à obtenir le label CTI Start-up.

Prix aux entrepreneurs

De nombreux concours et prix pour les jeunes entrepreneurs sont mis régulièrement sur pied dans toute la Suisse. Certains offrent des montants cash, permettant un bon démarrage de votre entreprise. Consultez une sélection de prix sur :

➔ www.theark.ch/guide-prix-entrepreneur



Quels impôts pour mon entreprise?

Préambule

En Suisse, la compétence fiscale appartient à la Confédération, aux cantons et aux communes.

Les entreprises (personnes morales) doivent s'acquitter d'un impôt sur le bénéfice et le capital. Pour ces deux impôts, les autorités fiscales se chargent, en temps voulu, de vous contacter pour vous acquitter des montants dus.

A cela s'ajoute la taxe sur la valeur ajoutée. Pour cette dernière, les sociétés doivent s'annoncer spontanément auprès de l'Administration fédérale des contributions.

Raison individuelle : pas d'impôts pour la société à proprement parler

Les raisons individuelles ne sont pas imposables. Chaque entrepreneur individuel est imposable sur son revenu privé et commercial ainsi que sur

sa fortune privée et commerciale, sans pouvoir les séparer.

SA et Sàrl : double imposition

Contrairement aux sociétés de personnes, on distingue clairement, pour les sociétés anonymes et les Sàrl, le privé de l'entreprise. **Les SA et les Sàrl sont taxées en tant qu'entreprises, les actionnaires et les associés en tant que personnes privées.**

Mais cette nette séparation conduit cependant à une double imposition au plan économique.

Ainsi d'une part, le bénéfice de la SA est imposé et d'autre part, l'actionnaire doit payer un impôt sur le revenu sur les dividendes versés. Il en va de même pour le capital-actions. La SA doit payer des impôts sur le capital et l'actionnaire doit s'acquitter d'un impôt sur la fortune, en fonction de la valeur des actions.

Impôt sur le bénéfice net

Les SA et les Sàrl payent un impôt sur le rendement. L'assujettissement à l'impôt débute le jour de l'inscription au registre du commerce. Il s'agit en principe d'un impôt simple en pourcent du bénéfice. Un taux fixe est appliqué (par exemple 8,5% pour la Confédération).

Il existe cependant différents systèmes selon les cantons et les communes. Le canton du Valais utilise pour sa part un barème mixte à plusieurs niveaux, échelonné en fonction du montant du bénéfice.

Imposition du capital social

Tous les cantons (mais pas la Confédération) perçoivent un impôt sur le capital social. Habituellement, il s'agit d'une redevance fixée entre 3 et 9 pour mille. Le canton du Valais utilise pour sa part un tarif légèrement progressif.

Dans la majorité des cantons, l'impôt sur le capital englobe le capital-actions, ou le capital social, ainsi que les réserves déclarées.

Taxe sur la valeur ajoutée (TVA)

La TVA est un impôt indirect prélevé par la Confédération sur les entreprises prestataires de services en Suisse, lors de l'importation de biens et auprès des acquéreurs de services fournis par des entreprises ayant leur siège à l'étranger.

Le taux normal est de 8% du chiffre d'affaires, il est de 3,8% dans le secteur de l'hébergement et de 2,5% sur les denrées alimentaires et les boissons non alcoolisées, les livres, les journaux et revues, les médicaments, ainsi que les activités sportives et culturelles (état au 31.12.2011).

En principe, toutes les entreprises qui réalisent un chiffre d'affaires supérieur à CHF 100'000.- sont soumises à la TVA. Si vous n'êtes pas certain d'atteindre ce montant, vous disposez d'un délai de trois mois avant de vous annoncer à l'Administration fédérale des contributions (AFC), sinon vous devez vous inscrire dans le mois qui suit le début de votre activité commerciale.

Si vous ne remplissez pas les conditions, vous pouvez toutefois choisir, sous certaines modalités, une imposition volontaire que vous demanderez, également par écrit, à l'AFC.

Autres impôts

Les principaux impôts autres que ceux mentionnés ci-dessus sont :

- › **l'Impôt Anticipé (IA)**, destiné à inciter les titulaires de comptes bancaires à déclarer leurs avoirs, ou les actionnaires leurs dividendes ;

- › **la taxe professionnelle**, prélevée par les communes sur la base des critères suivants : le chiffre d'affaires, le nombre d'employés et la surface de locaux utilisés (ou les loyers payés). Le niveau de la taxe varie selon les communes ;
- › **le droit de timbre** est prélevé lors de l'émission et le commerce de titres et le paiement de primes d'assurances.



Comment établir une facture correcte ?

Dès le début de l'activité d'une entreprise, il faut se préparer à faire rentrer de l'argent, et donc à facturer des produits ou des services. Il est donc important de mettre sur pied un système de facturation efficace et surtout correct au niveau formel. En effet, si une facture ne remplit pas les critères formels, il est possible que des problèmes surgissent avec la TVA et l'Administration fédérale des contributions.

Vos factures doivent donc contenir au moins les éléments suivants :

- Nom et adresse de votre entreprise ;
- Votre numéro TVA (si vous êtes assujetti) ;
- Nom et adresse du destinataire. Le nom de la personne à laquelle est adressée la facture vient en principe après la raison sociale ;
- Date de livraison (si elle n'est pas identique à celle de la facture) ;
- Description précise du bien ou du service ;
- Prix (contre-prestation) de la livraison ou du service ;
- Taux de TVA appliqué (par ex. «8,0% de TVA en sus»). La mention Toutes taxes comprises ou TTC n'est pas suffisante ;
- Assurez-vous également que le bulletin de versement soit correct (via votre banque). L'indication de l'IBAN peut être utile lors de facturation à l'étranger ;
- Signature : les factures n'ont pas besoin d'être signées pour valoir comme instrument légal.

Exemples corrects de facture avec TVA

Facture non détaillée

Prestation	Total	CHF 3'000.-
	TVA 8% incluse	

Facture détaillée

Prestation 1	CHF	3'400.-
Prestation 2	CHF	2'300.-
Total brut (sans TVA)	CHF	5'700.-
- Rabais 10%	CHF	570.-
Total net	CHF	5'130.-
+ TVA 8%	CHF	410.40
Total TVA incluse	CHF	5'540.40

Le grand saut de la création d'entreprise te tente ?



coaching



hébergement



financement



réseaux



Nous accompagnons ta start-up vers le succès !

Incubateur The Ark, Valais www.theark.ch/incubateur

Faire connaître mon entreprise

Ça y est ! Vous tenez votre idée d'entreprise, vos produits, votre business plan et votre business model.

Reste maintenant à trouver des clients et à vous faire connaître du marché. Pour cela, il convient de mettre en place une stratégie marketing, qui devra notamment contenir les éléments du marketing-mix, à savoir vos produits, les prix, les moyens de distribution et la promotion à faire.

Pour être efficace, un bon plan marketing doit viser en priorité la clientèle cible de votre entreprise. Il ne s'agit en effet pas d'être visible à tout prix et partout.

La stratégie marketing doit s'appuyer sur des outils de promotion, qui doivent être combinés. En voici quelques-uns, séparés en deux grandes catégories : le marketing « classique » et le webmarketing

Marketing Print - Classique

- › **Logo** : afin de renforcer l'image de votre entreprise, il est important de pouvoir disposer d'une identité qui est rappelée sur tous vos supports de communication. Un logo d'entreprise est donc indispensable. Si l'on va plus loin dans la démarche, l'établissement d'une charte graphique (expliquant comment bien utiliser le logo et les différents supports marketing) peut être très utile.
.....
- › **Brochures** : plaquette d'entreprise, flyer, liste de prix, ... permettent de fixer sur papier les différentes prestations de votre entreprise. Afin de les imprimer, il est important de définir une stratégie de distribution de ce matériel, afin d'imprimer un nombre le plus exact possible par rapport à vos besoins.
.....
- ? **Prestataires** : Graphiste, agence de communication et imprimerie
.....
- › **Annonces dans les médias** : des campagnes de presse (presse écrite, radio, TV) sont également un bon moyen de se faire connaître. Par contre, celles-ci ont un coût important.
.....
- ? **Prestataires** : Agence de publicité des différents médias (par ex. Publicitas pour la presse écrite, Rhone FM publicité, ...), graphiste ou agence de communication
.....

- › **Campagne de relations publiques** : lors du lancement d'un nouveau produit ou service ou lorsqu'un évènement intéressant arrive dans la vie de votre entreprise (1'000^e client, 5'000^e machine produite,...), il est intéressant de diffuser un communiqué de presse aux principaux médias de votre région. Si l'information est intéressante et pas trop publicitaire, vous augmentez ainsi les chances que la presse s'intéresse à vous et fasse un compte-rendu.

Avant de diffuser un communiqué, pensez à sélectionner les médias intéressants pour votre entreprise (médias généralistes, spécialisés, régionaux, nationaux, ...).

? **Prestataires** : Agence de communication

- › **Salons et expositions** : les salons et expositions sont un bon moyen de faire connaître votre entreprise à un public bien défini, en fonction du positionnement de la manifestation. Des coûts sont à prévoir pour l'engagement du personnel sur le stand ainsi que l'agencement de celui-ci. S'ajoute bien évidemment à ces frais les coûts de location du stand (surface), qui varient selon l'importance des salons.

? **Prestataires** : Organismes de manifestation, créateurs de stands (JoklImport, Texner, Novaprint, PG SA, ...)

- › **Gadgets publicitaires** : aux couleurs de votre entreprise, ces petits gadgets publicitaires (bonbons, stylos, porte-clés, ...) peuvent permettre de laisser un « souvenir » à moindre coût à vos clients. Ces objets sont particulièrement utiles lors des salons et expositions ou lors de vos visites clientèle.

? **Prestataires** : Sociétés spécialisées (JoklImport, Texner, PG SA, ...)

Webmarketing

- › **Site internet et blog :** de nos jours, un site internet est pratiquement incontournable pour toute entreprise qui se respecte, quel que soit son domaine d'activités. Ce dernier doit contenir un maximum d'informations utiles pour le client. Il doit être construit pour les besoins du client et non pas de ceux de votre entreprise. Un site internet peut constituer un moyen de vente privilégié, sans intermédiaire. Par ailleurs, il peut être utile de compléter votre site internet « classique » par un blog, qui permet davantage d'interactivité. Il faut toutefois veiller à l'alimenter régulièrement en news, afin de garder l'attention des lecteurs.

- ? **Prestataires :** Agences web/communication, outils en ligne tels que Joomla, Wordpress, CMS Made Simple, Drupal, SilverStrip,...
- › **Référencement naturel :** le fait d'être bien positionné sur les moteurs de recherche est vital pour votre entreprise. Un travail sur le contenu de votre site internet, sur les mots-clés présents dans les pages ainsi que les liens externes doit être entrepris.

- ? **Prestataires :** Agences de communication spécialisées dans le référencement, vous-même
- › **Annonces en ligne :** les sites internet donnent la possibilité de publier des annonces. Suivant l'audience des sites, les prix peuvent également être onéreux. Les annonces sont en principe souscrites à la semaine ou au mois.

- ? **Prestataires :** Agences de publicité, site internet eux-mêmes, Google AdSense
- › **Newsletter et marketing direct :** cet outil permet d'envoyer des informations directement à vos clients, via des lettres d'informations électroniques ou des e-mails personnalisés.

- ? **Prestataires :** Agences de communication. Outils gratuits en ligne pour l'envoi tel que Campaign Monitor
- › **Google AdWords :** service de publicité de Google. Permet de mettre des annonces sur des sites internet ou sur le moteur de recherche. L'avantage principal pour l'entreprise est qu'elle paie uniquement lorsque les clients cliquent sur l'annonce. Des analyses fines de l'impact de ces campagnes sont facilement récupérables depuis l'interface de Google.

- ? **Prestataires :** Google, via son outil en ligne

› **Réseaux sociaux :** la présence de votre entreprise sur Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube ou encore Xing permet d'augmenter sa notoriété. Elle permet en outre d'entrer en relation directe avec vos clients et de pouvoir obtenir leur avis sur vos produits. Toutefois, la gestion de ces réseaux sociaux prend beaucoup de temps et doit être soignée. Il s'agit de ne pas se lancer tête baissée dans ces réseaux, au risque que cela soit contre-productif. Un commentaire d'un client qui ne trouve pas de réponse de votre part sur Facebook n'est pas positif pour l'image de votre entreprise.

? **Prestataires :** Agences spécialisées en community management, réseaux sociaux

› **Applications et jeux en ligne :** les applications Android ou iPhone sont très à la mode actuellement. Suivant les produits ou services offerts par votre entreprise, un développement de ce type d'outils pourrait être pertinent. Toutefois, une application coûte plusieurs milliers de francs.

? **Prestataires :** Sociétés informatiques ou agences web





La gestion du temps pour un entrepreneur

Le temps c'est de l'argent. Cette devise bien connue est particulièrement vraie pour un entrepreneur. En effet, la multitude des tâches et des activités à gérer personnellement rend la gestion du temps absolument primordiale et est nécessaire au bon déroulement du processus de développement de l'entreprise.



Les 8 règles d'or

1. Fixer un cadre

Posez-vous la question : quelle est la raison d'être et la mission de mon entreprise ? Il est important de fixer un cadre à ses activités et de ne pas en sortir. Le risque est grand de se disperser dans des tâches qui n'ont pas de rapport avec votre domaine d'activités.

2. Activités à valeur ajoutée

La règle du 20/80 dit qu'il faut s'occuper en priorité du 20% des activités les plus essentielles pour l'entreprise, car elles génèrent le 80% des résultats positifs. Il est très tentant de se tourner vers les activités que l'on aime faire et de délaissier celles que l'on aime moins. Il vous faut donc vous concentrer sur les activités à valeur ajoutée.

3. Priorisation des tâches

Pour chaque semaine, il faut constituer une liste des tâches à faire. Et les classer selon le degré d'importance et d'urgence. Les tâches urgentes/importantes en numéro 1, les peu importantes en 2 etc... Pour une meilleure efficacité, effectuez votre tâche d'une seule traite et commencez par ce que vous appréciez le moins faire.

4. Identifier les facteurs voleurs de temps

Il existe une multitude de facteurs qui vous volent du temps (informatique, déplace-

ments, séances, collègues,...). Analysez et identifiez les éléments qui vous subtilisent du temps pour les contrecarrer.

5. Savoir dire non

Ne pas dire oui à tout et n'importe quoi permet un gain de temps inestimable. Il faut cependant analyser la demande et l'intérêt de la tâche. Il est impératif de faire comprendre à votre interlocuteur que le refus est dû à un manque de temps et pas d'envie.

6. Planification de son temps

La planification de vos activités est essentielle. Un planning efficace devrait se composer de 60% d'activités planifiées et 40% de temps libre pour les imprévus.

7. Se discipliner

C'est certainement la règle la plus difficile à mettre en place. Le premier facteur de perte de temps, c'est vous-même. Il vous faudra faire une introspection sur vous-même et changer vos habitudes.

8. S'organiser

La mise en pratique de toutes ces règles nécessite une certaine rigueur et une bonne organisation. Certains outils comme Outlook et Excel vous permettent de gérer et coordonner au mieux vos tâches et vos rendez-vous.

Connaître ses limites

Il est important de connaître ses limites et se fixer des objectifs ambitieux, mais qui restent réalistes. Il faut également repérer toutes les sources de perte de temps et de déconcentration : les messageries instantanées, la consultation trop régulière des e-mails, les discussions trop nombreuses avec les collègues,... **Une bonne gestion du temps passe inévitablement par de la discipline.**

Source : Georges-A. Gessler, Accord Sàrl

► *Utilisez la méthode NERAC pour la gestion et le suivi de vos tâches et activités*

*N*oter les activités et les tâches à accomplir

*E*stimer la durée des activités

*R*éserver du temps pour les imprévus

*A*rbitrer par priorités, urgence et importances les activités

*C*ontrôler l'avancement des tâches et reporter les tâches inachevées





La Fondation The Ark

The Ark, la Fondation pour l'innovation en Valais, a pour objectifs principaux de renforcer la compétitivité des entreprises et de dynamiser et diversifier le tissu économique valaisan. The Ark fait la promotion de l'innovation dans les entreprises en Valais, via trois services principaux :

- › **Accélérateur** (aide à la mise sur le marché des technologies)
- › **Incubateur** (soutien aux start-up)
- › **Innovation** (soutien à l'innovation dans les PME existantes).

Ces services sont disponibles sur six sites technologiques, répartis sur tout le territoire cantonal :

BioArk (biotechnologies, Monthey), **IdeArk** (interactions homme-machine, Martigny), **PhytoArk** (valorisation ingrédients naturels, Conthey), **TechnoArk** (internet des objets, Sierre), **BlueArk** (efficacité énergétique et énergies renouvelables, Viège) et **TeleArk** (web sémantique, Briguel).

L'Incubateur The Ark

Il s'agit d'un espace privilégié destiné aux entreprises en démarrage. Grâce à un encadrement professionnel et des infrastructures adaptées, l'**Incubateur The Ark** veut maximiser les chances de succès des différents projets. L'**Incubateur The Ark** apporte un soutien concret aux projets innovants sous forme de prestations bien définies :

- › Coaching (encadrement professionnel sur mesure) et financement de prestations externes (juridique, brevets, ..);
- › Hébergement (locaux modulables sur les différents sites du canton);
- › Aide à la recherche de financement;
- › Réseaux (nationaux et internationaux) et animations.

Renseignements complémentaires

➦ incubateur.theark.ch

▶ to do list ◀

▶
.....
.....

▶
.....
.....

▶
.....
.....

▶
.....
.....

▶
.....
.....

▶
.....
.....

▶
.....
.....

▶
.....
.....

▶
.....
.....



Le grand saut de la création d'entreprise te tente ?



Nous accompagnons ta start-up vers le succès !



coaching



hébergement



financement



réseaux

Incubateur The Ark, Valais

www.theark.ch/incubateur

▶ to do list ◀

▶
.....
.....

▶
.....
.....

▶
.....
.....

▶
.....
.....

▶
.....
.....

▶
.....
.....

▶
.....
.....

▶
.....
.....

▶
.....
.....



▶ to do list ◀

▶

▶

▶

▶

▶

▶

▶

▶

▶

▶

▶



10 BONNES RAISONS DE CRIER TA START-UP!

Ça y est! Tu as trouvé «L'» idée innovante qui te permet de créer ta propre entreprise. Mais à un moment donné, il faut faire le pas et se lancer dans le grand bain de l'entrepreneuriat. Tu hésites? Voici 10 raisons – parmi d'autres – de lancer ta start-up.

1. **Être ton propre patron : qui n'en a pas rêvé?**
Décider par toi-même de l'avenir de son entreprise: c'est cette possibilité – qui est également une responsabilité – que t'offre l'aventure «start-up».
2. **Réaliser un rêve ou une idée à toi :** avec ta start-up, tu peux réaliser une idée propre et participer à une aventure fabuleuse dans laquelle tu vas pouvoir t'impliquer.
3. **Métro, boulot, dodo, c'est fini :** en tant que patron, tu bénéficies d'une importante liberté dans l'aménagement de ton temps de travail. Fini les horaires imposés! Certes, dès le début, les heures vont s'accumuler afin de bien valider ton projet et te lancer sur ton marché-cible. Mais vu que le sujet te passionnera et que tu travailleras pour toi-même, tu ne verras pas le temps passer!
4. **Rapidité d'action :** tout va très vite dans le domaine des start-up, notamment celles qui touchent les technologies. En fondant la tienne, tu peux imprimer ton propre rythme et rompre avec un mode de décision lent, souvent l'apanage des grandes entreprises.
5. **Un bel accomplissement de soi :** faire ce à quoi l'on aspire, développer une idée en laquelle on croit, c'est excellent pour l'ego et pour l'accomplissement de soi. Sans tomber dans la psychologie, la création d'une start-up contribuera certainement à forger ou à affirmer encore ta personnalité.
6. **Choisir tes collègues de travail :** c'est toi qui sélectionnes tes collaborateurs, tes partenaires et tes fournisseurs. Et, par choix, tu ne travailleras qu'avec les bons !
7. **Faire ce que tu aimes :** la création de ta propre entreprise, c'est à coup sûr la garantie de faire ce que tu aimes, du moins pour la majeure partie de ton temps de travail. On n'échappe pas aux formalités administratives. Mais c'est sur ton idée de base et la façon de la vendre que tu travailleras en priorité!

8. **Être entouré comme jamais** : Tu n'es pas seul dans cette aventure. Tu peux à tout moment bénéficier de soutiens concrets venant d'organismes et d'institutions qui ont la vocation de te supporter dans ton travail d'entrepreneur. Ils peuvent t'apporter, via un coaching et des aides ciblées, une aide spécifique et un partage d'expériences. C'est le cas notamment au sein de l'Incubateur The Ark.

9. **Accumuler des expériences et des connaissances** : tu engrangeras un nombre impressionnant de choses sur la vie des sociétés, et la vie en général. Tu découvriras les ficelles

de l'entrepreneuriat, les lois en vigueur, les trucs pour vendre son produit et se vendre... Cela te sera utile, quoi que devienne ta start-up. Une école de vie en somme !

10. **Et si tu fondais le nouveau Facebook** : certaines start-up, basées sur des idées fortes et originales, connaissent un succès rapide et fulgurant. Fonder le prochain Google ou Facebook : c'est tout le mal que l'on peut te souhaiter. Mais pour avoir une chance d'y parvenir, il faut oser,... oser te lancer dans le grand bain de l'entrepreneuriat. Qu'attends-tu ?

Sébastien Mabillard,
coach de start-up et responsable
de l'Incubateur The Ark

3 QUESTIONS À GILLES FLOREY CEO DE LA START-UP KEYLEMON



La start-up Keylemon, basée à l'IdeArk de Martigny, a été créée en 2008. Sa technologie permet notamment d'ouvrir une session personnelle à l'aide de son visage. En décembre dernier, elle a signé un contrat avec Fujitsu, l'un des leaders mondiaux de solutions informatiques. La solution Keylemon équipera ainsi toute une série de nouveaux ordinateurs de la marque japonaise.

Rencontre avec le CEO Gilles Florey....

GILLES, QU'EST-CE QUI T'A POUSSÉ À LANCER TA START-UP ?

Tout d'abord, le magnifique tissu économique qui lie les différentes start-up de la région. La mise en réseau entre les entrepreneurs et les partenaires économiques est très valorisante. Ensuite, lancer sa start-up, c'est la possibilité de faire quelque chose de différent. La troisième raison est ma propre motivation: j'ai toujours voulu créer ma propre entreprise.

QU'EST-CE QUI TE PLAÎT LE PLUS DANS TA FONCTION DE CEO DE START-UP ?

C'est avant tout est la variété. On est à la fois vendeur, spécialiste en ressources humaines, manager produit, responsable des investissements... En même temps, on a contact avec un nombre impressionnant de personnes différentes. Le travail devient ainsi très varié. J'aime également affronter des problèmes auxquels il faut trouver rapidement une solution.

SI C'ÉTAIT À REFAIRE, REFERAIS-TU LA MÊME CHOSE ?

Oui, je referais exactement pareil, en créant même encore plus vite ma start-up! Actuellement, les aides aux jeunes entrepreneurs sont bien développées et compétentes.

Informations complémentaires

www.keylemon.com

SUDOKU

	3		1			9	8	
6				8		1		2
5				9				
	6	7			4			2
				6				
	9		8			4	3	
				3				4
9		5		2				1
	1	8			7		6	

1				4			2	8
5	6		1				7	
		2	5		7	6		
		9		5		8	6	
7			3		1			5
	4	5		9		2		
		3	6		9	1		
	7				5		4	9
8	9			2				6

F A C I L E ●○○

		5				6	9	
8	2						1	
			4		1	2		
		1			2	8		4
			9		6			
6		2	8			9		
		4	7		3			
	1						7	8
	3	6				5		

6		3				5		1
	1		5		2		8	
5								4
		8	4		7	1		
	7						2	
		5	9		3	7		
8								9
	5		6		8		3	
9		6				8		5

D I F F I C I L E ●●○

	2			8				9
		7	3		9			6
			5	7	1			
	5					2		
9	8						6	7
		3					4	
			7	5	8			
4			9		2	3		
8				4			2	



TRÈS DIFFICILE

	5		3			2		
					9			
4							7	
		8						
				6				
							1	



MAGIC SODOKU

MOT CACHÉ

Retrouvez tous les mots de la liste dans la grille. Attention, certaines lettres peuvent être utilisées plusieurs fois. Après avoir retrouvé tous les mots de la liste, il vous restera 17 lettres. Vous y découvrirez le prénom et le nom d'un patron bien connu, ainsi que le nom de la multinationale qu'il dirige avec succès.

Bonne chance !

activites	fournisseur
association	frais
assurance	ideark
banque	idee
bar	ils
beau	imports
bioark	incubateur
bleu	innovation
brevet	juridique
brillant	legal
business	marketing
ceo	marque
client	notaire (2x)
contrat	offre
cooperative	or
creation	plan
crise	prix
demande	produit
do	projet
elle	service
entrepreneur	toit
entreprise	tu
finances	web
fondation	techno

p	e	u	q	n	a	b	e	w	a	c	t	i	v	i	t	e
r	s	r	e	u	e	l	b	f	o	n	d	a	t	i	o	n
o	t	u	r	k	r	a	e	d	i	d	t	n	e	i	l	c
j	o	e	g	n	i	t	e	k	r	a	m	c	r	i	s	e
e	p	n	c	o	n	t	r	a	t	i	k	r	a	o	i	b
t	m	e	u	c	f	o	u	r	n	i	s	s	e	u	r	i
e	i	r	a	s	s	o	c	i	a	t	i	o	n	n	s	d
n	n	p	e	t	t	f	c	c	a	r	h	p	a	o	j	e
t	n	e	b	e	i	f	b	o	s	a	i	r	l	t	u	e
r	o	r	m	c	o	r	u	o	s	b	n	o	p	a	r	s
e	v	t	e	h	t	e	s	p	u	c	c	d	t	i	i	e
p	a	n	d	n	e	c	i	e	r	r	u	u	n	r	d	c
r	t	e	n	o	v	i	n	r	a	e	b	i	a	e	i	n
i	i	u	a	t	e	v	e	a	n	a	a	t	l	f	q	a
s	o	q	m	a	r	r	s	t	c	t	t	l	l	r	u	n
e	n	r	e	i	b	e	s	i	e	i	e	i	i	a	e	i
d	t	a	d	r	g	s	o	v	o	o	u	p	r	i	x	f
o	g	m	l	e	g	a	l	e	l	n	r	e	b	s	l	i

[I I I I I I I I I I I I I I I]

BLOG THE ARK

TOUTE L'INFORMATION
SUR L'INNOVATION
VALAISANNE



À CONSOMMER 3-4
FOIS PAR SEMAINE



INFORMATIONS
NATURELLES

100%

VALAISAN



RENDEZ-VOUS SUR
blog.theark.ch

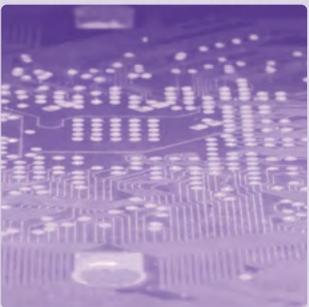
the 

CONSTRUIRE LE VALAIS TECHNOLOGIQUE DE DEMAIN

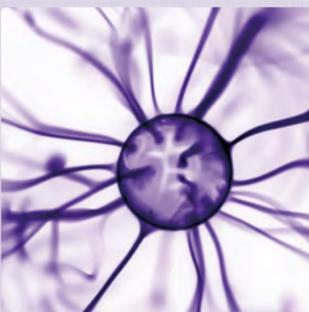
LIFE SCIENCES



ICT



ENERGY



VALORISATION
de nouvelles technologies

INCUBATION
de start-up

INNOVATION
d'affaires pour PME

www.theark.ch
info@theark.ch

the **ark**
La Fondation
pour l'innovation en Valais

Pour en savoir plus ?



Contactez-nous !

La Fondation The Ark, et tout spécialement son Incubateur d'entreprises, est là pour aider les jeunes entreprises désirant s'installer en Valais.

Fondation The Ark
Bâtiment de Courten
Place St-Théodule
1950 Sion
Suisse
Tél. 027 606 88 60

the **ark**

✉ incubateur@theark.ch

➔ www.theark.ch/incubateur

© Contenu protégé. Toute reproduction interdite, sauf accord de la Fondation The Ark.

Illustrations : Line Broccard

Prix indicatif CHF 49.-