



Le Guide de l'Auto-Entrepreneur Serein

On ne va pas se mentir : se lancer seul, c'est excitant... et c'est un champ de mines. Ce guide, c'est le conseil d'un chef d'entreprise qui est passé par là — sans jargon, sans blabla. Deux parties : d'abord **vendre** (attirer des clients avec ce que vous avez déjà en main), ensuite **tenir la boutique** (l'argent, les règles, les pièges). Lisez-le une fois, gardez-le sous la main.



Vendre : transformer vos supports en clients

1. Utilisez votre carte et votre site à fond

- **Ayez toujours des cartes sur vous.** Donnez-en à chaque rencontre, laissez-en chez les commerçants voisins, glissez-en dans chaque commande.
- **Partagez le lien de votre site partout :** signature de courriel, réseaux, réponses aux messages. C'est votre vitrine ouverte 24 h/24.
- **Reliez les deux :** l'adresse du site sur la carte. On regarde la carte, on va sur le site, on vous contacte.

2. Rendez-vous visible (surtout gratuitement)

- **Fiche Google (gratuite) :** c'est CE qui vous fait apparaître quand on cherche votre métier près de chez vous. L'outil n°1 pour être trouvé localement.
- **Un seul réseau social, bien tenu :** là où est votre clientèle (souvent Instagram/Facebook pour les métiers de proximité). Mieux vaut un réseau actif que trois abandonnés.
- **Les avis clients :** demandez-en systématiquement aux satisfaits. Rien ne rassure plus un nouveau client.

3. Décrochez vos premiers clients

- **Parlez-en autour de vous :** le bouche-à-oreille est votre premier canal.
- **Les groupes locaux :** groupes Facebook de votre ville, associations de commerçants, marchés.
- **Une offre de lancement :** un geste sur les premières prestations crée du volume, des avis et des recommandations.

4. Tissez un vrai réseau local (au-delà des réseaux sociaux)

Les réseaux sociaux, c'est bien — mais le local se gagne surtout sur le terrain. Voici des leviers que peu exploitent :

- **Les réseaux de recommandation structurés :** le BNI (Business Network International) réunit chaque semaine des entrepreneurs locaux qui se passent des contacts d'affaires — un seul membre par métier et par groupe, donc aucune concurrence interne. Principe : « qui donne reçoit ». Repérez le groupe le plus proche de chez vous.
- **Les fédérations d'auto-entrepreneurs :** la FNAE (Fédération Nationale des Auto-Entrepreneurs) et l'UAE défendent et fédèrent les micro-entrepreneurs — infos, entraide, visibilité.
- **Les institutions qui vous aident (souvent gratuitement) :** la CCI (commerçants), la CMA (artisans), la BGE, Initiative France et Réseau Entreprendre proposent ateliers, mise en réseau et parfois un prêt d'honneur pour démarrer. Poussez leur porte.
- **Les partenariats croisés :** repérez les métiers COMPLÉMENTAIRES et non concurrents (coiffeur esthéticienne, plombier, électricien, traiteur, photographe). Échangez vos cartes, recommandez-vous, laissez vos flyers les uns chez les autres : vous profitez de la clientèle déjà installée de l'autre.
- **Les lieux de passage :** demandez à laisser vos cartes ou un flyer à la boulangerie, la pharmacie, la maison de la presse, l'espace de coworking, sur les panneaux d'affichage.
- **Le bulletin municipal / l'annuaire de la mairie :** beaucoup d'habitants y cherchent un artisan ou un prestataire local. Contactez le service communication de votre ville pour y figurer.
- **La pub roulante :** un simple marquage (lettrage) sur votre véhicule travaille pour vous à chaque trajet et à chaque stationnement — imbattable pour les métiers à domicile.

- **Le terrain** : marchés, foires, salons de créateurs, portes ouvertes, forums de la création, « apéros entrepreneurs », Jeune Chambre Économique (JCE). On y noue en une heure ce que trois mois de posts ne donnent pas.
- **La démonstration** : proposez un mini-atelier ou une démo gratuite (médiathèque, tiers-lieu, marché). Se montrer en action vaut mille publicités.
- **Réveillez votre réseau dormant** : prévenez tout votre entourage, vos anciens collègues, vos anciens clients — c'est presque toujours votre première source de contrats.

Un bon réseau ne se « prend » pas, il se cultive : rendez service, recommandez les autres, et ça vous revient au décuple.

5. Fixez le juste prix (ne vous sous-vendez pas)

L'erreur du débutant : casser ses prix par peur. Résultat : on s'épuise pour trois fois rien. Retenez une chose : votre chiffre d'affaires n'est PAS votre revenu — il faut en retirer vos cotisations et votre impôt (on y revient en Partie 2).

Fixez un prix qui vous laisse de quoi vivre APRÈS charges. Un prix trop bas fait aussi fuir : il envoie le signal « pas sérieux ».

6. Fidélisez et faites-vous recommander

- **Le parrainage** : un client qui vous en amène un autre mérite un merci (réduction, petit plus). De la pub qui ne coûte presque rien.
- **Le suivi** : un petit message après la prestation, un rappel au bon moment. On revient vers qui pense à nous.

7. Restez maître de votre temps

Un auto-entrepreneur ne peut pas humainement tout faire — prospection, devis, administratif, e-mails, compta. On s'épuise, et c'est là qu'on commet des erreurs coûteuses.

- **Bloquez un créneau fixe** par semaine pour l'administratif, au lieu de le subir tous les jours.
- **Automatisez ou délégez** dès qu'une tâche revient sans cesse : ça vous garde concentré sur votre cœur de métier, celui qui vous fait vivre.



Tenir la boutique : l'économique, le juridique, les pièges

Ce guide parle surtout de la micro-entreprise — le statut le plus courant pour se lancer. Mais l'état d'esprit vaut pour toute entreprise ; là où la société change la donne, c'est signalé.

1. Bien démarrer : les fondations

- **Votre régime** : la micro-entreprise relève des BIC (commerce/artisanat) ou des BNC (activités libérales). Ça détermine vos taux (voir plus bas).
- **La création** se fait en ligne sur le guichet unique (INPI) — gratuit.
- **L'ACRE (coup de pouce de départ)** : une réduction de cotisations la 1ère période. En 2026, elle est de **50 % pour une création avant le 1er juillet 2026**, et de **25 % à partir du 1er juillet 2026**. Elle n'est plus automatique : il faut la demander à l'URSSAF **dans les 60 jours** du début d'activité.

- **Le compte bancaire dédié** : obligatoire seulement si votre CA dépasse **10 000 € deux années civiles de suite** (vous avez 12 mois pour l'ouvrir). En dessous, ce n'est pas imposé mais vivement conseillé — et un simple compte séparé suffit.
- **L'assurance** : obligatoire pour les métiers réglementés et le bâtiment (garantie décennale) ; vivement recommandée (responsabilité civile professionnelle) pour tous les autres.

2. Comprendre ses chiffres (ne pas se planter)

- **À quoi servent les plafonds ?** Ce sont les limites du régime micro (2026-2028 : 83 600 € en services/libéral, 203 100 € en vente). En dessous, vous gardez la simplicité : cotisations en % du CA, pas de comptabilité lourde, franchise de TVA. Si vous les dépassez deux années civiles de suite, vous basculez au régime réel l'année suivante — d'où l'intérêt de les surveiller et d'anticiper.
- **Ce que vous déclarez à l'URSSAF** : votre chiffre d'affaires ENCAISSÉ (l'argent réellement reçu), chaque mois ou chaque trimestre, au choix. Le piège classique : on ne déclare PAS « ce qui reste dans la poche » ni son bénéfice, mais bien le TOTAL encaissé, avant toute charge — c'est sur ce total que sont calculés vos cotisations et votre impôt. Et même à 0 €, la déclaration est obligatoire (sinon pénalité).
- **Vos cotisations sociales** sont un pourcentage de ce que vous encaissez. Taux pleins 2026 : 12,3 % (vente), 21,2 % (services BIC), 25,6 % (libéral BNC), 23,2 % (CIPAV).
- **La 1ère année, l'ACRE les réduit** : pour une création avant le 1er juillet 2026 (−50 %) → environ 6,2 % (vente), 10,6 % (services BIC), 12,3 % (BNC) ; à partir du 1er juillet 2026 (−25 %) → environ 9,2 %, 15,9 %, 19,2 %. Les années suivantes, vous repassez aux taux pleins.
- **Votre impôt, deux façons de le payer** : par défaut (barème), l'administration calcule votre bénéfice (CA moins un abattement forfaitaire de 71 % en vente, 50 % en services BIC, 34 % en BNC), l'ajoute aux revenus du foyer et l'impose au barème progressif — si votre foyer n'est pas imposable, vous ne payez rien sur cette activité. Sur option, le versement libératoire : un taux fixe sur le CA (1 % vente / 1,7 % services BIC / 2,2 % BNC), prélevé avec les cotisations.
- **Concrètement** : le versement libératoire est intéressant si votre foyer est imposable ; si vous êtes peu ou pas imposable, il peut vous faire payer un impôt que vous n'auriez pas eu au barème. À choisir selon votre situation.
- **La CFE** : un impôt local dû chaque année en décembre. Vous en êtes exonéré la 1ère année civile, et si votre CA reste sous 5 000 €. Son montant dépend surtout de votre commune et de votre CA : il démarre autour de 250 € pour les plus petits et augmente ensuite. Le plus sûr est de vous renseigner auprès de votre commune ou d'attendre votre premier avis. Dans tous les cas, provisionnez-la.
- **La TVA** : sous les seuils de franchise (37 500 € en services, 85 000 € en vente en 2026), vous ne la facturez pas. Au-delà — ou en société — vous la facturez.

Règle d'or : dès chaque encaissement, mettez de côté de quoi payer cotisations + impôt + CFE. Sinon la note de fin d'année fait très mal.

3. Facturer et se faire payer (le nerf de la guerre)

Un repère avant tout : selon que votre client est un particulier ou un professionnel, les règles changent. Avec un particulier, c'est plus simple ; les points ci-dessous signalés « entre pros » ne concernent que vos clients professionnels.

Les mentions obligatoires : vos coordonnées + SIRET, la date, le détail et le prix, l'identité du client. En micro : « TVA non applicable, art. 293 B du CGI ». Un oubli coûte 15 € par mention manquante.

- **Numérotation continue** : vos factures suivent une numérotation chronologique SANS trou ni interruption (1, 2, 3... ou 2026-001, 2026-002...). Pas de numéro sauté, pas de doublon. Une

facture déjà émise ne se supprime ni ne se modifie jamais : pour l'annuler ou la corriger, on établit une facture d'avoir (mention « avoir », renvoi à la facture d'origine, date et motif). Supprimer une facture peut faire rejeter votre comptabilité en cas de contrôle.

- **Échéance et règlement** : indiquez toujours la date limite de paiement et le mode de règlement souhaité (virement, chèque...). Pour un client professionnel, ajoutez les pénalités de retard ET l'indemnité forfaitaire de 40 € (l'oubli le plus fréquent).
- **Si vous facturez la TVA** (en société, ou en micro au-delà du seuil) : les taux sont 20 % (normal), 10 % (ex. rénovation de logement, restauration, transport), 5,5 % (ex. alimentaire, travaux d'amélioration énergétique), 2,1 % (cas particuliers). Le bon taux dépend de l'activité ; en cas de doute, rapprochez-vous du service des impôts des entreprises (SIE).
- **La facturation électronique** : vous devrez pouvoir recevoir des factures électroniques dès le 1er septembre 2026, et les émettre (TPE/PME) à partir du 1er septembre 2027, via un logiciel ou une plateforme AGRÉÉE(E) par l'administration. Nuance importante : les ventes aux particuliers ne donnent pas de facture électronique, mais elles entrent dans le e-reporting — vous devrez transmettre les données de vos ventes à l'administration (comme un commerçant qui vend au comptoir sans facturer), à partir du 1er septembre 2027 pour les petites entreprises.
- **Encadrez le paiement** : demandez un acompte — c'est légal et courant, surtout dans le bâtiment (il couvre les matériaux et engage le client). Fixez un délai clair : entre professionnels, 30 jours par défaut, 60 jours au maximum (ou 45 jours fin de mois si convenu).
- **En cas d'impayé** : relancez vite et gardez une trace écrite de chaque relance (mail, puis courrier recommandé) : en cas de contrôle ou de litige, vous devez pouvoir prouver que vous avez cherché à vous faire payer — laisser filer une créance sans rien faire peut vous être reproché. Et n'attendez pas : une facture se prescrit au bout de 2 ans si le client est un particulier, 5 ans s'il est professionnel (à compter de l'échéance) ; passé ce délai, vous ne pouvez plus la réclamer en justice.

4. Se protéger et durer

- **Les CGV (Conditions Générales de Vente)** : ce sont les règles écrites de votre relation client — prix, délais, conditions de paiement (pénalités, indemnité de 40 €), garanties, droit de rétractation, litiges. Elles vous protègent en cas de désaccord. Vous devez les communiquer au consommateur (obligatoire en vente aux particuliers) et à tout professionnel qui les demande. Faites-les accepter avant de commencer (devis signé).
- **Les mentions légales de votre site** (identité, SIRET, hébergeur) sont obligatoires — elles sont déjà générées sur votre site du kit.
- **Le RGPD, concrètement** : c'est la règle qui protège les données personnelles des gens (nom, e-mail, téléphone, adresse). Dès que vous collectez ou stockez des infos sur vos clients (fichier clients, formulaire de contact, newsletter), vous devez : n'en collecter que le nécessaire, dire aux personnes ce que vous en faites, les garder en sécurité, et permettre à chacun de les consulter, corriger ou supprimer. Tant que votre site affiche seulement vos coordonnées, sans formulaire, vous êtes dans le cas simple.
- **Conservez vos documents (et le bon délai)** : factures et pièces comptables 10 ans ; déclarations et justificatifs fiscaux 6 ans ; contrats et documents commerciaux (CGV, bons de commande) 5 ans ; documents bancaires 5 ans ; bulletins de paie et documents sociaux, si vous avez des salariés, 5 ans. Classez au fur et à mesure : en cas de contrôle, c'est à vous de fournir.
- **Méfiez-vous des arnaques** : faux « registres » payants et courriers d'apparence officielle qui réclament de l'argent après votre immatriculation. Les démarches officielles sont gratuites ou passent par l'URSSAF / l'INPI / les impôts.

5. Gagner plus et se développer

- **Pilotez vos marges** : en micro, vous ne déduisez pas vos charges réelles — un abattement forfaitaire est censé les couvrir. Le prix doit donc les intégrer.

- **Anticipez, ne subissez pas** : surveillez vos plafonds. Si vous vous en approchez, posez-vous la question du changement de statut AVANT d'y être contraint.
- **Micro ou société ?** La micro est imbattable de simplicité au démarrage. Mais si vous avez BEAUCOUP de charges réelles (matériel, stock, local, sous-traitance), l'abattement forfaitaire peut devenir moins avantageux que la déduction des charges réelles en société — qui permet aussi de récupérer la TVA, de se rémunérer autrement, de s'associer ou de mieux protéger son patrimoine. En contrepartie, c'est plus de gestion.
- **Le bon réflexe** : ce n'est pas une décision à prendre seul dans son coin, ni un conseil qu'on trouve dans un guide. Dès que la question se pose, faites le point avec un expert-comptable ou un conseiller (CCI, CMA) qui étudiera VOTRE situation chiffrée. Ce guide vous alerte ; le professionnel vous décide.
- **Déléguiez / automatisez** l'administratif chronophage pour vous consacrer au métier qui rapporte — c'est souvent ce qui débloque la croissance.

6. Gardez le nez dans vos chiffres (micro comme société)

Que vous soyez en micro-entreprise ou en société, une chose ne se délègue jamais : le pilotage de vos chiffres.

- **En société**, la tenue d'une comptabilité complète (bilan, compte de résultat) est obligatoire. L'expert-comptable n'est pas imposé par la loi, mais c'est un partenaire précieux : il produit des comptes fiables et vous éclaire.
- **Sa mission**, c'est de tenir et de présenter vos comptes — pas de piloter votre entreprise à votre place. Les décisions, les arbitrages, l'anticipation : ça, c'est votre rôle de chef d'entreprise.
- **L'écueil fréquent** : attendre que le cabinet « prévienne s'il y a un souci ». La gestion au quotidien ne fait pas partie de sa mission, et l'entrepreneur découvre souvent les chiffres après coup, à la clôture. À vous de les regarder régulièrement, pas une fois par an.
- **Ayez les bases pour lire vos comptes** (chiffre d'affaires, marge, trésorerie, résultat) : vous dialoguez mieux avec votre comptable, vous posez les bonnes questions et vous décidez en connaissance de cause.

→ *Votre comptable est un allié, pas un pilote automatique : il tient la carte, c'est vous qui conduisez.*

7. Formez-vous — c'est un droit (et c'est financé)

Vous cotisez déjà pour la formation : la CFP est prélevée sur votre chiffre d'affaires (0,1 % pour les commerçants, 0,2 % pour les libéraux, 0,3 % pour les artisans). Autant utiliser cet argent qui vous revient.

- **Votre fonds de formation (FAF)**, selon votre activité, finance vos formations : AGEFICE (commerçants), FAFCEA (artisans), FIF-PL (professions libérales).
- **Votre CPF** (Compte Personnel de Formation) est crédité de 500 € par an, jusqu'à 5 000 €, dès que vous déclarez du chiffre d'affaires.
- **Se former**, c'est gagner en autonomie — sur la gestion, les chiffres, le commercial, votre métier. Chaque conseil externe se facture ; monter en compétence réduit cette dépendance et ce coût.

8. Les pièges à éviter (la check-list des erreurs)

- Confondre chiffre d'affaires et revenu (oublier cotisations + impôt).
- Ne pas provisionner la CFE, qui tombe en décembre.
- Oublier l'indemnité de 40 € et les mentions obligatoires (amendes).
- Rater ou oublier une déclaration URSSAF (des pénalités s'appliquent) — déclarez même à 0.
- Négliger l'assurance, surtout dans le bâtiment.
- Se laisser submerger par l'administratif au point d'en oublier de vendre.



Lexique — les mots et sigles à connaître

Quelques termes qui reviennent souvent quand on démarre :

- **ACRE** — Aide à la Création ou à la Reprise d'une Entreprise : une réduction de cotisations au démarrage.
- **BIC / BNC** — vos revenus relèvent des BIC (vente, artisanat) ou des BNC (activités libérales) ; cela détermine vos taux.
- **BGE** — un réseau d'accompagnement gratuit à la création d'entreprise.
- **BNI** — Business Network International : un réseau où des entrepreneurs locaux se passent des contacts d'affaires.
- **CCI** — Chambre de Commerce et d'Industrie : accompagne les commerçants.
- **CMA** — Chambre de Métiers et de l'Artisanat : accompagne les artisans.
- **CFE** — Cotisation Foncière des Entreprises : un impôt local, dû chaque année en décembre.
- **CFP** — Contribution à la Formation Professionnelle : une cotisation qui vous ouvre des droits à la formation.
- **CPF** — Compte Personnel de Formation : un budget formation qui se recharge chaque année.
- **CGV** — Conditions Générales de Vente : les règles écrites de votre relation client.
- **CIPAV** — la caisse de retraite de certaines professions libérales.
- **e-reporting** — la transmission à l'administration des données de vos ventes non facturées électroniquement (ventes aux particuliers).
- **ERP** — un outil informatique de gestion (suivi des clients, des commandes, du stock...).
- **FAF** — Fonds d'Assurance Formation : finance vos formations selon votre activité (AGEFICE, FAFCEA, FIF-PL).
- **INPI** — l'organisme du « guichet unique » où l'on crée son entreprise en ligne.
- **RGPD** — Règlement Général sur la Protection des Données : les règles qui protègent les données personnelles.
- **SIE** — Service des Impôts des Entreprises : votre interlocuteur pour les impôts.
- **SIRET** — le numéro qui identifie votre entreprise.
- **TVA** — Taxe sur la Valeur Ajoutée : en micro, sous les seuils, vous ne la facturez pas.
- **URSSAF** — l'organisme qui collecte vos cotisations sociales.
- **Versement libératoire** — l'option pour payer votre impôt sur le revenu à taux fixe, en même temps que vos cotisations.



Bonus — Vos check-lists prêtes à cocher

Check-list « Je me lance »

- ☐ Activité immatriculée sur le guichet unique (INPI).
- ☐ Demande d'ACRE envoyée à l'URSSAF (dans les 60 jours).
- ☐ Compte bancaire séparé prévu (obligatoire au-delà de 10 000 € de CA deux ans de suite).
- ☐ Assurance vérifiée (obligatoire pour le bâtiment / métiers réglementés).
- ☐ Carte de visite et site en ligne (votre Kit).
- ☐ Fiche Google créée.

Check-list « Facture conforme »

- ☐ Mes coordonnées + SIRET, date, numéro unique qui se suit.
- ☐ Identité du client, détail des prestations, prix.
- ☐ « TVA non applicable, art. 293 B du CGI ».
- ☐ Conditions/date de paiement.
- ☐ Client pro : pénalités de retard + indemnité de 40 €.

Check-list « Fin d'année »

- ☐ Toutes mes déclarations de CA faites (même à 0).
- ☐ De côté : cotisations + impôt + CFE.
- ☐ CFE réglée (échéance de décembre).
- ☐ Prêt à recevoir des factures électroniques (dès sept. 2026).

Allons plus loin ensemble



Votre kit vous a lancé. Ensuite, je peux vous accompagner au-delà — voici comment, et surtout pourquoi ça peut changer votre quotidien.

Un site à votre image

Un site n'est pas un luxe : c'est votre vitrine ouverte jour et nuit, celle qui rassure et fait qu'on vous choisit plutôt qu'un autre.

- **Ce que je propose** : du site vitrine (comme celui de votre kit) au site plus complet — multipages, présentation détaillée de vos prestations et de vos tarifs, galerie — et, selon le projet, la mise en place d'une boutique en ligne simple (via une plateforme dédiée).

Une image de marque cohérente

Sur le terrain, je vois toujours la même erreur : une carte faite ici, un flyer là, un logo ailleurs — et finalement, aucune cohérence. La marque ne se voit pas, on ne vous reconnaît pas. Or quand tout parle d'une seule voix (même logo, mêmes couleurs, partout), on vous identifie au premier coup d'œil : « ah oui, c'est elle, on la connaît, on lui fait confiance ». C'est ça, une image de marque.

- **Ce que je propose** : logo, carte de visite, papier à en-tête, mini-catalogue, plaquette de présentation, flyers et prospectus, visuels pour vos réseaux, signalétique — tous assortis, dans une même identité.

Automatisation & outils métier sur mesure

Quand on est seul aux commandes, on porte toutes les casquettes — et des tâches répétitives grignotent des heures chaque semaine. À vouloir tout faire, on s'épuise, et on finit par commettre des erreurs. Aujourd'hui, des outils permettent d'automatiser et de piloter tout ça, de façon simple, stable et sécurisée.

Je conçois pour vous un outil **sur mesure, de A à Z, adapté à VOTRE métier** — pas un logiciel « tout-en-un » standard, mais exactement ce dont vous avez besoin. Selon votre activité, cela peut être :

- **Un tableau de bord** pour piloter votre activité d'un coup d'œil (chiffre d'affaires, échéances, priorités).
- **Un suivi de stock** (entrées, sorties, alertes de réapprovisionnement).
- **Un suivi de fabrication / production** (étapes, quantités, délais).
- **Un suivi de prospects et de clients** — savoir qui relancer et où en est chaque affaire (un mini- CRM).
- **Un calendrier de rendez-vous ou de commandes** avec rappels automatiques.
- **La prise de commande et son automatisation** (du bon de commande jusqu'à la confirmation).
- **L'automatisation des tâches répétitives** (relances, tri et archivage des e-mails, transmission de vos documents au comptable).

Chaque outil est unique, pensé pour votre profession et votre façon de travailler : on ne mélange pas tout dans un même logiciel, on construit ce qui VOUS sert vraiment. On commence toujours par un **audit** de vos besoins — comme l'outil déjà réalisé, par exemple, pour une fabrique de confiserie.

Gestion administrative

Pas le temps (ou pas l'envie) de gérer l'intendance ? Je peux la prendre en charge, pour que vous restiez concentré sur votre cœur de métier — celui qui vous fait vivre.

Toutes ces prestations sont proposées après un audit de vos besoins, et chiffrées sur devis, au cas par cas.



Bon lancement, et à bientôt !

OCTAIL — *partenaire des entreprises*

Laurence Gracia
06 51 11 62 23

Ce guide est un document d'information générale, à jour en 2026. Il ne constitue pas un conseil juridique, fiscal ou comptable personnalisé. Les montants et seuils sont réévalués chaque année : vérifiez sur urssaf.fr, service-public.fr et impots.gouv.fr. Pour votre situation précise, rapprochez-vous d'un professionnel habilité (expert-comptable, avocat) ou des organismes officiels.