

GUIDE D'ACTIVITE

Les informations
essentielles pour la
création et la gestion
de votre activité



V3 - Avril 2024

GUIDE ACTIVITE

Préface

Chère adhérente, cher adhérent,

L'objectif de ce guide d'activité est de vous mettre à disposition les informations essentielles pour prendre en main et piloter votre activité. Il est particulièrement adapté pour les professionnels de l'hypnothérapie à visée de bien-être.

Concernant les aspects liés à la vie d'une entreprise, ce guide ne remplace pas une formation dédiée à la création de votre activité. Il ne vise pas non plus à revisiter des informations souvent disponibles sur Internet sous forme de tutoriels, notamment en ce qui concerne la création d'un site Internet ou l'administration des réseaux sociaux.

Vous trouverez dans ce guide plusieurs outils : pour construire votre projet, la protection de votre activité et votre protection sociale, choisir le statut de votre entreprise, mettre en place l'affichage légal, vos supports de communication et votre formation continue.

Ce guide comprend également des conseils concernant la mise en place de votre communication. Ces recommandations sont tenues compte de la réglementation en vigueur et s'inscrivent dans la vision de la construction d'un parcours de santé globale pour les individus où les professions de l'accompagnement au bien-être jouent un rôle important dans la prévention des risques de maladies.

L'équipe du Bureau SUP-H

Nous vous conseillons également de télécharger :

- la Charte de Déontologie des professionnels de l'hypnose et des thérapies brèves et de faire signer à tous vos clients la lettre d'engagement et de consentement éclairé qui se situe en annexe1.
- la Charte de Déontologie des professions du Bien Etre.

En tant qu'adhérent du SUP-H vous vous êtes engagé à respecter ces Chartes.

1- Construire votre projet



Définir votre projet

La définition de votre projet vous permet de mettre en place un plan d'actions qui réponde à vos besoins.

Elle sert également de base pour présenter votre activité à vos éventuels partenaires, réaliser votre «pitch» et pour construire votre communication client.



**En quelques phrases, définissez votre projet.
Votre métier consiste en quoi? Il s'adresse à qui ?
Quels produits ou services proposez-vous ?**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



L'étude de marché

L'étude de marché consiste à collecter des informations sur le marché, à savoir d'une part, la demande et vos clients potentiels et d'autre l'offre et vos concurrents. L'analyse de ces informations permet d'identifier les forces et faiblesses du marché ainsi que les facteurs de succès et les leviers marketing et commerciaux à mettre en place. Elle est donc à la base de la construction d'une stratégie pertinente et génératrice de revenus.

Le marché de l'accompagnement au bien-être par l'hypnose et les thérapies brèves se caractérise par une demande en progression depuis plusieurs années et la recherche de bien-être par les français, séduits par les thérapies brève et naturelles se renforce encore depuis 2020. L'offre est elle en pleine structuration. Ce marché offre donc de réelles opportunités pour les acteurs proposant un accompagnement de qualité et sachant émerger dans une offre disparate et encore peu lisible pour les français.



Afin de concevoir votre stratégie de développement et construire une offre pertinente, il est fortement recommandé de réaliser votre étude de marché au niveau local.

Etude de vos concurrents :

Réaliser une étude Internet des professionnels proposant une activité d'accompagnement au mieux-être dans votre secteur géographique (30 à 45 mn de trajet autour de l'endroit où vous comptez vous installer). Quelle offre proposent-ils, quels services et à quel prix?

Etude de vos clients potentiels :

Afin de développer des supports de communication adaptés à vos clients, il est important de les connaître. La rencontre d'une dizaine de clients potentiels (si vous connaissez votre cible client, privilégiez des personnes de ce profil) pour des entretiens en particuliers vous permettra de comprendre leurs besoins et leurs problématiques. La réalisation d'un questionnaire que vous pouvez diffuser sur les réseaux sociaux (attention à cibler local !) ou en l'administrant en face à face dans des lieux publics vous permettra d'évaluer notamment le niveau de connaissance de la pratique de l'hypnose bien-être.

Réaliser la synthèse de ces informations : quelles sont les opportunités du marché à exploiter ? Quelles sont les faiblesses à prendre en compte? Quelles sont les forces et les faiblesses de votre offre?

2- Définir votre stratégie



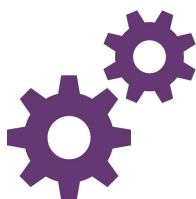
Quelle est votre cible client principale?

Une erreur assez répandue en matière de communication est de vouloir s'adresser à tout le monde...au risque de ne convaincre personne. Quel profil a votre client idéal ?



Pourquoi vos clients vont-ils prendre rendez-vous ?

Au delà d'une séance d'hypnose ou autre technique d'accompagnement, pour quel bénéfice vos clients vont ils prendre rendez-vous? En quoi votre service est essentiel pour votre cible client ?



Comment faites vous de votre service un service différent de ceux de vos concurrents ?

Qu'est ce qui constitue la spécificité de votre service (de la prise de rendez-vous au suivi client) ? Sur un marché en croissance et structuration, connaître vos points forts de différenciation est un avantage pour développer une activité pérenne.



Quoi ? Quels types de services (éventuellement produits) proposez vous ?

Vos futurs clients ont besoin d'être informés sur les techniques thérapeutiques que vous utilisez. Ils ont également besoin de savoir dans quel cas ils peuvent avoir recours à ces techniques : vous devez informer, suscitez l'envie de prendre rendez-vous et créer de la ré-assurance sur la qualité de votre prestation de service.

3 - Le statut juridique de votre entreprise



Nature de l'activité :



Les professionnels de l'hypnose et des thérapies brèves exercent une **profession libérale non réglementée**, définie comme telle : « prestations intellectuelles ou techniques requérant des qualifications professionnelles et le respect d'une déontologie professionnelle.

Ils pratiquent, en toute indépendance, une science ou un art et dont l'activité intellectuelle joue le principal rôle. Leurs recettes doivent représenter la rémunération d'un travail personnel, sans lien de subordination, tout en engageant leur responsabilité technique et morale». Ils font partie des **professions libérales du cadre de vie et du bien-être** .

Lorsque vous créez votre entreprise, le Centre de Formalités des Entreprises concerné est l'URSSAF. Un code NAF, à vocation initiale statistique, est attribué à votre entreprise par l'INSEE. Les professionnels de l'hypnose et des thérapies brèves sont classifiés sous 2 codes NAF différents, en fonction de ce qu'ils déclarent à la création : le 8690F « Activité de santé humaine non classée ailleurs » et le 9609Z « Autres services personnels non classés ailleurs ». La division 86 comprend essentiellement les professions médicales ou paramédicales, c'est-à-dire exécutant sous leurs responsabilités des actes prescrits par un médecin

Les cotisations sociales :



Quel que soit le statut juridique de votre d'entreprise, il est nécessaire de penser à votre protection sociale : la prise en charge de vos frais de santé, de vos revenus en cas de maladie ou d'invalidité et votre retraite. Le système national est financé par les charges sociales dont le recouvrement est assuré par l'URSSAF. Nous vous recommandons de compléter ce dispositif par une mutuelle et des prévoyances adaptées à vos besoins.

Le système fiscal :

- **L'Impôt sur le revenu (IR)** : les personnes physiques sont soumises à l'IR. Si vous exercez en tant qu'auto-entrepreneur, votre CA est à déclarer à l'IR (impots.gouv.fr) dans la catégorie des micro-BNC. Vous pouvez au préalable télécharger votre attestation annuelle de déclaration de CA sur le site autoentrepreneur.ursaf.fr.
- **L'Impôt sur les Sociétés (IS)** : Les sociétés, sont soumises à l'IS, calculé sur leur bénéfice. Le taux d'imposition varie en fonction du CA et du bénéfice et il varie de 15% à 28% (quand le CA est inférieur à 7,63M€)
- **La TVA** : la TVA versée à l'administration fiscale (impots.gouv.fr) est la différence entre la TVA collectée et la TVA payée. Une entreprise profession libérale non réglementée (prestation de services) bénéficie de la franchise de base (exonération de TVA) jusqu'à 34 400€ (seuil 2021) de CA annuel (préciser mentions légales sur vos factures), puis du régime simplifié jusque 238 000€.

Les statuts juridiques des entreprises :



L'autoentreprise, entreprise individuelle, est généralement recommandée et utilisée pour démarrer une activité. Elle est adaptée aux professionnels de l'hypnose et des thérapies brèves dans la mesure où les charges sont généralement limitées à la location d'un cabinet. Lorsque votre clientèle se développe, et qu'il est envisageable de vous verser une rémunération, le statut de la SASU peut devenir plus intéressant.

Création et gestion		
Auto-entreprise	EI, EURL, EURL, SARL gérant majoritaire	SAS, SASU, SARL gérant minoritaire
Création simple et gratuite	Rédiger des statuts - Eventuellement par un comptable - Coûts diverses : +/- 500€	
Plafond de CA 72 600€ pour services en 2021	Pas de plafond de CA	
Gestion simplifiée Gérable par auto-entrepreneur	Comptable ou Centre de Gestion Agréé conseillé	

Protection sociale

Auto-entreprise	EI, EURL, EURL, SARL gérant majoritaire	SAS, SASU, SARL gérant minoritaire
Statut dirigeant : Autoentrepreneur	Statut dirigeant : Travailleur Non Salaré	Statut dirigeant : Assimilé salarié si rémunération versée
Assurance Maladie : OUI	Assurance Maladie : OUI si rémunération versée	Assurance Maladie : OUI si rémunération versée
Mutuelle : Fortement conseillé de souscrire une mutuelle	Mutuelle obligatoire si rémunération versée	Mutuelle obligatoire si rémunération versée
Couverture accident du travail : Non	Accident du travail : NON (sauf si contrat de travail pour président non associé)	Accident du travail : NON (sauf si contrat de travail pour président non associé)
Indemnités Journalières : +	Indemnités Journalières : ++	Indemnités Journalières : ++ (seuil rémunération)
Retraite : + (seuil CA)	Retraite : ++	Retraite : +++ (seuil rémunération)
Cotisations : 22% CA 2021 - hors ACRE	Cotisations : DSI (+/- 45% sur rém brute)	Cotisations : +/- 65% sur rémunération

Comptabilité et fiscalité

Auto-entreprise	EI, EURL, EURL, SARL gérant majoritaire	SAS, SASU, SARL gérant minoritaire
Obligations comptables : - Remettre une facture à vos clients - Suivi du CA mensuel et fortement conseillé de suivre les dépense	Obligations comptables : Comptabilité classique jusque 238 000€ de CA (journal des recettes et dépenses, bila, compte de résultat et fournir un bilan simplifié)	
TVA : Pas de gestion de TVA jusque 34 400€ de CA (seuil 2021/ services) Régime Réel Simplifié au -delà		
IS : Non	IS : Oui EURL, SARL	IS : Oui
IR : Oui (micro BNC)	IR : EI : IR sur bénéfice (BNC déclaration contrôlée) SARL : IR sur rémuné- ration du mandat du dirigeant	IR : Oui pour la rémunération du mandat du dirigeant

4- La protection de votre activité et votre protection sociale



La protection de votre activité

La RC PRO :

La RC Pro n'est pas légalement obligatoire pour les professions libérales non réglementées de l'accompagnement au mieux-être. Elle est néanmoins très vivement conseillée et le SUP-H vous recommande d'en souscrire une. Elle prend en charge les risques dont vous êtes responsable. La RC PRO seule ne couvre que les dommages liés à l'utilisation de votre technique professionnelle (par exemple une cliente, encore en léger état d'hypnose) cause un accident en sortant de la séance. Elle est déclenchable si la personne porte plainte. Elle inclut aussi généralement :



Responsabilité civile d'exploitation :

Elle couvre les dommages causés aux tiers à l'intérieur et à l'extérieur des locaux. Les risques pris en charge par cette garantie sont les dommages aux tiers (matériels, immatériels, et surtout corporels qui sont les plus fréquents) et les matériels et biens confiés. Exemples : un client glisse et se blesse, vous allez au domicile d'un client et cassez un objet précieux. Dans les formules proposées par notre partenaire, la téléconsultation est incluse dans la responsabilité civile d'exploitation (hors Etats Unis, Canada).

Le SUP-H vous recommande de vérifier que votre contrat contient bien cette garantie, elle couvre l'essentiel des sinistres.



La garantie Défense et Recours :

Une somme forfaitaire vous est allouée et vous prenez en charge la recherche de votre avocat, en cas de sinistre uniquement. Il peut être utile d'envisager d'ajouter un contrat de protection juridique .

Le contrat de protection juridique du professionnel :



C'est un contrat avec un cabinet d'avocats et de juristes qui vous assistent sur tous les sujets de la vie juridique professionnelle. Le SUP-H vous recommande de lire les contrats des assureurs, la protection juridique proposée est parfois limitée en réalité à une garantie défense et recours.

La multi-risques professionnelle :



C'est l'équivalent de la multirisque habitation pour votre local professionnel. Que l'entreprise soit locataire ou propriétaire, elle est dans l'obligation de couvrir le risque d'incendie, d'explosion ou de dégât des eaux. C'est le rôle de la garantie responsabilité civile « **occupation des locaux** ».

Si vous êtes sous-locataire ou que vous exercez à votre domicile, cette multi-risque ne vous concerne pas.

Si vous exercez à domicile : déclarez à votre assurance habitation que vous avez changé la destination de la pièce ou dépendance que vous utilisez pour votre activité professionnelle.



La garantie perte d'exploitation :

En cas de sinistre sur le cabinet, la multirisque prendra en charge les frais de réparations, mais ne vous indemniser pas pour la perte liée à la mise en suspens de votre activité. Garantie complémentaire à la multirisque professionnelle, cette assurance permet d'être indemnisé, par exemples et en fonction de vos choix, pour :

- la location d'un nouveau local pour continuer l'activité en attendant la rénovation des locaux habituels
- les charges fixes qui continuent de courir.



Votre protection sociale

La mutuelle ou Complémentaire Santé :



L'assurance complémentaire en santé couvre une partie de la dépense de soins et de biens médicaux non remboursée par l'assurance maladie obligatoire et permet donc de réduire les restes à charge des assurés. Elle est obligatoire pour les salariés depuis 2016, ne l'est pas pour les indépendants. (En fonction du statut juridique de votre entreprise, ces prévoyances peuvent rentrer dans la déductibilité «Madelin»). Elle est cependant vivement conseillée et le SUP-H vous recommande d'en souscrire une.

Prévoyances Complémentaires Santé :



La prévoyance couvre les aléas de la vie (invalidité, incapacité et dépendance, décès). Elles ne sont pas obligatoires et complètent les garanties servies par les régimes de la Sécurité Sociale.

Concrètement, une assurance prévoyance santé permet de :

- Percevoir des indemnités journalières en cas d'arrêt de travail suite à un accident ou une maladie, afin de maintenir vos revenus,
- Percevoir une rente en cas d'invalidité (impossibilité totale de continuer d'exercer votre activité)
- Protéger votre famille en lui faisant bénéficier d'un capital , en cas de décès

(En fonction du statut juridique de votre entreprise, ces prévoyances peuvent rentrer dans la déductibilité «Madelin»).

Frais Généraux Permanents :



Si vous êtes hospitalisés, les frais fixes liés à votre activité (comptable, primes d'assurances, URSAAF...) peuvent être couverts par ce contrat.

Retraite Supplémentaire



La retraite de base est fondée sur le principe de la répartition, et comprend plusieurs régimes. Le régime général de la Sécurité sociale est de loin le plus important et en 2020 il absorbe les travailleurs indépendants en provenance de la Sécurité sociale des indépendants (SSI).

La retraite complémentaire constitue le 2ème pilier de la retraite obligatoire. Les caisses de retraite complémentaires obéissent à leurs propres règles de calcul des pensions, d'âge de départ, de réversion, etc

Si vous avez créé une auto-entreprise après le 1er janvier 2018, vous êtes, en tant que profession libérale non réglementée rattaché au régime général, branche des indépendants. Plus d'infos sur : lassuranceretraite.fr

Si vous êtes auto-entrepreneur, le montant de vos cotisations varie en fonction de votre chiffre d'affaires. Les auto-entrepreneurs ayant des cotisations très faibles, voire nulles, peuvent alors être pénalisés pour leur retraite

3ème pilier : Quel que soit votre statut, **la retraite supplémentaire** vous permet de compléter vos retraites de base et complémentaires. Elle n'est pas obligatoire et peut être souscrite à titre individuel, quelle que soit votre situation personnelle et professionnelle. Elle peut prendre la forme d'un plan d'épargne retraite individuel (PERI), d'une assurance vie ou d'un plan d'épargne en actions (PEA) ou encore faire l'acquisition d'un bien immobilier.

Garantie Chômage des dirigeants :



Il existe des garanties qui vous permettent de bénéficier d'un revenu fixe en cas de perte involontaire d'activité professionnelle. Cette garantie est accessible en fonction de votre statut juridique de votre entreprise.

5 - Les affichages légaux et conseillés

Vos tarifs et conditions générales de vente (CGV) :

Les entreprises dont l'activité consiste à de la prestation de services à destination des particuliers, sont légalement obligée de préciser leurs conditions générales de vente (CGV). Les CGV sont strictement réglementées par le Code de la consommation, qui impose aux entreprises de **fournir des informations claires, précises et compréhensibles aux consommateurs**.

Les entreprises doivent s'assurer que les CGV sont facilement accessibles avant la conclusion du contrat. Les conditions générales de ventes doivent être indiquées par tout moyen sur un support durable : Il peut s'agir d'un support physique (document papier) ou d'un support numérique (sur un site internet). Elles figurent généralement sur les documents suivants : Documents contractuels (bons de commande, contrats, etc.) ; documents pré-contractuels (par exemple, publicité) ; autres documents : écriteaux, affiches apposées sur les lieux de vente, etc...Elles doivent être formulées de manière à ce que le consommateur puisse les comprendre sans ambiguïté.

Ces conditions sont essentielles pour assurer la transparence et la protection des consommateurs lors de l'achat de services. Lorsque les conditions générales de vente ne sont pas communiquées malgré la demande du client ou que certaines informations obligatoires sont manquantes, vous vous exposez à l'une des amendes suivantes : pour une entreprise individuelle : 15 000 € ; pour une société : 75 000 €

Pour la prestation de services à destination des particuliers, les CGV couvrent :

- Vos coordonnées, statut et forme juridique de votre entreprise
- Description des services : Détail précis des services proposés, avec les caractéristiques essentielles du service proposé.
- Prix : Montant total à payer, incluant toutes les taxes et frais supplémentaires. Les modalités de modification du prix doivent également être précisées. -Si vous êtes exonéré de TVA, la mention de l'article doit être spécifiée (TVA non applicable, art 293 B du CGI) , - si vous êtes soumis à TVA, indiquez votre numéro de TVA.
- Modalités de paiement : Moyens de paiement acceptés, délais de paiement, et conséquences en cas de retard ou de défaut de paiement.
- Information sur le droit de rétractation : Explication du droit de rétractation du consommateur, avec le délai applicable (généralement 14 jours pour les services en ligne ou à distance), et les modalités pour exercer ce droit.
- Délai de fourniture : Date ou délai dans lequel le service sera fourni après la conclusion du contrat/prise de rendez-vous. Date du rendez-vous et durée de la séance.
- Service après-vente, assistance client et garanties commerciales : Informations sur les services de support disponibles après la vente et les garanties supplémentaires offertes par le prestataire.
- Modalités de résiliation : Conditions sous lesquelles le contrat peut être résilié par le consommateur ou le fournisseur.
- Règlement des litiges : Méthodes proposées pour la résolution des conflits, incluant la **médiation**. Précisez également le nom de votre assurance RC PRO.

- **Clauses abusives :**

- En droit français, une clause contractuelle est considérée comme abusive **lorsqu'elle crée un déséquilibre significatif entre les droits et obligations des parties au détriment du consommateur**. Ces clauses sont régies par le Code de la consommation, qui vise à protéger les consommateurs contre les pratiques déloyales et les abus de pouvoir économique de la part des professionnels.
- Les clauses abusives sont considérées comme nulles et non avenues. Le Code de la consommation contient une liste indicative de clauses présumées abusives mais l'évaluation doit toujours être faite au cas par cas. Les juges français sont chargés de contrôler et de sanctionner l'utilisation de telles clauses dans les contrats de consommation.
- Les consommateurs peuvent également signaler des clauses abusives aux associations de consommateurs ou à la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) pour action.

Paiement à l'avance, en intégralité ou partiellement (acompte ou arrhes), vente par pack :

Le paiement intégral avant la prestation d'un service est possible et doit être manié avec précaution pour respecter le cadre légal et assurer la protection des consommateurs. Les entreprises doivent être transparentes, équitables dans leurs conditions, et prêtes à rembourser les consommateurs si les services ne sont pas rendus comme convenu.

Il est fréquent que les prestataires demandent un acompte ou des arrhes plutôt que le paiement total à l'avance. Ces pratiques diminuent le risque pour le consommateur tout en sécurisant une partie du paiement pour le prestataire. Arrhes et acomptes ont leurs règles spécifiques en cas d'annulation par le client ou par le prestataire, y compris sur le plan comptable et fiscal.

La vente par pack de services est tout à fait possible.

Toutes les mentions doivent être explicites et connues par le client avant qu'il ne s'engage, ne pas créer un déséquilibre significatif entre les droits et obligations des parties au détriment du consommateur et la charge de la preuve de la communication des CGV incombe au professionnel.

Il est donc tout à fait possible de mettre en place ce type de fonctionnement, en tenant compte de ses aspects légaux mais également comptables, fiscaux et techniques. Un avocat peut vous conseiller sur la rédaction de vos mentions légales.

Pour information, pour les professionnels de santé conventionnelle liés au Code de la Santé :

seuls les actes réalisés peuvent être facturés et aucun mode de paiement ne peut être imposé au patient. Il n'apparaît pas non plus possible d'imposer un prépaiement ou le versement d'un acompte par règlement en ligne puisque cela revient à imposer au patient un mode de règlement. La « taxe lapin » actuellement à l'étude envisage que le médecin pourrait, selon son bon vouloir, contraindre les patients à verser la somme de 5 € en dédommagement d'une absence, sans prévenir au moins de vingt-quatre heures avant.

Mentionner le nom de votre service de médiation :

Conformément aux articles L.616-1 et R.616-1 du code de la consommation, vous devez communiquer au consommateur les coordonnées du ou des médiateurs compétents dont vous relevez.

Mentionnez dans votre cabinet, sur votre site Internet, vos factures : «Conformément aux articles L.616-1 et R.616-1 du code de la consommation, nous proposons un dispositif de médiation de la consommation. L'entité de médiation retenue est NOM EDIATEUR. En cas de litige, vous pouvez déposer votre réclamation ADRESSE CONTACT MEDIATEUR»

Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) :

Les dispositions du RGPD s'appliquent à tous les traitements de données personnelles (ex : nom, prénom, adresse e-mail etc.) que vous utilisez pour l'exercice de votre activité professionnelle, que ces traitements soient sous une forme informatique ou papier. Vous devez être en mesure de démontrer votre conformité aux exigences du RGPD : mise en place d'un registre recensant vos fichiers, modalités de l'information délivrée au client, actions menées pour garantir la sécurité des données. Précisez dans votre cabinet et sur votre site Internet la manière dont vous stockez et garantissez la protection des données personnelles de vos clients, précisez également que conformément au règlement général sur la protection des données, ils disposent d'un droit d'accès de modification et de suppression de ces données et du droit de saisir la CNIL sur la protection de vos données personnelles.

Exprimer clairement le périmètre de votre prestation de service et la limite avec les professions de santé conventionnelle :

. Voir Chapitre 6

Site Internet et Conditions Générales d'Utilisation (CGU) :

Les CGU définissent et encadrent les modalités de l'utilisation de votre site Internet, et déterminent les droits et les obligations respectifs de l'utilisateur et de l'éditeur dans le cadre de son utilisation. Elles permettent : d'informer les internautes sur le fonctionnement général du site, les modalités et les règles que les utilisateurs doivent respecter en navigant ou utilisant le site internet, de définir la responsabilité de l'éditeur et de l'utilisateur du site ce qui permet à l'éditeur de se dédouaner en cas de comportement litigieux de certains utilisateurs, de prévoir des sanctions en cas de non-respect des conditions d'utilisation, et de prouver la bonne diligence du site. Elles sont obligatoires si vos clients sont des particuliers.

Les mentions légales sur vos factures /notes :

Une note doit être délivrée pour toute prestation de services fournie par un professionnel à un particulier d'un montant supérieur ou égal à 25 € TTC (arrêté n° 83-50/A du 03.10.1983, modifié par l'arrêté du 15 juillet 2010). Cette délivrance doit intervenir dès que la prestation a été rendue, et en tout état de cause, avant le paiement du prix.

Elle doit comporter (au minimum) :

la date de sa rédaction, le nom et l'adresse de l'entreprise, et son numéro SIREN suivi, en cas d'immatriculation au RCS, de la mention RCS et du nom de la ville d'immatriculation, le nom du client, sauf opposition de celui-ci, la date et le lieu d'exécution de la prestation, le décompte détaillé, en quantité et prix, de chaque prestation et produit fourni ou vendu, c'est-à-dire : dénomination, prix unitaire, désignation de l'unité et quantité fournie, la somme totale à payer hors taxes et toutes taxes comprises.

En l'absence de l'une des mentions, le prestataire de service s'expose à des sanctions.

Conseil: dans la mesure où les factures sont des documents comptables, il est conseillé de les garder pendant 10 ans (C.com. Art. L 123-22).

VOTRE LOGO

FACTURE n° : XXX (numéro séquentiel chronologique)

Date de facturation :

Emetteur :

Votre nom et adresse de domiciliation de votre activité

Client :

Nom, prénom, adresse, contact

Désignation	Quantité	Tarif HT	Total HT
Prestation lieu date			
TOTAL HT			

TVA non applicable, art 293 B du CGI (MENTION OBLIGATOIRE SI VOUS ETES EXONERE DE TVA)

RECU DE PAIEMENT :

NOM PRENOM atteste avoir reçu la somme de XX€ pour une consultation personnalisée effectuée le XX/XX/XXXX

Mode de paiement :

Votre signature :

NOM PRENOM ENTREPRENEUR INDIVIDUEL (AUTO-ENTREPRISE) – SIREN n°XXXXXXXXXX
Dispensé d'immatriculation au registre du commerce et des sociétés (RCS) et au répertoire des métiers (RM) + médiateur

6 - Vos supports de communication

Capitaliser sur la Recommandation Client

Le levier majeur pour créer et développer votre clientèle est la recommandation client, que vous activez à la fois par les supports traditionnels (cartes de visites, flyers distribués aux endroits stratégiques, organisation d'événements «découverte», ou soirées «bien-être» etc ...) et par les supports numériques (site Internet, réseaux sociaux, page Google Business...), pages sur lesquelles vous générerez du trafic par des campagnes. Il est également très utile de mesurer la performance de vos outils et campagnes.

Votre site Internet :

Votre site constitue votre vitrine sur le web. Il présente votre offre et a pour vocation de déclencher la prise de rendez-vous. Il est au coeur de vos outils de communication. Vos campagnes de communication (Google Ads, Facebook Ads ou autres pourront générer du trafic vers votre site). Pensez au droit à l'image et aux mentions légales.

Votre page Google Business :

Simple et gratuit. La plupart des individus effectuent aujourd'hui leurs recherches de professionnels sur Google. Vous pouvez aussi y gérer les avis clients. Les recherches se font aussi sur les annuaires professionnels : certains vous proposent également la gestion de la prise de rendez-vous.

Les réseaux sociaux :

Choisissez les réseaux sociaux sur lesquels vous développez votre présence en fonction de votre cible client.

Les supports «traditionnels» :

Les cartes de visites, distribuées à vos clients, permettent de développer la recommandation. Les flyers sont à distribuer dans des lieux stratégiques (lieux fréquentés par votre cible client). Organiser des événements ou participer à des salons locaux permettent également de développer votre réseau et votre notoriété.

Communiquer clairement votre positionnement sur le bien-être

Positionnement : terme utilisé en marketing pour définir la place qu'occupe une entreprise dans l'esprit des consommateurs. Le positionnement se construit en fonction de différents critères : résultats de l'entreprise, qualité du service, prix, mots et photos utilisés., image, symbolisme, comparaison avec les concurrents...

Votre positionnement reflète votre offre et les aspirations que vous souhaitez personnellement y conférer. Le choix de votre positionnement vous appartient.



Nous vous recommandons, de veiller à ce que vos supports de communication véhiculent un positionnement EXPLICITE sur le BIEN-ETRE, bien distinctif de la médecine conventionnelle, ne générant AUCUNE CONFUSION sur la nature de votre service.

Les enjeux sont les suivants :

- éviter toute confusion ou allégation fautive ou de nature à induire en erreur sur la nature du service, ce qui pourrait être qualifié de pratique commerciale trompeuse (Code de la Consommation – Pratiques commerciales trompeuses - Articles L121-2 à L121-5) ; voir d'escroquerie (définie par l'article 313-1 du code pénal, pouvant entraîner une condamnation à 5 ans d'emprisonnement)
- éviter tout retard dans une prise en charge nécessaire par un professionnel de santé conventionnel, ce qui pourrait aller jusqu'à être considéré comme une «perte de chance» et une dérive thérapeutique
- mettre en conformité votre communication avec ce que vous faites dans la réalité en cabinet, c'est-à-dire orienter vos clients vers la médecine conventionnelle lorsque vous percevez des signes d'alerte de troubles physiologiques et/ou psychiques.
- meilleure intégration des intervenants (santé conventionnelle et non conventionnelle) dans un parcours de bien-être global sécurisé pour les individus.

Nos conseils :1- Ajouter sur tous vos supports de communication une mention affichant la nature de vos services , distincte des professionnels de santé conventionnelle.



«L'hypnothérapie à visée de bien-être est une pratique d'accompagnement au mieux-être et au bien-être. Elle est complémentaire de la médecine conventionnelle et ne remplace en aucun cas une consultation médicale ».

Et sur le supports le permettant (site Internet, flyers...), ajoutez ceci :

«Si vous présentez des signes d'altération de votre fonctionnement physiologique ou psychiques , consultez préalablement votre médecin afin de ne pas retarder une prise en charge médicale éventuellement nécessaire..

Dans le cas où vous souffrez de certaines pathologies, médicalement diagnostiquées, l'hypnothérapie à visée de bien-être n'est adaptée pour vous apporter du mieux-être que si votre état est stabilisé et généralement dans le cadre d'un suivi pluridisciplinaire. Consultez alors préalablement votre médecin psychiatre afin qu'il puisse évaluer la pertinence du recours à des séances d'hypnotérapie à visée de bien-être et le cas échéant vous rédiger une prescription médicale. Les pathologies concernées sont : Psychoses (schizophrénies, psychoses hallucinatoires chroniques, bouffées délirantes aiguës, psychose puerpérale...), Etats limites, TOC sévères, Troubles Bipolaires, Dépression grave, Mélancolie, Troubles sévères du comportement liés notamment aux addictions aux produits (alcool, drogues dures, médicaments...), aux addictions comportementales et aux troubles du comportement alimentaire, Troubles Dissociatifs de l'Identité, dysphorie de genre. En cas de risques suicidaires, consultez immédiatement et uniquement les services d'urgences psychiatriques ou un médecin.»



2- Accorder une vigilance particulière aux motifs de consultations que vous indiquez sur vos supports de communication.

La DGCCRF, notamment, qui contrôle régulièrement les praticiens des pratiques de soins non conventionnelles, pourrait considérer que l'utilisation de plusieurs termes faisant expressément référence à un diagnostic médical (physiologique ou psychique) contribue à installer une confusion dans l'esprit des individus. Ce qui pourrait engager votre responsabilité juridique (voir plus haut).

Exemples de termes qui, utilisés de manière répétée et sans mention contigue et explicite du périmètre de votre service, peuvent générer une confusion :

Traumas -stress post traumatique / Troubles anxieux / Troubles obsessionnels compulsifs / Addictions / Dépression / Phobies / Troubles du comportement alimentaire (anorexie, boulimie) / déficit de l'attention avec ou sans hyperactivité/ énurésie / douleur/ acouphènes / maladies psychosomatiques ...liste non exhaustive



Cette option de communication présente donc des risques au regard de la législation existante qui protège l'individu. **L'utilisation de ces termes n'est pas interdite, leur utilisation doit néanmoins se faire dans un cadre exprimant clairement votre domaine de prise en charge : PAS DE CONFUSION SUR LA NATURE DE VOTRE PRESTATION**

Exemples de termes qui permettent de clarifier votre positionnement «bien-être». Ces exemples ne sont pas exhaustifs, ils reflètent l'esprit dans lequel nous vous conseillons de communiquer :

- Faciliter les changements dans la consommation de tabac, un comportement alimentaire, dépasser une anxiété, dépasser des peurs, soulager la tristesse ou développer l'apaisement de l'esprit, faciliter la gestion du stress, dépasser des souvenirs et des événements difficiles, développement la confiance en soi, l'estime de soi, l'amour de soi, dépasser les problématiques existentielles liées au sens de la vie...

- « SOMMEIL : l'hypnothérapie à visée de bien-être permet de retrouver plus facilement un sommeil de qualité. En cas de troubles du sommeil, veuillez au préalable évoquer cette problématique avec votre médecin afin qu'il puisse estimer si une prise en charge médicale est nécessaire. L'hypnothérapie à visée de bien-être ne remplace en aucun cas une consultation médicale.

- «BURN OUT : l'hypnothérapie à visée de bien-être permet de retrouver plus facilement votre bien-être après un burn out. En cas de symptômes d'épuisement veuillez au préalable évoquer cette problématique avec votre médecin afin qu'il puisse estimer si une prise en charge médicale est nécessaire. L'hypnothérapie à visée de bien-être ne remplace en aucun cas une consultation médicale.»

La page PARTICULIERS/Hypnose du site sup-h.org constitue un autre exemple de bonne pratique.



Nos recommandations pour votre COM' : AUCUNE CONFUSION, AUCUN RETARD

- Lorsque l'on consulte vos supports de communication, on doit pouvoir immédiatement comprendre, par une mention très explicite et lisible, que vous intervenez dans le cadre d'une pratique thérapeutique complémentaire. Il ne doit y avoir **AUCUNE CONFUSION** sur la nature de votre service et votre communication ne doit pouvoir entraîner **AUCUN RETARD** de prise en charge par la médecine conventionnelle.

- Lors des séances, assurez -vous par écrit de l'engagement éclairé de vos clients : faites signer le modèle qui se trouve en annexe 1 de la charte de déontologie.

- Une affiche prévue pour être affichée dans votre cabinet est disponible sous fichier .JPEG sur le site sup-h.org dans la rubrique **PROFESSIONNELS/AVANTAGES/COMMUNICATION** .

- Afin d'effectuer correctement l'orientation de vos clients vers la médecine, ayez à votre disposition les noms des intervenants médicaux (médecins, psychiatres, psychologues, CUMP, ...) de votre secteur.

Mentionner sur vos supports de communication les effets secondaires potentiels d'une séance d'hypnose : :

Exemple de phrase : "Les effets secondaires désagréables qui peuvent apparaître suite à une séance d'hypnose sont : somnolence, maux de tête, nausées, ou une réaction émotionnelle désagréable déclenchée par un souvenir remontant à la conscience. Si vous êtes sujets à ces effets secondaires, parlez en à votre praticien».

7 - Vos droits à la formation



Contribution à la Formation Professionnelle (CFP) :

Lorsque vous payez des charges sociales et c'est le cas lorsque vous êtes auto-entrepreneur : vous cotisez pour des droits à la formation continue (0,1% pour les professions libérales non réglementées et 0,2% pour les professions libérales réglementées).

Auto-entrepreneurs : 1er mode de financement, le CPF

Pour les auto-entrepreneurs, depuis 2018/2019, les droits sont crédités sur votre compte CPF l'année suivante : 500€ pour une année pleine.

Auto-entrepreneurs : 2ème mode de financement, le FAF

Vous payez l'URSSAF, et l'URSSAF les reverse à l'ACOSS (Agence Centrale des Organismes de Sécurité Sociale). L'ACOSS partage les fonds entre le CPF et le FAF (Fonds d'Assurance Formation) dont vous dépendez.

- Depuis le 2 janvier 2022, toutes les activités libérales non réglementées (8690F et 9609Z), qu'elles relèvent de l'URSSAF ou de la CIPAV pour la prévoyance retraite, sont désormais rattachées au FIF-PL.



Vous pouvez télécharger votre attestation de droits à la formation sur le site autoentrepreneur.urssaf.fr

8 - Lutte contre les dérives thérapeutiques et dérives sectaires

Il est important de se préserver de tout amalgame entre ces professionnels réalisant des actions condamnables et les professionnels des techniques thérapeutiques à visée de bien être qui ont réalisé des parcours de formations complets et sérieux, pratiquent en respectant un cadre déontologique, réglementaire et légal existant et développent leur activité en assurant un service sécurisé pour les individus. Il est également nécessaire de connaître les éléments retenus pour définir la dérive thérapeutique.

Les éléments constitutifs de la dérive thérapeutique :

- **Perte de chance** : lorsque la proposition de traitement ou de prise en charge constitue une perte de chance pour » l'individu « d'être pris à temps en charge par le corps médical et entraîne ainsi la disparition certaine de voir son état de santé s'améliorer.

- **Mise en danger de la personne** : lorsqu'une personne est exposée à un risque immédiat de mort ou de blessure de nature à entraîner une mutilation ou une infirmité permanente (article 223-1 du code pénal). Cela concerne la prescription de traitements ou l'engagement à ne pas suivre le traitement médical prescrit.

- **Abus de faiblesse et s'il y a emprise, cela peut être qualifié de dérive sectaire** : il y a abus de faiblesse quand une personne profite de la vulnérabilité d'une autre pour la conduire à faire un acte contraire à son intérêt. L'abus de faiblesse constitue un délit réprimé par l'article 223-15-2 du code pénal et puni de trois ans d'emprisonnement et de 375 000 euros d'amende

- **Escroquerie** : L'article 313-1 du code pénal définit l'escroquerie comme le fait, soit par l'abus d'une qualité vraie, soit par l'emploi de manœuvres frauduleuses, de tromper une personne physique ou morale et de la déterminer ainsi, à son préjudice ou au préjudice d'un tiers, à remettre des fonds ou un bien quelconque, à fournir un service. Il y a délit s'il est démontré que l'auteur des faits a eu l'intention de tromper sa victime. Exemple de condamnation : une personne, non médecin, qui utilisait un appareil pour diagnostiquer des maladies telles que le cancer puis prescrire des gélules qu'il commercialisait.

Dérive sectaire :

Il n'existe pas dans le droit français de définition juridique de la secte. Les autorités utilisent le terme de « dérive sectaire », un concept opératoire, permettant de déterminer un type de comportement bien précis qui appelle une réaction de la part de la puissance publique.

Selon la Mission interministérielle de vigilance et de lutte contre les dérives sectaires (Miviludes), une dérive sectaire est « un dévoiement de la liberté de pensée, d'opinion ou de religion qui porte atteinte à l'ordre public, aux lois ou aux règlements, aux droits fondamentaux, à la sécurité ou à l'intégrité des personnes ». Un faisceau d'indices permet de caractériser l'existence d'un risque de dérive sectaire, notamment la déstabilisation mentale, le caractère exorbitant des exigences financières, la rupture avec l'environnement d'origine, l'existence d'atteintes à l'intégrité physique et l'embrigadement des enfants. Et dès qu'il y a emprise mentale, on peut parler, pour toutes dérives thérapeutiques, de dérive sectaire.



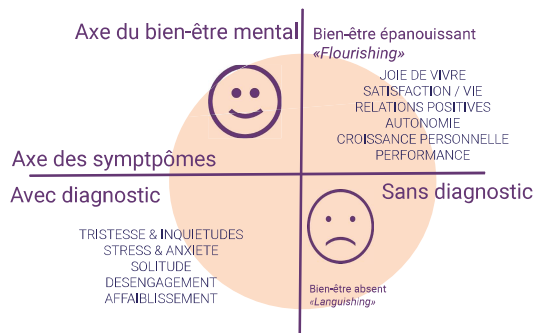
Les 2X «3-0» des hypnos :
0 diagnostic - 0 prescription - 0 acte médical
0 retard - 0 confusion nature prestation- 0 emprise

L'HYPNOSE BIEN ETRE

Hypnothérapie à visée de bien-être



Le bien-être et la santé mentale positive



Le concept de santé mentale positive a été développé par le psychologue et sociologue Corey Keyes. Il englobe le mieux-être affectif, psychologique et social. Il inclut toutes les personnes, qu'elles aient reçu ou non un diagnostic

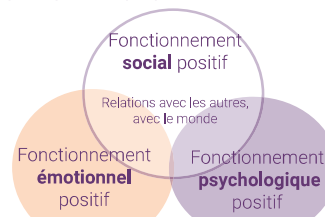
L'axe des symptômes représente le fait d'avoir reçu ou non un diagnostic de santé mentale. L'axe du bien-être indique comment on perçoit la vie, et on inter-agit avec soi-même, les autres, le monde. C'est possible de vivre avec un diagnostic médical et de vivre le bien-être optimal, tout comme on peut ne pas avoir de diagnostic médical et avoir un bien-être faible, suite à une difficulté par exemple.

Illustration réalisée à partir des concepts développés par Keith Tudor (1996) et Corey Keyes (2002) - Salutogénèse/pathogénèse (A. Antonoski - 1993)

Hypnose bien-être : pour quoi, pour qui?

L'hypnothérapie à visée de bien-être facilite les changements des fonctionnements émotionnels, cognitifs et comportementaux, que ce soit dans les relations avec soi-même, avec les autres, avec le monde. Elle vise un fonctionnement social, émotionnel et psychologique positif, conformément aux dimensions du bien-être.

Elle est adaptée pour la plupart des individus *



Les dimensions de l'hypnothérapie à visée de bien-être

(D'après les 13 dimensions liées à la santé mentale florissante - Joshanloo, Keyes)



* Dans le cas où vous souffrez certaines pathologies, médicalement diagnostiquées, l'hypnothérapie à visée de bien-être n'est adaptée pour vous apporter du mieux-être que si votre état est stabilisé et généralement dans le cadre d'un suivi pluridisciplinaire. Consultez alors préalablement votre médecin psychiatre afin qu'il puisse évaluer la pertinence du recours à des séances d'hypnothérapie à visée de bien-être et le cas échéant vous rédiger une prescription médicale. Les pathologies concernées sont :

Psychoses (schizophrénies, psychoses hallucinatoires chroniques, bouffées délirantes aiguës, psychose puerpérale...), Etats limites, TOC sévères, Troubles Bipolaires, Dépression grave, Mélancolie, Troubles sévères du comportement liés notamment aux addictions aux produits (alcool, drogues dures, médicaments...), aux addictions comportementales et aux troubles du comportement alimentaire, Troubles Dissociatifs de l'Identité, dysphorie de genre.

En cas de risques suicidaires, consultez immédiatement et uniquement les services d'urgences psychiatriques ou un médecin.

Un parcours de bien-être global

Le bien-être global repose sur les interactions entre des dimensions psychologiques (aspects cognitifs, affectifs et relationnels), sociales (relations entre la personne et son environnement) et biologiques (caractéristiques génétiques et physiologiques).

Les professionnels de l'hypnothérapie à visée de bien-être agissent en complémentarité avec les professionnels de santé conventionnelle pour le bien-être des individus.



- **Orienter vers la médecine conventionnelle** : tout individu présentant, dans son comportement, son apparence ou ses déclarations, des signes qui amèneraient toute personne raisonnable à penser que cet individu doit être évalué par un professionnel de santé conventionnelle.



- **Valider par écrit l'engagement de vos clients en faisant compléter la lettre en annexe 1 de la charte de déontologie.**

L'hypnothérapie à visée de bien-être contribue à la prévention des risques de santé

Les 2 X «3-0» des Hypnos



0 DIAGNOSTIC
0 PRESCRIPTION
0 ACTE MEDICAL

Les séances d'hypnose bien-être ne remplacent en aucune manière une consultation ni un suivi médical.

Les «hypnos» à visée de bien-être ne sont pas habilités à émettre de diagnostic, effectuer ou modifier des prescriptions, ni à effectuer d'acte médical, quel qu'il soit. Et cela conformément au Code de la Santé Publique.



0 CONFUSION NATURE PRESTATION
0 RETARD DE PRISE EN CHARGE MEDICALE
0 EMPRISE

La communication des professionnels du bien-être exprime clairement la nature du service proposé, distincte d'un service de médecine. Cette communication ne doit pas générer de confusion ni entraîner un retard de prise en charge éventuellement nécessaire par un professionnel de santé conventionnelle. Ceci conformément au Code de la Consommation et au Code Pénal.



SUP-H

Syndicat Unitaire des Professionnels de
l'Hypnose

**Les informations essentielles
pour votre activité**