

I A C E

## GUIDE DES FORMATIONS CERTIFIANTES



**RESSOURCES  
HUMAINES**



**MARKETING**



**FINANCE**



**COMPLIANCE  
OFFICER**



**LES OPÉRATIONS  
DE HAUT DE BILAN**



**RECOUVREMENT  
DES CRÉANCES**

**IACE FOR A BETTER THINKING ...**



## À PROPOS DE L'ACE

L'ACE a été créé le 30 octobre 1984, sur l'initiative d'un groupe de chefs d'entreprises. Il a obtenu le visa N° 5184 le 26 février 1985. Le nombre de ses adhérents n'a cessé, depuis, d'augmenter passant de 150 à plus de 450 membres aujourd'hui. Tous les secteurs (publics et privés) et les branches d'activité y sont représentés.

L'ACE veille à établir des relations solides et fructueuses avec des institutions similaires en Europe et dans les pays arabes tels que l'Institut de l'Entreprise en France, le CBOC (The Conference Board of Canada) au Canada, l'EBDA (Egyptian Business Development Association) en Egypte, le Circulo de Empresarios en Espagne et la Chambre des Hommes d'affaires Jordaniens en Jordanie.

L'Institut entretient, par ailleurs, des relations de coopération avec plusieurs instances internationales telles l'Union Européenne et la Banque mondiale. L'ACE est la 1ère association tunisienne à obtenir le label ISO 9001.

Le système de management de l'ACE vise, d'une part, à garantir la satisfaction de nos membres et des autres parties prenantes, et d'autre part l'efficacité du fonctionnement de l'association.

---

## LES MISSIONS DE L'ACE

L'ACE est un Think Tank qui a pour vocation de répondre aux besoins des chefs d'entreprises. Ses principales missions sont :

Renforcer la communication entre chefs d'entreprises

Favoriser l'échange d'idées, d'expériences et de réflexions à travers les manifestations (conférences, symposiums, journées d'études et rencontres) qu'il organise.

Fournir des informations diverses sur l'entreprise en particulier et l'économie en général à travers les études et les publications qu'il diffuse

Inciter les chefs d'entreprises à se recycler et à actualiser leurs connaissances en leur proposant des formations adaptées à leurs besoins

Concevoir et mettre en oeuvre des programmes de formation pour les futurs entrepreneurs tout en étant à leur écoute et en leur apportant l'accompagnement nécessaire pour concrétiser leurs projets.

# POURQUOI CHOISIR NOS FORMATIONS ?

Parce que la formation est une incontestable avancée stratégique, l'ACE accompagne les professionnels dans l'élargissement des compétences de leurs collaborateurs.

L'ACE organise régulièrement des séminaires de formations personnalisées et adaptées aux besoins des entreprises.

En effet, les thématiques et les modules de formations choisis sont systématiquement précédés par des études et des enquêtes menées auprès des entreprises afin de cibler les besoins de celles-ci en formation pour optimiser les performances et les compétences de leurs collaborateurs.

## **Notre public cible**

Nos formations diplômantes/certifiantes\*, sont destinées aux cadres d'entreprises opérant dans divers secteurs (industrie, banque, finance, services...) ainsi que les cadres fonctionnaires dans des établissements étatiques ou encore opérant au sein d'Organisations Non Gouvernementales. Nous n'excluons pas bien sur les consultants, experts et particuliers désirant enrichir leurs connaissances et se mettre au diapason de l'actualité pour perfectionner leur rendement.

## **Nos formateurs**

Selon la spécificité de chaque module de formation, nous veillons à recruter les meilleurs profils de formateurs afin de garantir aux bénéficiaires de nos cycles de formations le meilleur apprentissage possible. Notre réseau de formateurs et ainsi constitué d'experts, de praticiens, de chercheurs, et d'universitaires de renommée.

## **Nous mettons à votre disposition**

Des salles de formations bien équipées avec Wifi, ordinateurs (si le cas le nécessite), et le matériel audiovisuel nécessaire pour les présentations.

Des services de catering pour chaque cycle de formation avec des pauses café et des formules de déjeuner au sein du restaurant de la Maison de l'Entreprise

La documentation nécessaire pour chaque cycle et module de formation.

# PROGRAMME DES FORMATIONS POUR L'ANNÉE 2019

<b>Ressources Humaines</b>				
Modules	Durée	Coût par participant	Lieu	Page
Acquisition des Talents : Pourquoi et comment ?	2 jours	2 900 DT HT	IACE	09
Accompagnement des Talents	2 jours		IACE	10
Rétention des Talents	2 jours		IACE	11

<b>Marketing</b>				
Modules	Durée	Coût par participant	Lieu	Page
Branding et gestion de la marque	2 jours	2 900 DT HT	IACE	15
Communication marketing de marque	2 jours		IACE	16
Digital Marketing	2 jours		IACE	17

<b>Finance</b>				
Modules	Durée	Coût par participant	Lieu	Page
La Gestion de la trésorerie	2 jours	2 900 DT HT	IACE	21
Le financement de l'Entreprise à long et à court terme	2 jours		IACE	22
La gestion financière des projets	2 jours		IACE	23

<b>Compliance officer, lutte contre le blanchiment d'argent et due diligence</b>				
Modules	Durée	Coût par participant	Lieu	Page
Introduction au Blanchiment d'argent	2 jours	2 900 DT HT	IACE	27
Due diligence	2 jours		IACE	
Mise en lumière de la notion de compliance	2 jours		IACE	

<b>Les opérations juridiques de haut de bilan</b>				
Modules	Durée	Coût par participant	Lieu	Page
Les prises de participation dans le capital d'autres sociétés	2 jours	2 900 DT HT	IACE	31
Les augmentations et la réduction du capital	2 jours		IACE	
Les fusions acquisitions	2 jours		IACE	

<b>Le recouvrement des créances</b>				
Modules	Durée	Coût par participant	Lieu	Page
La prévention du risque d'impayé	2 jours	2 900 DT HT	IACE	35
La résolution du droit commun	2 jours		IACE	
Les nouveaux modes de résolution	2 jours		IACE	

# Formation en Gestion des Ressources Humaines



## GESTION DES TALENTS : DE L'ACQUISITION À LA FIDÉLISATION

La G.R.H. est l'ensemble des activités qui visent à développer l'efficacité collective des personnes qui travaillent pour l'entreprise.

Cette fonction, qui a évolué constamment pour passer de la gestion du personnel à la gestion des talents, définit les stratégies et les moyens en RH, les modes de fonctionnement organisationnels et la logistique de soutien afin d'attirer, de fidéliser, et de développer les compétences nécessaires pour atteindre les objectifs de l'entreprise.

### L'objectif de ce cycle de formation est de :

- ▶ Comprendre comment attirer les talents vers l'entreprise : Acquisition des talents.
- ▶ Comprendre comment les accompagner et les développer.
- ▶ Comprendre comment les garder : Fidéliser les talents.
- ▶ Itinéraire pédagogique

### Conditions d'admission

La formation est ouverte à tout candidat porteur d'un diplôme universitaire d'un niveau Bac +3 minimum, et justifiant d'une expérience professionnelle probante.

L'acceptation de l'inscription se fait sur la base du dossier d'admission.

### Droits d'inscription

Le droit d'inscription au programme complet s'élève à 2900 Dinars H.T. Celui-ci couvre : la documentation, les repas et les pauses café pour l'ensemble des modules.

### La certification ISO 9001 V 2000

L'IACE a été la première association tunisienne à obtenir le label ISO 9000.

Cette démarche de mise en place d'un système qualité s'inscrit dans le cadre du renforcement de l'orientation client préconisée par l'IACE.

# 1<sup>ER</sup> MODULE : ACQUISITION DES TALENTS : POURQUOI ET COMMENT ?

## Objectifs

Imaginez une entreprise pour laquelle les meilleurs veulent travailler. Imaginez une entreprise qui aurait la possibilité de sélectionner la crème de la crème, et de s'entourer des plus talentueux de tous. Ses chances de succès s'en trouveraient démultipliées. Mais comment faire pour y arriver ?

Programme	Durée
<p><b>1 Définir précisément le profil recherché</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Fiche de poste (ce qu'il va faire)</li><li>▪ Fiche de compétences (quelles sont les compétences recherchées ?)</li></ul> <p><b>2 Savoir comment, et où chercher les talents</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Comment chercher ?</li><li>▪ Où chercher ?</li></ul> <p><b>3 Communiquer pour être aimé, et attirer les talents</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Outils et moyens pour avoir une image attractive</li><li>▪ Le bilan social</li></ul> <p><b>4 Savoir sélectionner</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Comment recruter sans se tromper</li><li>▪ Savoir intégrer</li></ul>	02 Jours

Ce module a été élaboré en vue de permettre aux participants de renforcer la marque employeur de leurs entreprises.

## 2<sup>ÈME</sup> MODULE : ACCOMPAGNER LES TALENTS

### Objectifs

Qui n'avance pas recule. C'est bien connu. L'environnement évolue de plus en plus vite, et il faut s'y adapter. A ce sujet, « former » est le maître mot. Mais comment le faire efficacement ?

### Programme

### Durée

#### 1 Savoir évaluer ses collaborateurs

- Comment mener un entretien d'évaluation
- Savoir établir le lien entre l'évaluation des collaborateurs et la formation.

02 Jours

#### 2 Savoir déléguer

- Révisions et commentaires
- Déléguer pour motiver

#### 3 Savoir organiser le transfert du savoir entre Seniors et Juniors

- Transfert des connaissances

## 3<sup>ÈME</sup> MODULE :

# FIDÉLISER LES TALENTS

### Objectifs

Une fois le talent recruté, il faut le garder, ou le fidéliser. En effet, il risque très vite d'être sollicité par les concurrents, et d'être débauché. Mais comment faire pour empêcher que cela n'arrive ?

### Programme

### Durée

#### 1 Savoir lui donner ce qu'il mérite

- Le principe de l'équité comme principe fondamental pour motiver, et garder les compétences
- Les biais de l'évaluation

#### 2 Lui proposer un plan de carrière

- Qu'est-ce qu'une carrière ?
- Les différentes carrières possibles

#### 3 Lui permettre de s'épanouir

- Comment enrichir le travail pour le rendre intéressant
- Le rôle du dirigeant dans la création d'éléments épanouissants et motivants pour le personnel.

02 Jours

# Formation en Marketing

**VALUE**



**DESIGN**

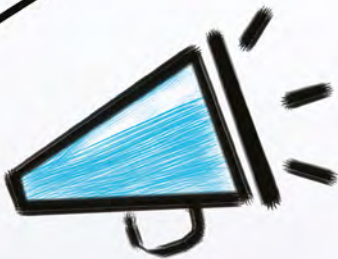


**STRATEGY**



**BRAND**

**ADVERTISING**



**MARKETING**



# MARKETING DE LA MARQUE

La marque (brand) est un élément important du marketing, elle constitue le fondement de toutes vos actions marketing et communication. Elle définit votre ADN, votre identité et oriente votre stratégie d'entreprise elle permet d'identifier le produit et de rassurer le consommateur. Différentes stratégies de marque peuvent être adoptées par les entreprises.

Ce programme a été conçu, dans le but de développer les différents aspects de la marque, ainsi que ses principes et ses stratégies afin que cette formation soit adaptée aux besoins du métier du Responsable Marketing et communication de l'entreprise.

Toute la formation est axée sur des aspects pratiques et sera animée par des praticiens dotés d'une grande expertise tant sur le plan théorique que pratique.

## **Conditions d'admission**

La formation est ouverte à tout candidat porteur d'un diplôme universitaire d'un niveau Bac +3 minimum, et justifiant d'une expérience professionnelle probante.

L'acceptation de l'inscription se fait sur la base du dossier d'admission.

## **Droits d'inscription**

Le droit d'inscription au programme complet s'élève à 2900 Dinars H.T. Celui-ci couvre : la documentation, les repas et les pauses café pour l'ensemble des modules.

## **La certification ISO 9001 V 2000**

L'IACE a été la première association tunisienne à obtenir le label ISO 9000.

Cette démarche de mise en place d'un système qualité s'inscrit dans le cadre du renforcement de l'orientation client préconisée par l'IACE.

# 1<sup>ER</sup> MODULE :

## BRANDING ET GESTION DE LA MARQUE

### Objectifs

- Déterminer l'évolution et l'importance de la marque pour l'entreprise
- Développer une stratégie qui permet de construire une marque forte

### Programme

### Durée

#### 1 La marque un phénomène ?

- Principes de la marque
- Evolution de la marque
- Dimensions sociales de la marque

#### 2 La marque au coeur de la stratégie de l'entreprise

- Rôle de la marque pour l'entreprise : culture de la marque
- Marque et entreprise : un management global
- Relation entre marque et consommateur

#### 3 Gérer le cycle de vie de la marque

- Les grandes étapes de la vie d'une marque ?
- Quelle stratégie pour une marque qui vieillit ?

#### 4 Construire Le Capital de Marque

- Composantes de la marque
- Outils de construction du capital marque
- Mesure de la valeur de la marque

#### 5 Gérer le portefeuille de la marque

- Renforcement de la marque
- Extension de la marque
- Produit avec ou sans marque & Marques de distributeurs
- Gestion du Co-branding

02 Jours

2<sup>ÈME</sup> MODULE :

## COMMUNICATION MARKETING DE LA MARQUE

## Objectifs

- Comprendre l'importance d'une communication autour de la marque dans un environnement concurrentiel
- Apprendre à réfléchir et agir autour de l'identité de la « marque »
- Apprendre à mettre en oeuvre une stratégie de communication autour de l'identité de la marque

## Programme

## Durée

**1 Préalables à une communication de marque efficace****02 Jours**

- Place de la marque dans le marketing stratégique : positionnement, identité et image de la marque
- Mix marketing et stratégie de marque

**2 La marque au coeur de la communication marketing**

- Communiquer autour de la marque : Quels principes ?
- Quelle stratégie de la communication pour l'entreprise : Marque / Produit / Corporate ?

**3 Concevoir une stratégie de communication de marque**

- Objectifs de la communication de marque
- Cibles de la communication de marque
- Mix de la communication de marque

**4 Des techniques de communication autour de la marque**

- Publicité de marque
- Story telling
- Communication par évènement

**Objectifs**

- Assimiler les particularités du marketing digital
- Maîtriser les différents leviers du Marketing Digital au profit de la marque
- Intégrer le e-marketing dans la stratégie de communication de la marque

**Programme****Durée****1 Principes de base du marketing digital****02 Jours**

- Enjeux du digital
- Importance de la transformation digitale pour la marque
- Passage du marketing relationnel au marketing comportemental
- Les nouvelles tendances (Chatbot, Réalité virtuelle...)

**2 Stratégie digitale orientée marque**

- Les types de médias digitaux
- Elaboration de la stratégie digitale de la marque
- Identification des objectifs
- Etablir un état des lieux
- Plan d'actions
- Choix des KPI

**3 Attirer et fidéliser avec le dm**

- L'inbound Marketing : attirer vers la marque
- Le référencement naturel et sponsorisé
- Les réseaux sociaux et community management

**4 Big data & mobile marketing**

- C'est quoi Big Data ?
- Les outils d'analyse des données
- Intégrer le mobile dans une stratégie marketing globale de la marque
- La notoriété de la marque : sites et applications mobiles, M-publicité, campagnes de push
- La promotion de la marque : géolocalisation, code barre sur mobile, pull marketing

# Formation en Finance



## POUR UNE MEILLEURE PERFORMANCE DU FINANCIER

Ce programme a été conçu en se basant sur une approche par les compétences et orientée vers le métier du Responsable Financier de l'entreprise.

Toute la formation est axée sur des aspects pratiques et sera animée par des praticiens dotés d'une grande expertise tant sur le plan théorique que pratique.

A la fin de cette formation, les participants auront la capacité de :

- Avoir une meilleure compréhension de la logique de la dynamique financière
- Gérer les projets spécifiques de l'entreprise,
- Maîtriser les techniques de planification financière,
- Superviser la mise en oeuvre de certains instruments financiers,
- Optimiser la gestion des ressources à court terme et à long terme de l'entreprise,
- Maîtriser efficacement le dialogue avec les milieux bancaires et financiers.

### Conditions d'admission

La formation est ouverte à tout candidat porteur d'un diplôme universitaire d'un niveau Bac +3 minimum, et justifiant d'une expérience professionnelle probante.

L'acceptation de l'inscription se fait sur la base du dossier d'admission.

### Droits d'inscription

Le droit d'inscription au programme complet s'élève à 2900 Dinars H.T. Celui-ci couvre : la documentation, les repas et les pauses café pour l'ensemble des modules.

### La certification ISO 9001 V 2000

L'IACE a été la première association tunisienne à obtenir le label ISO 9000.

Cette démarche de mise en place d'un système qualité s'inscrit dans le cadre du renforcement de l'orientation client préconisée par l'IACE.

# 1<sup>ER</sup> MODULE :

## LA GESTION DE LA TRÉSORERIE

### Objectifs

**Ce module a été élaboré en vue de permettre aux participants de :**

- Maîtriser les flux de trésorerie par une bonne planification
- Maîtriser l'équilibre de la trésorerie avec ses différentes composantes
- Maîtriser les risques liés à la trésorerie

Programme	Durée
<b>1 Détermination des flux de trésorerie</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Recettes - Encaissements</li><li>▪ Dépenses – Décaissements</li></ul>	02 Jours
<b>2 L'élaboration d'un budget de trésorerie</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Comment avoir une visibilité de la liquidité quotidienne ?</li><li>▪ Gestion quotidienne des flux</li><li>▪ Techniques de prévision des besoins</li></ul>	
<b>3 La maîtrise des « dates valeur » et élaboration des prévisions de trésorerie en «date valeur»</b>	
<b>4 La maîtrise des taux d'intérêts bancaires</b>	
<b>5 La gestion des différents risques liés à la gestion de trésorerie</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Couverture sur taux de change</li><li>▪ Couverture sur taux d'intérêt</li><li>▪ Risque de liquidité</li></ul>	

## 2<sup>ÈME</sup> MODULE : LE FINANCEMENT DE L'ENTREPRISE À LONG ET À COURT TERME

### Objectifs

Ce module a été élaboré en vue de permettre aux participants de :

- Evaluer les sources de financement : opportunité, contrainte et coût
- Optimiser le financement de l'entreprise
- Améliorer la négociation bancaire

### Programme

### Durée

#### 1 Les techniques d'optimisation de la trésorerie

02 Jours

- Gestion des excédents de trésorerie
- Gestion des déficits de trésorerie

#### 2 Le financement à moyen et long terme : opportunités et contraintes

- Les bailleurs de fonds (banque, marchés financiers, organismes de micro-crédit, SICAR, les fonds d'investissement, Private Equity, etc)
- Les sources de Financement à LT long terme (capitaux propres, dettes bancaires, emprunts obligataires, titres hybrides, etc)
- Coût des différentes sources de financement
- Structure de financement et Notion de coût du capital (WACC)
- Effet du levier financier

#### 3 Optimisation de la relation banque – entreprise

- Les attentes et contraintes des banques (économiques & réglementaires, stratégiques, organisationnelles)
- Les attentes et contraintes des entreprises (managériales, psychologiques et communicationnelles)
- Les conditions d'un partenariat gagnant-gagnant durable

## Objectifs

Ce module a été élaboré en vue de permettre aux participants de :

- Mieux étudier la décision de financement (les investissements de l'exploitation, les investissements d'extension, les investissements immatériels, les investissements en systèmes d'information, etc)
- Faire une évaluation optimale de la rentabilité et la faisabilité des projets d'investissement de l'entreprise qui gèrent sa croissance de manière interne
- Mieux assurer le reporting et suivi des projets (timing des réalisations et budget d'investissement)

Programme	Durée
<p><b>1 Opportunité stratégique de l'investissement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Niveau de priorité</li> <li>▪ Niveau de risque</li> <li>▪ Urgence</li> <li>▪ Contraintes de l'investissement (financières, technologiques, ressources humaines, etc)</li> </ul> <p><b>2 Rentabilité financière de l'investissement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Notion de cash-flow</li> <li>▪ Critères de décision</li> <li>▪ Valeur actuelle</li> <li>▪ Taux interne de rentabilité</li> <li>▪ Indice de rendement</li> </ul> <p><b>3 Elaboration de la fiche d'investissement</b></p> <p><b>4 Suivi du budget d'investissement et des différents projets</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Elaboration de documents de reporting et de suivi</li> <li>▪ Détermination des écarts</li> <li>▪ Analyse des écarts</li> <li>▪ Actions correctives</li> </ul>	02 Jours

Formation en compliance  
officer, lutte contre le  
blanchiment d'argent et  
due diligence



55044837 A

FEDERAL RESERVE NOTE  
AB 46846262 H  
B2

AB 46846262 H

Robert E. Rubin  
Secretary of the Treasury

E 134

100

ONE HUNDRED DOLLARS

# COMPLIANCE OFFICER, LUTTE CONTRE LE BLANCHIMENT D'ARGENT ET DUE DILIGENCE

## Contexte

Les derniers évènements en Tunisie et à l'étranger ont mis en lumière l'organisation du financement du terrorisme.

Le cadre légal interne et international prévoit de prévenir les risques de blanchiment et appelle les banques et autres entreprises à prévenir la lutte anti-blanchiment des capitaux.

Cette formation Compliance officer, lutte anti-blanchiment d'argent et due diligence, permettra d'appréhender les niveaux de vigilance et de contrôle interne.

## Methodologie

Approche interactive basée sur des présentations théoriques des notions et des concepts avec des cas pratiques et des exercices d'application.

## Conditions d'admission

La formation est ouverte à tout candidat porteur d'un diplôme universitaire d'un niveau Bac +3 minimum, et justifiant d'une expérience professionnelle probante.

L'acceptation de l'inscription se fait sur la base du dossier d'admission.

## Droits d'inscription

Le droit d'inscription au programme complet s'élève à 2900 Dinars H.T. Celui-ci couvre : la documentation, les repas et les pauses café pour l'ensemble des modules.

## La certification ISO 9001 V 2000

L'ACE a été la première association tunisienne à obtenir le label ISO 9000.

Cette démarche de mise en place d'un système qualité s'inscrit dans le cadre du renforcement de l'orientation client préconisée par l'ACE.

# INTRODUCTION AU BLANCHIMENT D'ARGENT, DUE DILIGENCE, MISE EN LUMIÈRE DE LA NOTION DE COMPLIANCE

## Objectifs

- Comprendre les concepts autour du blanchiment des capitaux et du financement du terrorisme
- Identifier les risques encourus par les entreprises
- Identifier les dispositifs nationaux et internationaux anti blanchiment d'argent
- Assurer la conformité aux standards internationaux
- Connaître les éléments fondamentaux du dispositif de Compliance
- Comprendre comment mettre en place le dispositif de Compliance
- Comprendre les enjeux de due diligence - Savoir réaliser une due diligence étape par étape.

Programme	Durée
<p><b>1 Introduction au blanchiment d'argent</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comprendre le principe de blanchiment d'argent</li> <li>▪ Définition de la notion de blanchiment d'argent</li> <li>▪ Identifier les typologies de blanchiment et les infractions sous-jacentes au blanchiment d'argent</li> <li>▪ Mesurer les différentes étapes d'une opération de blanchiment</li> <li>▪ Le cadre réglementaire interne et international de la lutte anti-blanchiment</li> <li>▪ Les techniques financières utilisées par les acteurs du blanchiment d'argent</li> <li>▪ La vulnérabilité des différents produits et services utilisés par les criminels</li> </ul>	02 Jours
<p><b>2 Due diligence</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Définir le cadre de la due diligence</li> <li>▪ Comprendre les enjeux et les objectifs de due diligence</li> <li>▪ Comprendre les enjeux et objectifs des différents acteurs</li> <li>▪ Cartographie des risques</li> <li>▪ Différents types et niveaux de due diligence</li> <li>▪ Maitriser l'organisation du processus de due diligence</li> </ul>	02 Jours
<p><b>3 Compliance</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Définition de la Compliance (éléments du dispositif)</li> <li>▪ Dispositif général et adapté</li> <li>▪ Identification de la fonction de Compliance officer (rôle et statut)</li> <li>▪ Les fondements de la Compliance</li> <li>▪ Lutte contre le blanchiment d'argent et Compliance</li> <li>▪ La cartographie des risques</li> <li>▪ Le cadre légal de la Compliance (Les grands principes, le règlement intérieur</li> <li>▪ Les règles de bonne conduite)</li> <li>▪ Les règles de la mise en place du dispositif de la Compliance (La gestion des conflits d'intérêts</li> <li>▪ La gestion des risques, la relation avec les clients, la relation avec l'environnement)</li> </ul>	02 Jours

Formation les opérations  
juridiques de haut de bilan



THIS NOTE IS LEGAL TENDER FOR ALL DEBTS, PUBLIC AND PRIVATE

*Anna Escobedo Cabral*

SERIES 2009  
Treasurer of the United States

100

2006  
SERIES

LEGAL TENDER  
FOR ALL DEBTS  
AND PRIVATE

*Anna Escobedo Cabral*

100

# LES ASPECTS JURIDIQUES DES OPÉRATIONS DE HAUT DE BILAN

## Contexte

Financer son développement, acquérir une entreprise, lever des fonds propres sont autant de situations auxquelles une société peut être confrontée. Dans tous ces cas, la maîtrise des risques juridiques liés aux opérations de haut de bilan s'avère indispensable pour réussir son projet.

## Methodologie

Approche interactive basée sur des présentations théoriques des notions et des concepts avec des cas pratiques et des exercices d'application.

## Conditions d'admission

La formation est ouverte à tout candidat porteur d'un diplôme universitaire d'un niveau Bac +3 minimum, et justifiant d'une expérience professionnelle probante.

L'acceptation de l'inscription se fait sur la base du dossier d'admission.

## Droits d'inscription

Le droit d'inscription au programme complet s'élève à 2900 Dinars H.T. Celui-ci couvre : la documentation, les repas et les pauses café pour l'ensemble des modules.

## La certification ISO 9001 V 2000

L'IACE a été la première association tunisienne à obtenir le label ISO 9000.

Cette démarche de mise en place d'un système qualité s'inscrit dans le cadre du renforcement de l'orientation client préconisée par l'IACE.

# LES PRISES DE PARTICIPATION DANS LE CAPITAL D'AUTRES SOCIÉTÉS LES AUGMENTATIONS ET LA RÉDUCTION DU CAPITAL LES FUSIONS ACQUISITIONS

## Objectifs

- Avoir une bonne connaissance des concepts
- Comprendre les enjeux liés aux opérations de haut de bilan.
- Analyser les différents montages financiers et leurs effets.
- Identifier les risques juridiques liés aux opérations de haut bilan
- Limiter les risques juridiques liés aux opérations de haut bilan

Programme	Durée
<p><b>1 Les prises de participation dans le capital d'autres sociétés</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Définition des concepts</li> <li>▪ Aperçu historique</li> <li>▪ Règlementation des prises de participation (nationale et internationale)</li> <li>▪ Mise en oeuvre des prises de participation</li> <li>▪ Les acteurs</li> <li>▪ La documentation juridique</li> <li>▪ Règles de gouvernance et suivi de la participation</li> <li>▪ Les autorités de contrôle</li> <li>▪ Difficultés et enjeux de la prise de participation</li> </ul>	<b>02 Jours</b>
<p><b>2 Les augmentations et la réduction du capital</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Les mécanismes d'augmentation du capital</li> <li>▪ Les procédures juridiques à suivre lors d'une augmentation de capital</li> <li>▪ Les conséquences de l'augmentation du capital sur la répartition des pouvoirs</li> <li>▪ Les droits des salariés suite à une augmentation du capital</li> <li>▪ La responsabilité du commissaire aux comptes à l'occasion d'une augmentation du capital</li> <li>▪ Les entreprises en difficulté économique</li> <li>▪ Les formes réductions de capital</li> <li>▪ Les procédures juridiques à suivre lors d'une réduction de capital</li> <li>▪ Réduction du capital et droits des tiers</li> </ul>	<b>02 Jours</b>
<p><b>3 Les fusions acquisitions</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Les différentes formes de fusion</li> <li>▪ Les conséquences juridiques</li> <li>▪ Les procédures à suivre pour les fusions acquisitions</li> <li>▪ Le pacte d'actionnaires</li> <li>▪ La clause de garantie de passif et d'actif</li> <li>▪ La lettre d'intention</li> <li>▪ La publicité</li> </ul>	<b>02 Jours</b>

# Formation en recouvrement des créances



# RECouvreMENT DES CRÉANCES

## Contexte:

Le recouvrement des créances est un sujet que les services de l'entreprise doivent parfaitement connaître. Les compétences en recouvrement doivent permettre aux responsables d'entreprise de prévenir et de traiter efficacement les retards de paiement avec pour objectif principal de minimiser les impacts financiers. L'objectif de cette formation est de prévenir les risques d'impayés et apprendre à mieux gérer le contentieux

## Methodologie

Approche interactive basée sur des présentations théoriques des notions et des concepts avec des cas pratiques et des exercices d'application.

## Conditions d'admission

La formation est ouverte à tout candidat porteur d'un diplôme universitaire d'un niveau Bac +3 minimum, et justifiant d'une expérience professionnelle probante.

L'acceptation de l'inscription se fait sur la base du dossier d'admission.

## Droits d'inscription

Le droit d'inscription au programme complet s'élève à 2900 Dinars H.T. Celui-ci couvre : la documentation, les repas et les pauses café pour l'ensemble des modules.

## La certification ISO 9001 V 2000

L'IACE a été la première association tunisienne à obtenir le label ISO 9000.

Cette démarche de mise en place d'un système qualité s'inscrit dans le cadre du renforcement de l'orientation client préconisée par l'IACE.

# LA PRÉVENTION DU RISQUE D'IMPAYÉ, LA RÉOLUTION DU DROIT COMMUN LES NOUVEAUX, MODES DE RÉOLUTION

## Objectifs

- Avoir une bonne connaissance des concepts
- Analyser les différents modes de résolution du conflit lié à l'impayé
- Identifier les risques liés aux impayés
- Limiter les risques juridiques liés aux impayés
- Maîtriser les techniques de recouvrement amiable et judiciaire
- Faire le point des récentes évolutions législatives et jurisprudentielles

Programme	Durée
<b>1 La Prévention du Risque D'impayé</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Identifier le client notamment en cas de mandat</li><li>▪ Les principales clauses à insérer dans le contrat pour limiter le risque d'impayé (Clause pénale, Clause de pénalité de retard, clause résolutoire, Clause de réserve de propriété...)</li><li>▪ Les différentes garanties</li></ul>	02 Jours
<b>2 La Résolution du Droit Commun</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Le recouvrement des créances en dehors des procédures collectives</li><li>▪ Les oppositions</li><li>▪ les voies d'exécution</li><li>▪ Les actions de recouvrement des créances</li><li>▪ L'action indirecte</li><li>▪ L'action paulienne</li><li>▪ Les sûretés personnelles</li><li>▪ Les sûretés réelles</li><li>▪ Le recouvrement des créances dans le cas des procédures collectives</li></ul>	02 Jours
<b>3 Les Nouveaux Modes de Résolution</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ L'arbitrage</li><li>▪ La conciliation</li><li>▪ La médiation</li></ul>	02 Jours

I A C E

# IACE FOR A BETTER THINKING ...



ADRESSE : la maison de l'entreprise, Avenue Principale  
Rue du Lac Turkana - Tunis - Tunisie



Tel : (+216) 70 018 100

Fax : (+216) 70 018 101



EMAIL : [contact@iace.org.tn](mailto:contact@iace.org.tn)



WEBSIITE : [www.iace.tn](http://www.iace.tn)