

Plan d'affaires

Nom de l'entreprise

par

Nom du promoteur

Adresse
Téléphone
Courriel
Site Web

Date

Les faits saillants

Vous devez remplir cette section en dernier lieu, quand vous aurez terminé le montage de votre plan d'affaires. Cette page servira de résumé pour les personnes-ressources à qui vous fournirez votre plan d'affaires.

Nom de l'entreprise :	
Nom du ou des promoteurs :	
Date prévue de démarrage :	
Secteur (touristique, Industriel, agricole, commercial, service, etc.) :	
Clientèle et territoire visés :	
Chiffre d'affaires prévu :	Année 1 : Année 2 :
Bénéfice net prévu :	Année 1 : Année 2 :
Coût du projet :	
Financement recherché :	
Investissement personnel :	Mise de fonds : Transfert d'actifs :
Nombre d'employés :	Année 1 : Année 2 :

Table des matières

1. Le projet.....	5
1.1 Identification de l'entreprise.....	5
1.2 Description du projet	5
1.3 Origine du projet ou historique de l'entreprise	5
1.4 Mission.....	6
1.5 Valeurs de l'entreprise	6
1.6 Objectifs.....	7
1.7 Forme juridique	7
1.8 Permis et licences.....	8
2. Le(s) promoteur(s)	9
2.1 Présentation.....	9
2.2 Répartition de la propriété	12
2.3 Structure organisationnelle.....	12
2.4 Contact d'affaires stratégiques	12
3. Marché.....	13
3.1 Situation du secteur	13
3.2 Profil de la clientèle cible.....	13
3.3 Territoire visé	17
3.4 Marché potentiel	17
3.5 Concurrents	17
4. Marketing.....	20
4.1 Produits et services offerts	20
4.2 Stratégies de prix	20
4.3 Service après-vente et garanties.....	20
4.4 Localisation.....	21
4.5 Distribution.....	21
4.6 Stratégie de prospection, de vente et de service à la clientèle	22
4.7 Publicité et promotion.....	22
5. Les opérations.....	24
5.1 Processus de production ou de livraison de service	24
5.2 Approvisionnement	24
5.3 Ressources physiques et technologiques	25

5.4	Aménagement des lieux.....	26
5.5	Assurances	26
5.6	Ressources humaines.....	27
5.7	Calendrier de démarrage	27
6.	Prévisions financières	29
6.1	Coût de projet et financement	29
6.2	Hypothèses de vente	30
6.3	Principales dépenses	30

1. Le projet

1.1 Identification de l'entreprise

Nom :	
Adresse du lieu d'affaires :	
Téléphone :	
Courriel électronique :	
Site Internet :	
Personne (s) à contacter :	
Date prévue de démarrage ou de prise de possession :	

1.2 Description du projet

Présenter votre projet en quelques lignes. Que voulez-vous faire? Dans quel secteur d'activités ce projet se situe-t-il?

Attention d'être clair et de ne pas utiliser un langage trop technique afin que n'importe qui puisse comprendre ce que vous désirez faire dans votre entreprise.

1.3 Origine du projet ou historique de l'entreprise

Nouvelle entreprise : d'où vous est venue l'idée de votre projet? Par exemple, cela pourrait être à la suite d'une formation que vous avez suivie, à la suite de la perte d'un emploi, comme suite à vos observations des besoins des clients potentiels, à la suite d'offre de contrats en sous-traitance par l'ancien employeur, etc. Quelle était l'idée au départ et quelles sont les différentes étapes qui nous amènent à aujourd'hui?

Entreprise existante : présenter l'historique de l'entreprise, les grandes étapes de son histoire jusqu'à maintenant.

1.4 Mission

Une mission, c'est l'énoncé de la raison d'être d'une entreprise. C'est son but, l'image qu'elle souhaite dégager, son caractère distinctif. Elle répond aux questions : que faisons-nous, comment le faisons-nous et pour qui le faisons-nous?

Par exemple : « La boutique *Viens bouquiner* offrira à tous les amateurs du livre le plus large choix de livres d'occasion de l'agglomération de Trois-Rivières. Les livres offerts seront en bonne condition et répondront à des critères stricts de qualité. »

Quoi? Vente de livres d'occasion

Comment? En bonne condition, selon des critères de qualité

Pour qui? Les amateurs du livre de l'agglomération de Trois-Rivières

1.5 Valeurs de l'entreprise

Quelles sont les valeurs sur lesquelles vous aimeriez bâtir votre entreprise? Plus une entreprise est en cohérence avec les valeurs de ses dirigeants, plus elle est forte.

1.6 Objectifs

Choisissez parmi les objectifs suivants ceux qui sont applicables à votre entreprise.

	Année 1	Année 2
Chiffre d'affaires		
Nombre de clients		
Nombre d'unités produites		
Nombre de contrats		
Nombre de points de vente		
Nombre d'heures facturées		
Développement de nouveaux produits ou services		
Autres objectifs qualitatifs		

1.7 Forme juridique

Différentes formes juridiques sont possibles au Québec, dont :

- l'entreprise individuelle (enr.);
- la société en nom collectif (s.e.n.c);
- la compagnie (inc.);
- la coopérative;
- la société sans but lucratif.

Quelle forme choisissez-vous et pour quelles raisons?

1.8 Permis et licences

Décrivez les permis à obtenir pour effectuer vos opérations et aux différentes réglementations qui peuvent être applicables aux paliers suivants :

-Municipal :

- Taxes d'affaires
- Permis d'affaires
- Règles d'urbanisme (pour la pose d'une enseigne par exemple)
- Zonage
- Etc.

-Provincial :

- Immatriculation de l'entreprise au REQ
- Incorporation de l'entreprise
- Loi sur le revenu des sociétés
- Inscription aux taxes (Revenu Québec)
- Inscription à la CNESST
- Loi sur les heures et les jours d'admission des commerces de détail
- Normes du travail
- Règlement sur l'environnement
- MAPAQ
- Etc.

-Fédéral :

- Impôt fédéral sur le revenu des sociétés
- TPS
- Etc.

Faites la liste de ce qui est applicable à votre entreprise et précisez les coûts, le cas échéant.

2. Le(s) promoteur(s)

2.1 Présentation

Bien que vous devrez fournir un curriculum vitae en annexe, il est pertinent de faire ici un résumé de vos compétences, formations et expériences qui sont en lien avec le projet d'affaires.

2.1.1 1^{er} promoteur (mettre le nom)

Expériences et réalisations pertinentes

Quel poste avez-vous occupé et quelles étaient les tâches importantes qui vous ont été confiées dans le passé? Il peut aussi s'agir de réalisations en dehors du contexte de travail, comme de l'implication dans un événement ou la mise en place d'une campagne de financement.

Compétences et formations

Quelles formations avez-vous suivie qui vous permettent d'être plus compétent dans votre domaine?

Il peut aussi s'agir de compétences clés que vous avez développées dans vos expériences antérieures.

Motivations à devenir entrepreneur et qualités entrepreneuriales

Qu'est-ce qui vous pousse à devenir entrepreneur? Pourquoi ce désir d'être votre propre patron? Quelles sont les qualités qui feront de vous un bon entrepreneur?

Motivations à démarrer (ou acquérir) cette entreprise spécifiquement

Dans la section précédente, vous avez parlé de votre désir d'être entrepreneur dans un sens plus large. Expliquez maintenant pourquoi ce secteur d'activités spécifique ou cette idée d'entreprise vous motive.

2.1.2 2^e promoteur (mettre le nom)

Expériences et réalisations pertinentes

Quel poste avez-vous occupé et quelles étaient les tâches importantes qui vous ont été confiées dans le passé? Il peut aussi s'agir de réalisations en dehors du contexte de travail, comme de l'implication dans un événement ou la mise en place d'une campagne de financement.

Compétences et formations

Quelles formations avez-vous suivie qui vous permettent d'être plus compétent dans votre domaine?

Il peut aussi s'agir de compétences clés que vous avez développées dans vos expériences antérieures.

Motivations à devenir entrepreneur et qualités entrepreneuriales

Qu'est-ce qui vous pousse à devenir entrepreneur? Pourquoi ce désir d'être votre propre patron? Quelles sont les qualités qui feront de vous un bon entrepreneur?

Motivations à démarrer (ou acquérir) cette entreprise spécifiquement

Dans la section précédente, vous avez parlé de votre désir d'être entrepreneur dans un sens plus large. Expliquez maintenant pourquoi ce secteur d'activités spécifique ou cette idée d'entreprise vous motive.

2.2 Répartition de la propriété

Nom(s)	Mise de fonds (\$)	Transfert d'actifs	%

2.3 Structure organisationnelle

Si vous êtes seul dans l'entreprise, ne remplissez pas cette section.

Nom(s) et titre(s)	Répartition des tâches et des responsabilités

2.4 Contact d'affaires stratégiques

Y a-t-il des gens dans votre réseau qui pourront vous aider dans votre entreprise, que ce soit par leur expertise ou leur réseau. Par exemple, connaissez-vous un avocat, un notaire, un comptable, un professionnel du marketing, des fournisseurs, des clients potentiels, quelqu'un qui pourrait être un coach ou un mentor, etc.

3. Marché

3.1 Situation du secteur

Identifier et présenter le secteur dans lequel se trouve l'entreprise. Décrivez le secteur d'activités en mentionnant le nombre d'entreprises qu'il contient ainsi que la taille de celles-ci. Expliquez les grandes tendances (croissance/maturité/déclin du secteur, nouveaux produits ou services, autres changements à prévoir, etc.). Précisez aussi comment évoluera le marché dans ce secteur pour les prochaines années.

Il est important ici d'appuyer ses dires par des preuves, des données, des statistiques, des articles, etc.

Pour démontrer votre degré de connaissance du secteur vous pourriez :

- Présenter l'évolution de ce secteur au cours des dernières années;
- État de la situation actuelle : marché en développement, en expansion ou à maturité;
- Perspectives, évolution anticipée, nouveautés au chapitre des produits;
- Estimation de l'évolution de la demande à court, moyen et long termes;
- Variations saisonnières;
- Facteurs et tendances économiques, sociaux, politiques, légaux ou environnementaux qui peuvent affecter l'entreprise positivement ou négativement;
- La réglementation du secteur (organismes chapeautant la profession, association professionnelle, lois particulières à respecter, etc.)

3.2 Profil de la clientèle cible

Remplissez le tableau correspondant au type de clientèle visée : les individus ou les entreprises? Vous pouvez aussi viser plus d'un type de clientèle.

Client de type « Individu »

<p>Caractéristiques démographiques (âge, sexe, scolarité, profession, statut social, cycle de la vie, etc.)</p>	<p>Décrire votre clientèle type, la clientèle qui représente la majorité de votre chiffre d'affaires. Faites-en un « portrait-robot ».</p>
<p>Revenu</p>	<p>Faible, moyen, élevé</p>
<p>Description du besoin à combler</p>	<p>Quel est le problème que vos clients tentent de résoudre? Quels objectifs veulent-ils atteindre? Pourquoi se procurent-ils vos produits ou vos services?</p>
<p>Critères d'achat</p>	<p>Quand vient le temps de faire un choix, qu'est-ce qui est le plus important pour vos clients : le prix, la qualité, la disponibilité, le design, la réputation, l'expertise, etc.</p>
<p>Processus d'achat</p>	<p>Que fait le client avant de venir chez vous? Est-il déjà bien informé quand il arrive? Quels médias consulte-t-il?</p>

Moment de l'achat	Est-ce qu'il y a des périodes spécifiques dans l'année ou dans la vie d'une personne où vos produits ou services sont les plus en demande?
Fréquence d'achat	Est-ce un achat unique ou le client reviendra souvent? Êtes-vous capable de chiffrer le montant d'achat moyen du client?
Budget annuel	Combien d'argent le client dépense-t-il par année pour vos produits ou vos services?

Client de type « Entreprise »

Taille de l'entreprise	Travailleurs autonomes, très petites entreprises, PME, grandes entreprises
Secteurs d'activités de l'entreprise	Vos clients sont-ils des entreprises de service, des manufactures, des commerces, etc. Dans quels secteurs œuvrent-ils (santé, bois, métal, textile, etc.)
Chiffre d'affaires	En moyenne
Description du besoin à combler	Quel est le problème que vos clients tentent de résoudre? Quels objectifs veulent-ils atteindre? Pourquoi se procurent-ils vos produits ou vos services?

Critères d'achat	Quand vient le temps de faire un choix, qu'est-ce qui est le plus important pour vos clients : le prix, la qualité, la disponibilité, le design, la réputation, l'expertise, etc.
Processus d'achat	Quelles sont les étapes qui précèdent la prise de décision d'achat?
Décideur	Qui prend la décision d'achat (propriétaire, directeur de production, responsable des ressources humaines, etc.)?
Fréquence d'achat	Est-ce un achat unique ou le client reviendra souvent? Êtes-vous capable de chiffrer le montant d'achat moyen du client?

Budget annuel	Combien d'argent le client dépense-t-il par année pour vos produits ou vos services?
----------------------	--

3.3 Territoire visé

D'où proviennent vos clients?

3.4 Marché potentiel

Clientèle(s) visée(s)	Nombre de clients sur le territoire	Dépenses moyennes annuelles	Dépenses totales par segment
		\$	\$
		\$	\$
		\$	\$
Marché potentiel du territoire			\$

Vous trouverez des renseignements utiles en consultant le profil du recensement sur le site de Statistiques Canada.

La formule à utiliser est la suivante : nombre de clients * dépenses annuelles = dépenses totales.

3.5 Concurrents

	Concurrent 1	Concurrent 2	Concurrent 3
Nom et adresse			
Produits et services offerts			

Prix			
Forces Exemples : qualité supérieure, bonne localisation, service à la clientèle exemplaire, bonne présentation du produit, notoriété, réputation impeccable, etc.			
Faiblesses Exemples : qualité médiocre, pas de garantie sur le produit, éloignement, peu disponible, etc.			
Autres éléments importants			

3.5.1 Analyse concurrentielle de l'entreprise

Avantages concurrentiels

Quels sont les points forts de votre entreprise? Quels sont les avantages que vous avez et qui vous permettront d'être choisi par la clientèle potentielle?

Défis

Quels sont les points à améliorer dans votre entreprise? Quels sont les principaux défis que vous aurez à surmonter pour prendre votre place sur le marché?

4. Marketing

4.1 Produits et services offerts

Faites une description détaillée de vos produits ou services et de leurs caractéristiques (qualité, durabilité, style, facilité d'entretien, emballage, etc.).

4.2 Stratégies de prix

Établissez la liste de prix pour l'ensemble des produits/services que vous avez énumérés au point 4.1.

Précisez de quelle façon vous avez fixé ces prix? En vous basant sur la concurrence, en calculant le coût de production de vos produits ou services, en vous basant sur un taux horaire, en partant d'une marge bénéficiaire souhaitée, etc.

De quelle façon les clients pourront-ils payer dans votre entreprise? Est-ce qu'ils paient directement à l'achat du produit ou du service ou est-ce que vous leur envoyez une facture avec des conditions de paiement particulières (ex. : 2/10, n/30).

Utilisez-vous des techniques de prix particulières (prix psychologique, articles jumelés, forfaits, escompte de volume, etc.?)

4.3 Service après-vente et garanties

Vos politiques de retour et de remboursement.

Votre garantie.

Offrez-vous la livraison, l'entretien, les réparations liées à votre produit/service?

Que faites-vous si le client est insatisfait?

Le client peut-il vous rejoindre en tout temps s'il a un problème avec votre produit/service?

4.4 Localisation

Où serez-vous situé? Pourquoi est-ce avantageux pour votre entreprise? Par exemple : visibilité pour vos clients, facilité d'accès, position par rapport à vos concurrents, potentiel de croissance du secteur, convenance du local, coût d'occupation, réputation du secteur, etc.)

4.5 Distribution

Où les clients pourront-ils se procurer vos produits? Exemple : en ligne, dans les dépanneurs, en exclusivité chez un détaillant, seulement dans votre propre boutique, etc. Pourquoi avoir choisi cela? Quels sont les avantages? Quelles ententes avez-vous avec vos distributeurs?

4.6 Stratégie de prospection, de vente et de service à la clientèle

Stratégie de prospection (si applicable) : comment allez-vous contacter vos clients potentiels pour leur présenter vos produits ou vos services? Allez-vous vous présenter directement à leur domicile ou dans leur entreprise, leur téléphoner, leur envoyer de la documentation par courriel, par la poste, etc.?

Stratégie de vente : quels sont vos arguments clés pour séduire vos clients? Quel est le message que vous voulez faire passer à propos de vos produits ou services? Quels seraient les objections possibles des clients? Comment allez-vous répondre à ces objections?

Stratégie de service à la clientèle : comment allez-vous vous assurez que le client vit une expérience client agréable lorsqu'il fait affaire avec votre entreprise? Quels sont les politiques de service qui seront en vigueur chez vous?

4.7 Publicité et promotion

Comment allez-vous faire connaître votre entreprise?

Voici une liste d'exemples de moyens de promotion :

- Annonce dans un journal, à la radio ou sur un site Web;
- Affiches dans des lieux stratégiques;
- Affiliation à un réseau d'affaires ou participation à des activités de réseautage;
- Présence dans des foires ou des salons;
- Journée Portes ouvertes;
- Site Web;
- Présence sur les réseaux sociaux;
- Impression de cartes d'affaires, de dépliants;
- Vêtements corporatifs;

- Etc.

Date prévue	Description de l'activité de promotion	Coût à prévoir
		\$
		\$
		\$
		\$
		\$
		\$
		\$
Total :		\$

5. Les opérations

5.1 Processus de production ou de livraison de service

Décrivez chacune des étapes de production de la commande jusqu'à la livraison de votre produit ou service. Pour chacune des étapes, précisez ce qui doit être fait, les ressources humaines et/ou matérielles requises ainsi que les différents contrôles de qualité requis.

Étapes	Description des activités	Temps estimé

5.2 Approvisionnement

Complétez cette section si applicable (surtout pour les entreprises manufacturières ou commerciales).

	Fournisseur 1	Fournisseur 2	Fournisseur 3
Nom			
Ville			
Produits			
Transport : mode, délais, coûts			
Conditions de paiement			
Forces			

Faiblesses			
-------------------	--	--	--

5.3 Ressources physiques et technologiques

Inscrivez les immobilisations (biens qui servent de façon durable à l'exploitation de l'entreprise) que vous possédez déjà et celles que vous devrez acquérir pour opérer votre entreprise.

Concernant les équipements que vous possédez déjà, vous devez nous indiquer la valeur marchande, cette valeur signifie le montant que vous pourriez avoir si vous mettiez vos équipements en vente actuellement.

D'autre part, vous devez indiquer le montant du coût d'acquisition pour les équipements à acquérir. Vous pouvez annexer les soumissions concernant ses achats à effectuer à la fin de votre plan d'affaires.

Immobilisations en main

Description	Valeur marchande
	\$
	\$
	\$
	\$
	\$
	\$
Total	\$

Immobilisations à acquérir

Description	Coût d'acquisition
	\$
	\$
	\$
	\$
	\$
	\$
Total	\$

5.4 Aménagement des lieux

De quelle manière devrez-vous aménager votre place d'affaires? Dans cette section, nous devrions retrouver les informations sur la bâtisse ou le local (dimensions, aménagement, etc.) ainsi que le détail des frais impliqués dans l'amélioration locative s'il y a lieu.

À cette étape, demandez des soumissions pour les travaux spécialisés tels l'électricité, la plomberie ou la menuiserie. Faites des démarches pour obtenir le prix de la peinture et des couvre-planchers ainsi que tous les éléments de décoration requis pour l'ouverture de votre entreprise.

Vous pouvez annexer un croquis de l'aménagement de votre entreprise.

5.5 Assurances

Parlez à un professionnel afin d'avoir l'heure juste sur vos besoins en assurances et sur le coût de celles-ci.

Type d'assurance	Assureur	Couverture	Coût
Responsabilité civile			
Ass. Bâtiment			
Ass. Véhicule(s)			
Ass. Vie			
Ass. invalidité			

5.6 Ressources humaines

Remplir cette section si vous prévoyez avoir besoin d'employés.

5.6.1 Emplois prévus

Fonction	Nombre requis	Date entrée en fonction	Formation requise	Salaire et nombre d'heures

5.6.2 Stratégies de recrutement et de rétention

Prévoyez ici les moyens que vous allez utiliser pour trouver la main-d'œuvre qualifiée dont votre entreprise aura besoin. Dans une seconde partie, parlez ici de comment vous prévoyez faire afin d'influencer vos gens à rester travailler dans votre entreprise. Quels moyens, philosophie mettrez-vous en place pour conserver votre personnel?

5.7 Calendrier de démarrage

Commencer tout d'abord par prévoir le mois où vous voulez démarrer votre entreprise. Indiquez ensuite toutes les tâches que vous devrez réaliser, au moment du dépôt de votre plan d'affaires jusqu'à votre première vente. Préciser le mois où ces activités seront réalisées.

Date	Activités réalisées ou à venir	Responsable

6. Prévisions financières

6.1 Coût de projet et financement

Coûts		Financement		
Inventaire	\$	Mise de fonds	\$	%
Frais de démarrage	\$	Transfert d'actifs	\$	%
Fonds de roulement	\$	Marge de crédit	\$	%
Terrain	\$	Hypothèque	\$	%
Bâtiment	\$	Prêt	\$	%
Améliorations locatives	\$	Autre	\$	%
Équipements	\$			
Matériel roulant	\$			
Outillage	\$			
Mobilier de bureau	\$			
Équipements informatiques	\$			
Marketing	\$			
Total	\$	Total	\$	100 %

Le total de la colonne correspondant aux coûts de projet doit être égal au total de la colonne correspondant au financement.

Détails du financement demandé

Précisez, si cela s'applique, les différentes formes de financement prévues (taux d'intérêt, amortissement, moratoire, frais, etc.)

Veuillez utiliser le fichier Excel mis à votre disposition pour élaborer vos prévisions financières.

6.2 Hypothèses de vente

Justifiez ici sur quelles hypothèses et informations vous vous êtes basées pour établir vos prévisions de vente.

6.3 Principales dépenses

Quelles sont les dépenses qui affectent le plus les liquidités de votre entreprise?

Documents pouvant être pertinents à joindre en annexe du plan d'affaires

Tous ces documents ne sont pas nécessaires, il s'agit de choisir ceux qui bonifient votre plan d'affaires, qui viennent donner du poids à vos arguments et à vos hypothèses.

- Curriculum vitae de chacun des promoteurs;
- Lettre de crédit d'une institution financière, preuve de toutes les sources de financement;
- Lettre d'entente avec les clients potentiels et/ou contrats déjà conclus;
- Liste de stocks (inventaire);
- Certificats d'enregistrement, charte ou incorporation;
- Convention d'actionnaires ou contrat d'associés;
- Bail;
- Plan d'aménagement des locaux;
- Soumissions ou factures pour l'achat d'équipements, d'outils, d'améliorations locatives;
- Documentation sur le produit, fiche technique, aspect novateur, technologie détaillée;
- Revue de presse;
- Avis d'un professionnel du secteur d'activités;
- Sondage et résultats;
- Liste de prix détaillée;
- États financiers des trois dernières années, s'il y a lieu;
- Etc.

Bilan personnel

Pour les actifs, vous devez entrer la valeur marchande (le prix que vous pourriez obtenir actuellement) de vos biens, actions et obligations, et non leur prix d'achat.

Pour les passifs, indiquez le solde à payer sur vos emprunts, hypothèques ou autres dettes.

Valeur nette = total de l'actif – total du passif

En date du : _____

Actif	
Encaisse et liquidités (dépôts caisse, banque)	\$
Argent à recevoir (paie, impôt, assurances)	\$
Obligations, certificats de dépôt, dépôts à terme	\$
Actions	\$
REER, fonds de pension	\$
Automobile (s)	\$
Ameublement	\$
Immeuble (s)	\$
Autres	\$
Total de l'actif	\$

Passif	
Marges de crédit personnelles	\$
Cartes de crédit (solde)	\$
Prêt(s) automobile(s)	\$
Hypothèque(s)	\$
Autres	\$
Total du passif	\$

Valeur nette ou avoir	\$
------------------------------	-----------

Je certifie que tous les renseignements contenus dans ce bilan personnel sont exacts et complets et j'autorise le Conseil économique de Beauce à vérifier tous les renseignements nécessaires dans ce bilan personnel pour déterminer ma solvabilité.

Signature

Date