Plan d’affaires

Nom de l’entreprise

Par  
**Nom du promoteur**

Adresse  
Numéro de téléphone  
Courriel  
Site Internet

Date  
Version préliminaire

Réaliser en collaboration avec Microcrédit KRTB

Sommaire exécutif

La rédaction du sommaire exécutif s’effectue en dernier, car il s’agit d’un résumé des points importants qui sert à attirer l’attention du lecteur. On n’invente rien dans cette section, le contenu se trouve dans votre plan d’affaires.

|  |  |
| --- | --- |
| Nom de l’entreprise |  |
| Nom du ou des promoteurs |  |
| Forces du ou des promoteurs |  |
| Date d’ouverture |  |
| Produits ou services offerts |  |
| Secteurs et clientèle visée | Quel secteur est visé ? touristique, industriel, agricole, commercial, etc.  Quel est le profil de la clientèle |
| Marché visé | Quel est le marché visé ? local, régional, provincial, national, international |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Prévisions financières | 1ère année | 2e année | 3e année |
| Chiffre d’affaires prévu | $ | $ | $ |
| Bénéfice net prévu | $ | $ | $ |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Coûts | | Financement | |
| Immeuble | $ |  | $ |
| Équipement | $ |  | $ |
| Inventaire | $ |  | $ |
| Etc. | $ |  | $ |
|  | $ |  | $ |
|  | $ |  | $ |

Table des matières

[1. Le projet 1](#_Toc436397026)

[1.1 Identification de l’entreprise 1](#_Toc436397027)

[1.2 Description du projet 1](#_Toc436397028)

[1.2.1 Historique de l’entreprise ou du projet 1](#_Toc436397029)

[1.2.2 Description du projet 1](#_Toc436397030)

[1.2.3 Collaborateurs au projet 2](#_Toc436397031)

[1.3 Mission de l’entreprise 2](#_Toc436397032)

[1.4 Objectifs de l’entreprise 3](#_Toc436397033)

[1.5 Forme juridique 4](#_Toc436397034)

[1.5.1 Statut juridique 4](#_Toc436397035)

[1.5.2 Permis et licences 4](#_Toc436397036)

[1.6 Répartition de la propriété 4](#_Toc436397037)

[1.7 Calendrier des réalisations 5](#_Toc436397038)

[2. Les promoteurs 6](#_Toc436397039)

[2.1 Identification 6](#_Toc436397040)

[2.2 Réalisations pertinentes au projet 6](#_Toc436397041)

[2.3 Compétences et expériences en gestion 6](#_Toc436397042)

[2.4 Bilan personnel 7](#_Toc436397043)

[2.5 Capacité d’investissement des promoteurs 8](#_Toc436397044)

[2.6 Objectifs des promoteurs 8](#_Toc436397045)

[2.8 Description des tâches et des responsabilités des promoteurs 8](#_Toc436397046)

[3. Le marché 9](#_Toc436397047)

[3.1 Secteur d’activité et environnement 9](#_Toc436397048)

[3.2 Analyse du marché 10](#_Toc436397049)

[3.2.1 Clientèle cible 10](#_Toc436397050)

[3.2.2 Territoire visé 10](#_Toc436397051)

[3.3 Concurrence 11](#_Toc436397052)

[3.3.1 Avantages concurrentiels 12](#_Toc436397053)

[3.4 Marché potentiel 12](#_Toc436397054)

[3.5 Estimation des vente ; part de marché 12](#_Toc436397055)

[4. La commercialisation 13](#_Toc436397056)

[4.1.1 Les produits / services 13](#_Toc436397057)

[4.1.2 Le prix 13](#_Toc436397058)

[4.1.3 La localisation 13](#_Toc436397059)

[4.1.4 La distribution 13](#_Toc436397060)

[4.2 La publicité et les promotions 13](#_Toc436397061)

[4.2.1 Choix des moyens 13](#_Toc436397062)

[4.2.2 Budget et échéances 14](#_Toc436397063)

[5. Les operations 17](#_Toc436397064)

[5.1 Processus d’opération 17](#_Toc436397065)

[5.2 Capacité de production, de vente et de service 17](#_Toc436397066)

[5.3 Approche qualité 17](#_Toc436397067)

[5.4 Approvisionnement 18](#_Toc436397068)

[5.5 Plan d’aménagement 18](#_Toc436397069)

[5.6 Immobilisation 18](#_Toc436397070)

[5.7 Assurance 20](#_Toc436397071)

[5.8 Recherche et développement 20](#_Toc436397072)

[6. La main d’œuvre 21](#_Toc436397073)

[6.1 Évaluation des besoins 21](#_Toc436397074)

[6.2 Processus de recrutement 21](#_Toc436397075)

[6.3 Conditions de travail 21](#_Toc436397076)

[7. Les prévisions financières 22](#_Toc436397077)

[7.1 Coût et financement du projet 22](#_Toc436397078)

[7.2 Budgets de caisse prévisionnels 23](#_Toc436397079)

[7.3 États des résultats prévisionnels 26](#_Toc436397080)

[7.4 Bilan prévisionnels 27](#_Toc436397081)

[7.5 Analyse de ratios 28](#_Toc436397082)

[Annexe 1 : Convention entre détenteurs 29](#_Toc436397083)

[Annexe 2 : Curriculum vitae des promoteurs 30](#_Toc436397084)

[Annexe 3 : Questionnare pour l’étude de marché 31](#_Toc436397085)

[Annexe 4 : Liste d’inventaire de départ 32](#_Toc436397086)

[Annexe 5 : Croquis d’aménagement 33](#_Toc436397087)

[Annex6 : Autres éléments pertinents 34](#_Toc436397088)

# 1. Le projet

## 1.1 Identification de l’entreprise

|  |  |
| --- | --- |
| Nom de l’entreprise |  |
| Adresse |  |
| Municipalité |  |
| Code postal |  |
| Téléphone |  |
| Courriel |  |
| Site Internet |  |
| Nom du ou des promoteurs |  |
|  |
| Date prévue de démarrage |  |

## 1.2 Description du projet

### 1.2.1 Historique de l’entreprise ou du projet

Expliquez **brièvement** comment vous est venue votre idée de projet d’entreprise. Si l’entreprise existe déjà expliquez son histoire et quelle orientation vous désirez lui donner.

### 1.2.2 Description du projet

De façon concise, décrivez votre projet en le situant dans votre secteur d’activité. S’il y a une problématique particulière dans ce secteur, mentionnez la façon que votre entreprise agira positivement sur cette problématique. Présentez vos produits et vos services dans un ordre logique. Expliquez comment votre entreprise se distingue de ses concurrents

### 1.2.3 Collaborateurs au projet

Dans cette section, vous indiquez les personnes qui vous aident à réaliser votre plan d’affaires et les personnes-ressources qui peuvent vous aider lorsque vous serez en opération. Présentez votre réseau de contacts stratégiques

|  |  |
| --- | --- |
| Nom des collaborateurs | Type d’aide (technique, financière, etc.) |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

## 1.3 Mission de l’entreprise

Une mission d’entreprise doit comprendre les informations suivantes : les produits et services offerts, la clientèle cible, le territoire couvert et la manière d’offrir vos produits et services

## 1.4 Objectifs de l’entreprise

Les objectifs se définissent tout au long de la rédaction de votre plan d’affaires. Les objectifs doivent être spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et limités dans le temps. Certains objectifs peuvent ne pas être pertinents à votre projet.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Objectifs** | **1ère année** | **2e année** | **3e année** |
| **Chiffre d’affaires** |  |  |  |
| **Nombre de clients** |  |  |  |
| **Nombre d’unités produites** |  |  |  |
| **Nombre de points de vente** |  |  |  |
| **Nombre d’heures facturées** |  |  |  |
| **Volume de production** |  |  |  |
| **Taux d’occupation** |  |  |  |
| **Nombre d’employés** |  |  |  |
| **Développement de nouveaux produits** |  |  |  |
| **Bénéfice net** |  |  |  |

## 1.5 Forme juridique

### 1.5.1 Statut juridique

Entreprise à propriétaire unique

Société en nom collectif

Entreprise incorporée

Coopérative

Organisme sans but lucratif

Expliquez votre choix

### 1.5.2 Permis et licences

Identifiez les diverses lois et règlements auxquels vous avez à vous conformer.

## 1.6 Répartition de la propriété

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Noms des détenteurs | Formes de participation (argent ou transfert d’actif) | % |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

Spécifiez les principaux éléments de l’entente entre les détenteurs et joignez la convention en annexe au plan d’affaires

## 1.7 Calendrier des réalisations

Présentez l’échéancier des étapes de réalisation de votre entreprise entre la fin de votre plan d’affaire et le début de vos ventes

|  |  |
| --- | --- |
| Date | Étapes de réalisation |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

# 2. Les promoteurs

## 2.1 Identification

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Promoteur 1 | Promoteur 2 |
| Nom |  |  |
| Prénom |  |  |
| Adresse |  |  |
| Municipalité |  |  |
| Code postal |  |  |
| Courriel |  |  |

## 2.2 Réalisations pertinentes au projet

Démontrez comment votre formation, vos emplois et vos expériences personnelles sont susceptible de vous aider dans la réalisation de votre projet. S’il y a plusieurs promoteurs dans le projet, vous devez effectuer le même travail pour chacun d’eux. Par la suite, vous devez mettre en évidence la complémentarité entre les promoteurs. N’oubliez pas de joindre les curriculum vitae des promoteurs en annexe.

## 2.3 Compétences et expériences en gestion

Précisez vos expériences et vos compétences dans les domaines suivants

|  |  |
| --- | --- |
|  | Compétences |
| Administration / Gestion |  |
| Finance / Comptabilité |  |
| Marketing |  |
| Production |  |

## 2.4 Bilan personnel

En date du :

Double-cliquez sur le tableau pour ouvrir le fichier Excel et compléter le bilan personnel



Je certifie que tous les renseignements contenus dans ce bilan personnel sont exacts et complets.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
| Signature |  | Date |

## 2.5 Capacité d’investissement des promoteurs

Double-cliquez sur le tableau pour inscrire votre investissement personnel. L’investissement personnel est essentiel pour la réalisation de votre projet



## 2.6 Objectifs des promoteurs

Expliquez vos raisons personnelles et professionnelles qui vous motivent à vous lancez en affaires

## 2.8 Description des tâches et des responsabilités des promoteurs

Inscrivez les principales tâches de chacun des promoteurs et des membres de la direction

|  |  |
| --- | --- |
| Noms | Tâches |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

# 3. Le marché

## 3.1 Secteur d’activité et environnement

Cette partie du plan d’affaires sert à démontrer que vous connaissez le secteur d’activité dans lequel vous désirez vous lancer.

Voici quelques éléments pour vous aider à décrire le secteur d’activités

* Règlementation du secteur
* Barrière à l’entrée
* Existence de produits substituts
* Modification aux lois, règlements et normes
* Composition du secteur d’activité (taille, augmentation ou diminution du nombre d’entreprise, joueurs importants)
* Prévisions concernant l’avenir du secteur, les tendances du marché
* Les changements technologiques
* Évolution démographique
* Protection de l’environnement

**Synthèse de l’environnement de l’entreprise**

Inscrire vos principales observations dans le tableau suivant

|  |  |
| --- | --- |
| **Opportunités** | **Menaces** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

Pour apporter de la crédibilité à vos données, il est important de préciser vos sources de références

Sources :



## 3.2 Analyse du marché

## 3.2.1 Clientèle cible

Votre clientèle cible, c’est l’élément clé, celui sur lequel vont être orientés tous les efforts de votre entreprise. Vous devez présenter chaque segment de marché en regroupant les informations similaires tels que l’âge, le sexe, la profession, les revenus, etc. Votre entreprise peut également viser les autres entreprises. Dans ce cas-là on doit effectuer le même travail, c’est-à-dire en regroupant les entreprises en fonction d’éléments similaires comme le secteur d’activité, l’âge de l’entreprise, la région, etc.

Vous devez présenter leurs habitudes d’achats, leurs besoins et leurs attentes

Si vous avez fait un sondage, présentez les conclusions dans cette section et joignez votre questionnaire en annexe.

**Segment 1**

**Segment 2**

**Segment 3**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Segments | Type et nombre de clients | | Territoire géographique | Besoins à satisfaire | Habitudes d’achats | Caractéristiques |
| Segment 1 |  |  |  |  |  |  |
| Segment 2 |  |  |  |  |  |  |
| Segment 3 |  |  |  |  |  |  |

## 3.2.2 Territoire visé

Mentionnez le secteur géographique d’où proviendra la majorité de vos clients : village, ville, région administrative, province, pays,

Si votre clientèle est variée, vous pouvez la présenter en 3 zones, le marché primaire, le marché secondaire et le marché tertiaire.

## 3.3 Concurrence

Déterminer vos concurrents directs et indirects par ordre d’importance. Décrivez les forces et faiblesses de ces derniers en vous plaçant toujours du point de vue de vos clients. N’oubliez pas le marché « au noir »

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coordonnées complètes du concurrent** | **Principaux produits et services** | **Prix des produits et services** | **Part de marché** | **Forces** | **Faiblesses** |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

## 3.3.1 Avantages concurrentiels

Déterminez les forces de votre entreprise qui feront en sorte que vos clients choisiront votre entreprise au lieu d’un concurrent. Qu’est-ce qui vous distingue de vos concurrents ?

## 3.4 Marché potentiel

Pour évaluer le marché potentiel, vous devez savoir le nombre de client sur le territoire et la dépense moyenne annuelle.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Segments | Nombre sur le territoire | X | Dépense moyenne annuelle | = | Total du marché |
| Segment 1 |  | X |  | = |  |
| Segment 2 |  | X |  | = |  |
| Segment 3 |  | X |  | = |  |
| Grand total | | | | |  |

## 3.5 Estimation des vente ; part de marché

Afin d’obtenir votre part de marché, vous devez estimer vos ventes pour les 3 prochaines années. Attention de ne pas surestimer votre part de marché, vos calculs doivent tenir compte de votre capacité de production et des moyens financiers misent à votre disposition pour faire une mise en marché efficace. Pour évaluer votre part de marché, divisez vos ventes par le marché potentiel obtenu au point 3.4.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Produits et services |  | Année 1 |  | Année 2 |  | Année 3 |  | % de ventes |
| Produit/service 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Produit/service 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Produit/service 3 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Produit/service 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Total |  |  |  |  |  |  |  | 100% |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Part de marché |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ventes |  | % |  | % |  | % |  |  |
| Marché potentiel |  |  |  |  |  |  |  |  |

# 4. La commercialisation

## 4.1.1 Les produits / services

Identifiez les caractéristiques de vos produits/services qui permettent aux consommateurs de vous distinguer de la concurrence. Précisez les caractéristiques physiques et utilitaires. Expliquez leur fonctionnement et leurs avantages. Déterminez le niveau du produit ou du service offert (haut de gamme, bas de gamme, spécialité, série, etc.) Si vous offrez beaucoup de produits ou de services différents, vous pouvez les regrouper par catégorie. Il est également possible d’ajouter des images de vos produits. Vous devez également définir la qualité du service après-vente et la garantie offerte.

## 4.1.2 Le prix

Dans cette section, vous devez déterminer comment vous établissez votre prix de vente. Vous expliquez la politique de prix de votre entreprise (net 30 jours, 45 ou 90 jours, payable comptant, prix de gros, etc.). Établissez le rapport entre la qualité du produit et son prix (rapport qualité/prix)

## 4.1.3 La localisation

Expliquez les critères que vous avez utilisés afin de déterminer la localisation de votre entreprise. Est-ce que l’endroit déterminé respecte les normes gouvernementales ? Il est important de prendre le temps de comparer quelques emplacements avant de choisir l’endroit définitif.

## 4.1.4 La distribution

Si vous fabriquez un produit, comment allez-vous le distribuer sur votre territoire (agents manufacturiers, boutiques spécialisées, grands magasins, etc.) Avez-vous déjà pris contact avec des distributeurs ? Si oui, quelles sont leurs conditions ?

## 4.2 La publicité et les promotions

## 4.2.1 Choix des moyens

Déterminez comment vous rejoigniez vos clients ?

**La publicité :** message publicitaire qui informe vos clients sur le produit/service offert (ex. slogan, annonce dans le journal, affiche, etc.)

**Les activités de promotion :** ce sont les moyens utilisés pour faire connaître votre entreprise (ex. affiliation à un réseau d’affaire, dégustation, participation à des salons, etc.)

**Les outils de promotion :** matériel disponible pour vos futurs clients (ex. carte d’affaires, site Internet, dépliants, etc.)

## 4.2.2 Budget et échéances

Double-cliquez sur les tableaux pour inscrire vos données







# 5. Les operations

## 5.1 Processus d’opération

Dans cette section, vous devez expliquer chacune des étapes de production de vos produits ou de vos services. Vous devez préciser les besoins en ressources humaines et matérielles pour chaque étape. Vous devez réfléchir si vous produirez à la pièce ou en série? Quelles sont les composantes du produit ? Quelles technologies sont utilisées? Déterminez vos principaux coûts de production.

## 5.2 Capacité de production, de vente et de service

Calculez votre capacité maximale de production et estimez le nombre d’unité que vous êtes en mesure de produire ou le nombre d’heure facturables pour les trois premières années d’exploitation. Il ne faut pas oublier de tenir compte des contraintes humaine, financière et technologique dans votre calcul.

## 5.3 Approche qualité

Ici, vous expliquez comment vous allez vous assurer de la satisfaction de votre clientèle. Est-ce que votre entreprise obtiendra des certifications comme les normes ISO ?

## 5.4 Approvisionnement

Nommez les principaux fournisseurs pour l’achat de matière première ou de votre inventaire. Inscrivez leur politique de prix et de livraison ? Si l’inventaire à l’ouverture est important, faites une liste et placez-la en annexe.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Fournisseur 1** | **Fournisseur 2** | **Fournisseur 3** |
| Nom |  |  |  |
| Adresse |  |  |  |
| Conditions de paiement |  |  |  |
| Délais de livraison |  |  |  |
| Mode de transport |  |  |  |
| Coûts de transport |  |  |  |
| Seuil de commande minimale |  |  |  |
| Politique de crédit |  |  |  |

## 5.5 Plan d’aménagement

Comment allez-vous aménager votre place d’affaires ? Les frais reliés à l’aménagement doivent être le plus précis possible, car ces dépenses font parties du coût de démarrage. Il est donc recommandé d’obtenir des soumissions concernant les travaux à effectuer et de faire une liste des éléments de décoration à acheter. Dans cette section, vous devez présenter de l’information sur la bâtisse et ses frais afférents comme l’électricité, les taxes, le chauffage, etc. Vous pouvez faire un croquis d’aménagement et le mettre en annexe. Double-cliquez sur le tableau pour le compléter.



## 5.6 Immobilisation

À l’aide du tableau suivant présentez vos besoins en immobilisation. Distinguez les immobilisations que vous avez de ceux que vous devez acquérir. Les immobilisations en main servent de mise de fonds à titre de « transfert d’actif ».



## 5.7 Assurance

Planifiez vos besoins en assurance.

## 5.8 Recherche et développement

Est-ce que la recherche et le développement est important pour votre entreprise ? Qui est responsable de ce volet ? Quelle part du budget est consacrée à la R&D ?

# 6. La main d’œuvre

## 6.1 Évaluation des besoins

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Poste 1 | Poste 2 | Poste 3 | Poste 4 | Poste 5 |
| Qualifications requises |  |  |  |  |  |
| Tâches |  |  |  |  |  |
| Nombre d’emplois |  |  |  |  |  |
| Taux horaire |  |  |  |  |  |
| Horaire de travail |  |  |  |  |  |
| Salaire brut / période |  |  |  |  |  |
| Avantages sociaux | Qc. | Qc. | Qc. | Qc. | Qc. |
| Féd. | Féd. | Féd. | Féd. | Féd. |
| Vac. | Vac. | Vac. | Vac. | Vac. |
| Tot. | Tot. | Tot. | Tot. | Tot. |

## 6.2 Processus de recrutement

Quel est votre processus de recrutement ? Comment allez-vous attirer des candidats talentueux ?

## 6.3 Conditions de travail

Quelles mesures prévoyez-vous mettre en place pour motiver vos employés et valoriser leur contribution ? Quelle qualité de vie offrirez-vous à vos employés ?

|  |  |
| --- | --- |
| Politique de rémunération |  |
| Conditions de travail |  |
| Évaluation de rendement |  |
| Autres |  |

# 7. Les prévisions financières

## 7.1 Coût et financement du projet

Double-cliquez sur le tableau pour le compléter.



## 7.2 Budgets de caisse prévisionnels

Double-cliquez sur le tableau pour le compléter.







## 7.3 États des résultats prévisionnels

Double-cliquez sur le tableau pour le compléter.



## 7.4 Bilan prévisionnels

Double-cliquez sur le tableau pour le compléter.



## 7.5 Analyse de ratios

Double-cliquez sur le tableau pour le compléter.



# Annexe 1 : Convention entre détenteurs

# Annexe 2 : Curriculum vitae des promoteurs

# Annexe 3 : Questionnare pour l’étude de marché

# Annexe 4 : Liste d’inventaire de départ

# Annexe 5 : Croquis d’aménagement

# Annex6 : Autres éléments pertinents