

ENSEIGNEMENT RÉGULIER

NUMÉRO DE PROGRAMME 410.BO

FORMATION CONTINUE

NUMÉRO DE PROGRAMME

## PLAN DE COURS

Cours : Plan d'affaires 410-433-JR

*Titre* *Numéro*

Session : Hiver 2010 Pondération : 1-2-2

*Pondération :* *PR-410-173-JR*

*Préalable (s) :* CA ou PA 410-374-JR

Professeur utilisant ce plan de cours:

Stéphane Evanko 514-886-3954 sevanko@videotron.ca À déterminer.

Site internet : [stelogistique.com](http://stelogistique.com)

Nom *Téléphone* *Courriel* *Bureau*

**Ce plan de cours contient les informations suivantes :**

1. Présentation du cours
2. Identification de la cible du cours
3. Description de l'évaluation synthèse du cours et des critères d'évaluation
4. Démarche d'enseignement et d'apprentissage
5. Plan de l'évaluation sommative
6. Médiagraphie
7. Calendrier du cours
8. Politiques et procédures départementales

Le département recommande l'approbation de ce plan de cours : Techniques administratives

*Nom du département*

\_\_\_\_\_  
*Signature du responsable de la coordination départementale* *date*

Le Service de formation continue recommande l'approbation de ce plan de cours, s'il y a lieu

\_\_\_\_\_  
*Formation continue* *date*

La Direction des études approuve ce plan de cours et en autorise l'impression

\_\_\_\_\_  
*Direction des études* *date*

## 1. Présentation du cours

Ce cours vise à développer la compétence : *effectuer des activités liées au démarrage d'une entreprise.*

## 2. Identification de la cible du cours

À la fin de ce cours, l'élève sera en mesure de planifier un projet d'entreprise et de rédiger un plan d'affaires.

Les compétences spécifiques à développer sont les suivantes :

- Développer l'idée ou le projet d'affaires.
- Effectuer les études préliminaires.
- Développer le plan d'affaires.
- Déterminer les modalités de démarrage.
- Présenter le plan d'affaires aux bailleurs de fonds.

## 3. Description de l'évaluation synthèse du cours et des critères d'évaluation

### Contexte de réalisation :

**Développer et présenter un plan d'affaires pour un projet fictif, mais réaliste dans un domaine que vous choisirez :**

- À partir de données économiques, financières et commerciales.
- À l'aide d'un système informatisé et de logiciels appropriés.
- En recourant à des organismes spécialisés.

Cette évaluation compte pour 50 % de la note finale

- **Critères d'évaluation :**

| Éléments de la compétence                              | Critères d'évaluation  |
|--|--|
| 1. Développer le projet d'affaires                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vision claire du projet d'affaires</li> <li>• Détermination des moyens de réalisation envisagés en vue de réaliser le projet d'affaires</li> <li>• Vérification objective du réalisme du projet d'affaires auprès de personnes compétentes</li> </ul>   |
| 2. Effectuer les études préliminaires                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Collecte efficace des données nécessaires à l'évaluation de la faisabilité du projet</li> <li>• Prévision réaliste de la demande</li> <li>• Vérification minutieuse des exigences légales des différents paliers de gouvernement</li> <li>• Estimation préliminaire du seuil de rentabilité basé sur des données fiables.</li> <li>• Prise décision judicieuse quant à la pertinence de développer le plan d'affaires</li> </ul>  |
| 3. Développer le plan d'affaires                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Collecte méthodique et minutieuse des données pertinentes</li> <li>• Utilisation optimale des logiciels appropriés</li> <li>• Production de plans stratégiques cohérents</li> <li>• Fiabilité des données du plan d'affaires</li> <li>• Élaboration d'états financiers prévisionnels précis et exacts</li> <li>• Ajustement régulier du projet en fonction des données recueillies et des imprévus</li> <li>• Démonstration de flexibilité</li> <li>• Mise en forme du plan d'affaires conformément aux règles de rédaction et de présentation</li> </ul> |
| 4. Déterminer les modalités de démarrage               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Choix judicieux d'un mode de démarrage</li> <li>• Choix pertinent des partenaires d'affaires et des bailleurs de fonds</li> <li>• Choix approprié de la forme juridique de l'entreprise</li> </ul>  |
| 5. Présenter le plan d'affaires aux bailleurs de fonds | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Préparation correcte de la présentation</li> <li>• Anticipation juste des questions et des objections possibles</li> <li>• Utilisation d'arguments convaincants pour défendre le projet</li> <li>• Application efficace des règles de communication</li> </ul>  |

#### 4. Démarche d'enseignement et d'apprentissage

| Sujets  | Éléments de contenu   |
|---|---|
| <p>Développer l'idée ou le projet d'affaires.</p> | <p><b>Définition claire du projet d'affaires :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Description du produit/service.</li> <li>• Identification du besoin à combler sur le marché.</li> <li>• Identification de la clientèle cible.</li> <li>• Identification du secteur géographique à couvrir.</li> </ul> <p><b>Évaluation du réalisme du projet :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Évaluation de la compétence du promoteur. (Aptitudes entrepreneuriales, connaissances et expériences en gestion, connaissances et expériences dans le secteur d'activité).</li> <li>• Évaluation de la disponibilité des ressources disponibles (humaines, matérielles et financières).</li> <li>• Validation préliminaire du projet auprès de personnes compétentes.</li> </ul>  |
| <p>Effectuer des études préliminaires.</p>        | <p><b>Collecte d'informations nécessaires à l'étude de faisabilité :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherche des informations sur : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Le marché.</li> <li>○ Les coûts d'opérations.</li> <li>○ Les ressources matérielles.</li> <li>○ Les ressources humaines.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Estimation réaliste de la demande et du chiffre d'affaires potentiel :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Paramètres servant à calculer la demande.</li> <li>• Calcul de la demande.</li> <li>• Analyse de la concurrence.</li> <li>• Taux de pénétration.</li> </ul> <p><b>Exigences légales des divers paliers de gouvernement et organismes réglementaires :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Permis à obtenir.</li> <li>• Règlements municipaux et autres à respecter (ex : zonage).</li> <li>• Lois et règlements qui régissent le secteur d'activité.</li> <li>• Organismes gouvernementaux auxquels il faut s'inscrire.</li> </ul> <p><b>Seuil de rentabilité</b></p> <p><b>Localisation commerciale :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Critères de choix et justifier le choix.</li> </ul> <p><b>Conclusion sur la faisabilité et la pertinence à rédiger un plan d'affaires.</b></p> |

|  |   |
|--|---|
| Développer le plan d'affaires.                       | <p>Rédaction conforme aux règles de rédaction et de présentation d'un plan d'affaires clair, concis, précis et cohérent.</p> <p><b>Élaboration des états financiers prévisionnels réalistes :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hypothèses sous-jacentes.</li> <li>• Budgets de caisse, états des résultats et bilans prévisionnels.</li> </ul>  |
| Déterminer les modalités de démarrage.               | <p><b>Échéancier réaliste :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Date d'ouverture.</li> <li>• Délais nécessaires à l'acquisition des immobilisations, à la formation de la main-d'œuvre et à l'obtention du financement.</li> </ul> <p><b>Choix des partenaires et des bailleurs de fonds.</b></p> <p><b>Choix de la forme juridique.</b></p>   |
| Présenter le plan d'affaires aux bailleurs de fonds. | <p><b>Préparation adéquate de la rencontre avec les bailleurs de fonds :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Documents essentiels.</li> <li>• Courte présentation orale du projet.</li> <li>• Anticipation des questions et objections possibles.</li> </ul> <p><b>Présentation du projet à des bailleurs de fonds :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Code vestimentaire.</li> <li>• Langage clair et concis.</li> <li>• Politesse.</li> <li>• Argumentaire convaincant.</li> <li>• Franchise totale.</li> </ul> |

## 5. Plan d'évaluation sommative

| Éléments d'évaluation  | Pondération  |
|--|--------------|
| Les différentes sections du plan d'affaires seront évaluées tout au long de la session selon l'échéancier prévu au calendrier du cours | 50 %         |
| Activité Synthèse - Plan d'affaires final (document écrit)   | 30 %         |
| Activité Synthèse - Entrevue avec les bailleurs de fonds (présentation en classe)  | 20 %         |
| <b>Total</b>   | <b>100 %</b> |

## 6. Médiagraphie

### Document obligatoire :

BELLEY André, DUSSAULT Louis, et LAFERTÉ Sylvie, ***Comment rédiger mon plan d'affaires***, Les Éditions Transcontinental, 2008, 335 pages.

### Documentations complémentaires :

Perrault, Yvon G., Un ***plan d'affaires stratégique vers les succès***, Éditions Gaëtan Morin, Chenelière Éducation, 1994, 173 pages.

## 7. Calendrier du cours

| Semaine                   | Sujets   | Évaluations |
|---------------------------|--|-------------|
| <b>Semaine 1 à 4</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Présentation du cours</li> <li>La cueillette des informations (section 1)</li> <li>La description de votre projet (section 2)</li> <li>Formation de l'équipe entrepreneuriale (formation des équipes) (Section 3)</li> <li>L'analyse du marché (Section 4)</li> </ul> | 5           |
| <b>Semaine de 4 à 6</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>L'analyse de l'environnement (PESTE) et l'approche systémique de votre organisation. (Section A) incluant le volet écologique (section 8)</li> </ul>  | 5           |
| <b>Semaine de 6 à 8</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>La localisation de votre entreprise (Section 5)</li> <li>Le marketing (Section 6)</li> </ul>  | 10          |
| <b>Semaine de 8 à 10</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>La gestion des opérations (manufacturières ou des services) (Section 7)</li> </ul>  | 10          |
| <b>Semaine de 10 à 12</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Les ressources humaines (Section 9)</li> </ul>  | 10          |
| <b>Semaine de 12-14</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Le développement de l'entreprise (section 10), l'échéancier et la gestion des risques (section 11) et les dernières étapes de préparations du plan d'affaires.</li> </ul>   | 5           |
| <b>Semaine de 14 à 15</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Les ressources financières (Section 12)</li> </ul>  | 5           |
| <b>Semaine 16</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Montage du plan d'affaires final</li> </ul>   | 30%         |
| <b>Semaine 16</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Entrevues avec les bailleurs de fonds</li> </ul>  | 20%         |

## 8. Politiques et procédures départementales

Vous trouverez la Politique départementale d'évaluation des apprentissages (PDEA) et la procédure de gestion de classe dans le guide d'accueil du département.



# Plan d'affaires. (1) Introduction



Présenté par Stéphane Evanko

# Introduction

---

- ▶ Plan de cours
- ▶ Qui est Stéphane Evanko
  - ▶ Études
  - ▶ Expérience de travail
  - ▶ Expérience en plan d'affaires
  - ▶ STE Logistique et la marque de commerce EVANKO fishing.
    - ▶ Pas de compte à rendre...
  - ▶ Site internet à consulter [stelogistique.com](http://stelogistique.com)
  - ▶ Remise des cartes professionnelles
- ▶ TP I, je veux vous connaître!

# Introduction

---

- ▶ Pourquoi un plan d'affaires???
- ▶ **On n'est jamais perdu si l'on n'a aucune idée de sa destination.**
- ▶ C'est un beau principe qui ne mène nulle part. Ces entrepreneurs à l'ego surdimensionné, sont les mêmes qui se sentent insultés lorsqu'on leur pose des questions, et qui sont allergiques à la production de documents, qui les retardent dans leur démarche pour devenir millionnaires grâce à leur génial projet. Ce sont eux aussi qui prônent un guichet unique pour les entrepreneurs et de préférence un guichet automatique.

# Introduction

---

- ▶ Voici plusieurs notions que j'aborde toujours avec les étudiants.
  1. Il y a toujours la recherche d'un profit. Les entreprises sont en affaires pour faire des profits. La notion de profit est primordiale.
  2. La loi de Pareto : 80-20, 20-80. Lorsqu'on monte un projet, vous pouvez vous attarder principalement sur le 80 % de votre projet qui va prendre 20 % du temps. Dès lors, vous aurez une excellente base.
  3. La notion de passion : lorsqu'on travaille dans un domaine qui nous passionne, les efforts sont inexistants et normalement l'argent viendra.
  4. L'éducation est une priorité : pensez-vous sérieusement qu'un huissier peut vous saisir votre diplôme? L'éducation c'est sérieux, faites vos études. Vous en retirerez une satisfaction TOUTE VOTRE VIE!

# Introduction

---

- ▶ Règle générale, les plans d'affaires sont simples à monter.
- ▶ Les plans d'affaires bien exécutés mènent le plus souvent à des projets réussis.
- ▶ Qu'est-ce qui arrive si votre plan d'affaires est mal fait? Vous n'aurez pas de financement!
- ▶ Si vous avez déjà de l'argent, PERSONNE NE VA VOUS DÉFIER, vous avez le feu vert. Si cela ne marche pas, que va-t-il arriver? Vous risquez de perdre votre mise de fonds.
- ▶ Si vous tenez vraiment à un projet, c'est le temps de voir s'il est faisable. Vous testerez votre fibre d'entrepreneuriat dans ce cours.
- ▶ Être en affaires ce n'est pas pour tout le monde. C'est par contre le seul moyen d'amasser une fortune importante en vous appropriant les effets de levier d'une entreprise qui vous appartiendra dans le futur.

# Introduction

---

- ▶ Le livre que nous allons utiliser est le suivant :



# Introduction

---

- ▶ Le livre est obligatoire et essentiel à la réalisation de votre plan d'affaires.

# Comment allons-nous procéder

---

- ▶ Je vais faire un exposé à tous les cours, suite à cela vous aller bâtir votre plan d'affaires en classe.
- ▶ Vous devrez également consacrer du temps pour ce travail en équipe en dehors de ce cours, c'est inévitable.
- ▶ Vous avez pas d'examen ou autres rapports à produire.
- ▶ Vous devez remettre des documents tout au long de la session au sujet de votre plan d'affaires.
- ▶ Je vous souhaite la bienvenue dans ce cours.
- ▶ Et **BON SUCCÈS...**

# Fin de l'introduction

---



**TP1**

**Bonjour, qui êtes-vous?**

**Question 1: Votre nom**

|  |
|--|
|  |
|--|

**Question 2 : Votre cheminement scolaire. (Secondaire et que voulez vous faire après votre DEC?)**

|  |
|--|
|  |
|  |

**Question 3 : Les langues que vous connaissez**

|  |
|--|
|  |
|--|

**Question 4 : Vos expériences en général sur le marché du travail**

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |

**Question 5 : Qu'attendez-vous de ce cours?**

|  |
|--|
|  |
|  |

**Question 6 : Avez-vous un projet en tête?**

|  |
|--|
|  |
|  |

**Une plénière suivra cet exercice**

**UN SEUL BUT : DÉCOUVRIR LA RICHESSE DE LA CLASSE.**

**Bon Succès**

## Les bases d'un plan d'affaires(2)

Présenté par Stéphane Evanko

# Les bases d'un plan d'affaires

---

- ▶ N'oubliez pas que votre plan d'affaires résulte de l'efficacité de votre recherche, de l'analyse que vous ferez de l'information recueillie et des décisions que vous prenez.
- ▶ Il est parfaitement normal que, lors de votre première esquisse de plan d'affaires, des détails vous échappent. **C'EST NORMAL**, vous êtes en apprentissage. L'élaboration d'un plan d'affaires est souvent le résultat de suite d'erreurs. Vous n'avez pas appris à marcher en une seule journée, comme vous ne pouvez apprendre le mandarin en une semaine. L'efficacité et l'efficacité viennent avec la **PRATIQUE**.

# Les bases d'un plan d'affaires

---

- ▶ Le livre de base de cours a pour but de vous aider à préparer un plan d'affaires complet. Il permet la planification de votre projet d'affaire dans sa globalité afin de réduire au maximum les risques.
- ▶ La préparation d'un plan d'affaires doit permettre :
  - ▶ De voir le développement de l'entreprise au cours des trois à cinq premières années de son existence.
  - ▶ De savoir si l'investissement en vaut le coût (temps et argent).
  - ▶ De prévoir les erreurs et omissions possibles dans le démarrage de l'entreprise.
  - ▶ D'économiser de l'argent, en évitant des pièges importants.
  - ▶ De solliciter de l'aide financière.

# Les bases d'un plan d'affaires

---

- ▶ À la base comment doit être votre état d'esprit dans la réalisation d'un plan d'affaires?
  - ▶ Je sais que vous faites un cours et que l'intérêt n'est peut-être pas là, mais prenez ce temps qui manque cruellement afin de faire le point sur l'élément le plus important d'un entrepreneur : LA PASSION.
  - ▶ Vous devez aimer votre projet comme un premier amour. Le voir se concrétiser, se développer, s'épanouir, s'améliorer et le tout avec passion.
  - ▶ Votre désir doit être extrêmement fort, sans cela, vous abandonnerez le projet au moindre petit problème.
  - ▶ Vous devez aller à l'intérieur de vous afin de trouver l'essence de votre passion qui fera grandir votre organisation.

# Les bases d'un plan d'affaires

---

- ▶ Vous devez avoir les attitudes suivantes :
  - ▶ Être visionnaire avec votre passion.
  - ▶ Être continuellement positif
  - ▶ Être spécialiste dans ce qu'on veut faire, votre passion rend cette étape facile.
  - ▶ Être opportuniste. Votre passion peut amener d'autres opportunités.
  - ▶ Être persévérant, la nature récompense toujours cette attitude.
  - ▶ Vous devez croire que tout est possible
  - ▶ Vous devez connaître votre destination sans mettre dans le béton le chemin à parcourir. Ce sont des obstacles INUTILES.
  - ▶ Il faut avoir le goût du risque et vous devez être prêt à l'accepter.
  - ▶ Il faut toujours travailler nos contacts et les stimuler.
  - ▶ Il faut développer son expertise de chercheur d'idée.
  - ▶ Ne pas avoir peur du changement (très important).

# Les bases d'un plan d'affaires

---

- ▶ Voici comment est le travailleur moyen au Québec (80 % de la population).
  - ▶ Suis la vague.
  - ▶ Vis de paye en paye.
  - ▶ Souvent enragé pour aller au travail (dans la joie de la congestion routière)
  - ▶ Souvent enragé durant la journée de travail (vite que la fin de semaine arrive)
  - ▶ Souvent enragé au retour du travail (dans la joie de la congestion routière, en plus de la neige)
  - ▶ Dans l'espérance de la retraite dorée!
  - ▶ Je vous demande, comment va être votre état d'esprit à la retraite?

# Les bases d'un plan d'affaires

---

- ▶ **Votre plan d'affaires stimulé par votre passion sera tout autrement :**
  - ▶ Les heures que vous allez y mettre seront productives et efficaces.
  - ▶ Vous ferez le travail dans le bonheur et sans compter le temps.
  - ▶ Vous aurez continuellement un excellent stress, qui est en soi un moteur essentiel.
  - ▶ Vous aurez un esprit fonceur, sans aucun souci.
  - ▶ Vous serez prêt à travailler à toute heure du jour, de plus vous ne considérez même pas cela travailler.
  - ▶ Bref, tout est possible quand on gagne sa vie en faisant ce que l'on aime!
  - ▶ Bref, cela sera excitant et stimulant.

# Les bases d'un plan d'affaires

---

- ▶ **Dans le coin gauche du ring**
  - ▶ JOE TANNÉ, n'aime pas son emploi, est frustré, n'aime pas son boss, a toujours hâte aux fins de semaine, ne sait pas se détendre, ne vis que pour deux semaines par année, n'est plus capable, il a une attitude enragée et déprimante.
- ▶ **Dans le coin droit**
  - ▶ JOE LEPASSIONNÉ, aime son travail, est stimulé par sa passion, tous les jours amène des opportunités, est efficace, il fait ce qu'il aime, est passionné par son travail et ses projets, a l'impression d'être en vacances tous les jours, a un excellent stress.
- ▶ **Qui sera le vainqueur?**

## Les bases d'un plan d'affaires

---

- ▶ Avec ce genre d'état d'esprit, croyez-vous sincèrement que vous mettez toutes les chances de votre côté?
  - ▶ Croyez-vous qu'il est possible d'atteindre votre objectif?
  - ▶ Vous ne devez pas fuir votre vie, vous devez la vivre.
  - ▶ Si vous faites votre plan d'affaires de cette façon, vous rendrez cette formation explosive à vos yeux! (Sans dynamite!)
-

Vous allez faire le TP suivant :

---

- ▶ Seul, en équipe de deux ou trois vous allez faire le TP2.
- ▶ La résultante de ce TP vous amènera à choisir votre projet.
- ▶ Soyez à l'écoute de votre passion!
- ▶ N'oubliez pas, votre passion peut évoluer au courant de votre vie! C'est cela le plaisir d'être humain!

## MAINTENANT

---

- ▶ **TROUVER UNE IDÉE  
POUR VOTRE PLAN  
D’AFFAIRES.**
- ▶ **VOTRE PROJET EST :**
- ▶ **TP 3**

## Pour le prochain cours, vous devez :

---

1. Avoir formé votre équipe.
  2. Avoir trouvé votre projet.
  3. Avoir acheté le livre.
  4. Vous aurez lu le livre jusqu'à la page 29.
  5. Toutes les activités ci-haut mentionnées sont obligatoires!
- ▶ Votre cerveau a besoin de délai afin d'être efficace. Cela fait partie de la nature humaine. Sans délai, peu de résultats!

# MESSAGE IMPORTANT

---

- ▶ Ce cours est jumelé avec celui de STATISTIQUES POUR LA GESTION 201-235-JR.
  - ▶ En effet, vous aurez une partie de vos notes en statistiques reliée avec ce cours.
  - ▶ L'utilisation des statistiques est importante afin d'élaborer un bon plan d'affaires, surtout au niveau de l'étude de marché.
- ▶ AUSSI, M. ALAIN AUBUCHON (présent dans le courriel du collègue).
  - ▶ Il veut qu'une équipe (ce n'est pas obligatoire) participe à un plan d'affaires pour l'élaboration d'un dépanneur pour les résidences du collègue!
  - ▶ Si une équipe est intéressée, il faut m'aviser et communiquer avec M. Aubuchon.



**TP2**

**Votre passion : Source principale de motivation**

**Question 1: Qu'aimez-vous le plus faire?**

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |

**Question 2 : Lorsque vous êtes dans un état d'esprit positif, que faites-vous? Il faut faire attention aux éléments qui nous font du bien sans autant être une passion. Le magasinage est un exemple, quoi que...**

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |

**Question 3 : Votre véritable passion c'est quoi?  
Qu'est-ce qui vous fait vibrer à l'intérieur de vous?**

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |

**Question 4 : Êtes-vous en mesure de penser à une idée afin de commercialiser votre passion en un projet d'affaires? (Un service, un commerce, une entreprise, etc.)**

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |

**Question 5 : Avez-vous d'autres idées?**

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |

**Question 6 : Avez-vous d'autres opportunités en tête?**

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |

**Un seul but : stimuler votre passion!**

**Bon Succès**



**TP3**

**Votre idée pour votre plan d'affaires!**

Instructions :

Vous devez faire ce travail en équipe de 2 ou 3 étudiants afin d'arriver à un résultat intéressant.

Votre plan d'affaires finale doit comprendre un maximum de 50 pages incluant tous les documents.

Ce n'est pas tout le monde qui est en mesure de mettre le doigt sur un projet stimulant, la formation d'équipe est donc essentielle.

Vous devez maintenant décrire votre idée de projet qui vous guidera tout au long de cette session.

LE PRODUIT OU LE SERVICE DE VOTRE ENTREPRISE EST :

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |

*Plan d'affaires*

LES MEMBRES DE VOTRE ÉQUIPE SONT :

1.

2.

3.

Êtes-vous prêt?

**Bon Succès**

# Première partie La cueillette d'information (3)

Présenté par Stéphane Evanko

# Quoi chercher pour préparer la rédaction?

---

- ▶ La base de ce cours est la recherche d'informations.
- ▶ Pour votre plan d'affaires, vous aurez besoin de recueillir, de valider et d'analyser une quantité importante de renseignements de toutes sortes.
- ▶ Ces renseignements traiteront entre autres :
  - ▶ Du besoin ou de la demande pour votre produit ou votre service.
  - ▶ De la disponibilité et du coût de l'équipement ou des biens dont vous aurez besoin pour exploiter votre entreprise.
  - ▶ Des besoins en main-d'œuvre.
  - ▶ Des frais d'exploitation de votre entreprise.
  - ▶ Des lois et règlements régissant les affaires en général, et votre entreprise en particulier, et bien d'autres choses encore.

# Quoi chercher pour préparer la rédaction?

---

- ▶ **Tout cela vous permettra de prendre conscience de:**
  - ▶ L'étude de marché (qui seront mes clients? Quel sera mon chiffre d'affaires? Qui seront mes concurrents?)
  - ▶ L'étude de faisabilité technique (les ressources nécessaires à la réalisation de mon projet me sont-elles accessibles? À quel coût?)
  - ▶ L'étude de rentabilité du projet (vais-je réaliser des profits suffisants?)
- ▶ Une fois ces trois études achevées, la rédaction du plan d'affaires devient l'affaire de quelques jours.

# 1.1 Les sources d'informations

---

- ▶ Il y a deux types de sources d'informations
  - ▶ Les données secondaires
  - ▶ Les données primaires (celle que vous recueillerez directement auprès des personnes concernées par votre projet).

## 1.1.1 Les données secondaires

---

- ▶ **Les statistiques, les écrits divers et les banques de données**
    - ▶ Répertoire des ensembles de données statistiques.
    - ▶ Catalogues des publications de Statistique Canada
    - ▶ Catalogue des publications des Publications du Québec
    - ▶ Les données de Douanes Canada sur les importations et exportations.
    - ▶ Centre local de développement (CLD): [www.acldq.qc.ca](http://www.acldq.qc.ca)
    - ▶ Centre local de développement Rivière du Nord: [www.cld-rdn.qc.ca](http://www.cld-rdn.qc.ca)
    - ▶ Centre local d'emploi St-Jérôme (CLE): [www.mess.gouv.qc.ca](http://www.mess.gouv.qc.ca)
    - ▶ Fondation de l'entrepreneurship: [www.entrepreneurship.qc.ca](http://www.entrepreneurship.qc.ca)
    - ▶ Le centre d'entrepreneurship HEC: [www.hec.ca/entrepreneurship](http://www.hec.ca/entrepreneurship)
    - ▶ Info entrepreneurs: [www.infoentrepreneurs.org](http://www.infoentrepreneurs.org)
    - ▶ Association des clubs d'entrepreneurs étudiants du Québec(ACEE): [www.acee.qc.ca](http://www.acee.qc.ca)
    - ▶ La Banque de développement du Canada (BDC): [www.bdc.ca](http://www.bdc.ca)
-

## 1.1.1 Les données secondaires

---

- ▶ Vous avez également des revues et des journaux, tels que
  - ▶ Le journal Les Affaires
  - ▶ Commerce
  - ▶ Affaires Plus
- ▶ Vous avez également les sites internet :
  - ▶ Banque de développement du Canada
  - ▶ Le portail entreprise du gouvernement du Québec
  - ▶ Le portail entreprise du gouvernement du Canada
  - ▶ Le site du CRIQ ([www.criq.qc.ca](http://www.criq.qc.ca))
  - ▶ La Bibliothèque et Archives nationales du Québec.
- ▶ Vous avez le droit de consulter votre livre également.

## 1.1.2 Les données primaires

---

- ▶ Les données primaires proviennent de contacts avec des personnes : votre clientèle cible et les membres de votre réseau d'affaires personnel.
- ▶ Ce sont les données que vous allez directement obtenir des gens.
  - ▶ Outils
    - ▶ Sondage écrit
    - ▶ Sondage sur place
    - ▶ Sondage téléphonique
    - ▶ Sondage par la poste
    - ▶ Statistiques compilées par vous
    - ▶ Rencontre avec des fournisseurs ou clients potentiels.

## 1.2 L'étude de marché. (ÉTAPE 1)

---

- ▶ L'étude de marché a pour objectif premier de déterminer quelle est la demande pour votre produit ou votre service.
  - ▶ Elle sert également à connaître :
    - ▶ Qui sont les concurrents?
    - ▶ Évaluer les possibilités d'avoir de nouveaux concurrents.
    - ▶ D'accumuler l'information nécessaire à l'élaboration de la stratégie d'implantation dans le marché.
    - ▶ Le but ultime : connaître le plus exactement possible le montant de votre chiffre d'affaires.
    - ▶ Préparer votre stratégie de marketing-mix.
  - ▶ Tout votre projet dépend des résultats de votre étude de marché.

## 1.3 L'étude de faisabilité (ÉTAPE 2)

---

- ▶ **Une fois votre étude de marché achevée :**
  - ▶ Vous connaîtrez les besoins de votre clientèle potentielle.
- ▶ **Maintenant, vous devez :**
  - ▶ Déterminer les ressources nécessaires.
  - ▶ Vérifier leurs disponibilités.
  - ▶ Connaître leurs coûts.
  - ▶ Connaître les conditions (lois et règlements).
- ▶ **L'étude de faisabilité a trois phases :**
  1. Vous devez créer un prototype.
  2. Évaluer vos besoins en ressources
  3. Identifier les lois et règlements s'appliquant à votre secteur d'activité.

## 1.3 L'étude de faisabilité (ÉTAPE 2)

---

### ▶ **ÉTAPE 1 DE L'ÉTUDE DE FAISABILITÉ : La création d'un prototype**

- ▶ Est-ce que votre produit est réalisable?
- ▶ Est-ce que votre service est viable?
- ▶ Vous avez besoin de quelles ressources pour faire votre produit ou service?
  - ▶ Main d'œuvre
  - ▶ Machine
  - ▶ Matières premières
  - ▶ Fournitures nécessaires
- ▶ Quel sera le prix de revient? (Essentiel afin de déterminer un prix).

## 1.3 L'étude de faisabilité (ÉTAPE 2)

---

### ▶ AU NIVEAU MANUFACTURIER :

#### ▶ Vous devez vous renseigner sur :

- ▶ La nature et la quantité de fournitures nécessaires par unité de production.
- ▶ La nature, la quantité et la capacité de production de l'équipement et de l'outillage requises pour fabriquer le produit et pour répondre à la demande de la clientèle.
- ▶ Le temps requis pour produire un nombre  $X$  d'unités afin de déterminer le coût de main-d'œuvre par unité produite.

## 1.3 L'étude de faisabilité (ÉTAPE 2)

---

### ▶ AU NIVEAU D'UN SERVICE

#### ▶ Vous devez :

- ▶ Simuler votre prestation de service
- ▶ Le temps requis pour rendre ce service
- ▶ La nature, la quantité et la capacité de production de l'équipement ou de l'outillage nécessaire
- ▶ Le nombre d'employés et les compétences de main-d'œuvre pour rendre le service.

## 1.3 L'étude de faisabilité (ÉTAPE 2)

---

### ▶ **ÉTAPE 2 DE L'ÉTUDE DE FAISABILITÉ :La disponibilité et les coûts des ressources.**

#### ▶ A) Les ressources matérielles

- ▶ Les MP, les pièces nécessaires, les biens à revendre (commerce de détail).
- ▶ Trouver les fournisseurs de produits et d'équipements.
- ▶ Importation de produit ou d'autres fournisseurs.

#### ▶ B) Les ressources techniques

- ▶ Quand on parle de ressources techniques ou de technologies, on parle des personnes ou des organismes qui les possèdent.
- ▶ Il faut faire attention à la propriété intellectuelle.
- ▶ Vous pouvez embaucher des personnes qui possèdent le savoir-faire.
- ▶ Vous pouvez donner des redevances sur les ventes.

## 1.3 L'étude de faisabilité (ÉTAPE 2)

---

- ▶ C) Les ressources humaines
  - ▶ Les ressources humaines doivent être en nombre suffisant.
  - ▶ Elles doivent avoir les compétences nécessaires.
  - ▶ Sont-elles disponibles dans la région et pour combien?
  
- ▶ D) Les ressources financières
  - ▶ Votre projet a maintenant un coût, vous devez trouver du financement :
    - Votre argent
    - Une mise de fonds (20, 50 ou 75 %).
    - Comprendre ce qu'est une garantie pour les banques.
    - Subvention, aide gouvernementale, prêt protégé par l'état (ex. : Bombardier).
    - Démarrer à plus petite échelle et grandir est souvent le moyen le plus efficace!

## 1.3 L'étude de faisabilité (ÉTAPE 2)

---

### ▶ **ÉTAPE 3 L'ÉTUDE DE FAISABILITÉ :Les questions juridiques.**

- ▶ Vous devez connaître les lois et règlements entourant votre projet.
  - ▶ Lois municipales (zonages, utilisation de l'eau potable, taxes supplémentaires, protection de l'environnement)
  - ▶ Lois provinciales et fédérales.
  - ▶ Respect des normes de déontologies.
  - ▶ Obtention des permis appropriés (vente d'alcool, utilisation d'un véhicule automobile; comme des services de limousine.
  - ▶ Soyez extrêmement prudent, utiliser les services d'un avocat est très judicieux (c'est moi qui vous le dis!)

## 1.4 L'étude de rentabilité (ÉTAPE 3)

---

- ▶ Est-ce payant \$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$
- ▶ NOTION DE PROFIT!!!!!!!!!!
- ▶ Comment seront vos ventes.
- ▶ Votre prix de revient des produits et des services rendus.
- ▶ Votre marge de bénéficiaire brut vous apporte-t-elle suffisamment d'argent pour payer vos autres dépenses et réaliser un profit?
- ▶  $VENTES - CMV - Dépenses = Profits \text{ ou } Pertes.$
- ▶ Vous devez donc faire ces trois études avant de réaliser votre plan d'affaires.

## Et maintenant?

---

- ▶ Vous devez établir une stratégie de collecte d'informations dans votre équipe.
- ▶ Vous devez vous créer trois sections dans un cartable ou trois cartables afin d'amasser les informations que vous allez trouver.
- ▶ Ne vous noyez pas dans la paperasse!

# La description de votre projet(4)

Présenté par Stéphane Evanko

# Introduction

---

- ▶ Vous êtes en apprentissage, il est normal de se sentir démuni.
  - ▶ Comment faire?
  - ▶ Par quoi commencer?
  - ▶ Je ne suis pas motivé.
  - ▶ Connaissez-vous les tableaux des urgences – importances. La création d'un plan d'affaires se trouve dans le quadrant peu motivant à court terme, mais essentiel à long terme.
  - ▶ Fonctionnement :
    - ▶ À chaque fin de cours, sommaire des bons coups et amélioration des méthodes de travail en équipe.
    - ▶ Partageons notre expérience.

# Introduction

---

- ▶ Comment se retrouver dans la rédaction d'un plan d'affaires?
  - ▶ Si vous allez sur mon site internet, vous verrez les documents suivants :
    - ▶ Résumé d'un projet pour une animalerie
    - ▶ Résumé général d'un projet
    - ▶ Plan de travail (pour votre rapport de session): Structure détaillée du plan d'affaires.
    - ▶ (Comme il est toujours efficace de travailler en équipe, les documents sont la propriété de M. Pierre Savard et Brigitte Valois, professeur au département TAD du Collège de St-Jérôme)
    - ▶ Vous avez aussi l'exemple de la page 277 de votre livre obligatoire. Ce document n'est pas sur mon site internet.

# Introduction

---

- ▶ Vous devez comprendre que votre plan d'affaires doit comporter :
  - ▶ Un sommaire de votre projet
  - ▶ Un axe au niveau du marketing
  - ▶ Un axe au niveau de la gestion des opérations
  - ▶ Un axe au niveau des ressources humaines
  - ▶ Un axe au niveau financier.
  - ▶ Avec un plan de réalisation
  
- ▶ Il est évident que je suggère fortement l'utilisation de la base de notre livre obligatoire. C'est pour cette raison qu'il a été écrit, c'est un **GUIDE!**

# Première section de votre plan d'affaires : La description de votre projet!

---

- ▶ Cette section vous permettra de comprendre sur quel terrain vous allez jouer et d'en connaître les grandes règles du jeu.
- ▶ **2.1 La description de l'organisation :**
  - ▶ 2.1.1 La raison sociale :
    - ▶ **Indiquer la raison sociale et l'adresse actuelle ou projetée de votre entreprise.**
      - Petit conseil : vous pouvez utiliser votre nom ou un nom inventé. On doit s'assurer de ne pas utiliser un nom déjà existant, sous peine de poursuite...
      - Normalement, vous devez immatriculer votre entreprise au Registraire des entreprises du Québec.
      - Si vous êtes travailleur autonome, votre adresse principale sera votre domicile.

# Première section de votre plan d'affaires : La description de votre projet!

---

- ▶ 2.1.2 La forme juridique de votre entreprise :
  - ▶ Vous devez choisir entre plusieurs formes juridiques. Vous avez déjà eu un cours sur les formes juridiques (du moins, je l'espère), donc vous les connaissez.
    - L'entreprise individuelle
    - La société en nom collectif
    - La société en participation
    - L'incorporation
    - La coopérative
    - La société sans but lucratif
  - ▶ Disons que le choix le plus efficace dans votre plan d'affaires est l'option : entreprise individuelle, la société en nom collectif ou l'incorporation.
  - ▶ **Indiquer la forme juridique de l'entreprise et les raisons de votre choix.**

# Première section de votre plan d'affaires : La description de votre projet!

---

- ▶ 2.1.3 Le cheminement suivi.
  - ▶ Vous avez déjà travaillé sur ce projet, indiquez les différentes étapes que vous avez déjà faites jusqu'à maintenant.
  - ▶ Cette section est importante pour les gens qui ont commencé un projet sans structure.
  - ▶ Ce n'est probablement pas votre cas actuellement. À moins que...
  - ▶ **Indiquer le cheminement suivi s'il y a lieu.**

Première section de votre plan d'affaires : La description de votre projet!

---

▶ **2.2 L'énoncé de la mission de l'entreprise et la description de l'occasion d'affaires.**

- ▶ **La mission de l'entreprise** constitue sa raison d'être.
  - ▶ La mission d'une entreprise, c'est le résumé, en une phrase ou deux (compréhensible s.v.p.) de l'occasion d'affaires et des façons donc vous entendez en tirer parti.
  - ▶ La mission de l'entreprise permettra aux clients de savoir immédiatement à quoi s'attendre lorsqu'ils feront des affaires avec vous.
  - ▶ Voici un énoncé :
    - ▶ ***Être la première entreprise dans le domaine de la conception et de la vente de systèmes informatisés de gestion pour les PME de la région de l'Estrie, en assurant à nos clients une qualité totale dans le service et un professionnalisme certain dans toutes nos relations d'affaires, tout en demeurant à la fine pointe de la technologie informatique.***
-

# Première section de votre plan d'affaires : La description de votre projet!

---

- ▶ **Formuler votre mission!**
- ▶ L'occasion d'affaires, elle, représente l'objet précis de votre plan d'affaires quant au produit ou au service que vous comptez offrir.
  - ▶ La particularité de cette section est de le faire une fois votre plan d'affaires terminé, car vos trois études (marché, faisabilité et de rentabilité) peuvent changer la donne. Mais vous devez avoir un aperçu.
    - ▶ **Nommez-les produits et services, la façon que vous allez les faire, comment vous allez les vendre ou les rendre.**
    - ▶ **Si vous proposez un modèle d'affaires différents, indiquez-le. (Nikko)**
    - ▶ **Déterminer les propriétés intellectuelles qui pourraient s'appliquer.**

# Première section de votre plan d'affaires : La description de votre projet!

---

## ▶ **2.3 Quels sont vos objectifs**

- ▶ Je considère cette section cruciale, elle révélera votre degré d'implication et votre passion à vouloir réaliser votre projet.
- ▶ Les résultats constituent des objectifs à atteindre.
- ▶ Quand on sait où l'on va, il est plus facile de s'y rendre.
- ▶ Il y a quatre types d'objectif.
  - ▶ 1) Vos objectifs personnels (pourquoi partir en affaires?)
  - ▶ 2) Les objectifs à long terme. (\$ et part de marché dans 5 ans)
  - ▶ 3) Les objectifs à moyen terme. (\$ et part de marché dans 2 ans)
  - ▶ 4) Les objectifs à court terme. (\$ et par semaine, ou mois)
- ▶ Vos objectifs doivent être précis, mesurables dans le temps, réalistes et réalisables, utiles et motivants.

## Première section de votre plan d'affaires : La description de votre projet!

---

- ▶ L'objectif doit représenter un DÉFI motivant et avoir une utilité certaine pour l'entreprise.
- ▶ **Indiquer vos objectifs globaux en déterminant le chiffre d'affaires et les parts de marché à atteindre, de même que les marges de profits visées. Il s'agit d'indiquer, après avoir fait l'étude de marché et l'analyse de la concurrence, la part du marché que vous voulez atteindre. Vous devez aussi déterminer le pourcentage de profit que vous voulez conserver après avoir payé toutes les dépenses de votre entreprise. La réalisation d'une étude de rentabilité ainsi que d'une étude de marché vous apportera toute cette information.**
- ▶ Établissez un aperçu de vos objectifs.

# Première section de votre plan d'affaires : La description de votre projet!

---

## ▶ **2.4 L'analyse du secteur d'activité et de l'environnement en général.**

### ▶ 2.4.1 Le secteur d'activité (industrie).

- ▶ Vous devez clairement définir le secteur d'activité de votre entreprise. Nommez et décrivez le secteur d'activité dans lequel vous comptez faire des affaires (restauration, distribution, vente de gros, loisir, conférences, etc.)
- ▶ Une fois votre secteur d'activité identifié, vous devez en peindre un historique. Identifiez les tendances, la croissance, les nouveaux produits ou services, nouveaux clients, nouveaux concurrents, la technologie. Bref tout ce qui est pertinent.
- ▶ Quels sont les facteurs de succès dans votre secteur d'activité? Qui est le meneur du jeu? Qui détermine les normes de succès? Comment votre entreprise se positionnera-t-elle par rapport à ces facteurs de succès?

# Première section de votre plan d'affaires : La description de votre projet!

---

- ▶ Il est également essentiel de connaître les barrières à l'entrée, par exemple : les capitaux, les quotas, la technologie, les produits brevetés, des économies d'échelles ou tout autre élément pouvant anéantir votre projet. (Être producteur de lait par exemple!)
- ▶ Faites mention des fournisseurs existant dans le domaine que vous avez choisi. Surtout au niveau manufacturier ou par la vente en gros ou de détails.
- ▶ Faites également mention de la disponibilité de la main d'œuvre. Compétences, pénuries, coûts, etc. Pouvez-vous utiliser des sous-traitants pour faire le travail? Comment est organisée cette activité chez vos concurrents?

# Première section de votre plan d'affaires : La description de votre projet!

---

- ▶ Finalement, vous devez décrire les possibilités de croissance de votre entreprise pour les cinq prochaines années? Ce secteur d'activité bouge-t-il rapidement? Est-il en expansion, stable ou en régression?
- ▶ 2.4.2 L'environnement général
  - ▶ Connus sous l'acronyme PESTE, l'environnement politique et juridique, économique, social et culturel, technologique et écologique aura une influence positive et négative sur votre entreprise et le secteur d'activité dans lequel elle prendra place.
  - ▶ Vous devez indiquer obligatoirement les menaces et les occasions dans chacun des secteurs.
  - ▶ Vous devez décrire la situation actuelle et pensez à l'avenir.

## Première section de votre plan d'affaires : La description de votre projet!

---

- ▶ **Premier élément : l'Environnement politique et juridique.**
  - ▶ Ce sont les lois et règlements régissant votre secteur d'activité.
  - ▶ Ce sont également les lois et règlements des pays avec lesquels vous faites affaires.
  - ▶ **INDIQUER** : qu'elles sont les lois et les règlements contraignants ou favorisants votre secteur d'activité? Voyez-vous poindre de nouvelles lois ou de nouveaux règlements dans un avenir prévisible et quelle influence auront-ils sur votre entreprise. (Ex. récupération, énergie renouvelable, etc.)

## Première section de votre plan d'affaires : La description de votre projet!

---

### ▶ Deuxième élément : l'Environnement économique.

- ▶ Nommez puis décrivez l'état actuel des variables économiques pouvant influencer sur le secteur d'activité dans lequel œuvrera votre entreprise. Expliquez ensuite comment les fluctuations économiques touchent votre secteur d'activité et, probablement, votre future entreprise.
- ▶ Quelles sont les prévisions des spécialistes concernant l'environnement économique?
- ▶ Quels enseignements tirez-vous de ces prévisions pour votre projet d'entreprise?
- ▶ La récession actuelle est un facteur important pour toutes les entreprises existantes et en démarrage.
- ▶ Que se passe-t-il du point de vue international?

## Première section de votre plan d'affaires : La description de votre projet!

---

- ▶ **Troisième élément : l'Environnement social et culturel.**
  - ▶ Les valeurs sociale et culturelle sont : les familles monoparentales, l'immigration accrue, niveau d'éducation accrue, famille à double revenu, accès à la propriété facilité, accès aux crédits facilité, changement de valeurs, baisse du taux de natalité, augmentation de la durée de la vie, etc.
  - ▶ Tous ces changements ont une grande incidence dans la façon dont les gens consomment. Ex. plus les couples travaillent, plus les plats préparés et les restaurants font d'excellentes opportunités.
  - ▶ Décrivez la situation actuelle en ce qui a trait aux tendances sociales et culturelles ou aux tendances dans la consommation qui peuvent influencer sur votre secteur d'activité. De quelle façon ces changements touchent-ils votre entreprise? Quels
- ▶ changements prévoyez-vous?

## Première section de votre plan d'affaires : La description de votre projet!

---

- ▶ **Quatrième élément : l'Environnement technologique.**
  - ▶ La technologie, dont la propriété du savoir-faire, est un élément très important de l'analyse de l'environnement.
  - ▶ Dans votre secteur d'activité, quelle est la situation actuelle en matière de technologie? Votre secteur d'activité est-il soumis à une évolution technologique rapide? Prévoyez-vous des changements dans le futur? Des changements technologiques dans d'autres secteurs d'activité peuvent-ils rendre votre technologie désuète? Quelle influence peut avoir cette situation sur votre projet?
  - ▶ Par exemple, croyez-vous que les livres électroniques feront mal aux librairies? Qu'en est-il du téléchargement de musique et l'achat de musique en magasin?

## Première section de votre plan d'affaires : La description de votre projet!

---

- ▶ **Cinquième élément : l'Environnement écologique.**
  - ▶ La société, les gouvernements et les clients accordent de plus en plus d'importance aux impacts écologiques de certaines activités économiques.
  - ▶ Tout bon plan d'affaires doit comporter une analyse de l'environnement.
  - ▶ Considérant la nature de vos activités, quelle est la situation actuelle sur le plan écologique dans votre secteur? Que prévoyez-vous à cet égard pour le futur? Quelles sont les occasions ou les menaces que cette situation de sensibilisation aux impacts écologiques engendre pour votre entreprise?
  - ▶ Ex. Croyez-vous que la récupération de papier aide les entreprises qui en fabriquent à partir des ressources de bases?

## Première section de votre plan d'affaires : La description de votre projet!

---

- ▶ **Finale**ment : Le sommaire des occasions et des menaces que présente l'environnement.
  - ▶ Pour conclure cette partie du plan d'affaires, faites un sommaire des occasions et des menaces relevées dans l'analyse de votre secteur d'activité et de votre environnement en général.
  - ▶ Vous devez faire un résumé de votre analyse PESTE. Si de nouvelles idées surviennent, vous devez les ajouter à l'endroit approprié.

# Première section de votre plan d'affaires : La description de votre projet!

---

- ▶ **Donc votre section : la description de votre projet doit comprendre :**
    - ▶ **La description de l'organisation et de l'occasion d'affaires**
      - ▶ La raison sociale, la forme juridique et l'état d'avancement du projet.
    - ▶ **L'énoncé de la mission de l'entreprise et la description de l'occasion d'affaires.**
      - ▶ La mission de l'entreprise
      - ▶ L'occasion d'affaires
      - ▶ Les objectifs poursuivis
    - ▶ **L'analyse du secteur d'activité et de l'environnement en général.**
      - ▶ Le secteur d'activité
      - ▶ L'environnement général
        - *L'environnement politique et juridique*
        - *L'environnement économique*
        - *L'environnement social et culturel*
        - *L'environnement technologique*
        - *L'environnement écologique.*
- 
- ▶ ▶ Le sommaire des occasions et des menaces que représente l'environnement.

## Pour cette section, vous devez :

---

- ▶ Vous devez lire : 2 La description de votre projet
- ▶ SURTOUT la section de la page 74 à la page 80. UN MUST!
- ▶ Rédigez votre partie sur cette section.

## 1. Le Projet

### 1.1 Résumé du projet

Le projet de M. Alfred Lelièvre consiste en l'ouverture d'une animalerie qu'il nommera « Un Ami pour la vie » située dans le carrefour Sainte-Agathe. Il offrira à sa clientèle des animaux de compagnie, de la nourriture de première qualité ainsi que des accessoires de toutes sortes. L'ouverture est prévue pour le 9 avril 2004. Le coût total du projet se chiffre à 111 500\$.

### 1.2 Mission de l'entreprise

Offrir une grande variété d'espèces animales ainsi que des produits connexes (nourriture et accessoires) de haute qualité aux résidents de la région de Sainte-Agathe-des-Monts en assurant aux clients un service exemplaire.

### 1.3 Objectifs

- Faire connaître l'animalerie auprès de la clientèle
- Atteindre notre seuil de rentabilité avant la fin de notre 1<sup>ère</sup> année
- Offrir des produits et un service de haute qualité
- Maintenir des prix concurrentiels

### 1.4 Calendrier des réalisations

| <b>Étapes</b>   | <b>Dates</b>                  |
|---|-------------------------------|
| -Renseignements auprès des éleveurs pour la prise de commande des animaux | -1 <sup>er</sup> février 2004 |
| -Inscriptions aux diverse instances                                       | -1 <sup>er</sup> février 2004 |
| -1 <sup>er</sup> paiement de loyer  | -1 <sup>er</sup> mars 2004    |
| -Début des rénovations du local   | -1 <sup>er</sup> mars 2004    |
| -Début du processus d'embauche  | -2 mars 2004                  |
| -Commander les accessoires  | -15 mars 2004                 |
| -Fin des rénovations  | -19 mars 2004                 |
| -Commander la nourriture  | -22 mars 2004                 |

|   |               |
|---|---------------|
| -Réception des commandes d'accessoires                | -29 mars 2004 |
| -Début de la mise en place du magasin                 | -30 mars 2004 |
| -Fin du processus d'embauche                          | -31 mars 2004 |
| -Réception des commandes de nourriture et des animaux | -5 avril 2004 |
| -Fin de la mise en place du magasin                   | -7 avril 2004 |
| -Ouverture officielle du magasin                      | -9 avril 2004 |

## 2. Les promoteurs

### 2.1 Curriculum Vitae

#### Curriculum Vitae du promoteur

##### Renseignements personnels

Alfred Lelièvre

1170, rue Notre-Dame

Ste-Agathe-des-Monts (Québec) J7Y T4D

Téléphone (résidence) : (819) 326-5674

Téléphone (affaires) : (514) 898-5683

Date de naissance : 14 avril 1970

Langues parlées et écrites : anglais et français

Sommaire : Mon expérience dans le domaine de la vente et dans le domaine animalier m'a permis d'acquérir d'importantes connaissances dans ce domaine qui me seront certainement très utiles dans le démarrage et l'entretien de mon projet. De plus, mes études et mon expérience en administration seront également très utiles.

##### Formation académique

1987 à 1988 Certificat en marketing par correspondance  
Université Laval

1984 à 1987      BAC en administration  
                         Université de Sherbrooke  
1982 à 1984      DEC en sciences humaines  
                         Cégep de Saint-Jérôme

**Expériences de travail**

1996 à aujourd'hui      propriétaire de la compagnie Distribution A. Lelièvre inc.

Tâches : vendre et distribuer de la nourriture pour chiens et chats à des clients sur un territoire donné

1990 à 1995              représentant pour la compagnie pharmaceutique Dispar et associés

Tâches : représenter la compagnie en visitant régulièrement les clients sur un territoire donné

1988 à 1990              stage dans le bureau de comptables Beaudoin et associés

Tâches : faire le travail de stagiaire comme la tenue de livres, faire les comptes et les payes.

Formation supplémentaire : Cours d'informatique et de perfectionnement pour les programmes Word, Excel, Power Point et Internet.

Cours privés d'anglais pendant deux ans.

Réalisations personnelles : Contribution à l'installation d'un programme de comptabilité informatique lors de son stage en comptabilité.

Président du conseil d'administration de la ville de Sainte-Agathe durant trois ans.

\* Références fournies sur demande

## Curriculum vitae de l'assistant gérant

### Renseignements personnels

Xavier Landry

13467 de l'église

Ste-Agathe-des-Monts , J7Y T4D

Téléphone (Résidence) : (819)-326-7430

Téléphone (Cellulaire) : (450)-240-6482

Date de naissance : 19 octobre 1980

Langues parlées et écrites : Français et Anglais

Sommaire : Suite à mes études en techniques administratives, j'ai été engagé comme technicien comptable chez Bell hélicoptère. N'aimant le type d'emploi je me suis dirigé vers la gestion d'entreprise. Depuis, je suis assistant gérant dans un magasin de sports à Saint-Sauveur. J'aimerais me diriger vers le secteur animalier puisque j'ai complété avec succès quelques cours de bases en technique vétérinaire puisque j'aime beaucoup les animaux.

### Formation académique

2000-2002 Cours en techniques vétérinaires  
CÉGEP à distance

1997-2000 DEC en techniques administratives  
Cégep de Saint-Jérôme

1992-1997 DES  
Collège Saint-Sacrement

### Expérience de travail

2002 à aujourd'hui Assistant gérant chez Sports Experts  
tâches : S'occuper des employés et des stocks

2002 Stage dans une clinique vétérinaire à titre  
d'assistant

tâches : assister le vétérinaire dans toutes ces tâches ainsi que s'occuper des animaux durant leur séjour à la clinique

2000                      Technicien comptable chez Bell Hélicoptère (stage)  
tâches : Je m'occupais des comptes recevables, de la tenue de livres, etc.

Formation supplémentaire :      Cours d'informatique pour les programmes Excel, Power Point et Word.  
Cours privés d'anglais pendant 1 an

Réalisations personnelles      Contribution à la mise en place du nouveau système informatique chez Sports Experts

\*Références fournies sur demande

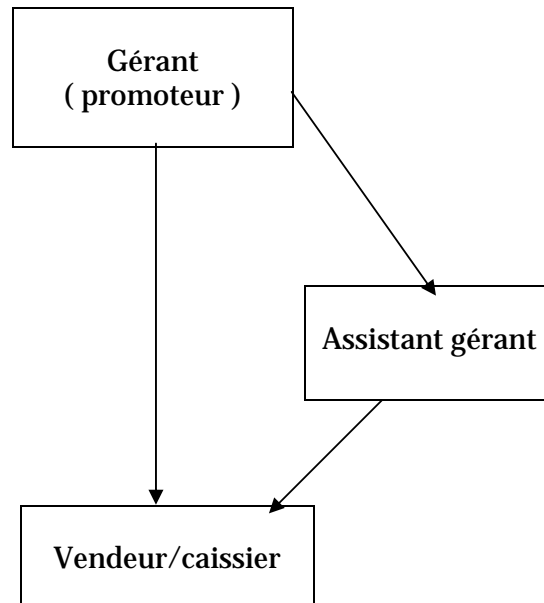
## 2.2                      Bilan personnel

### 2.3                      Structure organisationnelle

#### **Répartition des tâches**

Le promoteur est responsable de l'aspect opérationnel de l'entreprise. Cette responsabilité comprend les relations avec les fournisseurs, faire payer ces derniers, les achats, le contrôle des inventaires, la qualité du service, l'entretien du local ainsi que des animaux en inventaire, il est aussi responsable de faire la formation des nouveaux employés et de faire l'horaire.

## Organigramme



### 2.4 Forme juridique

Le promoteur a décidé que son projet serait basé sur la forme d'une entreprise individuelle puisque c'est la forme la plus simple et économique et que le besoin de fonds de roulement est minimal. Elle offre la possibilité à l'entrepreneur de déduire les pertes de l'entreprise des revenus provenant d'autres sources.

### 2.5 Répartition de la propriété

Puisque le promoteur est seul, il n'y a pas de répartition de la propriété.

## 3. Le marketing

### 3.1 Produits

L'animalerie de notre promoteur offrira :

- Animaux : chiens, chats, oiseaux, poissons, reptiles et rongeurs de variétés différentes.
- Nourriture : de haute qualité pour tous ces animaux
- Accessoires : cages, jouets, nécessaire pour entretien, gâteries de toutes sortes, etc. pour tous ces animaux

### 3.2 Analyse du marché

#### **Marché global**

Tout d'abord, selon un article dans La Presse, les Canadiens dépensent en moyenne 600\$ pour leurs animaux. De plus, toujours selon le même article, les fabricants canadiens d'aliments pour chiens et chats réalisent des chiffres d'affaires de plus d'un demi-milliard de dollars par année. L'industrie est en progression de 62,5% passant de 320 à 520 millions de dollars de 1990 à 2000 et elle augmente encore.

Selon notre parrain-expert, au cours des dernières années et pour les années à venir, il y a et aura une croissance au niveau des produits de haute qualité, c'est-à-dire que la demande augmente au niveau des produits hauts de gamme. La plupart des gens cessent de s'approvisionner dans les épiceries pour se diriger vers les magasins spécialisés. De plus, étant donné que la santé des animaux de compagnie préoccupe de plus en plus les propriétaires, on remarque que les gens se tournent vers les produits naturels. Les gens se tournent vers la nourriture haut de gamme plutôt que les boîtes de conserve. Finalement, comme il n'y a pas de réel concurrent dans notre secteur, nous pourrions desservir notre région au maximum.

#### **Marché visé**

Le premier segment vise les familles avec de jeunes enfants qui ont ou qui n'ont pas d'animaux. Si elles en ont déjà, elles pourraient venir s'approvisionner en nourritures et accessoires, tandis que les familles n'ayant pas d'animaux pourraient faire l'acquisition d'un petit être vivant, et par la même occasion s'approvisionner chez nous.

Le deuxième segment vise les personnes en peu plus âgées, communément appelées « baby boomers ». Cette tranche de la population a tendance à s'installer de plus en plus dans les Laurentides à temps plein ce qui fait d'eux d'excellents clients potentiels.

Le dernier segment vise les personnes âgées qui sont à la retraite. Étant donné que ces personnes ont maintenant tendance à s'installer dans les Laurentides pour vivre leur retraite, ils sont aussi d'excellents clients potentiels. De plus, la zoothérapie faisant de plus en plus ses preuves, les animaux de compagnie deviennent très attrayants pour eux.

### Situation concurrentielle

#### La concurrence

| Nom  | Forces                             | Faiblesses  |
|--|------------------------------------|---|
| Animalerie Marsevy<br>(Ste-Adèle)              | -Bien situé (117)                  | -Pas d'animaux  |
|  | -Tonte/Toilettage                  | -Service Moyen  |
|  | -Gardiennage                       | -En rénovation  |
|  | -Produit haute gamme               |   |
|  |                                    |   |
| Moulée du nord<br>(Ste-Adèle)                  | -Beaucoup d'espace                 | -Un peu caché   |
|  | -Beaucoup de diversité             | -Pas d'animaux  |
|  |                                    | -Service très moyen   |
|  |                                    |   |
| Distribution Gilles<br>St-Jean<br>(Ste-Agathe) | -Clientèle établie                 | -Très éloigné de la population  |
|  | -Énormément de choix et de variété | -Absence (Presque) de stationnement                                   |
|  | -Bon prix                          | -Pas d'animaux  |
|  |                                    | -Service moyen  |
|  |                                    |   |
| Polux<br>(St-Jovite)                           | -Sur une rue passante              | -Très petit   |
|  |                                    | -Pas de service   |
|  |                                    | -Peu de variété   |
|  |                                    | -Prix relativement élevés   |
|  |                                    | -Pas d'animaux  |
|  |                                    |   |
| L'Ami idéal<br>(St-Jovite)                     | -Sur une rue passante              | -Pas de stationnement spécialement pour le commerce(seulement la rue) |
|  | -Bon service                       |   |
|  | -Ils ont des animaux               |   |

|  |                    |  |
|--|--------------------|--|
|  | -Beaucoup de choix |  |
|  | -Beau local        |  |

### L'entreprise

| <b>Forces</b>   | <b>Faiblesses</b>                                       |
|---|---|
| -Située dans un endroit connu   | -Pas connu  |
| -Située sur une route passante (117)  | -Concurrent loin mais très bien établi (Gilles St-Jean) |
| -À proximité de la 15   |   |
| -Bonne visibilité de notre commerce en raison de la grande vitrine                          |   |
| -Située à côté de commerces achalandés (Canadian Tire, Dollarama, lunetterie, restos, etc.) |   |
| -Grand stationnement  |   |
| -Offre une grande variété de produits de qualité  |   |
| -Offre des animaux  |   |
| -Personnel qualifié   |   |

### 3.3 Stratégie de mise en marché

#### **Localisation**

L'animalerie sera située dans le Carrefour Ste-Agathe à Ste-Agathe-des-Monts. Cet endroit a été retenu en raison de sa popularité, de sa proximité à une route passante (la route 117) et également à l'autoroute 15. Le local a également une grande vitrine qui offre une bonne visibilité et est à côté de magasins achalandés tels que Canadian Tire et Dollarama. Le stationnement est immense et donc très pratique.

#### **Promotion**

L'objectif publicitaire est de faire découvrir à la clientèle cible l'animalerie en faisant ressortir les avantages concurrentiels de celles-ci. La publicité doit persuader le marché cible qu'il est impératif d'aller à l'animalerie.

Tout d'abord, pour l'ouverture du magasin, il y aura plusieurs annonces publicitaires faites dans le journal des pays-d'en-haut qui totaliseront 2 000\$. Ensuite, les cartes d'affaires, les sacs et les annonces dans les pages jaunes coûteront 300\$ le premier mois. En cours de route, il faudra renouveler le stock de sacs, il y a donc un montant supplémentaire de 200\$ qui a été prévu à cette fin. Finalement, nous allouerons 100\$ par

mois pour une annonce annuelle dans le journal des pays-d'en-haut. En décembre, une annonce de Noël sera rajoutée pour annoncer les spéciaux de Noël. Elle coûtera 1000\$.

Pour l'ouverture officielle, des dépenses de 50\$ sont prévues pour acheter des ballons, des guirlandes et autres décorations. De plus, la journée d'ouverture sera sans taxes.

### **Prix**

Les prix seront concurrentiels et suivront le prix de détail suggéré par le manufacturier.

Pour ce qui est de la politique de crédit, il n'y aura évidemment aucun échange ou remboursement sur le vivant. Pour la marchandise, une preuve d'achat sera exigée pour que tout échange ou remboursement soit considéré. Si le problème est d'ordre manufacturier, la compagnie assumera tous les frais.

## **4. Les opérations**

### **4.1 Production**

Cette sous-section ne s'applique pas à notre travail.

### **4.2 Approvisionnement**

#### **Les Fournisseurs :**

**Distribution Gilles St- Jean** : Lorsque le promoteur a besoin de marchandises, il n'a qu'à téléphoner pour passer sa commande et la livraison s'effectue dans les deux à trois jours suivants. Le paiement s'effectue lors de la livraison de la marchandise.

**Hunter** : Ce fournisseur livre sa marchandise aux deux semaines. Le promoteur doit donc passer sa commande une semaine avant la semaine de livraison. Le paiement s'effectue aussi à la livraison.

**Les éleveurs :** Tous les éleveurs avec lesquels le promoteur fait affaire, Gisèle Dubé, Auberge Canine M.S, Élevage La plaine, Élevage Shelba, ont les mêmes conditions de paiement. Ils exigent un dépôt de 20% sur chaque animal commandé. La balance du paiement est exigée à la réception des animaux.

Pour calculer son inventaire le promoteur utilisera un logiciel dans son ordinateur qui calculera, au fur et à mesure que la marchandise sera vendue, le besoin de stock. Il devra entrer ses commandes dans l'ordinateur lorsqu'elles arriveront et la suite des calculs d'inventaire ce poursuivra par elle-même.

#### 4.3 Aménagement

Pour les améliorations locatives, nous avons demandé une soumission à la compagnie Construction G.C.M.A. Nous devons finir le plafond et mettre un revêtement sur le plancher en plus de faire les divisions nécessaires qui consistent à séparer le local pour faire une arrière-boutique, un bureau, une salle de bain et un chenil. Le coût de cela s'élève 15 600\$. À cela, il faut ajouter l'installation de l'électricité, la peinture et la finition ainsi que les coûts pour le nettoyage et autre. Donc, le total, en comptant le profit, les frais d'administration et les taxes monte à 37 000\$. Ce montant inclus la main-d'œuvre. Le plan d'aménagement est présenté en annexe. Pour ce qui est de l'échéancier des travaux, la compagnie nous a affirmé qu'elle aurait besoin d'environ 2 semaines pour faire ces travaux, donc nous avons prévu 20 jours pour leur laisser une marge si jamais il arrive quelque chose. Nous avons inscrit ce montant dans le calendrier des réalisations au point 1.4 .

#### 4.4 Main-d'œuvre

Il y aura deux postes de temps partiel qui seront créés et un poste d'assistant gérant. Les deux employés à temps partiels feront en moyenne 20 heures par semaine à un salaire de 8\$ de l'heure en commençant et on pourra envisager une augmentation à plus long terme si nécessaire. Leurs tâches seront principalement d'offrir un bon service à la clientèle et de

s'occuper des animaux. Ils devront aussi faire le ménage, fermer la boutique, faire la caisse, etc.

Les deux postes de temps plein seront occupés par le gérant qui est aussi le promoteur et un assistant gérant. Le salaire de base de l'assistant gérant sera de 10\$ de l'heure, et pour lui aussi, il sera possible d'envisager une éventuelle augmentation. Il supervisera les deux employés à temps partiels et fera aussi des heures sur le plancher. Quant au promoteur, il n'aura pas de salaire, il aura seulement des prélèvements, ceux-ci seront réduits au minimum puisque l'entreprise débute. Ces tâches seront plus administratives.

Pour ce qui est de la disponibilité de la main-d'œuvre, il ne devrait pas y avoir de problèmes puisque nos besoins en main-d'œuvre ne sont pas importants. Il faudra seulement deux temps partiel qui pourraient être des étudiants et un assistant gérant.

## 5. Les prévisions financières

5.1 Fonds requis au démarrage

5.2 Budget de caisse

5.3 États financiers prévisionnels

5.4 Coût et financement du projet au démarrage

5.5 Seuil de rentabilité



## Résumé de projet

Quand on vous demandera de résumer votre projet que ce soit au début de votre plan d'affaires ou verbalement en 2 ou 3 minutes, les éléments essentiels à mentionner sont:

- Le produit ou service
- La localisation et le secteur géographique à desservir
- Le promoteur
- Les ventes prévues et le % de part du marché que cela représente
- Les profits ou pertes prévues
- Le coût du projet et comment on compte le financer.

**PLAN D'AFFAIRES CONFIDENTIEL  
DE  
(nom de l'entreprise)**

**(date)**

*Insérez ici le LOGO le cas échéant*

**Préparé par  
(noms des étudiants)**

Ce plan d'affaires contient des renseignements confidentiels et exclusifs et ne peut être copié ou diffusé sans l'autorisation écrite de Monsieur ou Madame .....

(Nom de l'entreprise)  
(Adresse)

Téléphone :  
Télécopieur :  
Adresse électronique :  
Promoteur :

## TABLE DES MATIÈRES

|   |           |
|---|-----------|
| <b>TABLE DES MATIÈRES</b> .....   | <b>2</b>  |
| <b>1. PROJET</b> .....  | <b>4</b>  |
| 1.1 RÉSUMÉ DU PROJET.....   | 4         |
| 1.2 ÉTAPES DE RÉALISATION AVANT LE DÉMARRAGE.....                               | 5         |
| 1.3 OBJECTIFS DE L'ENTREPRISE.....  | 5         |
| <b>2. PROMOTEUR</b> .....   | <b>6</b>  |
| 2.1 PRÉSENTATION DU PROMOTEUR.....  | 6         |
| 2.2 BILAN PERSONNEL.....  | 7         |
| <b>3. STRUCTURE JURIDIQUE ET ORGANISATIONNELLE</b> .....                        | <b>8</b>  |
| 3.1 STRUCTURE JURIDIQUE.....  | 8         |
| 3.1.1 <i>Forme juridique</i> .....  | 8         |
| 3.1.2 <i>Structure de la propriété (seulement si plus d'un promoteur)</i> ..... | 8         |
| 3.1.3 <i>Convention d'affaires (seulement si plus d'un promoteur)</i> .....     | 8         |
| 3.2 STRUCTURE ORGANISATIONNELLE.....  | 9         |
| 3.2.1 <i>Organigramme fonctionnel</i> .....                                     | 9         |
| 3.2.2 <i>Répartition des tâches</i> .....                                       | 9         |
| 3.2.3 <i>Personnes-ressources externes</i> .....                                | 9         |
| <b>4. ENVIRONNEMENT EXTERNE</b> .....   | <b>10</b> |
| <b>5. MARKETING</b> .....   | <b>11</b> |
| 5.1 ÉTUDE DE MARCHÉ.....  | 11        |
| 5.1.1 <i>Grandes tendances et marché global</i> .....                           | 11        |
| Les grandes tendances.....  | 11        |
| Le marché global.....   | 11        |
| 5.1.2 <i>Description des produits (et/ou des services)</i> .....                | 11        |
| 5.1.3 <i>Territoire visé</i> .....  | 11        |
| 5.1.4 <i>Clientèle visée et groupes de clients</i> .....                        | 12        |
| 5.1.5 <i>Marché visé et les prévisions des ventes</i> .....                     | 12        |
| 5.1.6 <i>Concurrents</i> .....  | 12        |
| 5.1.7 <i>Avantages concurrentiels</i> .....                                     | 13        |
| 5.2 MISE EN MARCHÉ.....   | 13        |
| 5.2.1 <i>Stratégie de produits (et/ou de services)</i> .....                    | 13        |
| 5.2.2 <i>Stratégie de prix</i> .....  | 13        |
| 5.2.3 <i>Stratégie de localisation</i> .....                                    | 13        |
| 5.2.4 <i>Stratégie de communication marketing</i> .....                         | 14        |
| La publicité.....   | 14        |
| La promotion.....   | 14        |
| Les relations publiques.....  | 14        |
| 5.2.5 <i>Stratégie de personnel en contact direct avec les clients</i> .....    | 17        |
| <b>6. OPÉRATIONS</b> .....  | <b>18</b> |
| 6.1 PRODUCTION.....   | 18        |
| 6.2 PLAN D'AMÉNAGEMENT.....   | 18        |
| 6.3 APPROVISIONNEMENT.....  | 19        |
| Les fournisseurs.....   | 19        |
| Les inventaires.....  | 19        |
| Les assurances.....   | 19        |
| Le renouvellement et l'entretien des équipements.....                           | 19        |

|  |           |
|--|-----------|
| 6.4 MAIN D'ŒUVRE ET POLITIQUES DES RESSOURCES HUMAINES .....                 | 20        |
| 6.5 INNOVATION ET CONTRÔLE DES ACTIVITÉS.....                                | 20        |
| <b>7. PRÉVISIONS FINANCIÈRES.....</b>  | <b>21</b> |
| 7.1 LES HYPOTHÈSE DE BASE AYANT SERVI À LA PRÉPARATION DE CETTE SECTION..... | 21        |
| 7.2 COÛT ET FINANCEMENT DU PROJET.....                                       | 21        |
| 7.3 BUDGET DE CAISSE .....   | 23        |
| 7.3 ÉTATS DES RÉSULTATS PRÉVISIONNELS .....                                  | 25        |
| 7.4 BILANS PRÉVISIONNELS .....   | 26        |
| 7.5 RATIOS FINANCIERS .....  | 27        |
| <b>ANNEXES .....</b>   | <b>28</b> |
| ANNEXE A - .....   | 28        |
| ANNEXE B - .....   | 28        |
| ANNEXE C - .....   | 28        |

## 1. PROJET

### 1.1 Résumé du projet

## 1.2 Étapes de réalisation avant le démarrage

| Étapes   | Date prévue |
|--|-------------|
| Recherche du financement                               |             |
| Incorporation ou immatriculation de l'entreprise       |             |
| Choix de la localisation                               |             |
| Obtention d'une assurance responsabilité               |             |
| Obtention des permis et licences                       |             |
| Améliorations locatives                                |             |
| Achat des inventaires                                  |             |
| Choix et achat des équipements                         |             |
| Ententes de politiques de crédit avec les fournisseurs |             |
| Inscription de l'entreprise à la TPS, TVQ, CSST, etc.  |             |
| Embauche du personnel                                  |             |
| Ouverture du compte bancaire                           |             |
| Début du plan de publicité pour l'ouverture            |             |
| ...  |             |
| Date d'ouverture de l'entreprise                       |             |

## 1.3 Objectifs de l'entreprise

## **2. PROMOTEUR**

### 2.1 Présentation du promoteur

## 2.2 Bilan personnel

Bilan de : \_\_\_\_\_

Au \_\_\_\_\_  
(date)

|                         |  |           |
|-------------------------|--|-----------|
| <b>ACTIF</b>            |  |           |
| <b>Court terme</b>      | Comptes bancaires  |           |
|                         | Obligations d'épargne  |           |
|                         | Dépôts à terme   |           |
|                         | Autres : _____   |           |
| <b>Long terme</b>       | Actions et obligations   |           |
|                         | Immeubles (sauf résidence)                                     |           |
|                         | Autres : _____   |           |
|                         | Fonds de pension   |           |
|                         | RÉER   |           |
|                         | Résidence principale   |           |
|                         | Biens mobiliers  |           |
|                         | Voiture et matériel roulant                                    |           |
|                         | Actifs à transférer à l'entreprise :(outils, ordinateur, etc.) |           |
|                         | Autres : _____   |           |
| <b>TOTAL DE L'ACTIF</b> |  | <b>\$</b> |

|                        |                   |           |
|------------------------|-------------------|-----------|
| <b>PASSIF</b>          |                   |           |
| <b>Court terme</b>     | Marges de crédit  |           |
|                        | Cartes de crédit  |           |
|                        | Comptes à payer   |           |
| <b>Long terme</b>      | Prêt auto         |           |
|                        | Prêt personnel    |           |
|                        | Prêt hypothécaire |           |
|                        | Autres : _____    |           |
| <b>TOTAL DU PASSIF</b> |                   | <b>\$</b> |
| <b>VALEUR NETTE</b>    |                   | <b>\$</b> |

Je déclare que les renseignements fournis sont exacts et complets.

Signature : \_\_\_\_\_ Date : \_\_\_\_\_

### 3. STRUCTURE JURIDIQUE ET ORGANISATIONNELLE

#### 3.1 Structure juridique

##### 3.1.1 Forme juridique

##### 3.1.2 Structure de la propriété *(seulement si plus d'un promoteur)*

| Nom et prénom | Statut   | Participation en % |
|---------------|--|--------------------|
|               | <input type="checkbox"/> Propriétaire-dirigeant<br><input type="checkbox"/> Investisseur<br><input type="checkbox"/> Autre : _____ |                    |
|               | <input type="checkbox"/> Propriétaire-dirigeant<br><input type="checkbox"/> Investisseur<br><input type="checkbox"/> Autre : _____ |                    |
|               | <input type="checkbox"/> Propriétaire-dirigeant<br><input type="checkbox"/> Investisseur<br><input type="checkbox"/> Autre : _____ |                    |
|               |  | 100 %              |

##### 3.1.3 Convention d'affaires *(seulement si plus d'un promoteur)*

## 3.2 Structure organisationnelle

### 3.2.1 Organigramme fonctionnel

### 3.2.2 Répartition des tâches

### 3.2.3 Personnes-ressources externes

## 4. ENVIRONNEMENT EXTERNE

## **5. MARKETING**

### **5.1 Étude de marché**

#### **5.1.1 Grandes tendances et marché global**

*Les grandes tendances*

*Le marché global*

#### **5.1.2 Description des produits (et/ou des services)**

#### **5.1.3 Territoire visé**

### 5.1.4 Clientèle visée et groupes de clients

| Segments de marché | Description des caractéristiques propres à chaque segment |
|--------------------|---|
| 1                  |   |
| 2                  |   |
| 3                  |   |

### 5.1.5 Marché visé et les prévisions des ventes

### 5.1.6 Concurrents

| Nom des concurrents | Produits ou services | Prix | Publicité et promotion | Distribution et localisation | Autre... | Forces | Faiblesses |
|---------------------|----------------------|------|------------------------|------------------------------|----------|--------|------------|
|                     |                      |      |                        |                              |          |        |            |
|                     |                      |      |                        |                              |          |        |            |
|                     |                      |      |                        |                              |          |        |            |
|                     |                      |      |                        |                              |          |        |            |
|                     |                      |      |                        |                              |          |        |            |
|                     |                      |      |                        |                              |          |        |            |
|                     |                      |      |                        |                              |          |        |            |
|                     |                      |      |                        |                              |          |        |            |
|                     |                      |      |                        |                              |          |        |            |

### **5.1.7 Avantages concurrentiels**

## **5.2 Mise en marché**

### **5.2.1 Stratégie de produits** *(et/ou de services)*

### **5.2.2 Stratégie de prix**

### **5.2.3 Stratégie de localisation**

#### **5.2.4 Stratégie de communication marketing**

*La publicité*

*La promotion*

*Les relations publiques*

Communications marketing  
Fiche-budget (première année)  
**Faites sauter les lignes inutilisées**

| Médias  | Janvier | Février | Mars | Avril | Mai | Juin | Juillet | Août | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | Total |
|---|---------|---------|------|-------|-----|------|---------|------|-----------|---------|----------|----------|-------|
| Relations publiques<br>Chambre de commerce<br>Associations  |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Dépliant corporatif   |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Publipostage  |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Revues  |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Pochette de présentation :<br>Catalogue de produits<br>Liste de prix<br>Lettre<br>Fiches techniques |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Publicité par l'objet   |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Représentants   |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Télémarketing   |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Manuel technique  |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Démonstration, exposition,<br>séances d'information, etc.   |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Internet : site WEB   |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Autres :<br>_____   |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| <b>Total</b>  |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |

Communications marketing  
Fiche-budget (deuxième année)  
**Faites sauter les lignes inutilisées**

| Médias  | Janvier | Février | Mars | Avril | Mai | Juin | Juillet | Août | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | Total |
|---|---------|---------|------|-------|-----|------|---------|------|-----------|---------|----------|----------|-------|
| Relations publiques<br>Chambre de commerce<br>Associations  |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Dépliant corporatif   |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Publipostage  |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Revue   |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Pochette de présentation :<br>Catalogue de produits<br>Liste de prix<br>Lettre<br>Fiches techniques |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Publicité par l'objet   |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Représentants   |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Télémarketing   |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Manuel technique  |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Démonstration, exposition,<br>séances d'information, etc.   |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Internet : site WEB   |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| Autres :<br>_____   |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |
| <b>Total</b>  |         |         |      |       |     |      |         |      |           |         |          |          |       |

### 5.2.5 Stratégie de personnel en contact direct avec les clients

## **6. OPÉRATIONS**

6.1 Production

6.2 Plan d'aménagement

## 6.3 Approvisionnement

*Les fournisseurs*

*Les inventaires*

*Les assurances*

*Le renouvellement et l'entretien des équipements*

#### 6.4 Main d'œuvre et politiques des ressources humaines

#### 6.5 Innovation et contrôle des activités

## 7. PRÉVISIONS FINANCIÈRES

### 7.1 Les hypothèse de base ayant servi à la préparation de cette section

Pour la préparation de cette section, un seul scénario a été pris en compte soit le scénario réaliste. Les principales hypothèses relatives à ce scénario se retrouvent à l'annexe . Sur demande, des scénarios pessimiste et optimiste pourraient être produits.

En ce qui a trait au traitement des taxes de ventes (TPS et TVQ), tous les montants indiqués dans les prévisions (sauf pour les immobilisations et le stock acquis au démarrage) excluent ces taxes, et ce autant à la vente qu'à l'achat.

### 7.2 Coût et financement du projet

#### COÛTS DU PROJET

|                                   |                 |
|-----------------------------------|-----------------|
| Liquidité                         | \$ _____        |
| Inventaire de départ              | \$ _____        |
| Frais payés d'avance de démarrage | \$ _____        |
| Dépôts (Bell, Hydro-Québec, etc.) | \$ _____        |
| <b>Sous-total</b>                 | <b>\$ _____</b> |

#### Immobilisations

|                                  |                 |
|----------------------------------|-----------------|
| Terrain                          | \$ _____        |
| Bâtisse                          | \$ _____        |
| Améliorations locatives          | \$ _____        |
| Matériel roulant                 | \$ _____        |
| Équipement de fabrication        | \$ _____        |
| Mobilier et équipement           | \$ _____        |
| Ordinateur                       | \$ _____        |
| Équipement et mobilier de bureau | \$ _____        |
| Frais de constitution            | \$ _____        |
| .....                            | \$ _____        |
| .....                            | \$ _____        |
| .....                            | \$ _____        |
| <b>Sous-total</b>                | <b>\$ _____</b> |

#### Coût total du projet

**\$ \_\_\_\_\_**

#### FINANCEMENT

|                             |                 |
|-----------------------------|-----------------|
| Mise de fonds               | \$ _____        |
| Transferts d'actifs (liste) | \$ _____        |
| <b>Sous-total</b>           | <b>\$ _____</b> |

#### Financement à court terme

|                      |          |
|----------------------|----------|
| Marge de crédit      | \$ _____ |
| Emprunt bancaire     | \$ _____ |
| Emprunt bancaire     | \$ _____ |
| Emprunt non bancaire | \$ _____ |

#### Financement à long terme

|                      |          |
|----------------------|----------|
| Hypothèque           | \$ _____ |
| Emprunt bancaire     | \$ _____ |
| Emprunt bancaire     | \$ _____ |
| Emprunt non bancaire | \$ _____ |

#### Subventions

|          |          |
|----------|----------|
| (1)..... | \$ _____ |
| (2)..... | \$ _____ |

#### Sous-total

\$ \_\_\_\_\_

#### Financement total

**\$ \_\_\_\_\_**



## 7.3 Budget de caisse

## An 1

| Mois                                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | TOTAL |
|---------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|-------|
| <b>Encaisse au début du mois</b>      | 0 |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| <b>RECETTES</b>                       |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Ventes encaissées                     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| - comptant                            |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| 30 jours                              |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| 60 jours                              |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| 60 jours +                            |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Total                                 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Emprunt(s) à court terme              |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Emprunt(s) à long terme               |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Mise de fonds                         |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Subvention(s)                         |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Autres :                              |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| <b>TOTAL</b>                          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| <b>DÉBOURSÉS</b>                      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Achats                                |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Salaires de production                |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Avantages sociaux (production)        |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Fournitures d'atelier                 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Loyer                                 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Électricité/chauffage                 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Taxes/permis/assurances               |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Entretien équipement/matériel roulant |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Salaires administratifs et de ventes  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Avantages sociaux                     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Commissions des vendeurs              |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Publicité et promotion                |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Frais de déplacements                 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Téléphone                             |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Fournitures de bureau                 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Honoraires professionnels             |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Frais bancaires                       |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Remboursements emprunt à C.T.         |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Capital                               |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Intérêts                              |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Immobilisations                       |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Autres :                              |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| <b>TOTAL</b>                          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| <b>EXCÉDENT (DÉFICIT) MENSUEL</b>     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| <b>EXCÉDENT (DÉFICIT) CUMULATIF</b>   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| <b>Fonds de roulement av. emprunt</b> |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Emprunt Augmentation                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| bancaire Remboursement –cap.          |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Encaisse à la fin du mois *           |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |

**An 2**

| Mois                                  | 1        | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | TOTAL |
|---------------------------------------|----------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|-------|
| <b>Encaisse au début du mois</b>      | <b>0</b> |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| <b>RECETTES</b>                       |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Ventes encaissées                     |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| - comptant                            |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| 30 jours                              |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| 60 jours                              |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| 60 jours +                            |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| <b>Total</b>                          |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Emprunt(s) à court terme              |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Emprunt(s) à long terme               |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Mise de fonds                         |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Subvention(s)                         |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Autres :                              |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| <b>TOTAL</b>                          |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| <b>DÉBOURSÉS</b>                      |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Achats                                |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Salaires de production                |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Avantages sociaux (production)        |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Fournitures d'atelier                 |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Loyer                                 |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Électricité/chauffage                 |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Taxes/permis/assurances               |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Entretien équipement/matériel roulant |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Salaires administratifs et de ventes  |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Avantages sociaux                     |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Commissions des vendeurs              |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Publicité et promotion                |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Frais de déplacements                 |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Téléphone                             |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Fournitures de bureau                 |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Honoraires professionnels             |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Frais bancaires                       |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Remboursements emprunt à C.T.         |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Capital                               |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Intérêts                              |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Immobilisations                       |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Autres :                              |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| <b>TOTAL</b>                          |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| <b>EXCÉDENT (DÉFICIT) MENSUEL</b>     |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| <b>EXCÉDENT (DÉFICIT) CUMULATIF</b>   |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| <b>Fonds de roulement av. emprunt</b> |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Emprunt bancaire                      |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| Augmentation Remboursement –cap.      |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |
| <b>Encaisse à la fin du mois *</b>    |          |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |       |

## 7.3 États des résultats prévisionnels

|  | <u>AN 1</u> | <u>AN 2</u> |
|--|-------------|-------------|
| <b>Revenus</b>                                 |             |             |
| Ventes   | _____       | _____       |
| Autres :                                       | _____       | _____       |
| <b>Total des revenus</b>                       | _____       | _____       |
| <b>Coût des produits vendus</b>                |             |             |
| Coût des produits vendus (détails à annexer)   | _____       | _____       |
| Commissions des vendeurs                       | _____       | _____       |
| <b>Bénéfice brut</b>                           | _____       | _____       |
| <b>Dépenses</b>                                |             |             |
| Fournitures d'atelier                          | _____       | _____       |
| Loyer  | _____       | _____       |
| Électricité/chauffage                          | _____       | _____       |
| Taxes, permis, assurances                      | _____       | _____       |
| Entretien équipement/matériel roulant          | _____       | _____       |
| Salaires administratifs et de ventes           | _____       | _____       |
| Avantages sociaux                              | _____       | _____       |
| Publicité et promotion                         | _____       | _____       |
| Frais de déplacements                          | _____       | _____       |
| Téléphone                                      | _____       | _____       |
| Fournitures de bureau                          | _____       | _____       |
| Honoraires professionnels                      | _____       | _____       |
| Frais bancaires                                | _____       | _____       |
| Intérêts sur emprunts                          | _____       | _____       |
| Amortissements (détails à annexer)             | _____       | _____       |
| Autres :                                       | _____       | _____       |
| <b>Total des dépenses</b>                      | _____       | _____       |
| <b>Bénéfice net (perte nette) avant impôts</b> | _____       | _____       |

## 7.4 Bilans prévisionnels

|   | <u>AN 1</u> | <u>AN 2</u> |
|---|-------------|-------------|
| <b>Actif</b>                              |             |             |
| <b>Actif à court terme</b>                |             |             |
| Encaisse                                  | _____       | _____       |
| Comptes à recevoir                        | _____       | _____       |
| Inventaire                                | _____       | _____       |
| Autre :                                   | _____       | _____       |
| <b>Total de l'actif à court terme</b>     | _____       | _____       |
| <b>Immobilisations</b>                    | _____       | _____       |
| Moins : amortissements accumulés          | _____       | _____       |
| <b>Total des immobilisations</b>          | _____       | _____       |
| <b>Total de l'actif</b>                   | _____       | _____       |
| <b>Passif</b>                             |             |             |
| <b>Passif à court terme</b>               |             |             |
| Emprunt bancaire                          | _____       | _____       |
| Comptes à payer                           | _____       | _____       |
| Partie courante dette à long terme        | _____       | _____       |
| <b>Total du passif à court terme</b>      | _____       | _____       |
| Passif à long terme                       |             |             |
| Dette à long terme                        | _____       | _____       |
| Autres :                                  | _____       | _____       |
| <b>Total du passif à long terme</b>       | _____       | _____       |
| <b>Total du passif</b>                    | _____       | _____       |
| <b>Avoir net</b>                          |             |             |
| Solde au début                            | _____       | _____       |
| Bénéfice net de l'exercice                | _____       | _____       |
| Retraits de l'exercice                    | _____       | _____       |
| <b>Total de l'avoir net à la fin</b>      | _____       | _____       |
| <b>Total du passif et de l'avoir nets</b> | _____       | _____       |

## 7.5 Ratios financiers

## **ANNEXES**

Annexe A -

Annexe B -

Annexe C -

# L'équipe entrepreneuriale(5)

Présenté par Stéphane Evanko

# Introduction

---

- ▶ Savez-vous que les bailleurs de fonds et les évaluateurs donnent une importance de près de :

- ▶ **50 %**

- ▶ À l'équipe entrepreneuriale?
- ▶ Lors de la rédaction d'un plan d'affaires, vous devez bien présenter vos **COMPÉTENCES ET VOS MOTIVATIONS** tout en démontrant votre capacité à vous lancer en affaires.

# Introduction

---

- ▶ Vous allez maintenant travailler sur votre 2e section de votre travail, soit l'équipe entrepreneuriale.
- ▶ Cette partie doit comprendre :
  - ▶ 3.1 Les compétences requises par rapport à votre occasion d'affaires.
  - ▶ 3.2 Les droits et les devoirs des actionnaires ou des associés.

## 3.1 Les compétences requises par rapport à votre occasion d'affaires.

---

- ▶ Cette section comporte :

- ▶ L'équipe entrepreneuriale doit décrire brièvement :

- ▶ Expérience de travail

- ▶ Scolarité

- ▶ **Toujours en établissant un lien avec votre projet d'affaires.**

- ▶ Vous devez également analyser vos forces et vos faiblesses au niveau de la gestion.

- ▶ Vous devez préciser vos tâches (MKTG, gestion ressources humaines, gestion financière, et opérationnelle). Qui fait quoi!

- ▶ S'il y a des faiblesses comment pensez-vous les combler?

## 3.2 Les droits et les devoirs des actionnaires ou des associés.

---

- ▶ **Cette section comporte :**
  - ▶ Selon votre forme juridique (qui est fort probablement une société en nom collectif), vous devez établir :
    - ▶ Les droits et devoirs des associés
    - ▶ Faire une description de toute convention signée ou à signer.

# Conclusion

---

- ▶ Oui, vous pouvez mettre un CV.
- ▶ Non, il n'est pas nécessaire que vous établissiez votre bilan financier, je ne suis quand même pas un bailleur de fonds!
- ▶ Dans la réalité : plus vous serez honnête et plus vous serez en mesure de faire face aux questions et aux problématiques.
- ▶ Vous devez vous connaître.

# L'analyse de votre marché.(6)

Présenté par Stéphane Evanko

# Introduction

---

- ▶ Qui va être votre client?
- ▶ Cette étape est cruciale.
- ▶ Ceci représente vos entrées de fonds!
- ▶ Cette section comporte :
  - ▶ 4.1 L'identification de la clientèle et l'évaluation des marchés
  - ▶ 4.2 L'analyse de la concurrence directe et indirecte
  - ▶ 4.3 Le choix stratégique
  - ▶ 4.4 L'évaluation finale de votre chiffre d'affaires.

## 4.1 L'identification de la clientèle et l'évaluation des marchés

---

- ▶ **Vous devez décrire votre client, c'est la segmentation!**
  - ▶ Âge, revenus, situation familiale, statut social, activité principale, etc.
  - ▶ Votre entreprise peut viser plusieurs marchés.
- ▶ **Vous devez connaître l'évaluation de la demande globale :**
  - ▶ Nationale, provinciale, régionale.
- ▶ **Vous devez connaître la demande pour votre marché cible.**
  - ▶ Région de St-Jérôme avec les critères de la segmentation. Ceci représente le marché que **VOUS VISEZ!**
  - ▶ Déterminer en \$ la demande dans votre marché.

## 4.2 L'analyse de la concurrence directe et indirecte.

---

- ▶ Dressez la liste de vos concurrents directs et indirects.
- ▶ Dressez la liste des forces et faiblesses de vos concurrents.
- ▶ Avec cette liste, comparez votre entreprise projetée. Vous allez peut-être ajouter des produits ou services. Vous allez peut-être même en enlever!
- ▶ Comment allez-vous vous démarquer de cette concurrence?

## 4.3 Le choix stratégique

---

- ▶ **JE SUIS ICI, ACHETEZ-MOI!**
- ▶ **Comment allez-vous atteindre votre marché cible :**
  - ▶ Avec un meilleur prix, un meilleur service, une qualité supérieure, une meilleure garantie, une valeur ajoutée incroyable, etc.
  - ▶ Mentionnez la force ou les forces de votre entreprise au niveau de votre stratégie. (ex. coûts d'exploitation bas, donc un prix plus bas).
  - ▶ Comment allez-vous entrer en contact avec vos clients?  
Comment allez-vous montrer que vous existez?
  - ▶ Pourquoi est-ce que votre produit ou service sera meilleur.
  - ▶ Vos concurrents vont-ils vous rentrer dedans? Vont-ils riposter?

## 4.4 L'évaluation du chiffre d'affaires

---

- ▶ Je sais, vous avez déjà fait cela, mais avec ce que vous venez de faire vous **DEVEZ** le préciser, le reste de votre plan en dépendra.
  - ▶ Ex.
    - ▶ Marché cible : tous les pêcheurs du Québec 1 million et 600 millions de dépenses dans tous les secteurs.
    - ▶ Les pêcheurs utilisant des appâts souples et achats totaux dans ce domaine : 300 000 et 85 millions en achats.
    - ▶ Les pêcheurs qui font des achats par internet : 100 000 pour 12 millions de dollars d'achats.
    - ▶ L'entreprise veut atteindre un chiffre d'affaires de 200 000.00 \$ soit 1,6 % du marché.
- ▶ Il est maintenant plus facile de prévoir la machine à \$.

# La localisation.(7)

Présenté par Stéphane Evanko

# Introduction

---

- ▶ Mais dou estce qué nous allonfersa?
- ▶ La localisation est importante pour des raisons:
  - ▶ D'efficacités et de coûts!

# Cette section doit comprendre

---

- ▶ **5.1 Le choix de la localisation et de l'emplacement.**
  - ▶ La localisation : région de St-Jérôme (dépends de votre marché cible)
  - ▶ L'emplacement : dans le parc industriel, dans un condo industriel de 10 000 pieds carrés. (Dépends de votre chiffre d'affaires).
- ▶ **5.2 Le sommaire des coûts de la localisation**
  - ▶ Les coûts de démarrage (bâtiment, installation. tablette, téléphone, affiche, etc.)
  - ▶ Les coûts fixes : loyer, taxes, entretien, assurances, amortissement.
  - ▶ Les coûts variables.

## Aussi

---

- ▶ Un site web est une localisation virtuelle.
- ▶ Vos expéditions peuvent également partir de chez vous!
- ▶ Soyez imaginatif.

# Le marketing(8)

Présenté par Stéphane Evanko

# Le marketing

---

- ▶ Le plan de marketing représente l'ensemble des moyens à mettre en œuvre pour atteindre les objectifs des ventes déterminés lors de votre analyse de marché.
- ▶ Pour rédiger cette section, vous vous servirez des résultats de votre étude de marché.
- ▶ **L'objectif de cette section est de décrire le plus précisément possible, la façon dont vous allez joindre votre clientèle et la convaincre d'acheter et de revenir acheter votre produit ou votre service.**

# Le marketing.

---

- ▶ 6.1 La description du produit ou du service.
  - A. Énumérez les produits ou les services offerts et donnez-en les caractéristiques physiques (taille, poids, emballage, couleur, formats, etc.)
  - B. Décrivez l'avantage de votre produit. Décrivez l'utilisation de vos produits ou de vos services, ce à quoi ils servent. Utilisez des termes comme : améliorer, faciliter, réduire ou augmenter afin de décrire la raison sous-jacente à l'achat. ATTENTION, les consommateurs n'achètent pas le produit, mais la résultante de son utilisation.
  - C. Désignez les avantages qui distinguent vos produits ou services de ceux des concurrents. Font-ils quelque chose que les autres ne font pas, le font-ils mieux ou font-ils plus?

# Le marketing

---

- D. Quels sont les objectifs visez pour chacun des produits ou services?
- E. Pour atteindre ces objectifs, quelle stratégie d'entrée sur le marché, et de croissant par la suite comptez-vous mettre en place?
- F. Quelle force ou dimension du produit allez-vous exploiter pour chacune des clientèles?

# Le marketing

---

## ▶ 6.2 Le prix de vente.

- A. Expliquez votre politique de prix. Comporte-t-elle une politique d'escompte ou de remise et une politique de crédit?
- B. Sur quelle base avez-vous, déterminez les prix, de vos produits ou services? Sur leur prix de revient? Sur le prix de la concurrence? Sur d'autres éléments? Sur une combinaison de ces facteurs?

# Le marketing

---

## ▶ 6.3 La publicité et la promotion.

- ▶ La publicité est l'ensemble des moyens que vous prendrez afin d'informer votre marché cible de votre arrivée sur le marché, de l'endroit où se situe votre entreprise, des produits ou des services que vous offrez et des avantages concurrentiels de votre entreprise.
- ▶ Vous devez songer à la préparation de votre première campagne publicitaire. Commencez par des objectifs qui se traduisent souvent par le nombre de personnes jointes par dollar dépensé.

# Le marketing

---

- A. Présentez vos objectifs publicitaires.
  - B. Préparez le message à transmettre. (Slogan)
  - C. Décrivez le contenu que vous voulez transmettre à votre marché cible. Exploitez vos avantages concurrentiels.
  - D. Je vous suggère fortement de préparer une publicité dans un hebdomadaire du coin. Ils sont efficaces et peu dispendieux, vous pouvez également utiliser l'affichage.
  - E. Allez-vous faire du marketing direct?
  - F. Allez-vous utiliser internet?
  - G. Allez-vous trouver des moyens de communication gratuits?
-

# Le marketing

---

- H. Présentez votre calendrier des activités de publicité et de promotion.
- I. Présentez les coûts de vos publicités.
- J. Spécifiez quel mécanisme vous vous proposez de mettre en place afin de contrôler le rendement de votre campagne de publicité et de promotion.

# Le marketing

---

## ▶ 6.4 La stratégie de distribution

- ▶ Il s'agit de déterminer où le marché cible s'attend à retrouver votre produit.
- ▶ Si votre entreprise en est une de service, votre lieu d'affaires EST votre lieu de distribution.
- ▶ Si votre entreprise produit ou distribue des services, vous devez répondre aux questions de la page 149 de votre livre de base.

# Le marketing

---

- ▶ **6.5 La politique de service après-vente et de garantie.**
  - ▶ Vous devez avoir une politique de service après-vente et de garantie si vous vendez des produits.
  - ▶ Si vous offrez des services, vous devez établir un programme relié à la satisfaction des clients.
    - A. Décrivez votre politique de service après-vente et votre politique de garantie.
    - B. Indiquez si ces politiques diffèrent de celles des concurrents et de quelle façon.

# Le marketing

---

## ▶ 6.6 Le sommaire des coûts de marketing.

- ▶ Le marketing amène l'eau au moulin. C'est votre créateur de demande, c'est le créateur des revenus.
- ▶ Le marketing implique des coûts vous devez les identifier:
  - ▶ Vous avez:
    - L'enseigne extérieure et la préparation de la vitrine.
    - L'impression de sacs ou d'emballages.
    - Les coûts de la campagne publicitaire d'ouverture de l'entreprise.
    - Les salaires de base, y compris les avantages sociaux.
    - Les dépenses mensuelles ou annuelles prévues pour la publicité.
    - Les salaires des techniciens ou des réparateurs nécessaires pour appuyer la politique de garantie et de service après-vente.
    - Les frais de déplacement engagés pour rencontrer les clients potentiels.
    - Les commissions sur les ventes des vendeurs ou les marges consenties aux membres du réseau de distribution.

# Le marketing

---

- Les remises consenties aux bons clients.
  - Les réductions et les soldes.
  - Les reprises de marchandises défectueuses, leur réparation ou leur échange.
  - Les frais liés à l'entreposage des produits finis.
  - Les frais d'expédition, de distribution et de transport.
- 
- ▶ Montrez le détail des coûts engagés pour réaliser le plan de marketing.
  - ▶ **POUR FACILITER VOTRE TRAVAIL, FAIRE LA LECTURE DE LA SECTION 6 DE VOTRE LIVRE, SURTOUT L'EXEMPLE À LA FIN.**

# Les opérations (9)

Présenté par Stéphane Evanko

# Les opérations

---

- ▶ Comment allez-vous fabriquer votre produit, rendre votre service ou vendre les biens de consommation offerts dans votre commerce?
- ▶ Il s'agit de prévoir les moyens matériels dont vous aurez besoin pour fonctionner.
- ▶ Vous devez démontrer que vous obtenez vos équipements de façon responsable (coûts et efficacité de vos opérations).
- ▶ Si vous êtes une entreprise de service, cette section sera brève.
- ▶ Si vous êtes une entreprise manufacturière ou qui vend des produits, cette section est primordiale pour votre organisation

# Les opérations

---

- ▶ L'objectif de cette section est de déterminer ce qui est nécessaire à la réalisation de la mission de l'entreprise en décrivant les installations, les aménagements et les équipements requis.

# Les opérations (au niveau manufacturier)

---

## ▶ 7.1 Les besoins en matériaux et en fournitures et leurs disponibilités.

- ▶ Déterminez les matières premières, les produits semi-finis et les fournitures requis pour démarrer l'entreprise. Évaluez pour chacun les quantités nécessaires et le coût total au démarrage. Discutez de leur disponibilité, tant en quantité qu'en qualité, de même que de leurs coûts.
- ▶ Discutez des programmes d'approvisionnement (achat), des délais de livraison, des stocks requis au démarrage et pour les opérations de l'entreprise. Discutez aussi de la possibilité d'économies d'échelle de grandes quantités.
- ▶ Désignez les principaux fournisseurs et discutez des règles du jeu dans le secteur. Existe-t-il plusieurs fournisseurs pour les matériaux envisagés ou, au contraire, dépendez-vous d'un fournisseur unique? Y a-t-il possibilité de substituer un matériau par un autre? Pouvez-vous vous engager à long terme ou avez-vous la possibilité de commander seulement lorsque vous en avez besoin?

# Les opérations (au niveau commercial)

---

- ▶ **7.2 Les besoins en biens à revendre et leurs disponibilités.**
  - ▶ Déterminez les biens à revendre de même que les quantités nécessaires pour répondre à la demande lors de l'ouverture de votre entreprise et des premiers mois d'activités de celle-ci. Évaluez aussi le coût total de la constitution de ces stocks de départ. Discutez de leurs disponibilités, tant en quantité qu'en qualité, de même que de leurs coûts.
  - ▶ Discutez des programmes d'approvisionnement, des délais de livraison, des stocks moyens requis, de la possibilité d'économies d'échelle à l'achat de grandes quantités.
  - ▶ Désignez les principaux fournisseurs et discutez des règles du jeu dans le secteur. Existe-t-il plusieurs fournisseurs pour les biens requis ou, au contraire, reposez-vous sur un fournisseur unique? Y a-t-il possibilité de substituer un bien par un autre? Pouvez-vous vous engager à long terme avec vos fournisseurs ou pouvez-vous acheter selon vos besoins?

# Les opérations (La technologie)

---

- ▶ **7.3 La description de la technologie utilisée et du processus de fabrication ou d'exploitation.**
  - ▶ Comment allez-vous gérer l'information dans votre organisation?
  - ▶ Décrivez la technologie utilisez pour offrir votre service ou pour fabriquer votre produit.
  - ▶ Décrivez vos processus de fabrication ou vos processus de prestation afin de rendre votre service.

# Les opérations (Le local)

---

## ▶ 7.4 L'aménagement du local et l'équipement requis

- ▶ Pour répondre à la demande, vous aurez besoin d'un local bien aménagé avec les équipements et les outils afin de réaliser vos différentes opérations.
- ▶ Faites la liste et une description de l'équipement et de l'outillage requis. Indiquez les sources d'approvisionnement, les quantités nécessaires, les délais de livraison. Indiquez si l'équipement et l'outillage sont neufs ou usagés et notez-en le coût.
- ▶ L'aménagement de votre local est crucial! S'il est bien fait, les opérations seront très efficaces!

# Les opérations (La GOP)

---

- ▶ 7.5 La gestion des opérations. Vous devez décrire votre système de gestion des opérations.
  - ▶ Décrivez votre système de planification et de contrôle de production, votre système de gestion des approvisionnements et de gestion des stocks, de même que votre système de contrôle ou d'assurance qualité.

# Les opérations (le sommaire)

---

- ▶ **7.6 Le sommaire des coûts du plan des opérations**
  - ▶ Vous pouvez maintenant faire le sommaire des coûts associés au plan des opérations. En ce qui concerne les frais de démarrage, vous pouvez y inclure plusieurs éléments comme ceux mentionnés à la page 167 de votre livre.

# Les opérations

---

- ▶ Vous devez lire l'exemple de la page 169 à la page 172 afin de faciliter votre démarche.

# Le volet écologique(10)

Présenté par Stéphane Evanko

# Le volet écologique

---

- ▶ **Votre projet présente-t-il des risques pour l'environnement?**
  - ▶ Votre plan d'affaires doit faire état des répercussions que l'exploitation de l'entreprise aura sur l'environnement et les moyens qui seront utilisés afin d'en contrer les effets négatifs.
  - ▶ Afin de vérifier les lois ou les règlements sur l'environnement qui pourrait s'appliquer à votre projet d'entreprise, communiquez au ministère de l'environnement ou consultez le site internet de ce ministère.

# Le volet écologique

---

- ▶ **8.1 Les risques écologiques et environnementaux**
  - ▶ Discutez des répercussions que l'exploitation de l'entreprise aura en matière de pollution de l'air, de l'eau, par le bruit ou par les déchets. Discutez des impacts tant à l'intérieur des murs de l'entreprise (approvisionnement, processus de fabrication) qu'à l'extérieur (utilisation et mise au rebut de votre produit, par exemple).
  - ▶ Discutez des plans mis en œuvre pour en éliminer les effets négatifs, tant à court terme qu'à long terme.

# Le volet écologique

---

## ▶ 8.2 Les organismes réglementaires

- ▶ En matière d'environnement, existe-t-il des lois ou des règlements s'appliquant à votre projet? Si oui, quels sont-ils? Quel sera l'impact de leur respect sur votre projet d'entreprise?
- ▶ Le cas échéant, expliquez comment votre projet s'inscrit dans une vision de développement durable, soit l'intégration des dimensions sociales, économiques et environnementales dans votre projet.

# Le volet écologique

---

- ▶ **8.3 Le sommaire des coûts du plan écologique.**
  - ▶ Faites le sommaire des coûts reliés au plan écologique.
  
- ▶ Je vous conseille fortement de lire l'exemple de la page 178 de votre livre.

# Les ressources humaines (11)

Présenté par Stéphane Evanko

# Les ressources humaines

---

- ▶ Ce n'est pas tous les projets qui nécessitent de la main-d'œuvre initialement et même dans les premières années d'opérations. Mais pour les autres ayant de plus grands projets, la main d'œuvre est essentielle!

# Les ressources humaines

---

## ▶ 9.1 Les besoins en main-d'œuvre.

### ▶ 9.1.1 La main d'oeuvre

- ▶ Il s'agit de déterminer le nombre de personnes requises et leurs qualifications afin de combler les postes.
- ▶ Relevez l'ensemble des tâches opérationnelles, techniques et administratives à exécuter.
- ▶ Déterminez les compétences requises pour accomplir les tâches.
- ▶ Discutez de la disponibilité de la main-d'œuvre dans le bassin local.
- ▶ Discuter de tout programme de formation à implanter.
- ▶ Établissez le niveau des salaires et les avantages sociaux (obligatoires et en surplus).
- ▶ Déterminez le coût global et unitaire, le cas échéant, de la main-d'œuvre requise pour produire le bien ou le service.

# Les ressources humaines

---

- ▶ 9.1 Les besoins en main-d'œuvre.
- ▶ 9.1.2 Les postes clés et la structure de l'entreprise.
  - ▶ Déterminez la structure de gestion de votre entreprise et nommez les personnes qui occuperont les postes clés dans l'organisation.
  - ▶ Présentez l'organigramme de l'entreprise et décrivez les postes clés.
  - ▶ Présentez les personnes qui occuperont les postes clés en faisant ressortir leurs connaissances, leurs expériences professionnelles et la complémentarité de leurs compétences. Incluez leurs CV en annexe.
  - ▶ Déclarez les salaires et les avantages payés à ces personnes, de même que tout plan de partage des propriétés de l'entreprise et le plan de partage des bénéfices.

# Les ressources humaines

---

- ▶ 9.1 Les besoins en main-d'œuvre.
- ▶ 9.1.3 La philosophie de gestion
  - ▶ Expliquez votre philosophie de gestion.
  - ▶ Privilégieriez-vous la participation de vos partenaires dans la prise de décision?
  - ▶ Laisseriez-vous vos employés participer à la gestion?
  - ▶ Qu'en sera-t-il du travail d'équipe?

# Les ressources humaines

---

## ▶ 9.2 Les organismes réglementaires

- ▶ Selon les normes de votre secteur d'activité, les employés seront-ils syndiqués ou non?
- ▶ Dans certains cas, la CSST oblige les entreprises à avoir un programme de santé et sécurité au travail, de former des employés à l'administration des premiers soins, etc. Si tel est le cas dans votre secteur d'activité, faites-en état.
- ▶ Discutez du programme de santé et sécurité au travail et du programme de formation.

# Les ressources humaines

---

- ▶ **9.3 Les investisseurs non actifs et le parrainage.**
  - ▶ Nommez tout investisseur qui ne participera pas à la gestion courante de l'organisation.
  - ▶ Indiquez la nature et l'importance de la participation de chacun.
  - ▶ Présentez tout parrain ou mentor et décrivez l'importance de sa contribution au succès de l'entreprise.

# Les ressources humaines

---

- ▶ **9.4 Le conseil d'administration ou le comité de gestion.**
  - ▶ Si vous avez choisi l'incorporation comme forme juridique, vous devez vous doter d'un conseil d'administration.
  - ▶ Si votre entreprise n'est pas incorporée, vous pouvez également former un CA, mais ce n'est pas obligatoire.
  - ▶ Présentez les membres qui composeront votre CA.
  - ▶ Faire ressortir comment chacun d'eux peut contribuer au succès de l'entreprise.

# Les ressources humaines

---

## ▶ 9.5 Les conseillers externes.

- ▶ Les consultants, les avocats, les fiscalistes, les ingénieurs, les comptables, etc.
- ▶ Faites mention des personnes retenues ou que vous retiendrez à titre de conseillers externes.

# Les ressources humaines

---

- ▶ **9.6 Le sommaire des coûts du plan des ressources humaines.**
  - ▶ Faites le sommaire des coûts reliés au plan des ressources humaines.
  
- ▶ Je vous conseille de lire l'exemple du livre de la page 190 à 191.

# Le développement de l'entreprise (12)

Présenté par Stéphane Evanko

# Le développement de l'entreprise

---

- ▶ Lié de près au plan de marketing, le plan de développement de l'entreprise a pour objet de déterminer le stade de développement du produit ou du service et de préciser les plans futurs de recherche et développement.
- ▶ Cette planification est importante pour vous, mais aussi pour les investisseurs qui voudront connaître le potentiel commercial à long terme de votre projet.

# Le développement de l'entreprise

---

- ▶ 10.1 Les objectifs à long terme et la croissance de l'entreprise.
  - ▶ Votre entreprise est en démarrage, mais vous devez penser à l'avenir, en effet, vous devez préciser les objectifs à atteindre pour les 5 ou 10 prochaines années; ce sont vos objectifs de croissance.
  - ▶ Ces objectifs sont par contre moins précis.
  - ▶ Il y a trois options de croissance :
    - ▶ Un nouveau marché avec un produit existant.
    - ▶ Un marché existant avec un nouveau produit.
    - ▶ Un nouveau marché avec un nouveau produit.

# Le développement de l'entreprise

---

- ▶ 10.1 Les objectifs à long terme et la croissance de l'entreprise (suite).
  - ▶ Quels sont vos objectifs de croissance?
  - ▶ Indiquez l'option choisie où vous comptez la mettre en application et la façon dont vous vous y prendrez pour y parvenir.
  - ▶ Il est possible, et très légitime que vous ne désiriez pas, actuellement, que votre entreprise connaisse une trop grande croissance.
  - ▶ Dans ce cas, indiquez plutôt le niveau de croissance qui vous satisfera; par exemple, lorsque l'entreprise aura atteint tel chiffre d'affaires ou telle rentabilité.

# Le développement de l'entreprise

---

- ▶ **10.2 Le développement futur du produit ou du service.**
  - ▶ Vous devez décrire ce que vous allez faire pour garder votre produit ou service compétitif.
  - ▶ Vous devez donc l'améliorer.
  - ▶ Vous devez donc introduire des nouveautés.
  - ▶ Indiquez les plans futurs pour les nouveaux produits ou services.
  - ▶ Discutez des possibilités d'obtenir des brevets ou d'enregistrer des marques de commerce pour ces nouveaux produits ou services.
  - ▶ Faites un état des coûts de recherche et développement que vous prévoyez, s'il y a lieu

# Le développement de l'entreprise

---

- ▶ **10.3 L'évaluation continue du marché.**
  - ▶ Vous devez rester à l'affût des besoins de votre clientèle.
  - ▶ C'est l'évaluation continue du marché ou « veille commerciale ».
  - ▶ Vous devez toujours être préoccupé par l'étude de votre marché et par la découverte de nouvelles occasions d'affaires.
  - ▶ Vous devez avoir un système permanent de collecte de données.
  - ▶ De quelle façon vous y prendrez-vous pour procéder à l'évaluation continue de votre marché? (La clientèle et la concurrence)?
  - ▶ De quelle façon vous y prendrez-vous pour procéder à l'évaluation continue de la technologie?

# Le développement de l'entreprise

---

- ▶ **10.4 Le sommaire des coûts de recherche et développement.**
  - ▶ Faites le sommaire des coûts reliés à votre plan de recherche et développement.
  - ▶ Afin de faciliter la préparation de cette section, vous devez lire l'exemple de la page 201.

# L'échéancier et la gestion des risques (13)

Présenté par Stéphane Evanko

# L'échéancier et la gestion des risques

---

- ▶ Connaissez-vous la loi de Murphy?
- ▶ Un projet d'affaires peut être sujet à des retards ou à de petits problèmes lors du démarrage.
- ▶ Cette section vous permettra de déterminer les principaux risques et problèmes qui pourraient survenir lors de l'implantation du projet et du démarrage de l'entreprise.
- ▶ La première étape de cette planification est la préparation du calendrier de réalisation du projet.

# L'échéancier et la gestion des risques

---

## ▶ 11.1 Le calendrier de réalisation

- ▶ L'établissement d'un échéancier fait partie de tout processus de planification.
- ▶ Dresser la liste des étapes importantes qui vous permettront de mener votre projet à terme.
- ▶ Établissez les échéanciers réalistes pour chacune des étapes à franchir.
- ▶ Présentez cet échéancier sous la forme d'un tableau en indiquant les tâches à réaliser, la date à laquelle elles devront être terminés ainsi que le nom de la ou des personnes responsables.
- ▶ Relevez les étapes qui pourraient s'avérer problématiques et discutez de leur impact sur la réalisation du projet.

# L'échéancier et la gestion des risques

---

- ▶ 11.2 L'obtention des permis et le respect des lois et règlements.
  - ▶ Dans votre échéancier de réalisation de projet, vous devez inclure une étape qui sera consacrée à l'obtention des permis nécessaires au démarrage et aux opérations.
  - ▶ Incluez l'obtention des permis et les inscriptions diverses à votre échéancier :
    - ▶ Permis d'affaires municipal
    - ▶ Inscription en tant qu'employeur, Commission des normes du travail, la CSST.
    - ▶ Inscription de l'entreprise dans les registres gouvernementaux et choix de la forme juridique.
    - ▶ La TPS et la TVQ
    - ▶ Lois et règlements particuliers au secteur d'activité
    - ▶ Autres informations pertinentes.

# L'échéancier et la gestion des risques

---

- ▶ 11.3 Le plan de gestion des risques et les solutions de rechange.
  - ▶ Il est important que votre plan d'affaires soit sans surprise, mais il comportera des risques que vous devez gérer.
  - ▶ Mieux vaut prévoir les risques.
  - ▶ Relevez les risques potentiels (retard sur les échéanciers, difficultés de trouver des clients, mauvaise segmentation de votre marché, difficultés de pénétration du marché, prix trop élevés, etc.,).
  - ▶ Énumérez les moyens pour les éviter et, s'ils ne peuvent l'être, élaborer les plans de rechange.

# L'échéancier et la gestion des risques

---

- ▶ 11.4 Le sommaire des coûts liés au respect des lois et des règlements, et à la gestion des risques.
  - ▶ Faites le sommaire des coûts reliés au plan de gestion des risques et à la mise en œuvre de l'échéancier de réalisation.
  
- ▶ Comme toujours, la lecture de l'exemple du livre facilitera le travail de préparation de votre plan d'affaires, il se trouve à la page 213 de votre livre.

# Les ressources financières (14)

Présenté par Stéphane Evanko

# Les ressources financières

---

- ▶ L'argent sera au rendez-vous? Je vous le souhaite!
- ▶ Le plan de ressources financières a pour objectif de démontrer la viabilité financière du projet d'entreprise et de déterminer les besoins de fonds dans le temps.
- ▶ Les plans financiers doivent être préparés pour trois scénarios.
  - ▶ Optimiste.
  - ▶ Réaliste.
  - ▶ Pessimiste.
- ▶ Le plan financier doit vous convaincre que votre projet est rentable.

# Les ressources financières

---

- ▶ Il doit persuader les créanciers éventuels.
- ▶ Il présente de façon formelle vos demandes financières aux investisseurs.
- ▶ Dans cette section vous devez présenter vos :
  - ▶ Prévisions financières.
  - ▶ La rentabilité de votre projet.
  - ▶ Les différents états financiers prévisionnels.

# Les ressources financières

---

- ▶ **12.1 Le bilan et les besoins financiers personnels**
  - ▶ NORMALEMENT, vous devez vous mettre à nue financièrement devant vos créanciers.
  - ▶ Vous devez NORMALEMENT, préparez le bilan et les besoins financiers personnels de chacun des membres de l'équipe entrepreneuriale.
  - ▶ MAIS POUR CE COURS, il n'est pas nécessaire de le faire.

# Les ressources financières

---

- ▶ **12.2 La préparation des états financiers prévisionnels**
  - ▶ Les états financiers prévisionnels comprennent :
    - ▶ Le bilan d'ouverture.
    - ▶ Les états des résultats.
    - ▶ Les mouvements de trésoreries.
    - ▶ Les bilans de fin d'année.
  
  - ▶ Avant de commencer la préparation des états financiers, vous devez établir les hypothèses de base.

# Les ressources financières

---

- ▶ 12.2 La préparation des états financiers prévisionnels
- ▶ 12.2.1 Les hypothèses de base
  - ▶ Vous devez préparer un sommaire de toutes les hypothèses à incidences financières dans les plans précédents.
    - ▶ Le chiffre d'affaires.
    - ▶ Tous les différents sommaires des coûts que vous avez préparés.
  - ▶ Faites la liste des hypothèses à incidences financières.

# Les ressources financières

---

- ▶ 12.2 La préparation des états financiers prévisionnels
  - ▶ 12.2.2 Le bilan d'ouverture ou les coûts de financement du projet.
    - ▶ Le bilan d'ouverture comprend :
      - Tous les biens et les stocks nécessaires.
      - L'argent dont vous avez besoin.
      - Pour financer:
        - Votre bâtiment
        - Votre SI
        - Les matières premières
        - Les biens à revendre
        - Les frais juridiques
        - Les honoraires professionnels
        - Les frais de recherche et développement
        - La publicité

# Les ressources financières

---

- ▶ 12.2 La préparation des états financiers prévisionnels
  - ▶ 12.2.2 Le bilan d'ouverture ou les coûts de financement du projet. (SUITE)
    - ▶ Le bilan d'ouverture décrit la façon dont vous comptez financer ces biens, ces stocks et cet argent.
    - ▶ Vous devez indiquer votre mise de fonds et les emprunts à faire.
    - ▶ Ensuite il faut emprunter, il existe trois possibilités
      - Le financement conventionnel, nos amies les banques et les caisses.
      - Le financement à risque, plus facile à obtenir, mais plus coûteux.
      - Le financement gouvernemental. Incroyablement varié.
  - ▶ Présentez le bilan d'ouverture de l'entreprise.

# Les ressources financières

---

- ▶ 12.2 La préparation des états financiers prévisionnels
- ▶ 12.2.3 L'état des résultats prévisionnels
  - ▶ L'état des résultats prévisionnels présente, sur une base annuelle ou mensuelle, les revenus et les dépenses.
  - ▶ Présentez l'état des résultats prévisionnels pour une période allant de trois à cinq ans.
  - ▶ Cet état est monté par mois la première année
  - ▶ Cet état est monté par trimestre la seconde année
  - ▶ Cet état est monté par année de la troisième à la cinquième année.

# Les ressources financières

---

- ▶ 12.2 La préparation des états financiers prévisionnels
- ▶ 12.2.4 Le budget de caisse.
  - ▶ Le budget de caisse rend compte des entrées et des sorties de fonds.
  - ▶ Le calcul des mouvements de trésorerie vous permet de savoir combien d'argent il restera dans votre compte entreprise, et ce, mensuellement.
  - ▶ Vous pourriez avoir besoin de fonds supplémentaires même si vous êtes en situation de profit (peu de ventes au comptant, beaucoup de crédit).
  - ▶ Présentez les mouvements de trésorerie pour la même période que l'état des résultats prévisionnels.

# Les ressources financières

---

- ▶ 12.2 La préparation des états financiers prévisionnels
- ▶ 12.2.5 Les bilans prévisionnels.
  - ▶ Présentez les bilans prévisionnels, par année, pour la même période que les autres états prévisionnels.

# Les ressources financières

---

## ▶ 12.3 L'analyse financière

- ▶ Cette section vous permet de prévoir le moment précis où votre entreprise ne fera ni perte ni profit, c'est le point mort.
- ▶ Elle sert aussi à préparer les ratios financiers de votre entreprise avec des entreprises en opération.
- ▶ Vous pouvez trouver ces ratios dans les statistiques financières publiées par Statistiques Canada, sur le site de Statistiques Québec et sur d'autres sites sur internet.

# Les ressources financières

---

- ▶ 12.3 L'analyse financière
- ▶ 12.3.1 Le seuil de rentabilité (ou point mort)
  - ▶ Voir exemple de la page 228 en classe.
  - ▶ Calculez et présentez le point mort.

# Les ressources financières

---

## ▶ 12.3 L'analyse financière

### ▶ 12.3.2 Les ratios financiers

- ▶ Le calcul des ratios financiers vous permet d'évaluer la santé financière de votre entreprise.
  - ▶ Ratio de liquidité.
  - ▶ Ratio de liquidité immédiate.
  - ▶ Ratio d'endettement.
  - ▶ Marge bénéficiaire brute.
  - ▶ Marge bénéficiaire nette.
  - ▶ Ratio de rotation des stocks.
  - ▶ Rendement du capital investi.
  - ▶ Retour sur investissement.

- ▶ Présentez les ratios (il n'est pas nécessaire de vous comparer avec ceux de votre secteur.)
-

# Les ressources financières

---

- ▶ **12,4 La recherche de financement**
  - ▶ Dressez la liste des sources de financement et des programmes d'aide ou de soutien technique auxquels vous pourriez avoir besoin.
  - ▶ Déterminez le montant et la nature du financement recherché, soit le capital ou les emprunts, en indiquant l'utilisation que vous vous proposez d'en faire.
  - ▶ Décrivez les contreparties offertes : garanties ou pourcentage de la propriété.

# Les ressources financières

---

- ▶ Finalement
- ▶ VOUS DEVEZ LIRE L'EXEMPLE À PARTIR DE LA PAGE 233.
- ▶ Afin de faciliter votre travail, vous devez utiliser EXCEL afin de préparer vos états financiers.
- ▶ Je vous suggère fortement de faire des alliances avec d'autres équipes de la classe.

# Conclusion et préparation finale de votre plan d'affaires. (15)

Présenté par Stéphane Evanko

# Conclusion et préparation finale de vote plan d'affaires

---

- ▶ Enfin, votre débroussaillage est terminé.
- ▶ Vous devez maintenant prendre toutes vos sections et en faire un document cohérent synthèse.
- ▶ Vous devez changer améliorer les parties précédentes avec toutes les informations obtenues pendant l'élaboration de votre plan d'affaires.
- ▶ Également, vous devez préparer adéquatement vote études statistiques pour votre cours de mathématique.
- ▶ Le document final doit être remis de façon électronique au [sevanko@videotron.ca](mailto:sevanko@videotron.ca) et vous devez également me remettre une copie papier au dernier cours.

## 1. Échéancier

| Semaine       | Sujets et échéanciers  | Evaluations |
|---------------|--|-------------|
| Section 1     | <ul style="list-style-type: none"><li>La description de votre projet. Date de remise : 19 février 2010.</li></ul>  | 10          |
| Section 2     | <ul style="list-style-type: none"><li>L'équipe entrepreneuriale et l'analyse du marché. Date de remise : 5 mars 2010.</li></ul>  | 10          |
| Section 3     | <ul style="list-style-type: none"><li>La localisation, le marketing et les opérations. Date de remise le : 26 mars 2010</li></ul>  | 10          |
| Section 4     | <ul style="list-style-type: none"><li>Le volet écologique, les ressources humaines, le développement de l'entreprise et l'échéancier et la gestion des risques. Date de remise le : 9 avril 2010</li></ul> | 10          |
| Section 5     | <ul style="list-style-type: none"><li>Les ressources financières. Date de remise le : 23 avril 2010</li></ul>  | 10          |
| Remise finale | <ul style="list-style-type: none"><li>Date de remise de votre plan d'affaires finale : Le 11 mai pour le groupe du mardi et le 13 mai pour le groupe de jeudi.</li></ul>                                   | 50          |