

# GUIDE

*Comment élaborer un*

**PLAN**

***D'AFFAIRES***

*Pour référence,*

*Remplir à titre de brouillon seulement*



# QU'EST-CE QU'UN PLAN D'AFFAIRES?

C'est un moyen :

- d'établir avec précision l'ensemble des éléments, des étapes et des prévisions de besoins de financement nécessaires à la réalisation de votre projet;
- de définir et de mesurer son marché;
- d'évaluer les coûts d'exploitation et;
- de démontrer la rentabilité de l'investissement.

On y décrit le passé, le présent et l'avenir rapproché de l'entreprise. C'est un rapport sur la provenance et l'utilisation des fonds, le personnel, la stratégie de commercialisation, les techniques de fabrication et la réglementation. Il doit être complet, structuré et basé sur des faits. Il importe alors au plus haut point d'y accorder une attention spéciale.

Le plan d'affaires constitue donc, en même temps, un support utile dans le cadre des relations avec les institutions financières et bancaires, les associés ou les actionnaires et les gouvernements.

## COMMENT UTILISER CE GUIDE

Le présent guide est composé de renseignements théoriques et de modèles pratiques des divers documents constituant votre plan d'affaires.

Pour l'utiliser efficacement, il vous suffit de lire chaque section et de sélectionner les questions ou les éléments de réponse qui s'appliquent à votre projet.

Une fois les questions sélectionnées, vous pouvez utiliser les espaces prévus à cet effet pour répondre à chacune des questions. Vous aurez dès lors un brouillon de votre plan d'affaires.

**La version finale de votre plan d'affaires devra être vérifiée, corrigée puis présentée en traitement de texte.**

Ce guide peut s'appliquer à **toutes les catégories d'entreprises** (manufacturières, commerciales, de service ou autres). Certaines informations peuvent donc être plus appropriées pour certaines catégories.

Soyez réaliste dans la formulation de votre projet; vos faiblesses tout comme vos forces doivent y apparaître. Nul n'est parfait et ça, les investisseurs le savent bien.

En terminant, n'oubliez pas que la réussite de votre projet ne dépend pas uniquement de la préparation d'un bon plan d'affaires; il vous faut aussi le mettre en exécution.

*N'hésitez surtout pas à nous consulter pour l'élaboration, la préparation et la finalisation de votre projet car nous sommes là pour vous aider.*

## Les conseils de rédaction du plan d'affaires

**Précision:** Faire un document qui ne laissera paraître aucune ambiguïté aux yeux du lecteur. Faites-le lire par un ami de confiance qui ne connaît rien du domaine d'activité de votre entreprise et questionnez-le sur sa compréhension de votre projet.

**Logistique:** S'assurer que le lecteur aura de la facilité à se retrouver dans le document. Insérez-y au moins une table des matières et numérotez les pages. Est-ce que le même ami lecteur, a pu s'y retrouver facilement?

**Cohérence:** S'assurer qu'il y a une adéquation des informations et des données financières tout au long du plan. Toutes les fois où des chiffres ou des calculs sont indiqués dans le plan d'affaires, allez vérifier si vous les avez bien transcrits au plan financier.

**Réalisme:** Se rapproche le plus possible du monde réel en effectuant les hypothèses et les scénarios financiers.

**Concision:** Mettre en annexe les analyses et les informations complémentaires et pertinentes que certains lecteurs voudraient consulter. Pour ce qui est des contrats, des documents de constitution, du curriculum vitae, etc., il faut aussi les mettre en annexe pour alléger le document.

**Fondement:** Les informations doivent s'appuyer sur des faits, des statistiques, des études, des opinions d'experts. De cette façon, vos conclusions seront crédibles puisqu'elles auront été tirées à l'aide de références neutres que tous les lecteurs ne pourront réfuter ou contester. Toutes vos décisions doivent être appuyées sur des faits, de façon à ce que vos lecteurs arrivent aux mêmes conclusions.

**À jour:** Le plan d'affaires est un document évolutif et non statique: révissez-le et apportez-y les correctifs nécessaires.

**TABLE DES MATIÈRES**  
**Exemple**

**Sommaire exécutif**

**1.- DIRECTION.....1**

## SOMMAIRE EXÉCUTIF

La section introductive d'un plan d'affaires est le sommaire. Il doit être accrocheur et soigneusement rédigé, puisqu'il agit à titre de synthèse et que plusieurs investisseurs ou banquiers ne liront que cette partie pour économiser de leur temps.

Donc, après avoir complété l'ensemble du plan d'affaires incluant le plan financier, revenez au sommaire exécutif et résumez brièvement, mais de façon concise (sur **une seule page** au maximum), votre projet.

En fait, il doit réunir les idées maîtresses de votre projet et susciter suffisamment d'intérêt chez le lecteur pour qu'il soit intéressé à lire le plan d'affaires au complet. Pour être efficace, le sommaire doit, en une ou deux pages au maximum, capter et maintenir l'attention. Soyez clair!

**DIRECTION** L'**idée d'affaires**, sa spécificité, les **forces du ou des promoteurs** en rapport avec votre projet. Qu'est-ce qui permet de croire que vous allez réussir?

**MARCHÉ** Les **caractéristiques** de vos produits et services pour répondre aux besoins de la clientèle cible et votre **stratégie marketing**.

**PRODUCTION** Les **besoins** en équipement et/ou **portrait des opérations** entourant l'exploitation de l'entreprise.

**RESSOURCES HUMAINES** Les **besoins de main-d'œuvre**, incluant celle du promoteur, pour répondre à la demande.

**PLAN FINANCIER** **Coût total du projet**, votre **mise de fond personnelle** et le **financement requis**. Et finalement, les **objectifs de ventes** en argent de l'an 1 et 2.

### **Conclusion**

Développer sur l'originalité du projet... sa particularité... bref, ce qui vous distingue de la compétition.

## **1.- DIRECTION**

Dans cette première partie du plan d'affaires, nous retrouvons une description de l'entreprise. Il faut inclure l'énoncé de la mission de l'entreprise, les objectifs que les promoteurs désirent atteindre et le calendrier des réalisations passées et futures.

### **1.1 Identification de l'entreprise**

Nom / raison sociale:

Adresse:

Municipalité:

Téléphone:

Site Web :

### **1.2 Identification du secteur d'activité économique**

L'activité principale de l'entreprise sera dans le secteur (identification de votre secteur selon la description usuelle du SCIAN), soit: commerce au détail ou en gros, manufacturier (fabrication, transformation), construction (neuf, rénovation), service (santé, loisirs, professionnel), etc.).

---

---

### **1.3 Description de l'entreprise**

Présentez votre projet d'entreprise dans son ensemble, vos produits et services, les points forts, les priorités.

---

---

---

---

### **1.4 Historique du projet**

Situez le projet dans le temps, faites la mise en contexte de la naissance de l'idée. Quelles sont les raisons et quand avez-vous décidé de partir en affaires dans ce domaine?

---

---

---

---

**1.5 Mission de l'entreprise**

Précisez la raison d'être qui démontre un idéal, une philosophie ou les valeurs importantes dans votre entreprise. Se référer à : <http://www.qualite.qc.ca/centre-des-connaissances/fiches-outils-detaillees/mission-valeurs-vision>

---

---

---

---

**1.6 Objectifs généraux**

Précisez vos buts dans le futur... Votre vision par rapport au futur de l'entreprise après un an d'opération, 5 ans et 10 ans. Ces données doivent être réalistes et mesurables. Exemples: faire connaître l'entreprise et développer un groupe de X clients réguliers, atteindre un chiffre d'affaires d'environ X\$, engager un nombre X d'employés, rembourser certains emprunts d'ici X années, développer le marché de l'exportation.

À court terme (1 ou 2 ans)\_\_\_\_\_

---

---

---

À moyen terme (5 ans)\_\_\_\_\_

---

---

---

À long terme (10 ans)\_\_\_\_\_

---

---

---



## 1.9 Structure organisationnelle de l'entreprise

### Structure juridique

Après avoir étudié les différentes structures juridiques, mentionnez votre choix ainsi que les avantages et inconvénients de votre choix.

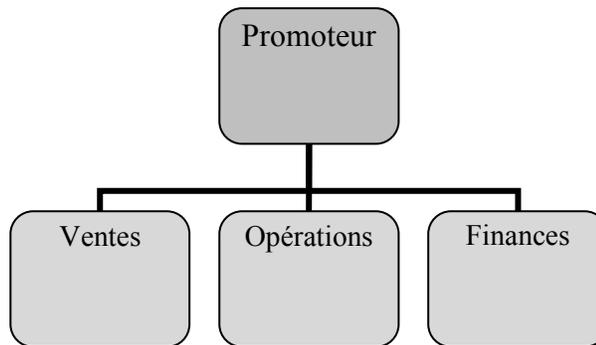
---

---

---

### Organigramme

Dressez une structure de responsabilités (qui répond à qui?). Conseil d'administration, direction générale, opérations, ressources humaines, ventes et marketing. Non nécessaire si le promoteur est seul dans l'entreprise pour les 2 premières années d'existence



### Les droits et les devoirs des promoteurs ou associés

Précisez la répartition des parts ou des actions dans l'entreprise. Nommez qui assumera les principales tâches au niveau administratif (gestion comptable, marketing, planification, etc.) et au niveau opérationnel (production, inventaire, livraison, etc.)

---

---

### Contrat d'associés ou convention d'actionnaires

Précisez si une entente écrite entre les propriétaires associés a été préparé et joignez-en une copie en annexe.

---

## 1.10 Analyse du risque

### Marché

Présentez le risque que représente le marché auquel on s'adresse. Expliquez le risque relié à la situation générale de votre industrie (stagnation, décroissance), de la situation concurrentielle (selon la présence de compétiteurs forts), la degré de difficulté pour faire une vente (délais, prix etc.) et tout autre facteur susceptible de vous empêcher de faire une vente.

---

---

### Opérations

Présentez le risque relié aux opérations de l'entreprise dans sa capacité de livrer le produit/service à sa clientèle. Identifiez d'autres sources d'approvisionnement en cas de problème avec le fournisseur principal ; Identifiez le personnel et les équipements critiques à votre travail et prévoyez comment réparer rapidement un bris d'équipement, remplacer, louer ou faire appel à un sous-traitant en cas de défaillance. Identifiez aussi tout autre facteur susceptible de vous empêcher de faire votre travail (votre état de santé, accident etc.).

---

---

### Finances

Présentez le risque relié au financement nécessaire pour assurer le succès à court et long terme de l'entreprise. Identifiez les sommes en argent que vous allez investir dans le projet, évaluez aussi votre capacité de réinvestir plus tard ; identifiez des sources de financement non-conventionnelles (argent de la famille par exemple). Détaillez la rentabilité de chaque vente faite en termes d'argent et de % de profit brut (Ex : une marge bénéficiaire brute faible doit être compensée par un grand volume de vente)

---

---

## 1.10 Consultants professionnels

Précisez le nom des personnes-ressources choisies, le titre professionnel, ainsi que le montant des honoraires. Exemples: comptable, notaire, avocat, etc. ajoutez le soutien d'un parrain ou d'un organisme.

---

---

## 2.- MARCHÉ / PLAN MARKETING

L'étude de marché permet de cerner avec précision le fonctionnement du secteur économique dans lequel l'entreprise va s'intégrer ainsi que la place qu'elle prendra dans ce secteur. Elle consiste à démontrer qu'il existe une clientèle suffisante pour atteindre vos objectifs de ventes, déterminer votre place dans le marché visé et démontrer que le marché n'est pas saturé.

Cette démarche facilite l'établissement du chiffre d'affaires prévisionnel et permet de répondre aux questions suivantes : Qu'est-ce que je vendrai ? Qu'est-ce qui est déjà offert ? Qui sont mes clients potentiels ? Y en a-t-il assez pour vivre de cette entreprise ? Il est essentiel de baser ces résultats sur des références neutres et reconnues, telles que des statistiques, des sondages, des articles de revues spécialisées ou de journaux, etc. Certains secteurs sont bien documentés, d'autres moins, dans le deuxième cas, il faudra plus d'effort pour répondre aux questions précédentes.

À titre d'exemple, consultez :

**Statistiques Canada** (<http://www.ic.gc.ca/eic/site/pp-pp.nsf/fra/accueil>),

**l'Institut de la Statistique du Québec** (<http://www.stat.gouv.qc.ca/>) et

**Comités Sectoriels de Main-d'œuvre du Québec** - Section « publications » (<http://www.comites-sectoriels.qc.ca/>)

### 2.1 ANALYSE DU MARCHÉ

#### 2.1.1 Secteur d'activité économique

Présentez un aperçu global du secteur d'activité économique de votre entreprise en élaborant les points suivants :

- Précisez le secteur d'activité de votre entreprise selon les classifications d'entreprises du code SCIAN
- Présentez la taille (en \$) du marché à l'échelle du pays et de la province
- Présentez si le marché est en croissance, stable ou en décroissance depuis les 5 dernières années.
- Tentez de cerner les nouvelles tendances qui vous donneraient un avantage face à votre compétition.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### 2.1.2 Marché cible

Le marché potentiel est un ensemble d'individus susceptibles de consommer un produit/service dans une zone géographique donnée. Il peut être exprimé en valeur ou en volume. Identifiez le territoire géographique où vous souhaitez vendre à votre clientèle. (Ex : le Haut-Richelieu). Quantifiez le nombre de clients qui seraient susceptibles d'acheter votre produit ou service dans ce territoire. Si vous avez réalisé une étude de marché, analysez et présentez les résultats du sondage ou des entrevues (nombre de participants, confirmation d'un intérêt pour le produit/service, volume d'achat, suggestions, conclusions).

---

---

---

---

---

### 2.1.3 Clientèle visée

Dressez le profil de votre clientèle-cible en déterminant ses caractéristiques spécifiques parmi les suivantes:

Type de clients – Qui achètera votre produit ou votre service? Comment rejoindre cette clientèle?

- Type d'individus = groupe d'âge, sexe, revenu, études, profession, lieu de résidence, etc (ex. les familles avec au moins un enfant et habitant dans le Haut-Richelieu)
- Type d'entreprise (grossiste, détaillants, industriels) = secteur d'activité, volume d'achat, procédures d'achat, personne responsable des achats etc.

Besoins et attentes du client visé

À quels besoins répondez-vous? Pourquoi achète-t-il ce produit ou service?

Le comportement d'achat

Présentez s'il s'agit d'un achat impulsif, routinier, réfléchi? Quelle est l'influence du prix, du style, de l'emplacement, des rabais? Quels sont les obstacles à la vente?

Précisez ces informations dans des paragraphes séparés pour chacune des clientèles différentes que vous viserez.

---

---

---

---

---

---

### 2.1.4 Estimation des ventes annuelles

Maintenant que vous avez évalué le marché potentiel pour votre produit/service, vous êtes en mesure de définir un chiffre d'affaires prévisionnel pour les prochaines années. Traduisez en chiffre de ventes ce que vous prévoyez atteindre comme part de marché.

Périodes	Pessimiste (\$) <sup>1</sup>	Réaliste (\$) <sup>2</sup>	Optimiste (\$) <sup>3</sup>
An 1			
An 2			
An 3			

Expliquez clairement vos hypothèses de calcul (comment vous êtes arrivés à vos chiffres de vente), l'évolution des ventes et les variations qui peuvent survenir durant l'année dû au cycle de la demande. Bref, quelle est votre base de calcul pour arriver à ces chiffres ?

---



---

## 2.2 ANALYSE DE LA CONCURRENCE

### 2.2.1 Identification et évaluation des concurrents

Identifiez vos principaux concurrents directs (vendent le même produit) et indirects (intermédiaire, produit connexe ou complémentaire), ainsi que leur localisation. Précisez leurs principales caractéristiques quant au prix, produits ou services, localisation, renommée, service après-vente, force de vente, etc. Finalement, présentez l'analyse de vos propres forces et faiblesses

Concurrent Direct	Clientèle visée	Produits / Services offerts	Échelle de prix	Forces (avantages)	Faiblesses
Concurrent Indirect	Clientèle visée	Produits / Services offerts	Échelle de prix	Forces (avantages)	Faiblesses
Mon entreprise	Forces				Faiblesses

**2.2.2 La spécificité de l'entreprise (F/F)**

Face aux forces et faiblesses identifiées précédemment (tant celles de vos concurrents que celles de votre entreprise), expliquez les stratégies qui vous donneront des avantages concurrentiels. Il faut énumérer les raisons qui font que le client achète votre produit ou votre service plutôt que celui du compétiteur. Exemple : viser un créneau spécialisé négligé par les concurrents, se doter d'un équipement permettant de faire ce que peu de concurrents peuvent faire, etc. Chaque argument supplémentaire vous permet de vous distinguer davantage pour attirer l'attention du client.

---

---

---

---

**2.3 Stratégie marketing (O/M)**

Présentez d'abord toutes les opportunités que vous avez identifiées et expliquez ensuite comment vos stratégies de produits, prix publicité et positionnement vous permettront de saisir ces opportunités. Ex : Un nouveau produit est disponible sur le marché et aucun concurrent ne l'a en tablettes ; prendre contact avec le fabricant et négocier une entente d'exclusivité du produit pour le territoire. Le réseautage est aussi un moyen peu coûteux de vous faire connaître du milieu des affaires de votre région.

---

---

---

**2.3.1 PRODUIT – Description du produit et/ou du service**

Décrivez les caractéristiques et avantages pour le client de chacun de vos produits et/ou services (En parlant de qualité, prix, originalité, exclusivité, utilité, performance, garantie, emballage, etc.)

Expliquez les obstacles à la vente potentiels de votre produit ou service. Que ferez-vous pour remédier à ces désavantages ?

---

---

---

---

---

---

---

---

### 2.3.2 PRIX – la gestion de prix

Présentez d'abord la liste complète des prix de vos produits ou services. Expliquez ensuite votre politique de prix, comment êtes-vous arrivé au prix ? (méthode détaillée pour faire vos soumissions à la clientèle). Si vous fixez un prix inférieur, comparable ou supérieur à celui des concurrents, expliquez comment vous pourrez le faire tout en demeurant rentable, en attirant la clientèle et en faisant accepter votre produit.

Expliquez votre service après-vente et la garantie que vous offrirez à votre clientèle.

Quelle sera la politique de crédit? Les conditions de paiement? La politique d'escompte et de rabais? La politique d'échange ou de remboursement?

---

---

---

---

---

---

---

---

### 2.3.3 PUBLICITÉ – Mise en marché, outils de promotion

Précisez les moyens de communication et les outils publicitaires (cartes d'affaires, papeterie, annonce journaux et revues, médias) que vous prévoyez utiliser pour faire connaître votre entreprise, vos produits et services.

Précisez également les activités promotionnelles auxquelles vous souhaitez participer ou visiter comme un salon, une exposition, un colloque, etc.

Pour chaque moyen choisi, demandez-vous si l'objectif de visibilité et de notoriété est atteint; l'important, c'est d'annoncer que l'on existe, dire ce que l'on fait et ensuite rappeler que nous existons toujours. Indiquez la fréquence à laquelle vous emploierez ces moyens. Ex : journal une fois par mois, salon une fois par année, matériel d'exposition une fois à vie etc.

	Outils et activités publicitaires	Fréquence	Coût annuel
1			
2			
3			
4			
5			
6			
	<b>Total</b>		

**2.3.4 POSITIONNEMENT – Réseau de distribution et stratégies de vente**

Indiquez quel type de canal de distribution vous comptez utiliser pour distribuer vos produits? Grossistes, distributeurs, vente directe, détaillants, magasins à rayons, magasins d'exclusivités, franchises, distributrices automatiques, etc.

Vendez-vous directement? Si oui, par quels moyens? Par un agent manufacturier, vente à domicile, catalogue, vendeur, vendeur à commission, etc.

Présentez aussi les partenariats stratégiques que vous allez conclure avec des entreprises déjà établies. Expliquez la nature de l'entente qui vous lie à ceux-ci pour assurer la durabilité de l'entente. Ex : Acheter toutes mes matières premières de X lorsqu'il me réfère des contrats, verser une commission à Y qui réfère de la clientèle etc.

---

---

---

---

---

---

---

### 3.- PLAN DE PRODUCTION/D'EXPLOITATION

Ce plan sera un portrait des opérations entourant l'exploitation de votre entreprise. Il vous faudra donc décrire le processus de fabrication utilisé, préciser quels sont vos besoins en équipement, matériaux ou fournitures, indiquer où vous vous procurerez ces derniers, comment vous aménagez votre local et quels sont les coûts associés. Il s'agit de préciser également à quel endroit sera située votre entreprise et d'indiquer pourquoi votre choix s'est arrêté sur celui-ci. Rappelez-vous que l'emplacement choisi et les aménagements engendreront des coûts fixes et variables qui devront, à leur tour, être inclus dans vos prévisions financières.

#### 3.1.1 Processus interne

Précisez les différentes étapes, les méthodes et les techniques utilisées dans vos processus internes. Expliquez votre capacité de production (volume annuel). Ex : Étape 1, contacter le client et fixer un rendez-vous (durée 10 minutes); Étape 2, rencontrer le client pour évaluer ses besoins et proposer nos produits / services (durée 1 à 2 heures) etc.

---

---

---

---

---

---

#### 3.1.2 Coûts de production / Marge bénéficiaire brute

Choisissez d'abord l'unité de mesure (ex. au pied carré, à l'unité, au 100 ml etc.) Identifiez toutes les matières premières, la main-d'œuvre et les fournitures nécessaires à la production en termes de quantité et de coûts. Il est essentiel de calculer tous les coûts, aussi minimes soient-ils pour s'assurer de la rentabilité de chaque vente.

**Prix de revient:** Coûts de fabrication (matières premières + main d'oeuvre) + coûts d'emballage + coûts de livraison + autres coûts. **Marge de profit:** prix de vente – prix de revient = marge de profit brute.

**Présenter les calculs détaillés en annexe.**

<b>Ex : Produit 1</b> Prix de Vente : 30.00\$	Matières Premières :	5.00 \$	17%
	Main-d'œuvre directe :	2.50\$	8%
	Autres fournitures :	7.50\$	25%
	<b>Total :</b>	<b>15.00\$</b>	<b>50%</b>
<b>Nom du produit</b> Prix de Vente : 0\$	Matières Premières :		
	Main-d'œuvre directe :		
	Autres fournitures :		
	<b>Total :</b>		

### 3.1.3 Heures d'ouverture et planification hebdomadaire

Planifiez vos heures d'ouverture ainsi que les diverses tâches administratives à accomplir sur une base régulière (Ex : démarchage de clients, achats, comptabilité, facturation, fabrication etc.).

	AM	PM	Soirée
<b>Lundi</b>			
<b>Mardi</b>			
<b>Mercredi</b>			
<b>Jeudi</b>			
<b>Vendredi</b>			
<b>Samedi</b>			
<b>Dimanche</b>			

---

---

### 3.1.4 Contrôle des stocks

Précisez les stocks d'inventaire de matières nécessaires avant l'ouverture et les coûts estimés.

Élaborez votre système de gestion d'inventaire (produits bruts et produits finis) ainsi que votre politique de réapprovisionnement. Consultez le lien suivant pour plus de détails : <http://www.infoentrepreneurs.org/fr/guides/controle-des-stocks-et-inventaire/>

---

---

---

---

### 3.1.5 Normes de qualité

On définit la qualité comme étant l'ensemble de propriétés et caractéristiques d'un produit ou service qui lui confèrent l'aptitude à satisfaire des besoins exprimés et implicites. Référez-vous au site suivant pour plus de détails : <http://www.qualite.qc.ca/>  
Définissez d'abord les normes de votre secteur, ainsi que vos méthodes internes d'instauration et de contrôle de la qualité. Ex : Normes ISO, LEED, HACCP etc.

---

---

---

---

### 3.2 L'APPROVISIONNEMENT

#### 3.2.1 Fournisseurs et sous-traitants

Identifiez vos principaux fournisseurs et sous-traitants de produits et services et expliquez les conditions particulières s'il en existe (produits, prix, délais de livraison et conditions de paiement).

Fournisseurs	Localisation	Type d'achat	Conditions
Sous-traitants	Localisation	Service rendu	Conditions

### 3.3 L'AMÉNAGEMENT

#### 3.3.1 Localisation et améliorations projetées

Décrivez les lieux de votre place d'affaires prévue au démarrage. Identifiez la grandeur des lieux, le coût mensuel et les raisons de votre choix.

Expliquez les améliorations locatives que vous devrez réaliser ainsi que leurs coûts.

Accessibilité, stationnement, environnement, frais de location, visibilité, caractère fonctionnel de l'intérieur de l'entreprise, achalandage, concentration de la clientèle-cible, présence ou absence de concurrents, prospérité du quartier, projets de développement, règlements de zonage, proximité des fournisseurs, coût des taxes, transport en commun, etc.

**Vous pouvez joindre un plan d'aménagement des lieux détaillé, en annexe.**

---

---

---

#### 3.3.2 Réglementations et permis

Il est de votre responsabilité de vous informer de toute loi, règlement ou permis nécessaire auprès des instances concernées et d'adhérer aux réglementations en place.

Présentez ici le détail des résultats de vos recherches (ex.: cartes de compétences, Environnement, permis municipal, permis de localisation, taxe d'affaires, TPS, TVQ, NEQ, exportation, etc.). Consultez le site suivant pour un outil de recherche :

<http://www2.gouv.qc.ca/entreprises/portail/quebec/recherche?lang=fr&x=permis>

---

---

---

### 3.3.3 Équipement requis (immobilisations)

Indiquez les équipements que vous avez déjà en main et que vous transférez à l'entreprise et inscrire sa valeur marchande. Précisez les coûts d'acquisition de tout nouveau matériel nécessaire au démarrage du projet d'affaires (**joindre les soumissions en annexe**). Le montant de ces deux colonnes forme le total des immobilisations.

Tableau des immobilisations		
Description	À acheter (\$)	En main (\$)
Immeuble		
- Terrain		
- Bâtiment		
- Améliorations locatives		
- Enseigne extérieure		
Sous-totaux	\$	\$
Matériel roulant		
- Véhicule		
- Remorque		
-		
Sous-totaux	\$	\$
Équipements		
- Équipement de production		
- Outils de production		
- Équipement de bureau		
- Mobilier de bureau		
Sous-totaux	\$	\$
Autres		
- Incorporation		
- Brevets		
Sous-Totaux	\$	\$
<b>Totaux</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>

Précisez les conditions particulières d'acquisition : achat, location, taux d'intérêt, durée, crédit-bail, troc, neuf ou usagé, disponibilité, etc...

---



---



---

#### 4.- LES RESSOURCES HUMAINES

L'objet de la section est de présenter l'équipe qui vous assistera dans l'accomplissement de votre travail sur un horizon de deux ans et de préciser certains détails associés à la gestion de votre personnel. Indiquez comment vous sélectionnerez vos employés, vous ajouterez des détails sur leurs postes et les tâches s'y rapportant, les compétences des personnes engagées dans votre entreprise, la formation que vous leur accorderez, les politiques salariales et le budget salarial annuel. N'oubliez pas de vous inclure dans cette section.

Consultez le site d'Emploi-Québec <http://imt.emploi.quebec.net> qui vous donnera les descriptions complètes des postes, tâches et salaires moyens.

##### 4.1 Main d'œuvre requise

Expliquez votre politique et vos besoins en personnel au niveau de l'administration, des finances, de la production et du marketing. Indiquer le nombre d'emplois créés au démarrage de l'entreprise et après deux ans d'opération (propriétaire inclus).

---

---

##### 4.2 Identification des postes de travail et tâches

Donnez le titre du poste, décrivez les tâches et les responsabilités de chacun.

---

---

##### 4.3 Qualifications de la main-d'œuvre

Énumérez les qualifications exigées: expérience, aptitudes, spécialisation, habiletés, etc. Indiquer le besoin d'entraînement et de formation.

---

---

##### 4.4 Budget salarial

Présentez pour chaque employé incluant le promoteur, le nombre d'heures travaillées, ainsi que le salaire prévu annuellement.

---

---

#### Fonctions du personnel

Titre d'emploi	Nombre Requis	Date embauche	Formation Requise	Heures / semaine	Salaire Annuel
Promoteur	1	début			

## 5.- LE PLAN FINANCIER

Une des sections les plus importantes de votre plan d'affaires sera le plan des ressources financières puisqu'il devra démontrer en quoi et comment votre projet d'affaires est rentable. Le plan financier sera complété à l'aide des informations, des coûts et des décisions prises dans les plans marketing, des opérations, des ressources humaines et de développement. Rappelez-vous que les investisseurs cherchent à voir le potentiel de l'entreprise et quand sera atteinte la viabilité financière. Les investisseurs ne cherchent pas nécessairement à voir des "gros chiffres" mais plutôt, des prévisions "réalisables" et crédibles.

### REEMPLIR PLAN FINANCIER EN FORMAT EXCEL.

#### 5.1 Bilan personnel du ou des promoteurs

Il doit y avoir autant de copies du bilan personnel que de promoteurs.

#### 5.2 Frais de Démarrage

C'est la liste des frais payés par le promoteur avant l'ouverture officielle. Vous devrez répartir tous les comptes dans le premier mois du budget de caisse de la première année.

#### 5.3 Liste des immobilisations

Utilisez le tableau complété de la [section 3.3.3](#).

#### 5.4 Coûts et financement du projet

Établissez le coût et le financement de votre projet, les deux montants doivent être nécessairement égaux. Identifiez clairement l'apport de chacun des promoteurs en termes d'argent, d'immobilisations et de stocks qui seront utilisés dans le cadre des opérations de l'entreprise.

**Besoins en fonds de roulement** Il est possible que certains mois une entreprise voit ses entrées de fonds insuffisantes pour couvrir ses sorties de fonds. Cette différence doit donc être prévue au coût du projet et sera déterminée à la préparation du budget de caisse. On suggère 3 mois de frais d'opération comme fond de roulement.

**Emprunt à court terme** La marge de crédit sert à financer une partie du besoin en fonds de roulement. Les institutions financières calculent généralement ce montant en fonction des comptes à recevoir et du niveau d'inventaire.

**Emprunt à long terme** Habituellement, ils servent à financer les immobilisations. Les périodes de remboursement varient selon le type de prêt, mais ne dépassent habituellement pas la durée de vie du bien acquis.

#### 5.5 Détails et source des revenus (2 ans)

L'étude de marché vous a permis de déterminer un volume de ventes. Dans le tableau des revenus, répartissez ces ventes par gamme de produits et/ou services, tout en tenant compte des conditions de paiement accordés à vos clients. Vérifiez avec la [section 2.1.4](#) pour que vos projections soient exactement comme le scénario réaliste. Faites aussi un rappel de vos hypothèses de ventes unitaires.

#### 5.6 Budget de caisse (2 ans)

Le budget de caisse indique, sur une base mensuelle, toutes les entrées et sorties d'argent. On peut ainsi voir l'évolution mensuelle de l'encaisse et de cette façon,

connaître d'un seul coup d'oeil, le moment où vous rencontrerez des insuffisances ou des surplus de fonds.

### **5.7 États des Résultats Prévisionnels (2 ans)**

L'état des résultats montre les revenus et les dépenses envisagés pendant l'année. Il vous permet donc de voir le bénéfice ou la perte résultant des opérations de votre entreprise.

Le coût des marchandises vendues représente le coût d'acquisition (pour l'entreprise de service ou commerciale) ou le coût de fabrication (pour l'entreprise industrielle) des produits qui ont été vendus au cours de la période de l'exercice financier

L'état des résultats sert à calculer les revenus bruts moins le coût des achats et des dépenses courantes pour donner le montant prévu de revenus nets avant impôts.

### **5.9 Bilan pro forma de l'entreprise (2 ans)**

Le bilan pour l'entreprise et le bilan personnel pour le ou les promoteurs fournissent un portrait de la situation financière à une date précise.