

GUIDE DE RÉDACTION DU PLAN D'AFFAIRES



CIE NOV

SERVICES AUX ENTREPRISES

PLUS DE RÉSULTATS POUR VOTRE CIE

DERRIÈRE CHAQUE CIE, IL Y A DES GENS NOVATEURS

CARACTÉRISTIQUES ESSENTIELLES

Le CLD de la MRC de L'Assomption considère que le plan d'affaires constitue un outil dont l'importance exige le respect de caractéristiques essentielles.

Le CLD s'attend donc à ce que tout plan d'affaires qui lui est soumis pour analyse possède les cinq qualités suivantes :

1) RIGoureux

- bien présenté :
 - dactylographié ou imprimé, pas de manuscrit,
 - français de qualité;
- les affirmations contenues sont appuyées par des exemples ou des références vérifiables;
- soumet des hypothèses réalistes qui situent le projet entre le meilleur et le pire des scénarios et qui identifient bien les risques potentiels;
- répond à toutes les questions que pourrait poser un partenaire;
- évite les éléments de contradiction.

2) CONVAINQUANT

- présentation attrayante du document;
- traduit l'enthousiasme du promoteur;
- décrit de façon réaliste les forces et les faiblesses du projet;
- propose des réponses réalistes aux risques potentiels identifiés;
- décrit l'expérience du promoteur dans un curriculum vitae à la hauteur.

3) BIEN ADRESSÉ

- le promoteur doit connaître le partenaire à qui il s'adresse de même que les critères d'admissibilité auxquels doit répondre son projet;
- joint une lettre de présentation personnalisée en fonction du partenaire à qui il s'adresse.

4) CONCIS

- sélectionne les bons mots et les bons tableaux;
- propose des phrases courtes et précises;
- se limite à ce qui est essentiel à la bonne compréhension du projet.

5) COMPLET

- répond à toutes les questions que pourrait poser un partenaire;
- couvre tous les sujets contenus dans la table des matières suggérée;
- décrit de façon précise toutes les opérations relatives à la réalisation du projet.

Ce qui importe, c'est que vous réalisiez votre plan d'affaires avec le plus d'exactitude et de réalisme possible.

Page couverture

Inscrivez le nom prévu de votre entreprise de même que son adresse d'affaires et vos coordonnées. Vous pouvez personnaliser votre page couverture ainsi que la mise en page de votre plan d'affaires. Soyez imaginatif afin d'attirer l'attention des lecteurs.

Table des matières

Elle est très importante. N'oubliez pas d'y inscrire le titre des principales parties de votre plan d'affaires ainsi que le numéro de la page correspondante.

Le CLD MRC de L'Assomption s'attend à ce que le plan d'affaires soit présenté selon la table des matières suivante.

1) LE PROJET	5
2) L'ENTREPRISE	5
2.1 COORDONNÉES DE L'ENTREPRISE	5
2.2 MISSION DE L'ENTREPRISE	5
2.3 OBJECTIFS DE L'ENTREPRISE	5
2.4 CALENDRIER DES RÉALISATIONS POUR LE DÉMARRAGE	6
2.5 ASPECTS JURIDIQUES DE L'ENTREPRISE	6
2.6 ASPECTS JURIDIQUES RELATIFS AU PROJET	6
3) LES PROMOTEURS	7
3.1 SOMMAIRE D'EXPÉRIENCE	7
3.2 SOMMAIRE DU BILAN PERSONNEL	7
3.3 RÉPARTITION DES TÂCHES	7
3.4 PERSONNES RESSOURCES	8
4) LE PLAN MARKETING	8
4.1 SERVICES ET PRODUITS	8
4.2 ANALYSE DU MARCHÉ	9
4.3 LES FACTEURS D'INFLUENCE (PESTEL)	9
4.4 CLIENTÈLE-CIBLE	9
4.5 CONCURRENCE	10

4.6	STRATÉGIE MARKETING	11
4.6.1	PRIX	11
4.6.2	PUBLICITÉ.....	11
4.6.3	PROMOTION	11
4.6.4	DISTRIBUTION	11
4.6.5	LOCALISATION.....	11
4.6.6	MISE EN MARCHÉ.....	12
5)	PLAN DE PRODUCTION ET D'EXPLOITATION	12
5.1	PROCESSUS ET CAPACITÉ DE PRODUCTION ET D'EXPLOITATION	12
5.2	AMÉNAGEMENT	12
5.3	ÉQUIPEMENTS.....	13
5.4	APPROVISIONNEMENT.....	13
5.5	SOUS-TRAITANCE.....	13
5.6	RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT	13
6)	PLAN DES RESSOURCES HUMAINES	14
7)	PLAN DE GESTION DES RISQUES	15
8)	PLAN FINANCIER	15
ANNEXES		
	CURRICULUM VITAE	18
	BILAN PERSONNEL	19
	FRAIS DE SUBSISTANCE.....	20
	ORGANIGRAMME.....	21

1) LE PROJET

Synthèse du projet en quelques lignes

Dans un ou plusieurs paragraphes, résumez votre projet d'affaires en répondant aux questions « Qui? », « Quoi? », « Où? », « Combien? », etc.

Exemples :

- Décrivez votre idée, son origine (ex.: idée née d'un hobby, d'une opportunité d'affaires identifiée dans votre milieu de travail etc.) et parlez du potentiel de votre projet.
- Présentez les promoteurs et leurs expériences reliées au projet.
- Identifiez vos besoins en financement, décrivez comment vous comptez utiliser ce financement et précisez ce que vous investissez vous-même dans l'entreprise.
- Faites ressortir les principales caractéristiques de l'entreprise.
- Mentionnez la date de démarrage prévue.
- N'oubliez pas que c'est ici un résumé des faits qui vendent le mieux votre projet.

2) L'ENTREPRISE

2.1 COORDONNÉES DE L'ENTREPRISE

Quel sera le nom de votre entreprise (raison sociale)?

Vous inscrivez l'adresse prévue du lieu d'affaires, le numéro de téléphone, le numéro de télécopieur et le courriel.

2.2 MISSION DE L'ENTREPRISE

En une phrase, vous résumez en quoi consiste votre projet, à quelle clientèle il s'adresse et ce qui le démarque des autres.

Exemple : Fabricant d'armoires haut de gamme en bois massif.

2.3 OBJECTIFS DE L'ENTREPRISE

Cette section résume le plan de match de votre entreprise réparti dans le temps. On devrait y retrouver les éléments suivants :

À court terme (moins d'un an):

- L'évolution du chiffre d'affaires de votre entreprise.
- La gamme de produits et services offerts.
- Votre marché géographique visé, votre clientèle cible (ses caractéristiques).

À moyen terme (entre 1 et 3 ans):

- L'évolution du chiffre d'affaires de votre entreprise.
- La gamme de produits et services offerts.
- Votre marché géographique visé, votre clientèle cible (ses caractéristiques).

À long terme (plus de 3 ans) :

- L'embauche de main d'œuvre.
- L'achat d'équipement.

- Tout autre événement ou action d'envergure pour votre entreprise (commandite d'événements, action publicitaire importante, participation à un salon, une exposition...).

2.4 CALENDRIER DES RÉALISATIONS POUR LE DÉMARRAGE

Vous devez énumérer toutes les tâches menant au démarrage de votre entreprise. Cette section est très importante, elle permet de s'assurer que vous n'avez rien oublié.

Exemple :

Étapes	À venir	Réalisé	Date
Incorporation ou immatriculation	X		01-05-2014
Choix de l'emplacement, location des espaces		X	
Financement	X		01-08-2014
Achat d'équipement, machinerie, etc.	X		01-08-2014
Aménagement du local	X		01-08-2014
Publicité	X		01-10-2014
Ouverture	X		01-10-2014
Permis		X	
Autres :			

2.5 ASPECTS JURIDIQUES DE L'ENTREPRISE

Dans cette section, vous indiquez quelle forme juridique vous avez choisi pour votre projet d'entreprise, quels sont les avantages et les responsabilités découlant de ce choix.

- Entreprise individuelle
- Société en nom collectif
- Entreprise constituée en société par actions (incorporée)

Joindre une copie de la déclaration d'immatriculation ou des lettres patentes si l'incorporation est déjà faite.

Dans le cas où votre entreprise compterait plus d'un sociétaire / actionnaire, veuillez inclure une copie de la convention des sociétaires / actionnaires en annexe. VOIR ANNEXES.

2.6 ASPECTS JURIDIQUES RELATIFS AU PROJET

Décrivez les permis que vous devrez obtenir et les lois (fédérales, provinciales, municipales) auxquelles vous devrez vous conformer.

Exemple :

<p>Permis :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Taxe sur les produits et services et taxe de vente du Québec (TPS/TVQ). • Permis municipaux d'occupation, d'affichage et tout autre permis exigé par la municipalité où se trouve votre lieu d'affaires. • Autres permis spécifiques à votre type d'entreprise (ex. : permis d'alcool, permis du ministère de l'Agriculture etc..)
<p>Lois et réglementations :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Loi sur les heures d'ouvertures.

- Loi sur l’affichage, et conformité de la raison sociale à la Charte de la langue française.
- Normes du travail.
- Normes environnementales à respecter.
- Assurances à contracter (ex. : responsabilités civiles, assurance feu, vol, vandalisme).
- CSST, Régie des rentes.
- Impôt sur le revenu (Québec, Canada)
- Toute autre norme et réglementation spécifique à votre champ d’activité.

N.B. : Pour plus d’information concernant les lois et permis relatifs à votre projet d’entreprise, vous pouvez communiquer avec :

- Communication Québec
- Services Canada (1-800-OCANADA)
- Votre municipalité

3) LES PROMOTEURS

3.1 SOMMAIRE D’EXPÉRIENCE

Dites en quoi vos expériences de travail, votre formation, vos passe-temps contribueront au succès de votre projet d’entreprise. Décrivez brièvement vos aptitudes et les qualités que vous avez acquises et qui vous seront utiles en tant qu’entrepreneur.

Vous devez aussi inclure votre curriculum vitae en annexe du plan d’affaires. VOIR ANNEXES.

3.2 SOMMAIRE DU BILAN PERSONNEL

Le bilan personnel permet de brosser un tableau des capacités en gestion des finances personnelles du promoteur. Les conclusions tirées de cet exercice permettent d’évaluer les aptitudes en gestion financière de l’entrepreneur au sein de sa future entreprise et sa solvabilité.

Dans le but d’alléger la présentation du plan d’affaires, vous n’avez qu’à y inscrire le total de l’actif, du passif ainsi que la valeur nette.

A = ACTIF TOTAL : _____ \$ B = PASSIF TOTAL : _____ \$

VALEUR NETTE (A-B) : _____ \$

- Le bilan personnel détaillé qui suit doit être ajouté en annexe. VOIR ANNEXES.
- Les frais de subsistance détaillés qui suivent doivent être ajoutés en annexe. VOIR ANNEXES.

3.3 RÉPARTITION DES TÂCHES

Vous devez énumérer les tâches qu’effectueront les promoteurs ainsi que les employés embauchés lors du démarrage de l’entreprise. Dans la répartition des tâches, assurez-vous de la complémentarité des promoteurs (exploitez les forces de chacun, évitez les doublons inutiles). Vous devez aussi couvrir toutes les fonctions vitales au bon fonctionnement de l’entreprise.

Les promoteurs :
Nom :
Tâches : (Ex. : tenue de livre, rencontre avec les clients, gestion des stocks, etc.)
Temps consacré :
Les employés :
Nom :
Tâches : (Ex. : accueil des clients, livraison des commandes, etc.)
Temps consacré :

Un organigramme peut être ajouté en annexe s'il s'avère pertinent (ex. : plus d'un promoteur, plusieurs employés). VOIR ANNEXES.

3.4 PERSONNES RESSOURCES

Dans cette section, vous nommez les gens de votre entourage qui peuvent vous aider ou vous conseiller au cours des premières années d'existence de votre entreprise.

Exemple :

Nom	Qualifications	Soutien pour
M. Tremblay	Avocat	Élaboration, convention des sociétaires
Mme Miron	Comptable agréée	Aide, gestion financière
M. Laroche	Entrepreneur	Conseil en gestion, marketing

4) LE PLAN MARKETING

Le plan marketing résume les stratégies que vous comptez utiliser pour occuper votre place dans le marché visé.

4.1 SERVICES ET PRODUITS

Pour mettre vos lecteurs en contexte, vous décrivez ici tous les produits et services que vous comptez offrir à votre clientèle à court et moyen terme.

- **Services offerts :**
Écrire de quel service il s'agit et bien le décrire à l'aide d'une courte définition
- **Produits vendus :**
Si vous vendez des produits, énumérez-les et donnez une courte définition de leur utilité. Advenant que votre liste de produits serait trop longue, vous pouvez identifier des catégories de produits et en donner une courte définition.
- **Service après-vente :**
Dites comment vous comptez vous y prendre pour vous assurer de la satisfaction et de la fidélité du client une fois le produit ou le service vendu.

4.2 ANALYSE DU MARCHÉ

D'après votre expérience personnelle et à l'aide de statistiques disponibles sur le domaine dans lequel vous allez évoluer, décrivez l'état actuel et l'évolution prévue du marché.

Dans votre analyse du marché, on devrait pouvoir répondre aux questions suivantes :

- Quels sont les temps morts et actifs de votre domaine d'activité?
- Prévoit-on une augmentation de la demande pour les produits et services que vous comptez offrir? Y a-t-il déjà trop de concurrents dans ce marché?
- Est-ce qu'il y a une pénurie ou un surplus de main d'œuvre dans ce domaine?
- Quelles sont les forces et les faiblesses de ce marché?

4.3 LES FACTEURS D'INFLUENCE (PESTEL)

Vous devez identifier les facteurs hors de votre contrôle qui peuvent influencer votre entreprise. Veuillez noter que ces facteurs ne s'appliquent pas nécessairement tous à votre entreprise.

Facteurs sociaux et démographiques

- *Habitudes de vie d'une population, coutumes, phénomènes sociaux, différentes habitudes d'achat.*
- *Nombre actuel de citoyens par catégorie d'âge, le sexe, la langue parlée, évolution prévue de l'âge de la population sur le territoire visé.*

Facteurs environnementaux

- *Lois sur la protection de l'environnement, retraitement des déchets, consommation d'énergie, etc.)*

Facteurs économiques

- *Taux de chômage actuel, croissance ou récession économique, revenu des habitants du territoire visé, évolution prévue des conditions économiques.*

Facteurs technologiques

- *Rythme d'évolution des technologies dans le domaine de l'entreprise, durée de vie des technologies employées.*

Facteurs politiques

- *Si l'entreprise exporte, influence de la situation et de la stabilité politique du pays sur les exportations.*

Facteurs légaux

- *Lois prévues d'ici un an qui viendraient modifier les règles du jeu dans le domaine visé.*

4.4 CLIENTÈLE-CIBLE

Décrivez vos clients par catégorie en commençant par la catégorie de clients qui contribue le plus à votre chiffre d'affaires.

Exemple :

Qui sont vos clients?

- Une entreprise : donnez ses caractéristiques.
- Un particulier : dites qui il est (son sexe, son âge, son revenu moyen, sa classe sociale, etc.)

Mentionnez les facteurs qui poussent les clients à acheter le type de produits et services que vous offrez.

Exemple :

Est-ce que les clients recherchent la qualité, une bonne garantie, un service personnalisé? Sont-ils prêts à payer plus pour obtenir plus de service et une meilleure garantie?

4.5 CONCURRENCE

Faites une description de votre concurrence. Analysez d'abord votre concurrence directe, c'est-à-dire les concurrents qui offrent les mêmes produits et services que vous.

Exemple :

Concurrence directe :
 Entreprise XYZ inc.
 1, rue Principale
 Maville (Québec)

Forces	Faiblesses
- Bonne réputation	- Publicité déficiente
- Personnel compétent	- Qualité du produit variable
- Bon service après-vente	- Prix trop élevé
- Bonne garantie	- Commerce mal situé

Analysez ensuite votre concurrence indirecte, c'est-à-dire les concurrents qui offrent des produits et services qui ne sont pas identiques aux vôtres et qui pourraient remplacer ceux que vous offrez.

Exemple :

Concurrence indirecte :
 Entreprise ABC inc.
 100, rue Principale
 Maville (Québec)

Forces	Faiblesses
- Bon rapport qualité/prix	- Publicité déficiente
- Personnel compétent	- Réputation à établir
- Commerce bien situé	
- Produits d'excellente qualité	

4.6 STRATÉGIE MARKETING

4.6.1 **PRIX**

Décrivez votre stratégie de prix : quel est le prix de vente de vos produits et services, quel est votre prix d'achat de ces produits. Dites comment vos prix se comparent à ceux de votre concurrence. Expliquez pourquoi vous avez choisi d'établir vos prix soit au-dessus, au-dessous ou à égalité de ceux de la concurrence.

POLITIQUE DE CRÉDIT

Décrivez votre politique de crédit, c'est-à-dire les délais de paiement et les escomptes que vous offrez à vos clients.

- Comment vous y prendrez-vous avec les retardataires?
- Vos concurrents ont-ils une politique semblable? si non, donnez-en les différences.

4.6.2 **PUBLICITÉ**

Énumérez les différents véhicules publicitaires que vous comptez utiliser. Mentionnez leur coût et leur fréquence d'utilisation.

Exemple :

Moyens	Coût	Fréquence
Journal local	200\$ / parution	6 fois par année
Cartes d'affaires	150\$ / 1000 cartes	1 fois par année
Enseigne	500\$	Coût de fabrication

4.6.3 **PROMOTION**

Dressez la liste des incitatifs que vous comptez offrir à vos clients pour les fidéliser.

Exemple :

Moyens	Description
Carte fidélité	Obtenez 20% de rabais lors de votre dixième achat
Forfaits	Économie à l'achat d'un forfait
Coupon rabais	5% remis avec tout achat de 50\$ et plus

4.6.4 **DISTRIBUTION**

- Donnez vos heures d'ouverture, décrivez votre service de livraison (délais, moyens de livraison utilisés).
- Décrivez ensuite toutes les étapes de la prise de contact du client avec votre entreprise jusqu'à ce que le client reçoive le bien ou le service.

4.6.5 **LOCALISATION**

- Donnez l'adresse de l'entreprise.
- Dites si l'entreprise est facile d'accès (est-elle située sur une grande artère?)
- Dites si l'entreprise est accessible aux handicapés, si le stationnement est adéquat.

4.6.6 MISE EN MARCHÉ

Sur quel(s) élément(s) de votre stratégie marketing misez-vous pour atteindre vos objectifs? Services et produits, prix, publicité, promotion, distribution, localisation?

Exemple :

Vous misez sur un produit haut de gamme et un service après-vente impeccable, avec un prix plus élevé que la concurrence. Vous vous différenciez donc de vos concurrents par la qualité de vos produits et services et par le segment de la clientèle que vous visez.

5) PLAN DE PRODUCTION ET D'EXPLOITATION

5.1 PROCESSUS ET CAPACITÉ DE PRODUCTION ET D'EXPLOITATION

- Identifiez les technologies particulières, les brevets, les accords industriels, les transferts de technologie ou les licences dont vous avez besoin.
- Identifiez votre séquence opérationnelle démontrant toutes les étapes de production à réaliser entre la demande du client et la livraison du produit ou service final
- Si cela s'applique, décrivez le temps de production pour chaque produit et la capacité de production.
- Par rapport à votre séquence opérationnelle considérez les variables suivantes :

Exemple d'unité de mesure :

Entreprise	Unité de mesure
Laiterie	Nombre de litres par jour
Bureau de permis de conduire	Nombre de permis par unité de temps
Restauration	Nombre de table par heure
Consultant	Nombre de contrat par unité de temps

Établissez vos délais de production ou d'exploitation ainsi que les délais de livraison.
Utilisez-vous des produits dangereux ou produisez-vous des rejets toxiques lors de la production?
Si oui, complétez l'annexe A à la fin du document.

Il faut permettre à l'investisseur et à vous-même de connaître le temps et le coût de mise au point du produit sur les tâches à effectuer et leur état d'avancement

- À quel stade se situe votre produit (recherche fondamentale, recherche appliquée, prototype, production, commercialisation)?
- Selon le cas, que reste-t-il à faire pour arriver au stade de commercialisation?
- Quel est le type et l'ampleur de l'assistance technique requise?

5.2 AMÉNAGEMENT

- Quel est l'espace total qui sera nécessaire pour l'aménagement de vos équipements et de votre bureau?
- Évaluez les coûts liés à l'aménagement et aux améliorations locatives que vous devez effectuer.

- Faites une liste des besoins en matériaux (incluant les prix) et le coût de la main-d'oeuvre pour effectuer les travaux dont vous aurez besoins pour effectuer les améliorations locatives (Demandez des soumissions pour effectuer les travaux d'aménagement).

5.3 ÉQUIPEMENTS

- Faites la liste des équipements déjà acquis et évaluez leur valeur marchande.
- Énumérez les équipements à acquérir avec leur prix d'achat et évaluez la différence de prix entre la location ou l'achat.
- S'il y a lieu, expliquez les fonctions des équipements acquis.
- À quel moment devrez-vous renouveler vos équipements?

5.4 APPROVISIONNEMENT

- Décrivez vos besoins en inventaire de matières premières et de produits finis requis.
- Évaluez les coûts des produits ou services achetés.
- Décrivez votre système de gestion des stocks (minimum-maximum)?
- Établissez la liste des principaux fournisseurs et les fournisseurs de réserve par catégorie de produits demandés.

Type*	Fournisseur	Délai de livraison	Délai de paiement

* Type : P = principal R = de réserve

5.5 SOUS-TRAITANCE

- Avez-vous à donner des activités d'entreprise à sous-traiter?
- Si oui, quelle est la réputation du sous-traitant? Depuis combien de temps est-il en affaires?
- Quelles sont ses délais de production ou de livraison?

5.6 RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

- Identifiez et décrivez vos objectifs à moyen et à long terme de recherche et de développement qui permettront d'améliorer la performance de votre entreprise.
- Identifiez les impacts de l'acquisition d'une nouvelle technologie ou de la gestion d'un nouveau projet par rapport à votre entreprise.

COMPOSANTES À RESPECTER LORS D'UNE RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT	
Structurelles et organisationnelles	Est-ce que la structure de l'entreprise permet de développer une nouvelle technologie?
Financières et comptables	Est-ce que l'impact financier du projet a été analysé?

	Est-ce que les ressources financières sont disponibles? Quels sont les programmes gouvernementaux existant en matière de recherche et développement?
Managériales	Est-ce que l'équipe de direction est prête à prendre des risques en recherche et développement?
Humaines	Possède-t-on le personnel nécessaire pour un tel projet? Doit-on former et entraîner le personnel par rapport aux nouvelles technologies et quel est le coût?
Techniques ou scientifiques	Est-ce que la nouvelle technologie introduite est compatible avec le système en place? En cas de bris, est-ce que les pièces techniques sont disponibles facilement?

6) PLAN DES RESSOURCES HUMAINES

L'entreprise doit posséder un système adéquat de gestion des ressources humaines permettant de recruter, d'améliorer et de retenir les ressources humaines essentielles à son développement, se traduisant au minimum par les activités suivantes:

Postes et définition des tâches

Pour chaque poste que vous comptez créer au cours des deux prochaines années définissez :

- les tâches spécifiques à réaliser;
- les qualifications et habiletés requises pour les exercer;
- la rémunération et les avantages sociaux qui y sont associés;
- la place du poste au sein d'un organigramme graphique définissant les liens d'autorité.

Recrutement et embauche

Un plan d'embauche constitue un élément important de tout plan d'affaires. Ce plan se résume essentiellement à trois questions :

- De quelles ressources humaines a-t-on besoin?
- Quand devra-t-on embaucher ces ressources humaines?
- Comment pourra-t-on rémunérer le personnel?

Évaluation et perfectionnement

Chaque employé doit être suivi en vue d'identifier rapidement les lacunes sujettes à amélioration. Un processus d'évaluation simple et efficace devrait permettre à l'entreprise d'évaluer régulièrement l'employé et son rendement. L'évaluation facilite l'amélioration du potentiel de chaque employé, la promotion des meilleurs employés ainsi que la rentabilité de l'entreprise. De plus, votre entreprise doit se doter d'un plan de formation qui lui permet d'améliorer la qualification de tous les employés. On retrouvera ici:

- un mécanisme systématique d'évaluation des employés

- une définition des besoins de formation
- des objectifs de formation
- un choix des moyens de formation à l'extérieur et en entreprise
- un calendrier et un budget des activités de formation
- un mécanisme d'évaluation du plan de formation

7) PLAN DE GESTION DES RISQUES

Un plan de gestion des risques est en quelque sorte un aide-mémoire permettant d'identifier les événements les plus susceptibles de mettre l'entreprise en péril. Il permet d'envisager les moyens pour faire face à ces risques. L'adoption de ce plan de gestion permettra à l'entreprise d'identifier tant les modes de prévention de certains risques que les modes d'intervention en cas d'urgence.

Les risques qui surviennent le plus couramment sont les suivants :

1. Risques provenant de l'environnement externe et non commercial

- Ralentissement voire récession économique;
- Changement aux lois ou règlements gouvernant son secteur d'activité;
- Mouvement ou courant d'options local ou national surgissant contre son produit ou son secteur d'activité;
- Changement technologique ou scientifique affectant le secteur d'activité voire les produits de l'entreprise.

2. Risques provenant de l'environnement interne de l'entreprise

- Défaillance du système de production de l'entreprise causant des accidents générateurs de préjudices envers les employés, le voisinage ou les consommateurs;
- Utilisation de matières dangereuses dans le processus de production;
- Organisation des employés en association ou syndicat hostile aux politiques de l'entreprise.

3. Risques commerciaux et financiers

- Délais importants dans l'obtention des autorisations requises pour démarrer l'entreprise;
- Irruption d'une concurrence directe ou indirecte inconnue au départ;
- Changement aux prévisions d'injection de capital par les actionnaires de départ.

8) PLAN FINANCIER

Vous avez déjà identifié plusieurs éléments financiers dans votre plan d'affaires. Cette dernière étape consiste à rassembler ces éléments et à élaborer un plan financier sur deux ans. Cette section sera complétée avec l'aide d'un conseiller du CLD MRC de L'Assomption.

Pour compléter cette étape, vous devez d'abord répondre aux questions suivantes :

Quel chiffre d'affaires prévoyez-vous pour votre première année d'activité? Pour votre deuxième année?

- Répartissez votre chiffre d'affaires sur les 12 mois de la première et de la deuxième année.
Exemple : janvier = 5% des ventes, février=15%, ainsi de suite.
- Dites quels sont les frais de démarrage prévu, c'est-à-dire les dépenses encourues jusqu'à l'ouverture officielle de l'entreprise :

Exemple :

Frais de démarrage	
Frais d'incorporation	900\$
Publicité « grande ouverture »	200\$
Honoraires professionnels	300\$
Permis	55\$
Assurances	800\$

Pour vos deux premières années d'activité, dites quelles seront vos dépenses de fonctionnement par mois.

Exemple :

Déboursés reliés à l'administration	Déboursés reliés aux ventes
Loyer	Frais de représentation
Assurances	Frais de voyage
Électricité et gaz	Frais de déplacement
Taxe d'affaires	Redevances
Taxes foncières	Autres
Permis	
Entretien	
Dépenses de bureau	
Télécommunications	
Honoraires professionnels	
Location d'équipement	
Association et abonnement	
Dépenses de congrès	
Perfectionnement	
Dépenses de véhicules	
Divers	

ANNEXES

CURRICULUM VITAE

Vous devez aussi inclure votre curriculum vitae en annexe du plan d'affaires. Voici les principaux éléments qu'on doit y retrouver :

Exemple :

Nom :			
Adresse :			
Téléphone(s) :			
Études, perfectionnement (commençant par le plus récent)			
Années	Institutions	Diplômes, spécialisations	
Expériences de travail (en commençant par le plus récente)			
Années	Employeurs	Fonctions	Résumé des tâches

BILAN PERSONNEL

Le bilan personnel détaillé qui suit doit être ajouté en annexe.

ACTIF		PASSIF	
Dépôt (caisse, banque)	\$	Emprunts bancaires	\$
Actions, obligations, assurances-vie (valeur rachat)	\$	Cartes de crédit	\$
Automobile	\$		\$
Immeubles (valeur marchande)	\$		\$
Autres éléments de l'actif :	\$	Hypothèques	\$
	\$	Autres dettes :	\$
	\$		\$
	\$		\$
TOTAL DE L'ACTIF	\$	TOTAL DU PASSIF	\$

Valeur nette (actif – passif) = _____ \$

Je certifie que les renseignements contenus dans ce bilan personnel sont véridiques.

Signature

Date

FRAIS DE SUBSISTANCE

Les frais de subsistance détaillés qui suivent doivent être ajoutés en annexe.

REVENU MENSUEL		DÉPENSES MENSUELLES	
Source de revenu « X »	\$	Loyer/hypothèque	\$
Autres revenus :	\$	Prêt étudiant	\$
	\$	Prêt automobile	\$
	\$	Assurance automobile	\$
	\$	Assurance Vie	\$
	\$	Nourriture	\$
	\$	Vêtements	\$
	\$	Autres dépenses :	\$
	\$		\$
	\$		\$
	\$		\$
	\$		\$
TOTAL DES REVENUS	\$	TOTAL DES DÉPENSES	\$

ORGANIGRAMME

Entreprise XYZ inc.

