

le centre d'entrepreneuriat

**ÉLABORER  
UN  
PLAN  
D'AFFAIRES**

[www.entrepreneurship.com](http://www.entrepreneurship.com)

**OCRI**

110, avenue Laurier O  
Rez-de-chaussé  
Ottawa (Ontario)  
K1P 1J1  
Tel : (613) 560-6081  
Fax : (613) 560-2102

le centre d'entrepreneuriat

# Table des matières

	Page
Introduction.....	4
La recherche .....	6
La planification.....	7
Le résumé.....	8
<i>(Gabarit) Le résumé.....</i>	9
Le profil de l'entreprise .....	10
<i>(Gabarit) Le profil de l'entreprise .....</i>	11
Le profil du secteur d'activité.....	12
<i>(Gabarit) Le profil du secteur d'activité.....</i>	13
Les produits et services .....	14
<i>(Gabarit) Les produits et services .....</i>	15
Le marché cible .....	16
<i>(Gabarit) Le marché cible.....</i>	17
La concurrence .....	18
<i>(Gabarit) La concurrence .....</i>	19
Les ventes et le plan de marketing .....	20
<i>La promotion des ventes .....</i>	20
<i>(Gabarit) La promotion des ventes .....</i>	21
<i>L'emplacement .....</i>	22
<i>(Gabarit) L'emplacement.....</i>	23
<i>Le prix.....</i>	24
<i>(Gabarit) Le prix.....</i>	25
Les fournisseurs .....	26
<i>(Gabarit) Les fournisseurs .....</i>	27
Les règlements.....	28
<i>(Gabarit) Les règlements .....</i>	29
Le plan de fabrication .....	30
<i>(Gabarit) Le plan de fabrication.....</i>	31
Le plan des ressources humaines .....	32
<i>(Gabarit) Le plan des ressources humaines .....</i>	33
Les états financiers – L'état de la situation financière et l'état des résultats .....	34
<i>(Gabarit) L'état de la situation financière et l'état des résultats .....</i>	35
Le budget de trésorerie.....	36
<i>(Gabarit) Le budget de trésorerie .....</i>	37



# Introduction

Qu'est ce qu'un plan d'affaires?

Pourquoi préparer un plan d'affaires?

Par où commencer?

Comment préparer un plan d'affaires?

Comment utiliser le plan d'affaires?

## Qu'est ce qu'un plan d'affaires?

Le plan d'affaires est une étude de faisabilité détaillée. Son élaboration constitue la première étape du lancement de votre petite entreprise. La préparation et la rédaction du plan sont aussi importantes que le document final.

Le plan vous aidera à devenir un spécialiste dans votre domaine et vous donnera les outils avec lesquels vous pourrez lancer, diriger et croître votre petite entreprise.

Le plan d'affaires est un document dynamique. Puisque chaque entreprise est unique, le plan devrait souligner cette qualité.

Chaque fois que vous élaborez un plan d'affaires, vous devenez meilleur en affaires.



## Pourquoi rédiger un plan d'affaires?

### Il vous trace la voie

- Il vous indiquera de quelle façon vous allez lancer et diriger votre entreprise au cours des trois à cinq premières années d'exploitation.
- Il vous motivera.

### Il vous permet d'évaluer la rentabilité du projet

- Votre entreprise sera-t-elle rentable?
- Votre entreprise sera-t-elle profitable?
- Aurez-vous besoin de financement?
- Que seront les obstacles à la réussite?

### Il vous aide à prendre de meilleurs décisions

- Le plan vous aidera à prévoir des problèmes.
- La cueillette d'information augmentera votre connaissance de l'industrie, ce qui vous aidera à prendre des décisions réfléchies.
- Le plan vous aidera à organiser votre recherche.

### Il vous permet d'évaluer la viabilité du projet

- Le plan inspirera les solutions avant que le problème arrive.
- Il soulignera ce qu'on s'attend de vous.
- Il identifiera vos forces et vos faiblesses.

### Il est un outil de gestion

- Le plan d'affaires est un guide. Il vous servira de carte routière et vous aidera à évaluer votre progrès.

### Il est un outil de vente

- Le plan évaluera la possibilité d'investissement lors de négociations avec des investisseurs, des partenaires et des institutions financières.

Votre bureau local de développement économique urbain peut vous aider à élaborer votre plan



## Par où commencer?

1. Regarder des exemples
  - Plan d'affaires interactif ([www.rcsec.org/pai](http://www.rcsec.org/pai))
  - Plans des banques à charte ([www.banqueroyal.com](http://www.banqueroyal.com))
2. Définir les objectifs du plan, identifier le lecteur cible et déterminer le plan d'action.
3. Prévoir le temps nécessaire pour compléter chaque étape.
4. Commencer votre recherche.
5. Organiser votre information.
6. Rédiger le plan
  - Établir la table des matières
  - Établir le lecteur cible
  - Utiliser du vocabulaire simple
  - Éviter le jargon
  - Identifier chaque section du plan
  - Qualité vs quantité
7. Demander de l'aide.

Photocopier et garder votre recherche – elle pourrait vous être utile dans l'avenir.



## La recherche

La recherche vous aide à augmenter vos connaissances, à prendre de bonnes décisions et à diriger votre petite entreprise vers le succès.

### Que comprend la recherche?

La recherche est la cueillette, le traitement et l'analyse d'information qui se rapportent au lancement et à l'exploitation de votre entreprise.

### Où faire la recherche?

#### A. Données secondaires

- Associations du secteur (Associations Canada)
- Résautage (Le regroupement des gens d'affaires)
- Journaux, revues, périodiques (base de données spécialisées – Ask Jeeves)
- L'internet – Industrie Canada ([strategis.ic.gc.ca](http://strategis.ic.gc.ca))
- Statistique Canada ([www.statcan.ca](http://www.statcan.ca))
- Annuaire commerciaux
- Bureaux de développement économique (Pages bleues, Expansion économique d'Ottawa à OCRI)

#### B. Données brutes

- Questionnaire/sondage – par téléphone, par poste, par courriel, par entrevue
- Groupe de consommateurs potentiels
- Échantillonnage
- Livres spécialisés

# Le plan d'affaires

La présentation du plan d'affaires peut varier. La mise en page change selon vos goûts et le but du plan et doit être conforme aux intérêts du lecteur cible. Modifiez le plan ci-joint selon vos besoins.



## 1. Table des matières

## 2. Résumé

## 3. Profil de l'entreprise

## 4. Plan de marketing

- Tendances du secteur
- Produits - services
- Marché cible
- Analyse de la concurrence
- Stratégie de marketing
  - ✓ Produit
  - ✓ Prix
  - ✓ Placement
  - ✓ Promotion

## 5. Plan d'exploitation

- Fournisseurs
- Plan de fabrication
- Règlementation en matières d'exploitation
- Ressources Humaines

## 6. Plan financier

- Frais de démarrage
- Prévisions de trésorerie
- L'État des résultats
- L'État de la situation financière

## 7. Annexes



Le résumé devrait être complète en dernier.

## Le résumé

### Qu'est ce que le résumé?

- L'objectif du résumé est de fournir au lecteur un aperçu général de l'entreprise.
- C'est un document qui met en évidence votre connaissance du domaine et qui démontre que tout investissement dans votre entreprise sera profitable et viable.

### Pourquoi cette information est-t-elle importante?

- Il est important d'élaborer une courte description de votre entreprise afin de capter l'intérêt du lecteur (partenaires, investisseurs potentiels, institutions financières).
- Un investisseur peut lire le résumé afin de déterminer si il doit lire le plan au complet. Le plan doit capter l'intérêt du lecteur et l'inciter à continuer sa lecture.

### Où prendre votre information?

- L'information retrouvée dans le corps du plan sert d'appui au résumé.
- Le résumé ne devrait pas présenter de l'information qui n'est pas expliquée dans le plan.

**(GABARIT) Le résumé****Quelle information dois-je inclure?**

Aperçu général de votre idée et de l'entreprise

---



---

**PLAN DE MARKETING**

Caractéristiques uniques du produit ou du service

---



---

Description du marché cible

---



---

Analyse de la concurrence

---



---

Stratégies de marketing

---



---

**PLAN D'EXPLOITATION**

Règlementation en matières d'exploitations

---



---

Résumé des fournisseurs

---



---

Vue d'ensemble de l'équipe de gestion – rôles et compétences

---



---

**PLAN FINANCIER**

Prévisions financières – profit/pertes anticipés, les besoins en matière de prêts et d'investissements

---



---

Apport du propriétaire

---



---



## Profil de l'entreprise

### Qu'est-ce que le profil de l'entreprise?

Le profil est l'énoncé de la mission, les objectifs visés, les renseignements sur l'emplacement et les produits ou les services offerts.



### Profil de l'entreprise - Modèle

<b>Forme d'entreprise</b>	Entreprise à propriétaire unique enregistrée en Mai 2001, dans la province de l'Ontario
<b>Propriétaire(s):</b>	Votre nom
<b>Nom commercial:</b>	Entreprise nouvelle
<b>Date de démarrage:</b>	Juillet 2001
<b>Heures d'ouverture:</b>	Lundi au vendredi 7 h à 18 h.
<b>Description de l'entreprise</b>	Fournisseur de produits pour garderie
<b>Adresse</b>	1520, chemin Untel Uneville (Ontario) X2X 2X2 Téléphone : (613) 000-0000 Fax : (613) 000-0001 Courriel : <a href="mailto:nom@entreprise.com">nom@entreprise.com</a> Site Web : <a href="http://www.entreprise.com">www.entreprise.com</a>
<b>Conseillers</b>	M A. Vocat Avocat 5200, chemin Untel Uneville (Ontario) X2X 2X0 (613) 000-0002

## (GABARIT) Profil de l'entreprise

### Quelle information dois-je inclure?

#### FORME D'ENTREPRISE

- Propriétaire unique
- Société en noms collectifs
- Société d'actions

#### PROPRIÉTAIRES/DIRECTEURS

---

---

#### Nom commercial

---

---

#### DATE DE DÉMARRAGE

---

---

#### HEURES D'OUVERTURE

---

---

#### PRODUITS/SERVICES

---

---

#### ADRESSE

---

---

---

---

#### PERSONNE CONTACT

---

---

#### CONSEILLERS

Avocat:

---

---

---

---

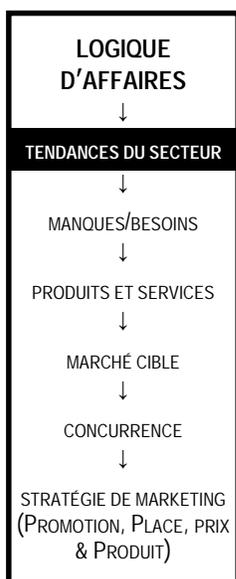
Comptable:

---

---

---





De nouvelles occasions se présentent au fur et à mesure que les industries développent, croissent et décroissent.

Une étude des tendances locales vous sera plus utile qu'une étude global ou au niveau de l'Amérique du Nord.

## Vue d'ensemble des tendances du secteur

### Que comprend cette vue d'ensemble?

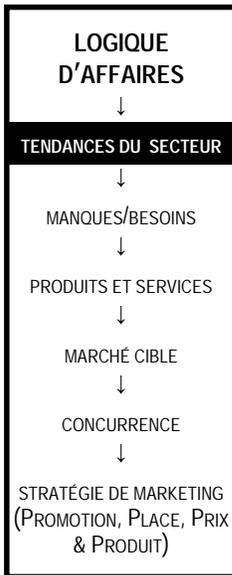
- C'est une analyse du secteur et de l'économie dans laquelle vous exploiterez votre entreprise. Elle démontre vos connaissances des tendances, des caractéristiques et des possibilités de succès déterminants dans ce secteur. Prenez en considération le passé, le présent et le futur de votre domaine.
- Une tendance est l'évolution probable dans un sens déterminé par l'évolution antérieure (dictionnaire Hachette).

### Pourquoi cette information est-elle importante?

- Les tendances d'un secteur permettent d'identifier des occasions d'affaires et de créer un produit ou un service qui comblera les besoins de votre marché cible. Il devrait avoir un lien entre les tendances du secteur et votre produit ou service.
- Les tendances peuvent fournir de l'information qui aidera votre entreprise à devenir compétitive. Ces mêmes tendances vous aideront à créer de nouveaux produits/services et de nouvelles stratégies pour la croissance.
- Les tendances vous permettront de prévoir la vie de votre produits. Tous les produits suivent la courbe du cycle de vie. Savoir où votre produit ou service se situe sur cette courbe vous aidera à déterminer votre plan de marketing et votre stratégie de promotion.

### Par où commencer votre recherche?

- Statistique Canada ([www.statcan.ca](http://www.statcan.ca))
- Revues professionnelles
- Bases de données
- Facteurs économiques – inflation, taux de chômage
- Industrie Canada ([strategis.ic.gc.ca](http://strategis.ic.gc.ca))



## (GABARIT) Vue d'ensemble des tendances du secteur

### Quelle information dois-je inclure?

**LES TENDANCES DES ENTREPRISES OU DES CONSOMMATEURS QUI VOUS OFFRENT DES DÉBOUCHÉS, ET QUI DÉCOULENT DES CHANGEMENTS DANS LES FACTEURS SUIVANTS:**

Facteurs sociaux

---



---

Facteurs économiques

---



---

Facteurs démographiques

---



---

Facteurs environnementaux

---



---

Facteurs technologiques

---



---

Facteurs politiques

---



---

**UNE ÉTUDE DES TENDANCES DU PASSÉ, DU PRÉSENT ET DE L'AVENIR:**

---



---



---

**FACTEURS DE SUCCÈS DÉTERMINANTS:**

---



---



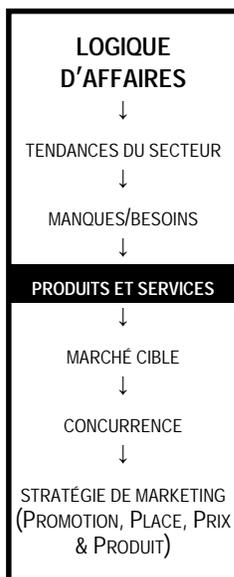
---

**LA GRANDEUR DU SECTEUR, LES OBSTACLES AU SUCCÈS:**

---



---



## Produit ou service

À l'occasion, il est possible que vous n'offrez non seulement un produit ou un service, mais les deux.

La définition de votre produit ou de votre service changera plusieurs fois au cours de votre planification. Cette première définition ne sera certainement pas la dernière.

### Que comprend cette section?

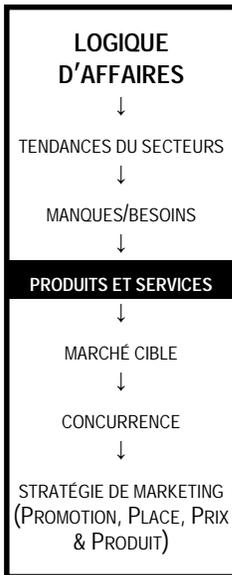
- Cette section décrit les caractéristiques et les avantages de votre produit ou service et à quoi il servira. Vous devez expliquer votre AMC – avantage marginal sur la concurrence.

### Pourquoi cette information est-t-elle importante?

- Votre entreprise découle du produit/service que vous offrez. Vous devez pouvoir le décrire de façon simple, claire et précise.
- Une fois l'analyse des tendances du secteur complétée, vous pourrez déterminer les besoins du domaine.
- Si vous vous concentrez sur l'offre exclusive de votre produit, vous pourrez mettre en évidence les avantages que procurent les produits/services que vous offrez par rapport à ceux de la concurrence.

### Par où commencer votre recherche?

- Analyse de la concurrence
- Recherche principale
- Fournisseurs



## (GABARIT) **Produit ou service**

### **Quelle information dois-je inclure?**

Quelle est l'offre exclusive?

---



---



---

Que sont les caractéristiques du produit ou du service?

---



---



---

Que sont les avantages de ses caractéristiques?

---



---



---

Où se situe votre produit/service par rapport à celui de la concurrence?

---



---



---

Que faites-vous de différent?

---



---



---

Quelle est l'historique de ventes de ce produit ou service?

---

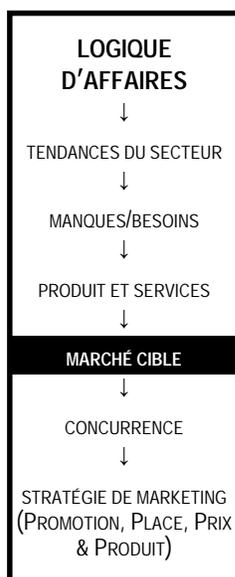


---



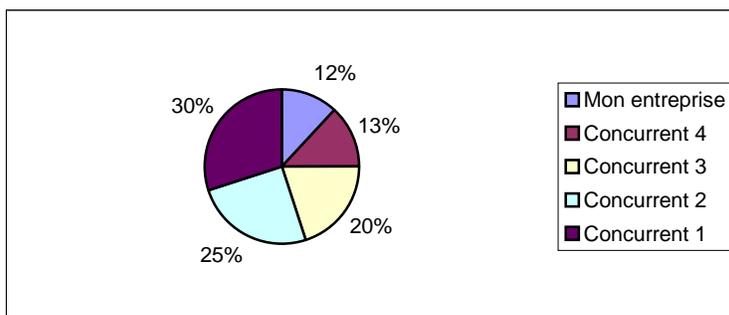
---

Ajouter des photos ou diagrammes (si possible).



## Marché cible

Quelle part du marché pouvez-vous capter?



## Qui est votre marché cible?

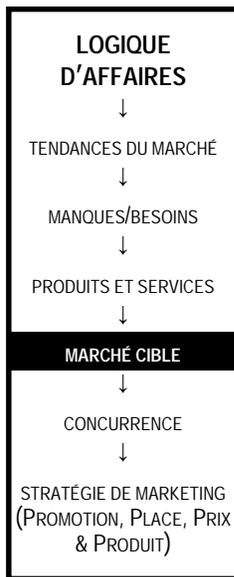
- Le marché cible est un groupe de clients potentiels qui a besoin de votre produit/service et qui est prêt à payer pour se le procurer.
- Le marché cible peut être soit une entreprise privée, soit un consommateur direct.
- Vous pouvez avoir plus d'un marché cible. Il est commun d'avoir un marché cible principal et plusieurs marchés secondaires.

## Pourquoi cette information est-elle importante?

- Connaître la taille du marché vous aidera à prévoir vos ventes pour vos prévisions de trésorerie.
- Existe-t-il un marché suffisamment vaste pour soutenir vos produits/services et générer un profit?
- L'étude du marché identifie les stratégies qui permettront de vendre à l'intérieur de ce marché.

## Par où commencer votre recherche?

- Statistique Canada ([www.statcan.ca](http://www.statcan.ca))
- Industrie Canada ([strategis.ic.gc.ca](http://strategis.ic.gc.ca))
- Internet
- Sondage, groupe-cible, entrevue, analyse de la concurrence



## (GABARIT) **Marché cible**

### Quelle information dois-je inclure?

#### STATISTIQUES DÉMOGRAPHIQUES SUR LE CONSOMMATEUR

Âge \_\_\_\_\_

Revenu \_\_\_\_\_

Sexe \_\_\_\_\_

Situation de famille \_\_\_\_\_

Nombre d'enfants \_\_\_\_\_

Travail \_\_\_\_\_

Emplacement \_\_\_\_\_

Habitudes de consommation \_\_\_\_\_

#### STATISTIQUES SOCIALES

Style de vie \_\_\_\_\_

Que lisent-ils? \_\_\_\_\_

Quels besoins votre produit comble-t-il? \_\_\_\_\_

Qui est le consommateur principal? \_\_\_\_\_

#### STATISTIQUES DÉMOGRAPHIQUES SUR LES ENTREPRISES

Nombre d'entreprises \_\_\_\_\_

Emplacement \_\_\_\_\_

Habitudes de consommation \_\_\_\_\_

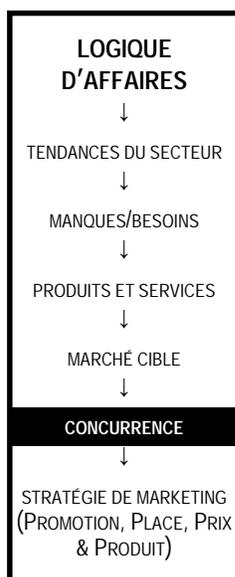
Taille de l'entreprise \_\_\_\_\_

Qui est l'acheteur principal? \_\_\_\_\_

#### STATISTIQUES SOCIALES SUR LES ENTREPRISES

Quels facteurs influencent les achats? \_\_\_\_\_

Quels besoins votre produit ou service comble-t-il? \_\_\_\_\_



## Analyse de la concurrence

### Qu'est-ce que l'analyse de la concurrence?

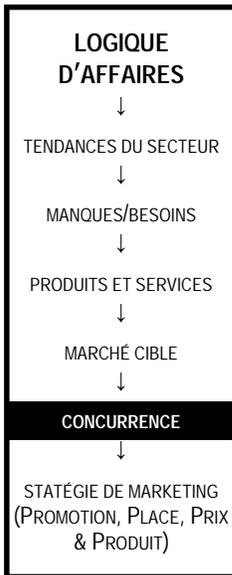
- C'est une analyse de la concurrence directe et indirecte.
- L'analyse doit identifier les points forts et les points faibles de votre concurrence.
- La concurrence indirecte n'offre pas les mêmes produits/services, mais fait concurrence pour la même part du marché.

### Pourquoi cette information est-elle importante?

- Vous pouvez distinguer votre entreprise de celle de vos concurrents si vous savez comment ils établissent leur prix, déterminent leur marché cible et leur stratégie de promotion.
- Une bonne compréhension du milieu concurrentiel peut vous aider à identifier les marchés qui ne sont pas encore visés.
- Vous pouvez découvrir beaucoup en ce qui a trait aux intérêts de votre marché cible si vous comprenez les raisons qui expliquent le succès de vos concurrents.

### Par où commencer votre recherche?

- Faites une visite chez vos concurrents, observez leur emplacement, leurs clients, leurs employés et leur politiques de service à la clientèle.
- Consultez leurs clients et fournisseurs
- Regardez leur publicité – pages jaunes, site web, dépliants



## (GABARIT) Analyse de la concurrence

### Quelle information dois-je inclure?

#### VOS CONCURRENTS

Heures d'ouverture

---

Nombres d'années en affaire

---

Description du produit/service

---



---



---



---



---



---



---



---

Profil du client cible

---

Prix

---

Marketing/publicité

---

Forces/faiblesses – pourquoi les clients achètent-ils leurs produits?

---



---



---

Opportunités/contraintes pour votre entreprise

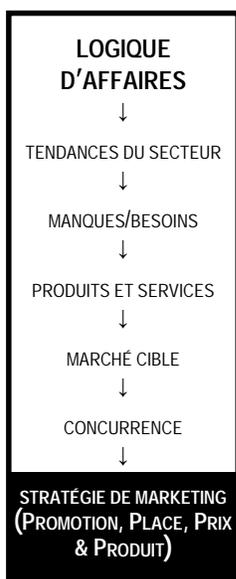
---



---



---



Un peu de bon sens, une bonne étude du marché et une concentration sur le service à la clientèle sont les éléments indispensables à une bonne stratégie de marketing.

Votre pub doit attirer votre marché cible.

## Stratégie de marketing - **Stratégie de promotion**

### Qu'est-ce qu'une stratégie de promotion?

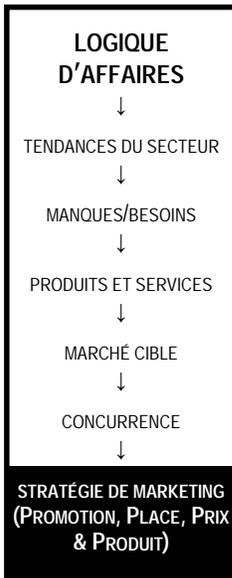
- Cette stratégie comprend les méthodes avec lesquelles vous allez communiquer avec votre marché cible.
- Il est important d'avoir un plan d'action qui inclut l'horaire des activités de promotion, les coûts de promotions et les objectifs à atteindre.

### Pourquoi cette information est-elle importante?

- Une nouvelle entreprise doit créer une conscience de son produit/service.
- C'est un élément important de votre stratégie de marketing.
- L'horaire des activités de promotion aura un effet direct sur vos prévisions de trésorerie, vos recettes de caisses et vos déboursements.

### Par où commencer votre recherche?

- Profils des petites entreprises ([sme.ic.gc.ca](http://sme.ic.gc.ca))
- Contactez:
  - ✓ Agences de publicité
  - ✓ Radio
  - ✓ Journaux
  - ✓ Publipostages (Poste Canada)
- Faites une revue des documents de promotion de vos concurrents.



Vous devez choisir plus d'une façon de rejoindre votre marché.

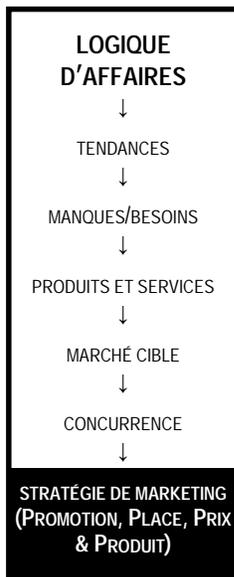
## (GABARIT) *Stratégie de promotion*

### Quelle information dois-je inclure?

Coût \_\_\_\_\_  
 Lecteur cible \_\_\_\_\_  
 Profil du marché cible \_\_\_\_\_  
 Ampleur de la distribution \_\_\_\_\_  
 Fréquence de la distribution \_\_\_\_\_

### Méthodes de promotion:

- Publications d'associations \_\_\_\_\_
- Panneaux d'affichage \_\_\_\_\_
- Cartes d'affaires \_\_\_\_\_
- Abribus \_\_\_\_\_
- Journaux locaux \_\_\_\_\_
- Concours \_\_\_\_\_
- Bons de rabais \_\_\_\_\_
- Publipostage \_\_\_\_\_
- Dépliants \_\_\_\_\_
- Cadeaux \_\_\_\_\_
- Internet \_\_\_\_\_
- Revues \_\_\_\_\_
- Bouches à oreilles \_\_\_\_\_
- Radio \_\_\_\_\_
- Enseignes \_\_\_\_\_
- Commanditaires \_\_\_\_\_
- Télévision \_\_\_\_\_
- Revues de commerce \_\_\_\_\_
- Foires \_\_\_\_\_
- Communiqué de presse \_\_\_\_\_
- Pages jaunes \_\_\_\_\_



Ne jamais signer un bail que vous ne comprenez pas au complet.

## Stratégie de marketing – ***Emplacement et distribution***

Convaincre un fournisseur de distribuer votre produit ou service demande beaucoup de planification de votre part.

### **Qu'est ce qu'une stratégie de placement et de distribution?**

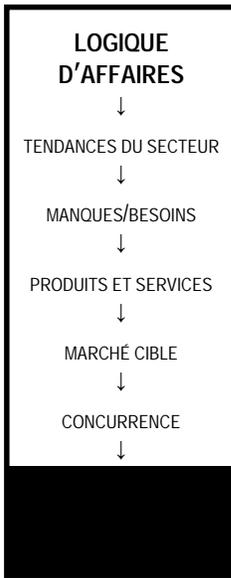
- C'est un plan détaillé de la façon dont vous allez distribuer votre produit ou service. Votre étude du marché souligne la méthode de distribution préférée de vos clients.

### **Pourquoi cette information est-elle importante?**

- Vous devez associer votre stratégie de placement avec la méthode de distribution préférée de vos clients.
- Exploiter un commerce à la maison pourrait avoir des répercussions sur vos rendez-vous.
- Il est important de consulter votre municipalité afin de vous renseigner sur les règlements municipaux en terme de permis et de zonage.

### **Par où commencer votre recherche?**

- Consultez votre marché cible – vos clients vous aviseront de leur méthode de distribution préférée.
- Municipalité – Bureaux de développement économique
- Compte routier
  - ✓ Gouvernements municipaux et provincial (services de l'environnement et de transport)
  - ✓ Propriétaires de centre commercial
- Règlements qui gouvernent les commerces à domiciles



## (GABARIT) *Emplacement & distribution*

### Que dois-je inclure?

À quel endroit votre entreprise sera-t-elle située?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Que sont les coûts liés à cet endroit?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Quelle est l'importance de cet emplacement pour votre entreprise?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Emplacement résidentiel ou commercial

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Est-ce-qu'il y a un potentiel de croissance à cet endroit?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Que sont les comptes routiers à cet endroit?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Que seront les conséquences de vos moyens de distribution sur:

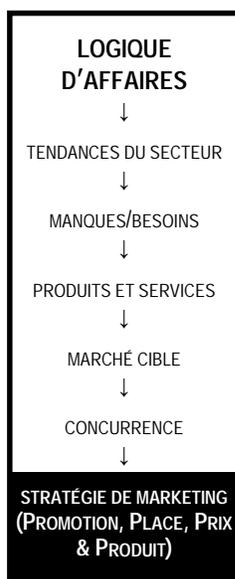
1. les ventes \_\_\_\_\_

2. le service \_\_\_\_\_

3. la promotion \_\_\_\_\_

4. l'horaire de distribution \_\_\_\_\_

5. les coûts \_\_\_\_\_



Les consommateurs s'attendent à un service à la clientèle supérieure, et dans bien de cas, ils sont prêts à payer plus cher pour l'avoir.

## Stratégie de marketing – Fixer un prix

### Que comprend cette stratégie?

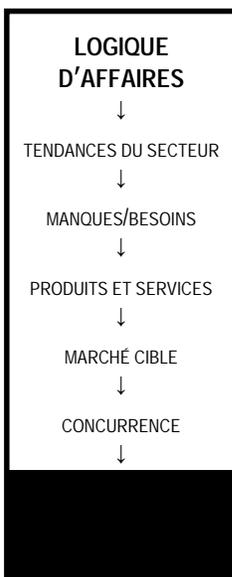
- La stratégie de fixer un prix vous aidera à déterminer les coûts de vos produits ou services. Le prix que vous fixez doit correspondre au positionnement de votre produit ou service vis-à-vis celui de votre concurrence.
- Votre prix sera déterminé selon vos dépenses, vos concurrents et vos clients. Quel prix le consommateur est-il prêt à payer?

### Pourquoi cette information est-elle importante?

- Cette stratégie vous aidera à déterminer si vous pouvez réaliser un profit.
- Le prix que vous demandez vous différenciera de votre concurrence.
- Une stratégie efficace peut vous aider à percer le marché.
- Votre stratégie doit être logique et le prix fixé doit correspondre au positionnement de votre produit ou service.

### Par où commencer votre recherche?

- Analyse de la concurrence
- Fournisseurs (répertoires commerciaux)
- Les sections Promotions, Ressources Humaines, Emplacement et Exploitation de votre plan d'affaires
- Strategis – Performance Plus



## (GABARIT) *Fixer le prix*

### Qu'elle information dois-je inclure?

#### PRIX POUR UN SERVICE

Main-d'oeuvre \_\_\_\_\_

Frais généraux \_\_\_\_\_

Seuil de rentabilité \_\_\_\_\_

#### PRIX POUR UN PRODUIT

Main-d'oeuvre \_\_\_\_\_

Frais généraux \_\_\_\_\_

Matériaux \_\_\_\_\_

Seuil de rentabilité \_\_\_\_\_

#### DÉTERMINER LE PRIX

Bas, modéré, élevé \_\_\_\_\_

Valeur perçue \_\_\_\_\_

Consentirez-vous, de façon régulière, à réduire vos prix, si oui, à qui?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

#### ANALYSE DU SEUIL DE RENTABILITÉ

- ✓ Identifier les ventes (par unité ou comptant)
- ✓ Il est nécessaire de s'assurer qu'il y ait des fonds pour payer les frais généraux et pour déterminer la marge brute.

**Unités nécessaires pour être rentable =**

Frais généraux

prix de vente – coûts variables



## Plan d'exploitation - Fournisseurs

Un bas prix n'est pas la seule raison de choisir un fournisseur. Tenez aussi compte de :

- ✓ La fiabilité;
- ✓ Les heures de livraison;
- ✓ La disponibilité du produit;
- ✓ Les conditions stipulées;
- ✓ Le soutien disponible;
- ✓ Les références.

### Qui sont les fournisseurs?

- Ce sont les entreprises qui vous fourniront avec les matériaux, produits et services nécessaires à l'exploitation de votre entreprise.
- Cette recherche vous aidera à déterminer quels fournisseurs peuvent mieux vous aider.

### Pourquoi cette information est-elle importante?

- Vos fournisseurs vous donnent la disponibilité et le prix des matériaux. Ces coûts doivent être inclus dans votre stratégie de prix et dans vos projections financières.
- Les conditions stipulées lors de l'achat peuvent avoir un effet sur la disponibilité de vos produits.

### Par où commencer votre recherche?

- Foires (exposition, démonstration)
- *Les pages jaunes* (sur Internet : [www.yellowpages.ca](http://www.yellowpages.ca) [www.canadayellowpages.com](http://www.canadayellowpages.com))
- Revues sur le commerce
- Répertoires d'entreprises

## (GABARIT) Fournisseurs

### Qu'elle information dois-je inclure?

NOM DU FOURNISSEUR \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

CONDITIONS STIPULÉES \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

GAMME DE PRODUITS \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

PRIX \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

#### ANNEXE – INFORMATION SUPPLÉMENTAIRE

Rabais pour commerce \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Livraison \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Droits exclusifs aux produits \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Références \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Fournisseurs supplémentaires \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_





## Plan d'exploitation – Règlements et permis

### Que comprend la planification réglementaire?

- Cette planification identifie tous les règlements et permis gouvernementaux nécessaires au démarrage d'une petite entreprise.

### Pourquoi cette information est-elle importante?

- Cette planification assure que votre entreprise rencontre toutes les exigences juridiques nécessaires afin de réduire au minimum les risques associés au démarrage d'une entreprise.

#### EXAMPLE:

- ✓ coût;
- ✓ dates limites;
- ✓ restrictions;
- ✓ réglementation spécifiques aux secteurs;
- ✓ permis nécessaires;
- ✓ compétences nécessaires;
- ✓ assurances.

### Par où commencer votre recherche?

- Bureaux de développement économiques
- Municipalité/comté
- Gouvernement régional
- Gouvernement provincial ([www.rcsec.org/ontario](http://www.rcsec.org/ontario))
- Gouvernement fédéral (Information sur le Gouvernement du Canada 1-800-622-6232)
- Domaines spécifiques (Associations)

(GABARIT) **Règlements et permis**

**Quelle information dois-je inclure?**



**GOUVERNEMENT**

- Municipal
- Régional
- Comté
- Provincial
- Fédéral
- Pays étrangers

**TAXES/IMPÔTS**

- Taxe de vente au détail
- TPS – taxes sur les produits et services
- Taxes
- Impôts
- Commission de la sécurité professionnelle et de l'assurance contre les accidents de travail
- Retenues à la source
- Impôt-santé des employeurs

**RÈGLEMENTS**

- Nom commercial
- Numéro d'identification d'entreprise (Provincial)
- Panneaux
- Zonage
- Propriété intellectuelle (OPIC)
- Normes d'étiquetage
- Numéro d'entreprise (NE - Fédéral)
- Permis d'exportation
- Permis d'importation
- Normes de produits



## Plan de fabrication

### Qu'est-ce que le plan de fabrication?

- Ce plan établit à quelle étape de la mise au point se trouve votre produit et quelles ressources sont nécessaires pour l'amener à l'étape de la commercialisation.
- Il détermine la méthode de fabrication et quand le produit ou service sera lancé sur le marché.

### Pourquoi cette information est-elle importante?

- Cette planification assurera que vous avez considéré toutes les étapes de la mise au point du produit et que vous avez analysé les coûts.
- Vos besoins de fabrication auront un effet direct sur votre emplacement, vos ressources humaines et les licences et permis nécessaires.
- Les brevets ou marques de commerce protégeront vos produits et assureront une compétitivité supérieure.

### Par où commencer votre recherche?

- Propriété intellectuelle (OPIC – Bureau de la propriété intellectuelle du Canada <http://opic.gc.ca>)
  - ✓ Brevets
  - ✓ Marques de commerce
  - ✓ Droits d'auteur
  - ✓ Dessins industriels
- Zonage
- Restrictions gouvernementales
  - ✓ Normes de produits et exigences en matières d'étiquetage

## (GABARIT) Plan de fabrication

### Que dois-je inclure?

Méthodologie de fabrication

---

---

---

Recherche et développement

---

---

---

Analyse des coûts (frais généraux directs et indirects)

---

---

---

Horaire de fabrication

---

---

---

Équipements et emplacement

---

---

---

Description de l'emplacement

---

---

---

Amélioration du bail

---

---

---

Entrepôt

---

---

---

Sous-traitance

---

---

---





Votre équipe est un atout.

Les investisseurs évalueront votre équipe de gestion et leur expérience dans le domaine

## Ressources Humaines

### Que sont les ressources humaines?

- Ce sont les personnes qui vous aideront à exploiter votre commerce.

### Pourquoi cette information est-elle importante?

- Cette planification vous oblige à évaluer vos compétences et à élaborer un plan qui comblera les lacunes dans vos connaissances avec des employés ou des sous-traitants.
- Vous n'avez qu'un certain nombre d'heures par jour pour faire votre travail. Utilisez votre temps pour faire ce que vous faites de mieux. Vous pouvez toujours embaucher quelqu'un pour les autres tâches.
- Si vous embauchez des employés ou des sous-traitants, vous devez inclure les coûts associés dans votre stratégie de prix et dans les prévisions de trésorerie.
- Une bonne équipe de gestion est essentielle pour vos investisseurs.

### Par où commencer votre recherche?

- Guides de l'Agence des douanes et du revenu du Canada
  - ✓ Employé ou travailleur indépendant
  - ✓ Retenues sur la paie
- Pour de l'information sur les taux de salaire :
  - ✓ Statistique Canada ([www.statcan.ca](http://www.statcan.ca))
  - ✓ Votre association (*Associations Canada*)
  - ✓ Sous-traitants potentiels
  - ✓ Développement des ressources humaines du Canada
- Pour de l'information sur les ententes légales - contactez votre avocat.



Ajouter les CV de votre équipe de gestion en annexe.

## (GABARIT) Ressources Humaines

### Quelle information dois-je inclure?

#### ORGANIGRAMME DU PERSONNEL

Temps plein \_\_\_\_\_

Temps partiel \_\_\_\_\_

Saisonnier \_\_\_\_\_

Exigences juridiques \_\_\_\_\_

#### Salaires

Taux \_\_\_\_\_

Prestations maladies \_\_\_\_\_

Retenues à la paie \_\_\_\_\_

#### DESCRIPTIONS DE TÂCHES

Postes

Définitions des rôles et des responsabilités

#### CONTRAT DE TRAVAIL

#### BESOINS DE RESSOURCES HUMAINES DANS L'AVENIR

#### VÉRIFICATION DE COMPÉTENCES – CE QUE JE POSSÈDE:

- Expérience technique
- Expérience en marketing
- Expérience financière
- Expérience en gestion

Si je n'ai pas ces compétences, est-ce possible d'embaucher quelqu'un qui les possède?

## États financiers - *L'État de la situation financière et l'État des résultats*

### Que sont ces états financiers?

- **ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE** – Cet état démontre la situation financière de l'entreprise à un moment donné.
- **ÉTAT DES RÉSULTATS** – Cet état démontre les profits et les pertes de l'entreprise au cours d'une période de temps (en règle générale, 12 mois consécutifs).



### Pourquoi cette information est-elle importante?

- **ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE** – Cet état vous aidera à déterminer vos liquidités de trésorerie.
  - ✓ Avez-vous assez d'actif pour régler vos dettes?
  - ✓ Les investisseurs utilisent cet état pour déterminer la proportion de vos dettes par rapport à votre équité.
  - ✓ Les banquiers utilisent ces chiffres afin de s'assurer que le propriétaire est directement intéressé dans le succès de son entreprise, intérêt qui est démontré par l'équité personnelle investie dans le commerce.
- **ÉTAT DES RÉSULTATS** – Cet état vous fournit un résumé de rentabilité à un moment donné et vous aide à déterminer votre assujettissement à l'impôt. Un banquier ou autre investisseur utilise cet état pour évaluer vos marges de rentabilité du commerce et aussi votre capacité de rembourser vos dettes.

(GABARIT) ***L'état de la situation financière et l'état des résultats***

**Quelle information dois-je inclure?**

**ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE**

**À la gauche**

**À la droite**

Actif courant

Passif courant

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Immobilisations

Dettes à long terme

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Autre actif

Équité personnelle

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**État des résultats**

Ventes/revenus

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Dépenses d'exploitation  
(variables et fixes)

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Profits/pertes

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Impôts

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



Le bonheur est un cashflow positif.



## Budget de trésorerie

### Qu'est-ce que le budget de trésorerie?

- C'est un état des revenus et des dépenses mensuels pour une période donnée (en général, 12 mois).
- Ce budget comprend toutes les prévisions de ventes et les estimations des dépenses trouvées dans le plan d'affaires.

### Pourquoi cette information est-elle importante?

- Ce budget vous aide à déterminer si votre entreprise a besoin d'investissements additionnels (prêts, marges ou autres sources de financement) avant d'atteindre le seuil de la rentabilité.
- Vous pourrez prendre de meilleures décisions en ce qui concerne l'achat d'équipement et l'embauche d'employés si vous connaissez vos ventes et dépenses mensuelles et quand la liquidité sera nécessaire.



Vous devez justifier vos chiffres.

## (GABARIT) Budget de trésorerie

### Quelle information dois-je inclure?

#### SOURCE DE REVENUS

- Ventes

\_\_\_\_\_

- Prêts

\_\_\_\_\_

- Investissements capitaux

\_\_\_\_\_

#### EMPLOI DES REVENUS

- Dépenses

\_\_\_\_\_

- Coûts de démarrage

\_\_\_\_\_

**SOLDE** (les recettes de caisse mensuelles moins les dépenses mensuelles donnent le solde mensuel à jour)

#### ÉLÉMENTS À PRENDRE EN CONSIDÉRATION:

- Est-ce une entreprise saisonnière?
- Les activités promotionnelles
- Les termes de paiement

#### BUDGET DE TRÉSORERIE

Recettes de caisse	Mois 1	Mois 2	Mois 3
Ventes Prêts Investissements			
Total des recettes			
Dépenses			
Salaires Promotions Assurances Etc.			
Total des dépenses			
Total des recettes – Total des dépenses			

Le centre d'entrepreneuriat  
110, avenue Laurier Ouest,  
Rez-de-chaussé  
Ottawa, ON K1P 1J1  
Tel: (613) 560-6081  
www.entrepreneurship.com



Le centre  
d'entrepreneuriat  
d'OCRI est votre  
première source  
d'information sur le  
démarrage et  
l'exploitation d'une  
petite entreprise

## Conclusion

Le centre d'entrepreneuriat vous assiste de plusieurs façons :

- Nos conseillers en affaires peuvent faire une revue de votre plan d'affaires. Vous pouvez prendre rendez-vous au bureau ou par l'entremise de notre site Web.
- Nous offrons un atelier intitulé **Préparer et réaliser son projet d'affaires**, qui vous aidera à évaluer la rentabilité et la viabilité de votre idée.
- Les ateliers *Developing a Marketing Strategy* et *Understanding Financial Reports and CashFlow* vous seront également indispensables lors de la préparation de votre plan d'affaires (offerts en anglais seulement).
- Visiter notre Centre de ressources. Vous y trouverez tous les outils nécessaires à votre recherche : des exemples de plan d'affaires, des manuels et une gamme de ressources électroniques.

Le personnel du Centre d'entrepreneuriat vous souhaite le succès!







