

Société d'aide au développement de la collectivité d'Antoine-Labelle

MON PROJET D'ENTREPRISE

Plan d'affaires

**Société d'aide au développement de
la collectivité d'Antoine-Labelle**

636, rue de la Madone, suite 4
Mont-Laurier (Québec)
J9L 1S9

Tél. : (819) 623-3300

Fax : (819) 623-7300

Courrier électronique: sadc.labelle@sympatico.ca

TABLE DES MATIÈRES

1. INTRODUCTION	3
2. RÉFLEXION PERSONNELLE	4
3. LE PROJET	6
3.1. RÉSUMÉ DU PROJET	6
3.2. MISSION D'ENTREPRISE.....	6
3.3. OBJECTIFS	7
3.4. CALENDRIER DES RÉALISATIONS.....	7
4. LES PROMOTEURS	8
4.1. CURRICULUM VITAE	8
4.2. BILAN PERSONNEL.....	9
4.3. STRUCTURE ORGANISATIONNELLE	11
4.4. FORME JURIDIQUE.....	11
4.5. RÉPARTITION DE LA PROPRIÉTÉ	
5. LE MARKETING	12
5.1. TERRITOIRE DESSERVI	12
5.2. ANALYSE DU MARCHÉ	12
5.3. STRATÉGIE DE MISE EN MARCHÉ	13
6. LES OPÉRATIONS	15
6.1. PRODUCTION.....	15
6.2. APPROVISIONNEMENT	15
6.3. AMÉNAGEMENT	15
6.4. MAIN-D'OEUVRE	15
7. PLAN DE FINANCEMENT	16
7.1. FONDS REQUIS AU DÉMARRAGE	16
7.2. FINANCEMENT REQUIS	16
7.3. ÉQUIPEMENTS.....	17
8. PRÉVISIONS FINANCIÈRES	18
8.1. HYPOTHÈSES DE TRAVAIL.....	18
8.2. BUDGETS DE CAISSE	20
8.3. ÉTATS DES RÉSULTATS PRÉVISIONNELS.....	22
8.4. BILANS PRÉVISIONNELS	23
9. HYPOTHÈSES EN CAS DE DIFFICULTÉ	24
10. CONCLUSION	25

1. INTRODUCTION

Ce modèle de plan d'affaires a été conçu afin de faciliter la planification et la réalisation de votre projet d'entreprise. En ce sens, il vous permettra de prévoir les différentes étapes du lancement de votre entreprise et également de mieux comprendre l'environnement dans lequel elle évoluera. En outre, ce plan d'affaires deviendra un outil précieux lorsque viendra le temps de négocier le financement de votre projet.

Le promoteur désireux de s'associer à une entreprise existante peut utiliser le même document pour planifier son projet. Il complétera **les mêmes sections** en suivant, s'il y a lieu, les directives spécifiques à un **projet d'associations**.

Mon projet d'entreprise est constitué de deux parties interreliées. La présente partie, le guide de rédaction, fournit un encadrement au promoteur en lui expliquant, point par point, les éléments devant apparaître dans la deuxième partie, le plan d'affaires.

Ce modèle s'adapte aussi bien à une entreprise manufacturière, commerciale ou de services. Quelques sous-sections peuvent ne pas s'appliquer à votre situation. Dans ce cas, inscrivez simplement la mention « **NE S'APPLIQUE PAS** ».

Pour vous aider à comprendre, de nombreux exemples fictifs accompagnent les explications du guide. Il est toutefois probable que vous vous posiez des questions lors de la rédaction de certaines sections. Au besoin, n'hésitez pas à consulter des personnes-ressources dans le domaine. Ce qui importe, c'est que vous réalisiez votre plan d'affaires avec le plus d'exactitude et de réalisme possible. Le succès de votre entreprise en dépend!

Mise en garde

Tout au long du plan d'affaires, vous constaterez qu'il est nécessaire de disposer de rudiments en gestion pour préparer correctement le plan d'affaires. Il est vrai que, dans le passé, des gens ont pu partir en affaires et réussir sans cela. Cependant, de nos jours, pour gérer une affaire efficacement, il faut posséder des connaissances en gestion ou compter dans son équipe un membre qualifié en gestion.

Ce guide n'est pas un questionnaire à remplir. Il doit être considéré comme un outil d'aide à la réflexion et à la préparation d'un projet. Certaines informations peuvent donc être plus appropriées pour certaines catégories. Ainsi, il ne s'agit pas de répondre à toutes les questions contenues dans ce document, mais plutôt de les adapter à votre projet.

Son objectif est de vous montrer ce qui devrait être inclus dans un plan d'affaires. Il est important de respecter toutes les étapes et de garder à l'esprit que ce processus n'est pas seulement linéaire. Au contraire, nous vous conseillons de faire constamment des retours en arrière afin de vous assurer que la dernière étape est cohérente avec les précédentes.

2. RÉFLEXION PERSONNELLE

La réussite de votre projet passe obligatoirement par votre comportement et vos capacités de gestion. Avant d'aller plus loin dans votre démarche, vous devez prendre d'abord le temps de répondre à certaines questions qui vous renseigneront sur votre capacité de vous lancer en affaires. Soyez honnête avec vous même. Le but de cet exercice est de vous permettre d'établir et d'analyser votre profil entrepreneurial. Vous aurez donc à vous évaluer, à identifier vos forces et vos faiblesses et à chercher des moyens d'augmenter vos capacités.

Le fait d'identifier des faiblesses ne diminue pas nécessairement vos chances de succès. Il vous suffira d'obtenir le support essentiel à votre réussite et de vous entourer de personnes qui pallient à ces faiblesses.

Quels sont vos objectifs personnels?

Quels sont vos objectifs d'affaires?

Pour quelles raisons désirez-vous lancer votre entreprise?

Ces raisons correspondent-elles à vos objectifs?

Votre conjoint est-il d'accord avec votre projet? Son opinion:

Vos enfants sont-ils d'accord avec votre projet? Leur opinion:

Qu'en pensent vos amis? Leur opinion:

Avez-vous analysé toutes les façons d'être en affaires?

Achat d'une entreprise: avantages et inconvénients

Achat d'une franchise: avantages et inconvénients

Achat d'une participation [partnership] dans une entreprise: avantages et inconvénients

Est-ce que vous possédez les qualités nécessaires pour bien réussir en affaires?

Leadership: Capacité de diriger des ressources humaines de façon optimale

Ouverture d'esprit: Capacité d'écoute et de compréhension

Goût de risque: Le risque doit être calculé et non aléatoire

Aptitude à résoudre les problèmes

Confiance en soi

Motivation

Facilité à communiquer

Bon équilibre: Contrôle de soi et bonne réaction au stress

Bonne santé

Faiblesses identifiées et moyens de les corriger

3. LE PROJET

Cette première section a pour objectif de présenter un aperçu général du projet d'entreprise et de ses étapes de réalisation. Cette partie est en fait la dernière que vous allez écrire.

3.1. RÉSUMÉ DU PROJET

Il est important de soumettre un sommaire du projet à ceux que vous sollicitez pour lire votre plan d'affaires. Le résumé de votre projet doit susciter l'intérêt de votre lecteur. Sinon, ce dernier pourrait négliger de lire le reste de votre plan d'affaires. Consacrez donc suffisamment de temps à la rédaction du résumé.

Décrivez brièvement votre projet. Vous devriez être en mesure de répondre aux questions suivantes:

- Quoi? L'idée, le secteur d'activités, le marché visé et les particularités du produit (bien ou service)
- Qui? Les promoteurs
- Où? La localisation de l'entreprise
- Combien? Le coût du projet
- Quand? La date prévue de démarrage

Si vous vous associez à une entreprise existante, joignez un bref historique au résumé du projet.

3.2. MISSION D'ENTREPRISE

En une ou deux phrases, décrivez la mission (raison d'être) de votre entreprise. Voici un exemple de mission d'entreprise.

Entreprise de fabrication de meubles de haute qualité: Concevoir, fabriquer et vendre des meubles haut de gamme ayant un design exclusif.

3.3. OBJECTIFS

Énumérez les objectifs que vous désirez atteindre, en commençant par ceux à court terme et en terminant par ceux qui sont à plus long terme.

3.4. CALENDRIER DES RÉALISATIONS

Énumérez les principales étapes de réalisation de votre projet (immatriculation (incorporation ou enregistrement), numéros de T.P.S. et de T.V.Q., location d'espaces, achat d'équipements, publicité, date prévue de démarrage, etc.).

Étapes

Dates

4. LES PROMOTEURS

Cette section permettra de faire connaître les promoteurs tout en identifiant leur apport personnel au projet (mise de fonds, expériences, formation) de même que leur rôle au sein de l'entreprise.

4.1. CURRICULUM VITAE

Complétez le curriculum vitae suggéré. Mentionnez toutes autres expériences pertinentes qui pourraient s'avérer utiles pour l'entreprise.

Nom:

Prénom:

Adresse:

Code Postal:

Téléphone:

Date de naissance:

Formation académique

Date(s)

Institution(s)

Diplôme(s), spécialisation(s)

Expérience(s) de travail

Date(s)

Employeur(s)

Fonction(s)

Réalisation(s) pertinente(s) au projet

4.2. BILAN PERSONNEL

Le bilan personnel est la liste de tout ce que le promoteur possède (les actifs) et de tout ce qu'il doit (les passifs). Complétez le bilan personnel suggéré en prenant soin de préciser ...

pour les actifs: la valeur marchande (le prix que vous pourriez obtenir actuellement) de vos biens, actions et obligations (et non leur prix d'achat);

pour les passifs: le solde à payer sur vos emprunts, hypothèques ou autres dettes. De plus, pour chacun, indiquez entre parenthèses le versement mensuel.

Finalement, déterminez votre valeur nette.

ACTIFS	\$
Dépôts (caisse, banque, etc.)	_____
Automobile	_____
Marque: _____ année: _____	_____
Actions et obligations	_____
Assurance-vie (valeur de rachat)	_____
Immeuble	_____
RÉER et certificats de dépôt	_____
Autres (meubles, bijoux, etc.)	_____
TOTAL DES ACTIFS	_____
PASSIFS	
Cartes de crédit	_____
Marge de crédit	_____
Prêt auto	_____
Hypothèques	_____
Autres:	_____
TOTAL DES PASSIFS	_____
VALEUR NETTE (Actifs - Passifs)	_____
TOTAL DES PASSIFS ET VALEUR NETTE	_____

Je déclare que les renseignements fournis sont exacts et complets.

Signature

date

VOS BESOINS PERSONNELS

Évaluez vos revenus et vos dépenses mensuels personnels. Il est important de ne pas confondre ses revenus et besoins financiers avec ceux de l'entreprise. Le tableau vous aidera à calculer ceux-ci. **Soyez réaliste.**

	Mensuel	Annuel
Loyer ou hypothèque	_____	_____
Paievements sur emprunts	_____	_____
Taxes	_____	_____
Chauffage et électricité	_____	_____
Téléphone	_____	_____
Câble	_____	_____
Entretien et réparations	_____	_____
Assurances	_____	_____
Garderie	_____	_____
Alimentation	_____	_____
Meubles	_____	_____
Transport	_____	_____
Vêtements	_____	_____
Loisirs et sports	_____	_____
Vacances	_____	_____
TOTAL	_____	_____

**Évaluez le salaire
annuel requis:**

Besoins annuels: _____

**Calculez vos revenus
annuels:**

Salaire _____

Salaire net du conjoint _____

Allocations familiales _____

Revenus nets de location _____

Intérêts & dividendes _____

Autres _____

TOTAL _____

4.3. STRUCTURE ORGANISATIONNELLE

Répartition des tâches

Donnez un bref énoncé des responsabilités et des tâches que chaque promoteur accomplira au sein de l'entreprise.

Organigramme

Au besoin, faites une représentation de la structure de votre entreprise, en fonction des niveaux de responsabilité des dirigeants et du personnel.

4.4. FORME JURIDIQUE

Énoncez la forme juridique (personne morale, société, propriétaire unique ou coopérative) choisie par le(s) promoteur(s) tout en expliquant les raisons qui ont motivé ce choix.

Raison sociale de l'entreprise

Quels seront vos conseillers externes ?

- comptable :
- notaire :
- avocat :
- autre :

4.5. RÉPARTITION DE LA PROPRIÉTÉ

Indiquez la répartition de la propriété de l'entreprise en mentionnant la forme de participation de chaque promoteur (financière ou autre). S'il s'agit d'une personne morale (compagnie), indiquez la répartition des différents types d'actions. Dans le cas d'une société, indiquez la répartition des parts sociales de chacun des associés. **Dans chaque cas où il y a au moins 2 promoteurs**, joignez en annexe une convention (entre actionnaires ou associés) comprenant au moins l'entente sur la répartition de la propriété.

Noms des détenteurs	Forme de participation	%
---------------------	------------------------	---

5. LE MARKETING

Cette section devra démontrer qu'il existe un segment de marché ayant un potentiel de ventes suffisant et que la stratégie de marketing permettra de positionner avantageusement l'entreprise par rapport à la concurrence.

5.1. TERRITOIRE DESSERVI

À partir de la municipalité dans laquelle se trouve votre entreprise, déterminez votre territoire primaire d'intervention desservi par votre entreprise. Indiquez également les limites territoriales de votre secteur d'intervention secondaire.

5.2. ANALYSE DU MARCHÉ

Analyse du secteur économique

À partir des données statistiques des dernières années, évaluez l'importance et l'évolution de votre secteur d'activités pour la région visée (en dollars). Abordez également les tendances du marché.

Marché visé

Déterminez le groupe de consommateurs le plus susceptible d'acheter votre produit (groupe d'âge, sexe, revenu, profession, etc.). Déterminez où se trouve la majorité de cette clientèle (quartier, ville, etc.) et quel potentiel elle représente (en nombre de personnes et en dollars). Résumez les raisons qui motivent vos clients potentiels lorsqu'ils achètent un produit semblable (qualité, prix, originalité, attrait du produit, etc.). Également, décrivez leurs habitudes d'achats (en vrac, dans des boutiques spécialisées, à rabais, etc.).

Voici quelques sources d'information pour vous aider à réaliser votre analyse du marché.

- Consultez les publications statistiques du Bureau de la statistique du Québec et de Statistique Canada. Celles-ci sont disponibles dans plusieurs bibliothèques publiques ou universitaires.

Bureau de la Statistique du Québec: 643-5116 ou 1-800-463-4090

Centre de consultation régionale de Statistique Canada: 283-5725 ou 1-800-263-1136

Société d'aide au développement de la collectivité d'Antoine-Labelle: 623-3300

CIDEL: 623-1545 (Mont-Laurier) - 275-1444 (L'Annonciation)

- À l'hôtel de ville de votre municipalité, vous devrez y obtenir des renseignements détaillés par secteur et par quartier (nombre de personnes, revenu moyen, âge, etc.).

Situation concurrentielle

À l'aide du tableau suggéré, énumérez vos principaux concurrents par ordre d'importance, en énonçant leurs forces et faiblesses. En contrepartie, produisez le même tableau pour votre entreprise. Le but est de constituer une stratégie de concurrence.

La concurrence

Noms	Forces	Faiblesses
------	--------	------------

L'entreprise

Forces	Faiblesses
--------	------------

5.3. STRATÉGIE DE MISE EN MARCHÉ

Produits et services offerts

Faites une description détaillée de votre produit (bien ou service) et de ses caractéristiques (qualité, durabilité, style, facilité d'entretien, emballage, garantie, etc.).

Distribution ou localisation

Dans le cas d'une entreprise manufacturière, expliquez comment vous entendez acheminer votre produit au consommateur (par vente personnalisée et/ou directe, par l'intermédiaire de détaillants ou de grossistes). Pour un commerce ou une entreprise de services, déterminez la localisation de votre entreprise et expliquez les motifs ou les critères qui ont conduit à ce choix (achalandage, coût du local, facilité d'accès, proximité des services publics tels que: égout, eau, électricité, etc.). Si votre produit nécessite un service de livraison, expliquez-en le fonctionnement (délai, coût, etc.).

Critères à évaluer dans le choix d'un local: localisation, circulation piétons/automobilistes, facilité d'accès, facilité de stationnement, image des voisins, zonage, coût de l'énergie, coût des assurances, coût du loyer, superficie.

Avez-vous des améliorations locatives à effectuer au local choisi?

Promotion

Faites part de vos objectifs publicitaires, du budget alloué pour chacun des moyens choisis pour atteindre la clientèle (publicité dans les journaux, dépliants promotionnels, articles promotionnels, ouverture officielle, « pages jaunes », etc.). Si vous comptez utiliser des représentants, indiquez les objectifs de ventes et les territoires à couvrir. Établissez un calendrier des activités promotionnelles.

Quel(s) média(s) utiliserez-vous? Quel sera votre budget de publicité?

	Nombre de parutions	Coûts mensuels
Dépliants		
Poste		
Annuaire téléphonique		
Radio		
Télévision		
Autres _____		

Prix

Déterminez la politique générale des prix de vos produits. Expliquez comment votre politique de prix permettra à votre entreprise de pénétrer le marché et de vous y maintenir tout en générant des profits. Faites part de votre politique de crédit.

Calculez les prix de vente de vos produits: coût des marchandises vendues, achat des matières premières, main-d'oeuvre directe, frais de fabrication, profit, prix de vente et politiques de crédit (détaillant, distributeur...)

6. LES OPÉRATIONS

D'une manière générale, cette section permettra de planifier les principales activités opérationnelles de l'entreprise et les besoins en main-d'oeuvre. Il est possible qu'une des sous-sections suivantes soit plus ou moins pertinente si vous vous associez à une entreprise déjà existante.

6.1. PRODUCTION

Cette sous-section s'applique aux entreprises manufacturières.

Décrivez le processus de fabrication de votre produit. Mentionnez les matières premières qui seront utilisées. Déterminez la capacité de production de votre entreprise à l'aide des paramètres suivants: nombre de mètres carrés requis, nombre d'employés de production, nombre d'heures travaillées.

6.2. APPROVISIONNEMENT

Cette sous-section s'applique aux entreprises manufacturières et commerciales.

Énumérez vos principaux fournisseurs. Mentionnez quels sont leurs délais de livraison, leur politique de crédit. Expliquez de quelle manière vous allez contrôler votre inventaire de matières premières si c'est une entreprise manufacturière ou votre inventaire de marchandises si c'est une entreprise commerciale (système d'inventaire permanent, manuel ou informatisé, inventaire physique hebdomadaire, etc.).

6.3. AMÉNAGEMENT

Expliquez les améliorations qui devront être apportées au local pour le rendre opérationnel et fournissez, si disponible, un plan d'aménagement de ce local de même qu'un échéancier des étapes de réalisation de l'aménagement.

6.4. MAIN-D'OEUVRE

Mentionnez le nombre d'emplois qui seront créés, excluant ceux des promoteurs. Expliquez brièvement en quoi consisteront les besoins de main-d'oeuvre et quelle sera la rémunération des employés (salaires, commissions, emplois saisonniers, etc.). Discutez de la disponibilité de cette main-d'oeuvre dans votre bassin de population.

7. PLAN DE FINANCEMENT

Cette dernière section permettra de traduire en termes monétaires votre projet d'entreprise. Elle en évaluera sa rentabilité, son coût et en suggérera le mode de financement.

7.1. FONDS REQUIS AU DÉMARRAGE

Établissez la liste de tous vos frais de démarrage en détaillant chacun des postes. En vous servant du modèle suggéré, déterminez le coût de votre projet.

COÛT DU PROJET

Actif(s) à court terme

Liquidité

Inventaire de départ

Total

Actif(s) à long terme (immobilisations)

Terrain

Bâtisse

Matériel roulant

Équipement(s)

Mobilier

Améliorations locatives

Total

TOTAL DU COÛT DU PROJET

7.2. FINANCEMENT REQUIS

La contrepartie, soit le financement, doit démontrer la provenance des fonds (emprunt bancaire, transfert d'équipement, mise de fonds personnelle, etc.).

Évidemment, le total des actifs nécessaires et le total des sources de financement doivent être égaux.

Mise de fonds

Transfert d'actifs personnels

Argent comptant

Total

Sources de financement

Emprunts

Subvention(s)

Autre

Total

TOTAL DES SOURCES DE FINANCEMENT

7.3. ÉQUIPEMENTS

Dressez la liste des équipements que vous possédez et que vous utiliserez pour opérer l'entreprise, la valeur d'acquisition, le numéro de série et la date d'acquisition.

Équipements

Matériel roulant

Outillage

Dressez la liste des équipements, la valeur d'acquisition et le numéro de série que vous devez acquérir. Avez-vous pensé à la location?

8. PRÉVISIONS FINANCIÈRES

8.1. HYPOTHÈSES DE TRAVAIL

Hypothèses de répartition des ventes

Mois	%
Janvier	
Février	
Mars	
Avril	
Mai	
Juin	
Juillet	
Août	
Septembre	
Octobre	
Novembre	
Décembre	
TOTAL	100%

Hypothèses des dépenses

Description	Montant Année 1	Montant Année 2
Achat		
Loyer		
Électricité		
Assurances		
Publicité et promotion		
Frais de déplacement		
Entretien et réparation		
Téléphone		
Papeterie et fourniture		
Frais bancaires		
Remboursement emprunt		
Salaires promoteur(s)		
Sal. + avant. employé(s)		
Honoraires professionnels		
Taxes et permis		
Acquisition immobilisation		
TOTAL		

Budgets de caisse

Le budget de caisse est un outil de gestion qui assure une planification des entrées et des sorties d'argent de l'entreprise. Ce faisant, il permet de déterminer le niveau d'encaisse requis pour assurer un bon fonctionnement des opérations. En outre, il sert à déterminer les besoins en fonds de roulement pour les premiers mois du démarrage.

États des résultats prévisionnels

L'état des résultats permet de mesurer la performance de l'entreprise en comparant le chiffre des ventes par rapport aux dépenses d'exploitation pour une période donnée. La différence entre les deux donne un bénéfice ou une perte.

À l'aide du modèle suggéré, présentez les états des résultats prévisionnels de votre entreprise pour les deux prochaines années d'opération.

Bilans prévisionnels

Le bilan prévisionnel est la liste des actifs de l'entreprise (ce qu'elle possède), ses passifs (ce qu'elle doit) et de l'avoir des propriétaires ou valeur nette de l'entreprise, soit la différence entre les actifs et les passifs. Le bilan est en quelque sorte une photographie de l'entreprise à une date donnée.

En vous servant du modèle suggéré, faites les bilans de votre entreprise à la fin de l'an 1 et de l'an 2.

Actif

Encaisse: prenez l'encaisse à la fin du dernier mois de l'année de votre budget de caisse.

Comptes à recevoir: à partir de vos prévisions de ventes mensuelles et de votre politique de crédit, déterminez la portion des ventes qui ont été effectuées pendant l'année mais qui seront perçues lors de l'année suivante.

Inventaire: évaluez le montant de l'inventaire de la fin de l'année.

Immobilisations: inscrivez le montant total des immobilisations au coût d'achat.

Passif

Emprunt bancaire: à partir du budget de caisse, déterminez le solde à payer pour l'emprunt bancaire à court terme

Comptes à payer: à partir de vos prévisions d'achats mensuels et de la politique de crédit des fournisseurs, déterminez les achats qui ont été effectués pendant l'année et qui seront payés lors de l'année suivante.

Dette à long terme: inscrivez la portion de la dette à long terme (capital) qui reste à rembourser.

Avoir net

Capital: indiquez la mise de fonds du (des) promoteur(s).

Bénéfices non répartis: il s'agit des bénéfices nets de l'entreprise qui n'ont pas été distribués aux propriétaires.

Subvention(s): indiquez tout montant obtenu dans le cadre d'une subvention.

Actif total = passif total + avoir net

8.2. BUDGET DE CAISSE (AN 1)

Mois	Solde début	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
ENTRÉE DE FONDS														
comptant														
Ventes encaissables 30 jours														
60 jours														
Emprunt(s)														
Mise de fonds														
Subvention(s)														
TOTAL														
DÉBOURSÉS														
Achats														
Salaires et avantages sociaux														
Salaires promoteurs														
Fourniture d'atelier														
Loyer														
Électricité / chauffage														
Taxes & permis														
Assurances														
Entretien équipement														
Publicité et promotion														
Frais de déplacement														
Téléphone														
Fournitures de bureau														
Honoraires professionnels														
Frais immatriculation entreprise														
Frais bancaires														
Remboursements emprunts														
Immobilisations														
Autres:														
TOTAL														
Encaisse au début														
Plus: Excédent des entrées / dépenses														
Encaisse à la fin du mois														

BUDGET DE CAISSE (AN 2)

Mois	Solde début	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
ENTRÉE DE FONDS														
comptant														
Ventes encaissables 30 jours														
60 jours														
Emprunt(s)														
Mise de fonds														
Subvention(s)														
TOTAL														
DÉBOURSÉS														
Achats														
Salaires et avantages sociaux														
Salaires promoteurs														
Fourniture d'atelier														
Loyer														
Électricité / chauffage														
Taxes & permis														
Assurances														
Entretien équipement														
Publicité et promotion														
Frais de déplacement														
Téléphone														
Fournitures de bureau														
Honoraires professionnels														
Frais immatriculation entreprise														
Frais bancaires														
Remboursements emprunts														
Immobilisations														
Autres:														
TOTAL														
Encaisse au début														
Plus: Excédent des entrées / dépenses														
Encaisse à la fin du mois														

8.3. ÉTATS DES RÉSULTATS PRÉVISIONNELS

	<u>An 1</u> \$	<u>An 2</u> \$
<u>REVENUS</u>		
Ventes	_____	_____
Autre:	_____	_____
Total des revenus	_____	_____
<u>COÛT DES MARCHANDISES VENDUES</u>		
Inventaire de début	_____	_____
Plus: Achats	_____	_____
Moins: Inventaire de fin	_____	_____
Total du coût des marchandises vendues	_____	_____
<u>DÉPENSES</u>		
Salaires et avantages sociaux	_____	_____
Salaires promoteurs	_____	_____
Fournitures d'atelier	_____	_____
Loyer	_____	_____
Électricité / chauffage	_____	_____
Taxes & permis	_____	_____
Assurances	_____	_____
Entretien équipement	_____	_____
Publicité et promotion	_____	_____
Frais de déplacements	_____	_____
Téléphone	_____	_____
Fournitures de bureau	_____	_____
Honoraires professionnels	_____	_____
Frais immatriculation entreprise	_____	_____
Frais bancaires	_____	_____
Intérêts sur emprunts	_____	_____
Amortissement	_____	_____
Autres:	_____	_____
Total des dépenses	_____	_____
BÉNÉFICE (DÉFICIT) NET AVANT IMPÔT	_____	_____

8.4. BILANS PRÉVISIONNELS

	<u>An 1</u> \$	<u>An 2</u> \$
<u>ACTIFS</u>		
Actif à court terme		
Encaisse	_____	_____
Comptes à recevoir	_____	_____
Inventaire	_____	_____
Autre	_____	_____
Total de l'actif à court terme	_____	_____
Actif à long terme		
Bâtisse	_____	_____
moins: amortissement cumulé	_____	_____
Matériel roulant	_____	_____
moins: amortissement cumulé	_____	_____
Équipements	_____	_____
moins: amortissement cumulé	_____	_____
Terrain	_____	_____
Total de l'actif à long terme	_____	_____
TOTAL DE L'ACTIF		
<u>PASSIF</u>		
Passif à court terme		
Comptes à payer	_____	_____
Total du passif à court terme	_____	_____
Passif à long terme		
Dette à long terme	_____	_____
Total du passif à long terme	_____	_____
TOTAL DU PASSIF		
<u>AVOIR NET</u>		
Capital	_____	_____
Bénéfices non répartis	_____	_____
Plus: Apports	_____	_____
Moins: prélèvements	_____	_____
TOTAL DE L'AVOIR NET	_____	_____
TOTAL DU PASSIF ET DE L'AVOIR NET	_____	_____

9. HYPOTHÈSES EN CAS DE DIFFICULTÉ

Nécessité de financement supplémentaire

Nécessité de coupures budgétaires

Nécessité de fermeture de l'entreprise

Réactions des concurrents et stratégies

10. CONCLUSION

La majorité des chefs d'entreprise font face aux mêmes problèmes lorsqu'ils tentent de rédiger un plan d'affaires. Voici une dernière liste de conseils pour vous éviter de tomber dans les pièges les plus courants et accroître vos chances de succès.

1. Rédigez vous-même votre plan

Votre plan d'affaires devrait traduire votre détermination à réussir et personne ne peut lui donner cet enthousiasme primordial mieux que vous même. Les conseillers externes peuvent guider, donner des conseils généraux, revoir votre plan et suggérer des investisseurs ou des bailleurs de fonds éventuels. Mais ils ne devraient pas se charger de la rédaction de votre plan.

2. Soyez bref

Votre plan d'affaires doit être détaillé et adapté aux besoins de chaque lecteur, mais il doit aussi être bref. Mentionnez une fois les points importants dans les sections appropriées et veillez à ce que votre plan soit aussi court que possible. Si vous devez ajouter des renseignements, faites-en des annexes.

Ne présumez pas que vos lecteurs connaissent votre produit, votre marché ou votre industrie. Évitez tout jargon ou argot de métier et utiliser le plus possible des termes de profanes. Sinon, ajoutez un glossaire en annexe.

3. Ne dissimulez pas les risques

Discutez de tous les risques qui peuvent se présenter, pas seulement ceux pour lesquels vous avez une réponse toute prête. Si vos lecteurs découvrent des risques dont vous n'avez pas parlé (ce qui se produira probablement), votre plan pourrait perdre de sa crédibilité.

4. Appuyez vos prétentions

Ne présentez jamais des prétentions que vous ne pouvez prouver; cela peut nuire à l'ensemble du plan. Annexe les copies de confirmation de vos prétentions par des tiers ou tout document y faisant référence. Après avoir terminé votre plan d'affaires, comparez-le à la situation actuelle dans votre secteur d'activités. Cela aidera à assurer que vos hypothèses respectent les normes de l'industrie et ajoutera foi à vos prétentions.

5. Donnez une allure professionnelle au plan d'affaires

Votre présentation n'a pas à être compliquée, mais elle doit être réfléchie et logique. Indiquez le nom de votre compagnie sur la page couverture et personnalisez le plan en imprimant le nom du lecteur sur la feuille d'accompagnement.

6. Ne vous préoccupez pas du secret professionnel

Les investisseurs et établissements reçoivent des plans d'affaires par centaines et savent qu'ils sont tenus au secret professionnel. Toutefois, si vous préférez ne pas trop en dire au début, vous pouvez adresser seulement un résumé. Ne faites parvenir qu'un exemplaire détaillé de votre plan qu'à ceux qui se montrent vraiment intéressés.

7. Sollicitez l'avis d'une autre personne

Avant de contacter des investisseurs ou bailleurs de fonds, demandez à quelqu'un de passer objectivement votre plan en revue et de faire des suggestions. Vous mettrez peut-être des semaines à rédiger votre plan; vous ne voudriez donc pas qu'il soit rejeté après un rapide coup d'oeil.

Si vous le pouvez, soumettez votre plan à au moins deux personnes qui n'ont pas de liens avec votre société. Les personnes capable de passer votre plan en revue peuvent être votre comptable, votre conseiller d'affaires, votre conseiller légal (notaire ou avocat) ou un ami. Elles devraient vous aider à déterminer si votre plan est vraisemblable et s'il répond aux critères connus de votre bailleur de fonds. Demandez leur également de vous suggérer des façons d'améliorer le contenu.

Modifier cette documentation

Général

Catégorie :

Titre :

Texte complet :



: Caractères restants

PDF lié : Catégorie :

Fichier : 

Activer la documentation : Oui Non

[Retour](#)