

APERÇU DU PLAN D'AFFAIRES

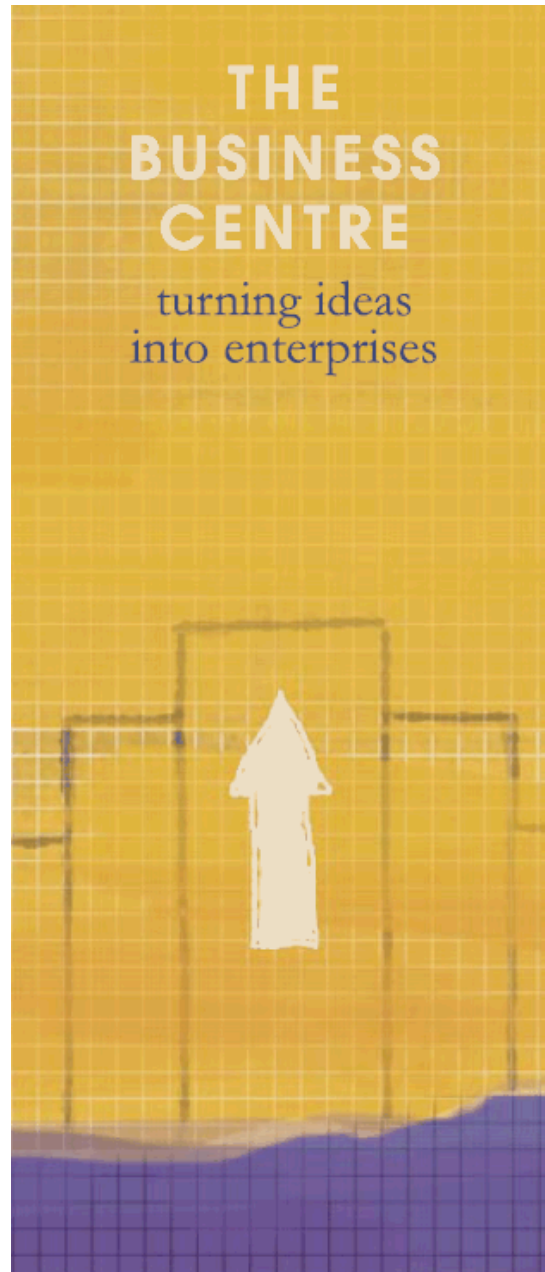


Table des matières

Le plan d'affaires en bref	Page 1 et 2
Votre idée d'entreprise	Page 3
Analyse de l'industrie et du marché	Pages 4 et 5
Plan de marketing	Page 6
Gestion et propriété	Page 7
Plan opérationnel	Page 8
Plan financier	Pages 9 à 12
Sommaire	Page 13
Annexes et documents d'appoint	Page 14

Le plan d'affaires en bref

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

Un plan d'affaires est la représentation de votre entreprise sur papier. Il décrit les buts et les objectifs à court et à long terme pour l'entreprise que voulez lancer ou élargir.

Un plan d'affaires permet au propriétaire ou à d'autres personnes qui lisent le plan de bien comprendre, entre autres, le produit ou le service offert par l'entreprise, le marché occupé par l'entreprise, les buts et objectifs de l'entreprise et les prévisions financières.

Pourquoi un plan d'affaires est-il important?

Un plan d'affaires vous aide à réfléchir à votre idée d'entreprise et à l'évaluer. Il vous permet d'organiser et de présenter l'information sur votre idée d'entreprise et vos buts, afin que vous puissiez les communiquer facilement à d'autres.

Un plan d'affaires n'est pas un document statique. Lorsque les conditions du marché changent, de nouveaux produits sont ajoutés ou les prévisions financières sont dépassées, le plan devrait être mis à jour pour refléter la nouvelle situation dans laquelle l'entreprise se trouve.

Conseils pour préparer un plan d'affaires

Ce plan d'affaires est un modèle générique qui convient à tous les types d'entreprises. Toutefois, vous devriez le modifier selon vos circonstances particulières. Un bon plan prend typiquement plusieurs semaines à préparer. Vous passerez beaucoup de ce temps à faire de la recherche et à repenser vos idées et vos estimations. Prenez le temps de bien faire ce travail. Les gens qui le font ne regrettent jamais l'effort.

Finalement, assurez-vous de prendre des notes détaillées sur vos sources d'information et sur le raisonnement qui appuie vos données financières.

Vous devriez préparer le plan d'affaires de façon professionnelle en tenant compte des raisons pour lesquelles le lecteur examine le plan. Le plan devrait donc être organisé de sorte à offrir des sections et des documents qui sont faciles à trouver. Après que vous aurez terminé le plan, c'est une bonne idée de demander à d'autres personnes de le relire avant que vous le présentiez à des prêteurs ou investisseurs potentiels. À cause de la nature confidentielle du contenu du plan d'affaires, il est important de contrôler soigneusement sa distribution.

L'aperçu du plan d'affaires a été recherché et préparé par le Business Centre Nipissing Parry Sound Inc. Pour obtenir d'autres renseignements et de l'aide pour faire la recherche du marché, la planification ou le lancement de votre entreprise, communiquez avec :

The Business Centre Nipissing Parry Sound Inc.

200, rue McIntyre Est

North Bay ON

P1B 8H8

Tél. : (705) 474-0626 poste 528

Télécopieur : (705) 474-4493

www.thebusinesscentre-nps.com

tbc@cityofnorthbay.ca

Section 1

Votre idée d'entreprise

Cette section présente votre entreprise aux lecteurs. C'est un aperçu global de l'entreprise, qui explique au lecteur quand et pourquoi une entreprise est formée et qui lui donne une brève description de son fonctionnement. Cette section contient aussi des buts personnels et commerciaux pour l'avenir.

Historique

Présentez :

- La date de lancement de l'entreprise
- Le nom de l'entreprise
- Une brève description de l'entreprise
- La structure de l'entreprise (*entreprise individuelle, partenariat, corporation*)
- Les coordonnées de l'entreprise (*si vous n'avez pas encore d'adresse pour l'entreprise, incluez vos coordonnées personnelles*)
- Le nom du propriétaire et des personnes clés
- Tout renseignement approprié sur l'historique de l'entreprise (*est-ce qu'elle fonctionne déjà et depuis combien de temps, est-ce qu'elle appartenait à quelqu'un d'autre, etc.*)

Plans d'avenir

Décrivez :

- Les buts pour votre entreprise et vos stratégies pour les atteindre :
 - Dans un an
 - Dans trois ans
 - Dans cinq ans
- Vos buts personnels pour l'entreprise (*revenu, travail indépendant, etc.*)

Section 2

Analyse de l'industrie et du marché

Cette section est une description et une analyse de vos concurrents directs et indirects. C'est une évaluation des avantages de vos concurrents et de votre propre compétitivité sur le marché. C'est aussi un examen du marché primaire pour votre produit ou service.

Industrie

Soulignez :

- Dans quelle sorte d'industrie votre entreprise se trouve-t-elle?
- Quelles sont les tendances de cette industrie depuis cinq ans? Est-elle en croissance, stable, ou en décroissance?
- Qu'est-ce que vous percevez comme des tendances qui émergeront dans les cinq prochaines années? *Exemple : la transition de cassettes aux disques compacts et ensuite aux MP3, ou une augmentation du nombre d'adolescents qui ont des téléphones cellulaires.*
- Y a-t-il des normes ou des règlements spécifiques à ce type d'entreprise?
- Est-ce une entreprise saisonnière? Les tendances dépendent-elles des saisons?
- Quelle est l'étendue de l'industrie? (*Appuyez ce chiffre d'information tirée de la recherche du marché, comme des données et des statistiques. L'étendue du marché peut être exprimée en dollars ou en unités.*)
- Quel est le potentiel de croissance du marché? (*Analysez les marchés local, national et international.*)

Compétition

Décrivez :

- Qui sont vos principaux concurrents?
- Faites une analyse FFPM (forces, faiblesses, possibilités, menaces) pour chaque concurrent, en évaluant des points comme :
 - Le prix

- La qualité du produit
 - Le service à la clientèle
 - L'emplacement
 - Le choix
- Quels sont vos avantages compétitifs? (*Que faites-vous de mieux que vos concurrents?*)
 - Comment vous positionnez-vous par rapport à vos concurrents? *Par exemple, offrirez-vous un meilleur produit, des prix plus bas, des heures d'ouverture plus longues, etc.?*

Clients

Présentez :

- Qui fait partie de votre marché primaire, *p. ex. individus, autres entreprises*
- Si vous visez des individus, décrivez votre client idéal en utilisant des données démographiques, *p. ex. l'âge, le genre, le travail, le lieu de résidence, le revenu, etc.*
- Si vous visez des individus, décrivez votre client idéal en utilisant des données psychographiques, *p. ex. les valeurs, les attitudes, les désirs par rapport au produit ou service*
- Si vous visez d'autres entreprises, décrivez votre client idéal en identifiant le type d'entreprise
- Quand vos clients vont-ils acheter? Tous les jours, toutes les semaines, tous les mois, une fois seulement? Achètent-ils selon la saison?
- Quel est le volume de votre marché? (\$ ou chiffres). Considérez :
 - Le nombre de clients potentiels
 - Les achats annuels du produit ou service
 - La croissance anticipée du marché
- Quelles sont vos prévisions sur la part du marché que tu voulez obtenir?

Section 3

Plan de marketing

Le plan de marketing énumère toutes les composantes de votre stratégie de marketing et comprend une explication détaillée de votre stratégie de vente, votre plan de fixation des prix et vos activités proposées pour la publicité et la promotion.

Prix

Soulignez :

- Le prix que vous voulez demander pour votre produit ou service
- Comment votre prix se compare à celui de vos concurrents principaux
- Les conditions de vente, *p. ex. des paiements à crédit sur 30 jours*
- Les modes de paiement que vous accepterez
- Les types de rabais que vous offrirez

Place

Décrivez :

- Où vous vendrez et distribuerez votre produit ou service
- Les moyens de distribution que vous utiliserez, *p. ex. comment mettrez-vous le produit ou service en marché?*

Publicité et promotion

Présentez :

- Comment vous planifiez de faire la promotion de votre entreprise. Quels types de médias utiliserez-vous?
- Quelle est votre stratégie de publicité
 - Quand commencerez-vous à faire de la publicité?
 - Comment souvent ferez-vous passer les annonces?
 - Pendant combien de temps votre campagne de publicité durera-t-elle?
- Estimez le coût de vos activités de promotion
- Comment et où obtiendrez-vous de la publicité gratuite

7

Section 4

Gestion et propriété

Cette section souligne la structure légale de l'entreprise et l'équipe de gestion, y compris la gestion interne, la gestion externe ou les ressources/l'aide consultatives, ainsi que toute ressource humaine dont l'entreprise aura besoin pour assurer sa réussite.

Gestion

Décrivez :

- La structure organisationnelle de la compagnie
- Les personnes clés, leurs postes, rôles et responsabilités
- Les compétences nécessaires pour bien gérer l'entreprise

Propriétaires

Identifiez :

- Les propriétaires. Qui sont-ils? Quelles forces (expérience et domaines d'expertise) apportent-ils à l'entreprise?

Plan opérationnel

Cette section décrit les exigences physiques pour votre entreprise, y compris l'emplacement de l'entreprise, les bâtiments et l'équipement. Selon la nature de votre entreprise, cette section peut aussi comprendre de l'information sur les stocks, les fournisseurs et le processus de fabrication de votre produit.

Emplacement

Décrivez :

- Où est située votre entreprise. Chez vous?
- Les avantages et les désavantages possibles de cet emplacement, *p. ex. bonne visibilité, beaucoup de stationnement, bonne circulation de voitures, etc.*
- Toute exigence de zonage pour ce type d'entreprise

Bâtiment et équipement

Soulignez :

- Si vous avez l'intention d'acheter ou de louer le bâtiment ou l'équipement, ou si vous signerez un bail
- Les coûts associés

Section 6

Plan financier

Budget de démarrage

Le budget de démarrage aidera à identifier combien d'argent sera nécessaire pour lancer l'entreprise et comprend des éléments comme la promotion, l'assurance, les licences, etc. **Dans le budget de démarrage, vous estimerez vos dépenses de fonctionnement mensuelles en vous basant sur les trois premiers mois.**

ÉLÉMENT	COÛTS ESTIMÉS	COÛTS ACTUELS (s'ils sont disponibles)
Immatriculation de l'entreprise		
Assurance		
Papier		
Téléphone		
—		
Total des coûts de démarrage		

Besoins de capitaux

L'identification des besoins de capitaux vous aidera à estimer la somme d'argent nécessaire pour faire les gros achats qui vous permettront de lancer et de faire fonctionner votre entreprise. Ces besoins comprennent les terrains, les bâtiments, les véhicules, les outils, l'équipement, etc.

ÉLÉMENT	COÛTS ESTIMÉS	COÛTS ACTUELS (s'ils sont disponibles)
Bâtiment		
Véhicules		
Outils		
Meubles		
—		
Total – besoins de capitaux		

État des résultats

Le but de l'état des résultats est de résumer les activités opérationnelles d'une entreprise sur une période donnée. L'état des résultats montre la rentabilité d'une entreprise.

Exemple d'un état des résultats :

(Ajoutez ou enlevez des éléments au besoin)

[Le nom de votre compagnie]

État des résultats

Pour la période se terminant le [mois, jour, 200X]

Revenus :

Ventes brutes		0,00 \$
Moins :	les rendus et les rabais	<u>0,00 \$</u>
Ventes nettes		0,00 \$

Dépenses :

Publicité	0,00 \$	
Frais bancaires	0,00 \$	
Assurance		0,00 \$
Intérêts	0,00 \$	
Entretien		0,00 \$
Divers	0,00 \$	
Dépenses de bureau		0,00 \$
Impôts sur les salaires	0,00 \$	
Permis et licences	0,00 \$	
Frais de poste		0,00 \$
Impôts fonciers	0,00 \$	
Loyer		0,00 \$
Fournitures		0,00 \$
Téléphone		0,00 \$
Déplacements		0,00 \$
Dépenses liées aux véhicules		0,00 \$
Salaires	0,00 \$	
Total des dépenses		<u>0,00 \$</u>

Revenu net d'exploitation **0,00 \$**

Autres revenus :

Bénéfice (perte) sur l'acquisition des actifs	0,00 \$	
Intérêts créditeurs	<u>0,00 \$</u>	
Total – autres revenus		<u>0,00 \$</u>

Revenu net (perte) **0,00 \$**

Le bilan montre les actifs, passifs et capitaux propres d'une entreprise. Il donne le portrait financier de l'entreprise à un moment précis.

- **Actifs** – Dressez la liste de tout ce que possède l'entreprise. Les actifs doivent avoir une valeur quantifiable pour être inscrits dans le bilan.
- **Passifs** – Dressez la liste de tout ce que l'entreprise doit : toutes les dettes et obligations monétaires.
- **Avoir net** – C'est la valeur de l'entreprise. L'avoir net comprend l'investissement initial des propriétaires dans l'entreprise, ainsi que les revenus après retraites.
- **NOTE** : Le bilan doit toujours s'équilibrer.
Actifs = passifs + capitaux propres

Exemple d'un bilan :

(Ajoutez ou enlevez des éléments au besoin)

[Le nom de votre compagnie]		
Bilan		
[mois, jour, 200X]		
Actifs		
Actifs à court terme :		
Comptant	0,00 \$	
Comptes fournisseurs	0,00 \$	
Stock	0,00 \$	
Dépenses payées d'avance	0,00 \$	
Total – actifs à court terme		0,00 \$
Immobilisations :		
Machines et équipement	0,00 \$	
Meubles et accessoires	0,00 \$	
Véhicules	0,00 \$	
Autres	0,00 \$	
Total – immobilisations		0,00 \$
Total - actifs		0,00 \$
Passifs et capital		
Passifs à court terme :		
Créances	0,00 \$	
Impôts payables	0,00 \$	
Prêt bancaire payable à court terme	0,00 \$	
Total – passifs à court terme		0,00 \$
Passifs à long terme :		
Prêts bancaires payables (plus de 12 mois)	0,00 \$	
Hypothèque payable	0,00 \$	
Autres dettes à long terme	0,00 \$	
Total – passifs à long terme		0,00 \$
Total - passifs		0,00 \$
Avoir net :		
Capitaux propres	0,00 \$	
Profit net	0,00 \$	
Total – avoir net		0,00 \$
Total – passifs et avoir net		0,00 \$

Analyse du budget de caisse sur douze mois

L'analyse du budget de caisse, faite à chaque mois, résume l'argent qui entre et sort de l'entreprise. Elle montre combien d'argent l'entreprise aura à la fin de chaque mois.

Exemple d'une analyse de budget de caisse sur douze mois :

(Ajoutez ou enlevez des éléments au besoin)

Le nom de votre compagnie														
Budget de caisse														
	DÉMARRAGE	MOIS 1	MOIS 2	MOIS 3	MOIS 4	MOIS 5	MOIS 6	MOIS 7	MOIS 8	MOIS 9	MOIS 10	MOIS 11	MOIS 12	TOTAL
Encaissements														
Ventes au comptant														0
Investissements personnels (\$)														0
Produits d'emprunts														0
Subventions														0
														0
														0
TOTAL DES ENCAISSEMENTS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DÉCAISSEMENTS (DÉPENSES)														
Retraits du propriétaire														0
Salaires														0
Reçus														0
Publicité														0
Déplacements														0
Loyer														0
Services de comptabilité														0
Services d'avocat														0
Téléphone														0
Services publics														0
Assurance														0
Impôts														0
Divers														0
														0
														0
TOTAL DES DÉCAISSEMENTS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SOMMAIRE														
Total des encaissements	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total des décaissements	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Écart de caisse	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CUMULATIF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Section 7

Sommaire

Le but du sommaire est de donner au lecteur un aperçu concis de l'entreprise.

Cette section paraîtra au début du plan, mais devrait toujours être rédigée une fois que le plan est terminé.

Le sommaire est une description de l'entreprise et contient les renseignements suivants :

- Le nom de votre entreprise
- L'emplacement de votre entreprise
- Le type de propriété (entreprise individuelle, partenariat, corporation)
- Les détails du produit ou service qui sera offert
- Le financement requis

Annexes et documents

d'appoint

L'information incluse dans cette section devrait fournir plus de détails ou appuyer les renseignements présentés dans le plan.

Cette information est séparée des autres sections du plan et le lecteur peut s'en servir au besoin.

Voici quelques exemples d'information qu'on peut y trouver :

- Curriculum vitae de l'équipe de gestion
- Recherche sur le marché
- Sondages
- Renseignements sur les lettres patentes
- Photographies et schémas du produit ou service
- Ententes de partenariat
- Articles de journaux ou publications de l'industrie
- Contrats et ententes légales