

Modèle de plan d'affaires avec exemples

Entreprise ou organisme :

Coordonnées :

Promoteur responsable :

Date :



TABLE DE MATIÈRES

RÉSUMÉ

Identification	1
Résumé du projet de développement	1

I. LE PROJET

1.1 Détails du projet pour lequel le financement est demandé	2
1.2 Dirigeants de l'entreprise ou de l'organisme	2
1.3 Forme juridique de l'entreprise ou de l'organisme	3
1.4 Structure de la propriété détaillée	3

II. LES PRODUITS/SERVICES OFFERTS

2.1 Description des produits et/ou des services offerts	4
2.2 Profil du secteur d'activité économique	4
Carnet de commandes et/ou contrats potentiels	5
2.3 Clientèle visée	5
2.4 Description du marché géographique visé	6
2.5 Concurrence	6
Avantages concurrentiels	6

III. LE MARKETING

3.1 Stratégie de publicité	7
Démarches	7
Moyens promotionnels	7
3.2 Stratégie de prix	7
3.3 Stratégie de mise en marché de distribution et de localisation	8
3.4 Part de marché et/ou prévisions de ventes	9

IV. LA PRODUCTION

4.1 Capacité maximale de production, de vente et de service	10
4.2 Immobilisations et équipements à acquérir	10
4.3 Aspect légal particulier	10

V. LES RESSOURCES HUMAINES, L'ADMINISTRATION ET LES FINANCES

5.1 Description des postes de travail et rémunération	11
5.2 Administration	11
5.3 Organigramme de l'entreprise et description de tâches des dirigeants	12
5.4 Coordonnées des partenaires et des ressources stratégiques	12

ANNEXES	13
---------------	----

BILAN PERSONNEL	14
-----------------------	----

COÛT ET FINANCEMENT DU PROJET	15
-------------------------------------	----

1.1 Identification

Nom de l'organisme ou entreprise	_____
Personne à contacter	_____
Adresse	_____
Code postal	_____
Téléphone	_____
Adresse électronique	_____
Lieu d'affaires (si différent)	_____
Adresse	_____
Code postal	_____
Téléphone	_____
Adresse électronique	_____
Site Internet	_____

1.2 Résumé du projet de développement (nature du projet à financer, ce que l'on veut développer)

Exemple

L'entreprise X offre un service de production et de distribution de films vidéo sur le territoire de la ville de Québec. Cette entreprise est en opération depuis dix ans et désire renouveler son parc informatique afin d'accroître sa productivité, de réduire ses coûts d'opération afin de demeurer concurrentiel.

L'entreprise compte sept employés et est dirigé par deux actionnaires dont monsieur Marc Richard, qui détient un diplôme d'études collégiales en infographie ainsi qu'une expérience de plus de dix ans chez l'entreprise X en distribution, promotion et administration. Madame Michèle Lavigne possède un baccalauréat en administration ainsi qu'une expérience de plus de dix ans comme gestionnaire au sein de l'entreprise X. Mme Lavigne est présidente de l'entreprise et M. Richard agit à titre de vice-président aux opérations. Chacun des promoteurs injectera 5 000\$ dans l'entreprise comme investissement initial au projet de développement. Les entrepreneurs estiment que le cout du projet de développement s'élèvera à 35 000 \$. Le projet est admissible à l'obtention d'un prêt de 15 000 \$ auprès d'une institution financière. Les promoteurs demandent donc un prêt de 10 000 \$ auprès du Fonds privé afin de compléter le financement manquant au développement de leur projet.

I. LE PROJET

1.1 Détails du projet pour lequel le financement est demandé

Exemple

L'entreprise a besoin d'outils de gestion informatisée *sur mesure* et intégrés lui permettant de poursuivre la croissance de ses activités. L'entreprise utilise des bases de données et de registres implantés depuis une dizaine d'année sur un réseau informatique désuet. Ce système antérieur contient essentiellement des données relatives aux activités de distribution. Le système actuel n'est aucunement lié avec le système de comptabilité qui gère tous les budgets et les comptes Id, où un dédoublement au niveau de la comptabilité de distribution qui doit être amarrée au système comptable général. Le système informatique actuellement utilisé est désuet et ne peut être bonifié par la mise en place de nouveaux outils de gestion, répondant adéquatement aux besoins de l'entreprise, est donc nécessaire. L'objectif est d'acquérir un système informatique (équipement et logiciels) permettant de répondre aux objectifs de l'entreprise et intégrant les départements de production, distribution/diffusion et administration dans le but d'éviter les dédoublements d'informatique. Le but du projet est d'optimiser le temps de travail pour l'alimentation des systèmes et éviter les erreurs lors de la saisie de données, et ultimement d'accroître la productivité et l'efficacité de l'entreprise et de réduire ses coûts.

1.2 Dirigeants de l'entreprise ou de l'organisme

Le plan d'affaires doit identifier et présenter les promoteurs du projet afin d'établir leur crédibilité. Il est donc crucial de démontrer l'expertise des promoteurs dans le domaine d'intervention de l'entreprise ou de l'organisme. Pour un organisme à but non lucratif, veuillez présenter votre conseil d'administration.

- ? Nom des promoteurs du projet, les fonctions qu'ils occupent, les tâches et les responsabilités auxquelles ils seront affectés
- ? Qualifications, formations et diplômes des promoteurs
- ? Réalisations et expériences de travail pertinentes au projet soumis
- ? Joindre, en annexe, les curriculum vitae

Exemple

Ressources	Responsabilités	Formations	Principales réalisations
M ^{me} Michèle Lavigne	Présidente	Ateliers (plan d'affaires) (2002-2006) Bac adm. (1998) Déc. Sc. humaines (1994)	<i>Directrice administrative</i> (août 2007 à aujourd'hui) – La compagnie X <i>Responsable des communications</i> (sept. 2004 à aujourd'hui) – Compagnie X <i>Adjointe</i> (2001 à 2006) – Compagnie X
M. Marc Richard	Vice-président aux opérations	Diplôme d'études collégiales en infographie (1997-2000)	<i>Directeur production</i> (2001 à aujourd'hui) – La compagnie X <i>Bourses de recherche</i> (2002 à 2007) <i>Enseignement</i> (2001 à date) –UQTR

I. LE PROJET

1.4 Forme juridique de l'entreprise ou de l'organisme

Indiquer si l'entreprise est incorporée, à propriété unique (immatriculée), en nom collectif ou à but non lucratif.

? Entreprise individuelle (immatriculée)

? Société en nom collectif ou en commandite

? Société par actions (appelées aussi compagnie ou corporation)

? Coopérative

? Organisme à but non lucratif

? Il est important de déposer une copie de l'immatriculation et ou de l'incorporation.

1.4 Structure de la propriété détaillée

S'il s'agit d'une société par actions, précisez la valeur de l'investissement en actions, le nom des actionnaires, le nombre d'actions qu'ils détiennent et le pourcentage détenu par actionnaire. Pour les organismes à but non lucratif, présentation de votre conseil d'administration.

Exemple

Nom de l'entreprise ou de l'organisme

Associé	Valeur de l'investissement	Nombre d'actions	%	Nature de l'investissement
Michèle Lavigne	5 000 \$	50	50	Argent
Marc Richard	5 000 \$	50	50	Argent

Annexer, s'il y a lieu, la convention d'actionnaires, le contrat d'associés, etc.

II. LES PRODUITS/SERVICES OFFERTS

2.1 Description des produits et/ou des services offerts

Le plan d'affaires doit fournir des informations qui décrivent les services offerts par l'entreprise ou l'organisme.

- ? Présentation générale du service et ou des produits offerts.
- ? Description physique du produit ou de la gamme de produits : caractéristiques, présentation, aspect visuel du produit;
- ? Situer le produit ou service dans le contexte de son utilisation. Présenter les fonctions, les usages, les utilités, les aspects techniques, les qualités et les avantages pour l'utilisateur du produit ou du service.

Exemple

L'entreprise œuvre dans le domaine de la production audio et du multimédias. Celle-ci a comme activité principale la production de vidéos mais offre également un service de réalisation et distribution de films et de vidéos. Celle-ci offre également un support technique et un service de soutien pour la production de vidéo d'auteur, ainsi qu'une infrastructure permettant de diffuser et de distribuer les vidéos auprès du public. L'entreprise a double fonction soit celui de producteur et de producteur diffuseur.

2.2 Profil du secteur d'activité économique

Description, évolution et croissance, du secteur d'activités **C'est un portrait du domaine d'activités**. Les opportunités de développement de marché ou du projet (veuillez joindre en annexe tout renseignement supplémentaire et pertinent).

Il s'agit ici de situer dans un contexte plus large, le secteur d'activités dans lequel devra s'intégrer le produit ou service. Il importe de présenter le volume et l'évolution de la demande. Il est également pertinent de démontrer votre degré de connaissance du secteur.

- ? Présentation de l'évolution de ce secteur au cours des dernières années
- ? État de la situation actuelle : identifier si c'est un marché en développement, en expansion ou à maturité
- ? Perspectives, évolution anticipée, nouveautés au chapitre des produits. Estimation de l'évolution de la demande à court, moyen et long terme. Fluctuations de la demande au cours des dernières années, tendances de la demande
- ? Volume de la demande (nombre d'unités vendues ou chiffre d'affaires)

Exemple

Selon L'institut de la statistique du Québec, en 2006-2007, les revenus totaux générés dans ce secteur ont augmenté de 8,4 % pour se chiffrer à plus de 18 millions de dollars. Aussi, les dépenses des ménages québécois en matière de loisirs culturels ont augmenté de 2,6 % de 2005 à 2006, pour se situer à 1350 000 \$. Le milieu des arts visuels et celui des arts médiatiques électroniques est en pleine effervescence à Québec.

II. LES PRODUITS/SERVICES OFFERTS

Contrat et marché potentiel

L'organisme a obtenu des ventes de x durant la dernière année. Suite à la demande des clients et des contrats obtenus pour la prochaine année (voir contrats et carnet de commandes) nous comptons atteindre une augmentation de 5 % du chiffre d'affaires la prochaine année.

Carnet de commandes et/ou contrats potentiels

2.3 Clientèle visée

Caractéristiques de la clientèle, description du besoin, liste des entreprises clientes potentielles, etc. Il importe de bien cerner le profil de votre clientèle auquel est destiné le produit ou le service offert par votre entreprise afin d'élaborer des stratégies de vente et de promotion efficaces.

- ? Types de clientèles cibles auxquelles s'adressent les produits ou services : consommateurs individuels, grossistes, détaillants, industries
- ? Marché visé à court terme et à long terme : local, régional, national, international.

Dans quel domaine œuvre-t-elle? _____

Son âge?

Son style de vie ? _____

Exemple

Notre clientèle cible se concentre principalement sur les musiciens de 20 à 45 ans partout au Québec. L'âge moyen de notre clientèle est de 33 ans. Il est assez étonnant de constater qu'en 2005, 25% des joueurs étaient âgés de plus de 50 ans. Quant à la distribution, 65 % de notre principale clientèle se retrouve chez les entreprises X et Y.

II. LES PRODUITS/SERVICES OFFERTS

2.4 Description du marché géographique visé

Pays, province, région, territoire, municipalité. D'où provient votre clientèle ?

2.5 Concurrence

Identifier vos concurrents par ordre d'importance, leurs produits fabriqués ou services, leurs forces, leurs faiblesses, les associations possibles, etc. par rapport à vous.

? Identification et description de la concurrence

? Type de concurrence : directe (produit ou service similaire) et indirecte (produit ou service qui comble le besoin de manière différente)

? Liste des concurrents directs

? Caractéristiques : Services offerts, Localisation, leur réputation, leurs forces et faiblesses

? Disponibilité, localisation

? Analyse comparative de la concurrence

Comparaison entre les différents concurrents en mettant en perspective les points forts et les points faibles à partir de critères comme les suivants.

Nom des concurrents Localisation	Produits ou services offerts	Ses forces	Ses faiblesses
Entreprise X	Centre dédié à la diffusion de courts-métrages	Très bonne crédibilité auprès de la clientèle	Prix élevé
Entreprise Y	Centre dédié à l'art audio	Service rapide	Prix élevé
Entreprise Z	Coopérative de producteurs et diffuseurs professionnels en cinéma de fiction	Employés possédant une grande expertise technique	Employés assez froids et distants avec la clientèle
Entreprise ZZ	Centre dédié à la production de vidéo documentaire et à caractère social et engagé	Prix peu élevé	Mauvaise réputation dans le milieu

Avantages concurrentiels

Qu'est-ce qui vous différencie de vos concurrents ? Quelles sont les raisons qui pousseront les clients à choisir vos produits ou services plutôt que ceux de vos concurrents ?

III. LE MARKETING

Le plan marketing précise quelles seront les stratégies sont déployées pour atteindre les objectifs de vente et de bien positionner votre entreprise dans le marché convoité.

3.1 Stratégie de publicité

Comment le produit ou service répondra-t-il aux besoins des clients? Si vous avez plusieurs segments de marché, élaborer une stratégie pour chacun, si nécessaire.

Démarches

Voici des exemples : vente directe, marketing direct, expositions, foires, salons, congrès, télémarketing, e-marketing, site Web transactionnel ou publicitaire.

Moyens promotionnels

Voici des exemples d'outils : dépliants, médias, activités de promotion, etc.

III. LE MARKETING

3.2 Stratégie de prix

Base de calcul des prix (concurrence, prix de revient, positionnement), liste de prix, prix de base avec suppléments, forfaits tout compris, taux horaire, marge de profit, politique de crédit en fonction de la clientèle, etc.

- ? Prix de vente de chacun des produits ou services, gamme du produit
- ? Méthode de fixation des prix : selon le prix de revient (matières premières, main d'œuvre, frais généraux) par unité ou par heure de service, en détaillant les coûts fixes et variables, marge de profit
- ? Situation comparative de vos produits ou services par rapport à la concurrence
- ? Politique de crédit, conditions de paiement

3.3 Stratégie de mise en marché de distribution et de localisation (si applicable)

Par quels moyens le produit et/ou le service rejoindront-ils votre clientèle? Faites la description du réseau de distribution que vous utiliserez pour vendre votre produit.

- ? Vente directe, par catalogue, par téléphone, dans des machines distributrices,
- ? par l'intermédiaire de grossistes, de détaillants, de représentants, d'agents manufacturiers
- ? Exclusivité du territoire
- ? Alliances stratégiques avec des clients, distributeurs, concurrents

III. LE MARKETING

3.4 Part de marché et/ou prévisions de ventes

Hypothèses de base déterminantes dans l'élaboration de vos prévisions de revenus.

V. LES RESSOURCES HUMAINES, L'ADMINISTRATION ET LES FINANCES

Description des emplois générés par le projet à court, moyen et long terme.

5.1 Description des postes de travail et rémunération

Y compris le ou les dirigeants de l'organisme ou de l'entreprise.

Titre de l'emploi	Description	Statut Temps plein, temps partiel, occasionnel, etc.	Nombre de postes

Exemple

Actuellement, l'organisme emploie sept personnes à temps plein (2 postes de direction) et cinq autres personnes à temps partiel. En septembre prochain, grâce à la participation d'Emploi-Québec, une autre personne se joindra à l'équipe pour le développement de public. Les salaires versés pour les dirigeants se situent autour de 23\$/h.

5.2 Administration

Qui effectue la comptabilité générale de l'organisme ou de l'entreprise, les états financiers mensuels et annuels ? Etc.

V. LES RESSOURCES HUMAINES, L'ADMINISTRATION ET LES FINANCES

5.3 Organigramme de l'entreprise et description de tâches des dirigeants (si applicable)

5.4 Coordonnées des partenaires et des ressources stratégiques

Comptable, notaire, avocats, institution financière, etc.

- ? Curriculum vitae du promoteur et diplômes
- ? Bilan personnel du promoteur
- ? Contrat type entre propriétaires et clients
- ? Lettres d'intention
- ? Grille de prix
- ? Autres documents pertinents
- ? États financiers des 2 dernières années
- ? États financiers prévisionnels
 - ? Coût et financement du projet
 - ? Bilan pour les deux premières années d'opération
 - ? État des résultats pour les deux premières années d'opération
 - ? Budget de caisse pour les deux prochaines années
 - ? Tableau des ventes pour les deux premières années
 - ? Tableau des amortissements pour les deux premières années
 - ? Tableau de l'amortissement de l'emprunt personnel

Modèle de prévisions financières

Un modèle de prévision financière est disponible gratuitement auprès du SAJE accompagnateur d'entrepreneurs de Montréal au www.sajemontrealmetro.com

- ? Outils Saje
- ? Prévisio

BILAN PERSONNEL

ACTIF	PASSIF
? Liquidités disponibles (solde de vos relevés bancaires) _____ \$? Cartes de crédit (montants utilisés) _____ \$ Limite de crédit : _____ \$
? Dépôts à terme ou placements à court terme _____ \$? Marge de crédit (montant utilisé) _____ \$ Montant autorisé : _____ \$
? Obligations à long terme ou fonds de pension (ex. : REER) Description : _____ \$? Diverses créances exigibles à court terme _____ \$ (ex. : impôts, taxes, etc.)
? Actions ou participations Description : _____ \$? Emprunts bancaires personnels _____ \$
? Automobile (valeur marchande) Modèle : _____ \$ Année : _____	? Autres emprunts personnels _____ \$
? Terrains et bâtiments Évaluation municipale : _____ \$ Votre part : _____ %	? Emprunt étudiant Mensualité de _____ \$ Se terminant le _____
? Autres actifs Description : _____ \$? Hypothèque (solde) Mensualité de _____ \$ Se terminant le _____
? Meubles Description : _____ \$? Autres passifs Description : _____ \$
? Équipements et outillage Description : _____ \$	TOTAL DES PASSIFS _____ \$
? Comptes débiteurs à court terme _____ \$ Description : _____	AVOIR NET (ACTIF - PASSIF) _____ \$
TOTAL DES ACTIFS _____ \$	TOTAL (PASSIF + AVOIR NET) _____ \$

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

Nom : _____ Date de naissance : _____

Téléphone : _____ Courriel : _____

Adresse : _____

Signature : _____ Date : _____

COÛT ET FINANCEMENT DU PROJET

ACTIFS NÉCESSAIRES

	Total	À acquérir
FONDS DE ROULEMENT		
Fonds de roulement (\$ nécessaires à court terme)	\$	\$
Inventaire		
Brevet et recherche		
Transfert et installation de ligne téléphonique		
Transfert et installation électricité		
Publicité liée au projet		
Frais d'ouverture de dossier		
Assurance-vie		
Frais d'incorporation ou d'immatriculation		
Total du fonds de roulement :	\$	\$
IMMOBILISATIONS		
Terrains	\$	\$
Bâtiments		
Améliorations locatives		
Aménagement bâtiment		
Équipements		
Outillage		
Matériel roulant		
Mobilier de bureau		
Équipement de bureau		
Équipement informatique		
Logiciels		
Total des immobilisations :	\$	\$
Total du coût du projet :	\$	\$
FINANCEMENT DU PROJET		
MARGE DE CRÉDIT	\$	\$
EMPRUNT LONG TERME		
AUTRES EMPRUNTS		
Total des emprunts nécessaires :	\$	\$
MISE DE FONDS		
ARGENT COMPTANT	\$	\$
TRANSFERT D'ACTIFS		
Total des mises de fonds nécessaires :	\$	\$
Total du financement du projet :	\$	\$