##### Résultats de recherche d'images pour « logo soper »**PLAN D’AFFAIRES**

NOM DE L’ENTREPRISE

(INSÉREZ VOTRE LOGO ICI)

Nom du promoteur

Date

##### **Sommaire du projet**

À la fin de la rédaction de votre plan d’affaires, résumez brièvement votre projet.

Dans un premier temps, décrivez le groupe promoteur. Ensuite, expliquez le projet de façon globale en y précisant le type (démarrage, expansion, consolidation, etc.), la municipalité d’implantation et le marché. Pour conclure, faites ressortir les variables quantitatives (coût du projet, mise de fonds des promoteurs et montant du financement recherché).

##### **LES FAITS SAILLANTS**

N.B. Cette section est à compléter, tout comme le sommaire exécutif, à la fin de la rédaction de votre plan d’affaires et de l’élaboration de vos prévisions financières.

|  |  |
| --- | --- |
| Nom de l’entreprise : |  |
| Adresse de l’entreprise :  |  |
| Courrier électronique de l’entreprise : |  |
| Téléphone de l’entreprise : |  |
| Site Internet de l’entreprise : |  |
| Date de démarrage prévue : |  |
| Nom du ou des promoteurs : |  |
| Clientèle visée (touristique, industrielle, commerciale, etc.) :  |  |
| Territoire visé : (local, régional, provincial, etc.) |  |
| Chiffre d’affaires prévu : Première année : Deuxième année : Troisième année : | $$$ |
| Bénéfice net prévu : Première année : Deuxième année : Troisième année : | $$$ |
| Sommaire du projet : | Coût de projet (Actif)

|  |  |
| --- | --- |
|  | 0 $ |
|  | 0 $ |
|  | 0 $ |
|  | 0 $ |
|  | 0 $ |
|  | 0 $ |
| Total | **0 $** |

 | Financement recherché (Passif)

|  |  |
| --- | --- |
|  | 0 $ |
|  | 0 $ |
|  | 0 $ |
| Sous total | 0 $ |

Mise de fonds (Avoir)

|  |  |
| --- | --- |
|  | 0 $ |
|  | 0 $ |
|  | 0 $ |
| Sous total  | 0 $ |
| Total | **0 $** |

 |
| Forme juridique : |  |
| Création d'emplois : Première année : Deuxième année : Troisième année : |  |

##### **TABLE DES MATIÈRES**

[1. LE PROJET 3](#_Toc26881664)

[1.1 Mise en contexte 3](#_Toc26881665)

[1.2 Chronologie du projet 3](#_Toc26881666)

[1.3 Forme juridique d’entreprise 3](#_Toc26881667)

[1.4 Mission, vision, valeurs 3](#_Toc26881668)

[2. LES PROMOTEURS 4](#_Toc26881669)

[2.1 Identification des promoteurs 4](#_Toc26881670)

[2.2 Présentation des réalisations et compétences 4](#_Toc26881671)

[2.3 Collaborateurs 4](#_Toc26881672)

[3. LE MARCHÉ 5](#_Toc26881673)

[3.1 Les tendances du marché (opportunités et menaces) 5](#_Toc26881674)

[3.2 Marché cible 5](#_Toc26881675)

[3.3 Situation concurrentielle 6](#_Toc26881676)

[3.4 Autres éléments pertinents 6](#_Toc26881677)

[4. LES STRATÉGIES DE COMMERCIALISATION 6](#_Toc26881678)

[4.1 Description de l’offre 6](#_Toc26881679)

[4.2 avantages concurrentiels 6](#_Toc26881680)

[4.3 Prix 6](#_Toc26881681)

[4.4 Publicité et promotion 6](#_Toc26881682)

[4.5 Objectifs de développement 7](#_Toc26881683)

[4.6 Place d’affaires 7](#_Toc26881684)

[4.7 Distribution 7](#_Toc26881685)

[4.8 Approvisionnement 8](#_Toc26881686)

[4.9 Autres éléments pertinents 8](#_Toc26881687)

[5. Les opérations 8](#_Toc26881688)

[5.1 Les ressources humaines 8](#_Toc26881689)

[5.2 Les ressources matérielles 9](#_Toc26881690)

[5.3 Normes et réglementations 9](#_Toc26881691)

[5.4 Autres éléments pertinents 9](#_Toc26881692)

[6. Plan financier 9](#_Toc26881693)

[6.1 Structure de financement 9](#_Toc26881694)

[ANNEXES 11](file:///C%3A%5CUsers%5CPposet%5CDesktop%5CPlan%20d%27affaires%20-%20RAC.docx#_Toc26881695)

# 1. LE PROJET

## 1.1 Mise en contexte

Expliquez l’origine du projet en y précisant d’où et quand l’idée vous est venue.

## 1.2 Chronologie du projet

Énumérez la liste des principales étapes de réalisation du projet (ex. plan d’affaires, prévisions financières, recherche de financement, trouver un local, etc.).

|  |  |
| --- | --- |
| **Étapes** | **Date** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

## 1.3 Forme juridique d’entreprise

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Entreprise individuelle  | Société en nom collectif  | Coopérative  |
| Société par actions  | OBNL (économie sociale)  |  |

# 1.4 Mission, vision, valeurs

Un trio gagnant pour les entreprises qui veulent se démarquer.

La **mission** d’entreprise est un court texte définissant la raison d’être de l’entreprise ou ses objectifs fondamentaux. En d’autres termes, ce qu’elle fait et comment elle le fait.

La **vision** d’entreprise est aussi un énoncé concis et précis. Elle présente une projection dans l’avenir de la mission; ce que l’entreprise veut devenir et la cible qu’elle veut atteindre. Les valeurs d’entreprise sont le résultat de l’histoire de l’entreprise et fondent son identité, sa culture.

Les **valeurs** promues par l’entreprise peuvent cependant évoluer afin de tendre vers la vision établie.

# 2. LES PROMOTEURS

## 2.1 Identification des promoteurs

Copiez et remplissez le tableau pour chaque membre de l’équipe de promoteurs.

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Promoteur #1 (Nom, Prénom)** |
| Date de naissance : |  |
| Adresse : |  |
| Numéro de téléphone : |  |
| Courrier électronique : |  |
| % de participation : |  |

## 2.2 Présentation des réalisations et compétences

Pour chacun des promoteurs, listez les réalisations et compétences en lien avec le projet d’affaires. Vous joindrez votre curriculum en annexe

Comment seront réparties les tâches pour l’équipe dirigeante ?

|  |  |
| --- | --- |
| **Nom** | **Fonctions dans l’entreprise** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

Quelles compétences, nécessaires à la réussite de votre projet, sont à bonifier dans l’équipe dirigeante ? Pour chacun des promoteurs, expliquez de quelle façon vous y pallierez (formation, aide externe, etc.).

## 2.3 Collaborateurs

Qui sont les personnes et organismes qui collaborent à la réalisation de votre projet d’affaires ?

|  |  |
| --- | --- |
| **Collaborateurs/Partenaires** | **Type d’aide (technique, financière ou autre)** |
|  |  |
|  |  |

# 3. LE MARCHÉ

## 3.1 Les tendances du marché (opportunités et menaces)

Décrivez les tendances de marché qui auront un impact sur votre entreprise (opportunités et menaces). Ces tendances peuvent être de nature politique, économique, sociodémographique, technologique ou environnementale. Une bonne connaissance de l’environnement externe permet de mieux cibler les créneaux de marché à développer. Par exemple, expliquez de quelle façon les habitudes de consommation de la population en général, en lien avec votre projet, évoluent dans le temps.

|  |  |
| --- | --- |
| **Opportunités** | **Menaces** |
|  |  |

## 3.2 Marché cible

Définissez la clientèle propice à consommer votre produit ou service (groupe d’âge, habitudes de consommation, etc.). Si votre produit ou service répond aux besoins de différentes clientèles, nous vous recommandons de segmenter la clientèle. Les segments regroupent des clients ayant des caractéristiques similaires.

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Caractéristiques du groupe cible** |
| **Segment de clientèle #1 :** Exemple : Gens d’affaires | **Géographique*** Résidents de la MRC Rimouski-Neigette.

**Sociodémographique*** Âgés entre 25 et 64 ans;
* Propriétaires d’entreprise ou autres professionnels.

**Habitudes de consommation*** Disposent de peu de temps pour dîner;
* Sensibles à leur empreinte écologique et au commerce local;
* Privilégient des produits de qualité plutôt qu’un bas prix.
 |
| **Segment de clientèle #2 :** Exemple : Travailleurs | **Géographique*** Résidents de la MRC Rimouski-Neigette.

**Sociodémographique** * Âgés de 18 à 64 ans;
* Ayant un revenu familial annuel de 50 000 $ et plus.

**Habitudes de consommation*** Privilégient des produits de qualité plutôt qu’un bas prix;
* Vont une fois par semaine dîner au restaurant;
* Ont l’habitude de dîner entre 11h30 et 13h30.
 |
| **Etc.** |  |

##

## 3.3 Situation concurrentielle

En fonction des données obtenues précédemment, dressez une liste de vos concurrents et énumérez leurs forces et faiblesses.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Principaux concurrents directs** | **Principaux produits et/ou services offerts** | **Forces** | **Faiblesses** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

## 3.4 Autres éléments pertinents

Notez les autres éléments pertinents qui n’ont pas été abordés et qui sont en lien avec le marché.

# 4. LES STRATÉGIES DE COMMERCIALISATION

## 4.1 Description de l’offre

Expliquez exhaustivement les caractéristiques des produits ou services de votre entreprise. Cette section est primordiale et l’ensemble de vos produits ou services doit s’y retrouver.

## 4.2 avantages concurrentiels

Comment pouvez-vous vous différencier des concurrents identifiés précédemment ? Indiquez les éléments fondamentaux qui vous démarqueront des concurrents. Les stratégies que vous détaillerez aux points suivants doivent contribuer à la création et au maintien de ces avantages concurrentiels.

## 4.3 Prix

Quels seront vos prix et comment les avez-vous établis (marge de profit souhaitée, en fonction des concurrents ou fonction de vos coûts, etc.) ?

## 4.4 Publicité et promotion

En fonction des segments de marché ciblés par votre entreprise, quels moyens utiliserez-vous pour rejoindre ces clients ? Identifiez les canaux de communication les plus efficaces pour rejoindre votre clientèle.

## 4.5 Objectifs de développement

Quels sont vos objectifs pour les trois premières années de votre entreprise (nombre de clients, chiffre d’affaires, territoire desservi, gamme de produits, etc.) ?

## 4.6 Place d’affaires

Où sera localisée votre entreprise ? À partir de quels critères et pour quelles raisons avez-vous arrêté votre choix ? Joignez une copie de votre bail en annexe.

|  |  |
| --- | --- |
| **Critères** | **Explications** |
| Superficie du local : |  |
| Coûts d’occupation : |  |
| Durée du bail : |  |
| Autres : |  |

Les dépenses relatives aux améliorations locatives et à la décoration font partie du coût de démarrage d’entreprise. Joignez les soumissions en annexe.

|  |  |
| --- | --- |
| **Améliorations locatives ou rénovations** |  |
|  | Exemple : Plomberie | $ |
|  | $ |
|  | $ |
|  | $ |
| **Décoration** |  |
|  | Exemple : Grands miroirs | $ |
|  | $ |
|  | $ |
|  | $ |
| **TOTAL** | **$** |

## 4.7 Distribution

Où seront distribués vos produits ? Si vous prévoyez vendre des produits par l’intermédiaire de points de vente, dressez la liste de ces intermédiaires en y indiquant leurs conditions de paiement et de partage des profits.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nom du distributeur** | **Localisation** | **Conditions** |
| Exemple : Boutique Cadeaux  | Rimouski | Consignation;Remise de 40% du prix de vente au détaillant;Renouvèlement des produits à tous les mois |

## 4.8 Approvisionnement

Qui seront vos fournisseurs et/ou sous-traitants ? Quels sont leurs délais de livraison et leurs politiques de prix ?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Fournisseur ou Sous-traitant** | **Localisation** | **Produits** | **Délai de livraison** | **Politique de prix** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

## 4.9 Autres éléments pertinents

Notez les autres éléments pertinents qui n’ont pas été abordés et qui sont en lien avec les stratégies de commercialisation.

# 5. Les opérations

## 5.1 Les ressources humaines

Combien prévoyez-vous avoir besoin d’employés pour vos activités d’entreprise ? Quelles seront les qualifications requises pour exercer chacun des postes ? Quel taux horaire prévoyez-vous offrir à vos employés et combien d’heures par semaine travailleront-ils ?

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Poste 1** **(ex. Commis à la billetterie)** | **Poste 2** | **Poste 3** |
| **Nombre d’emplois** | 2 |  |  |
| **Taux horaire** | 12,50 $  |  |  |
| **Nombre d’heures** | Temps partiel : 20h par semaine, jour, soir et fin de semaine |  |  |
| **Qualifications requises** | Secondaire terminé1 à 6 mois d’expérience |  |  |
| **Principales tâches** | Vendre les billets de spectacles et connaître la programmation;Répondre aux clients.  |  |  |

## 5.2 Les ressources matérielles

Les dépenses relatives aux ressources matérielles font partie du coût de démarrage d’entreprise. Les ressources matérielles que vous listez ici comprennent également celles que vous détenez et qui seront nécessaires dans le démarrage de votre entreprise. Pour ces dernières, vous devez indiquer la valeur marchande, soit la valeur que vous pourriez recevoir en les vendant. Joignez les soumissions des équipements à acquérir et les plans d’aménagement en annexe.

|  |  |
| --- | --- |
| **Équipements** |  |
| Exemple : Bureau | $ |
|  | $ |
|  | $ |
|  | $ |
| **TOTAL** | **$** |

## 5.3 Normes et réglementations

Vous devez vous assurer que votre entreprise démarre dans le respect des législations auxquelles elle est soumise. Quels sont les réglementations, licences et permis, requis pour l’exploitation d’une entreprise dans votre secteur d’activité ? Par exemple, un permis de rénovation, la réglementation sur l’affichage, le zonage commercial, l’impôt sur le revenu, les normes sur la santé et sécurité au travail, la loi de la protection du consommateur, etc. Placez les documents pertinents en annexe.

## 5.4 Autres éléments pertinents

Notez les autres éléments pertinents qui n’ont pas été abordés et qui sont en lien avec les opérations.

# Plan financier

## 6.1 Structure de financement

Indiquez d’abord l’ensemble des frais nécessaires au démarrage de l’entreprise. Ces frais ne doivent pas être liés aux activités courantes de l’entreprise, ils sont plutôt des dépenses exceptionnelles liées spécifiquement au démarrage. Il peut s’agir d’équipements de production ou de bâtiments, mais il peut s’agir aussi d’éléments incorporels tels que des frais légaux, des brevets, un fonds de roulement, etc. Indiquez également les éléments que vous possédez déjà et qui seront nécessaires dans votre entreprise.

**Coût du projet**

|  |  |
| --- | --- |
|  **Description** | **Nécessaire au projet** |
| **Fonds de roulement** |  |
|  Encaisse | $ |
|  Stocks | $ |
| **Immobilisations** |  |
|  Bâtiment | $ |
|  Équipements | $ |
|  Enseigne | $ |
|  Matériel roulant | $ |
|  Équipement informatique | $ |
|  Autres… | $ |
| **Frais liés au projet** |  |
|  Frais de notaires  | $ |
|  Frais de financement | $ |
|  Autres frais liés au projet | $ |
| **TOTAL** | **$** |

Indiquez ensuite la structure de financement du projet, c’est-à-dire qui finance les éléments qui sont indiqués dans le coût du projet. Les éléments appartenant au promoteur et qui sont transférés dans l’entreprise correspondent à une mise de fonds de la part du promoteur. Si vous connaissez les modalités de paiement des prêts, inscrivez-les aussi. Veuillez noter que le total du financement doit correspondre au total du coût du projet.

**Structure de financement**

|  |  |
| --- | --- |
| **Description** | **Montant** |
| Mise de fonds en argent | $ |
| Mise de fonds en actifs |  |
| Institution financière | $ |
| SOPER | $ |
| SADC | $ |
| Autres (précisez) | $ |
| **TOTAL** | **$** |

*.*

# ANNEXES