PLAN D'AFFAIRES

**NOM DE L’ENTREPRISE**

**Coordonnées des promoteurs**

*Dans le présent document, le masculin est utilisé dans le seul but d'alléger le texte*

**LES FAITS SAILLANTS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nom de l’entreprise** |  | |
| **Nom du promoteur/promotrice** |  | |
| **Date du démarrage/acquisition** |  | |
| **Secteur d’activité** (SCIAN) |  | |
| **Ressources humaines nécessaires** |  | |
| **Produits ou services offerts** |  | |
| **Clientèle cible (s’adresse à qui?)** |  | |
| **Chiffre d’affaires prévu**  Première année :  Deuxième année :  Troisième année : | | $        $        $ |
| **Bénéfice net prévu**  Première année :  Deuxième année :  Troisième année : | | $        $        $ |
| **Coût du projet**  **Financement recherché**  **Mise de fonds** | $        $        $ | |

Table des matières

[1. LE PROJET 1](#_Toc144822878)

[1.1 Description sommaire du projet 1](#_Toc144822879)

[1.2 Historique du projet 1](#_Toc144822880)

[1.3 Mission, vision et valeurs de l'entreprise 1](#_Toc144822881)

[1.4 Objectifs (SMART) 1](#_Toc144822882)

[1.4.1 Court terme (0 - 12 mois) 1](#_Toc144822883)

[1.4.2 Moyen - long terme (13 - 36 mois) 1](#_Toc144822884)

[1.5 Calendrier de réalisations 2](#_Toc144822885)

[2. LE GROUPE PROMOTEUR 2](#_Toc144822886)

[2.1 Présentation générale 2](#_Toc144822887)

[2.2 Forme juridique de l’entreprise et répartition de la propriété 3](#_Toc144822888)

[3. LE MARCHÉ 3](#_Toc144822889)

[3.1 Analyse du marché 3](#_Toc144822890)

[3.1.1 Secteur d’activité (code SCIAN) 3](#_Toc144822891)

[3.1.2 Les tendances actuelles 4](#_Toc144822892)

[3.1.3 L’environnement externe de l’entreprise (PESTEL) 4](#_Toc144822893)

[3.1.4 Les forces/faiblesses 4](#_Toc144822894)

[3.1.5 Le territoire visé 5](#_Toc144822895)

[3.1.6 Marché visé 5](#_Toc144822896)

[3.1.7 Situation concurrentielle 6](#_Toc144822897)

[3.2 Stratégie de mise en marché 7](#_Toc144822898)

[3.2.1 Produits et services 7](#_Toc144822899)

[3.2.2 Prix 7](#_Toc144822900)

[3.2.3. La politique de crédit et modalités de paiement 7](#_Toc144822901)

[3.2.4. Localisation et distribution 7](#_Toc144822902)

[3.2.5. Promotion et publicité 8](#_Toc144822903)

[4. LES OPÉRATIONS 9](#_Toc144822904)

[4.1 Processus d’affaires 9](#_Toc144822905)

[4.2 Les sources d’approvisionnement 9](#_Toc144822906)

[4.3 Les ressources matérielles 10](#_Toc144822907)

[4.4 Les ressources humaines 11](#_Toc144822908)

[4.5 Ressources stratégiques / contacts 12](#_Toc144822909)

[4.6 Les permis, la réglementation, le zonage et l’environnement 12](#_Toc144822910)

[5. LES PRÉVISIONS FINANCIÈRES 13](#_Toc144822911)

[5.1 Coût et financement du projet 13](#_Toc144822912)

[5.2 Détails sur le financement du projet 14](#_Toc144822915)

[5.3 Recettes et déboursés 15](#_Toc144822916)

[5.3.1 Recettes 15](#_Toc144822917)

[5.3.2. Déboursés 15](#_Toc144822918)

[5.4 Seuil de rentabilité 15](#_Toc144822919)

[5.5 Capacité de remboursement 16](#_Toc144822920)

[6. CONCLUSION 17](#_Toc144822921)

Annexes

1. LE PROJET

## 1.1

## [Description](#Description" \o "Quel que soit votre projet, vous devez démontrer qu’il y a une opportunité d’affaires suffisamment intéressante pour générer des activités économiques permettant la rentabilité. Démontrez que votre projet répond à un besoin d’une clientèle.En quelques lignes, décrivez quel est votre projet, quand et où vous avez prévu démarrer votre entreprise et à combien vous estimez le coût du projet.________________________ ) sommaire du projet

## 1.2

## [Historique](#Historique" \o "Quel est l’élément déclencheur qui motive votre intérêt à vouloir démarrer en affaires, acquérir ou faire croître votre entreprise? Qu’est-ce qui fait qu’aujourd’hui vous prenez cette décision importante?___________________) du projet

## 1.3 Mission, vision et valeurs de l'entreprise

**[Mission](#Mission" \o "Quel est l’élément déclencheur qui motive votre intérêt à vouloir démarrer en affaires, acquérir ou faire croître votre entreprise? Qu’est-ce qui fait qu’aujourd’hui vous prenez cette décision importante)**

**[Vision](#Vision" \o "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. )**

**[Valeurs](#Valeurs" \o "Les valeurs d’entreprise sont le résultat de l’histoire ou le devenir de l’entreprise et fondent son identité, sa culture. )**

## 1.4 [Objectifs](#Objectifs" \o "Quels sont les objectifs à court, à moyen et à long terme? QUELLE VISION avez-vous de votre entreprise à la fin de la première année? Et dans 2 ans et 3 ans? )

## [(SMART](#Smart" \o "Un objectif doit être SPÉCIFIQUE et décrire une mesure, un comportement, une réalisation ou un résultat précis qui est observable. Il doit être MESURABLE, car il est quantifiable et comporte des indicateurs, ce qui permet de le mesurer. Il s’adresse à un AUDITOIRE particulier et est approprié et adapté à votre auditoire cible. Il est RÉALISTE, donc réalisable à l’aide des ressources disponibles. Enfin, il est TEMPOREL et doit être inclus dans un calendrier au cours duquel l’objectif sera réalisé._____________________))

### 1.4.1 Court terme (0 - 12 mois)

### 1.4.2 Moyen - long terme (13 - 36 mois)

## 1.5 Calendrier de

## [réalisations](#Réalisations" \o "Quelles seront les étapes à réaliser afin de mettre sur pied une solide entreprise? Vous devez planifier et organiser votre projet d’une façon méthodique. À titre d’exemple, plusieurs vérifications auprès de ministères ainsi qu’auprès de votre municipalité pourraient être nécessaires afin de respecter les normes en vigueur (certification, zonage, réglementation, etc.). Vous devez prévoir réaliser ces étapes dans une période définie et établir un calendrier à ce niveau.________________________)

| **ÉTAPE** | **ÉCHÉANCIER** | **ÉTAPE RÉALISÉE** | **S. O.** |
| --- | --- | --- | --- |
| Préparer le plan d’affaires |  |  |  |
| Trouver un local commercial et l’aménager |  |  |  |
| Vérifier le zonage |  |  |  |
| Vérifier la réglementation du secteur |  |  |  |
| Planifier le besoin en ressources humaines |  |  |  |
| Obtenir les intentions de financement |  |  |  |
| Immatriculer l’entreprise |  |  |  |
| Constituer l’entreprise |  |  |  |
| S’inscrire à la TPS et à la TVQ |  |  |  |
| Obtenir un numéro d’employeur |  |  |  |
| Obtenir les permis |  |  |  |
| Obtenir le financement |  |  |  |
| Acquérir les ressources matérielles |  |  |  |
| Réaliser les outils promotionnels et publicitaires |  |  |  |
| Démarrer ou acquérir l’entreprise |  |  |  |

1. LE GROUPE PROMOTEUR

**2.1**

## [Présentation](#Présentation" \o "Présentez-le ou les promoteurs. Résumez ici votre formation, vos emplois et toutes autres expériences susceptibles de démontrer vos aptitudes relatives à la réussite de votre projet. Énumérez également vos qualités entrepreneuriales. Qu’est-ce qui fera de vous un bon travailleur autonome ou un bon entrepreneur? N’oubliez pas d’annexer un curriculum vitae à votre plan d’affaires.Préciser la répartition des tâches et responsabilités de chacun des membres du groupe promoteur. Les expériences et compétences de chacun en lien avec la répartition des rôles.________________________) générale

**Formation générale**

**Expériences de travail**

**Qualités entrepreneuriales ou rapport du test ID-Entrepreneurship**

**Rôles et responsabilités dans l’entreprise**

## 2.2 Forme

## [juridique](#Juridique" \o " Quelques possibilités s’offrent à vous. Les plus courantes sont : l’entreprise individuelle, la société de personnes et la société par actions (compagnie). Laquelle répond le mieux aux besoins de votre entreprise et pour quelles raisons?Si vous êtes deux promoteurs ou plus, vous devrez prendre des précautions dès le départ. Avez-vous besoin d’une convention entre actionnaires ou d’un contrat de société? Quels sont vos responsabilités et engagements en cas de faillite, de dissolution ou de conflits entre associés ou actionnaires?Avant de faire un choix, une démarche auprès d’un professionnel peut s’avérer fort pertinent!_______________________) de l’entreprise et répartition de la propriété

1. LE MARCHÉ

## 3.1 Analyse du

## [marché](#Marché" \o " Démontrez que vous connaissez le domaine dans lequel vous vous lancez. Offre-t-il de bonnes perspectives? Le marché est-il saturé ou la demande dépasse-t-elle l'offre?Précisez l'évolution de votre secteur depuis les dernières années, les tendances, les prévisions pour les années à venir.______________ )

### 3.1.1 Secteur d’activité (code

### [SCIAN](#SCIAN" \o "Le SCIAN est un système exhaustif qui s'applique à toutes les activités économiques. Sa structure est hiérarchique. Au niveau le plus élevé, l'économie s'y trouve divisée en 20 secteurs. Les niveaux inférieurs comportent des distinctions entre les différentes activités économiques dans lesquelles sont engagées les entreprises._______________________))

### 3.1.2 Les

### [tendances](#Tendances" \o "L'analyse des tendances du marché est un processus qui consiste à évaluer les changements qui interviennent sur votre marché. Une tendance est un développement futur supposé qui peut éventuellement produire un effet à long terme sur un secteur donné ou sur le marché global.___________________) actuelles

### 3.1.3 L’environnement externe de l’entreprise (

### [PESTEL](#PESTEL" \o " L’outil d’analyse PESTEL est utilisé pour évaluer chaque facteur de l’environnement dans lequel évolue l’entreprise. Cet environnement externe, composés de 6 facteurs, a nécessairement une influence sur ses activités. Il est constitué d’opportunités et de menaces qui sont susceptibles de l’impacter, directement ou indirectement, favorablement ou négativement. Pour être performante dans le temps, une entreprise doit s’intégrer à son environnement, s’adapter et trouver son positionnement.______________________ ))

|  |  |
| --- | --- |
| **Facteur** | **Évaluation** |
| **P**olitique (locale, provinciale, canadienne, fiscalité, etc.) |  |
| **É**conomique (évolution du PIB, du pouvoir d’achat, confiance des consommateurs, etc.) |  |
| **S**ocial (espérance de vie, croissance démographique, accès à l’éducation, etc.) |  |
| **T**echnologique (recherche et développement, rythme d’obsolescence des produits, etc.) |  |
| **L**égal (système judiciaire, protection des consommateurs, etc.) |  |

### 3.1.4 Les

### [forces/faiblesses](#ForcesF" \o " Les forces sont les points forts de votre entreprise. Les avantages que vous avez et qui vous permettront de vous différencier des concurrents dans votre relation avec la clientèle (le positionnement).Les faiblesses sont les points à améliorer pour votre entreprise. Quels moyens seront utilisés pour que ces lacunes ne compromettent pas les chances de succès de votre projet? Quels sont les principaux défis que vous aurez à surmonter pour prendre votre place sur le marché?_________________)

|  |  |
| --- | --- |
| **Forces** | **Faiblesses** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

### 3.1.5 Le [territoire](#Territoire" \o "Êtes-vous en mesure de déterminer sur quel territoire géographique donné vous allez déployer les activités (bien ou service) de votre entreprise? ) visé

### 3.1.6

### [Marché visé](#Marchévisé" \o " Qui sont vos CLIENTS? Votre clientèle c’est l’élément clé, celui vers lequel seront orientés tous les efforts de votre entreprise. Alors combien d’individus composent votre marché cible? Vous devez trouver des données statistiques en regard de la clientèle cible (Statistique Canada, Bureau de la statistique du Québec, etc.).Segments de marché : segmentez la clientèle en constituant des groupes de clients ayant des caractéristiques semblables (âge, sexe, revenu, etc.).Si vos clients sont des entreprises, vous devez établir le nombre de clients potentiels sur le territoire visé.____________________)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **SEGMENT 1** | **SEGMENT 2** | **SEGMENT 3** | **SEGMENT 4** |
| **Nom** |  |  |  |  |
| Âge, sexe, scolarité/ Taille de l’entreprise, secteur d’activité |  |  |  |  |
| Statut professionnel |  |  |  |  |
| Revenu / Chiffre d’affaires |  |  |  |  |
| Caractéristiques particulières |  |  |  |  |
| Besoins à combler |  |  |  |  |
| Qui comble le besoin (concurrence) |  |  |  |  |
| Processus d’achat |  |  |  |  |
| Prise de décision (qui décide) |  |  |  |  |
| Achat moyen, fréquence d’achat, budget annuel |  |  |  |  |
| Produits/services les plus recherchés |  |  |  |  |
| Critères d’achats |  |  |  |  |

### 3.1.7

### [Situation concurrentielle](#Concurrence" \o " Un concurrent est une entreprise qui vise les mêmes clients que vous pour un produit similaire.La concurrence directe répond exactement aux mêmes besoins que ceux auxquels votre entreprise répondra.La concurrence indirecte répond aux mêmes besoins, mais y répond de façon différente.À l’aide d’internet, des réseaux sociaux et votre réseau de contacts, dressez une liste, la plus complète possible, de vos concurrents directs et indirects. Décrivez les forces et les faiblesses de ces derniers en vous plaçant toujours du point de vue des clients. Soyez vigilant; vos concurrents peuvent rapidement s’adapter à votre arrivée sur le marché.NE SOUS-ESTIMEZ PAS LE COMMERCE DONT LES REVENUS SONT NON DÉCLARÉS!______________________)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nom et localité** | **Concurrence directe ou indirecte** | **Services offerts** | **Forces** | **Faiblesses** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

## 3.2

## [Stratégie](#Stratégie" \o " La mise en marché, c’est l’ensemble des techniques et des outils utilisés pour faire connaître votre produit ou votre service à vos clients potentiels. Pour attirer vos clients, pour les inciter à acheter et à revenir encore et encore, vous devez planifier une stratégie efficace qui tient compte de votre capacité financière à investir, afin de promouvoir votre produit ou votre service adéquatement.La stratégie de mise en marché c’est l’équilibre entre le produit qui doit répondre à un besoin, le prix qui doit prendre en considération la capacité de payer du client, la publicité et la promotion et enfin, la place d’affaires qui tiendra compte des facteurs de localisation.___________________) de mise en marché

### 3.2.1 [Produits et services](#Produits" \o "Établissez les caractéristiques de votre produit ou service. Décrivez les avantages qu’il présente par rapport à la concurrence. Indiquez les bénéfices qu’il procure au client.)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Produits/services** | **Caractéristiques** | **Avantages concurrentiels ou encore la valeur ajoutée ou proposition de valeur** | **Bénéfices pour le client** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

### 3.2.2

### [Prix](#Prix" \o " Pour fixer vos prix, il faut connaître les prix que les clients sont prêts à payer, le prix des concurrents, votre coût de revient (coût de la matière première ou des achats, de la main-d’œuvre directe et des frais généraux de fabrication) et la marge bénéficiaire nécessaire pour rentabiliser les opérations. Établissez le rapport entre la qualité du produit et son prix (rapport qualité/prix).___________________)

### 3.2.3. La [politique](#Politique" \o "Quelle sera la politique à l’égard de la perception des ventes (paiement comptant, escompte si payé dans 10 jours, net 30 jours….)? Facturerez-vous des intérêts si les paiements sont en retard?) de crédit et modalités de paiement

### 3.2.4.

### [Localisation et distribution](#Localisation" \o "Où sera implantée votre entreprise? Quels critères ont conditionné votre choix pour cet emplacement (visibilité, accès, position par rapport à la concurrence, coût, potentiel de croissance du secteur…)? Si vous désirez faire distribuer vos produits, avez-vous déjà trouvé des agents manufacturiers, des boutiques spécialisées, des commerces de détail à grande surface…?_____________________ )

### 3.2.5.

### [Promotion et publicité](#Promotion" \o "Quels moyens utiliserez-vous pour rejoindre vos clients afin de faire connaître et acheter vos produits et services?La publicité : c’est le message qui informe vos clients sur le produit ou le service que vous avez à leur offrir. Cela peut être un slogan publicitaire, le texte d’une annonce dans un journal, une affiche, etc.Les activités de promotion : ce sont les moyens que vous prenez pour faire connaître votre entreprise. Cela peut être votre affiliation à un réseau d’affaires, votre participation à des colloques, des dégustations, des démonstrations, la présentation de votre produit dans des foires commerciales ou des salons d’affaires, une journée porte ouverte ou toute autre activité de ce genre.Les outils de promotion : le matériel que vous mettez à la disposition de vos clients potentiels. Cela peut être des étiquettes, des échantillons, des dépliants, des cartes d’affaires, un site Web, etc._______________________)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Description** | **Coût ($)** |
| **Publicité** |  |  |
| **Activités de promotion** |  |  |
| **Outils de promotion** |  |  |

1. LES OPÉRATIONS

## 4.1

## [Processus d’affaires](#Processus" \o "Si vous produisez un bien ou un service, veuillez indiquer toutes les étapes liées à la production ou à la livraison de celui-ci. Quelles technologies utilisez-vous actuellement pour réaliser vos opérations, votre production? En ce qui concerne les technologies de l’information et l’ère numérique, où en êtes-vous?Démontrez que vous maîtrisez chacune de ces étapes en déterminant le temps requis pour effectuer ces tâches et les ressources nécessaires pour y parvenir. Spécifiez également vos heures d’ouverture.____________________)

## 4.2 Les sources d’

## [approvisionnement](#Approvisionnement" \o "Donnez de l’information sur vos fournisseurs de produits et services courants. En fait, outre les achats d’actifs, quels sont vos besoins en produits et services pour être en mesure d’exploiter quotidiennement votre entreprise? Vos fournisseurs sont-ils locaux? Quels produits et/ou services vous fournissent-ils? Les délais de livraison sont-ils longs? Les quantités annuelles sont-elles suffisantes? Démontrez que votre projet amène un impact positif sur l’économie locale en maximisant les achats locaux auprès de ces fournisseurs._________________)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Entreprises** | **Localisation** | **Produits/services** | **Délai de livraison** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

## 4.3 Les

## [ressources matérielles](#Ressourcesmatérielles" \o "Inscrivez en détail les coûts liés aux aménagements et améliorations locatives, aux achats des équipements, du matériel roulant, du mobilier et du matériel informatique qui sont nécessaires pour permettre le bon fonctionnement de votre projet. Allez un peu plus loin dans la démarche en obtenant des prix d’achat réels, à partir de soumissions auprès de vendeurs détaillants ou grossistes.____________________ )

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DESCRIPTION** | **TRANSFERT D’ACTIFS ($)** | **ACHAT ($)** | **An 2** | **An 3** |
| Terrain |  |  |  |  |
| Bâtiment (s) |  |  |  |  |
| Équipements de production |  |  |  |  |
| Autres équipements |  |  |  |  |
| Matériel roulant |  |  |  |  |
| Matériel informatique |  |  |  |  |
| Mobilier et ameublement |  |  |  |  |
| Améliorations locatives |  |  |  |  |
| Aménagement extérieur |  |  |  |  |
| Autres |  |  |  |  |
| **TOTAL** |  |  |  |  |

## 4.4 Les

## [ressources humaines](#Ressourceshumaines" \o "Cette partie du plan d’affaires est très importante, car elle permet d’évaluer le besoin en ressources humaines ainsi que les coûts qui y sont associés. Prenez le temps de bien évaluer chaque poste nécessaire pour le démarrage de votre projet. Quelles sont les tâches liées au poste à pourvoir? Quel sera le taux horaire consenti aux futurs employés? Prenez soin d’offrir des taux supérieurs au salaire minimum afin d’être attrayant auprès des futurs employés. Offrez-vous des emplois à temps plein ou à temps partiel, sur une base saisonnière ou annuelle? Une rareté de main-d’œuvre oblige l’employeur à être compétitif à ce niveau, et ce, afin de s’assurer de pouvoir compter sur les meilleures ressources humaines disponibles. Prévoyez-vous, dès le départ, offrir certains avantages sociaux qui pourraient être intéressants pour vos futurs employés?______________________)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Fonction** | **Nombre** | **Description des tâches** | **Heures/semaine** | **Semaine/année** | **Taux** | **Salaire hebdomadaire** | **Salaire mensuel** | **Salaire annuel** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Sous-total** |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Avantages sociaux** |  |  |  |  | 17 % |  |  |  |
| **TOTAL** |  |  |  |  |  |  |  |  |

## 4.5 Ressources stratégiques /

## [contacts](#Contacts" \o "Dans tous projets à succès, nous constatons que ce sont des entrepreneurs/entrepreneures qui ont su bien s’entourer. Chacun ne peut affirmer être expert en tout. Pour ce faire, identifier des personnes importantes qui apporteront une différence par leur contribution. Ce peut être comptable, notaire, consultant, mentor, conseiller, etc.___________________)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nom** | **Rôle / titre** | **Apport dans l’entreprise** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

## 4.6 Les

## [permis](#Permis" \o "Vous devez être vigilant dès maintenant afin de vous assurer que votre entreprise démarrera dans le respect des législations auxquelles elle est soumise. Vérifiez auprès de votre municipalité ou auprès des instances gouvernementales si le zonage est adéquat, si un permis spécifique est nécessaire et si vous respectez la réglementation en vigueur. Vérifiez si une certification environnementale est nécessaire pour exploiter votre entreprise. Pour s’assurer de la conformité de votre projet, vous devez effectuer une démarche auprès du ministère du Développement durable, Environnement et Parcs de votre région.________________ ), la réglementation, le zonage et l’environnement

1. 5. LES
2. [PRÉVISIONS FINANCIÈRES](#Prévisions" \o "Identifiez vos coûts de projet afin de bien définir vos besoins de financement. Si vous possédez déjà des actifs qui seront utilisés par votre entreprise, veuillez en tenir compte et les évaluer à leur juste valeur marchande (JVM). Pour le besoin en fonds de roulement, cette donnée sera déterminée lorsque les états financiers prévisionnels auront été préparés (budget de caisse - trésorerie).________________)

## 5.1 Coût et financement du projet

Coût du projet

**Immobilisations**

Bâtiment       $

Terrain       $

Équipements       $

Matériel informatique       $

Améliorations locatives       $

Aménagements       $

      $

**Frais de démarrage**

Publicité       $

Fournitures       $

Honoraires professionnels       $

Inventaire       $

      $

**Fonds de roulement**       $

     $

**TOTAL** **$**

[Financement](#Financement" \o "De quelle façon prévoyez-vous financer l’ensemble de votre coût de projet. Normalement, vous devez prévoir investir entre 15 % et 20 % en mise de fonds pour vous assurer une participation des institutions financières dans le montage financier. Ce pourcentage peut varier en fonction du projet, des garanties et des cautions personnelles disponibles._______________)

**Mise de fonds**

Argent       $

Transfert d’actifs       $

      $  ***%***

**Prêt**

Emprunt 1       $

Emprunt 2       $

      $  ***%***

**TOTAL** **$**

## 5.2

## [Détails sur le financement](#DétailsFinanc" \o "Quels sont les partenaires financiers qui vous accompagneront dans le financement de votre projet d’affaires? Avez-vous eu des discussions préliminaires pour être en mesure d’identifier des montants et des conditions de financement?Pour permettre la réalisation du projet d'investissement, la particiipation financière des partenaires suivants est essentielle.__________________) du projet

## 5.3 [Recettes et déboursés](#Recettes" \o "Cette partie du plan d’affaires est préparée à partir des informations produites dans les états financiers prévisionnels (EFP).)

### 5.3.1 Recettes

### 5.3.2. Déboursés

## 5.4 [Seuil de rentabilité](#Seuil" \o "Le seuil de rentabilité, appelé également point mort, est le niveau de ventes pour lequel l'entreprise ne réalise ni bénéfice, ni perte. Ce n'est qu'après avoir franchi ce point que l'entreprise commence à être rentable et il se calcule de la façon suivante :)

V = Frais fixes

1 - (Frais variables/Ventes totales)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **AN 1** | **AN 2** | **AN 3** |
| **Frais fixes** |  |  |  |
| **Frais variables** |  |  |  |
| **Ventes totales** |  |  |  |
| **Seuil de rentabilité** |  |  |  |

## 5.5 [Capacité de remboursement](#Capacité" \o "Ce tableau indique si l’entreprise génère suffisamment de fonds pour rembourser les obligations principalement liées au service de la dette.)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **AN 1** | **AN 2** | **AN 3** |
| Bénéfice net | $ | $ | $ |
| (+)  Amortissement :  Intérêts : | $        $ | $        $ | $        $ |
| Fonds générés : | $ | $ | $ |
| (-)  Service de la dette :  Dividende/prélèvement : | $        $ | $        $ | $        $ |
| Surplus (manque) de liquidité | $ | $ | $ |
| Capacité de remboursement (CDR) | : 1 | : 1 | : 1 |
| Fonds de roulement général | $ | $ | $ |
| Ratio de fonds roulement | : 1 | : 1 | : 1 |
| Taux d’endettement (%) |  |  |  |
| Équité (%) |  |  |  |

1. [CONCLUSION](#Conclusion" \o "Une conclusion peut s’avérer pertinente dans le cadre de l’établissement d’un plan d’affaires. Démontrez que ce projet est important pour l’économie de la région, la diversification de ses activités, la création ou le maintien des emplois, le maintien d’une expertise ou d’une entreprise présente depuis plusieurs années, relève, etc._____________ )