



MARCHÉ
LOST RIVER
MARKET

GUIDE DE
RÉDACTION
DU PLAN
D'AFFAIRES



MRC
D'ARGENTEUIL
Authentique. Avec vous.



Votre plan d'affaires est le fil conducteur de votre entreprise. Il vous permet de bien réfléchir à votre projet afin de créer une entreprise qui sera viable. Bonne rédaction!

Ce guide vise à faciliter la rédaction de votre plan d'affaires. Ainsi, en vous y référant, vous pourrez mieux comprendre comment remplir chaque section de votre plan d'affaires. Voici quelques petits conseils avant de commencer :

- Personnalisez votre plan d'affaires en choisissant une police, des couleurs et des images pertinentes qui reflètent votre projet ou votre image de marque. Utilisez une police qui est simple et agréable à lire;
- Afin de démontrer votre objectivité, composez votre texte à la troisième personne ou au nom de votre entreprise. Utilisez un langage simple et facile à comprendre. Soyez explicatif, mais demeurez concis;
- Demeurez à la fois objectif et réaliste afin de maintenir votre crédibilité et de vous assurer que votre projet soit réellement viable. Vous devez pouvoir justifier vos hypothèses et vos prévisions. Les informations partagées doivent reposer sur des faits, des statistiques et des études crédibles (n'oubliez pas de citer vos sources).

Pour communiquer avec l'équipe du service de développement économique de la MRC d'Argenteuil:

sde@argenteuil.qc.ca
450-562-8829



SECTION 1 : L'ENTREPRISE

Décrivez brièvement l'histoire de l'entreprise en ajoutant quelques faits saillants de son évolution et son développement. Si votre entreprise démontre un caractère innovant et distinctif, faites-le ressortir.

1.1 Historique

Expliquez comment vous est venue l'idée et poursuivez avec les étapes franchies jusqu'à ce jour pour mettre le projet en place. Faites ressortir vos motivations ainsi que les besoins à combler sur le marché.

Acquisition ou relève

Nommez quelques faits saillants de l'histoire de l'entreprise et faites ressortir vos motivations pour l'acquisition. De plus, incluez les états financiers des trois dernières années ainsi que l'offre d'achat détaillée en annexe. Des aides financières pourraient être disponibles pour faire évaluer la valeur de l'entreprise que vous achetez. Communiquez avec nous pour en savoir plus.

1.2 Produits et services

Décrivez les produits et services offerts par l'entreprise en ajoutant des détails sur leurs qualités et le caractère unique ou innovant.



ENTREPRISES EXISTANTES

Si votre entreprise est déjà en affaires, nous vous invitons à utiliser le guide : « Rédiger un plan de projet ».

1.3 Mission de l'entreprise

La mission décrit la raison d'être de votre entreprise. Elle explique (en seulement quelques mots!) votre vision et vos valeurs. Votre mission vous guide dans la prise de décisions stratégiques et rappelle les valeurs que vous incarnez. L'énoncé de mission permet donc à vos clients, vos employés et vos investisseurs de comprendre le sens de votre entreprise.

Votre mission - En trois étapes !



Session *brainstorm*

À ce stade-ci, il n'y a pas de mauvaises réponses! Allez-y le plus largement possible et répondez à ces questions en des mots clés, des bouts de phrase, bref toutes vos idées.

- Que fait mon entreprise?
- Pour qui?
- Comment?
- Pourquoi?

Ressortir les mots clés

Encercler les mots et les bouts de phrase de la première étape qui reflètent le mieux la raison d'être, les valeurs et la vision de votre entreprise. Assurez-vous de garder les mots clés qui permettent de répondre aux quatre questions de l'étape 1.

Reformuler les phrases

Reformulez des phrases avec vos mots clés en vous assurant d'inclure des mots inspirants qui répondent aux 4 questions de l'étape 1. Faites relire vos choix de phrases par des amis et choisissez celles qui expriment le mieux votre raison d'être tout en répondant aux quatre questions! Prenez votre temps et revenez-y pour peaufiner.

1.4 Localisation

Où seront localisées les activités de l'entreprise? Décrivez l'emplacement en incluant son adresse, la superficie du local, le coût du loyer ou de l'acquisition et les critères qui ont motivé ce choix d'emplacement.

Décrivez sommairement le territoire que cet emplacement vous permet de desservir. Cette description sera approfondie dans la section portant sur l'étude de marché.

1.5 Étapes de réalisation

Énumérez les principales étapes qui mèneront à l'ouverture de votre entreprise. Présentez les étapes en ordre chronologique avec les dates prévues pour chacune, sous forme d'échéancier ou de tableau. Voici un exemple:

Demeurez réaliste et notez que vos étapes de réalisation peuvent être ajustées tout au long de la rédaction de votre plan d'affaires, jusqu'à sa version finale.

Étapes

Enregistrement ou incorporation
Choix de l'emplacement
Demandes de financement
Obtention des permis ou licences
Améliorations locatives
Embauche
Ouverture

Dates prévues

Mars
Mars
Mars-juin
Avril
Mai
Juin
Juillet

1.6 Objectifs

Énumérez quelques objectifs (qualitatifs et/ou quantitatifs) que vous désirez atteindre à court terme (moins d'un an) et à moyen terme (un à trois ans). Vos objectifs doivent être réalistes et faire mention de résultats précis, même s'ils ne sont pas nécessairement mesurables. Les prévisions financières que vous allez élaborer devront refléter ces objectifs.

Quelques exemples :

- Chiffre d'affaires visé après chaque année;
- L'ajout d'un produit ou service;
- L'atteinte du seuil de rentabilité;
- Le développement de nouveaux marchés;
- Le développement de nouveaux territoires.



SECTION 2 : L'ENTREPRENEUR

En premier lieu, cette section sert à présenter et à mettre en valeur les capacités de l'entrepreneur ou de l'équipe de direction à gérer l'entreprise et à mener à terme les projets.

2.1 L'entrepreneur et/ou l'équipe de direction

Si vous êtes seul à gérer l'entreprise, vous pouvez nommer cette section « L'entrepreneur » et ajoutez des détails les formations, les expériences, les qualités et les compétences, mais sans dresser une liste du type curriculum vitae. Faites ressortir les raisons pour lesquelles vous êtes la meilleure personne pour gérer votre entreprise.

Si vous êtes une équipe, nommez les personnes, le titre de leur poste et ajoutez quelques détails sur leurs forces et leur apport à l'entreprise. Vous pouvez inclure les formations, les expériences, les qualités et les compétences, mais sans dresser une liste du type curriculum vitae.

2.2 Personnes ressources externes

Dressez une liste des personnes externes sur lesquelles l'entreprise compte pour des conseils ou des consultations. Vous pouvez inclure par exemple un comptable, un avocat ou un notaire, un spécialiste en marketing, un mentor, etc. Inscrivez les noms et les titres de ces personnes-ressources externes et décrivez comment elles contribuent à l'entreprise.

2.3 Bilan personnel

Le bilan personnel est une liste de tout ce que vous possédez (vos actifs) et tout ce que vous devez (vos passifs) à une date précise. Il est présenté sous forme de tableau. S'il y a plusieurs entrepreneurs dans le projet, produisez un bilan personnel pour chacun d'eux. Puisque votre bilan change d'un mois à l'autre, préparez-le au moment où vous faites votre demande de financement. Desjardins offre un outil gratuit en ligne qui vous permet de produire votre bilan personnel :

<https://www.desjardins.com/wcm/idc/documents/e35-bilan-perso-f.pdf>



SECTION 3 : STRUCTURE JURIDIQUE

3.1 La forme juridique

Le choix de la forme juridique de votre entreprise aura des incidences fiscales et légales personnelles importantes. Effectuez des recherches sur des sites juridiques pour vous aider dans votre choix, par exemple :

<https://www.educaloi.qc.ca/capsules/faire-des-affaires-au-quebec>

En un paragraphe, expliquez le choix de votre forme juridique et les raisons derrière ce choix.

Pour en savoir plus sur quelques formes juridiques :

- Personne physique exploitant une entreprise individuelle
- Société par actions (compagnie)
- Société en nom collectif (S.E.N.C.)
- Personne morale sans but lucratif
- Coopérative

Choisir et enregistrer votre nom d'entreprise

Si vous êtes en démarrage, vous devez enregistrer votre nom d'entreprise auprès du Registraire des entreprises du Québec au : <https://www.quebec.ca/entreprises-et-travailleurs-autonomes>. Par contre, si vous êtes travailleur autonome et vous utilisez votre nom personnel (au complet) dans votre raison sociale, vous pouvez démarrer vos opérations sans enregistrer votre nom d'entreprise.

QUELQUES CONSEILS :

- Avant de choisir votre nom d'entreprise, consultez la page « Rechercher une entreprise au registre des Entreprises » afin de vous assurer que le nom ne soit pas déjà enregistré par une autre entreprise.
- Effectuez une recherche en ligne, notamment sur les réseaux sociaux, pour connaître les entreprises qui utilisent un nom semblable au vôtre.
- Si vous prévoyez avoir un site Web, vérifiez la disponibilité du nom de domaine.

Permis et licences

Vous êtes responsable de bien comprendre les lois et règlements auxquels votre entreprise est soumise.

Le service PerLE

Consultez-le [ici](#)

Offert par le gouvernement provincial, ce service vous aide à trouver les permis et les licences requis pour votre projet.

Registraire des entreprises

Consultez-le [ici](#)

- Recherche de nom d'entreprise
- Immatriculation d'entreprise

Revenu Québec

<https://www.revenuquebec.ca/fr/entreprises/>

- Inscription à la TPS/TVQ
- Impôt provincial sur le revenu d'entreprise
- Numéro d'employeur
- Retenue à la source

Agence du revenu du Canada

<https://www.canada.ca/fr/agence-revenu.html>

- Impôt fédéral sur le revenu d'entreprise
- Retenue à la source

Commission des normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail

<https://www.cnesst.gouv.qc.ca/fr>

- Informations sur les normes du travail (congés, horaires, salaire minimum, etc.)
- Inscription à la CNESST

Votre municipalité

- Permis d'exploitation
- Permis de rénovation ou de construction
- Règlements de zonage



3.2 Structure de la propriété

Entreprise incorporée ou société en nom collectif

Ajoutez un tableau et pour chaque personne qui y investit, inscrivez:

- son nom;
- son statut (titre);
- la mise de fonds dans le projet;
- le pourcentage de participation (actions).

Organisme à but non lucratif ou COOP

Dressez une liste des administrateurs ainsi que le poste occupé dans le conseil d'administration.

Lorsqu'il y a plusieurs associés dans une entreprise, une convention d'actionnaires est essentielle pour vous protéger et prévenir des conflits éventuels entre associés. Elle sera exigée par les partenaires financiers et devra figurer en annexe.

3.3 Répartition des tâches

Lorsqu'il y plus d'une personne qui démarre une entreprise, chaque membre du groupe assume des responsabilités différentes. Dressez la liste des propriétaires et ajoutez une brève description des tâches assumées par chaque personne.

Faites ressortir la complémentarité entre les entrepreneurs. Au besoin, vous pouvez présenter les informations dans un organigramme.



SECTION 4 :

ENVIRONNEMENT

EXTERNE

Une analyse PESTEL (politique, économique, socioculturel, technologique, environnemental, légal) vous permet de réfléchir sur les différents aspects qui peuvent avoir un impact positif ou négatif sur le démarrage et le développement de votre entreprise.



Catégorie	Description
Politique	<ul style="list-style-type: none">• Stabilité politique• Réglementations commerciales• Relations internationales
Économique	<ul style="list-style-type: none">• Croissance économique• Taux d'inflation et taux d'intérêt• Taux de chômage• Pouvoir d'achat
Socioculturel	<ul style="list-style-type: none">• Démographie• Éducation• Modes de vie et normes sociales• Attitudes culturelles, valeurs et croyances
Technologique	<ul style="list-style-type: none">• Innovations technologiques et adoption des technologies• Recherche et développement• Cybersécurité
Environnemental	<ul style="list-style-type: none">• Normes environnementales• Changements climatiques• Politique de développement durable
Légal	<ul style="list-style-type: none">• Lois sur la protection des consommateurs• Propriété intellectuelle• Réglementations sur la santé et la sécurité• Lois fiscales

4.1 Politique

Décrivez comment l'environnement politique du pays ou de la province pourrait avoir un impact sur votre projet.

Exemple : La stabilité politique du pays offre un environnement favorable aux nouvelles entreprises grâce à des politiques de soutien aux entrepreneurs.

4.2 Économique

Comment est-ce que la situation économique présente (taux de chômage, pouvoir d'achat, revenu familial, taux d'intérêt, cycle économique, etc.) peut-elle influencer votre projet d'entreprise?

Exemple : La croissance économique actuelle et les taux d'intérêt bas créent des conditions propices pour le financement de nouvelles entreprises.

4.3 Socioculturel

Comment les tendances démographiques (croissance de la population, population par tranches d'âge, immigration, etc.) influencent-elles les comportements d'achat?

Exemple : La population jeune et éduquée montre un intérêt croissant pour les produits innovants, ce qui offre de bonnes perspectives pour une nouvelle entreprise.

4.4 Technologique

Existe-t-il des nouvelles technologies (équipements, logiciels, méthodes de fabrication, etc.) que vous devez utiliser afin de rester concurrentiel dans le marché? Identifiez les nouveautés, les modes ou les tendances technologiques qui représentent des occasions ou des menaces pour votre secteur. Expliquez comment.

Exemple : Les avancées technologiques rapides dans le secteur des technologies de l'information et de la communication facilitent l'innovation et la vente en ligne.

4.5 Environnemental

Est-ce qu'il y a des aspects environnementaux dont vous devez vous préoccuper dans votre domaine d'activité? Comment est-ce que la conscience écologique de votre clientèle cible peut-elle influencer votre projet et les ventes anticipées? Quelles actions allez-vous entreprendre afin de favoriser le développement durable?

Exemple : L'adoption des pratiques durables dès la création de l'entreprise est un élément qui lui permettra d'être plus résiliente et attrayante envers sa clientèle cible.

4.6 Légal

Quelles sont les exigences légales auxquelles votre entreprise doit se soumettre? Vérifiez les lois et règlements (permis d'exploitation, certification, autorisation, enregistrement, etc.) dans votre secteur d'activité. Est-ce que des changements éventuels dans les lois et règlements pourraient affecter votre entreprise de façon positive ou négative?

Exemple : Les lois favorables aux startups, incluant des allègements fiscaux et des protections pour les petites entreprises, rendent le démarrage d'une entreprise plus attractif.

SECTION 5 :

ÉTUDE DE MARCHÉ

5.1. Description des produits et services

Décrivez en détail vos produits et services. Pour un produit, détaillez par exemple, ses qualités physiques, son emballage, la valeur ajoutée, la facilité d'entretien, le service après-vente. Dans le cas d'un service, puisqu'il est intangible, décrivez le processus et les résultats voulus.

Dressez une liste de vos prix et expliquez la stratégie derrière ce choix. Expliquez comment votre stratégie de prix permettra une bonne mise en marché. De plus, définissez vos politiques de paiement, de promotion, de service après-vente, etc.

5.2. Territoire visé

Déterminez le territoire géographique de la clientèle visée. Nommez le territoire couvert et sa taille et ajoutez d'autres caractéristiques que vous jugez pertinentes (toujours par rapport au territoire).

Expliquez :

- La stratégie derrière le choix du territoire que vous avez décidé de couvrir;
- Comment vos clients auront accès à vos produits ou services (par exemple, se déplacer à votre commerce ou à l'un de vos points de vente, commande avec livraison ou encore acheter vos produits en ligne).

Vos recherches pour l'étude de marché seront basées sur les limites de ce territoire.

Les services de distributeurs

Lorsque vous décidez de vous servir de distributeurs, rappelez-vous que l'objectif de la distribution est de mettre vos produits à la disposition du plus grand nombre de clients possible tout en minimisant vos coûts. Expliquez votre stratégie de distribution.

Quelques conseils :

- Choisissez un canal de distribution qui est compatible avec les valeurs de votre entreprise et avec l'image de marque de vos produits.
- Assurez-vous de la compétence et du dynamisme des agents de distribution et des intermédiaires qui seront en contact avec votre clientèle!

5.3. Secteur d'activité et secteur spécifique

Identifiez le secteur d'activité dans lequel votre entreprise évoluera (par exemple : service, commercial, restauration, fabrication, etc.).

Dressez un portrait général de la situation actuelle et des projections qui s'annoncent dans ce secteur. Faites des recherches pour déterminer, par exemple, le volume vendu dans le marché et le chiffre d'affaires du secteur d'activité.

Étudiez la taille actuelle du marché pour votre secteur d'activité. Cela inclut la mesure du volume des ventes, la valeur du marché et les taux de croissance historique et projetée. Utilisez des rapports de marché, des études sectorielles et des données de recherche.

Observez les tendances actuelles et émergentes dans votre secteur. Par exemple des :

- innovations technologiques;
- changements de comportement des consommateurs;
- évolutions réglementaires.

Identifiez les opportunités qui pourraient bénéficier à votre entreprise.

Analysez les obstacles potentiels à l'entrée dans votre secteur. Cela peut inclure des coûts initiaux élevés, des réglementations strictes, des brevets, ou la domination d'acteurs établis. Comprendre ces barrières vous permettra de mieux vous préparer à les surmonter.

Une analyse approfondie de votre secteur d'activité vous permet :

- de mieux comprendre l'environnement dans lequel vous allez opérer
- d'identifier des opportunités
- d'anticiper les défis
- de positionner votre entreprise de manière stratégique

Voici des sources de données qui pourraient vous aider dans vos recherches :

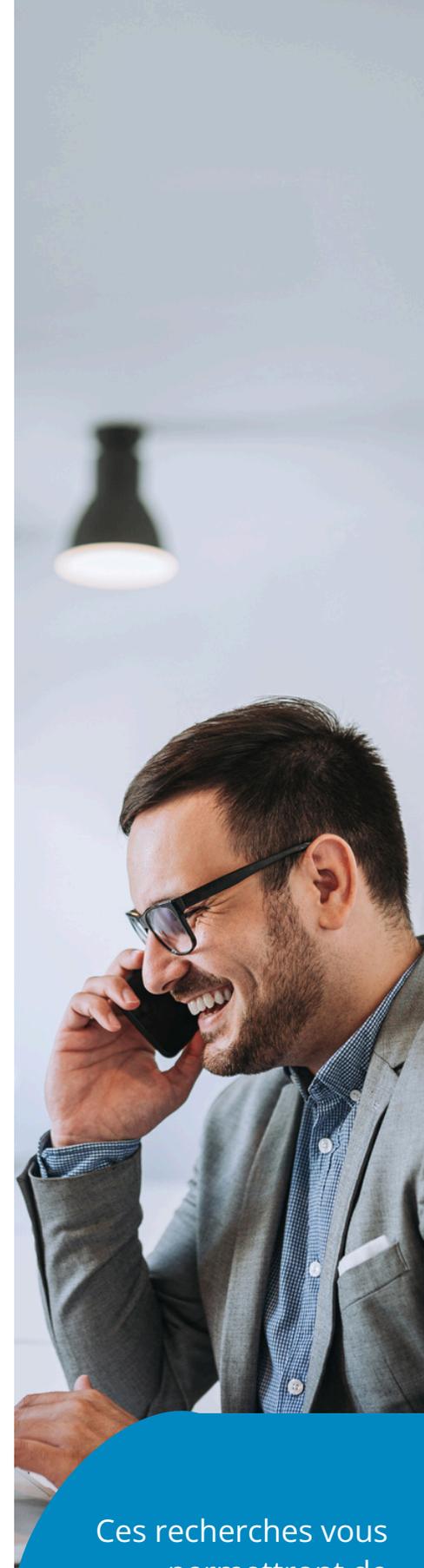
<https://statistique.quebec.ca/fr>

<https://statistique.quebec.ca/fr/vitrine/region>

<https://www.statcan.gc.ca/fr/debut>

[https://www.canada.ca/fr/services/entreprises/recherche.html?](https://www.canada.ca/fr/services/entreprises/recherche.html?Open&src=mm2#ic-sub-menu)

[Open&src=mm2#ic-sub-menu](https://www.canada.ca/fr/services/entreprises/recherche.html?Open&src=mm2#ic-sub-menu)



Ces recherches vous permettront de connaître l'ampleur du marché afin d'estimer les ventes.

5.4. Clientèle cible

Comprenez comment et pourquoi votre client potentiel achèterait vos produits ou services. Regroupez votre clientèle cible selon leurs caractéristiques ou selon le secteur (particulier, commerce, industrie). Cette section exige une recherche et des descriptions approfondies. Indiquez toujours la source de vos références statistiques.

Afin de faciliter votre mise en marché et de posséder toutes les données qui faciliteront l'élaboration des stratégies de prix, de distribution, de communications marketing, etc., il est fortement suggéré de limiter le nombre de segments et d'être précis dans la description ceux-ci.

1

Segmentez et identifiez les types de clientèles visés.

2

Pour chacun de vos groupes de clients, énumérez certaines de leurs caractéristiques.

Voici quelques exemples de données pertinentes :

- Données démographiques : sexe, âge, taille de famille
- Données socio-économiques : revenu, scolarité, profession
- Attraits ou avantages spécifiques recherchés pour ce type de produit ou service
- Qualité acceptée et éléments de fidélité pour ce groupe de clients
- Médias consultés par ce groupe de clients

3

Pour chacun des types de clientèles visés, effectuez des recherches sur leurs habitudes d'achat et les raisons qui les motivent dans leur comportement d'achat en vous posant les questions suivantes :

- Quel besoin le client comble-t-il en achetant ce type de produit ou service?
- Combien est-il prêt à déboursier pour un produit ou service semblable au vôtre?
- Quels sont les avantages recherchés par le client et quels critères guident son choix?
- Comment le client achète-t-il un produit de ce genre (en ligne, boutique spécialisée, etc.)?
- Est-ce un achat impulsif ou réfléchi?
- Est-ce un achat qui se fait de façon routinière ou occasionnelle? À quelle fréquence?

Si vos clients sont des entreprises, voici quelques caractéristiques à analyser :

- Taille de l'entreprise et nombre d'employés
- Secteur d'activité général et spécifique des entreprises ciblées
- Qualité des produits ou services recherchés

5.5. Analyse concurrentielle

Tout bon démarrage d'entreprise comprend une analyse réfléchie de ses concurrents.

Concurrents directs : Les entreprises qui offrent les mêmes produits ou services que vous.

Concurrents indirects : Les entreprises offrant des produits ou services semblables aux vôtres.

Votre analyse devrait privilégier les concurrents directs, ayant une offre similaire et qui ciblent le même territoire que vous. Utilisez le tableau qui suit afin de présenter l'analyse de vos concurrents.

- Dressez une liste de vos concurrents et remplissez les sections du tableau.
- Répétez le tableau pour chacun de vos concurrents.
- Limitez-vous aux plus importants, un maximum de cinq.
- Faites les concurrents directs en premier. S'il y en a peu, incluez des concurrents indirects.
- Si certains concurrents sont très similaires, regroupez-les tout simplement.

NOM DE L'ENTREPRISE	
PRODUITS OU SERVICES	Décrivez leurs produits et services (qui ressemblent aux vôtres)
LOCALISATION	Où est située l'entreprise? Quel territoire dessert-elle?
PRIX	Quels sont les prix des produits ou services (qui ressemblent aux vôtres)?
OUTILS MARKETING	Comment l'entreprise rejoint-elle sa clientèle?
FORCES	Nommez quelques forces (de l'entreprise ou de ses produits/services).
FAIBLESSES	Nommez quelques faiblesses (de l'entreprise ou de ses produits/services).

5.6. Avantages concurrentiels

Quelques questions à se poser

- Pourquoi est-ce qu'un client choisirait vous plutôt que votre concurrent?
- Qu'allez-vous offrir de plus que vos concurrents?
- Quelle sera votre valeur ajoutée?
- Quels seront les avantages que vous offrirez?

Les avantages concurrentiels que vous nommez doivent être significatifs aux yeux de vos clients potentiels. Profitez de vos publicités et promotions afin de mettre en évidence vos avantages concurrentiels.

Maintenant que vous connaissez vos concurrents, vous devez expliquer comment vous allez vous différencier d'eux.



SECTION 6 : MISE EN MARCHÉ

Puisque vous avez maintenant franchi toutes les étapes de votre étude de marché, vous avez accumulé suffisamment d'informations pour établir votre mise en marché.

La section de mise en marché de votre plan d'affaires sert à démontrer comment vous allez attirer et fidéliser vos clients. Elle montre aux investisseurs que vous avez une stratégie claire pour pénétrer le marché et vous distinguer de la concurrence.

Soyez créatifs dans l'élaboration de vos stratégies. Il pourrait être très bénéfique de consulter un spécialiste en communication. Voici quelques éléments à inclure :

Image de marque

Décrivez comment vous allez positionner votre marque sur le marché. Incluez des éléments de branding comme le nom, le logo, le slogan et les valeurs de la marque. Avez-vous des pratiques en lien avec le développement durable?

Prix

Expliquez votre stratégie de tarification. Comment vos prix se comparent-ils à ceux de la concurrence ? Justifiez votre choix de prix.

Distribution

Décrivez vos canaux de distribution. Comment vos produits ou services seront-ils livrés à vos clients ? Mentionnez les partenaires et les intermédiaires éventuels.

Promotion

Détaillez vos stratégies promotionnelles. Quels canaux de communication allez-vous utiliser ? Incluez la publicité, le marketing digital, les relations publiques, les promotions de vente, etc.

Responsabilités

Identifiez les personnes responsables de chaque aspect de votre stratégie de mise en marché.

Budget marketing

Décrivez vos prévisions de dépenses marketing pour les premiers mois et les premières années. Incluez les coûts de publicité, de promotion, etc. Comment prévoyez-vous mesurer le succès de vos initiatives marketing?



SECTION 7 : OPÉRATIONS

Cette section vous permet de planifier les principales activités opérationnelles de votre entreprise. Elle vous permet d'expliquer comment s'effectueront la production, l'approvisionnement, le contrôle de la qualité, les besoins en main-d'œuvre et la recherche et développement.

7.1. Production

Décrivez le fonctionnement général de votre entreprise en définissant toutes les étapes ou les tâches que vous devrez accomplir. La description sera différente selon votre secteur d'activité.

Commerce de détail

Pour un commerce de détail, définissez les heures d'ouverture ainsi que le temps requis pour :

- L'administration générale (tenue de livres, gestion des ressources humaines, etc.);
- La publicité et la promotion;
- Les achats;
- L'étiquetage et l'étalage de vos produits.

Services

Pour un service, définissez le temps requis pour :

- L'administration générale (tenue de livres, gestion des ressources humaines, etc.);
- Obtenir un contrat (publicité, élaboration du prix);
- Effectuer chaque étape de réalisation d'un contrat (avant, pendant et après);
- Vérifier la satisfaction des clients.

Fabrication

Dans le cas d'une entreprise manufacturière, décortiquez le processus de fabrication et les ressources nécessaires (équipements, matières premières, sous-traitance). Vous pouvez également inclure le nombre de mètres carrés requis (soit par étape de fabrication ou au total), le nombre d'employés de production, le nombre d'heures travaillées.

Déterminez :

- Le temps requis pour la fabrication d'une unité de production;
- La capacité de production maximale de l'entreprise.

Définissez ensuite le temps requis pour accomplir :

- L'administration générale (tenue de livres, ressources humaines, etc.);
- La publicité et la promotion;
- Les achats;
- La gestion de l'inventaire;
- La vérification de la satisfaction des clients.

Le ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie a produit un guide qui vous permet de réfléchir à des façons efficaces d'aménager votre espace de fabrication.

Consultez-le [ici](#).

7.2. Plan d'aménagement

Un plan des lieux vous permettra de bien organiser l'utilisation des espaces. Dans tous les cas, il faudra prévoir les bureaux administratifs ainsi que les espaces utilitaires (l'entrée, les corridors, les toilettes, la salle de repos, etc.). Vous pouvez inclure un croquis.

Commerce

L'aménagement d'un commerce est un facteur très important pour sa réussite. Il doit permettre de mettre en avant vos produits. L'ambiance et l'agencement de votre commerce doivent séduire le consommateur tout en demeurant fonctionnels. Expliquez comment vous prévoyez aménager votre commerce.

Services

Pour les entreprises de service, planifiez :

- Les espaces de bureau et de rencontres;
- Le stockage des fournitures, les bureaux supplémentaires, etc.

Fabrication

Pour les entreprises de fabrication, prévoyez les mètres carrés par poste de travail, la disposition efficace et sécuritaire des équipements, l'entreposage des matières premières et des produits finis, les espaces de bureau et de rencontres, les espaces communs pour les pauses des employés, etc.

7.3 Innovation et amélioration continue

Certaines entreprises ont avantage à intégrer une fonction d'innovation et de recherche et développement afin de maintenir ses avantages concurrentiels et de satisfaire ses clients. Il faut continuellement être à l'affût des nouvelles technologies, des nouveaux produits et des nouvelles pratiques. Cette section vous permet de décrire vos intentions ainsi que les moyens que vous allez entreprendre pour maintenir votre position dans le marché et assurer la pérennité de votre entreprise.

L'amélioration continue fait appel à tous les employés de l'entreprise afin d'identifier les divers endroits où l'on pourrait améliorer l'efficacité des tâches. Cette section vous permet de décrire comment vous allez assurer le contrôle des activités et améliorer la qualité des produits, du service ou de la production. Le guide du ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie peut vous aider dans vos réflexions. Consultez-le [ici](#).



7.4 Approvisionnement

La section de l'approvisionnement est particulièrement importante pour les commerces de détail et les entreprises de fabrication. Vous devez y inclure tous les détails pertinents concernant les fournisseurs, les assurances, l'entretien et le renouvellement de vos équipements. Assurez-vous que votre chaîne d'approvisionnement soit responsable et durable en y instaurant des méthodes pour la traçabilité et la vérification. De plus, diversifiez vos fournisseurs afin d'avoir une solution s'il y a rupture de stock.

Les fournisseurs et distributeurs

Vos fournisseurs et distributeurs joueront un rôle important pour le développement de votre entreprise. Ils doivent donc être sélectionnés en fonction de leurs produits et services, mais aussi de leurs valeurs. Faites-en des partenaires de confiance.

Afin d'éviter des ruptures de stock, choisissez prudemment vos fournisseurs et prenez le temps de bâtir des relations avec eux. Voici quelques critères importants à analyser dans votre choix de fournisseurs de biens ou de services :

- La qualité et la variété des produits;
- Le coût (prix, escomptes, rabais de quantité, politique de crédit, etc.);
- La quantité minimum exigée;
- Le moyen de transport et la distance (en lien avec la réduction des GES);
- Les frais de livraison;
- Les délais d'approvisionnement et de livraison;
- Les garanties.

L'inventaire

Expliquez de quelle manière vous allez contrôler votre inventaire (par système informatisé ou par une gestion physique de l'inventaire). Ceci vous permettra de prévoir le volume des stocks selon les temps forts d'achalandage ou de fabrication.

Le ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie vous offre ce guide pour vous aider à mieux comprendre la gestion de vos stocks :

<https://www.economie.gouv.qc.ca/bibliotheques/guides-et-outils/gestion-dune-entreprise/production/gestion-des-stocks-et-reapprovisionnement>



7.5 Main d'oeuvre et politiques de ressources humaines

Dans cette section du plan d'affaires, vous devez décrire les politiques de gestion des ressources humaines de votre entreprise. Vous pouvez notamment identifier :

- Vos besoins de main- d'oeuvre (vente, administration, production, marketing, etc.);
- Le nombre d'emplois qui seront créés (temps plein ou partiel) au démarrage et au cours des trois premières années d'opération (les salaires devront apparaître dans les prévisions financières);
- Les principales qualifications requises et les tâches et responsabilités pour chacun des postes;
- La politique salariale (salaires, commissions, avantages sociaux, etc.);
- La politique d'évaluation et d'appréciation de vos employés;
- La politique de formation continue.

Référez-vous aux normes du travail et profitez de cette section pour expliquer les raisons qui motivent vos choix et vos politiques.



SECTION 8 : DÉVELOPPEMENT DURABLE

Cette section incite à la réflexion par rapport à vos démarches, en ce qui concerne les facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance de votre entreprise. Ces critères de développement durable sont devenus essentiels pour les investisseurs et les institutions financières, car ils reflètent la responsabilité sociale et environnementale de votre entreprise.

8.1. Facteurs environnementaux

Voici quelques concepts sur lesquels réfléchir pour comprendre où se situe votre projet d'affaires par rapport à la vision régionale de développement économique :

Gestion des matières résiduelles

Comment disposerez-vous de vos matières résiduelles?

Poserez-vous des actions concrètes afin d'en réduire la quantité et favoriser le réemploi?

Aurez-vous des objectifs et des indicateurs de suivi concernant la gestion de vos matières résiduelles?

Ferez-vous des démarches de recherche afin de résoudre vos enjeux en ce sens?

Circularité

Aurez-vous des activités de circularité dans vos opérations?

Ferez-vous partie de symbioses industrielles?

Allez-vous mesurer vos performances?

Gestion de l'énergie

Effectuerez-vous des suivis de votre consommation d'énergie?

Aurez-vous des initiatives d'optimisation de votre consommation d'énergie?

Disposerez-vous d'un système de suivi afin de favoriser des pratiques moins énergivores?

Gestion de l'eau

Effectuerez-vous des suivis de votre consommation d'eau?

Aurez-vous des initiatives d'optimisation de votre consommation d'eau?

Disposerez-vous d'un système efficace de suivi afin de réduire votre consommation d'eau?

Serez-vous doté d'un système de traitement optimal ou de réutilisation des eaux usées?

Gestion des gaz à effet de serre (GES)

Obtiendrez-vous les renseignements concernant les quantités de GES générées par vos activités?

Identifierez-vous vos principales sources d'émissions dans l'optique de les réduire?

Ciblerez-vous des opportunités de réduction de vos GES et établirez-vous des objectifs précis?

Aurez-vous une stratégie de réduction par la compensation carbone?



8.2. Facteurs sociaux

Conditions de travail

Respecterez-vous toutes les normes du travail?

Documenterez-vous la gestion de vos ressources humaines?

Posséderez-vous un document encadrant les conditions de travail au sein de votre entreprises?

Offrirez-vous des conditions de travail comparables aux autres entreprises de votre secteur?

Mettrez-vous en place des conditions de travail qui dépassent les normes?

Aurez-vous des mesures de conciliation travail et vie personnelle?

8.3. Facteurs de gouvernance

Engagement en développement durable

Posséderez-vous un document formel qui témoignera de votre engagement en développement durable?

Aurez-vous des initiatives en développement durable au sein de votre entreprise?

Relève

Aurez-vous une stratégie de relève ou avez-vous amorcé la réflexion en ce sens?

Aurez-vous une relève potentielle?

