PLAN D'AFFAIRES

Le CLD RN peut vous apporter une aide technique précieuse pour l'élaboration de votre projet d'entreprise. Le CLD RN dispose aussi d'outils financiers pouvant vous permettre d'assurer le démarrage et la croissance de votre entreprise tout en vous assurant une saine structure financière. Ces aides techniques et financières sont accordées aux promoteurs selon certains critères de sélection qui ont été présentés lors de la séance d'information. Afin de nous permettre d'assurer un service de qualité, nous vous demandons de bien vouloir remplir ce document préliminaire. Les documents incomplets et/ou illisibles ne seront pas retenus.

Si vous manquez d'espace pour répondre à certaines questions, veuillez utiliser l'endos de la page.

IDENTIFICATION DU PROMOTEUR

Nom : _____

Adresse : _____

_____ Code Postal : _____

Téléphone : _____ N.A.S. : _____

Courriel : _____

Je, soussigné, présente mon plan d'affaires préliminaire. Je reconnais que le CLD Rouyn-Noranda prendra la décision de poursuivre les démarches dans mon dossier que sur la base des informations que je lui transmets. Je reconnais aussi être entièrement responsable du plan d'affaires qui sera produit conjointement avec ce CLD.

Les documents transmis demeurent la propriété du ou des promoteur(s). Le CLD RN en assurera la confidentialité. Toutefois, j'autorise le CLD RN à échanger avec les organismes gouvernementaux ou les ministères, tous les renseignements ou documents nécessaires à l'étude de cette demande. J'autorise aussi le CLD RN à recevoir, à consulter et à fournir les renseignements sur mon compte et mon expérience de crédit auprès de tout ministère, organisme, prêteur, bureau de crédit et tout autre fournisseur de produits ou services.

Date : _____ ***Signature :*** _____

Le conseiller en développement responsable de votre dossier entrera en contact avec vous dès qu'il aura terminé l'étude de votre dossier.

Veuillez remettre votre plan d'affaires préliminaire au CLD R-N au
161, avenue Murdoch
Rouyn-Noranda (Québec) J9X 1E3

Réservé au CLD

_____ _____

Date de réception Signature du commissaire

SECTION 1 – LE PROJET

Quelle sera la mission de l'entreprise? Les services et/ou les produits offerts; la clientèle visée; le secteur géographique couvert et la raison d'être de l'entreprise.

Forme juridique prévue : ☐ Entreprise individuelle ☐ Société en nom collectif ☐ Société par actions ☐ Coopérative

SECTION 2 - LE PROMOTEUR

Indiquez votre formation, vos connaissances et vos aptitudes. Énumérez les raisons qui vous motivent au démarrage d'une entreprise et dites pourquoi vous croyez pouvoir réussir dans ce domaine**. (Joindre votre curriculum vitae et votre bilan personnel en annexe)**

Répartition de la propriété : S'il y a plus d'un promoteur, indiquez la répartition de l'entreprise soit des parts sociales (société en nom collectif) ou le pourcentage d'actions (société par actions) pour chacun des associés :

PARTENAIRES	MISE DE FONDS ($)	% DE PROPRIÉTÉ

SECTION 3 – LE MARKETING

3.1 Les produits et services

Faites une description détaillée de votre produit (bien ou service) et de ses caractéristiques (qualité, durabilité, style, avantages concurrentiels etc.) Décrivez le service après vente ou les garanties que vous offrirez.

3.2 Analyse de marché

3.2.1 Le secteur d'activité

Cette section a pour but de présenter la situation et l'évolution anticipée du secteur dans lequel votre entreprise aura à évoluer. Indiquez vos observations, démarches, recherches, lectures, sondages et autres points positifs qui permettent de croire à une demande actuelle ou éventuelle pour le(s) produit(s) ou service(s) que vous voulez offrir. ***Cette étape est cruciale, car elle permet de justifier ou non la raison d'être de votre projet d'entreprise. Notez bien vos sources d'information en annexe.***

3.2.1 Le marché cible

Tous les consommateurs n'ont pas les mêmes besoins et les mêmes intérêts ; c'est pourquoi, il est **important de bien cibler sa clientèle éventuelle et surtout de bien la connaître**. Vous devez répondre aux multiples questions suivantes : Le sexe, le groupe d'âge, le statut social, l'occupation et le revenu moyen de votre clientèle. Par la suite, il vous faut répondre aux questions suivantes : Qu'est-ce qui motive ces gens à acheter ? Quelles sont leurs habitudes d'achat ? Quand acheteront-ils et pour quelles raisons ? Qui prend la décision d'acheter ? Quelle est leur fréquence d'achat et combien sont-ils prêt à payer? Quels sont leurs critères d'achat (prix, qualité, service, réputation, etc.) Où demeurent-ils ? Combien sont-ils ? ***Ensuite, il faut vous assurer que cette clientèle ciblée représente un potentiel de ventes annuelles suffisant pour vous faire vivre et soutenir les frais d'exploitation de votre entreprise (frais de vente, administration, main- d'œuvre, frais financiers, entretien des immobilisations…)***

N.B. Quelques questions peuvent ne pas convenir à votre type de projet d'entreprise.

3.2.3 La situation concurrentielle

Les produits ou services que vous voulez offrir sont-ils disponibles dans la région où vous voulez opérer ? Si, oui, nommez les principaux concurrents et analysez-les minutieusement. Analysez leurs forces / faiblesses leur localisation, leur distribution et leurs fournisseurs. Renseignez-vous sur la qualité de leur main-d'œuvre, leur situation financière, leur clientèle, leur publicité, leur image corporative, leurs promotions, leur garantie après vente, leurs politiques de prix - de paiement et de crédit.

Mais où trouver toutes ces informations ? Faîtes vous-mêmes un mini-sondage (choisir de 75 à 100 personnes au hasard et leur poser des questions pertinentes qui vous permettront de répondre aux questions ci-haut mentionnées). **Plus il y aura de personnes interrogées, plus votre sondage sera précis.** Remettre la compilation du sondage en annexe ; Interrogez subtilement vos concurrents ou des entrepreneurs qui ont de l'expérience ; ê Si vous envisagez lancer une entreprise manufacturière, interrogez des distributeurs ou des commerçants susceptibles de vendre votre produit, ils pourront vous donner une très bonne idée de vos ventes potentielles ; ê Autres sources d'information : les pages jaunes ; le répertoire des gens d'affaires de la région ; les journaux locaux ; les revues spécialisées ; la Chambre de commerce et d'industrie ; la Société de développement commercial 797-6855 ; les associations de fabricants et détaillants ; les fournisseurs ; Communication Québec 763-3241; CLD R-N 762-0142 pour le Répertoire des produits fabriqués au Québec; Statistique Québec 1-800-463-4090 ; MAPAC pour agriculture 764-6791 ; Syndicat des producteurs de bois 762-0835 ; l'Hôtel de ville de votre municipalité, etc. **Ces différents organismes sont de véritables mines d'or d'information.**

CONCURRENTS	FORCES	FAIBLESSES
MON ENTREPRISE		

Commentaires :

3.3 Plan de commercialisation

3.3.1 Le prix

Le choix du prix est une phase très importante du marketing. C'est un choix crucial pour la survie d'une entreprise car, si votre prix est trop élevé, vous ne vendrez pas ; s'il est trop bas, vous risquez d'encourir des pertes. Comment déterminer le prix juste ? Pour le déterminer, vous devez inclure dans votre étude de marché les réactions des consommateurs face à différents prix possibles incluant celui des compétiteurs. Vous saurez alors le prix que les gens sont prêts à payer. Le prix est fonction de l'offre et de la demande, c'est-à-dire du besoin du client et de la rareté du produit ou service offert. Vous devez considérer le coût (de base) de votre produit ou service ainsi que les coûts indirects qui en découlent (administration, frais de vente, frais financiers, main-d'œuvre, etc.) plus une marge de profit acceptable.

Expliquez comment votre politique de prix permettra à votre entreprise de pénétrer le marché et de vous y maintenir tout en générant des profits. Faites part de votre politique de crédit, des conditions de paiement, des politiques d'escompte sur paiement rapide***. Assurez-vous d'être compétitif face à vos concurrents.***

3.3.2 Distribution ou localisation

Vous avez déterminé qui sont vos clients. Vous pouvez maintenant déterminer comment ils prendront connaissance de vos produits ou services.

Entreprise manufacturière : Pour une entreprise manufacturière, le choix de l'emplacement est moins important que pour un commerce de détail ; la priorité sera mise sur le réseau de distribution. Expliquez comment vous entendez acheminer votre produit aux consommateurs (par vente directe et/ou par l'intermédiaire de détaillants ou de grossistes). Quelles sont les conditions qui vous lieront à votre agent ou distributeur (commissions, etc.) ? Quel mode de livraison voulez-vous mettre en place (achat de véhicule et embauche de personnel, service de sous-traitance, coût, délai, etc.)? N.B. La proximité des fournisseurs et des clients, l'accès au transport lourd, les services publics, possibilité d'agrandissement et les règles de zonage sont à considérer.

Entreprises de services ou commerces de vente au détail : L'emplacement est très important et même crucial pour un commerce de détail car, la clientèle doit se rendre chez-vous pour acheter. Où pourra-t-on se procurer vos produits ou services ? Quels sont les avantages et les inconvénients de l'endroit choisi ? La grandeur des locaux répond-elle à vos besoins actuels et futurs ? Combien êtes-vous prêt à payer pour la location ? Les coûts de location comprennent-ils les dépenses énergétiques ? Quelles sont les modifications à apporter au local choisi et le coût ? Si votre produit nécessite un service de livraison, expliquez-en le fonctionnement (délai, coût, etc.) N.B. Les principaux facteurs à considérer sont : la compétition environnante, la circulation des passants et des automobiles, le transport en commun, facilités de stationnement et le coût des espaces locatifs et communs (Centre commercial).

3.3.3 La publicité et la promotion

Faites part de vos objectifs publicitaires et du budget alloué à cette dépense. Identifiez les moyens choisis pour atteindre votre clientèle (publicité dans les journaux, dépliants promotionnels, annonces à la radio, annonces à la télé, distribution de cartes d'affaires, télémarketing, vente personnelle, pages jaunes, publipostage, panneaux publicitaires, etc.) Les promotions peuvent se traduire par : des rabais occasionnels et ciblés ; deux pour le prix d'un ; escompte sur volume d'achat ; des 5 à 7 ; % de rabais associé à une journée en particulier ; soirée des dames ; ristournes ; tirages ; échantillons. (Soyez imaginatif !) **Avant tout, il faut bâtir un message fort et distinctif qui reflète bien votre mission et vos objectifs**.

N.B. La publicité et les promotions sont essentielles au développement et à la croissance d'une entreprise. Les coûts qui y sont associés sont importants et doivent être planifiés avec soin.

SECTION 4 – LES OPERATIONS

De façon générale, cette section permettra de planifier les principales activités opérationnelles de l'entreprise et les besoins en main-d'œuvre.

Entreprises manufacturières :
Décrivez le processus de fabrication de votre produit et énumérez les principaux équipements qui seront utilisés et leur capacité de production. Dressez la liste des équipements en main présentement (valeur marchande). Qui sont les fournisseurs de vos équipements et quel est le coût de ces derniers ? Les achèterez-vous neufs ou usagés ? Qui peut en assurer l'entretien localement ? La location est-elle possible ? Précisez le temps et les coûts nécessaires à l'installation. Quels sont vos besoins en matières premières ? Déterminez la capacité de production de votre entreprise à l'aide des paramètres suivants : nombre de mètres carrés requis, nombre d'employés à la production, (sous-traitance ?) équipements de production, les différents postes de travail et les salaires prévus le nombre de quarts de travail, les inventaires disponibles. Expliquez brièvement vos méthodes de contrôle relatives à la qualité des produits et au suivi des inventaires et exposez vos calculs. De quelle façon prévoyez-vous assumer les tâches administratives et comptables. Chiffrez en termes de chiffre de ventes annuelles votre capacité de production (ex.750 000$).

Entreprises de services ou commerces de vente au détail :
Combien d'employés prévoyez-vous embaucher ? Quels seront les postes de travail à temps plein / partiel et/ou saisonnier, les tâches et les salaires prévus ? Quels seront vos horaires d'ouverture et de fermeture? Avez-vous prévu la sous-traitance pour certains aspects (administration, comptabilité, etc.) ? Énumérez les principaux équipements et le matériel roulant que vous prévoyez utiliser (nécessité). Dressez la liste des équipements ou du matériel roulant en main présentement (valeur marchande). Qui sont les fournisseurs de vos équipements ? Combien coûtent-ils ? Les achèterez-vous neufs ou usagés ? Qui peut en assurer l'entretien localement ? La location est-elle possible ? Précisez le temps et les coûts nécessaires à l'installation de vos équipements

SECTION 5 – L'ENVIRONNEMENT

Pour les entreprises manufacturières une évaluation environnementale est nécessaire pour identifier et évaluer l'impact des produits dangereux utilisés au cours de la production : nature des rejets (liquide, solide, gaz, poussières,…), quantité et destination des rejets (égout municipal, plan d'eau, atmosphère,…). Identifiez les équipements et procédés pour contrer la pollution.

SECTION 6 – ÉCHEANCIER DE REALISATION

Planifiez les principales étapes de réalisation de l'entreprise. Le tableau suivant donne des exemples de démarches à effectuer, vous devez l'adapter à votre projet et inscrire les activités par ordre chronologique.

DATE	STATUT	ACTIVITES
		○ Étude de marché.
		○ Rédaction et finalisation du plan d'affaires.
		○ Préparation des prévisions financières
		○ Rechercher le financement.
		○ Incorporer et immatriculer l'entreprise.
		○ Obtenir les différents permis (municipalité, environnement, etc…)
		○ Prendre une assurance responsabilité.
		○ Aménager les locaux et le terrain.
		○ Acheter et installer les équipements.
		○ Prendre les ententes avec les fournisseurs.
		○ Inscrire l'entreprise à la TPS et TVQ.
		○ Inscrire l'entreprise aux fichiers des employeurs.
		○ Inscrire l'entreprise à la CSST.
		○ Embaucher le personnel.
		○ Ouvrir le compte bancaire.
		○ Début des activités
		○
		○
		○
		○
		○
		○
		○
		○

ANNEXES

- **Conformité de zonage**
- **Bilan personnel**
- **Curriculum Vitae**

FORMULAIRE DE CONFORMITÉ DE ZONAGE

Centre local de développement Rouyn-Noranda
161, avenue Murdoch
Rouyn-Noranda (Québec)
J9X 1E3
T : 819 762-0142
F : 819 762-7139
info@cldrn.ca

À REMPLIR PAR LE PROMOTEUR

Nom : _____ Téléphone : _____
Adresse : _____ Télécopieur : _____
_____ Cellulaire : _____

Courriel : _____

Description de l'activité : _____
(usage spécifique)
_____

Adresse du projet : _____ Téléphone : _____
_____ Télécopieur : _____

Zonage municipal : _____

_____ _____
Signature Date

À REMPLIR PAR LE SERVICE D'AMÉNAGEMENT DE ROUYN-NORANDA (Module Permis)

La localisation du projet cité plus haut est conforme aux règlements de zonage et aux autres dispositions réglementaires ☐

La localisation du projet cité plus haut n'est pas conforme au zonage actuel ☐

Ville de Rouyn-Noranda
Téléphone
819 797-7110
poste 7319

Restriction, suggestions, commentaires, etc.

_____
_____
_____

_____ _____
Signature Date

Ce document est à l'usage strictement confidentiel du Centre local de développement Rouyn-Noranda et du service d'aménagement de la Ville de Rouyn-Noranda

BILAN PERSONNEL

NOM : _____ **EN DATE DU :** _____

ACTIF		**PASSIF**	
Argent en main		Marge de crédit	
Dépôt (caisse, banque, autres)		Emprunt Personnel versement mens. _____	
Actions (juste valeur marchande)		Emprunt Automobile versement mens. _____	
Reer (juste valeur marchande)		Hypothèque versement mens. _____	
Assurance-vie (valeur de rachat)		Cartes de crédit versement mens. _____	
Immeuble (juste valeur marchande)		Impôt ou taxes exigibles	
Biens meubles		Autres éléments de passif	
Automobile : (Valeur de revente) an ___ modèle_____			
Autres éléments (valeur de revente): (bateau-motoneige-moto-outil)			
ACTIF TOTAL		**PASSIF TOTAL**	
		VALEUR NETTE DU PROMOTEUR	

(NOTE : Valeur nette = Actif total – Passif total)

Je certifie que les renseignements contenus dans le présent formulaire sont exacts et complets.

Signature : _____ Date : _____ / _____ / _____

CURRICULUM VITAE

RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

Nom : _____ Prénom : _____

Adresse : _____

_____

Téléphone : _____ Courriel : _____

FORMATION ACADÉMIQUE

Date	Institution - Adresse	Diplôme – Attestation

AUTRES FORMATIONS

Date	Institution - Adresse	Titre – Attestation

EXPÉRIENCE DE TRAVAIL

Date	Employeur - Adresse	Fonction - Poste

RÉALISATIONS ET APTITUDES PERTINENTES AU PROJET

_____

_____

_____