




# Plan d'affaires – Structure conventionnelle (Québec / Canada)

## 1. Résumé exécutif

 **Objectif :** Donner un aperçu clair, concis et convaincant de l'ensemble du projet pour capter l'attention du lecteur (banquier, investisseur, partenaire).


 **Contenu attendu :**

- Nom de l'entreprise et forme juridique
- Mission et vision
- Produits ou services principaux
- Marché cible et opportunité
- Stratégie de mise en marché
- Équipe promotrice
- Besoin de financement et prévisions financières clés

 **Questions clés :**

- Quelle est l'essence de votre projet ?
- Quelle valeur apportez-vous et à qui ?
- De combien avez-vous besoin pour démarrer ou croître ?
- Quelles sont vos perspectives de revenus et de rentabilité ?

## 2. Présentation de l'entreprise

 **Objectif :** Décrire en profondeur l'identité, la mission et la vision de l'entreprise ainsi que son positionnement.


 **Contenu attendu :**

- Nom légal, forme juridique, date de création
- Historique ou contexte du projet
- Mission, vision et valeurs
- Objectifs à court, moyen et long terme
- Problème identifié et solution proposée

### ? Questions clés :

- Quelle est la raison d'être de votre entreprise ?
- Quel problème cherchez-vous à résoudre ?
- Quelle est votre vision de croissance ?

## 3. Produits ou services

 **Objectif :** Décrire l'offre commerciale et sa valeur ajoutée.


 **Contenu attendu :**

- Description détaillée des produits ou services
- Caractéristiques distinctives et avantages concurrentiels
- Stade de développement (prototype, en vente, etc.)
- Modèle de revenus (vente directe, abonnement, etc.)
- Propriété intellectuelle, licences, brevets (si applicable)

### ? Questions clés :

- Qu'offrez-vous concrètement ?
- Qu'est-ce qui vous différencie de la concurrence ?
- Comment allez-vous générer des revenus ?

## 4. Analyse de marché

 **Objectif :** Montrer votre compréhension du marché, du client cible et du potentiel de croissance.

 **Contenu attendu :**


- Taille et évolution du marché
- Tendances sectorielles
- Profil de la clientèle cible (segments, besoins, comportements)
- Étude de la demande potentielle
- Analyse de l'environnement (politique, économique, social, technologique – PESTEL)

### ? Questions clés :

- Quelle est la taille du marché et son potentiel ?

- Qui sont vos clients cibles ?
- Quelles sont les tendances qui favorisent votre projet ?

## 5. Analyse de la concurrence et positionnement

 **Objectif** : Montrer que vous connaissez vos concurrents et que vous avez une stratégie claire pour vous différencier.

 **Contenu attendu** :

- Principaux concurrents directs et indirects
- Analyse comparative (forces/faiblesses, parts de marché, positionnement)
- Avantages concurrentiels de votre entreprise
- Stratégie de différenciation

 **Questions clés** :

- Qui sont vos concurrents majeurs ?
- Comment allez-vous vous démarquer sur le marché ?
- Quelle est votre proposition de valeur unique ?

## 6. Plan marketing et stratégie commerciale

 **Objectif** : Expliquer comment vous allez attirer, convertir et fidéliser vos clients.

 **Contenu attendu** :

- Stratégie de marque et positionnement marketing
- Stratégies de prix, distribution, promotion et communication (mix marketing 4P)
- Canaux de vente et acquisition client
- Partenariats stratégiques
- Objectifs de ventes et plan d'action marketing

 **Questions clés** :

- Comment allez-vous faire connaître votre offre ?
- Par quels canaux allez-vous vendre ?
- Comment allez-vous générer vos premières ventes ?

## 7. Plan opérationnel

 **Objectif** : Décrire comment l'entreprise fonctionnera au quotidien.


 **Contenu attendu** :

- Localisation et installations
- Approvisionnement, production ou livraison de service
- Processus opérationnels clés
- Technologie et outils utilisés
- Logistique, chaîne d'approvisionnement
- Normes, réglementations, permis requis

 **Questions clés** :

- Où et comment vos opérations seront-elles menées ?
- Quelles ressources matérielles sont nécessaires ?
- Quelles étapes seront mises en place pour livrer votre offre ?

## 8. Plan organisationnel et ressources humaines

 **Objectif** : Présenter l'équipe promotrice et les ressources humaines nécessaires à la réussite du projet.


 **Contenu attendu** :

- Fondateurs et équipe de direction (rôles, compétences, expériences)
- Organigramme prévu
- Répartition des parts et structure de gouvernance
- Besoins en main-d'œuvre (embauches prévues, postes clés)
- Partenaires ou conseillers stratégiques

 **Questions clés** :

- Qui porte le projet et quelles sont ses compétences ?
- Comment sera structurée l'équipe ?
- Quels sont les besoins RH à court et moyen terme ?

## 9. Plan de développement et calendrier de mise en œuvre

 **Objectif** : Démontrer que le projet est planifié et réalisable.

 **Contenu attendu** :

- Étapes clés et jalons importants
- Échéancier de lancement et de croissance
- Objectifs à 6, 12, 24 et 36 mois
- Indicateurs de performance (KPI)

 **Questions clés** :

- Quelles sont les étapes essentielles pour concrétiser le projet ?
- Quel est votre échéancier de déploiement ?
- Quels sont vos objectifs mesurables ?

## 10. Plan financier

 **Objectif** : Démontrer la viabilité et la rentabilité du projet.


 **Contenu attendu** :

- Hypothèses financières principales
- Budget de démarrage et investissements requis
- Plan de financement (fonds propres, prêts, subventions, investisseurs)
- Prévisions de ventes, revenus et dépenses (3 à 5 ans)
- États financiers prévisionnels :
  - o Compte de résultat
  - o Bilan prévisionnel
  - o Flux de trésorerie
- Seuil de rentabilité et point mort

 **Questions clés** :

- Combien coûte le démarrage du projet ?
- Quelles sont vos projections de revenus et de profits ?
- Comment allez-vous financer votre croissance ?

## 11. Analyse des risques et stratégies d'atténuation

 **Objectif :** Prouver que vous avez anticipé les obstacles et que vous êtes prêt à y faire face.


 **Contenu attendu :**

- Principaux risques internes et externes
- Impact potentiel sur l'entreprise
- Stratégies de prévention et de gestion des risques

 **Questions clés :**

- Quels sont les plus grands risques pour votre projet ?
- Comment allez-vous les anticiper et les atténuer ?

## 12. Annexes (facultatives mais recommandées)

 **Objectif :** Appuyer le plan d'affaires avec des documents complémentaires.

 **Contenu attendu :**

- CV des fondateurs
- Lettres d'intention ou partenariats
- Études de marché détaillées
- Plans d'aménagement ou photos
- Documents juridiques, brevets, licences
- États financiers personnels (si demandés par la banque)

 **Résumé de la structure standard québécoise :**

1. Résumé exécutif
2. Présentation de l'entreprise
3. Produits ou services
4. Analyse de marché
5. Analyse de la concurrence et positionnement
6. Plan marketing et stratégie commerciale
7. Plan opérationnel
8. Plan organisationnel et RH
9. Plan de développement (feuille de route)
10. Plan financier
11. Analyse des risques

## 12. Annexes

Squelette mieux organiser et structurer

# 1. Résumé exécutif

- 1.1 Nom de l'entreprise et forme juridique
- 1.2 Mission et vision
- 1.3 Produits ou services principaux
- 1.4 Marché cible et opportunité
- 1.5 Stratégie de mise en marché
- 1.6 Équipe promotrice
- 1.7 Besoin de financement et prévisions financières clés

# 2. Présentation de l'entreprise

- 2.1 Nom légal, forme juridique et date de création
- 2.2 Historique ou contexte du projet
- 2.3 Mission, vision et valeurs
- 2.4 Objectifs à court, moyen et long terme
- 2.5 Problème identifié et solution proposée

# 3. Produits ou services

- 3.1 Description détaillée des produits ou services
- 3.2 Caractéristiques distinctives et avantages concurrentiels
- 3.3 Stade de développement (prototype, commercialisation, etc.)
- 3.4 Modèle de revenus (vente directe, abonnement, etc.)
- 3.5 Propriété intellectuelle, licences et brevets (si applicable)

## **4. Analyse de marché**

- 4.1 Taille et évolution du marché
- 4.2 Tendances sectorielles
- 4.3 Profil de la clientèle cible (segments, besoins, comportements)
- 4.4 Étude de la demande potentielle
- 4.5 Analyse de l'environnement (PESTEL)

## **5. Analyse de la concurrence et positionnement**

- 5.1 Identification des concurrents directs et indirects
- 5.2 Analyse comparative (forces, faiblesses, parts de marché, positionnement)
- 5.3 Avantages concurrentiels
- 5.4 Stratégie de différenciation

## **6. Plan marketing et stratégie commerciale**

- 6.1 Stratégie de marque et positionnement
- 6.2 Stratégies de prix, distribution, promotion et communication (4P)
- 6.3 Canaux de vente et acquisition client
- 6.4 Partenariats stratégiques
- 6.5 Objectifs de ventes et plan d'action marketing

## **7. Plan opérationnel**

- 7.1 Localisation et installations
- 7.2 Approvisionnement, production ou prestation de service
- 7.3 Processus opérationnels clés
- 7.4 Technologie et outils utilisés
- 7.5 Logistique et chaîne d'approvisionnement
- 7.6 Normes, réglementations et permis requis



## **8. Plan organisationnel et ressources humaines**

- 8.1 Fondateurs et équipe de direction (rôles, compétences, expériences)
- 8.2 Organigramme prévu
- 8.3 Répartition des parts et structure de gouvernance
- 8.4 Besoins en main-d'œuvre et postes clés
- 8.5 Partenaires et conseillers stratégiques

## **9. Plan de développement et calendrier de mise en œuvre**

- 9.1 Étapes clés et jalons importants
- 9.2 Échéancier de lancement et de croissance
- 9.3 Objectifs à 6, 12, 24 et 36 mois
- 9.4 Indicateurs de performance (KPI)

## **10. Plan financier**

- 10.1 Hypothèses financières principales
- 10.2 Budget de démarrage et investissements requis
- 10.3 Plan de financement (fonds propres, prêts, subventions, investisseurs)
- 10.4 Prévisions de ventes, revenus et dépenses (3 à 5 ans)
- 10.5 États financiers prévisionnels
  - 10.5.1 Compte de résultat
  - 10.5.2 Bilan prévisionnel
  - 10.5.3 Flux de trésorerie
- 10.6 Seuil de rentabilité et point mort

## **11. Analyse des risques et stratégies d'atténuation**

- 11.1 Principaux risques internes et externes
- 11.2 Impact potentiel sur l'entreprise
- 11.3 Stratégies de prévention et de gestion des risques