

Mission du CLD

Agir comme leader dans l'accompagnement, le soutien et la mobilisation permettant à la communauté matapédiennne d'innover, de s'enrichir et de s'engager dans une vision partagée de son développement durable.

PLAN D'AFFAIRES



Qu'est-ce qu'un plan d'affaires?

Un plan d'affaires est un document regroupant l'ensemble des renseignements pertinents d'un projet et de ses promoteurs. C'est un outil très précieux pour planifier, organiser, diriger et contrôler l'ensemble des éléments d'un projet, négocier son financement et obtenir des subventions ou de l'aide financière. De plus, il vous renseignera sur la viabilité de votre projet et sera un outil de référence très important lors de l'étape de démarrage et de croissance de l'entreprise.

123, rue Desbiens

Bureau 402, 4^e étage

Amqui (Québec) G5J 3P9

418 629-4212

Tables des matières

1. Page de présentation	6
2. Sommaire	6
3. Tables des matières	6
4. Description de l'organisation, de l'industrie ainsi que des produits ou services	7
4.1 DESCRIPTION DE L'ORGANISATION	7
4.1.1 Description détaillée de l'entreprise.....	7
4.1.2 Mission de l'entreprise.....	7
4.1.3 Objectifs de l'organisation (qualitatifs et quantitatifs)	7
4.1.4 Historique personnel, motivations et implications de l'entrepreneur	7
5. Description des produits ou services	8
5.1 CARACTÉRISTIQUES DES PRODUITS OU SERVICES.....	8
5.1.1 Comparatif avec les concurrents	8
5.1.2 Description des titres de propriété détenus (ex. : brevet) (si applicable)...	8
5.1.3 Stade de développement du produit (si applicable).....	8
5.1.4 Risque de désuétude technologique (si applicable)	8
6. Analyse du marché visé	9
6.1 DÉFINITION DE LA CLIENTÈLE VISÉE	9
6.1.1 Qui sera le client?.....	9
6.1.2 Comportement et habitude d'achat pour le produit/service offert.....	9
6.1.3 Données sociodémographiques.....	9
6.2 ÉVOLUTION DU MARCHÉ	10
6.2.1 Évolution du marché dans ce secteur.....	10
6.2.2 Accroissement ou diminution de la concurrence du secteur	10
6.3 POTENTIEL DE MARCHÉ	10
6.3.1 Situation géographique	10
6.3.2 Définir le potentiel de marché par secteur d'activité.....	10
6.4 DÉFINITION DE LA CONCURRENCE.....	11
6.4.1 Forces et faiblesses des produits/services concurrents	11
6.4.2 Forces et faiblesses des concurrents (données générales).....	11
6.4.3 Ripostes éventuelles des concurrents	11
6.5 ÉVALUATION DU MARCHÉ SUR UNE BASE CONTINUE.....	11
6.5.1 Comment vous y prendrez-vous pour toujours avoir des informations à jour sur le marché?	11
7. Équipe entrepreneuriale	12
7.1 DESCRIPTION DES POSTES PRINCIPAUX (FONDATEURS OU DE DIRECTION).....	12
7.1.1 Tâches à accomplir et responsabilités.....	12

7.1.2	Qualifications requises	12
7.1.3	Rendement sur les investissements ou prélèvements désirés	12
7.1.4	Forces et faiblesses pour chaque entrepreneur.....	12
7.2	COMPLÉMENTARITÉ ENTRE L'ÉQUIPE DE DIRECTION (SI PLUS DE 2 PERSONNES)	13
7.3	CURRICULUM VITAE	13
7.4	BILAN PERSONNEL	13
7.5	MENTION DES AUTRES INVESTISSEURS (SI APPLICABLE)	13
7.6	ÉQUIPE DE SOUTIEN AU PROJET	13
8.	Plan des ressources humaines	14
8.1	DESCRIPTION DES POSTES DE TRAVAIL, SAUF CEUX <i>DE DIRECTION</i>	14
8.1.1	Tâches et responsabilités pour chaque poste	14
8.1.2	Qualifications requises	14
8.1.3	Taux horaire et avantages sociaux	14
8.1.4	Nombre de personnes à ce poste	14
9.	Plan des opérations	15
9.1	IDENTIFICATION DES MATIÈRES PREMIÈRES REQUISES (SI APPLICABLE).....	15
9.1.1	Besoins en produits semi-finis et fournitures	15
9.1.2	Énergie	15
9.1.3	Disponibilité	15
9.1.4	Qualité requise des matières.....	15
9.1.5	Coût estimé.....	15
9.2	IDENTIFICATION DE TOUS LES FOURNISSEURS.....	15
9.2.1	Coordonnées complètes	15
9.2.2	Délais de livraison	15
9.2.3	Achats minimums requis	15
9.2.4	Économie d'échelle	15
9.3	IDENTIFICATION DU CHOIX DE LOCALISATION	16
9.3.1	Raisons du choix de cet emplacement	16
9.3.2	Avantages et inconvénients de l'emplacement	16
9.4	IDENTIFICATION DES AMÉNAGEMENTS ET ÉQUIPEMENTS REQUIS	16
9.4.1	Aménagements extérieurs	16
9.4.2	Aménagements intérieurs.....	16
9.4.3	Liste des équipements requis et leurs coûts (avoir des soumissions)	16
9.4.4	Liste des équipements détenus, transférés à l'organisation.....	17
9.5	IDENTIFICATION DES MODES DE PRODUCTION ET D'APPROVISIONNEMENT (SI APPLICABLE)	17
9.5.1	Procédés de fabrication	17
9.5.2	Procédures du contrôle de la qualité.....	17
9.5.3	Procédures de contrôle de la production.....	17
9.5.4	Procédures de gestion des approvisionnements et de la gestion des stocks	18

9.6 IDENTIFICATION DES SOUS-TRAITANTS (SI APPLICABLE).....	18
10. Plan de recherche & développement (si applicable)	19
10.1 IDENTIFICATION DE L'ÉTAT AU NIVEAU DE LA RECHERCHE	19
10.2 MENTION DES FUTURS PROCESSUS D'INNOVATION ET LES COÛTS RELIÉS	19
10.3 IDENTIFICATION DE L'ÉQUIPE DE RECHERCHE	19
11. Plan marketing	20
11.1 STRATÉGIE GLOBALE DE MARKETING	20
11.1.1 Présentation de la stratégie d'entrée sur le marché et de la croissance future	20
11.1.2 Comment la clientèle sera-t-elle atteinte?	20
11.2 STRATÉGIE DE PRIX	20
11.2.1 Politique de prix	20
11.3 STRATÉGIES DE VENTES ET DE DISTRIBUTIONS	20
11.3.1 Tactiques de ventes	20
11.3.2 Réseaux de distribution (si applicable)	20
11.4 POLITIQUE DE SERVICE APRÈS-VENTE ET LES GARANTIES OFFERTES	21
11.4.1 Politique établie et garanties offertes	21
11.4.2 Comparaison avec la concurrence	21
11.5 STRATÉGIE DE PUBLICITÉ ET DE PROMOTION	21
11.5.1 Objectifs publicitaires	21
11.5.2 Contenu de la communication.....	21
11.5.3 Médias utilisés (avantages et inconvénients).....	21
11.5.4 Calendrier mensuel des activités (1 ^{ère} année d'opération) comprenant les coûts	22
11.5.5 Estimé du budget annuel (démarrage et sur 3 ans).....	22
11.5.6 Choix des publicités au démarrage	23
12. Plan écologique	24
12.1 IDENTIFICATION DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX OCCASIONNÉS PAR L'EXPLOITATION DE L'ENTREPRISE	24
12.1.1 Pollution par le bruit.....	24
12.1.2 Pollution de l'air	24
12.1.3 Pollution de l'eau	24
12.1.4 Disposition des déchets	24
12.2 PLAN DE MISE EN ŒUVRE POUR ÉLIMINER OU EN DIMINUER LES EFFETS NÉGATIFS À COURT ET LONG TERME.....	24
12.3 POLITIQUES INTERNES POUR INFORMER LE PERSONNEL QUANT AU DÉVELOPPEMENT DURABLE DE L'ORGANISATION.....	24
13. Les lois, règlements et exigences gouvernementales	25
13.1 AU NIVEAU MUNICIPAL :	25
13.2 AU NIVEAU GOUVERNEMENTAL :	25

14. Calendrier de réalisation.....	26
14.1 DÉTERMINER UN CALENDRIER DE RÉALISATION	26
14.1.1 Étapes importantes réalisées et à venir, ainsi que les échéanciers à respecter.....	26
15. Plan des ressources financières	26
16. Coût & financement du projet	26
17. Annexes.....	27
17.1 ANNEXE A.....	28
17.2 ANNEXE B.....	30

1. Page de présentation

Il s'agit de la première page de votre document. Vous devez y mentionner le nom de l'entreprise, son adresse complète, les coordonnées de celle-ci (#tél., cellulaire, téléc., courriel, site Internet, s'il y a lieu) ainsi que les noms du ou des entrepreneurs fondateurs avec leurs coordonnées personnelles (#tél., cellulaire, téléc., courriel) et finalement mention de la date de démarrage prévue.

2. Sommaire

Résumé du plan d'affaires comprenant, en une ou deux pages, une information brève sur la description de l'entreprise, l'opportunité poursuivie et la stratégie d'exploitation choisie, le marché visé et son potentiel, l'avantage sur la concurrence, le potentiel de profit et le potentiel de l'opportunité, l'équipe, le financement demandé et les garanties offertes et l'utilisation proposée des fonds.

En somme, cela signifie de faire un résumé de la plupart des éléments qui se retrouvera dans votre plan d'affaires. C'est donc pour cette raison que nous vous suggérons de faire cette section une fois que votre plan d'affaires sera complété.

3. Tables des matières

Cette section permettra au lecteur de s'y retrouver facilement sans avoir à feuilleter le document en entier afin d'y trouver les données précises qu'il désire connaître. C'est un inventaire récapitulatif l'ensemble des renseignements contenus dans votre plan d'affaires. Vous pouvez aussi attendre à la toute fin avant de compléter cette section.

Exemple :

page de présentation	1
Sommaire	2
table des matières	3
Description de l'organisation et des produits ou des services ..	5
1. DESCRIPTION DE L'ORGANISATION	9
1.1.1 Description détaillée de l'entreprise	9
1.1.2 Mission de l'entreprise	9
1.1.3 Objectifs de l'organisation	10
1.1.4 Historique personnel, motivations et implications des entrepreneurs	10
2. DESCRIPTION DES PRODUITS OU SERVICES	11
Et ainsi de suite ...	

4. Description de l'organisation, de l'industrie ainsi que des produits ou services

4.1 Description de l'organisation

4.1.1 Description détaillée de l'entreprise

Ici, vous devez faire décrire avec précision ce que sera votre entreprise en y mentionnant la structure juridique¹ choisie ainsi que la répartition de la propriété et mise de fonds.

Exemple :

Nom et prénom	Mise de fonds		Pourcentage de propriété
	En argent	Transfert d'actifs	
Pierre-Jean Jacques	1 000 \$	5 000 \$	52 %

4.1.2 Mission de l'entreprise

La mission de l'entreprise se définit en une phrase ou deux. En fait, la mission est la raison d'être de votre entreprise. Pour la formuler, vous devez mentionner les produits ou les services que vous désirez offrir, votre clientèle cible, de même que vos attentes par rapport aux valeurs que vous comptez privilégier dans votre entreprise.

Décrivez précisément la mission de l'entreprise. Quel est le but de votre entreprise? Concevoir, fabriquer et vendre des meubles de haut de gamme ayant un design exclusif? Offrir un service de dépannage automobile répondant dans les 15 minutes suivant l'appel? En fait, il s'agit de définir votre entreprise en une courte phrase.

4.1.3 Objectifs de l'organisation (qualitatifs et quantitatifs)

Dans un ordre chronologique, détaillez les objectifs que vous désirez atteindre. Il suffit de vous fixer des buts précis et chiffrés à atteindre dans différents laps de temps. Par exemple, vendre cinq pommes par semaine, pour la 1^{ère} année?

4.1.4 Historique personnel, motivations et implications de l'entrepreneur

Dans cette section vous devez nous présenter votre historique personnel qui vous a poussé à démarrer votre entreprise. De plus, dites-nous pourquoi vous désirez vous lancer en affaires. Connaissez-vous ce secteur d'activité? Avez-vous de l'expérience dans le domaine? Qu'est-ce qui vous motive à devenir entrepreneur? Qu'est-ce qui vous a donné le goût et l'idée de vous lancer en affaires? Quel a été l'élément déclencheur? Pourquoi investiriez-vous dans ce projet? Combien de temps comptez-vous investir dans votre nouveau projet d'entreprise?

¹ Tableau des types d'entreprises, consulter [l'annexe A](#).

5. Description des produits ou services

5.1 Caractéristiques des produits ou services

Quels sont les produits ou les services que vous comptez offrir? Faites-en une énumération détaillée. Il s'agit d'en dresser les caractéristiques. Vous pouvez mentionner la marque, la gamme, le modèle, la forme, le format, les couleurs, les avantages de vos produits/services, etc. Par contre, s'il s'agit de commerce au détail, vous n'avez pas besoin d'énumérer chaque article présent dans votre magasin. Dans ce cas, allez-y de façon générale, soit par catégories ou par secteurs. Bref, trouvez ce qui vous différencie de la concurrence et prouvez que votre clientèle cible trouvera certains avantages à consommer chez vous.

Exemple :

Produits/Services	Caractéristiques

5.1.1 Comparatif avec les concurrents

Veillez comparer vos produits ou services avec vos principaux concurrents. Vous n'avez pas à mentionner chacun des concurrents, cela se fera dans une section ultérieure. Vous devez mentionner si votre produit ou service sera plus ou moins dispendieux et de la qualité de celui-ci. Qu'est-ce qui fera en sorte que votre produit ou service sera plus attrayant, innovateur ou répondra à des besoins spécifiques?

Exemple :

Produits/Services	Comparatifs avec les concurrents

5.1.2 Description des titres de propriété détenus (ex. : brevet) (si applicable)

Si vous détenez des titres de propriété sur les produits ou services que vous offrirez, vous devez les mentionner et joindre en annexe le certificat ou la preuve. Sinon, vous pouvez éliminer cette section. Exemple : brevets, etc.

5.1.3 Stade de développement du produit (si applicable)

S'il s'agit d'un nouveau produit, vous devez mentionner les stades de développement de votre produit effectués jusqu'à maintenant et les étapes à venir afin que votre produit soit complété.

5.1.4 Risque de désuétude technologique (si applicable)

S'il s'agit de vente de produits qui risque d'avoir une désuétude technologique, nous vous demandons de nous expliquer en détail celle-ci.

6. Analyse du marché visé

6.1 Définition de la clientèle visée

6.1.1 Qui sera le client?

Vous devez déterminer qui sera le client qui achètera votre produit ou service. Visez-t-il les personnes âgées, les professionnels, les travailleurs, les étudiants, les industriels, etc. ?

6.1.2 Comportement et habitude d'achat pour le produit/service offert

Dans cette partie, vous devez définir les comportements et les habitudes d'achat de la clientèle que vous visez. Par exemple, quelles journées sont les plus appropriées à l'achat de votre produit/service, afin de déterminer les heures d'ouverture de votre entreprise? Où vont présentement vos clients potentiels pour se procurer le produit/service que vous offrirez? Achètent-ils en grandes quantités ou à l'unité ?

6.1.3 Données sociodémographiques

Identifiez bien le profil de votre clientèle cible à l'aide des renseignements suivants :

1. La catégorie d'âge;
2. le sexe;
3. l'état civil;
4. les revenus;
5. le niveau de scolarité;
6. la taille et la description du ménage;
7. les habitudes de consommation;
8. le lieu de résidence.

6.2 Évolution du marché

6.2.1 Évolution du marché dans ce secteur

Cette section a pour but de présenter la situation actuelle et l'évolution anticipée du secteur dans lequel votre entreprise aura à fonctionner. Soulignez tout ce qu'il y a de nouveau au chapitre des produits, de la recherche, des marchés, de la clientèle, des spécifications et des autres entreprises. Indiquez les facteurs et les tendances économiques tant locaux que nationaux qui pourraient affecter votre entreprise positivement ou négativement. **Notez bien vos sources d'information.** Des sites comme le ministère du Développement économique, de l'innovation et de l'exportation, « Stratégis » ainsi que Statistiques Canada et l'Institut de la statistique du Québec pourraient vous fournir des informations précieuses concernant les tendances et les particularités de votre secteur d'activité.

L'évolution de votre entreprise sera constamment influencée par son environnement tant au niveau économique, politique et légal, social et culturel qu'au niveau technologique. Vous y trouverez soit des opportunités pour votre entreprise ou encore des menaces, mais vous devez démontrer que vous avez une bonne connaissance de votre secteur d'activités et de son environnement.

6.2.2 Accroissement ou diminution de la concurrence du secteur

Il s'agit de démontrer l'évolution au niveau de la concurrence dans votre domaine. Combien y avait-il de concurrents il y a 5 ans? Combien y en a-t-il aujourd'hui? Y a-t-il un potentiel que d'autres concurrents se présentent dans les mois ou les années à venir?

6.3 Potentiel de marché

6.3.1 Situation géographique

Vous devez mentionner le territoire où se situera la clientèle visée. Sera-t-elle municipale, régionale, provinciale, nationale ou internationale?

6.3.2 Définir le potentiel de marché par secteur d'activité

C'est ici que vous déterminez le potentiel de la clientèle visée. Nous vous proposons d'utiliser la méthode de l'entonnoir. *Par exemple, il y a 20 000 habitants dans La Matapédia, 40 % achète de votre produit, soit 8 000 personnes. De ces personnes, 20 % disent en acheter fréquemment, soit 1 600 personnes. Vous disposez donc de ce nombre d'acheteurs potentiels.*

6.4 Définition de la concurrence

6.4.1 Forces et faiblesses des produits/services concurrents

Dans cette section, nous vous invitons à ressortir les forces ainsi que les faiblesses au niveau des produits/services offerts par vos concurrents. Vérifiez les prix, la qualité des produits/services ainsi que les techniques publicitaires utilisées. Qu'est-ce qui distingue votre produit/service comparativement à vos concurrents?

Exemple :

Concurrent no 1 :		Localité :	
Forces de ses produits/services		Faiblesses de ses produits/services	
-		-	
-		-	
-		-	

6.4.2 Forces et faiblesses des concurrents (données générales)

Établissez d'abord la liste de vos concurrents ainsi que leur emplacement. Ensuite, évaluez leurs forces et faiblesses selon l'appréciation du service à la clientèle. Puis, étudiez leurs périodes d'achalandages, les heures d'ouverture, etc. Une bonne étude de vos concurrents vous permettra de déterminer par quels moyens ils peuvent satisfaire aux besoins des clients potentiels et de quelles façons vous pouvez faire mieux. Appuyez les forces et faiblesses sur des faits et non des oui-dire.

Exemple :

Concurrent no 1 :		Localité :	
Forces générales		Faiblesses générales	
-		-	
-		-	
-		-	

6.4.3 Ripostes éventuelles des concurrents

Nous vous demandons de ressortir des possibilités de ripostes de la part de vos concurrents principaux lorsque votre entreprise démarrera. Offriront-ils des prix plus bas? Feront-ils des promotions spéciales? Etc.

6.5 Évaluation du marché sur une base continue

6.5.1 Comment vous y prendrez-vous pour toujours avoir des informations à jour sur le marché?

Il est primordial de toujours être à l'affût des dernières tendances dans votre domaine. Quelles méthodes utiliserez-vous pour vous tenir à jour? Est-ce que vous serez abonné à divers journaux ou revues? Utiliserez-vous des outils de veille stratégique?

7. Équipe entrepreneuriale

7.1 Description des postes principaux (fondateurs ou de direction)

7.1.1 Tâches à accomplir et responsabilités

Quels sont les noms du ou des postes principaux (fondateurs ou de direction)? Quelles seront leurs tâches et responsabilités au sein de l'organisation? (voir l'exemple plus bas)

7.1.2 Qualifications requises

Les postes de directions doivent posséder certaines qualifications minimales pour exercer les diverses tâches et responsabilités mentionnées ci-haut? Selon vous, qu'est-ce que vous possédez ou devrez posséder pour effectuer celles-ci? (voir l'exemple plus bas)

7.1.3 Rendement sur les investissements ou prélèvements désirés

Nous entendons par « rendement sur les investissements » que vous déterminiez quel profit annuel (bénéfice net) vous désirez atteindre à la fin des trois premières années financières de votre entreprise. De plus, nous vous invitons à évaluer le salaire que vous désirez ou les prélèvements hebdomadaires requis pour conserver votre qualité de vie actuelle. (voir l'exemple plus bas)

Exemple :

Nom :	
Poste occupé :	Salaire désiré :
Qualifications requises :	
Vos forces :	
Vos faiblesses :	

7.1.4 Forces et faiblesses pour chaque entrepreneur

Vous devez ressortir les forces et les faiblesses de chaque personne occupant des postes de direction. De cette manière, il sera plus facile de déterminer quelles sont les expertises manquantes pour le bon fonctionnement de votre organisation.

Afin de convaincre le lecteur que vous avez tous les atouts nécessaires pour mener à bien votre projet, il est nécessaire que vous puissiez faire ressortir vos points forts et surtout vos aptitudes en liens avec le projet. Comme chaque individu n'a pas que des forces pour constituer sa personnalité, mais aussi des faiblesses, il est important que vous puissiez les identifier tout en démontrant par quels moyens vous améliorerez ou compenserez ces points faibles (formation, conseillers, etc.)

7.2 Complémentarité entre l'équipe de direction (si plus de 2 personnes)

Nous vous demandons de nous expliquer comment vous et votre équipe de direction allez vous compléter. Il faut nous prouver que vous avez une bonne compréhension l'un envers l'autre et que vous détenez des qualités complémentaires pour mener à bon port votre organisation.

7.3 Curriculum vitae

Vous devez joindre votre ou vos curriculums vitae au plan d'affaires afin que l'on puisse mieux vous connaître ainsi que vos diverses aptitudes. Nous vous proposons de les joindre en annexe.

7.4 Bilan personnel

Il est très important d'élaborer votre bilan personnel de façon à démontrer votre capacité financière personnelle. Vous devez donc y inscrire vos actifs (tout ce que vous possédez) et votre passif (toutes vos dettes, soit soldes de cartes de crédit, soldes de prêts, etc.).

7.5 Mention des autres investisseurs (si applicable)

Y a-t-il d'autres investisseurs, outre les partenaires externes (institutions financières, etc.) et vous-même? Allez-vous recevoir de l'argent de vos proches (Love Money) ? Pouvez-vous compter sur le soutien d'anges financiers?

7.6 Équipe de soutien au projet

Mentionner toutes les personnes qui vous sont venues ou vous viendront en aide dans votre projet d'entreprise. Par exemple, les conseillers aux entreprises, agents de développement économique, avocats, comptables, conseillers publicitaires, banquiers, etc.

8. Plan des ressources humaines

8.1 Description des postes de travail, *sauf ceux de direction* (classés par départements, par exemple, vente, production, marketing, administration, etc.)

8.1.1 Tâches et responsabilités pour chaque poste

Mentionner toutes les tâches et responsabilités des postes de soutiens, autres que ceux de direction.

8.1.2 Qualifications requises

Mentionnez les qualifications requises pour opérer à ce poste. (Secondaire V, diplôme d'études professionnelles, diplôme d'études collégiales, baccalauréat, maîtrise, doctorat, etc.)

8.1.3 Taux horaire et avantages sociaux

Mentionnez le taux horaire pour chaque poste de travail ainsi que les avantages sociaux que vous comptez offrir. Vous devez prouver que les salaires offerts correspondent à la moyenne du marché de l'emploi pour chaque catégorie de poste.

8.1.4 Nombre de personnes à ce poste

Mentionner le nombre d'emplois désiré pour chaque département. Par exemple, trois personnes au niveau des ventes, deux personnes à la production et cinq à l'administration.

Exemple :

	Départements	
	Vente	Marketing
Tâches et responsabilités	a)	b)
Qualifications requises		
Taux horaires et avantages sociaux		
Nombre de personnes		
	Administration	Production
Tâches et responsabilités	c)	d)

9. Plan des opérations

9.1 Identification des matières premières requises (si applicable)

9.1.1 Besoins en produits semi-finis et fournitures

Faire un résumé des besoins en matières premières sous forme de produits semi-finis et mentionner toutes les fournitures nécessaires au bon fonctionnement lors du démarrage de l'entreprise.

9.1.2 Énergie

Déterminer vos besoins en énergie (gaz, huiles, bois, électricité, etc.) dont vous aurez besoin au démarrage de votre entreprise. Ces systèmes sont-ils disponibles?

9.1.3 Disponibilité

Est-ce que l'ensemble des besoins en matières premières, en produits semi-finis, de fournitures ou en énergie sont disponible à proximité? Si oui, mentionner les quantités disponibles.

9.1.4 Qualité requise des matières

Est-ce que les matières premières requises doivent avoir un niveau de qualité minimum? Si oui, mentionnez le type de qualité recherchée.

9.1.5 Coût estimé

Mentionnez tous les coûts rattachés à l'acquisition de ses matières premières. Tant au démarrage que dans les opérations normales de votre organisation.

9.2 Identification de tous les fournisseurs

9.2.1 Coordonnées complètes

Mentionner tous vos fournisseurs, ainsi que leurs coordonnées complètes.

9.2.2 Délais de livraison

Quels sont les délais de livraison pour chacun de vos fournisseurs? Mentionner les délais.

9.2.3 Achats minimums requis

Exigent-t-ils un montant d'achats minimums lors de commandes? Si oui, mentionnez ce montant.

9.2.4 Économie d'échelle

Vos fournisseurs ont-ils une politique d'économie d'échelle? En d'autres mots, est-ce que les escomptes augmentent en même temps que le nombre d'articles commandés?

Exemple :

Nom du fournisseur :	
Coordonnées :	Délais de livraison :
Achats minimums :	Économie d'échelle :

9.3 Identification du choix de localisation

9.3.1 Raisons du choix de cet emplacement

Mentionner le choix de l'emplacement choisi et expliquer les raisons de ce choix. (Proximité de la clientèle, proximité de la concurrence, achalandage, environnement commercial, etc.)

9.3.2 Avantages et inconvénients de l'emplacement

Faire un tableau présentant les avantages et inconvénients de l'emplacement choisi. Qu'est-ce qui peut être fait pour remédier aux inconvénients ressortis?

9.4 Identification des aménagements et équipements requis

9.4.1 Aménagements extérieurs

Avez-vous besoin de poser de pavé, poser une clôture, refaire la toiture, peindre le bâtiment, installer une enseigne, etc. ? Quels sont les coûts liés à ces aménagements? Avez-vous des soumissions? Ferez-vous les travaux vous-même?

9.4.2 Aménagements intérieurs

Faites le même exercice que précédemment. Avez-vous besoin d'aménager de nouveaux bureaux, poser un plancher neuf, peindre, etc. ? Quels en sont les coûts liés? Ne négligez pas de demander des soumissions afin d'avoir une idée très précise des investissements nécessaires.

9.4.3 Liste des équipements requis et leurs coûts (avoir des soumissions)

Quels sont les équipements nécessaires pour le fonctionnement de votre entreprise? De quoi avez-vous besoin pour vous lancer en affaires? Faites-en la liste et évidemment obtenez des soumissions pour valider vos approximations.

Exemple :

Description des équipements requis	Coût
Total	

9.4.4 Liste des équipements détenus, transférés à l'organisation

Peut-être possédez-vous déjà du matériel et des équipements qui seront nécessaires à votre entreprise et que vous pourriez léguer à votre entreprise. Encore une fois, établissez la liste de ces équipements et indiquez la valeur marchande pour chacun d'eux. Si possible, joindre une évaluation professionnelle afin de prouver les valeurs marchandes.

Exemple :

Description des équipements détenus et transférés	Coût
Total	

9.5 Identification des modes de production et d'approvisionnement (si applicable)

9.5.1 Procédés de fabrication

Si vous êtes une entreprise de fabrication, décrivez le processus de production et identifiez les étapes où vous prévoyez éprouver des difficultés. Comment pensez-vous pallier ces difficultés? Avez-vous recourt à des sous-traitants? Connaissez-vous la capacité de production de vos équipements?

9.5.2 Procédures du contrôle de la qualité

Avez-vous déterminé une procédure de contrôle de qualité des produits? Sinon, veuillez établir une politique de contrôle afin de vous assurer que vos produits répondent aux normes. De plus, cela vous assure de réduire le retour de marchandise défectueuse.

9.5.3 Procédures de contrôle de la production

Avez-vous déterminé une procédure pour contrôler la ou les chaînes de production? C'est-à-dire, ressortir les étapes de production et explique d'un contrôle de chacune de ces étapes. Sinon, veuillez établir une politique de contrôle.

9.5.4 Procédures de gestion des approvisionnements et de la gestion des stocks

Avez-vous déterminé une procédure au niveau des approvisionnements et de la gestion des stocks reçus? Si ce n'est pas le cas, nous vous proposons fortement d'établir ces procédures.

9.6 Identification des sous-traitants (si applicable)

Il se peut que votre entreprise utilise les services de sous-traitants pour diverses parties de votre produit. Si tel est le cas, veuillez dresser la liste de tous vos sous-traitants et mentionner leurs coordonnées.

10. Plan de recherche & développement (si applicable)

10.1 Identification de l'état au niveau de la recherche

À quel niveau se situe la recherche dans votre organisation? Dans cette section vous devez décrire le statut de développement présent du produit de même que les étapes qu'il reste à franchir. Il faut également prévoir les difficultés anticipées et les risques possibles.

10.2 Mention des futurs processus d'innovation et les coûts reliés

Toutes les organisations se doivent d'innover afin de demeurer toujours concurrentielles. Vous devez ressortir les méthodes que vous privilégiez au niveau des processus d'innovation. De plus, il est primordial d'évaluer les coûts rattachés à ceux-ci.

10.3 Identification de l'équipe de recherche

Si votre organisation dispose d'une équipe de recherche, veuillez mentionner ces personnes, ainsi que leurs coordonnées.

11. Plan marketing

11.1 Stratégie globale de marketing

11.1.1 Présentation de la stratégie d'entrée sur le marché et de la croissance future

Vous devez présenter votre stratégie d'entrée sur le marché et mentionner quelles seront les idées retenues pour avoir toujours une croissance soutenue. Il s'agit en fait de présenter de façon globale comment vous aller faire connaître votre entreprise en prenant en considération la concurrence entourant votre organisation.

11.1.2 Comment la clientèle sera-t-elle atteinte?

Mentionner tous les moyens qui seront utilisés pour atteindre votre clientèle visée. Est-ce que ce sera par de la publicité directe, générale, d'information, par étape, etc.

11.2 Stratégie de prix

11.2.1 Politique de prix

À cet endroit, il s'agit de reprendre votre liste de produits/services et d'en énumérer les prix. La détermination des prix est essentielle et ne doit pas être sous-estimée. Elle doit refléter l'image que vous désirez donner à votre produit ou service. De plus, le prix que vous déterminerez pour votre produit ou service aura une incidence directe sur ce dernier. C'est-à-dire que si vous voulez offrir un produit de qualité supérieure aux autres, son prix doit être ajusté à sa valeur. Le prix que vous fixerez doit d'ailleurs assurer la rentabilité de votre entreprise.

Exemple :

Produits/Services	Prix fixé

11.3 Stratégies de ventes et de distributions

11.3.1 Tactiques de ventes

Quels moyens seront utilisés pour vendre vos produits/services? Il est très important d'avoir une structure qui détermine la façon dont votre client sera accueilli, sera informé et sera remercié. Allez-vous faire de la vente incitative ou de la vente libre?

11.3.2 Réseaux de distribution (si applicable)

Si votre entreprise dispose d'un réseau de distribution de vos produits/services, veuillez expliquer le fonctionnement de celui-ci ainsi que les ressources qui lui seront affectées.

11.4 Politique de service après-vente et les garanties offertes

11.4.1 Politique établie et garanties offertes

Mentionner la politique de service après-vente qui sera rattachée à votre organisation. Est-ce que tous les clients seront rappelés pour un suivi après-vente? Est-ce que vous leur ferez parvenir des souhaits ou des cadeaux à leur anniversaire? Déterminer clairement la marche à suivre pour le service après-vente comme si vous l'expliquiez à l'un de vos employés

11.4.2 Comparaison avec la concurrence

La plupart des organisations disposent d'un service après-vente. Veuillez les connaître et en faire un comparatif avec ce que vous allez offrir.

11.5 Stratégie de publicité et de promotion

11.5.1 Objectifs publicitaires

Qu'est-ce que vous comptez faire comme publicité et promotion? Qu'est-ce qui vous fait choisir ces méthodes? Qu'est-ce que vous désirez retirer suite à la publicité et à la promotion? Peut-être avez-vous un slogan? Soyez créatif et inventif afin de vous démarquer.

11.5.2 Contenu de la communication

Qu'est-ce qui se retrouvera dans vos outils de communications? Vous pouvez joindre en annexe des exemples de publicités et de promotions. De plus, vous devez déterminer quels seront vos outils de communications².

11.5.3 Médias utilisés (avantages et inconvénients)

Veuillez mentionner les médias que vous comptez utiliser pour faire connaître votre entreprise et en ressortir les divers avantages ainsi que les inconvénients s'y rattachant. Ressortir les coûts pour chacun des médias choisis.

Exemple :

Médias choisis	Avantages	Inconvénients

² Liste de stratégies de promotion, consulter [l'annexe B](#)

11.5.4 Calendrier mensuel des activités (1^{ère} année d'opération) comprenant les coûts

Maintenant que vous venez de planifier le montant que vous consacrerez à la publicité et à la promotion, établissez la répartition du budget pour la première année. Y a-t-il des mois où vous devrez faire plus de publicité?

Exemple :

Mois	Médias choisis	Coûts
Janvier	L'avant-poste	400 \$
Février		
Mars		
Décembre	Radio	1 600 \$
Total		2 000 \$

11.5.5 Estimé du budget annuel (démarrage et sur 3 ans)

Inscrivez les montants que vous souhaitez investir dans la publicité pour les trois premières années ainsi qu'au démarrage de votre entreprise. Calculez ensuite le pourcentage que cela peut représenter sur vos ventes.

Exemple :

Période	Pourcentage des ventes annuelles	Montant estimé
Démarrage		\$
Année 1	% des ventes	\$
Année 2	% des ventes	\$
Année 3	% des ventes	\$

11.5.6 Choix des publicités au démarrage

Cette fois-ci, reprenez le chiffre placé pour le démarrage au point 5.4 et faites la répartition du montant selon les moyens publicitaires choisis et leurs coûts.

Exemple :

Description	Quantité	Coût
Création publicitaire		
En-tête de lettres		
Cartes professionnelles		
Circulaires		
Dépliants		
Autres imprimés administratifs		
Lettrage du véhicule, de la vitrine		
Panneaux, affiches et décoration		
Publicité dans les hebdomadaires		
Publicité dans les quotidiens		
Publicité dans les revues spécialisées		
Radio		
Télévision		
Autres...		
	Total	

12. Plan écologique (développement durable)

12.1 Identification des impacts environnementaux occasionnés par l'exploitation de l'entreprise

12.1.1 Pollution par le bruit

Mentionner les impacts de votre entreprise sur la pollution par le bruit. Que comptez-vous faire pour réduire cette pollution sonore?

12.1.2 Pollution de l'air

Mentionner les impacts de votre entreprise sur la pollution de l'air. Que comptez-vous faire pour réduire cette pollution souvent invisible?

12.1.3 Pollution de l'eau

Mentionner les impacts de votre entreprise sur la pollution de l'eau. Que comptez-vous faire pour réduire cette pollution liquide?

12.1.4 Disposition des déchets

Mentionner les impacts de votre entreprise sur la pollution par les déchets autant à l'intérieur qu'à l'extérieur de votre organisation. Que comptez-vous faire pour réduire, réutiliser, recycler et valoriser vos déchets? Est-ce que vous aurez accès à un bac de recyclage? Sinon, que comptez-vous faire? Est-ce que vous aurez accès à un bac de déchetage pour les documents confidentiels?

12.2 Plan de mise en œuvre pour éliminer ou en diminuer les effets négatifs à court et long terme.

Mentionner le plan que vous comptez établir pour éliminer ou du moins diminuer les effets négatifs à court et long terme de vos pratiques. Qu'est-ce que vous comptez faire pour améliorer votre cote de pollution?

12.3 Politiques internes pour informer le personnel quant au développement durable de l'organisation

Vous devez avoir une politique environnementale au sein de votre organisation afin que vous et vos employés soyez sur la même longueur d'onde. En établissant clairement une politique de gestion des déchets et de réduction de la pollution, vous pourrez voir des résultats concrets.

13. Les lois, règlements et exigences gouvernementales

La création d'une entreprise implique certaines démarches et exigences tant envers la municipalité dans laquelle elle sera exploitée qu'envers les gouvernements du Québec et du Canada. De plus, plusieurs lois et règlements devront être respectés.

13.1 Au niveau municipal :

1. Certificat de localisation;
2. Règlements de zonage parce qu'il n'est pas possible de construire ni d'aménager n'importe quoi, n'importe où;
3. Permis et normes de construction pour la construction d'un édifice commercial;
4. Permis d'exploitation pour avoir le droit d'exploiter un commerce dans une municipalité;
5. Taxes imposées par la municipalité et la commission scolaire.

13.2 Au niveau gouvernemental :

1. Constitution et immatriculation de votre entreprise;
2. Inscription au ministère du Revenu du Québec (certificat d'inscription) pour la TPS et la TVQ;
3. Régime de rentes du Québec;
4. Inscription au ministère du Revenu du Québec (numéro d'entreprise);
5. Inscription à l'Agence des douanes et du revenu du Canada pour toute entreprise ayant à son service un ou plusieurs employés;
6. Inscription à la Commission de la santé et de la sécurité du travail (CSST);
7. Normes du travail;
8. Taxe d'accise s'appliquant aux fabricants et aux importateurs de certaines marchandises;
9. Les permis selon votre secteur d'activité;
10. Certification environnementale.

14. Calendrier de réalisation

14.1 Déterminer un calendrier de réalisation

14.1.1 Étapes importantes réalisées et à venir, ainsi que les échéanciers à respecter

Tout comme la construction d'une maison, le démarrage d'une entreprise nécessite un calendrier de réalisations, car plusieurs étapes doivent être faites chronologiquement. On ne fait pas le toit de la maison avant les fondations... Alors, présentez les étapes à réaliser et les échéances à tenir compte afin de vous lancer en affaires à la date prévue. Les différentes réalisations peuvent être : la préparation du plan d'affaires, l'obtention du financement, l'aménagement du local, l'achat des équipements, etc.

Exemple :

Étapes réalisées et à venir	Échéances

15. Plan des ressources financières

En cas de besoin, cette section se fait avec la collaboration des ressources du Centre Local de développement de La Matapédia. Nous y retrouvons :

- a) Présentation des états financiers antérieurs
- b) a) États des résultats prévisionnels (sur 3 ans)
 - 1. Budget de caisse
 - 2. Bilan d'ouverture
 - 3. Bilan prévisionnel
 - 4. Seuil de rentabilité (point mort)
 - 5. Ratios financiers

16. Coût & financement du projet

Cette section sert à ressortir les coûts reliés au projet ainsi que le financement s'y rattachant. De plus, vous devez y présenter les garanties offertes en contrepartie d'un prêt. Ici, nous retrouvons :


- 1. Montant du capital recherché et son utilisation
- 2. Garanties offertes
- 3. Partage de la propriété consenti
- 4. Financement recherché

17. Annexes

Dans cette section, nous vous invitons à mettre tous documents appuyant votre projet ou prouvant sa crédibilité. Voici quelques exemples d'annexes potentielles :

- a) Liste des clients potentiels
- b) Certificat d'autorisation environnemental
- c) Certificat de conformité
- d) Autorisation de zonage municipal ou régional
- e) Études de marché complétées
- f) Rapports de conseillers
- g) Exemplaires de documents légaux (convention entre actionnaires, contrat de vente notarié)
- h) Copie des permis requis
- i) Lettres de recommandation
- j) Articles pertinents
- k) Soumissions
- l) Tous autres documents prouvant la crédibilité du projet auprès des investisseurs

17.1 Annexe A

TYPES	Entreprise individuelle	Société en nom collectif	Société par actions (compagnie)	Société en commandite	Coopérative
Nature	<ul style="list-style-type: none"> ★ Propriétaire unique ★ Personne physique ★ Le propriétaire possède tous les actifs et biens de l'entreprise. 	<ul style="list-style-type: none"> ★ Minimum de deux personnes, appelés associés. ★ Personne morale ★ Les associés possèdent des parts sociales et non pas les biens de la société. 	<ul style="list-style-type: none"> ★ Un ou plusieurs propriétaires, appelés actionnaires ou administrateurs ★ Personne morale 	<ul style="list-style-type: none"> ★ Deux catégories d'associés : les commanditaires (\$) et les commandités (gérants) ★ Personne morale ★ Les associés possèdent les parts sociales et non les biens de la société. 	<ul style="list-style-type: none"> ★ Minimum de trois à douze personnes, dépendant du type de coopérative. ★ Personne morale, distincte de ses membres
Exemples d'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> ★ Dépanneur, garage, salon de coiffure, restaurant, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ★ Cabinet de professionnels (avocats, comptables, dentistes) 	<ul style="list-style-type: none"> ★ De tout genre 	<ul style="list-style-type: none"> ★ Sport professionnel, production de films, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ★ Coopérative de travailleurs, de consommateurs, de producteurs, de solidarité
Identification	<ul style="list-style-type: none"> ★ Nom du propriétaire ou d'une autre personne ou un nom commercial 	<ul style="list-style-type: none"> ★ Composée du nom de tous les associés ou de certains d'entre eux, ou un nom complètement différent ★ L'expression «Société en nom collectif» ou le sigle «SENC» doit figurer dans le nom de la société. 	<ul style="list-style-type: none"> ★ Nom ou numéro de matricule suivi de « inc» (incorporée) ou «ltée» (limitée), sauf dans le cas où le mot «compagnie » serait inclus. 	<ul style="list-style-type: none"> ★ L'expression «Société en commandite» ou le sigle «SEC» doit figurer dans le nom de la société. 	<ul style="list-style-type: none"> ★ Le nom de l'entreprise doit comporter un des mots suivants : coopérative, coopératif, coopération ou coop.
Constitution 	<ul style="list-style-type: none"> ★ Pas l'obligation d'enregistrer (enr.) si on utilise le nom et le prénom du propriétaire dans le nom de l'entreprise. ★ Sinon, on doit présenter une déclaration d'immatriculation au greffier de la cour supérieure ou au REQ et ce, dans les 60 premiers jours d'activité. Le nom doit respecter la Charte de la langue française. ★ Pas d'âge minimum 	<ul style="list-style-type: none"> ★ On doit présenter une déclaration d'immatriculation au greffier de la cour supérieure ou au REQ et ce, dans les 60 premiers jours d'activité. Le nom doit respecter la Charte de la langue française. ★ Pas d'âge minimum 	<ul style="list-style-type: none"> ★ La déclaration d'immatriculation n'est pas obligatoire si le dépôt des statuts constitutifs et la déclaration initiale sont faits dans les 60 jours de l'acte constitutif. Le nom doit respecter la charte de la langue française. ★ Avoir au moins 18 ans pour fonder ou administrer une compagnie ★ Pas d'âge minimum pour être actionnaire 	<ul style="list-style-type: none"> ★ Constituée par contrat entre au moins un commanditaire et un commandité. ★ Déposer une déclaration (signée devant avocat ou notaire) au bureau du protonotaire. 	<ul style="list-style-type: none"> ★ Faire la demande de constitution d'une coopérative ★ Les statuts de la constitution ne doivent être signés que par des personnes en mesure d'utiliser les services offerts par la coopérative
Coûts	<ul style="list-style-type: none"> ★ Déclaration d'immatriculation au coût de 32 \$, auprès du Régistraire des entreprises (REQ). 	<ul style="list-style-type: none"> ★ Déclaration d'immatriculation au coût de 43 \$ auprès du REQ. ★ Convention entre associés : coûts variables selon le notaire. 	<ul style="list-style-type: none"> ★ Déclaration d'immatriculation auprès du REQ, 212 \$. ★ Rapport de recherche de nom ou demande de réservation de dénomination sociale : 42,56 \$ ★ Statuts constitutifs (formulaire 1), l'adresse du siège (formulaire 2) ainsi que l'avis relatif à la composition du conseil d'administration (formulaire 4) auprès du REQ, 300 \$. ★ Déclaration initiale auprès du REQ, gratuit si déposé dans les 60 jours suivants l'immatriculation, sinon le coût est de 73 \$. ★ Convention entre actionnaires : coûts variables selon le notaire. 	<ul style="list-style-type: none"> ★ Déclaration d'immatriculation au coût de 43 \$ auprès du REQ. 	<ul style="list-style-type: none"> ★ Déclaration d'immatriculation au coût de 32 \$ auprès REQ. ★ 175 \$ pour les statuts de constitution ★ Déclaration initiale auprès du REQ, gratuit si déposé dans les 60 jours suivants l'immatriculation, sinon le coût est de 38 \$.

TYPES	Entreprise individuelle	Société en nom collectif	Société par actions (compagnie)	Société en commandite	Coopérative
Conséquence en cas de décès	★ S'éteint avec le propriétaire	★ Continue après le décès d'un ou de plusieurs propriétaires	★ Continue après le décès d'un ou de plusieurs propriétaires	★ Continue après le décès d'un ou de plusieurs propriétaires	★ N/D
Impacts fiscaux	★ Le bénéfice de l'entreprise est ajouté à la déclaration d'impôt personnelle de l'individu. ★ Si le propriétaire prélève des sommes de l'entreprise à titre de salaire, elles sont ajoutées à sa déclaration de revenus personnelle.	★ Taux d'imposition des particuliers. Les dépenses et les pertes sont déductibles. ★ Déclaration fiscale à même le rapport d'impôt personnel de chaque associé.	★ L'impôt de la compagnie est distinct de celui des actionnaires, si ceux-ci se retirent un salaire. Les bénéfices de l'entreprise sont imposés selon le taux d'imposition corporatif, et l'entreprise fait sa propre déclaration fiscale.	★ Taux d'imposition des particuliers. ★ Les dépenses et les pertes sont déductibles. ★ Déclaration fiscale à même le rapport d'impôt personnel des associés.	★ Imposée comme une entreprise régulière et sur le profit dont on a enlevé le montant de ristournes, car les ristournes comptent pour une dépense pour l'entreprise. ★ Déclaration fiscale distincte.
Avantages ☺	☺ Simple à mettre sur pied, à administrer et à dissoudre ☺ Liberté d'action ☺ Rapidité de prise de décision ☺ Aucun partage des profits ☺ Coût d'immatriculation peu élevé ☺ Les revenus de l'entreprise et ceux du propriétaire sont confondus ☺ Possibilité de recourir au tribunal des petites créances ☺ Avantage fiscal possible : le propriétaire peut déduire certaines pertes de ses autres sources de revenus.	☺ Un peu plus complexe à mettre sur pied, à administrer et à dissoudre ☺ Partage des profits entre associés ☺ Coût d'immatriculation moyennement élevé ☺ Financement plus facile, mais limité à la capacité des associés	☺ Responsabilité financière limitée à la mise de fonds des actionnaires (± vrai, à cause des garanties exigées) ☺ Financement varié (émission d'actions et d'obligations, bénéfices non répartis) ☺ Taux d'impôt généralement avantageux ☺ Planification financière et fiscale facilitée ☺ Transfert d'actions plus facile à réaliser, alors la continuité est rarement compromise	☺ Responsabilité financière limitée à la mise de fonds des commanditaires ☺ Possibilité de faire appel publiquement à l'épargne et d'émettre des titres négociables	☺ Responsabilité financière limitée à la mise de fonds ☺ Possibilité d'économiser sur certains biens ou services ☺ Continuité de la coopérative, malgré le départ de certains ☺ Une personne à elle seule ne peut pas prendre le contrôle ☺ Coût d'immatriculation pas très élevé ☺ Taux d'impôt faible ☺ Les profits sont distribués aux membres sous forme de ristournes
Inconvénients ⊗	⊗ Responsabilité financière illimitée ⊗ Financement limité ⊗ Taux d'imposition élevé, car le propriétaire doit ajouter les revenus provenant de l'exploitation de l'entreprise à ses autres revenus. ⊗ La faillite de l'entreprise entraîne la faillite du propriétaire. ⊗ Aucune garantie de continuité	⊗ Responsabilité financière solidaire et illimitée des associés ⊗ Prise de décision plus difficile ⊗ Taux d'imposition élevé (car confusion des revenus) ⊗ Aucune garantie de continuité, sauf si entente dans la convention ⊗ Impossibilité de recourir au tribunal des petites créances ⊗ La faillite de la société entraîne la faillite des associés et inversement.	⊗ Frais de constitution élevés ⊗ Administration complexe et onéreuse ⊗ Possibilité de double imposition dans certains cas ⊗ Forme juridique plus technique nécessitant le recours plus fréquent aux professionnels ⊗ Impossibilité de recourir au tribunal des petites créances	⊗ Responsabilité financière solidaire et illimitée des commandités ⊗ Impossibilité de recourir au tribunal des petites créances ⊗ Taux d'imposition élevé ⊗ La faillite de l'entreprise entraîne la faillite des propriétaires	⊗ Mise sur pied et administration complexes ⊗ Accès limité aux capitaux ⊗ Décisions de groupe difficiles et longues ⊗ Nombreuses contraintes gouvernementales
Responsabilité des dettes	★ Illimitée : le propriétaire est responsable de la totalité des obligations des dettes.	★ Illimitée : les associés sont responsables conjointement et solidairement des obligations et des dettes.	★ Limitée à la mise de fonds des actionnaires, sauf s'ils se portent garants (personnellement).	★ Responsabilité limitée des commanditaires à leur mise de fonds. ★ Responsabilité illimitée et solidaire des commandités.	★ La responsabilité des membres est limitée au montant de leur souscription en capital social.
Particularités		★ Se faire un contrat entre associés lors du démarrage	★ Administrée par un conseil d'administration ★ 1 action = 1 vote	★ Les commandités doivent rendre compte de leur administration aux commanditaires	★ Administrée par un conseil d'administration ★ 1 personne = 1 vote

17.2 Annexe B

Voici une liste de « stratégies de promotion »³ qui pourra certainement vous être très utile!

Concevez et distribuez un feuillet pratique gratuit qui aborde des sujets liés à votre secteur (par ex : des conseils sur l'économie de l'énergie chez soi)	Concevez et distribuez calendriers, gobelets, stylos, blocs-notes et autres cadeaux publicitaires qui affichent le nom et logo de votre entreprise
Dressez la liste des caractéristiques et avantages de vos produits, afin de planifier vos campagnes de publicité	Concevez macarons, autocollants ou ballons qui affichent le nom, logo ou slogan de votre entreprise
Approchez vos clients potentiels par téléphone	Concevez des tee-shirts qui affichent le nom et logo de votre entreprise
Approchez vos clients potentiels en personne	Concevez un étalage pour votre produit au point de vente
Examinez les possibilités de publicité croisée avec une entreprise non concurrente, active dans votre marché cible	Examinez les coûts de la publicité dans les journaux et les magazines, à la radio et à la télévision
Soyez conférencier invité à des colloques et exposez votre domaine de compétence	Songez à partager vos coûts de publicité grâce à la publicité collective
Élaborez et gardez à jour une liste d'adresses et de contacts sur une base de données	Donnez suite aux achats des clients en envoyant des lettres de remerciement
Façonnez votre image au moyen de cartes d'affaires et de papier à tête de bon goût	Donnez suite aux achats des clients en envoyant des cartes de Noël et d'anniversaire
Élaborez une brochure expliquant clairement les avantages de votre produit ou service	Faites parler de votre entreprise dans un magazine ou un journal que lisent les clients potentiels
Élaborez une campagne de télémarketing	Organisez un concours publicitaire
Concevez un logo destiné à soutenir l'image de votre entreprise	Insérez vos brochures, liste de prix et lettre dans une pochette à l'intention de vos clients
Rédigez et distribuez un bulletin trimestriel ou communiqué concernant le secteur	Cherchez des clients potentiels à des salons professionnels liés à votre secteur
Placez des panonceaux ou peignez des logos sur les véhicules de votre entreprise	Placez des notes publicitaires sur vos enveloppes et étiquettes

³ <http://www.rcsec.org/alpe/session2/promo.cfm>