

Modèle de Plan d'affaires

Le plan d'affaires est un outil de communication qui détaille le modèle d'affaires de votre projet, le plan de sa mise en œuvre et les prévisions financières. Il vise principalement à « vendre » votre projet à des partenaires financiers et autres partenaires potentiels.

Une écriture épurée, des phrases courtes et un vocabulaire accessible à toutes et à tous sont requis. Aussi, l'utilisation de graphiques et de tableaux est recommandée pour faciliter la présentation de propos plus détaillés.

Le document complet fait une vingtaine de pages, excluant les annexes. La Table des matières qui suit comporte ce qui est usuellement recherché. L'ordre de présentation peut varier ainsi que les manières de nommer certaines sections. À vous de voir ce qui est utilisé et plus commun à l'auditoire que vous visez et faire les ajustements nécessaires.

Le plan d'affaires évolue, mais demeure le reflet de votre personne et le rêve que vous portez. Il sert à communiquer vos ambitions, le sens même du projet et démontrer sa viabilité. Il doit mobiliser et convaincre des personnes de croire en vous et votre projet.

1. Sommaire Exécutif

1.1 Idée de projet

(problématique, besoin ou opportunité et proposition de valeur distinctive proposée)

1.2 Personnes promotrices du projet

(profils, expériences, motivations, sens du projet et l'impact souhaité)

1.3 Clientèle/bénéficiaires ciblés

(qui veut ce que vous offrez et manifeste un désir d'achat)

1.4 Opportunités et marché potentiel

(quel est le marché plus global des clients ciblés et en quoi ceci est attractif)

1.5 Sources de revenus

(comment comptez-vous générer des revenus et est-ce rentable)

1.6 Investissement de démarrage et coût d'opération

(quels coûts sont requis pour démarrer et lesquels pour assurer les opérations)

1.7 Montage financier

(sources de financement de démarrage et à quoi serviront ces investissements)

1.8 Demande de financement/parteneriat

(ce que vous recherchez comme investissement et ce qui est offert en retour)

- Dans la pratique, les personnes lisent le Sommaire Exécutif afin de décider si la suite du Plan d'affaires mérite lecture.
- Il fait deux pages au total avec un à deux paragraphes par thématiques proposés.
- Il fait ressortir les points forts du projet.
- Il est complété à la toute fin de la rédaction du plan d'affaires.
- Il donne le goût de lire la suite.
- Soyez clair, pertinent, réaliste et attractif!

2. Personne(s) promotrice(s)

2.1 Motivations personnelles, sens et impact souhaités

2.2 Compétences pertinentes

2.3 Vision de développement

2.4 Structure juridique

- Résumé synthèse pour chacune des personnes promotrices. Le(s) curriculum vitae se retrouveront en annexe.
- Quelles sont les raisons et quel est le sens qu'a ce projet (le « Why ») pour vous.
- Référence de réflexion : [Manuel d'accompagnement entrepreneurial, Profil d'entrée](#)
- Quelles sont les compétences développées qui vous permettent de rendre ce projet faisable et viable?
- Quelle est votre vision de développement d'ici les 3 à 5 prochaines années?
- Référence de réflexion : [Manuel d'accompagnement entrepreneurial, Profil de sortie](#)
- Quelle sera la structure juridique à retenir?
- Quelle sera la structure administrative, les associé(es) et investisseurs dans ce projet, si applicable?

3. Opportunité

3.1 Problématique et identification du besoin

- À partir de l'exploration de vos hypothèses, de la validation et démarche sur le terrain, décrivez brièvement la problématique / irritants vécue par la clientèle ciblée et les besoins identifiés.
- Cette description est une introduction aux points suivants.

3.2 Solution proposée

3.2.1 Proposition de valeur

3.2.2 Description du produit ou services

3.2.3 Avantages distinctifs

3.2.4 Propriété intellectuelle (si applicable)

- Les démarches de validation terrain et l'outil Canvas de modélisation de projet (CMP) <https://impactaed.org/ressources/> permettent de compléter cette section.
- Identifiez les bénéfices apportés par votre solution par son caractère distinctif et la valeur qu'elle possède aux yeux de la clientèle ciblée.

3.3 Clientèle(s) cible(s)

3.3.1 Efforts de validation

3.3.2 Segment(s) privilégié(s) de clients

- *Il est important ici de décrire vos efforts de validation des hypothèses sur le terrain (nombre d'entrevues, segments de clients rencontrés, questions demandées, ce qui a été confirmé, infirmé, les apprentissages sur le modèle d'affaires et sa viabilité, etc.)*
- *Soyez clair, précis et basez vos informations sur des données validées.*

3.4 Marché et acteurs présents

3.4.1 Tendances du secteur et de la clientèle ciblée

3.4.2 Acteurs présents – forces et faiblesses

3.4.3 Autres tendances et facteurs à considérer

- *Une recherche est nécessaire afin de clarifier l'espace que le projet occupera dans l'ensemble des tendances, des acteurs présents et du marché dans lequel le projet évoluera.*
- *L'Étude de marché – cartographie de l'environnement du projet est utile à cette fin.*

3.5 Modèle de revenus

- *Quelles seront les principales sources de revenus, la diversification de ces sources, leur évolution ?*

4. Mise en marché

4.1 Canaux de distribution

4.2 Stratégie de relations clients

4.3 Calendrier des actions de mise en marché

4.4 Mesures d'impacts des actions de mise en marché

- *Ces informations proviennent des efforts de validation et de la planification des actions.*
- *La mesure d'impact permet de réfléchir aux moyens à prendre pour mesurer les impacts des actions et investissements de mise en marché.*
- *Ces impacts sont d'ordre économique, social, culturel, politique et environnemental.*

5. Activités clés

5.1 Activités planifiées

5.2 Règlementation et permis

- *Décrivez les principales étapes de préparation et de mise en marché de vos services ou du produit offert.*
- *Ceci permet d'évaluer le temps requis entre les démarches initiales de la préparation, de la vente d'un service ou d'un produit jusqu'à sa livraison.*
- *Considérez les délais non contrôlables générés par les fournisseurs ou partenaires, ils peuvent avoir un impact sur votre livraison!*
- *Une synthèse de la structure de découpage de projet (SDP) vous permettra de répondre à ce point.*

6. Ressources et partenaires clés

6.1 Ressources humaines

6.2 Ressources matérielles / approvisionnement

6.3 Partenaires clés

- *Ces informations proviennent des efforts de validation du CMP.*
- *La vigilance est requise au niveau de la cohérence de ce qui est décrit ici avec les prévisions financières.*
- *Une synthèse de la structure de découpage de projet (SDP) vous permettra de répondre à ce point.*

7. Coût de projet et prévisions financières

7.1 Coût de démarrage du projet

7.2 Coût d'exploitation

7.3 Sommaire des résultats prévisionnels

7.4 Budget de caisse

- *Cette section est souvent le premier coup d'œil des partenaires financiers.*
- *Le coût de démarrage détaille ce qui est nécessaire pour démarrer le projet.*
- *Le coût d'exploitation détaille plutôt ce qu'il en coûtera pour assurer les opérations récurrentes suivant le démarrage.*
- *Le sommaire des résultats prévisionnels démontre la rentabilité et la performance de l'entreprise (ventes et dépenses prévues, bénéfiques avant impôts et nets). Une prévision sur 3 ans est demandée.*
- *Le budget de caisse est le plus important au démarrage. Il permet de connaître à tout moment la situation de votre encaisse. Il permet de vérifier notamment votre capacité à rencontrer vos obligations financières comme vos prêts et vos comptes fournisseurs, et ce, mois par mois. Une prévision sur 3 ans est demandée.*

8. Calendrier de réalisation du projet et gestion des risques

8.1 État actuel du projet

8.2 Sommaire des étapes à venir

8.3 Montage financier

8.4 Plan de gestion des risques (si applicable)

- *Cette section décrit les grandes lignes du lancement du projet en présentant l'état actuel de l'avancement et les étapes à venir qui sont envisagées.*
- *Est-ce qu'un prototype est déjà en essai chez un client, existe-t-il une entente avec un client « primo-adoptant », est-ce que la technologie est au point?*
- *Le montage financier indique plus globalement les sources de financement actuelles et celles envisagées et de quelles façons seront dépensés ces investissements.*
- *En fonction de la date de démarrage prévu, établissez les principales étapes et les besoins financiers associés.*
- *Proposez un montage financier qui tient compte des investissements personnels, de ceux des investisseurs privés, des subventions (si applicable), du support des organismes de développement et des institutions financières. Selon les sommes requises, une répartition des sources de financement est recommandée dans certains cas.*
- *Tous les projets ont des risques. Il est important de les nommer et indiquer comment vous comptez les gérer, le cas échéant.*

Annexes

- A. Curriculum vitæ du(des) promoteur(s)
- B. États financiers prévisionnels détaillés
- C. Segment(s) de clients (prospects, lettres d'intention, commandes, « primo-adoptants »)
- D. Liste des partenaires et des fournisseurs
- E. Liste des immobilisations (bâtisse et équipements)
- F. Aspects légaux (charte d'incorporation, convention d'actionnaires, etc.)

Autres annexes (si applicable)

- G. Statistiques et/ou autres informations sur le marché
- H. Informations techniques sur le produit
- I. Plan d'aménagement
- J. Plan environnemental
- K. Outils promotionnels
- L. Revue de presse
- M. Autres documents pertinents

- *Les documents en annexe sont des références relatives qui appuient le plan d'affaires.*
- *Ils permettent de démontrer la validité du propos et de relever le niveau de confiance des investisseurs quant à votre rôle de personne promotrice et surtout la viabilité du projet.*
- *Déposez en annexe que ce qui permet une meilleure compréhension à votre communication en évitant d'ajouter une lourdeur de propos non pertinents.*
