

Le Canevas et le plan d'affaires

Plan d'affaires simplifié et plus détaillé
de l'entreprise sociale

Un outil visuel, facile à utiliser !
Un outil qui permet d'avancer ensemble !



Social Enterprise Stimulus Ottawa
Stimulus des entreprises sociales Ottawa



Small loans, big impact
Petit prêt va loin

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

Un plan d'affaires aide à

1. démontrer qu'il y a une opportunité d'affaires
2. fixer des objectifs clairs et mesurables
3. développer une stratégie de vente
4. convaincre les partenaires : banques, états, bailleurs de fonds, distributeur-trices, investisseur-es, etc.
5. nous doter d'un plan de travail pour développer, gérer et faire grandir notre entreprise



**Pourquoi
rédiger
un plan
d'affaires ?**

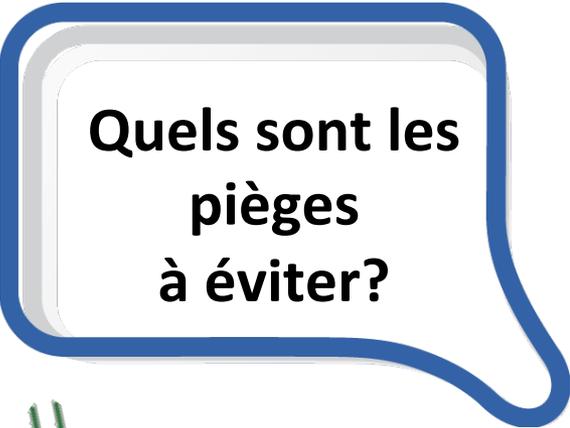


**Comment
avancer ?**



**Qui lit le
plan d'affaires ?**

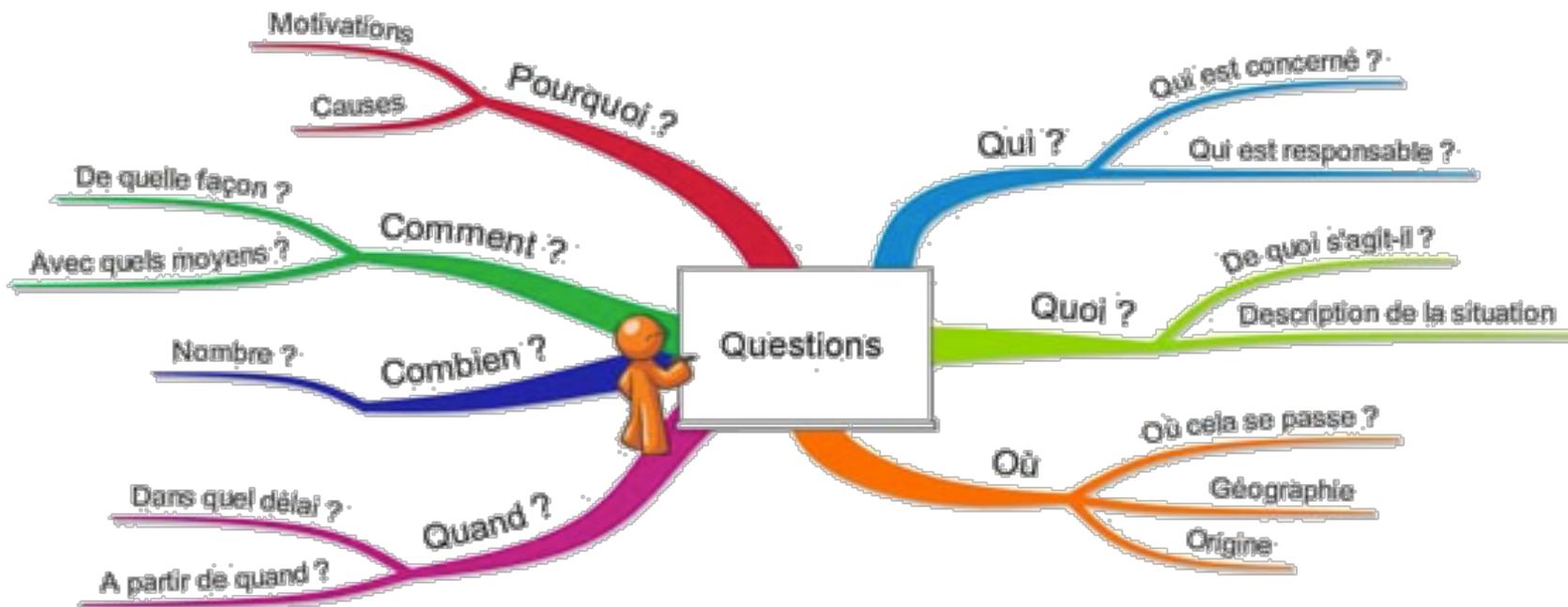
C'est du vécu !



**Quels sont les
pièges
à éviter?**



**C'est trop
compliqué!**

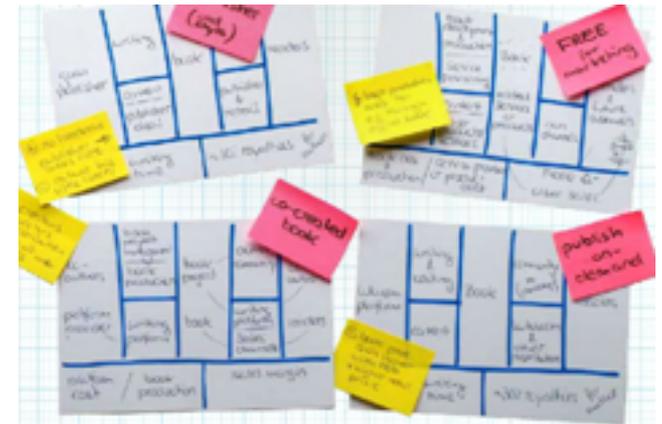


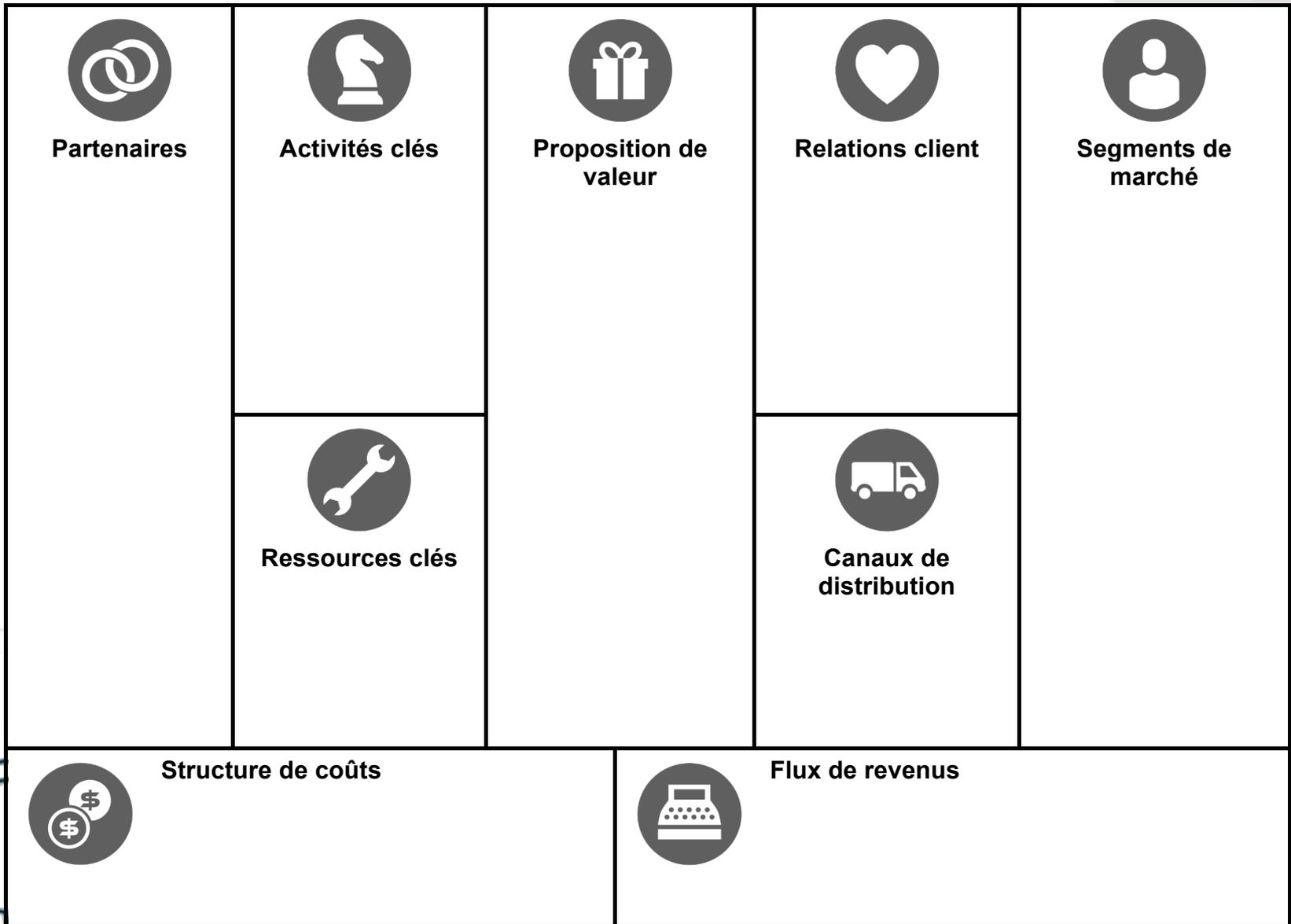
Une autre façon de faire le plan d'affaires : le canevas ESS

Le canevas offre une vision globale sur tout ce qui compose une entreprise.

SIMPLE – ACCESSIBLE – PARTICIPATIF

C'est un modèle stratégique pour le développement de nouveaux projets/ entreprises sociales ou pour documenter des modèles commerciaux déjà existants.



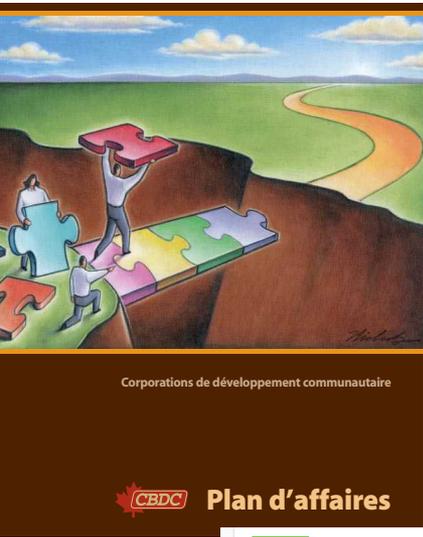


CANEVAS ÉSS

Étape 3 : COMMENT			Étape 1 : QUOI - VISION, PROPOSITION ET RAISON D'ÊTRE		Étape 2 : POUR QUI	
Ressources clés	Partenariats clés	Activités clés	Concept/ Idée d'entreprise		Clientèle ciblée Clientèle engagée ?	
			Problème / Besoin			
			Offre - Proposition de valeur		Relation avec la clientèle	Canaux de distribution
			Structure			
Coûts			Étape 4 : COMBIEN Revenus - Viabilité financière			
Comment et quand allons-nous évaluer l'évolution de notre entreprise ES?			Étape 5 : ÉVALUATION DU DÉVELOPPEMENT DE NOTRE ENTREPRISE SOCIALE Impact - Sources d'innovation			

**Si c'est concluant, nous
entreprenons notre plan
d'affaires !**





Guide de rédaction de votre plan d'affaires

pour votre projet d'entreprise d'économie marchande ou d'économie sociale

préparé par votre équipe de conseillers du

Centre local de développement de la Matawinie

CENTRE LOCAL DE DÉVELOPPEMENT
MATAWINIE

3184, Première Avenue
Rawdon (Québec) J0K 1S0
Téléphone : (450) 834-5222
Sans frais : 1-877-834-5222
Télécopieur : (450) 834-6224
www.cld-matawinie.qc.ca



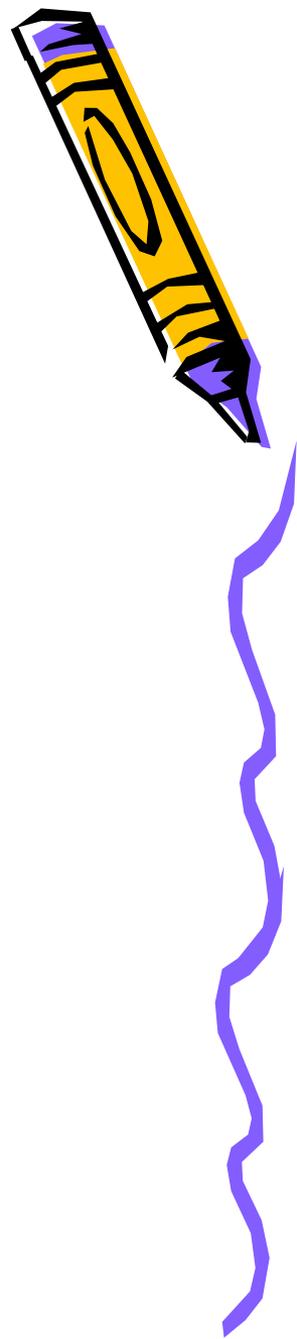
Le plan d'affaires de l'entreprise sociale

Ethel Côté
contact@meceness.ca

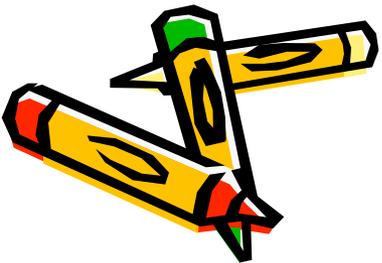
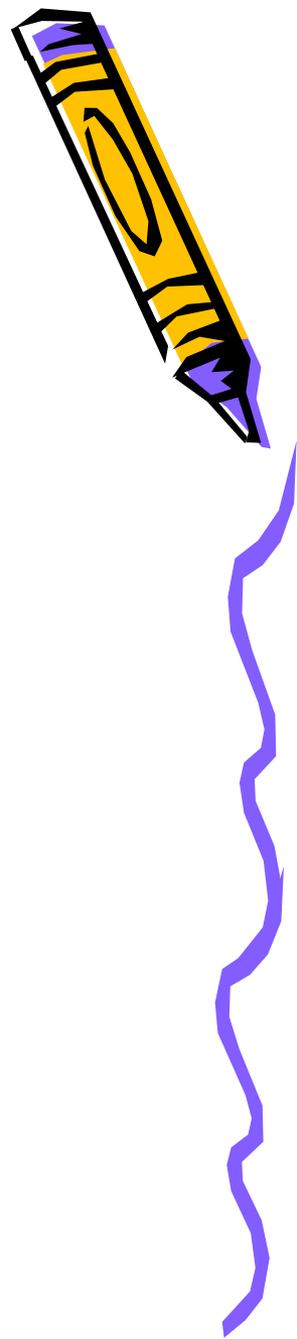


mécènESS

Plan d'affaires Entreprise sociale

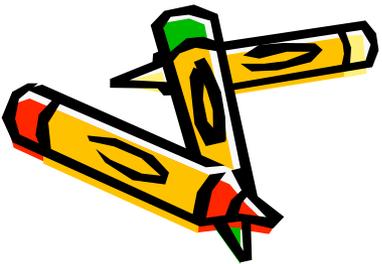
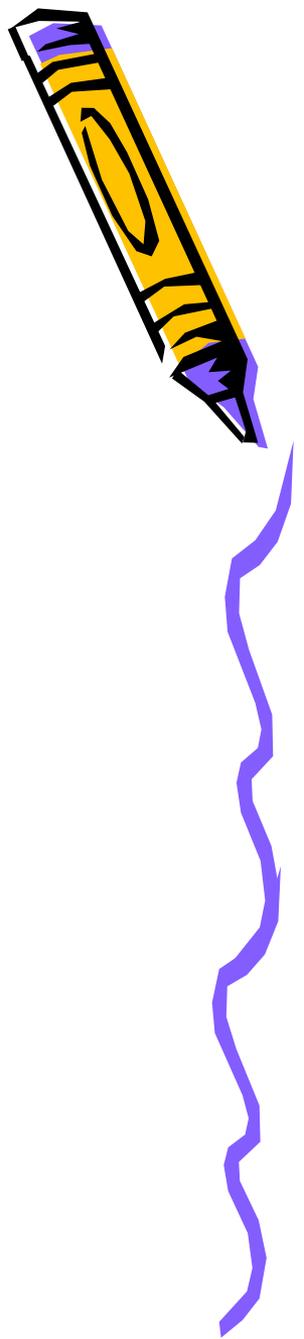


*Quand nous voulons
démarrer une
entreprise sociale...
que faisons-nous ?
De l'idée à l'action...*

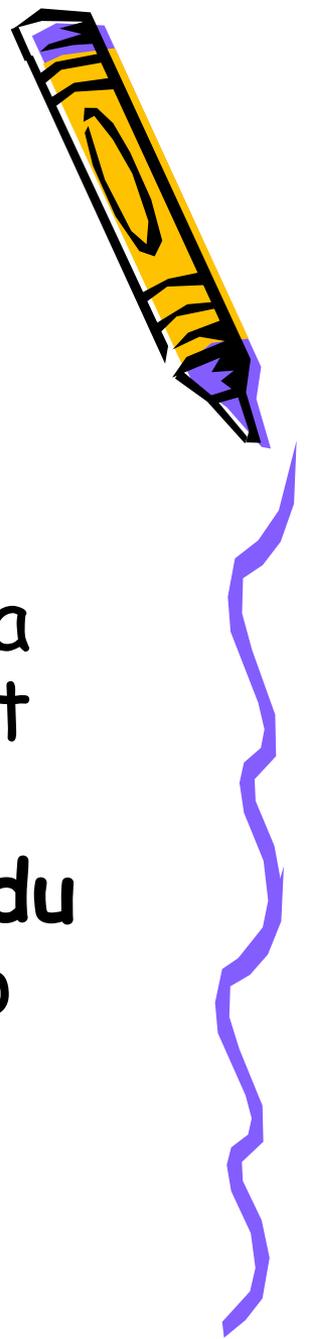


*Qu'est-ce qu'un
plan d'affaires et
pourquoi en
faire un ???*

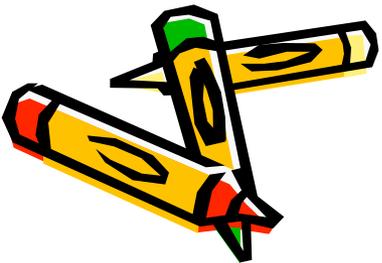
QUOI ET POURQUOI



Description

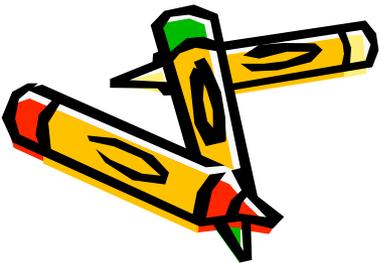
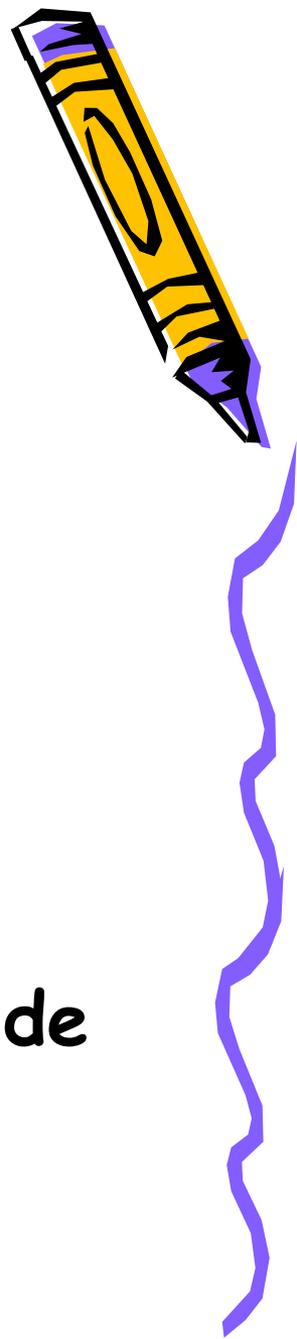


- Le plan d'affaires est une **étape essentielle** qui doit faire partie du **processus de réflexion** menant à la création d'une entreprise sociale et constitue habituellement une **condition préalable** à l'obtention du **financement... Mais c'est beaucoup plus que cela...**

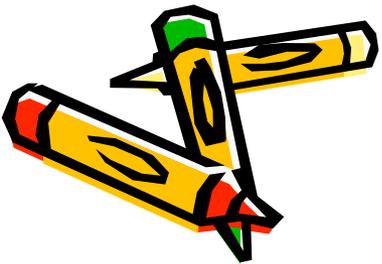
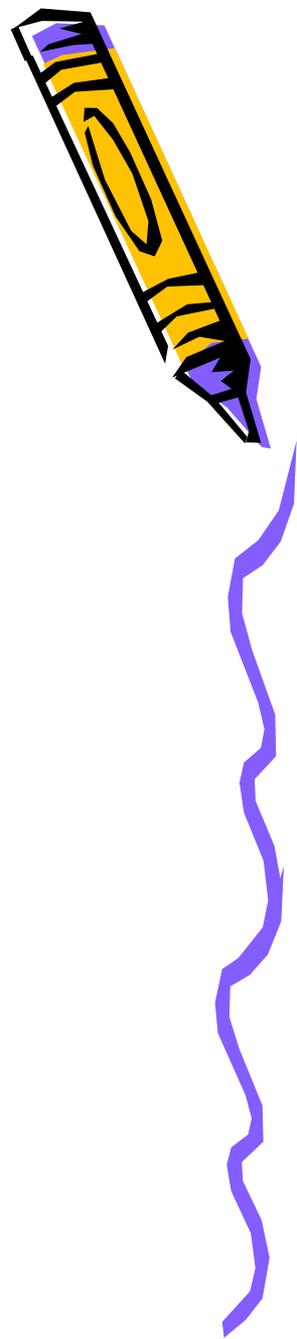


Le plan d'affaires est:

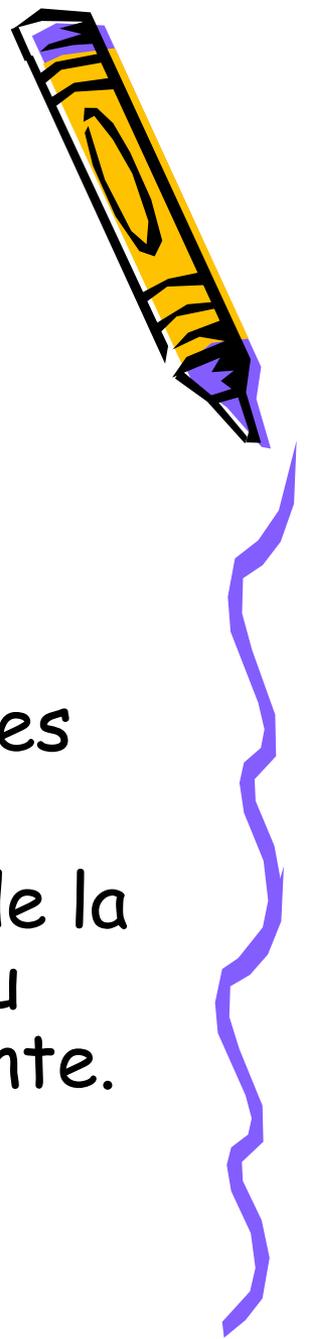
- un outil de travail qui permet de faciliter:
 - l'acquisition de capital externe et interne, (prêts, subventions, etc.)
 - le contrôle sur le processus de démarrage
 - et le contrôle sur le développement de votre entreprise sociale.



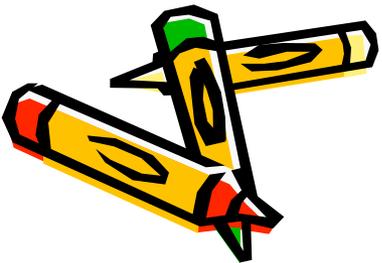
Principales composantes du plan d'affaires



La page couverture



- Nom de l'entreprise sociale;
- Sa raison sociale;
- Ses coordonnées complètes;
- Le ou les titre(s) et nom(s) des personnes ressources dans l'entreprise;
- Il est important de clarifier s'il s'agit de la création d'une nouvelle entreprise ou du développement d'une entreprise existante.

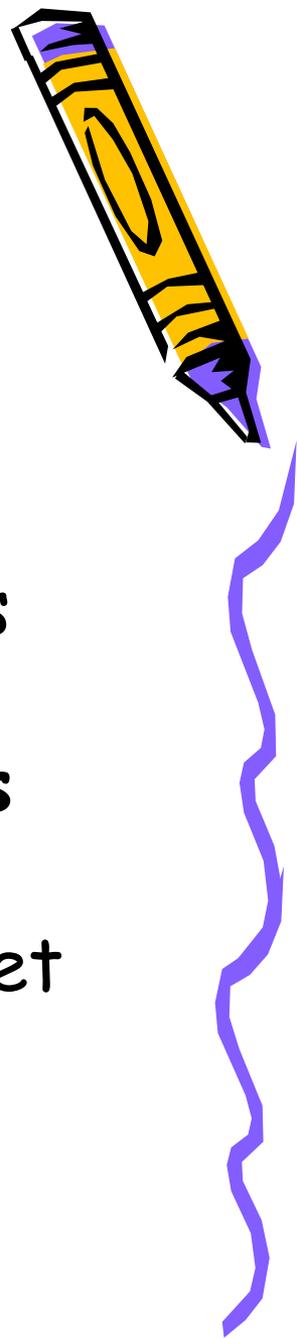


Résumé du projet: bref

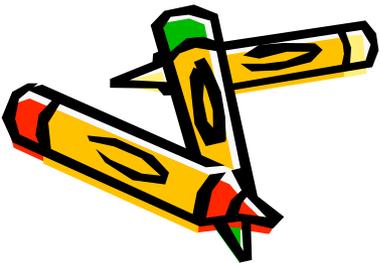
- Objectifs de l'entreprise sociale, la mission et ses retombées sociales et économiques. Ce qui vous a amené à concrétiser votre projet;
- Présentation de la structure de l'entreprise: coopérative ou autre;
- Présentation du projet d'entreprise;
- Brève description des activités, du produit ou service(s) que vous comptez mettre en marché;
- Court énoncé du plan marketing et du plan de commercialisation;
- Description sommaire du coût et du financement du projet de développement ou de démarrage d'entreprise;
- Brève description de l'opportunité d'affaires que vous souhaitez saisir;
- Plan d'avenir de votre entreprise.



Présentation des promoteurs, promotrices

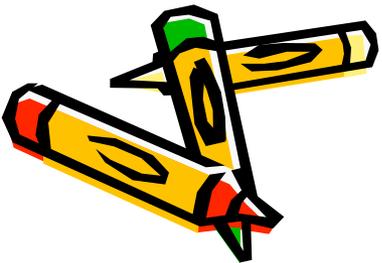
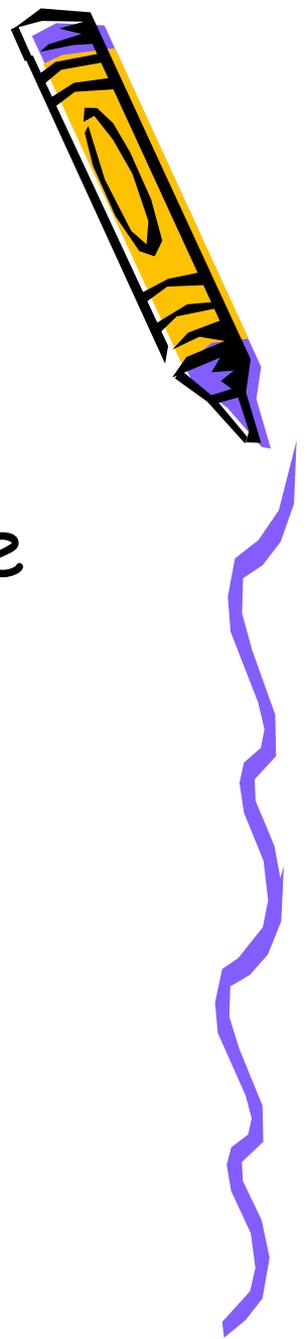


- **Nom** des promoteurs et promotrices du projet, leurs **fonctions** qu'ils ou elles occuperont dans l'entreprise sociale, les **tâches** et les **responsabilités**.
- **Qualifications, formations et diplômes** des promoteurs et promotrices;
- **Réalisations et expériences** de travail et de vie pertinentes au projet soumis.



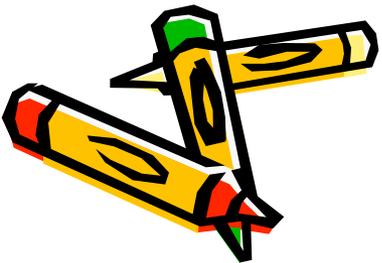
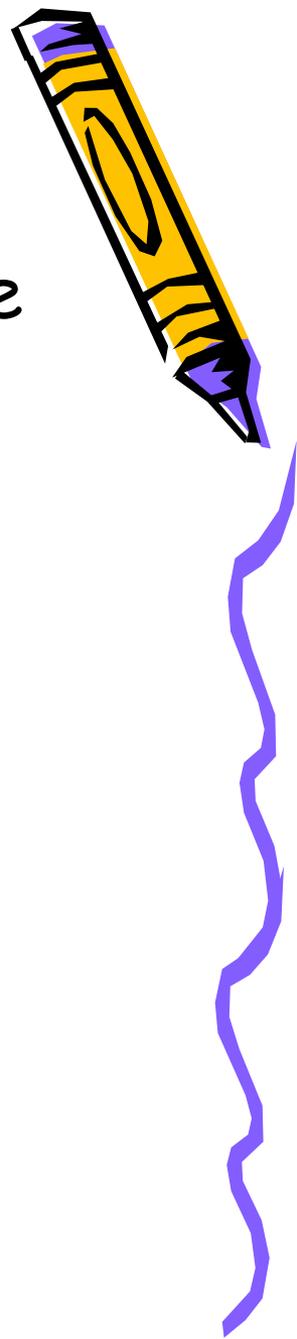
Gouvernance

- **Composition** du Conseil d'administration et de l'Assemblée générale de fondation ou annuelle;
- **Motivation** du CA à créer une entreprise d'économie sociale.



- *L'historique*

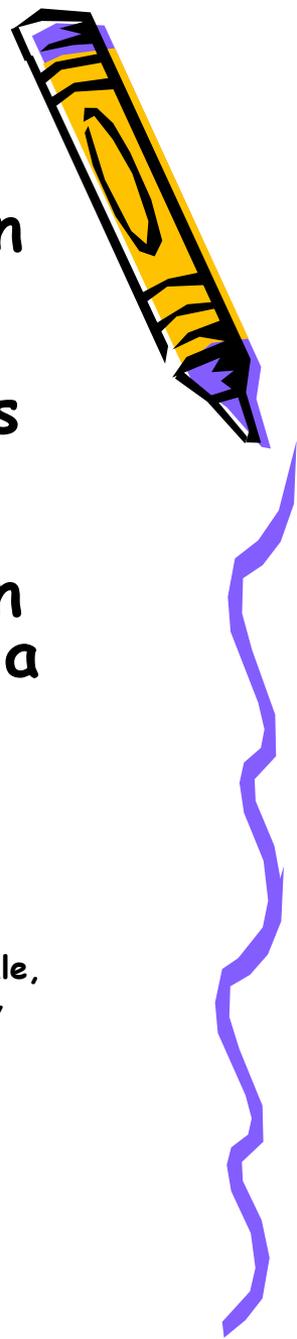
- Origine de l'idée
- Depuis combien de temps cela se développe
- La raison, la pertinence, la motivation
- ...



- *La mission*

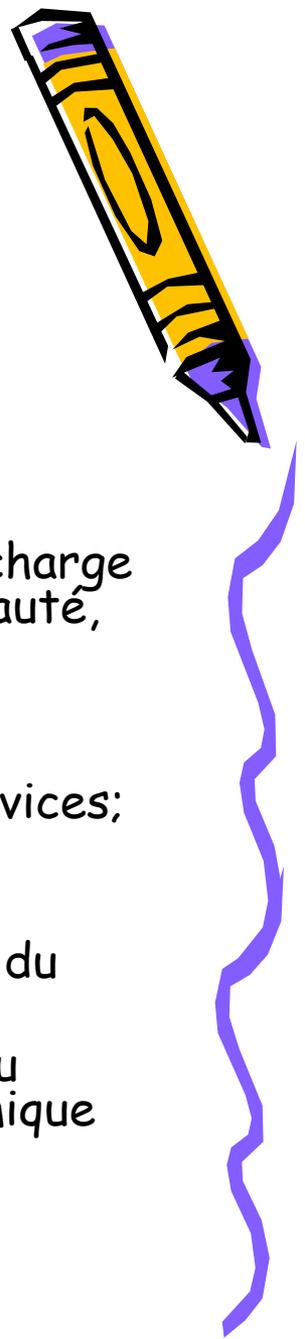
- « La mission de l'entreprise est sa raison d'être. Toutes les décisions et les gestes posés par les dirigeantes et dirigeants doivent être en cohérence avec cette mission. La mission d'une entreprise sociale a la particularité de comporter une finalité sociale.

- *Guide d'analyse des entreprises d'économie sociale, Réseau d'investissement social du Québec RISQ, 2003*



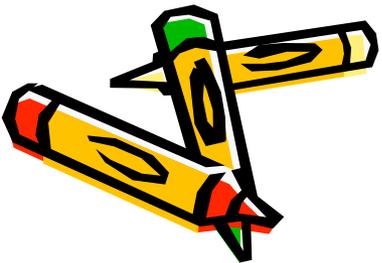
• *L'utilité sociale de l'entreprise sociale*

- Améliorer la qualité de vie des citoyens et citoyennes sur le territoire;
- Créer un impact positif sur la cohésion sociale du quartier, du village, etc.;
- Engendrer un impact positif sur l'autodétermination, la prise en charge socio-économique d'une communauté, d'une organisation, d'un groupe d'intérêt, etc.;
- Permettre une plus grande accessibilité aux produits ou services;
- Créer ou maintenir des emplois rémunérés;
- Mettre en valeur les ressources du milieu;
- Répondre aux priorités locales ou régionales tant au niveau économique que social;
- Etc...



- ***Liens avec les priorités locales***

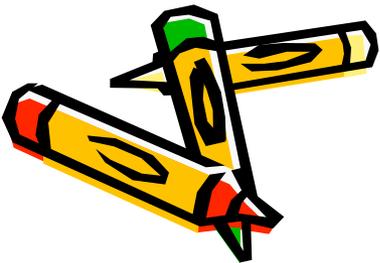
- Preuve que l'entreprise sociale s'inscrit dans une démarche de planification stratégique locale ou même régionale.
- Preuve que l'entreprise sociale est issue d'un besoin collectif et qu'il mettra en valeur les ressources de la collectivité.



• *L'emplacement*

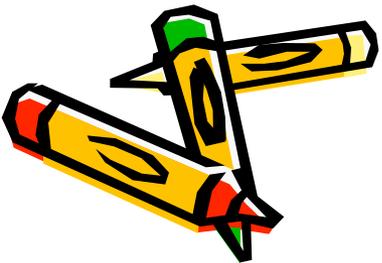
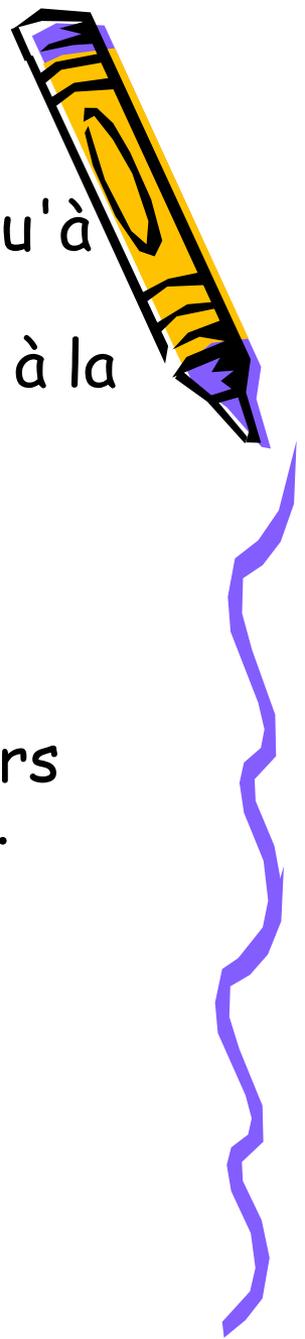
- *Étant issue de préoccupations du milieu, votre entreprise sociale doit accorder une grande importance à son emplacement.*

- le coût du loyer;
- le zonage, l'environnement et la sécurité;
- la proximité des services et l'accès facile pour la clientèle;
- les aménagements reliés au volet social du projet (ex: des postes de travail accessibles aux personnes handicapées);
- les équipements nécessaires et les travaux d'aménagement à effectuer pour réaliser le projet;
- le type et la superficie de l'espace nécessaire : bureaux, salle d'attente, etc;
- La proximité des matières premières, des services d'appui technique, et.;
- la circulation routière ou piétonnière;
- l'achat ou la location de l'espace utilisé;
- le coût des assurances et des taxes;
- les liens avec le marché et l'image du voisinage;
- la disponibilité de la main-d'oeuvre et l'impact de l'implantation dans le milieu.
- Etc...



- *L'échéancier, le cheminement critique, le calendrier de réalisations*
- *Le plan !*

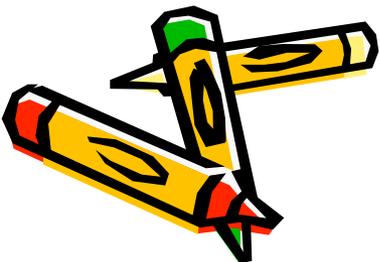
- Étapes franchies jusqu'à maintenant;
 - Étapes qui conduiront à la mise sur pied de l'entreprise sociale;
 - Date prévue pour le démarrage;
 - 4 Phases de développement au cours des premières années.
- (La Roue du développement)



- *La structure organisationnelle, la structure de propriété, la forme juridique, ...*



Une coopérative est essentiellement	Une organisation sans but lucratif est essentiellement	Une entreprise à capital est essentiellement
Une union de personnes	Une union de personnes ou de personnes et de capital	Une union de capital
Une organisation d'utilisateurs et d'utilisatrices	Une organisation de personnes ou d'organisations à caractère social	Une organisation d'investisseur.es
Contrôlée par ses membres selon le principe d'un membre, un vote	Contrôlée par les personnes mandatées à ce rôle par les intervenant.es (habituellement un conseil d'administration)	Contrôlée par les personnes qui sont propriétaires de la majorité des parts (un dollar – un vote)
Là où le surplus (ou profit) appartient aux membres et est soit réinvesti dans la coopérative ou retourné aux membres sous forme de dividende	Là où le profit est un capital social qui doit être utilisé pour le bénéfice de la raison communautaire spécifique de l'organisme sans but lucratif et ne peut-être distribué à ses membres	Là où le profit appartient à la corporation et est principalement utilisé pour donner un retour aux investisseur.es



La Roue du développement - « *Créer de la richesse communautaire* »,
Mike Lewis et Ethel Côté, CCE, 2006 - www.cedworks.com

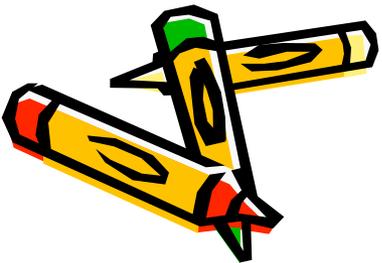
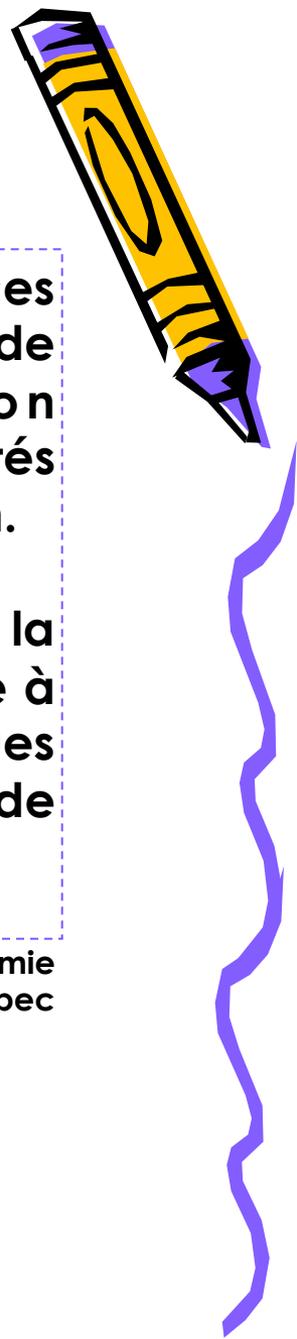


- ***Le produit
(bien.s ou
service.s)***

Le produit est le bien ou les services réalisés par l'entreprise à partir de ses activités de production économique ainsi que ses activités de service provenant de la mission.

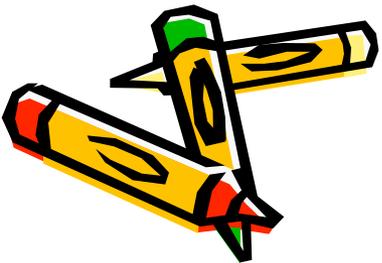
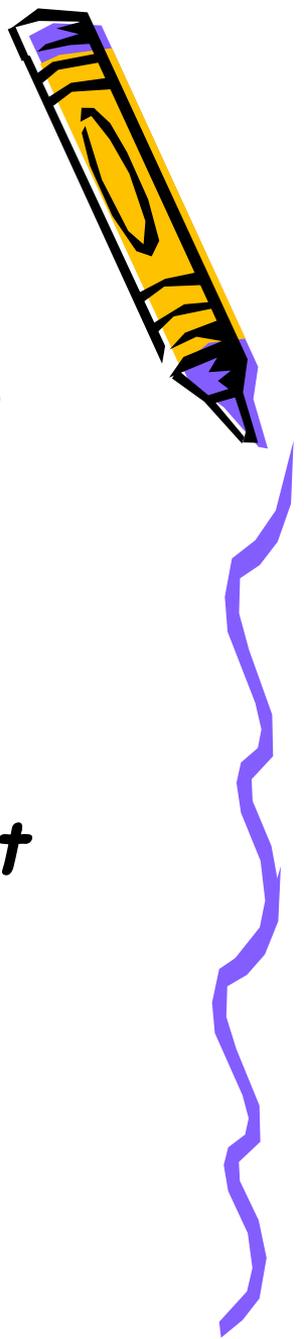
Ce produit a une utilité face à la demande, un positionnement face à la concurrence, des caractéristiques propres et un certain niveau de compétitivité.

Source: Guide d'analyse des entreprises d'économie sociale, Réseau d'investissement social du Québec RISQ, 2003



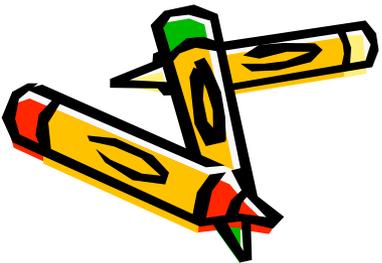
- *La production*

- *Le terme «production» est utilisé au sens large et comprend autant la fabrication d'un produit que la réalisation d'un service que l'on veut vendre.*



• *Le processus de production*

- les activités nécessaires à la fabrication ou à la réalisation du produit ou service;
- un sommaire des technologies utilisées, des procédés et méthodes, des savoir-faire nécessaires, des possibilités de transferts technologiques et des conditions d'implantation;
- un calendrier préliminaire de production ou d'activités commerciales;
- les mécanismes de contrôle de la qualité du produit ou du service
- Etc...

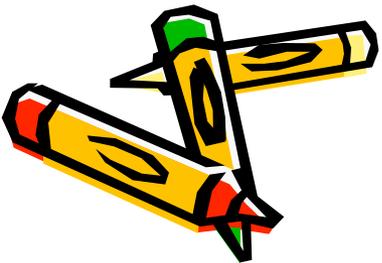


- *La stratégie de tarification, le prix de vente*

... beaucoup plus qu'un chiffre inscrit sur une étiquette...

Qui va inclure:

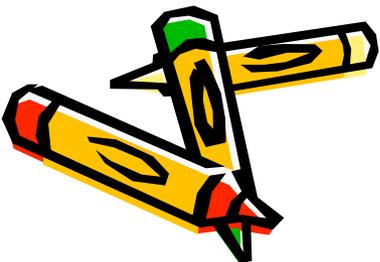
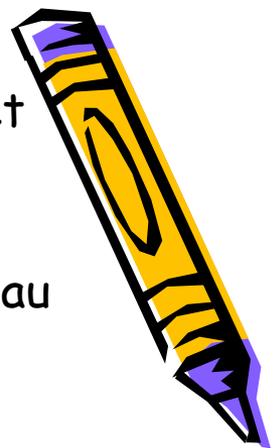
- Une politique de prix en fonction des divers segments de marché (ou créneaux de marché)
- Une politique de perception
- Une politique de variation des prix (en fonction des saisons, de la clientèle ou des cycles de commercialisation)



- ***Le secteur d'activités***

- ***Le contexte plus large - secteur d'activité dans lequel vous voulez intégrer votre produit (bien.s ou service.s)***

- Présenter le profil démographique et socio-économique de la collectivité ciblée;
- Présenter l'évolution de ce secteur au cours des dernières années;
- Faire état de la situation actuelle : identifier si ce marché est en développement, en expansion ou à maturité;
- Confirmer les perspectives, évolution anticipée. Fluctuations de la demande au cours des dernières années, tendances de la demande;
- Préciser le volume de la demande;
- Définir les spécificités du secteur et situation dans la communauté et la région;
- Explorer et confirmer les facteurs et tendances économiques qui peuvent affecter votre entreprise, positivement ou négativement.



- *Le marché cible et potentiel*

- *Les clientèles*

- Qui sont-ils (âge, revenu, sexe, situation familiale)?
- Qu'achètent-ils (types de produits, marque, style)?
- Où résident-ils (propriétaire occupant, locataire, ville ou quartier, banlieue, etc.)?
- Où achètent-ils (centre commercial, commerce de voisinage)?
- Comment effectuent-ils leurs paiements (paiement comptant, chèque, carte de crédit)?
- Fréquence d'achat (prix, qualité, service, habitude, réputation, etc.)?
- Critères d'achat (prix, qualité, service, habitude, réputation, etc.)?
- Estimation du volume de vente espéré par rapport au marché?
- Démonstration du nombre suffisant de clients intéressés à acheter le produit ou service?

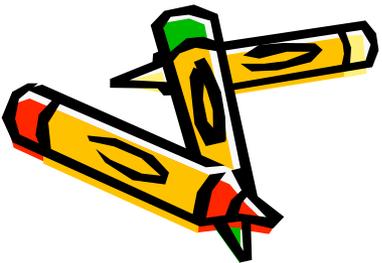


- ***La concurrence***

- ***Le portrait global de la concurrence, entreprises (privées ou sociales) et organisations similaires qui offrent le même produit ou un produit semblable***

Chaque concurrent:

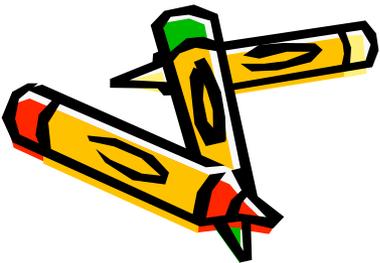
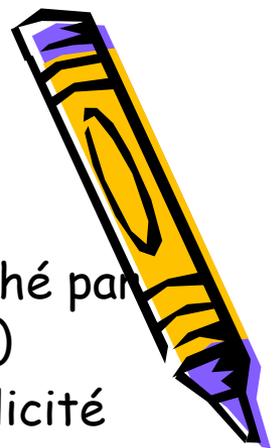
- chiffre d'affaires;
- nombre d'employés;
- présentation, style, apparence;
- accueil et courtoisie;
- distribution et ventes;
- emplacement;
- qualité et prix des produits et services;
- promotion;
- garanties;
- Part de marché (estimation des ventes de chacun des concurrents)
- stratégie de mise en marché—force de vente.



- *Le plan de marketing*

- *La revue des moyens, des actions, des stratégies à déployer pour atteindre vos objectifs de vente et développer l'image de votre entreprise sociale*

- Le positionnement
- La stratégie de mise en marché par segment (par clientèle ciblée)
- La stratégie générale de publicité et de promotion
- L'image à développer auprès des clientèles, de la collectivité et des partenaires
- La façon de promouvoir l'apport du projet envers les communautés
- Les coûts du programme de marketing
- Les stratégies de distribution et de prix



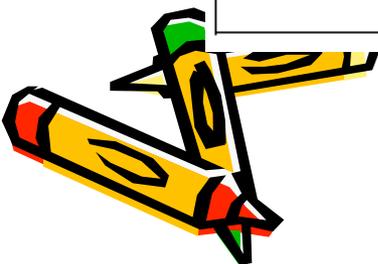
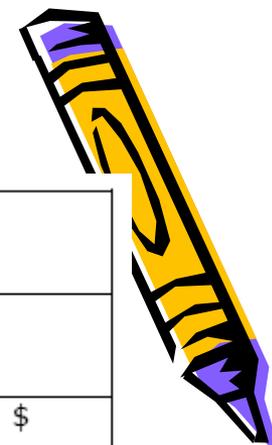
- *La stratégie de mise en marché, de promotion et de publicité*
- *La manière dont vous comptez vous faire connaître et solliciter les divers segments, les diverses clientèles*

Tous les moyens ...

- La publicité (médias, porte à porte, publipostage, télémarketing, marketing direct, Internet, expositions commerciales, etc.
- L'échéancier à court, moyen et long terme
- Le budget des activités de promotion
- Les activités de relations publiques
- Etc.



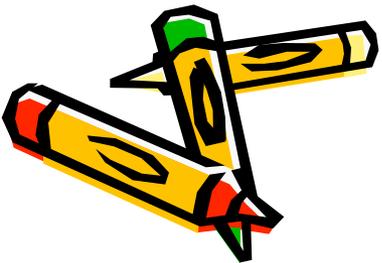
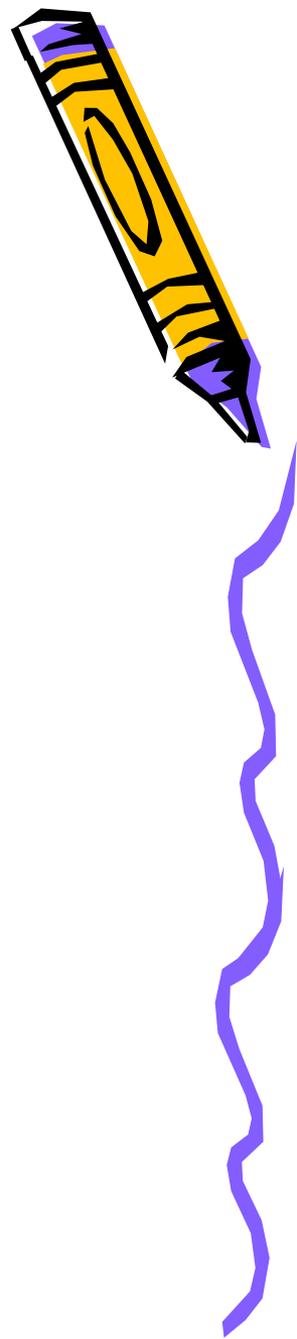
	Année 1	Année 2	Année 3
Lancement	Conf. de presse : \$ Matériel imprimé : \$ Total : \$		
Publicité	Journaux locaux : \$ Radio : \$ Total : \$	Journaux locaux : \$ Radio : \$ Total : \$	Journaux locaux : \$ Radio : \$ Total : \$
Matériel imprimé	Papeterie complète : \$ Dépliant : \$ Total : \$	Dépliant : \$ Pochette corporative : \$ Total : \$	Dépliant : \$ Total : \$
Internet	Conception du site : \$ Entretien du site : \$ Total : \$	Entretien du site : \$ Total : \$	Entretien du site : \$ Total : \$
Marketing direct	Sollicitation postale : \$ Total : \$	Sollicitation postale : \$ Total : \$	Sollicitation postale : \$ Sollicitation téléph. : \$ Total : \$
Représentation	Frais de représent. : \$ Total : \$	Frais de représent. : \$ Total : \$	Frais de représent. : \$ Total : \$
Promotion directe	Expositions : \$ Total : \$	Expositions : \$ Total : \$	Expositions : \$ Total : \$
Marketing social	Conf. de presse : \$ Relations publiques : \$ Total : \$	Conf. de presse : \$ Relations publiques : \$ Total : \$	Conf. de presse : \$ Relations publiques : \$ Total : \$
TOTAUX	Total année 1 : \$	Total année 2 : \$	Total année 3 : \$



- *La stratégie de vente*

Mode d'accès au marché

- Grossistes
- Détaillants
- Directement aux consommateurs et consommatrices



- ***Les ressources humaines***

La gestion et la dotation des RH est une section importante du plan d'affaires: emplois qui seront créés ou maintenus, leur nombre, le moment de l'embauche, etc.

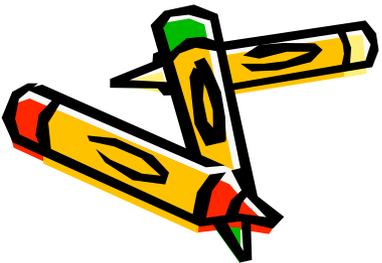
À préciser:

- Une politique de recrutement;
- Des mécanismes d'évaluation et de contrôle du rendement;
- Une politique de ressourcement, de formation continue;
- Un comité des ressources humaines, d'employé.es et ou de syndicat;
- Un plan de partage de bénéfices, de participation au capital-actions, de gestion participative;
- Pour l'équipe dirigeante: Descriptions des tâches pour chacun des emplois, qualification, etc.;
- Etc.



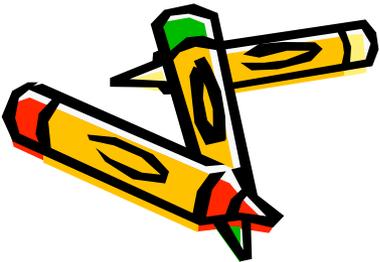
- *Les ressources matérielles*

- Les installations et équipements requis à court, moyen et long termes. Ex : mobilier de bureau, équipement informatique, machinerie, outils, équipement de production, stock et inventaire, etc.
- Les fournisseurs d'équipement et d'outillage, fiabilité, conditions d'achat ou de location, neufs ou usagés;
- La date d'achat;
- Les coûts, valeur marchande, conditions de paiement ou de financement;
- La durée de vie des équipements, s'ils répondent aux besoins actuels et futurs;
- Etc.



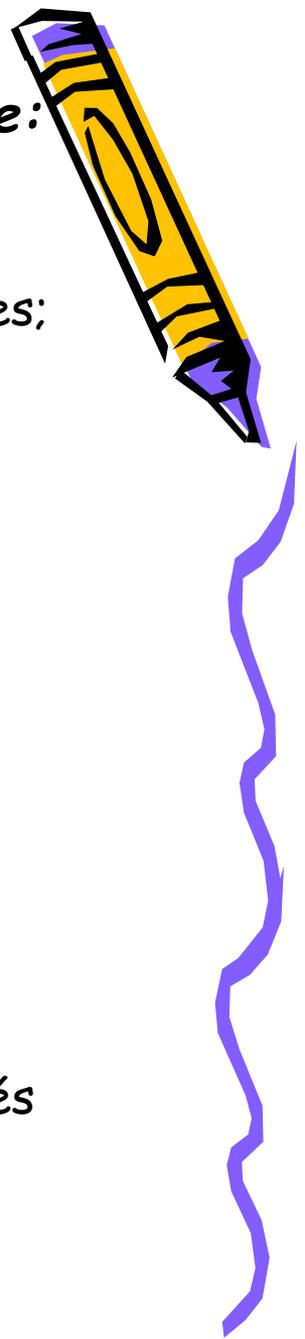
Les matières premières:

- L'approvisionnement et origine des matières premières (marché local ou importation),
- La liste des matériaux et variété, étendue de la gamme de produits offerts, variation des prix,
- La disponibilité et substituts possibles, etc.;
- Les ententes conclues s'il y a lieu. (Joindre une copie des ententes en annexe au plan d'affaires).

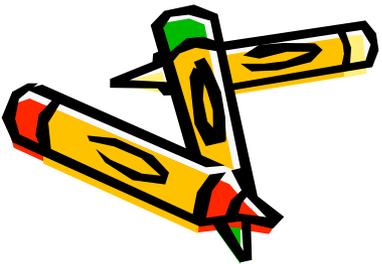
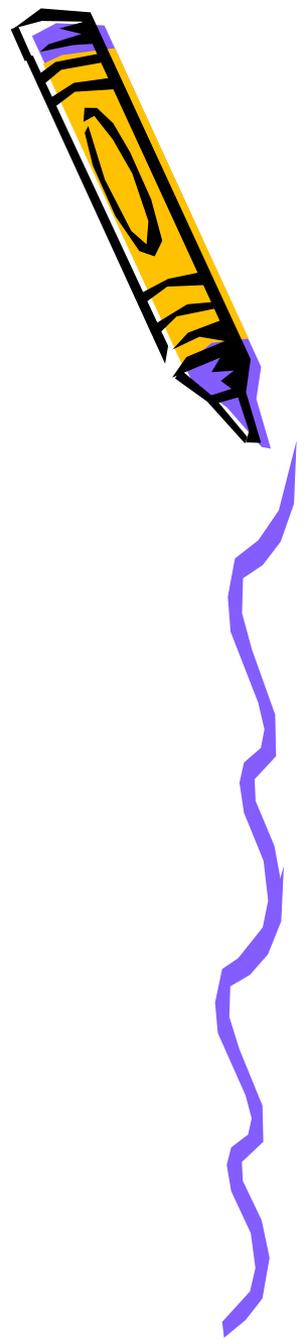


L'évaluation environnementale:

- L'impact des équipements et produits utilisés;
- Le recyclage prévu de matières;
- Les équipements utilisés pour contrôler la pollution;
- Le plan vert de l'entreprise : considérations et valeurs écologiques ou de développement durable de l'entreprise;
- Le rejets de l'entreprise : nature (liquides, gaz, poussières) quantité et destination (égout municipal, plan d'eau, atmosphère), etc.;
- Les produits dangereux utilisés au cours de la production

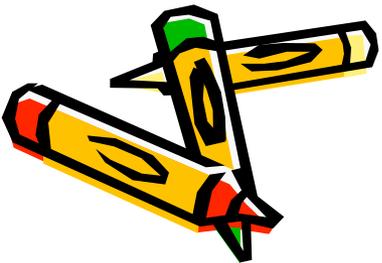
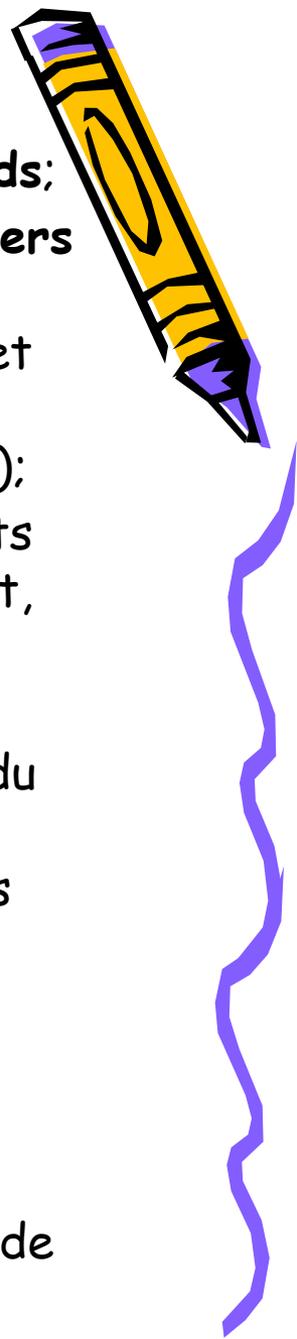


Le dossier financier



• *Le financement du projet*

- **Votre propre mise de fonds;**
- **Une contribution des usagers et des usagères** (selon le tarif établi pour les biens et services, il sera possible d'évaluer leur contribution);
- **le financement privé** : prêts bancaires, marges de crédit, etc.;
- **le financement public** : subventions dans le cadre du démarrage d'entreprise, allocations, contribution des partenaires (mise à la disposition de locaux, d'équipement ou de ressources humaines gratuitement) et
- **les dons** (d'entreprises ou de particuliers).
- etc



ANNEXE A

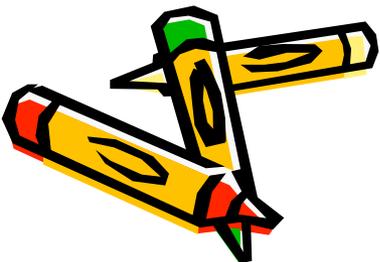
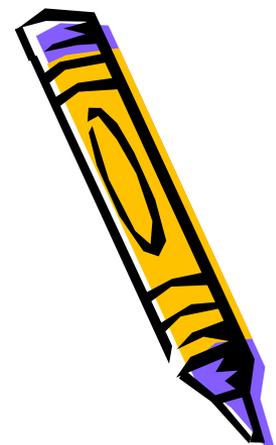
COÛT ET FINANCEMENT DU PROJET

ACTIFS ET FRAIS DE DÉMARRAGE

FONDS DE ROULEMENT	En main	À acquérir	Total
Liquidité	\$	\$	\$
Inventaire de départ	\$	\$	\$
TOTAL FONDS DE ROULEMENT	\$	\$	\$
IMMOBILISATIONS	En main	À acquérir	Total
Équipement de production	\$	\$	\$
Améliorations locatives	\$	\$	\$
Matériel roulant	\$	\$	\$
Matériel informatique	\$	\$	\$
Bâtiment et/ou terrain	\$	\$	\$
Mobilier et équipement de bureau	\$	\$	\$
Autre actif	\$	\$	\$
TOTAL IMMOBILISATIONS	\$	\$	\$
FRAIS DE DÉMARRAGE			
Frais d'incorporation			\$
Dépôt de garantie (téléphone, hydro, Internet)			\$
Publicité de départ			\$
Divers			\$
Divers			\$
TOTAL FRAIS DE DÉMARRAGE			\$
TOTAL DE L'ACTIF ET DES FRAIS DE DÉMARRAGE			\$

FINANCEMENT DU PROJET

	Taux d'intérêt	Nombre d'années	Montant
Marge de crédit	%		\$
Billet à payer	%		\$
Nouvel emprunt 1	%		\$
Nouvel emprunt 2	%		\$
Comptes fournisseurs			\$
Subventions			\$
Autres			\$
TOTAL FINANCEMENT			\$
MISES DE FONDS			
Transfert en argent			\$
Transfert d'actifs			\$
Autres sources			\$
TOTAL MISES DE FONDS			\$
TOTAL FINANCEMENT ET MISES DE FONDS			\$



ANNEXE C

BILAN PRÉVISIONNEL

1^{re} ANNÉE 2^e ANNÉE 3^e ANNÉE**ACTIF****Actif à court terme**

Encaisse	\$	\$	\$
Comptes à recevoir	\$	\$	\$
Autres frais de départ	\$	\$	\$
Inventaire	\$	\$	\$
TOTAL DE L'ACTIF À COURT TERME	\$	\$	\$

Immobilisations

Équipement de production	\$	\$	\$
Moins : Amortissement cumulé - Équipement	\$	\$	\$
Améliorations locatives	\$	\$	\$
Moins : Amortissement cumulé - Améliorations locatives	\$	\$	\$
Matériel roulant	\$	\$	\$
Moins : Amortissement cumulé - Matériel roulant	\$	\$	\$
Matériel informatique	\$	\$	\$
Moins : Amortissement cumulé - Matériel informatique	\$	\$	\$
Bâtiment et/ou terrain	\$	\$	\$
Moins : Amortissement cumulé - Bâtiment et/ou terrain	\$	\$	\$
Mobilier et équipement de bureau	\$	\$	\$
Moins : Amort cumulé - Mobilier et équipement de bureau	\$	\$	\$
Frais d'incorporation	\$	\$	\$
Moins : Amortissement cumulé - Frais d'incorporation	\$	\$	\$
Autre immobilisation	\$	\$	\$
Moins : Amortissement cumulé - Autre immobilisation	\$	\$	\$
TOTAL DES IMMOBILISATIONS	\$	\$	\$
TOTAL DE L'ACTIF	\$	\$	\$

PASSIF**Passif à court terme**

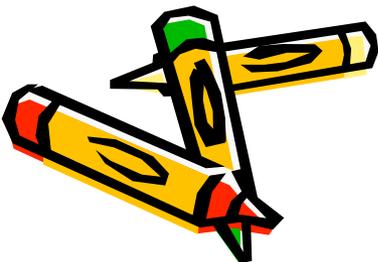
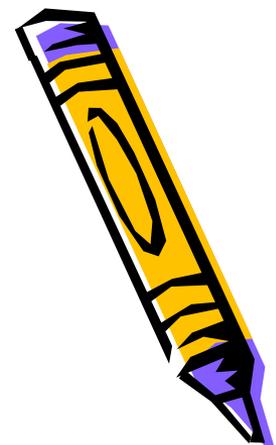
Comptes-fournisseurs	\$	\$	\$
Marge de crédit	\$	\$	\$
Billet à payer	\$	\$	\$
Impôt à payer	\$	\$	\$
Portion C.T. dette emprunt 1	\$	\$	\$
Portion C.T. dette emprunt 2	\$	\$	\$
TOTAL DU PASSIF À COURT TERME	\$	\$	\$

Passif à long terme

Nouvel emprunt 1	\$	\$	\$
Nouvel emprunt 2	\$	\$	\$
TOTAL DU PASSIF À LONG TERME	\$	\$	\$

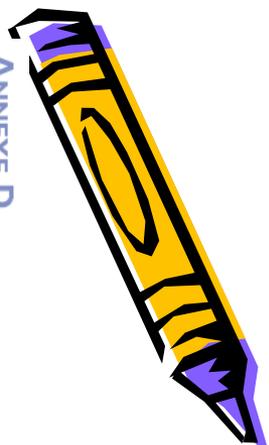
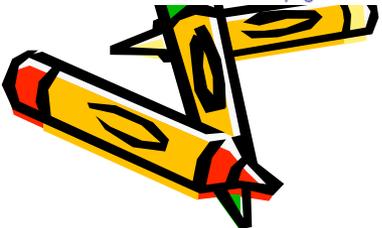
Avoir

Parts sociales	\$	\$	\$
Parts privilégiées	\$	\$	\$
Subventions	\$	\$	\$
Bénéfices courants	\$	\$	\$
Bénéfices non-répartis	\$	\$	\$
TOTAL DE L'AVOIR	\$	\$	\$
TOTAL DU PASSIF ET DU CAPITAL	\$	\$	\$



	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6	Mois 7	Mois 8	Mois 9	Mois 10	Mois 11	Mois 12	TOTAL
ENCAISSE AU DÉBUT													
ENCAISSEMENTS													
VENTES produits													
Comptant - 0 à 30 jours	100%												
31 à 60 jours	0%												
61 à 90 jours	0%												
91 jours et plus	0%												
VENTES services													
Comptant - 0 à 30 jours	100%												
31 à 60 jours	0%												
61 à 90 jours	0%												
91 jours et plus	0%												
Nouvel emprunt 1													
Nouvel emprunt 2													
Billet à payer													
Marge de crédit													
Mises de fonds													
Autres													
Comptes fournisseurs													
Subventions													
Autres entrées de fonds													
TOTAL DES ENCAISSEMENTS													
DÉCAISSEMENTS													
Immobilisations													
Équipement de production													
Améliorations locatives													
Matériel roulant													
Matériel informatique													
Bâtiment et/ou terrain													
Mobilier et équipement de bureau													
Frais d'incorporation													
Frais de démarrage													
Publicité de départ													
Dépôt de garanti (téléphone, hydro, Internet)													
Autres frais de départ													
Total des immobilisations													
Frais variables													
Matières premières													
Comptant - 0 à 30 jours	100%												
31 à 60 jours	0%												
61 à 90 jours	0%												
91 jours et plus	0%												
Fret à l'achat	0 %												

N.B. Suite sur la page suivante



ANNEXE E

TABLEAUX PRÉVISIONNELS DES AMORTISSEMENTS

1^{RE} ANNÉE

	Total des immobilisations en début d'exercice (A)	Achat et/ou vente d'immobilisations en cours d'exercice *(B)	Taux d'amortissement (C)	Dépenses en amortissement (D) (A+B)*C	Immobilisations nettes à la fin de l'exercice (A+B) - D
Équipement de production	\$	\$	20 %	\$	\$
Améliorations locatives	\$	\$	20 %	\$	\$
Matériel roulant	\$	\$	30 %	\$	\$
Matériel informatique	\$	\$	33 %	\$	\$
Bâtiment et/ou terrain	\$	\$	4 %	\$	\$
Mobilier et équipement de bureau	\$	\$	20 %	\$	\$
Frais d'incorporation	\$	\$	30 %	\$	\$
Autre actif	\$	\$	%	\$	\$
TOTAL	\$	\$		\$	\$

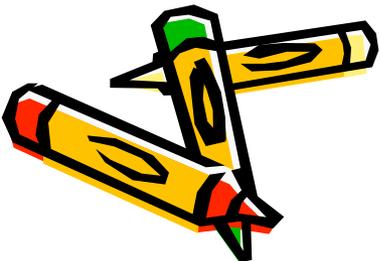
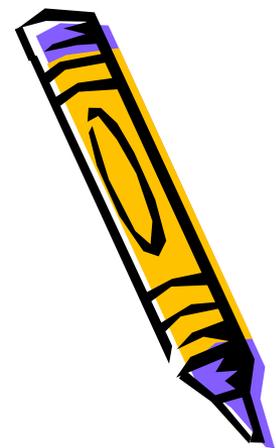
2^E ANNÉE

	Total des immobilisations en début d'exercice (A)	Achat et/ou vente d'immobilisations en cours d'exercice *(B)	Taux d'amortissement (C)	Dépenses en amortissement (D) (A+B)*C	Immobilisations nettes à la fin de l'exercice (A+B) - D
Équipement de production	\$	\$	20 %	\$	\$
Améliorations locatives	\$	\$	20 %	\$	\$
Matériel roulant	\$	\$	30 %	\$	\$
Matériel informatique	\$	\$	33 %	\$	\$
Bâtiment et/ou terrain	\$	\$	4 %	\$	\$
Mobilier et équipement de bureau	\$	\$	20 %	\$	\$
Frais d'incorporation	\$	\$	30 %	\$	\$
Autre actif	\$	\$	%	\$	\$
TOTAL	\$	\$		\$	\$

3^E ANNÉE

	Total des immobilisations en début d'exercice (A)	Achat et/ou vente d'immobilisations en cours d'exercice *(B)	Taux d'amortissement (C)	Dépenses en amortissement (D) (A+B)*C	Immobilisations nettes à la fin de l'exercice (A+B) - D
Équipement de production	\$	\$	20 %	\$	\$
Améliorations locatives	\$	\$	20 %	\$	\$
Matériel roulant	\$	\$	30 %	\$	\$
Matériel informatique	\$	\$	33 %	\$	\$
Bâtiment et/ou terrain	\$	\$	4 %	\$	\$
Mobilier et équipement de bureau	\$	\$	20 %	\$	\$
Frais d'incorporation	\$	\$	30 %	\$	\$
Autre actif	\$	\$	%	\$	\$
TOTAL	\$	\$		\$	\$

*Les immobilisations doivent être dépréciées à demi-taux l'année d'acquisition pour l'amortissement fiscal



ANNEXE F

CALCUL DU SEUIL DE RENTABILITÉ

REVENUS TOTAL DES VENTES

1^{RE} ANNÉE 2^E ANNÉE
_____ \$ _____ \$

	Partie fixe de base	% de variabilité	Partie fixe	Partie variable	Partie fixe	Partie variable
FRAIS VARIABLES						
Fret à l'achat	\$	100 %	\$	\$	\$	\$
Matière première	\$	100 %	\$	\$	\$	\$
Fabrication						
Main-d'oeuvre directe	\$	100 %	\$	\$	\$	\$
Avantages sociaux MOD	\$	100 %	\$	\$	\$	\$
Sous-traitants / pigistes	\$	100 %	\$	\$	\$	\$
Emballage / présentation	\$	100 %	\$	\$	\$	\$
Autres frais : fabrication	\$	100 %	\$	\$	\$	\$
Frais sur ventes						
Commissions	\$	100 %	\$	\$	\$	\$
Transport sur ventes	\$	100 %	\$	\$	\$	\$
Autres frais : ventes	\$	100 %	\$	\$	\$	\$
TOTAL FRAIS VARIABLES			\$	\$	\$	\$
FRAIS VENTES ET ADMINISTRATION						
Frais de démarrage	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Salaires	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Avantages sociaux	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Loyer	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Electricité et chauffage	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Assurances	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Téléphone et télécommunication	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Publicité	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Fournitures de bureau	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Frais postaux	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Frais de déplacement (représentant)	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Honoraires professionnels	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Frais de formation	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Divers	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
TOTAL FRAIS VENTES & ADM.			\$	\$	\$	\$
FRAIS FINANCIERS						
Frais bancaires	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Intérêts / Nouvel emprunt 1	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Intérêts / Nouvel emprunt 2	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Intérêts / Billet à payer	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Intérêts / Marge de crédit	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
TOTAL DES FRAIS FINANCIERS			\$	\$	\$	\$
IMMOBILISATIONS						
Équipement de production	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Améliorations locatives	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Matériel roulant	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Matériel informatique	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Bâtiment et/ou terrain	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Mobilier et équipement de bureau	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
Frais d'incorporation	\$	0 %	\$	\$	\$	\$
TOTAL DES IMMOBILISATIONS			\$	\$	\$	\$
TOTAL DES FRAIS			\$	\$	\$	\$

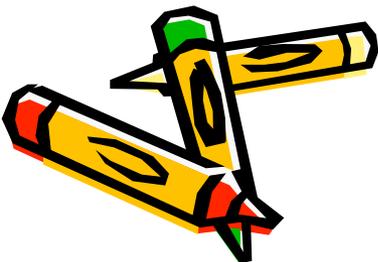
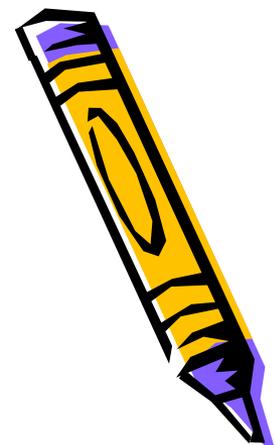
REVENUS

FRAIS FIXES

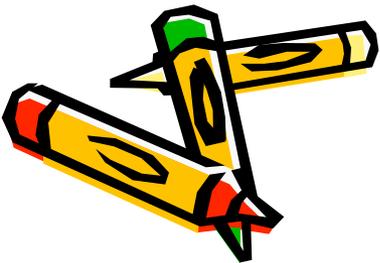
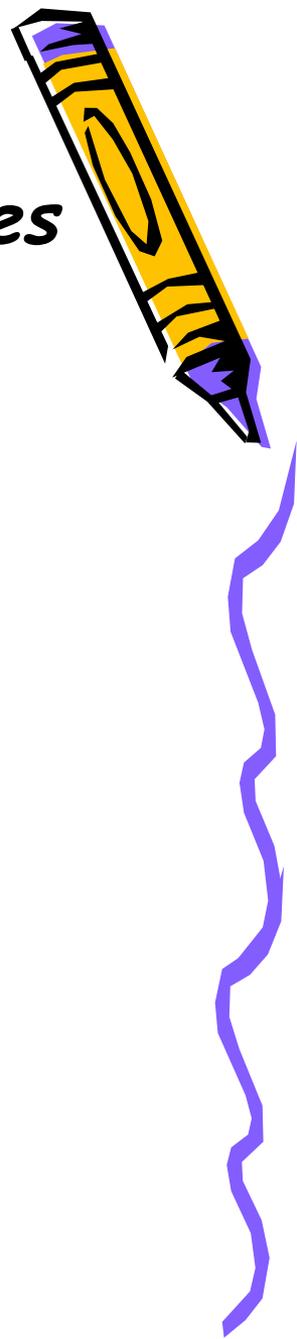
$$I - (\text{FRAIS VARIABLES} / \text{VENTES})$$

SEUIL DE RENTABILITÉ

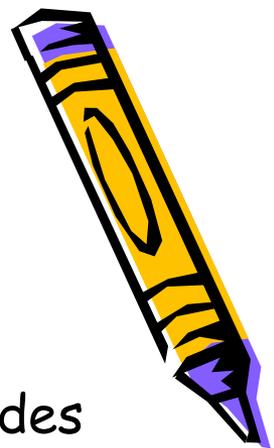
_____ \$ _____ \$



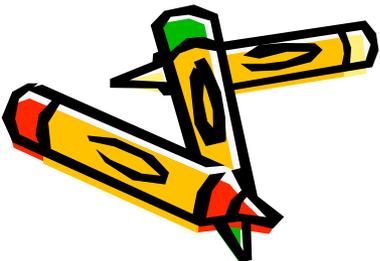
- *Le calendrier de remboursement des prêts*
- *Les hypothèses de base de l'élaboration des prévisions*
- *Le plan de gestion des risques
(scénarios négatifs ou façons de protéger l'entreprise sociale)*



La conclusion



- Les présentations des grands constats, des tendances, des éléments importants de l'entreprise sociale, du montant global, de l'objet du financement demandé.
- La démonstration de la pertinence de l'entreprise sociale et de votre groupe en tant que promoteurs ou promotrices.
- La distinction qui vous permet de démontrer très clairement les retombées sociales et économiques de votre entreprise sociale dans la communauté.
- La confirmation de la viabilité de l'entreprise sociale.



BIBLIOGRAPHIE

- AUBIN, Jean-François, *l'ABC des entreprises collectives*, Solidarité rurale du Québec, 1999, 12 pages.
- BOILY, André, *Guide de planification pour les projets d'économie sociale*, Centre local de développement de la Matawiniw, Rawdon, 1999, 41 pages plus annexes.
- CHANTIER DE L'ÉCONOMIE SOCIALE, LE, *Modèle de plan d'affaires d'une entreprise d'économie sociale*, Annexe 1, 1998
- DELL' ANIELLO, Paul, *Un plan d'affaires gagnant*, Collection Les Affaires, Les Editions TRANSCONTINENTAL Inc., 4e édition, Montréal, 2001, 283 pages incluant les annexes.
- CLD DE QUÉBEC, *Guide de rédaction du plan d'affaires pour les entreprises d'économie sociale*, 25 pages plus annexes.
- RÉSEAU D' INVESTISSEMENT SOCIAL DU QUÉBEC, *Guide d'analyse des entreprises d'économie sociale*, 2003, 62 pages plus annexes et fiches.
- LEWIS, Mike, *Créer de la richesse communautaire—Une ressource pour le développement d'entreprise sociale*, Centre for Community Enterprise, 2006, 73 pages.
- BELLEY, André, DUSSAULT, Louis, LAFERTÉ, Sylvie, *Comment rédiger mon plan d'affaires*, 2e édition, Collection Entreprendre, 2006, 333 pages
- CLD de la Matawinie, *Guide de rédaction de votre plan d'affaires pour votre projet d'entreprise d'économie marchande ou d'économie sociale*, 2003, 55 pages.
- Corporations de développement communautaire, *Plan d'affaires*, 24pages.
- CSMO, Les cahiers des organisations démocratique, 2001, 20 numéros.
- PLUSIEURS SITES INTERNET

