



LE SOMMAIRE EXÉCUTIF DE MON PROJET D'AFFAIRES

préparé par votre équipe du

**Service de développement local et régional (SDLR)
MRC de Matawinie**

3184, 1^{re} Avenue
Rawdon (Québec) J0K 1S0

Téléphone : 450 834-5441
Sans frais : 1 877 834-5222
Télécopieur : 450 834-6560

www.mrcmatawinie.org

Le sommaire exécutif de mon projet d'affaires ¹

Votre équipe du *Service de développement local et régional (SDLR)* s'est mobilisée afin de vous préparer ce document qui s'intitule *Le sommaire exécutif de mon projet d'affaires*. Il a été conçu dans l'intention de vous aider à élaborer les grandes lignes de votre projet d'affaires. Une fois ce *sommaire exécutif* complété, il pourra servir d'assise lorsque vous amorcerez la rédaction de votre *Plan d'affaires*.

Table des matières

1. Votre identification	3
a) Vos noms et coordonnées	3
b) Le nom de votre entreprise	3
2. La description de votre projet d'affaires	4
a) Votre mission	4
b) La description de votre projet d'affaires	4
c) Votre secteur d'activité	6
d) Le choix de votre localisation	6
e) Vos besoins en main d'œuvre	7
3. Le marché que vous visez	8
4. La concurrence	9
5. L'échéancier	10
a) Les dates importantes à venir	10
b) Les démarches effectuées	10
6. Les investissements nécessaires	11

¹ © Juillet 2016. Tous droits réservés. Ce document est protégé par la loi des droits d'auteur, il ne peut être reproduit sans l'autorisation écrite du *SDLR de la MRC de Matawinie* sous peine de poursuites.

1. Votre identification

a) Vos noms et coordonnées

Nom 1 : _____

Nom 2 : _____

Nom 3 : _____

Adresse : _____

Ville : _____ Code postal : _____

Tél. maison : _____

Tél. travail : _____

Télécopieur : _____

Courriel : _____

b) Le nom de votre entreprise

Indiquez si vous avez déjà choisi une « dénomination sociale » (un nom) pour votre entreprise ou votre commerce et expliquez sommairement ce choix. Le choix de votre dénomination sociale demeurera pour toute la vie de votre entreprise. Celle-ci constitue un des aspects principaux de votre stratégie de marketing. Malheureusement, cet exercice est trop souvent négligé. Il convient pourtant d'y apporter le plus grand soin.

2. La description de votre projet d'affaires

a) Votre mission

Faites en **une ou deux phrases** une description de votre projet d'affaires. Cet exercice nécessite un bon esprit de concision puisque vous devez exprimer en quelques mots seulement ce que vous seriez normalement tenté d'exposer en long et en large. Le libellé de votre mission vous sera régulièrement utile dans divers documents en plus de représenter la philosophie qui vous guidera de manière quotidienne dans la réalisation de votre projet.

b) La description de votre projet d'affaires

Faites maintenant une description **détaillée** de votre projet : la nature de votre entreprise devrait figurer dans cette description : entreprise de services, commerce de détail, industrie, etc. Spécifiez s'il s'agit d'une création d'entreprise, d'un projet d'expansion ou de l'acquisition d'une entreprise existante. Décrivez également votre produit ainsi que son utilisation (à quoi il sert) ou les services que vous souhaitez offrir ainsi que leur utilité (à quoi ils servent).

e) Vos besoins en main-d'œuvre

Si vous le savez, dites si des emplois seront créés et combien. Pour chaque poste, veuillez préciser :

- TITRE : indiquez le nom du poste qui sera créé ou le titre;
- NOMBRE : précisez le nombre d'emplois créés pour ce poste (exemples : un directeur général, deux adjoints administratifs, trois secrétaires);
- TRAITEMENT : spécifiez le tarif horaire ou le salaire annuel;
- PÉRIODE : stipulez qu'il s'agit d'un emploi à temps complet, ou mentionnez la période de la semaine ou de l'année pendant laquelle le poste sera effectif s'il s'agit d'un emploi à temps partiel ou saisonnier;
- EMBAUCHE : indiquez le moment prévu de l'embauche (exemple : sept. 2005).

Titre : _____ Nombre : _____

Traitement : _____

Période : _____ Embauche : _____

Titre : _____ Nombre : _____

Traitement : _____

Période : _____ Embauche : _____

Titre : _____ Nombre : _____

Traitement : _____

Période : _____ Embauche : _____

Titre : _____ Nombre : _____

Traitement : _____

Période : _____ Embauche : _____

Titre : _____ Nombre : _____

Traitement : _____

Période : _____ Embauche : _____

3. Le marché que vous visez

Votre produit ou vos services s'adressent certainement à une ou plusieurs **familles de clientèles ou groupes de consommateurs** qui possèdent certaines caractéristiques en commun; on parle de « segments de marché ». Vous pouvez décrire jusqu'à trois segments de marché.

Vos segments de marché peuvent être composés d'entreprises ou d'individus; dans chaque cas, des distinctions peuvent être apportées selon que vos clients seront :

DES ENTREPRISES : cette explication s'applique à vous si vos clients sont constitués d'entreprises, d'organismes ou d'organisations au lieu d'individus; ce sera votre cas si, par exemple, vous planifiez offrir des services de secrétariat puisque vos clients seront pour la plupart des entreprises et non des individus;

DES INDIVIDUS : cette explication s'adresse à vous si vos clients sont constitués d'individus ou de particuliers; c'est votre cas notamment si vous comptez exploiter un commerce de détail pour des produits de consommation courante puisque vos clients seront vraisemblablement des particuliers.

Dans un premier temps, identifiez **le nom** de chacun de vos principaux segments de marché. Ensuite, décrivez **le profil** de chaque segment : il s'agit des caractéristiques qu'ont en commun les entreprises (types d'entreprises ou d'organisations, secteurs d'activités, tailles des entreprises, produits ou services offerts, etc.) ou les individus (âges moyens, répartitions hommes vs femmes, professions, niveaux de revenus, goûts et habitudes de vie, etc.) qui constituent chaque segment. Précisez finalement **la couverture géographique**, soit le ou les secteurs géographiques à l'intérieur desquels ces entreprises ou ces individus sont situés.

Nom du segment : _____

Profil du segment : _____

Couverture géo. : _____

Nom du segment : _____

Profil du segment : _____

Couverture géo. : _____

Nom du segment : _____

Profil du segment : _____

Couverture géo. : _____

4. La concurrence

Il serait surprenant que votre entreprise soit la seule à opérer à l'intérieur de son secteur d'activité. Indiquez le nom de vos principaux concurrents et désignez la localité dans laquelle ils se trouvent ainsi que la distance à laquelle ils sont situés par rapport à votre établissement.

5. L'échéancier

a) Les dates importantes à venir

Veillez préciser la date des prochaines étapes importantes ou les objectifs que vous vous êtes fixés dans le temps. Il peut, par exemple, s'agir de la date de :

- La constitution légale de votre entreprise;
- L'obtention de votre financement;
- L'acquisition de l'entreprise que vous convoitez ou son ouverture officielle;
- L'engagement de votre main d'œuvre.

b) Les démarches effectuées

Veillez décrire sommairement les principales démarches que vous avez effectuées dans le but d'obtenir un financement pour votre projet.

6. Les investissements nécessaires

Répartissez les montants de chacun des investissements reliés à la réalisation de votre projet dans la bonne colonne.

EN MAIN : il s'agit des investissements que vous avez effectués dans le passé ou la valeur marchande des biens que vous possédez et que vous comptez céder à votre entreprise (transferts d'actifs);

À VENIR : il s'agit des investissements qui ne sont pas encore faits et que vous comptez effectuer (ces actifs devront être financés).

FONDS DE ROULEMENT

L'inventaire de départ, « stocks » ou vos matières premières; précisez par catégorie :

	EN MAIN		À VENIR
_____	_____	\$	_____ \$
_____	_____	\$	_____ \$
_____	_____	\$	_____ \$

IMMOBILISATIONS SERVANT À L'ENTREPRISE

Terrain

EN MAIN		À VENIR
_____	\$	_____ \$

Bâtiment

_____	\$	_____ \$
-------	----	----------

Machinerie

_____	\$	_____ \$
-------	----	----------

Matériel roulant (auto, camion); précisez :

_____	_____	\$	_____ \$
_____	_____	\$	_____ \$

Équipement informatique; précisez :

_____	_____	\$	_____ \$
_____	_____	\$	_____ \$

Équipement et outillage; précisez :

_____	_____	\$	_____ \$
_____	_____	\$	_____ \$

Mobilier (bureaux, étagères, etc.); précisez :

_____	_____	\$	_____ \$
_____	_____	\$	_____ \$

Améliorations locatives (aménagement et finition de l'établissement) :

_____	_____	\$	_____ \$
-------	-------	----	----------

AUTRES FRAIS DE DÉMARRAGE

	EN MAIN	À VENIR
Frais d'incorporation ou d'immatriculation	_____ \$	_____ \$
Permis, licences et taxes de départ; précisez :		
_____	_____ \$	_____ \$
_____	_____ \$	_____ \$
Le téléphone (coûts d'acquisition ou d'installation d'un système téléphonique, dépôt de garantie, achat d'équipement)	_____ \$	_____ \$
L'électricité (coûts d'installation d'une ligne électrique ou de poteaux électriques, dépôt de garantie, achat d'équipement)	_____ \$	_____ \$
Les fournitures de bureau de départ (papeterie)	_____ \$	_____ \$
Loyer (le dépôt seulement)	_____ \$	_____ \$
Les honoraires professionnels engagés avant ou dans les premiers mois du lancement	_____ \$	_____ \$
L'abonnement à différentes associations	_____ \$	_____ \$
Les assurances : feu, vol, responsabilité, véhicule, salaire, etc.	_____ \$	_____ \$
Les investissements de départ en publicité et les frais promotionnels (cartes professionnelles, dépliants)	_____ \$	_____ \$
Autres frais de démarrage; précisez :		
_____	_____ \$	_____ \$
_____	_____ \$	_____ \$
_____	_____ \$	_____ \$
_____	_____ \$	_____ \$

RÉCAPITULATION DES INVESTISSEMENTS

	EN MAIN	À VENIR
Fonds de roulement	_____ \$	_____ \$
Immobilisations servant à l'entreprise	_____ \$	_____ \$
Autres frais de démarrage	_____ \$	_____ \$
Total des investissements nécessaires	_____ \$	_____ \$