

La rédiger d'un Plan d'affaires

French/Français



idée

planification

stratégie

succès

Un guide étape par étape pour réussir

TABLE DES MATIÈRES

CENTRES DE DÉVELOPPEMENT DES PETITES ENTREPRISES DU MAINE	1
PAGE DE GARDE	3
RÉSUMÉ ANALYTIQUE	4
TABLE DES MATIÈRES	5
DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE	6
FONCTIONNEMENT ET EMPLACEMENT	7
PRODUCTS ET SERVICES	8
ANALYSE DU MARCHÉ/SECTEUR D'ACTIVITÉ	9
LA CONCURRENCE	10
STRATÉGIE MARKETING	11
GESTION	12
LES FINANCES	13
ANNEXE	18

Avis de non-responsabilité : Les entreprises utilisées dans le présent document sont des entreprises fictives créées par le Centre de développement des petites entreprises du Maine (SBDC du Maine) pour illustrer les principales composantes du plan d'affaires. Ces informations ne visent à dépendre, ni à représenter une quelconque entreprise connue. Toute ressemblance ou similitude avec toute autre entreprise réelle n'est que pure coïncidence. Le présent document est conçu à des fins éducatives uniquement.



Centres de développement des petites entreprises du Maine

Construire l'avenir de Maine, une entreprise à la fois

Si vous pensez à **rédiger un Plan d'affaires**, vous devez vous poser de nombreuses questions. Et c'est plutôt bon signe. Vous souhaitez réussir et vous sentir compétent et confiant vis-à-vis de ce que vous êtes sur le point de faire. **C'est très important.** Le Centre de développement des petites entreprises du Maine (SBDC Maine) le comprend.

Nous pouvons vous aider. Depuis 1977, le **SBDC Maine** fournit gratuitement des conseils aux petites entreprises et aux entrepreneurs du Maine. Nous avons dans nos rangs des conseillers d'entreprise certifiés, expérimentés et compétents, qui peuvent aider les entreprises à tous les niveaux de développement, en leur fournissant une assistance confidentielle et personnalisée en matière de développement d'entreprises – **sans frais.**

C'est la raison pour laquelle nous avons développé le présent outil pour vous. La rédaction d'un plan d'affaires est une étape importante dans le processus de démarrage ou d'expansion d'une entreprise. Il aide le(s) propriétaire(s) de l'entreprise en organisant les informations qui décrivent l'entreprise et son fonctionnement. À ce titre, il devient un guide pour la création de plans stratégiques visant à développer une entreprise ou à mieux gérer une entreprise existante. Un plan d'affaires fournit également les informations à présenter à une banque ou à un autre investisseur pour obtenir un prêt. Que vous utilisiez vos capitaux propres ou des fonds empruntés pour lancer ou développer votre entreprise, il est essentiel de présenter des informations fiables et complètes dans un plan d'affaires.

Pour tirer le meilleur parti de cet outil, il est préférable de l'utiliser conjointement avec un conseiller commercial ou tout autre professionnel en affaires du SBDC Maine.

Nos centres sont situés à travers tout l'État. Vous pouvez nous appeler directement au numéro **800-679-7232** pour savoir comment nous pouvons vous aider ou vous rendre sur notre site Web, à l'adresse : **www.mainesbdc.org** pour obtenir plus d'informations ou pour **Demander des conseils.**

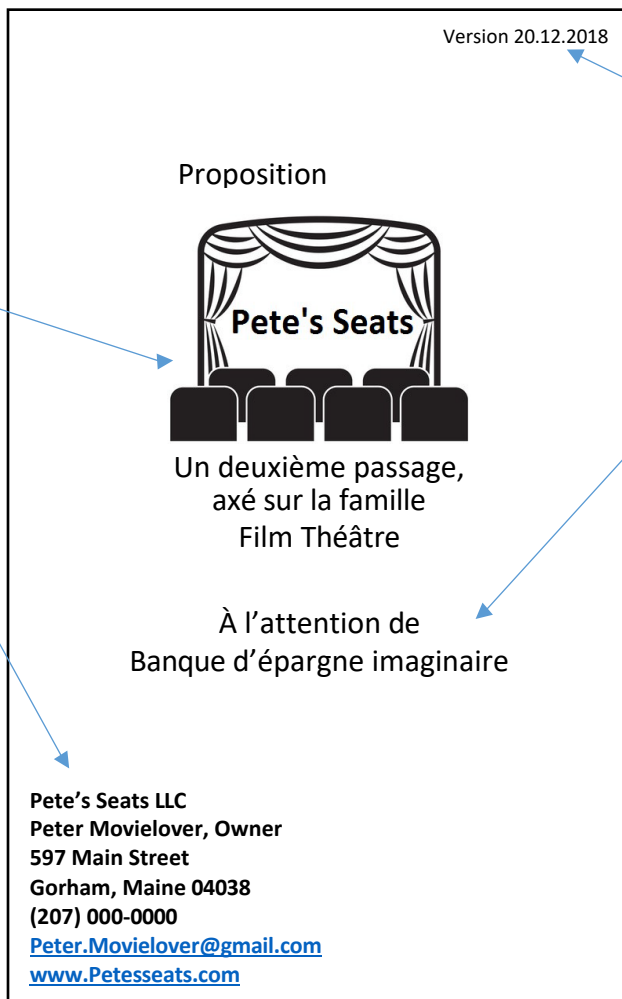
Page de garde

La page de garde est un élément souvent négligé dans de nombreux guides de plans d'affaires. La page de garde est le premier point de contact entre votre entreprise et tout prêteur, souscripteur, capital ou source de financement potentiels. Votre page de garde doit avoir un aspect soigné, attrayant et concis.

La page de garde fait office de carte de visite pour votre entreprise. Elle présente les informations essentielles pour permettre à quiconque de savoir comment vous contacter.

Assurez-vous que le nom de votre entreprise est bien présenté au centre et mis en évidence. Si cette proposition est déposée sur une table, vous voudrez qu'elle attire l'attention dès le premier coup d'œil.

N'oubliez pas d'indiquer vos coordonnées. Obtenir vos coordonnées ne doit pas relever du parcours d'un combattant pour un lecteur. Mettez ces informations à leur disposition.



À mesure que vous élaborerez le plan d'affaires, vous devez noter quelle version est la plus à jour. Cela vous aidera à vous assurer que toutes les parties prenantes ont la même version.

Identifiez et personnalisez le plan d'affaires en fonction de la personne à qui vous allez le soumettre.

Les plans d'affaires sont généralement élaborés et rédigés pour deux principales raisons :

- Un guide de fonctionnement : un guide interne qui **VOUS** aide à comprendre votre entreprise
- Une proposition financière : un guide externe pour aider les **AUTRES** à comprendre votre entreprise.

Assurez-vous donc de présenter votre page de garde de manière appropriée.

Pour les propriétaires d'entreprise qui préfèrent que leurs plans d'affaires restent strictement confidentiels, il est possible d'ajouter un avis de non-responsabilité à la page de garde dans ce sens : « Le présent plan d'affaires a été soumis sur une base confidentielle à des personnes dûment sélectionnées. Ce plan d'affaires ne doit en aucun cas être reproduit, ou divulgué à une tierce personne sans l'autorisation explicite de l'auteur. »

Les astuces du métier : Utilisez une couverture en plastique transparent lorsque vous rassemblez le plan d'affaires dans un classeur en vue de le présenter à la banque. De cette manière, si le plan d'affaires est posé sur un bureau, la page de couverture sera facilement visible et attirera l'attention.

Résumé analytique

Le résumé analytique est en général la première section du plan d'affaires qu'un financeur potentiel lira. Il est donc important qu'il contienne assez d'informations pour permettre au lecteur de comprendre votre entreprise et être intéressé à faire partie de votre aventure. Quel que soit l'ordre dans lequel vous remplissez les sections du plan d'affaires, le résumé analytique doit toujours être la section qui est révisée en dernier avant que le plan ne soit soumis au financeur.

Le résumé analytique doit résumer (sans les répéter) les éléments du plan d'affaires global.

Le résumé analytique doit répondre aux questions de fond :

Les Quoi, Pourquoi, Qui, Quand et Où de votre entreprise.

Les trois principaux styles de rédaction que vous pouvez utiliser pour rédiger un résumé analytique sont les suivants :

- A) **Le Résumé Synopsis (le plus courant)** : il résume le plan d'affaires dans son ensemble, en mettant l'accent sur le concept et les activités de l'entreprise.
- B) **Le Résumé narratif** : il est davantage présenté sous forme d'histoire, avec un accent mis sur le problème et le concept.
- C) **La lettre de motivation** : elle est assez proche du résumé synopsis, mais est rédigée dans un langage formel.

Résumé analytique

Pour une famille américaine typique de trois personnes, le coût moyen d'une sortie au cinéma en soirée dans la région du Grand Portland est de 35,85 \$, uniquement pour les billets. Un grand pop-corn et un soda coûteront 20 \$ de plus en moyenne. Ces tarifs ont rendu le coût des sorties au cinéma extrêmement prohibitif, ce qui a incité les familles à investir dans des téléviseurs haut de gamme et dans des services de cinéma ou de streaming à domicile.

Pete's Seats est une proposition de cinéma familial de deuxième classe pour la région du Grand Portland. Peter Movielover, propriétaire unique et gérant, mettra à profit ses 19 années d'expérience dans l'industrie du cinéma pour créer cette entreprise florissante de type SARL à membre unique.

Pete's Seats sera un cinéma de deuxième diffusion à trois écrans, ce qui signifie que les films diffusés seront des films déjà diffusés dans des cinémas de première diffusion, mais pas encore disponible en DVD ou en streaming. Dans ce cas, les licences de diffusion de ces films sont beaucoup moins onéreuses que dans le cas des cinémas de première diffusion. Cette politique permettra à Pete's Seats de proposer des billets de cinéma en soirée à 5 \$ par personne tout en conservant une marge bénéficiaire raisonnable.

Pour la création de Pete's Seats, un budget total de 653 000 \$ sera nécessaire, Peter Movielover devant apporter en capitaux propres le montant de 130 600 \$ (20 %) et un prêt sur 15 ans de l'Imaginary Savings Bank à hauteur de 522 400 \$ (80 %). Une partie de ce montant, soit 300 000 \$, sera utilisée pour l'achat d'un bâtiment, 200 000 \$ seront nécessaires pour rénover le bâtiment et en faire un théâtre, 120 000 \$ seront nécessaires pour l'équipement et le mobilier, et les fonds restant, soit 33 000 \$, serviront de fonds de roulement. Le bâtiment et les équipements (dont la valeur finale est estimée à 620 000 \$) serviront de garantie pour le prêt.

Page 1

Celui qui rencontre le plus de succès est le Résumé synopsis, et il comprend trois éléments :

- 1) Un problème clairement énoncé ou une description des conditions actuelles ayant suscité le besoin de votre produit ou service.
- 2) Présente et explique en quoi l'entreprise se positionnera comme une solution, et fournit les informations générales relatives à la structure de l'entreprise.
- 3) Souligne les détails du prêt, notamment le montant total du prêt, l'utilisation succincte des fonds, la garantie du prêt et les parties prenantes à l'opération.

Vous devez rédiger le Résumé analytique de manière à ce qu'il soit enthousiaste, professionnel, complet et concis. Il ne devrait pas s'étendre sur plus de deux pages.

Dans le cas d'une nouvelle entreprise, votre Résumé analytique doit expliquer pourquoi votre nouveau produit ou service est nécessaire et sera un succès. Qu'est-ce que vous offrez d'unique ? Pour les entreprises déjà existantes ou en expansion, votre Résumé analytique doit expliquer pourquoi votre entreprise continuera à être prospère.

Les astuces du métier : Lorsque vous enregistrez la version électronique finale de votre plan, enregistrez-la toujours au format PDF. De cette façon, quel que soit le logiciel utilisé pour ouvrir le plan d'affaires (Mac, Windows, Android), tout le formatage sera conforme à votre intention.

Table des matières

La Table des matières est un moyen de permettre à votre lecteur de comprendre quelles informations seront contenues dans le plan d'affaires et où les trouver. La Table des matières est un guide utile qui permet aux lecteurs d'identifier et de trouver des informations particulières sur votre plan sans avoir à parcourir chaque page de l'ensemble du document. Une banque ou un prêteur lira en premier lieu le Résumé analytique, puis s'intéressera souvent à une partie particulière du plan d'affaires, le plus souvent la section financière.

La Table des matières doit être simple.

La Table des matières est un moyen rapide pour le lecteur de vérifier si vous avez abordé toutes les informations dont il aura besoin pour prendre une décision éclairée.

La dernière section du Plan d'affaires comprendra une annexe dans laquelle vous pourrez fournir toutes les informations supplémentaires concernant votre entreprise.

Table des matières	
Résumé analytique	1
Table des matières	2
Description de l'entreprise	3
Fonctionnement et Emplacement	4
Produits et Services	5
Analyse du marché et du secteur	6
Concurrence	7
Stratégie marketing	8
Gestion	9
Les finances	10-14
a. Source et Utilisation des Fonds	10
b. Le Compte de résultats	11
c. Tableau des flux de trésorerie	12
d. Bilan	13
e. Analyse du seuil de rentabilité/Ratios	14
Annexe	15

Page 2

N'oubliez pas de numéroter correctement les pages de votre Plan d'affaires afin qu'elles correspondent à la Table des matières.

La Section financière du Plan d'affaires comprendra plusieurs formulaires. Cette section est sans doute l'une des plus importantes du plan d'affaires. Vous devez donc montrer au lecteur que vous comprenez et que vous disposez des informations dont il aura besoin.

Vous trouverez ci-dessous un exemple de Table des matières. Votre entreprise peut avoir plus ou moins de composants en fonction de leur pertinence pour votre activité. Comme indiqué ci-dessus, la Section financière du plan d'affaires est une section qui est très examinée par les prêteurs. Il arrive souvent qu'un prêteur lise d'abord le Résumé analytique pour se faire une idée de la nature de votre projet d'entreprise, puis passe immédiatement à la Section Financière. Pour cette raison, nous suggérons de placer la Section Financière en toute fin du document. De ce manière, le lecteur parcourra tout le travail qui a été fait à mesure qu'il feuillettera le document vers le Plan d'affaires.

Les astuces du métier : Vous devez toujours COMMENCER le Plan d'affaire par le Résumé analytique et NON pas la Table des matières, car la Table des matières n'est pas de nature à accrocher l'attention du lecteur.

Description de l'entreprise

La Section relative à la description de l'entreprise doit présenter les multiples aspects juridiques et techniques de l'entreprise. Cette section doit répondre à la question « quoi » de l'entreprise. Elle doit indiquer la structure organisationnelle de l'entreprise, les principaux propriétaires et leur relation, ainsi que le secteur d'activité dans lequel l'entreprise opère. Il s'agit notamment de tous les permis, licences, assurances et/ou réglementations pertinents dont l'entreprise a besoin pour fonctionner.

La Description de l'entreprise doit décrire le propriétaire de l'entreprise, indiquer clairement le type d'entité et fournir une adresse pour indiquer l'emplacement futur de l'entreprise.

De nombreuses entreprises souhaitent réfléchir à leur Déclaration de mission. De manière générale, une Déclaration de mission se fait en moins de 30 mots et est un condensé des réponses aux questions suivantes :

- Que faisons-nous ?
- Comment le faisons-nous ?
- Pour qui le faisons-nous ?
- Quelle est la valeur ajoutée ?

Votre Déclaration de mission vous aidera à vous concentrer sur ce qui est le plus important pour le fonctionnement de l'entreprise.

Description de l'entreprise

La Déclaration de mission Pete's Seats proposera aux cinéphiles à la recherche d'un bon rapport qualité-prix une expérience supérieure, telle qu'elle est traditionnellement proposée dans les films de première diffusion, en leur proposant de regarder des films de deuxième diffusion à un prix abordable.

Pete's Seats sera une société à responsabilité limitée à un seul membre, enregistrée dans l'État du Maine. Pete's Seats prévoit de débiter ses activités en juin 2019. Peter Movielover sera l'unique propriétaire et gestionnaire de l'entreprise à 100 %. La société demandera à être imposée comme une Société S par l'IRS. Peter Movielover sera un employé salarié de l'entreprise. Le site proposé pour Pete's Seats est situé au 597 Main Street, Gorham, Maine 04038.

Pete's Seats sera un cinéma de deuxième diffusion avec 3 écrans et une activité de vente au détail avec un service et des options de restauration limités. À ce titre, Pete's Seats disposera d'un certificat relatif aux impôts sur les ventes, il obtiendra une licence des distributeurs pour projeter des films en deuxième diffusion, il obtiendra les licences alimentaires appropriées pour servir des concessions et il s'assurera que toutes les questions de sécurité des personnes sont prises en compte lors de l'aménagement du cinéma. La ville de Gorham a déjà émis une approbation préliminaire pour un permis d'utilisation de l'espace et attend les dessins d'architecture pour les approuver. Selon les estimations, l'obtention des licences et permis restants prendra environ 5 mois.

Pete's Seats bénéficiera d'une assurance complète et a obtenu un devis de la compagnie d'assurance Movie'sRUS.

Page 3

Dans le premier paragraphe, on trouvera beaucoup d'informations sur la législation et la propriété importantes pour le prêteur. Notez que votre entreprise ne doit pas nécessairement être constituée avant que vous ne soumettiez votre proposition à la banque.

Vous devrez effectuer des recherches sur les permis, les licences ou les réglementations nécessaires à l'ouverture de votre entreprise. Le lecteur peut ainsi se faire une idée des progrès que vous avez accomplis ou des délais que vous prévoyez pour terminer le projet.

Si vous rédigez ce plan pour une entreprise existante, vous devez décrire l'historique de l'entreprise. Quand l'entreprise a-t-elle été créée ? Quelle est la nouvelle tendance ? L'entreprise se porte-t-elle bien ? En général, vous examinez l'historique des trois dernières années et en déduisez des observations sur la façon dont l'entreprise s'est comportée, comment vous pensez qu'elle se comportera à l'avenir et pourquoi. Quels sont les changements (le cas échéant) que vous envisagez d'apporter ?

Si vous rachetez l'entreprise, vous devez aborder les sujets ci-dessus et vous expliquer le prix de l'entreprise et la façon dont vous êtes arrivé à ce chiffre (c'est-à-dire la ventilation pour le bâtiment, les améliorations, l'équipement, l'inventaire, le fonds de commerce, etc.)

Les astuces du métier : Si votre activité est saisonnière, la description de l'activité doit en faire mention. Et cet aspect doit être pris en compte dans les projections de la Section Financière

Fonctionnement et emplacement

La section sur le fonctionnement et l'emplacement doit permettre au lecteur de mieux comprendre la gestion quotidienne de l'entreprise. Cette section doit répondre à la question : à quel moment l'entreprise est-elle en activité et quelle est la dotation en personnel nécessaire pour fonctionner pleinement ? Elle doit également présenter des informations concernant l'intérêt de l'emplacement et des détails de base relatifs à l'emplacement.

Cette section a pour objectif de vous aider à comprendre combien de temps votre entreprise sera ouverte au cours d'une semaine donnée et quel sera le nombre d'employés que vous devrez avoir à disposition pendant ces périodes. En outre, cette section devrait vous aider à vous pencher sur les spécificités de l'emplacement.

Vous devrez déterminer le nombre d'employés à embaucher. Cela peut s'avérer difficile et nous suggérons souvent au futur propriétaire de l'entreprise d'élaborer un calendrier d'employés fictif pour une semaine afin de garantir une couverture adéquate pour les heures de fonctionnement de l'entreprise.

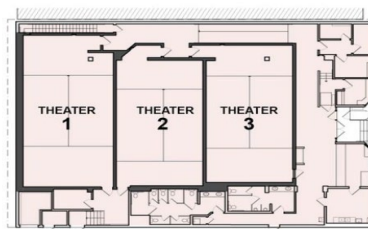
Fonctionnement et emplacement

Pete's Seats fonctionnera 7 jours sur 7. Les heures normales de fonctionnement du lundi au samedi seront de 11 h 00 à minuit, les portes s'ouvrant au public à 11 h 30 et fermant à 22 h 00. Le dimanche, les heures d'ouverture seront de 11 h 00 à 22 h 00, les portes étant ouvertes au public à 11 h 30 et fermées à 20 h 00. Pete's Seats mettra les salles de cinéma en location et pour l'organisation d'événements spéciaux en dehors des heures d'ouverture, selon les besoins.

Pete's Seats aura besoin de 5 employés à temps plein et de 3 employés à temps partiel. Les employés à temps plein seront composés d'un gérant (propriétaire), d'un gérant adjoint, de deux personnes chargées des concessions et de deux placiers à temps plein. Les trois employés à temps partiel seront des agents flottants qui occuperont les postes de placiers et de concessionnaires en fonction des besoins. Le salaire du personnel est fixé à 12 dollars par heure, au minimum.

Pete's Seats sera situé au 597 Main Street, Gorham Maine. Pete's Seats sera propriétaire du bâtiment à vocation commerciale, qui respecte les règles de sécurité incendie et les exigences en matière de stationnement. Selon le rapport de circulation du MDOT, plus de 10 000 voitures passent devant ce site chaque jour. Cet emplacement est situé à 15 km du centre-ville de Portland et à 5 km du Gorham Center. Il s'agit d'une zone en pleine expansion.

Le bâtiment est actuellement un immeuble commercial de 2 000 m². Les travaux de rénovation visant à améliorer et à équiper l'installation pour accueillir 3 écrans (425 sièges), des toilettes, un bureau, un entrepôt et une zone de concessions sont estimés à 320 000 \$. Veuillez vous reporter à l'annexe pour les plans détaillés, les devis des entrepreneurs et la liste des équipements et du mobilier.



Page 4

Le premier paragraphe doit indiquer clairement à quelle heure l'entreprise sera ouverte pour ses activités normales pendant une semaine ou une période donnée.

La section « Emplacement » de cette page doit mettre en évidence certaines informations de base, comme le statut de locataire ou de propriétaire, le nombre de véhicules, le zonage et la proximité d'autres attractions (comme un grand centre-ville). Si vous comptez fonctionner uniquement en ligne, vous devez relever le fait qu'un emplacement physique n'est pas un facteur déterminant pour l'entreprise.

En ajoutant des photos de l'aménagement proposé ou une petite carte locale, le lecteur peut se faire une meilleure idée de l'aspect de l'entreprise ou de son emplacement.

Si vous rédigez ce plan pour une entreprise existante, vous devrez décrire les activités actuelles et tout changement futur. L'entreprise va-t-elle développer ses services ou ses produits ? Y aura-t-il une augmentation ou une diminution des besoins en personnel ? Comptez-vous changer l'emplacement de l'entreprise ?

Si vous n'avez pas encore déterminé votre emplacement, vous pouvez dresser une liste des zones répondant à vos critères, comme suit : « L'emplacement de l'entreprise proposée sera... à moins de xx kilomètres du centre-ville de Portland, ou sera situé sur une route dont le trafic quotidien moyen est de xxx, ou sera situé dans un bâtiment dont le coût moyen par mètre carré est de xx ».

Les astuces du métier : Le personnel et l'emplacement peuvent être à l'origine du succès ou de la chute d'une entreprise. Très souvent, les propriétaires d'entreprises essaient de « faire en sorte que ça marche », pourtant ils auraient dû prendre plus de temps pour faire de meilleurs choix dès le début.

Produits et Services

La Section « Produits et Services » doit décrire ce que votre entreprise offre. Vous pouvez ouvrir cette section en présentant le principal produit ou service qui sera offert par votre entreprise. L'offre principale de votre entreprise est généralement le produit ou le service qui génère le plus de revenus pour l'entreprise ou ce à quoi un client pense en premier lieu à l'évocation de votre entreprise. Veillez à ce que le lecteur comprenne parfaitement ce que vous comptez faire et comment. Le prix que vous proposez pour vos produits ou services doit être mentionné dans cette section.

Vous pouvez ouvrir cette section en réaffirmant l'offre unique de votre entreprise. L'offre unique est le produit ou le service que vous proposez et qui confère une longueur d'avance à votre entreprise.

Assurez-vous que le prix que vous appliquerez à votre produit ou service couvre les éléments suivants :

- Les coûts de matériau ou des ingrédients
- Les coûts de la main d'œuvre
- Les frais généraux
- Les impôts (estimés à 25-30 %)
- la Marge bénéficiaire nécessaire

Étant donné que les dépenses de l'entreprise augmentent avec le temps, n'oubliez pas d'instaurer une augmentation régulière des prix à partir d'un moment donné.

Produits et Services

Pete's Seats offre principalement l'expérience traditionnelle du cinéma pour les longs métrages les plus populaires. Cette expérience sera la même que celle d'un cinéma de première diffusion, mais à un prix réduit.

Les films projetés seront généralement des films sortis en avant première dans les cinémas de première diffusion et juste avant d'être disponible en streaming. En moyenne, cette période court de 1 mois à partir de la première du film dans les salles de cinéma de première diffusion et se termine 2 à 3 mois après la première. Pete's Seats obtiendra des licences et des films par le biais de Criterion, Swank et MPLC (veuillez vous reporter à l'annexe pour les prix). Tous les billets seront vendus au prix de 5 \$ par personne et devraient augmenter de 0,25 \$ tous les deux ans.

Pete's Seats proposera des fauteuils confortables. En raison de l'importance des sièges, Pete's Seats prévoit d'acheter des sièges de niveau moyen à élevé plutôt que des sièges de bas niveau (voir l'annexe pour les prix).

Pete's Seats fera fonctionner le cinéma en utilisant uniquement des films et des caméras numériques. Cette solution permettra de réduire considérablement le coût des films traditionnels en bobine qui nécessitent d'être expédiés et demandent une sécurité supplémentaire et un assemblage manuel. Au lieu de cela, Pete's Seats pourra télécharger les films après avoir obtenu des licences. La dimension numérique permettra à Pete's Seats de proposer davantage de services, tels que des soirées de jeux.

Pete's Seats proposera des produits dérivés tels que du pop-corn, des sodas et des bonbons (voir l'annexe pour le menu et les prix proposés). Pete's Seats travaillera avec un fournisseur de Boston, dans le Massachusetts, pour obtenir des boissons en fontaine, des serviettes, des pailles, des gobelets, des sacs de pop-corn, des bonbons et des ingrédients destinés à la production de pop-corn. Pete's Seats utilisera Square comme système de point de vente. Le service classique d'un grand pop-corn et d'un grand soda coûtera 12,50 \$ avec un coût moyen des marchandises de 15 %.

Pete's Seats entend offrir la possibilité de louer le cinéma pendant les heures de fermeture et éventuellement un écran pendant les heures normales. Les frais de location d'un cinéma s'élèvent généralement à 250 dollars par heure ou à 300 dollars par film de 90 minutes.

Page 5

S'il est vrai que vous pouvez mentionner les coûts, cette section doit principalement porter sur votre modèle de RECETTES. Il serait préférable de détailler les coûts dans les projections financières et de les étayer par des documents joints en annexe. Par ailleurs, certaines entreprises indiquent leur marge bénéficiaire prévisionnelle en plus de leurs prix dans cette section.

Les spécifications techniques, les dessins, les photos, les exemples de menus, les brochures de vente et autres éléments volumineux peuvent être notés et placés en Annexe.

Après avoir présenté le produit ou le service qui apporte le revenu principal de l'entreprise, vous pouvez ensuite entrer dans le détail de tout produit ou service supplémentaire qui apportera des revenus supplémentaires.

Cette partie du plan est pratiquement la même, que ce soit pour une nouvelle entreprise ou une entreprise existante. Pour cette section, vous devez être l'expert mais parler en termes simples. Évitez d'utiliser des mots ou des termes trop spécifiques au secteur ou trop spécialisés. Si vous devez utiliser de tels termes, assurez-vous de faire comprendre leur signification lors de la première occurrence. Partez du principe que le lecteur ne dispose pas de connaissances de votre secteur d'activité. Certaines entreprises préfèrent rédiger cette section comme si elles s'adressaient à un nouveau client potentiel.

Les astuces du métier : Certaines entreprises se sentent tenues d'offrir leurs produits ou leurs services à un tarif réduit pour gagner de l'argent La pénétration du marché dès le début. Plutôt que de proposer un prix plus bas, proposez plutôt une remise temporaire. De cette façon, vous offrez une valeur supplémentaire au client, un rabais constitue une stratégie de marketing facile, et tout le monde comprend ce que vos produits ou services doivent valoir normalement.

Analyse du marché et du secteur

La Section relative à l'analyse du marché et du secteur d'activité devrait aider le lecteur à comprendre les notions de base liées à votre secteur d'activité. Cette section se charge d'identifier le marché, sa taille, son potentiel de croissance et les tendances du secteur. Voici quelques exemples d'informations à inclure : la taille relative (généralement exprimée par le montant total généré par an), les ventes récentes ou les tendances de croissance, et les perspectives de croissance future.

Les entreprises doivent considérer cette section comme un entonnoir. Commencez par donner une vue d'ensemble du secteur, puis concentrez-vous peu à peu sur votre marché commercial en descendant la page. Par exemple :

Tendances du secteur au niveau national ;
Tendances en Nouvelle-Angleterre ; Tendances dans le Maine
Tendances régionales

Les entreprises opérant exclusivement en ligne ou les entreprises internationales peuvent avoir une vision encore plus large, en commençant par le marché mondial, puis en se limitant au marché qu'elles prévoient de servir ou auquel elles pensent expédier les produits en priorité.

Analyse du marché et du secteur

Selon IBISworld.com (octobre 2018), l'industrie américaine des cinémas (code SCIAN 512131) a connu une croissance au cours des 5 dernières années. L'année 2018 en particulier a été fructueuse, Forbes.com évoquait en juillet 2018 une hausse de près de 8 % des ventes au box-office par rapport à 2017 et un chiffre d'affaires de 18 milliards de dollars en 2018. Un rapport de 2018 de Movie Analysis indique que les revenus annuels de l'industrie sont estimés à 3,1 %.

Suivant un rapport de SBDC.net obtenu auprès du Centre de développement des petites entreprises du Maine, les cinémas de la Nouvelle-Angleterre ont connu une augmentation disproportionnée au cours des trois dernières années en comparaison au reste du pays. Dans un article de Movie Critics figurant dans le rapport de SBDC.net, il est indiqué que l'industrie du cinéma en Nouvelle-Angleterre devrait connaître une croissance de 4 à 5 % par an, le client moyen dépensant 30 dollars par visite.

La tendance nationale est à la baisse de -0,2 % en ce qui concerne le nombre d'entreprises œuvrant dans l'industrie du cinéma. Cependant, selon l'US Census Factfinder, le nombre d'entreprises du secteur du cinéma dans le Maine est resté stable à 33 au cours de ces 5 dernières années.

Des recherches plus poussées ont révélé que la plupart des clients du Maine voyagent en moyenne pendant 20 à 25 minutes (environ 25 km) pour se divertir ou faire les magasins. D'après les données du recensement des États-Unis de 2010, la population locale dans un rayon de 25 km autour de Pete's Seats est de 274 316 âmes. De surcroît, selon le site Mainebiz.com, environ 5,4 millions de touristes qui sont venus dans la région du Grand Portland en 2016 auraient séjourné dans ce rayon.

Page 6

La détermination d'une estimation de la croissance annuelle vous aidera à étayer vos projections pour les deuxième et troisième années.

Le Centre de développement des petites entreprises du Maine peut commander un rapport de recherche personnalisé auprès de *SBDC.net* pour vous aider dans l'Analyse du marché/du secteur d'activité.

N'ignorez PAS les signaux d'alarme que vous découvrez au cours de vos recherches. Vous devez comprendre et corriger toute tendance négative. La finalité du plan d'affaires est avant tout de VOUS convaincre que votre entreprise est viable.

De plus, le prêteur trouvera ces informations en effectuant ses propres recherches. Le fait de repérer en premier lieu les tendances négatives vous donne l'occasion d'expliquer comment votre entreprise les surmontera.

Il existe deux types d'études de marché que vous pouvez aborder dans cette section :

Les études primaires du marché : c'est lorsque vous rassemblez vos propres données, surtout à propos de votre propre entreprise. Il peut s'agir de vos propres chiffres de trafic, de vos résultats après avoir effectué des achats secrets, d'enquêtes auprès de clients potentiels, etc. L'étude varie généralement en fonction de vos objectifs.

Les études secondaires du marché (plus courantes) : il s'agit d'informations générales que vous pouvez trouver sur votre marché ou votre secteur d'activité. Vous tirerez généralement ces informations des bases de données, d'articles, de livres ou de l'internet. Les chambres de commerce, les bibliothèques, les associations industrielles ou commerciales, ou les ressources gouvernementales sont de bonnes sources de données.

Les astuces du métier : Chaque secteur est présenté sous la forme d'un numéro de code SCIAN (Système de classification des industries de l'Amérique du Nord). Lors de vos recherches, vous devez d'abord déterminer le code SCIAN de votre secteur d'activité. Ce numéro vous sera utile si, en cherchant des informations relatives au secteur sur Internet, vous le saisissez avec les mots clés de votre recherche.

Concurrence

La Section « Concurrence » devrait présenter les options de vos concurrents offertes à vos potentiels clients. Cette section ne doit pas seulement mettre en évidence la concurrence directe (c'est-à-dire les entreprises semblables à la vôtre), mais aussi toute autre concurrence indirecte (c'est-à-dire les autres options dont dispose votre client potentiel). La « concurrence » ne se limite pas nécessairement au type d'entreprise. La concurrence couvre les options pour lesquelles le client peut utiliser son argent autrement. Le client dépensera son argent soit auprès de votre entreprise, soit auprès d'une autre entreprise ou d'un autre choix. Par exemple, si vous proposez d'ouvrir une beignerie le matin, votre concurrence sera constituée de toutes les alternatives (y compris les autres entreprises vendant les beignes) que le client pourrait choisir - muffinerie, boulangerie, restauration rapide, etc. Cette section doit mettre en évidence les **3** principaux concurrents, mais pas plus de **5** ou **6**.

Vous devez avant tout déterminer l'étendue de la zone que couvriront vos activités commerciales. Pour les entreprises ayant des sites physiques, il s'agit généralement du temps de trajet moyen que vous pensez qu'un client ferait pour se procurer vos produits ou services.

Pour les entreprises opérant exclusivement en ligne, il s'agit en général d'une région géographique, généralement déterminée par votre capacité à expédier des produits ou à offrir des services.

Ne terminez jamais la section sur la concurrence sans décrire l'avantage concurrentiel que VOTRE entreprise aura sur la concurrence. Expliquez les raisons pour lesquelles une personne choisira votre produit ou service malgré les autres choix qui s'offrent à elle sur le marché.

Concurrence

Il existe cinq cinémas dans un rayon de 25 km (25 à 30 minutes en voiture) de l'emplacement du projet. Deux de ces options sont des cinémas saisonniers en plein air. Les trois concurrents présentés ci-dessous sont considérés comme étant les concurrents les plus proches.

Big Screen Cinemas, 886 Roosevelt Trail, Windham, ME 04062 (20 km) – Big Screen Cinemas est un cinéma de première diffusion fondé en 2005, et il dispose de 4 écrans. Le prix moyen d'un billet adulte est de 11,50 dollars pour un spectacle en soirée et le prix moyen d'un pack comprenant un pop-corn et un soda est de 15 dollars. Ils ne proposent pas d'IMAX, de location de salles ou d'options de visionnage en 3D.

Hoppers Cinemas, 200 Warren Avenue, Westbrook, ME 04092 (5 km) – Hoppers Cinemas est un cinéma de première diffusion créé en 1990 et disposant de 2 écrans. Le prix moyen d'un billet adulte est de 14,50 dollars pour un spectacle en soirée et le prix moyen d'un pack comprenant un pop-corn et un soda est de 18 dollars. Ils ne proposent pas d'IMAX ou d'options de visionnage en 3D.

Movie Magic, 1980 Congress Street, Portland, ME 04102 (8,5 km) – Movie Magic est un cinéma de première diffusion, créé en 1998 et disposant de 8 écrans. Le prix moyen d'un billet adulte est de 10,50 dollars pour un spectacle en soirée et le prix moyen d'un pack comprenant un pop-corn et un soda est de 15 dollars.

Pete's Seats sera le seul cinéma de deuxième diffusion accessible dans un rayon raisonnable pour les ménages du marché du Grand Portland. Pete's Seats propose des prix compétitifs tout en garantissant une expérience cinématographique aussi bonne que celle de la concurrence. Pete's Seats mettra l'accent sur l'expérience client, en choisissant les sièges les plus confortables, les meilleurs écrans et la meilleure sonorité, ainsi que les concessions de la plus haute qualité. Qui plus est, Pete's Seats jouera un rôle de premier plan dans la communauté, en proposant la location de salles entières lors d'événements communautaires, de soirées de jeux et de sélections éducatives/artistiques plus accessibles et plus abordables que ses concurrents.

Page 7

Lorsque vous avez beaucoup de concurrents dans les environs, au lieu de les énumérer tous, vous pourriez vous contenter d'une déclaration liminaire reconnaissant la concurrence et indiquant au lecteur que vous estimez que les concurrents énumérés sont les plus proches ou les meilleurs.

Vous devez identifier vos concurrents en utilisant leur nom et en indiquant leur emplacement. Le lecteur trouvera utile que vous y ajoutiez la distance qui sépare le concurrent de votre site ainsi que ses prix, afin qu'il puisse se faire une idée du paysage concurrentiel. Essayez d'identifier les forces de vos concurrents. En quoi sont-ils des concurrents ?

Si vous rédigez ce plan pour une entreprise existante, vous devez indiquer depuis combien de temps votre entreprise est présente sur le marché et quelle est sa part de marché. Si vous ignorez votre part de marché, mettez en évidence vos ventes et toute tendance haussière des ventes. Dans le cas où votre entreprise ne jouit pas d'un avantage concurrentiel clair, vous devez déterminer s'il y a suffisamment de place sur le marché pour accueillir une autre entreprise similaire à la concurrence.

Les astuces du métier : Ne donnez jamais une opinion négative et sans fondement de votre concurrent. Arrêtez vous uniquement aux faits.

Stratégie marketing

La section Stratégie de marketing vous permet d'identifier et de délimiter votre marché cible (c'est-à-dire le client idéal pour votre entreprise), avant d'illustrer comment vous comptez mettre votre entreprise en valeur pour obtenir des parts de marché. Cette section peut être divisée en trois sous-sections. Dans la première sous-section, vous identifiez le client idéal. Dans la deuxième et la troisième sous-section, vous décrivez vos stratégies hors-ligne et en ligne. Comme stratégies hors-ligne, vous pouvez par exemple utiliser les enseignes commerciales, les brochures, les médias imprimés, les cartes de visite, le bouche à oreille, les partenariats commerciaux, etc. Parmi les exemples de stratégies en ligne, on peut citer le site Web de l'entreprise, Facebook, Google, Instagram, etc.

Si tout le monde peut trouver de la valeur dans votre produit ou service, l'objectif de la définition de votre marché cible est de comprendre qui serait définitivement votre client. Envisagez la question sous cet angle : sur 100 clients possibles, quels sont les 5 qui se trouveraient en tête de file ? Cela vous aide à identifier vos clients de BASE. Votre entreprise voudra accorder la priorité à ces clients de base. Une fois que vous aurez construit une base de clients et disposerez de plus de liquidités, vous pourrez étendre votre rayon d'action marketing. Mais si vous ne disposez que d'un budget marketing restreint, vous devez vous assurer que le moindre dollar est utilisé le plus efficacement possible, ce qui fait appel à une précision quasi chirurgicale dans vos efforts de marketing.

Stratégie marketing

Définition de marché cible :

Selon un rapport de 2015 intitulé « Les clients idéaux des cinémas de deuxième diffusion », le marketing de Pete's Seats devrait se concentrer sur deux segments de clientèle :

- 1) Les familles à revenus faibles et moyens (ménage de plus de 2 personnes)
- 2) Les personnes à revenus faibles et moyens âgées de 18 à 40 ans

Une analyse plus approfondie des données du recensement américain de 2010 montre que 114 957 ménages et une population d'un âge médian de 40,2 ans vivent dans un rayon de 25 km autour de l'emplacement de Pete's Seats. Le rapport de l'Office du tourisme du Maine indique que l'âge moyen des visiteurs de la région du Grand Portland est de 47 ans et que 25 % d'entre eux ont répondu qu'ils étaient à la recherche de lieux de divertissement nocturne.

La stratégie hors-ligne :

Pete's Seats prévoit d'installer une grande enseigne lumineuse au-dessus de l'entrée du cinéma et une autre grande enseigne lumineuse au bord de la route.

Pete's Seats cherchera à nouer des partenariats avec des restaurants locaux pour proposer des billets « Dîner et film ». À certaines périodes de l'année, Pete's Seats diffusera des publicités radio proposant ces promotions. Pete's Seats établira des contacts avec les centres de divertissement les plus populaires afin de promouvoir la disponibilité des salles de cinéma pour les « nuits du jeu vidéo ».

Pete's Seats fera beaucoup de publicité dans les petits journaux locaux.

La stratégie en ligne :

Pete's Seats disposera d'un site web bien organisé sur lequel les visiteurs pourront acheter des billets et réserver des sièges spécifiques en ligne.

Pete's Seats connectera son site Web à son compte Google Business et à son compte Facebook afin de maximiser les résultats des moteurs de recherche. Pete's Seats diffusera des publicités ciblées sur Facebook et Google en fonction du marché cible visé.

Vous devez clairement identifier vos clients cibles afin d'approfondir vos recherches sur ce groupe démographique. Pour certaines entreprises, il est préférable de visualiser un client cible hypothétique et d'imaginer le marketing auquel ce client cible pourrait être exposé dans une journée normale.

Les caractéristiques courantes des clients à identifier sont l'âge, le sexe, la localisation, le niveau de revenu, le niveau d'éducation et le statut social.

De nos jours (à moins que vous ne soyez une entreprise opérant uniquement en ligne), vous devez envisager le marketing sur deux fronts, le marketing hors ligne et le marketing en ligne.

Si vous rédigez ce plan pour une entreprise existante, vous devez décrire la manière dont votre stratégie marketing est actuellement mise en œuvre et si elle fonctionne. Avez-vous l'intention de faire quelque chose de différent ?

Si vos clients sont des entreprises plutôt que des particuliers, vous devez néanmoins identifier votre marché cible idéal en examinant les facteurs liés aux clients tels que : le type d'industrie, l'emplacement, la taille de l'entreprise, la technologie, l'intégration, les préférences de prix, la qualité, etc.

Les astuces du métier : Vous devez trouver un moyen de connaître les moyens par lesquels les clients ont connu votre entreprise. Pour ce faire, il suffit par exemple de commencer chaque interaction avec un client en lui demandant : « Comment avez-vous entendu parler de nous ? » ou de trouver un autre moyen d'obtenir l'information. Ces informations vous permettent de comprendre parfaitement la stratégie marketing qui fonctionne et celle qui ne fonctionne pas.

Gestion

La section « Gestion » doit mettre en évidence votre capacité à faire deux choses : 1) que vous pouvez exercer ce type d'activité et 2) que vous pouvez, de manière générale, gérer et diriger une entreprise. Cette section doit présenter tous les propriétaires de l'entreprise.

La section consacrée à la gestion doit identifier les personnes qui assureront la gestion de l'entreprise et quels seront leurs rôles et responsabilités dans l'entreprise.

Souvent appelés l'équipe **BAIL**, il s'agit des professionnels les plus courants dont une entreprise aura besoin :

B – anking (Banque)
A – ccounting (Comptabilité)
I – nsurance (Assurance)
L – egal (Juridique)

Le fait de faire figurer une liste des professionnels concernés indique au lecteur que vous comprenez que vous pouvez avoir besoin de l'aide d'experts pour certains aspects de votre entreprise. Vous démontrez ainsi que vous êtes capable de demander de l'aide et du soutien en cas de besoin.

Gestion

Peter Movielover sera l'unique propriétaire et gérant de Pete's Seats. Peter est engagé dans l'industrie cinématographique depuis plus de 19 ans. En 1998, Peter a participé au processus de planification de la conception et de la construction du Dreams Cinemas à Orono, dans le Maine. Il s'agissait d'un cinéma de deuxième diffusion, à 3 écrans, semblable à notre projet. Par ailleurs, Peter a été amené à participer en tant qu'employé à l'ouverture du Dreams Cinemas en 1999, où il a appris toutes les facettes de la gestion d'un cinéma. Peter a travaillé en tant que placier, au stand des concessions, il a aidé à gérer les projections de films, la logistique des horaires du personnel et le marketing. Peter a également appris à connaître les fonctions et les horaires des fournisseurs et des vendeurs dans l'entreprise, à faire fonctionner l'équipement cinématographique et à connaître les principales ressources en matière de licences de films. Cette expérience se concrétise dans les fonctions qu'il est appelé à assumer au sein de l'entreprise.

Au cours des deux dernières années, Peter a fréquenté à plein temps l'Université du Maine à Orono pour obtenir sa maîtrise en administration des affaires. Cela lui a permis de mieux comprendre les implications financières, fiscales et juridiques liées à la gestion d'une entreprise.

Rick Second, le mentor de Peter, est le propriétaire et directeur du Dreams Cinemas à Orono, dans le Maine. En tant qu'ami de longue date, Rick s'est engagé à fournir à Peter des conseils et une aide sur la logistique nécessaire pour lancer et gérer un cinéma de deuxième diffusion. Rick dirige avec succès le Dreams Cinemas depuis 21 ans.

Peter Movielover bénéficiera des services des professionnels suivants :
 Banquière - Elizabeth Benjamin, Imaginary Savings Bank ;
 Comptable/teneur de livres - Alexandra Numbers, Alex's Books ;
 Agent d'assurance - Nick Covered, Movie'sRUS Insurance Company ;
 Conseil juridique - A déterminer

Peter a également consulté des conseillers des structures suivantes :

- Le Centre de développement des petites entreprises du Maine
- SCORE, Portland Chapter

Le paragraphe d'introduction doit faire ressortir l'expérience que vous avez acquise dans le secteur. Si vous n'avez aucune expérience dans le secteur, vous mettrez en évidence les aspects de votre parcours qui vous permettraient de réussir dans la gestion de ce type d'entreprise.

N'oubliez pas de citer toute formation pertinente que vous pourriez avoir suivie.

En faisant appel à des mentors spécialisés dans votre secteur d'activité ou en obtenant les services de conseillers commerciaux auprès des services tels que le **Centre de développement des petites entreprises du Maine** ou **SCORE** (tous deux gratuits), vous contribuerez à donner de la crédibilité à votre plan d'affaires.

Page 9

Si vous rédigez ce plan pour une entreprise existante, vous devez faire ressortir la durée pendant laquelle vous avez géré votre entreprise avec succès. Mettez l'accent sur les fonctions que vous avez exercées et soulignez toute réussite particulière que vous pourriez mettre à l'actif de votre travail. Par exemple, votre entreprise a-t-elle vu ses ventes grimper ? Avez-vous conquis un nouveau marché ? Avez-vous développé et introduit un nouveau produit ou service ?

Les astuces du métier : Ne vous contentez pas de répéter ce qui figure dans votre CV (votre CV doit être placé en annexe). Cette section doit plutôt vous permettre de mettre en évidence et d'approfondir les parties de votre CV que vous jugez pertinentes pour le bon fonctionnement de cette entreprise.

Les finances : Source et Utilisation des Fonds

La section « Source et utilisation des fonds » est un document d'une page qui permet d'identifier la source de vos fonds et la manière dont vous comptez les utiliser. La partie de cette section consacrée à l'Utilisation peut également être considérée sous la question : « Quels sont les fonds de démarrage nécessaires ? ». Toutes les entreprises doivent évaluer si elles auront besoin d'un fonds de roulement. Le fonds de roulement correspond à la somme nécessaire pour payer les opérations quotidiennes jusqu'à ce que votre entreprise génère suffisamment de revenus pour payer ses propres factures. Ce fonds est généralement déterminé dans le section Tableau des flux de trésorerie.

La banque examinera la section « Utilisation » et essaiera de déterminer le montant de la « Garantie » que vous présentez dans la proposition.

La Garantie désigne tout bien que la banque pourra saisir si vous ne parvenez pas à rembourser le prêt.

Il arrive souvent que la banque réduise la valeur de la Garantie par rapport à son prix initial.

Les modalités du prêt sont souvent liées à la valeur et à l'espérance de vie de la Garantie, par exemple :

Les prêts à court terme (généralement moins d'un an), pour les fonds de roulement.

Les prêts à moyen terme (généralement de 1 à 10 ans), pour les équipements légers (véhicules, etc.), l'achat d'une entreprise, les stocks, etc.

Les prêts à long terme (généralement 10 ans et plus), pour l'immobilier, les bateaux commerciaux et l'équipement lourd, etc.

Les finances : Source et Utilisation

Pete's Seats
Source and Use Statement

Source:	Amount	Mix
Owner (Cash)	\$ 130,600	20%
Bank (Loan)	\$ 522,400	80%
Total Sources:	\$ 653,000	

Use:	Amount	Mix
1 Purchase Land & Building	\$ 300,000	46%
2 Renovate Building/Improvements	\$ 200,000	31%
3 Equipment and Furniture	\$ 120,000	18%
4 Working Capital	\$ 33,000	5%
Total Uses:	\$ 653,000	

Notes:

- 1 Land value of \$90,000 and Building Value of \$210,000 per Town Assessment (appraisal needed)
- 2 Based on Contractor Estimates, which can be found in the Appendix
- 3 Based on Vendor Estimates, which can be found in the Appendix
- 4 Working Capital amount is based on need shown in first year cash flow projections

Page 10

On appelle « Capital » la somme d'argent que vous prévoyez d'investir personnellement dans le projet. Plus vous apportez de capitaux à l'opération, plus la banque prendra votre proposition au sérieux. En général, la banque attendra de vous que vous mettiez un capital d'environ 20 %. Il est très peu commun de voir une banque financer une proposition à 100 %.

Vous devez vous assurer que le montant d'argent que vous sollicitez (Source) correspond exactement à la somme que vous prévoyez d'utiliser.

Efforcez-vous de toujours justifier la manière dont vous avez obtenu vos chiffres. Vous devez faire en sorte que le lecteur en comprenne suffisamment pour rester sur la page en cours et ne pas devoir passer à d'autres sections du plan d'affaires pour trouver une réponse.

Si vous soumettez une proposition financière à une banque et qu'elle vous informe qu'elle ne vous prêtera pas la totalité du montant dont vous avez besoin, vous pouvez essayer de trouver un prêteur GAP (prêteur du déficit). Un prêteur GAP est un prêteur capable de combler le « déficit » qui pourrait exister entre le montant que vous prévoyez d'apporter en capitaux propres et le montant que la banque est prête à apporter. Les prêteurs Gap courants dans le Maine sont l'Autorité financière du Maine (FAME), Coastal Enterprises Inc. (CEI), les organisations de développement économique, les conseils de gouvernement et les grandes villes et communes.

Les astuces du métier : Si vous avez déjà injecté une importante somme d'argent dans votre entreprise au cours de l'année écoulée, veillez à refléter ces montants et à quoi ils ont servi dans la rubrique Source et Utilisation. Les entreprises se contentent souvent d'indiquer le montant du prêt qu'elles recherchent actuellement et font abstraction de leurs contributions passées.

Les finances : Le Compte de résultats

Le Compte de résultats (également appelé Compte de profits et pertes) est un état financier qui présente les revenus (recettes) et les dépenses de votre entreprise sur une période donnée (généralement une année). Une banque demandera à voir la déclaration de revenus de la première année ventilée par mois, puis deux autres années supplémentaires avec les montants annuels (ces montants sont souvent appelés « Projections »). Pour créer cet état avec précision, vous devez avant tout comprendre laquelle des deux méthodes vous utilisez pour enregistrer les revenus et les dépenses de l'entreprise :

- La méthode de la caisse (la plus courante) : les transactions (ventes et coûts) ne sont comptabilisées que lorsque des espèces sont échangées.
- La méthode de la comptabilité d'exercice : les transactions sont comptabilisées lorsqu'elles sont effectuées, qu'il y ait eu ou non échange d'argent.

Utilisez l'une des méthodes ci-dessus et commencez par présenter les chiffres de vente de l'entreprise. Pour les entreprises qui proposent des produits, les ventes comprennent souvent le terme « Coûts des marchandises vendues » (COGS). Ce terme représente les coûts des matériaux ou des ingrédients nécessaires à la création du produit. La partie « Recettes » est suivie par les Dépenses d'exploitation.

Les finances : Le Compte de résultats														
Pete's Seats														
Projected First Year Income Statement														
	Startup	Opening								Stabilized				
	Month 1	Month 2	Month 3	Month 4	Month 5	Month 6	Month 7	Month 8	Month 9	Month 10	Month 11	Month 12	Total	
1 Ticket Sales														
Average Charge per Ticket	\$ 5.00													
# Of Tickets Sold	-	3,000	3,200	3,500	4,000	4,500	4,750	5,200	5,600	5,600	5,600	5,600	50,550	
Profit	\$ -	\$ 15,000	\$ 16,000	\$ 17,500	\$ 20,000	\$ 22,500	\$ 23,750	\$ 26,000	\$ 28,000	\$ 28,000	\$ 28,000	\$ 28,000	\$ 252,750	
1 Concessions														
Average Sale Per Customer	\$ 14.00													
# Of Customers	-	375	400	437	500	562	593	650	700	700	700	700	6,317	
Gross Sales	\$ -	\$ 5,250	\$ 5,600	\$ 6,118	\$ 7,000	\$ 7,868	\$ 8,302	\$ 9,100	\$ 9,800	\$ 9,800	\$ 9,800	\$ 9,800	\$ 88,438	
2 Cost of Good Sold - Food/Material	15%	\$ -	\$ (788)	\$ (840)	\$ (918)	\$ (1,050)	\$ (1,180)	\$ (1,245)	\$ (1,365)	\$ (1,470)	\$ (1,470)	\$ (1,470)	\$ (13,266)	
Profit	\$ -	\$ 4,463	\$ 4,760	\$ 5,200	\$ 5,950	\$ 6,688	\$ 7,057	\$ 7,735	\$ 8,330	\$ 8,330	\$ 8,330	\$ 8,330	\$ 75,172	
Summary														
Total Gross Sales	\$ -	\$ 20,250	\$ 21,600	\$ 23,618	\$ 27,000	\$ 30,368	\$ 32,052	\$ 35,100	\$ 37,800	\$ 37,800	\$ 37,800	\$ 37,800	\$ 341,188	
Total COGS	\$ -	\$ (788)	\$ (840)	\$ (918)	\$ (1,050)	\$ (1,180)	\$ (1,245)	\$ (1,365)	\$ (1,470)	\$ (1,470)	\$ (1,470)	\$ (1,470)	\$ (13,266)	
Total Gross Profit	\$ -	\$ 19,463	\$ 20,760	\$ 22,700	\$ 25,950	\$ 29,188	\$ 30,807	\$ 33,735	\$ 36,330	\$ 36,330	\$ 36,330	\$ 36,330	\$ 327,922	
Operating Expenses														
Wages (Your Employees)	\$ 2,040	\$ 8,840	\$ 8,840	\$ 8,840	\$ 8,840	\$ 8,840	\$ 8,840	\$ 8,840	\$ 8,840	\$ 8,840	\$ 8,840	\$ 8,840	\$ 99,280	
Payroll taxes and fees	\$ 336	\$ 1,356	\$ 1,356	\$ 1,356	\$ 1,356	\$ 1,356	\$ 1,356	\$ 1,356	\$ 1,356	\$ 1,356	\$ 1,356	\$ 1,356	\$ 15,252	
3 Movie Distributor Fees	\$ -	\$ 5,250	\$ 5,600	\$ 6,125	\$ 7,000	\$ 7,875	\$ 8,313	\$ 9,100	\$ 9,800	\$ 9,800	\$ 9,800	\$ 9,800	\$ 88,463	
Advertising/Marketing/Website	\$ 5,000	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 250	\$ 7,000	
Prop & Liab Insurance	\$ 4,500	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 7,360	
Utilities	\$ 575	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 9,375	
Property Taxes	\$ 4,150	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,150	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8,300	
Office Expense	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 2,400	
Software	\$ 2,500	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 12,400	
Supplies	\$ 1,500	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 8,100	
4 Interest from Loan	\$ -	\$ 2,503	\$ 2,494	\$ 2,486	\$ 2,477	\$ 2,468	\$ 2,459	\$ 2,450	\$ 2,441	\$ 2,432	\$ 2,423	\$ 2,413	\$ 27,044	
5 Depreciation	\$ -	\$ 1,474	\$ 1,474	\$ 1,474	\$ 1,474	\$ 1,474	\$ 1,474	\$ 1,474	\$ 1,474	\$ 1,474	\$ 1,474	\$ 1,474	\$ 16,218	
6 Credit card fees	\$ -	\$ 547	\$ 583	\$ 638	\$ 729	\$ 820	\$ 865	\$ 948	\$ 1,021	\$ 1,021	\$ 1,021	\$ 1,021	\$ 9,212	
Other (Misc)	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 1,800	
Total Expenses	\$ 20,951	\$ 23,130	\$ 23,508	\$ 24,079	\$ 25,036	\$ 30,143	\$ 26,317	\$ 27,178	\$ 27,942	\$ 27,933	\$ 27,923	\$ 28,064	\$ 312,204	
7 Pre-tax, Net Profit from Operations	\$ (20,951)	\$ (3,668)	\$ (2,748)	\$ (1,378)	\$ 914	\$ (955)	\$ 4,490	\$ 6,557	\$ 8,388	\$ 8,397	\$ 8,407	\$ 8,266	\$ 15,719	
Assumptions														
1	Sales of Tickets are based on 12.5% theater capacity (900 seats) with Concessions based on 1 out of 8 sales, see appendix. Revenue for whole theater rentals was not substantial and excluded													
2	Cost of goods is estimated at 15% based on Pricing from Supplier in Boston, see appendix													
3	Movie Distributor Fees are \$250 or 35% of sales, whichever is higher													
4	Interest Based on a Bank loan of \$522,400 at 5.75% Interest Rate over 15 Years													
5	Depreciation is being estimated, see depreciation schedule in appendix for details													
6	Credit Card Fees based on 3% fee with an assumption that 90% of customers will pay via credit card													
7	Working Capital needs are based on negative cash flow projections in the first few months of operation, see first year cash flow													

Le bénéfice net est calculé chaque mois. Dans les premiers mois d'une entreprise, il est fréquent que le chiffre soit négatif (c'est-à-dire que les dépenses de fonctionnement de l'entreprise sont supérieures aux recettes qu'elle a générées).

Les astuces du métier : Prenez soin de noter les hypothèses que vous avez retenues pour établir vos chiffres de pertes et profits. Le lecteur vous demandera de les expliquer et vous devriez avoir une réponse raisonnable.

Les finances : le Tableau des flux de trésorerie

La section consacrée au Tableau des flux de trésorerie montre comment les liquidités entrent et sortent réellement de votre entreprise. Ce tableau complète le compte de résultat et peut être rédigé de différentes manières. L'exemple de Tableau des flux de trésorerie utilisé ci-dessous présente en premier lieu les flux de trésorerie ENTRANT dans l'entreprise (indiqués ci-dessous comme Recettes), puis énumère les flux de trésorerie SORTANT de l'entreprise (indiqués ci-dessous comme Décaissements). Vous devez indiquer les chiffres de votre Tableau des Sources et Utilisations dans le flux de trésorerie. La partie Source sera indiquée dans la partie Recettes (encaissements) tandis que la partie Utilisation sera indiquée dans la partie Décaissements (sorties). À l'instar du Compte de résultats, la banque vous demandera de faire une projection de la première année (ventilée par mois) et de deux autres années ultérieures, soit trois années au total.

Les finances : le Tableau des flux de trésorerie													
Pete's Seats													
Projected First Year Cash Flow Statement	Startup Month 1	Opening Month 2	Month 3	Month 4	Month 5	Month 6	Month 7	Month 8	Stabilized Month 9	Month 10	Month 11	Month 12	Total
Cash Receipts													
Ticket Sales Revenue	\$ -	\$ 15,000	\$ 16,000	\$ 17,500	\$ 20,000	\$ 22,500	\$ 23,750	\$ 26,000	\$ 28,000	\$ 28,000	\$ 28,000	\$ 28,000	\$ 252,750
Concessions Revenue (Net)	\$ -	\$ 4,463	\$ 4,760	\$ 5,200	\$ 5,950	\$ 6,688	\$ 7,057	\$ 7,735	\$ 8,330	\$ 8,330	\$ 8,330	\$ 8,330	\$ 75,172
Loan Proceeds	\$ 522,400												\$ 522,400
Owner Cash	\$ 130,600												\$ 130,600
Total Cash Receipts	\$ 653,000	\$ 19,463	\$ 20,760	\$ 22,700	\$ 25,950	\$ 29,188	\$ 30,807	\$ 33,735	\$ 36,330	\$ 36,330	\$ 36,330	\$ 36,330	\$ 980,922
Cash Disbursements													
Purchase of Building	\$ 300,000												\$ 300,000
Renovation of Building	\$ 200,000												\$ 200,000
Equipment and Furniture	\$ 120,000												\$ 120,000
Working Capital	\$ 33,000												\$ 33,000
Wages (Your Employees)	\$ 2,040	\$ 8,840	\$ 8,840	\$ 8,840	\$ 8,840	\$ 8,840	\$ 8,840	\$ 8,840	\$ 8,840	\$ 8,840	\$ 8,840	\$ 8,840	\$ 99,280
Payroll taxes and fees	\$ 336	\$ 1,356	\$ 1,356	\$ 1,356	\$ 1,356	\$ 1,356	\$ 1,356	\$ 1,356	\$ 1,356	\$ 1,356	\$ 1,356	\$ 1,356	\$ 15,252
Movie Distributor Fees	\$ -	\$ 5,250	\$ 5,600	\$ 6,125	\$ 7,000	\$ 7,875	\$ 8,313	\$ 9,100	\$ 9,800	\$ 9,800	\$ 9,800	\$ 9,800	\$ 88,463
Advertising/Marketing/Website	\$ 5,000	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 250	\$ 7,000
Prop & Liab Insurance	\$ 4,500	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 7,360
Utilities	\$ 575	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 800	\$ 9,375
Property Taxes	\$ 4,150	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,150	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 8,300
Office Expense	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 2,400
Software	\$ 2,500	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 12,400
Supplies	\$ 1,500	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 8,100
Loan Payments (Principal & Interest)	\$ -	\$ 4,338	\$ 4,338	\$ 4,338	\$ 4,338	\$ 4,338	\$ 4,338	\$ 4,338	\$ 4,338	\$ 4,338	\$ 4,338	\$ 4,338	\$ 47,719
Credit card fees	\$ -	\$ 547	\$ 583	\$ 638	\$ 729	\$ 820	\$ 865	\$ 948	\$ 1,021	\$ 1,021	\$ 1,021	\$ 1,021	\$ 9,212
Other (Misc)	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 1,800
Total Cash Disbursements	\$ 673,951	\$ 23,491	\$ 23,877	\$ 24,457	\$ 25,423	\$ 30,539	\$ 26,722	\$ 27,592	\$ 28,365	\$ 28,365	\$ 28,365	\$ 28,515	\$ 969,660
Net Cash Flow	\$ (20,951)	\$ (4,028)	\$ (3,117)	\$ (1,756)	\$ 527	\$ (1,351)	\$ 4,085	\$ 6,143	\$ 7,965	\$ 7,965	\$ 7,965	\$ 7,815	\$ 11,262
Cumulative Cash Flow from Operations	\$ (20,951)	\$ (24,979)	\$ (28,097)	\$ (29,853)	\$ (29,326)	\$ (30,677)	\$ (26,593)	\$ (20,449)	\$ (12,484)	\$ (4,519)	\$ 3,447	\$ 11,262	
Cash On Hand (Working Capital)	\$ 33,000												
Opening Balance	\$ 33,000	\$ 12,049	\$ 8,021	\$ 4,903	\$ 3,147	\$ 3,674	\$ 2,323	\$ 6,407	\$ 12,551	\$ 20,516	\$ 28,481	\$ 36,447	
plus Cash Receipts	\$ 653,000	\$ 19,463	\$ 20,760	\$ 22,700	\$ 25,950	\$ 29,188	\$ 30,807	\$ 33,735	\$ 36,330	\$ 36,330	\$ 36,330	\$ 36,330	
less Cash Disbursements	\$ 673,951	\$ 23,491	\$ 23,877	\$ 24,457	\$ 25,423	\$ 30,539	\$ 26,722	\$ 27,592	\$ 28,365	\$ 28,365	\$ 28,365	\$ 28,515	
Ending Cash Balance	\$ 12,049	\$ 8,021	\$ 4,903	\$ 3,147	\$ 3,674	\$ 2,323	\$ 6,407	\$ 12,551	\$ 20,516	\$ 28,481	\$ 36,447	\$ 44,262	
Note													
Working Capital At Loan Close = \$33,000													

Au bas du Tableau des flux de trésorerie se trouve une partie qui affiche le « Solde d'ouverture » et le « Solde de clôture » de la trésorerie. Ces catégories reflètent respectivement le solde de début et de fin de mois de votre compte bancaire. Un Solde de caisse de clôture négatif signifie que vous n'aviez pas assez d'argent sur votre compte bancaire pour payer toutes les dépenses prévues de votre entreprise pour ce mois. Vous ne devez JAMAIS présenter un plan d'affaires qui montre un Solde de clôture de trésorerie négatif. Il est important que vous compreniez le montant du Fonds de roulement dont vous aurez besoin pour vous assurer que vous pourrez payer toutes les factures prévues.

Les astuces du métier : Pour déterminer si vous avez besoin d'un Fonds de roulement et quel en est le montant, examinez le « Solde de clôture de la trésorerie ». Si s'il y a des mois où le Solde de clôture de la trésorerie est négatif, votre entreprise aura besoin d'un Fonds de roulement. Identifiez le mois le plus négatif pour le Solde de clôture de la trésorerie, ce montant représente le fonds de roulement dont vous avez besoin.

Les finances : Bilan

La Section « Bilan » reflète un instantané de la situation de votre entreprise à un moment donné. Il répertorie l'actif et le passif de votre entreprise à un jour donné. En règle générale, la banque demande un bilan qui reflète la situation de l'entreprise le jour de la clôture du prêt et le dernier jour de chaque année fiscale pendant trois ans. Le Bilan est toujours ventilé en fonction du calcul : Actifs = Passifs et Capitaux propres. Dans un bilan, les actifs représentent ce que l'entreprise possède, tandis que les passifs représentent ce que l'entreprise doit. Les Capitaux propres peuvent être déterminés en déduisant les Actifs de votre entreprise de vos Passifs. Les capitaux propres sont également connus sous le nom de « valeur nette » de votre entreprise.

Dans le bilan, les Actifs et les Passifs sont ventilés entre le Courant et le Long Terme. Le terme « Courant » désigne tout ce qui sera utilisé dans l'année, tandis que le terme « Long terme » désigne tout actif ou passif dont la durée de vie utile est supérieure à un an.

Dans un bilan, l'Amortissement reflète le fait que la valeur (ou la durée de vie utile) d'un actif diminue avec le temps. Les terrains ne sont jamais amortis.

Les Capitaux Propres représentent toute valeur provenant du fonctionnement de l'entreprise (recettes ou pertes) et tout investissement dans l'entreprise ou tout retrait de celle-ci.

Les finances : Le Bilan		
Pete's Seats		
First Year Balance Sheet	On the Day of Closing	Common Sized
Assets		
<i>Current Assets</i>		
Cash (Working Capital)	\$ 33,000	
Other Current Assets & Prepaids	\$ -	
Total Current Assets	\$ 33,000	5%
<i>Long Term Assets</i>		
Land	\$ 90,000	
Building & Improvements	\$ 410,000	
Equipment and Furniture	\$ 120,000	
less accumulated Depreciation	\$ -	
Total Long Term Assets	\$ 620,000	95%
Total Assets	\$ 653,000	100%
Liabilities		
<i>Current Liabilities</i>		
Current Portion of Long Term Debt	\$ 22,608	
Total Current Liabilities	\$ 22,608	3%
<i>Long Term Liabilities</i>		
Long Term Debt	\$ 499,792	
Total Long Term Liabilities	\$ 499,792	77%
Equity		
Owners Draw	\$ -	
Members Capital	\$ 130,600	
Pre-Tax Profit (Retained Earnings)	\$ -	
Total Equity	\$ 130,600	20%
Total Liabilities & Equity	\$ 653,000	100%

Indiquez distinctement la période couverte par le bilan.

Il convient parfois de mettre les chiffres en « taille commune », ce qui signifie que vous reflétez le chiffre sous forme de pourcentage. Cela vous permet de visualiser et de comparer facilement la répartition des chiffres.

N'oubliez pas l'équation ci-dessous : Actifs = Passifs et Capitaux propres. Ces deux chiffres doivent toujours s'équilibrer... toujours.

Si vous rédigez ce plan pour une entreprise existante, vous devez présenter les bilans historiques de la banque sur trois ans au maximum. Les nouvelles entreprises ont tendance à avoir un passif élevé parce qu'elles s'endettent pour démarrer, alors que les entreprises existantes ont tendance à être plus équilibrées. Cela s'explique par le fait qu'une entreprise existante a eu le temps de rembourser ses dettes, d'accumuler des actifs ou de générer des revenus de ses activités.

Les astuces du métier : Il est possible d'avoir des fonds propres négatifs au démarrage de votre entreprise. Cela vaut surtout si vous êtes en location et que vous n'avez donc pas d'actifs (comme l'achat d'un immeuble) pour compenser votre prêt. Ce n'est pas forcément une mauvaise chose.

Les finances : Seuil de rentabilité et Ratios

La Section relative au seuil de rentabilité et aux ratios permet au propriétaire de l'entreprise de comprendre réellement combien de produits doivent être vendus ou combien de services doivent être facturés afin de couvrir les coûts de fonctionnement de l'entreprise.

Le seuil de rentabilité est simplement le moment où l'entreprise a généré suffisamment de revenus pour couvrir le total des coûts annuels. Cette section permet également de comparer les performances de votre entreprise à la moyenne du secteur. La Moyenne du secteur est un terme utilisé pour décrire la moyenne des chiffres financiers provenant d'entreprises réelles et similaires exerçant dans le même secteur d'activité que vous.

Pour calculer le Seuil de rentabilité, vous devez commencer par le total de vos coûts annuels. Vous devrez également comprendre de quelle manière vous générez des recettes. Si vous avez plusieurs sources de revenus, vous devez déterminer le montant des revenus générés par chaque source.

Vous prenez ensuite le montant des revenus que vous générez par produit ou service et vous le divisez par le total des coûts annuels.

Tout revenu après ce point est un bénéfice.

Les finances : Seuil de rentabilité et ratios

L'Analyse du seuil de rentabilité :

Pete's Seats prévoit de générer 327 922 \$ de bénéfice brut (après avoir soustrait 15 % des coûts des ventes de concessions) pour la première année. Sur ce bénéfice brut, 77 % sont générés par la vente de billets de cinéma et 23 % par la vente de concessions.

Le montant total des dépenses d'exploitation pour la première année est de 312 204 \$. Si nous divisons ce chiffre en 77 % et 23 % pour refléter les pourcentages des ventes de billets de cinéma par rapport aux ventes de concessions, nous obtenons 240 397 \$ et 71 807 \$ respectivement.

Si le billet de cinéma est de 5 \$, le seuil de rentabilité de 240 397 \$ serait atteint après la vente de 48 080 billets. À raison de 11,90 \$ par ventes de concession par client (en tenant compte de 15 % de frais généraux), le seuil de rentabilité des ventes de concession de 71 807 \$ serait atteint après 6 035 ventes.

Le seuil de rentabilité est atteint en 11 mois.

Ratios :

En utilisant un rapport *ProfitCents* (voir annexe) obtenu auprès du Centre de développement des petites entreprises du Maine, vous trouverez ci-dessous les ratios de Pete's Seats par rapport aux ratios moyens de l'industrie :

	Pete's Seats secteur	Moyenne du secteur
Ratio courant :	1.46	1.10
Ratios de couverture du service de la dette	1.24	3.62
Marge bénéficiaire nette	4,6 %	4,04 %

La moyenne du secteur est calculée à partir des données de 2017 pour les entreprises du Nord-Est des États-Unis ayant le code SCIAN 512131.

Page 14

Les ratios à intégrer dans le rapport sont les suivants :

Le Ratio courant : il est calculé en divisant l'actif courant par le passif courant. Ce ratio est calculé à partir du Bilan.

Le Ratio de couverture du service de la dette : il est calculé en prenant le bénéfice net total (y compris la somme des paiements de prêt totaux) et en le divisant par les paiements de prêt totaux. Ce ratio est calculé à partir du tableau des flux de trésorerie.

La Marge bénéficiaire nette : calculée en prenant le bénéfice net total et en le divisant par le revenu total. La marge est calculée à partir du compte de résultats.

Le Centre de développement des petites entreprises du Maine peut obtenir un rapport sur la moyenne de l'industrie appelé *ProfitCents*. Ce rapport peut être adapté en fonction de votre secteur d'activité et de votre région géographique.

Les ratios susmentionnés ne sont que le strict minimum que vous devriez avoir calculé dans votre plan d'affaires. Ces trois ratios sont examinés de près par les banques. De nombreuses banques ont pour principe de ne pas accepter un plan d'affaires si l'un de ces ratios est trop faible. Une exigence répandue est que le ratio de couverture du service de la dette soit égal ou supérieur à 1,25. Autres ratios courants : La rotation des stocks, la rotation des comptes clients, le fonds de roulement, le ratio dette/valeur, etc. En fonction de votre secteur d'activité, différents ratios sont plus importants.

Les astuces du métier : La banque comparera vos chiffres à ceux de la moyenne du secteur. La moyenne du secteur n'est qu'un outil qui aide la banque à comprendre ce à quoi elle doit s'attendre et à voir si vos chiffres sont conformes à ces attentes. Si vos chiffres ne correspondent pas à la moyenne du secteur, vous devez l'expliquer en détail dans le plan d'affaires.

Annexe

La Section Annexe du plan est l'endroit où vous devez mettre tous les détails supplémentaires qui viennent appuyer votre plan d'affaires. La Partie principale du plan d'affaires doit compter environ 15 pages et être très claire et précise. La section Annexe peut être beaucoup plus longue et entrer dans des détails plus spécifiques qui ne sont pas nécessaires dans la partie principale. Par exemple, la partie principale du plan doit indiquer le coût total de l'équipement à acheter, alors que l'Annexe doit contenir une liste détaillée de cet équipement.

La Section Annexe doit presque toujours contenir (au minimum) un curriculum vitae, un état financier personnel, trois années de déclarations fiscales personnelles et jusqu'à trois années de déclarations fiscales professionnelles (s'il s'agit d'une entreprise déjà existante).

Un des objectifs de la Section Annexe est de fournir la preuve des chiffres de vos projections. Vous devez fournir toute information permettant de vérifier les coûts, comme les coûts de location ou d'achat figurant dans les contrats de location ou de vente, les devis de fournitures ou d'équipement des vendeurs, ou les devis des entrepreneurs concernant les travaux de construction ou de rénovation.

Annexe

Liste des documents à fournir :

- A) CV du propriétaire
- B) Déclaration financière personnelle
- C) Déclarations fiscales personnelles des 3 dernières années
- D) Proposition de dépôt et d'accord d'exploitation de la SARL
- E) Copie de l'accord d'achat et de vente
- F) Devis des entrepreneurs (construction)
- G) Aménagement du plan d'étage
- H) Devis des vendeurs et des fournisseurs (exploitation)
- I) Proposition de menu et de prix pour les concessions
- J) Liste des sources de référence utilisées dans le plan d'affaires

Page 15

Vous devez fournir tous les documents juridiques relatifs à la création de votre entreprise

- Une entreprise individuelle doit être enregistrée auprès de sa ville
- Les sociétés de personnes doivent fournir des accords de partenariat
- Les SARL doivent fournir des accords de fonctionnement
- Les Sociétés doivent fournir des statuts et des règlements

Lorsque vous effectuez des recherches pour rédiger votre plan d'affaires, veillez à noter les sources d'information. S'il s'agit d'un site Web ou d'un livre, notez l'adresse ou le titre et l'auteur. Cette méthode présente deux avantages : 1) n'importe qui peut vérifier les informations en suivant vos sources et 2) si vous devez mettre à jour votre plan d'affaires plus tard, vous avez déjà des pistes intéressantes sur les sources à consulter.

Si vous rédigez ce plan pour une entreprise existante, vous devez fournir les déclarations fiscales des trois dernières années. Par ailleurs, vous devez veiller à fournir, dans la section financière, un récapitulatif annuel des ventes et des dépenses passées sur une période de trois ans. Cela constitue une preuve des dépenses futures prévues pour une entreprise existante.

Voici des exemples d'autres éléments que vous pouvez fournir dans l'annexe : des copies de tout contrat, des lettres d'intention, des informations sur les brevets, des données de marketing qui ne figurent pas dans la section marketing, des informations sur les licences, etc.

Les astuces du métier : Si vous veillez à fournir un grand nombre de documents dont vous savez qu'ils seront utiles à la banque (curriculum vitae, déclarations fiscales, états financiers personnels, etc.), cela permettra de réduire grandement le temps d'attente d'une décision.

Le présent ouvrage est produit par :



Les Centres de développement des petites entreprises du Maine sont financés en partie par un accord de coopération avec l'Administration américaine des petites entreprises. Toutes les opinions, conclusions et/ou recommandations exprimées dans le présent document sont celles de l'auteur ou des auteurs et ne reflètent pas nécessairement les positions de la SBA.

Les Centres de développement des petites entreprises du Maine

55 Exeter Street

BP : 9300

Portland, ME 04104-9300

207-780-4420

800-679-7232

mainesbdc@maine.edu

www.mainesbdc.org