

## Lignes directrices relatives aux propositions d'infrastructure pour les projets de plus de 100 000 \$ (Fonds des pêches du Québec)

Voici les grandes lignes de l'information requise pour nous aider à évaluer votre proposition de projet.

Le formulaire de demande d'aide financière doit aussi être joint à votre proposition. Tous les documents de la proposition doivent être soumis sous format papier et en mode électronique (clé USB). Les demandeurs sont avisés qu'il leur incombe d'adopter des mesures de sécurité appropriées lorsqu'ils nous transmettent de l'information. Pour cette raison, nous **ne** pouvons **pas** accepter les propositions ou les documents relatifs à une demande qui nous est transmise par courrier électronique.

De plus amples renseignements ou des précisions pourraient vous être demandés par l'agent de programme au cours de l'examen préalable des renseignements fournis. Certains projets peuvent nécessiter l'avis d'experts dans un domaine particulier dans le cadre de la vérification préalable et aux fins de l'établissement du risque global.

La proposition doit être présentée comme un plan d'affaires et s'accompagner d'une description de l'objet et des objectifs de la demande de financement en lien avec les objectifs du Fonds. Vous trouverez ci-dessous un aperçu de plan d'activités. Toutes les sections ne s'appliquent pas à tous les projets et n'ont pas besoin d'être abordées dans la proposition. Toutefois, les instructions ci-dessous fournissent des éléments à prendre en compte lors de la rédaction de la proposition.

Les 9 sections suivantes font partie d'un plan d'affaires général.

### Sur cette page

- [Page couverture](#)
- [Table des matières](#)
- [Résumé](#)
- [Description de l'industrie](#)
- [Description de l'entreprise](#)
- [Possibilités](#)
- [Plan de production](#)
- [Plan de marketing](#)
- [Données financières](#)

### Page couverture

Votre page couverture présente votre entreprise et votre concept d'affaires. On devrait y trouver :

- la dénomination sociale de votre entreprise
- le titre de votre plan d'affaires et de marketing (par exemple, « Plan d'affaires et de marketing de Martin et Martin Inc. »)
- la date à laquelle votre plan a été préparé ou modifié
- les coordonnées de la personne qui a préparé le plan, comprenant :
  - le nom
  - l'adresse
  - le numéro de téléphone
  - le numéro de télécopieur
  - l'adresse électronique
- toute mention nécessaire, comme :
  - l'indication que le plan est confidentiel
  - le numéro d'exemplaire du plan d'affaires pour contrôler sa distribution
- la marque de commerce ou le logo officiel de votre entreprise
- l'adresse du site Web de votre entreprise

## Table des matières

Votre plan d'affaires et de marketing devrait être clairement divisé et facile à utiliser. Pour que les lecteurs accèdent aux sections de leur choix plus rapidement et aisément, produisez :

- une table des matières complète énumérant toutes les sections clés
- des pages numérotées

## Résumé

Bien que le résumé soit la première page du plan d'affaires et de marketing que le lecteur voit, vous souhaiterez probablement le rédiger en dernier. Le garder pour la fin vous permettra de mieux axer, préciser et peaufiner vos messages clés après avoir terminé le gros du travail.

Idéalement, le résumé tient sur 1 page (maximum de 2 pages), car il ne vise qu'à donner un aperçu. Bien que concis, il devrait également intéresser le lecteur assez pour qu'il finisse de lire tout le plan. Si votre résumé est efficace, le lecteur comprendra l'intégralité de votre concept d'affaires.

Abordez ces éléments dans votre résumé.

- Présentez votre entreprise, par exemple :
  - ce qu'elle est
  - ce qu'elle fait
  - comment elle le fait
  - qui la gère
  - où elle se trouve
  - ses marchés
  - ses concurrents

- Formulez des énoncés de mission et de vision qui donnent un aperçu de vos objectifs et où vous souhaitez être dans 5 ans.
- Fournissez des renseignements tels que :
  - si l'entreprise est à propriétaire unique, un partenariat ou constituée en personne morale
  - les débouchés, le taux de croissance prévu et la possibilité de bon rendement du capital investi (les détails se trouveront dans le document principal)
  - les besoins financiers totaux de l'entreprise, les sources de financement et indiquez les calendriers de remboursement (encore une fois, les détails se trouveront dans le document principal)
  - un bref aperçu de vos plans opérationnel et marketing

Terminez la présentation avec une phrase déclarative qui explique pourquoi on devrait financer ce projet.

## Description de l'industrie

Dans cette section, vous mettrez en évidence votre recherche et votre compréhension approfondies de votre industrie. Dans la description détaillée exposant à quoi ressemble votre industrie actuellement, vous devriez indiquer :

- la taille de votre industrie et le nombre de secteurs qu'elle comporte
- l'information clé sur les marchés, les données démographiques et les créneaux de l'industrie
- les principaux intervenants de votre industrie (votre concurrence)
- les fournisseurs ou distributeurs de votre industrie, s'il y a lieu
- les tendances clés de l'industrie et de l'économie qui touchent votre industrie
- tout facteur social, culturel, environnemental ou géographique qui a une incidence sur votre industrie
- les exigences en matière :
  - de certifications comme celle de l'Organisation internationale de normalisation (ISO)
  - d'assurance
  - de règles d'industrie
- un aperçu de la réglementation gouvernementale qui touche votre industrie
- le potentiel de croissance général de votre industrie

Vous pouvez maintenant établir la preuve que vous avez analysé les risques et savez quelle place votre entreprise peut occuper dans l'industrie. Les éléments à inclure ici sont les suivants :

- dans quel secteur de l'industrie prévoyez-vous établir ou effectuer votre expansion
- ce qui vous distinguera de la concurrence dans ce secteur (par exemple, votre avantage concurrentiel)
- qui sont vos concurrents directs et indirects et quelles réactions vous prévoyez qu'ils auront face à votre nouvelle entreprise

- une analyse détaillée de tout autre obstacle ou risque éventuel

Vous pouvez également déterminer vos points faibles ou vos difficultés. Joignez tout plan d'urgence approprié à la description de votre industrie.

## Description de l'entreprise

Dans cette section de votre plan d'affaires et de marketing, vous décrivez votre entreprise et expliquez pourquoi les investisseurs et prêteurs devraient être intéressés à participer à votre concept d'affaires.

Revenez brièvement sur l'introduction de votre entreprise présentée dans le résumé et donnez plus de détails sur :

- vos produits et services
- vos installations et actifs
- l'historique de votre entreprise (pourquoi et quand elle a vu le jour), y compris les jalons importants
- vos indicateurs de succès (ce que vous faites vraiment bien) et votre créneau dans l'industrie
- votre volume de ventes (actuel et projeté)
- tout produit, service, processus ou concept novateur élaboré

Donnez des détails sur votre équipe de gestion, votre personnel et vos conseillers importants, y compris :

- les propriétaires et les gestionnaires, tels que qui sont-ils et quelles forces ils apportent à l'entreprise en matière d'expérience et d'expertise
- le personnel, tel que leur nombre à temps plein et à temps partiel, leur compétence et leur expérience, les postes et responsabilités de chacun de ces employés
- les plans de formation et de recrutement du personnel en fonction de la croissance de l'entreprise
- vos conseillers professionnels comme les :
  - avocats
  - comptables
  - banquiers
  - consultants
  - mentors
- votre conseil d'administration ou conseil consultatif (s'il y a lieu) et l'expérience en affaires qu'il possède

Si disponible, vous pouvez inclure un organigramme pour montrer comment votre personnel est, ou sera, organisé.

## Possibilités

Il s'agit de la partie de votre plan d'affaires et de marketing où vous faites la promotion de :

- votre concept d'affaires
- votre vision pour l'avenir
- la raison pour laquelle votre entreprise sera une réussite

De façon claire, concise et positive, fondez vos déclarations sur des faits et abordez les centres d'intérêt, comme :

- pourquoi le marché achètera votre produit ou service
- quelle est la taille du marché et de quelle part prévoyez-vous vous emparer
- quelles sont les prévisions d'avenir quant à votre produit ou service

Lorsque vous abordez les enjeux, n'hésitez pas à avoir recours au plus de recherche et de données possible pour décrire et promouvoir votre produit ou service, y compris :

- pourquoi votre marché cible veut votre produit ou service ou en a besoin
- quelles caractéristiques novatrices et valeur irrésistible votre produit ou service offre
- en quoi votre offre est meilleure que celle de la concurrence
- si vous vendez quelque chose de nouveau (indiquez s'il est protégé par un brevet, des droits d'auteur ou tout autre moyen légal)
- comment votre produit ou service assurera sa longévité sur le marché (sera-t-il bientôt désuet)
- comment vous prévoyez le modifier ou le mettre à jour par la suite

## Plan de production

Peu importe au sein de quelle industrie vous évoluez, il est essentiel de démontrer que vous saisissez parfaitement les techniques à adopter pour une gestion rentable des activités de l'entreprise. Vous offrez un produit ou un service à un marché cible, et il faut une planification soignée pour assurer un résultat de qualité livré à temps et selon le budget.

Cette partie de votre plan d'affaires et de marketing devrait comprendre de l'information sur les éléments suivants.

### Installations et actifs

- emplacement et grandeur de votre installation, y compris les plans d'aménagement
- capacité de votre installation en matière de matériel et d'équipement, le pourcentage utilisé et la durée
- statut de locataire ou de propriétaire de l'installation et de l'équipement

- proximité des fournisseurs, le cas échéant
- qualité de votre machinerie et équipement (s'agit-il de la meilleure technologie disponible et respecte-t-elle les normes de l'industrie)
- accès au transport
- toute possibilité éventuelle d'expansion ou de déménagement
- toute possibilité de rénovation et coûts connexes

## Fournitures et approvisionnements

- nombre de fournisseurs et fiabilité
- existence d'une installation d'entreposage adéquate pour votre matériel
- tout règlement ou permis en matière d'approvisionnement ou de matériel
- tout risque connexe au matériel et à l'approvisionnement, par exemple :
  - la réglementation douanière
  - la préoccupation de transport
  - les enjeux environnementaux

## Personnel

- nombre d'employés, y compris ce qu'il était avant et maintenant, et les projections futures
- organigramme montrant comment votre personnel est organisé
- compétences, formation et expérience exigées de vos employés, notamment le coût de formation
- rémunération et avantages associés à chaque poste, comme :
  - les traitements
  - les salaires
  - la rémunération des heures supplémentaires
  - les avantages sociaux

## Activités

- normes de l'industrie en matière de production, par exemple,
  - les exigences en matière d'ISO
  - l'environnement
  - la santé et la sécurité
- toute réglementation gouvernementale pertinente, par exemple,
  - sécurité environnementale
  - manipulation de matière dangereuse
  - assurance
- si vous démarrez une nouvelle entreprise, le temps nécessaire pour acquérir les installations, l'équipement et le personnel avant d'entreprendre vos activités et de compléter votre premier cycle de production

## Plan de marketing

Votre plan de marketing est une composante essentielle de votre vaste plan d'affaires. Ici, vous décrivez votre produit ou service en détail, mettez l'accent sur

ses caractéristiques uniques ou novatrices. Ensuite, vous dressez les grandes lignes de votre plan stratégique pour vendre ce que vous offrez sur votre marché cible.

Vous devriez aborder la liste d'éléments qui suit dans cette section.

## Marché

- Décrivez votre marché potentiel et vos clients éventuels.
- Estimez votre marché potentiel total (par exemple, le nombre de clients éventuels et votre marché cible immédiat).
  - Appuyez vos estimations sur des données factuelles.
  - Pour toute prévision, indiquez les hypothèses qui soutiennent vos estimations, comme :
    - taux d'intérêt
    - tendances économiques
    - inflation
- Définissez votre avantage concurrentiel et en quoi votre offre répond aux besoins de ce marché.
- Estimez le potentiel de croissance de votre marché immédiat et des marchés éventuels possibles, notamment les marchés nationaux et internationaux.
- Indiquez votre part de marché estimée.

## Concurrence

- Identifiez vos principaux concurrents directs, par exemple :
  - qui ils sont
  - où ils se trouvent
  - leur part de marché
- Relevez toute concurrence indirecte.
- Comparez votre produit ou service à celui de vos principaux concurrents, par exemple :
  - le nom de marque
  - la qualité
  - l'image
  - le prix
- Comparez votre entreprise à vos principaux concurrents, comme :
  - la réputation
  - la taille
  - les réseaux de distribution
  - les emplacements
- Évaluez le degré de difficulté, pour votre concurrence, de pénétrer votre marché cible.
- Décrivez ce que vous avez appris en observant votre concurrence.
- Déterminez si les ventes des concurrents augmentent, diminuent ou demeurent stables, et pourquoi.

## Technologie

- Décrivez comment la technologie influe sur votre produit ou service.
- Examinez comment les technologies nouvelles et émergentes influenceront sur votre produit ou service et quand vous devrez investir dans une nouvelle technologie.
- Décrivez comment votre entreprise peut s'adapter rapidement au changement.

## Autres

- Indiquez tout autre facteur conjoncturel susceptible d'influer sur votre plan de marketing, dont :
  - les changements réglementaires
  - l'accès au capital de risque
  - les obstacles au commerce
  - les enjeux économiques mondiaux
- Définir les problèmes et les occasions.
  - Recensez les problèmes actuels ou éventuels ainsi que les occasions qui influent sur votre concept d'affaires, et énoncez ce que vous ferez pour les régler.
- Définir les objectifs.
  - Exposez vos objectifs opérationnels en termes précis et mesurables.
  - Assurez-vous de pouvoir quantifier vos cibles.
- Définir les stratégies.
  - Exposez comment vous atteindrez vos objectifs y compris les étapes à suivre en matière de planification, de production et de marketing pour atteindre vos cibles.
  - Assurez-vous d'avoir pris en compte les problèmes et occasions susmentionnés ainsi que les réactions possibles de vos concurrents.

## Votre plan d'action

Dans cette section, vous devrez aborder l'information sur vos produits, prix, promotion et circuit de distribution. Expliquez les domaines de marketing suivants.

- Votre produit ou service.
  - Décrivez la qualité, la marque, l'emballage, la modification, l'entretien de votre produit et le lieu où le service est fourni.
- Vos prix.
  - Décrivez comment vous fixerez le prix de votre produit ou service de sorte qu'il soit concurrent, mais rentable.
- Vos plans de promotion.
  - Décrivez comment, où et quand vous ferez la publicité et la promotion de vos offres.
- Vos méthodes de placement et de distribution.
  - Décrivez où les gens achèteront votre produit ou auront accès à votre service.

- Exposez vos méthodes et votre force de vente : ventes personnelles, correspondance, en ligne.
- Ajouter des renseignements comme le nombre de vendeurs et la formation exigée.

Les projections des ventes pour les 3 prochaines années devraient également être incluses, comme des projections optimistes, pessimistes et réalistes et des hypothèses.

## Données financières

La section financière de votre plan d'affaires et de marketing doit démontrer des renseignements précis et compréhensibles qui montrent clairement le résultat net.

Présentez votre concept d'affaires comme une possibilité d'investissement intéressante. Vous pouvez utiliser le format de votre choix ou utiliser les tableaux ci-dessous comme gabarit.

Nous vous suggérons les éléments suivants pour décrire ce qui peut être énuméré dans cette section.

- Fournir les coûts prévus du projet qui doivent être couverts par l'ensemble des sources de financement dans le tableau 1, ci-dessous.
  - Inclure une brève description des coûts du projet à couvrir et le montant demandé pour toute la durée du projet.
- Identifier toutes les sources de financement confirmées ou prévues, y compris la contribution demandée du Fonds des pêches Québec et tout soutien non financier dans le tableau 2.
  - Chaque organisation doit être inscrite sur une ligne distincte.
- La date projetée à laquelle les prêteurs peuvent s'attendre à être remboursés.
- Toute limite de responsabilité et la protection nécessaire à l'égard des risques environnementaux et autres.
- Votre taux de rendement projeté.
- Les hypothèses économiques qui influent sur vos estimations et prévisions comme :
  - l'inflation
  - les tendances économiques
  - le taux d'intérêt
- Un échéancier approximatif du rendement de l'investissement.
- Indiquer tous les montants en souffrance au gouvernement en ce qui concerne les taxes ou les retenues (provincial ou fédéral).
- Fournir les soumissions de prix pertinentes du fournisseur.

Les demandeurs commerciaux doivent soumettre :

- leurs états financiers préparés de manière indépendante (vérifiés ou avec mission d'examen) pour les 3 derniers exercices financiers



Tableau 2 : Sources de financement du projet

<b>Sommaire du financement du projet</b>	<b>Montant du financement</b>	<b>État demandé</b>	<b>État confirmé</b>
Contribution du ou des demandeurs			
Soutien du Fonds des pêches du Québec			
Crédits d'impôt féd./prov. admissibles			
Soutien provenant d'autres sources (préciser)			
Soutien provenant d'autres sources (préciser)			
Soutien provenant d'autres sources (préciser)			
<b>Financement total du projet</b>			