

Le plan d'affaires

Table des matières

	Pages
<i>RÉSUMÉ DU PROJET</i>	1
1. PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE	2
1.1 LA MISSION ET LA DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE	2
1.2 L'HISTORIQUE DE L'ENTREPRISE ET LA NATURE DU PROJET	2
1.3 L'ÉQUIPE ENTREPRENEURIALE	2
1.4 PERSONNES-RESSOURCES	3
1.5 LA FORME JURIDIQUE.....	3
1.6 OBJECTIFS PERSONNELS ET MOTIVATIONS	3
1.7 EXPÉRIENCE ET FORMATION	3
1.8 HABILITÉS ET APTITUDES	4
1.9 OBLIGATIONS DE L'ENTREPRISE	4
2. ANALYSE DE MARCHÉ	5
2.1 DESCRIPTION DES PRODUITS ET/OU SERVICES	5
2.2 ÉVALUATION DU MARCHÉ TOTAL	5
2.3 PART DE MARCHÉ VISÉE ET PRÉVISIONS DU CHIFFRES D'AFFAIRES.....	6
2.4 LES CONCURRENTS DIRECTS ET INDIRECTS	6
2.5 L'EMPLACEMENT DE L'ENTREPRISE.....	7
3. MARKETING	8
3.1 PUBLICITÉ	8
3.2 STRATÉGIE DE PRIX	8
3.3 STRATÉGIE DE DISTRIBUTION.....	9
3.4 SERVICE APRÈS-VENTE ET GARANTIES	9
4. OPÉRATIONS	10
4.1 MATIÈRES PREMIÈRES	10
4.2 FOURNISSEURS	10
4.3 DESCRIPTION DU PROCESSUS DE FABRICATION ET DE LA TECHNOLOGIE UTILISÉE.....	10
4.4 ÉQUIPEMENTS	11
4.5 CAPACITÉ DE PRODUCTION	11
5. RESSOURCES HUMAINES	12
5.1 IDENTIFICATION DES BESOINS EN MAIN-D'ŒUVRE.....	12
5.2 ORGANIGRAMME DE L'ENTREPRISE	12
6. LES RISQUES DU PROJET	13
7. CALENDRIER DE RÉALISATION.....	14

8. RESSOURCES FINANCIÈRES	15
8.1 COÛT ET FINANCEMENT DU PROJET	16
8.2 RÉPARTITION DE LA PROPRIÉTÉ ET MISE DE FONDS	17
8.3 ANALYSE DES VENTES	17
8.4 ÉTATS DES RÉSULTATS	18
8.5 BUDGET DE CAISSE	19
8.6 BILAN	20
8.7 SEUIL DE RENTABILITÉ	21
<i>ANNEXE 1 EXEMPLE D'UN CURRICULUM VITAE</i>	<i>22</i>
<i>ANNEXE 2 EXEMPLE D'UN BILAN PERSONNEL</i>	<i>26</i>
<i>ANNEXE 3 LES FORMES JURIDIQUES.....</i>	<i>28</i>
<i>ANNEXE 4 CE QUI PEUT VOUS AIDER À CONSTRUIRE VOTRE PLAN D'AFFAIRES ..</i>	<i>31</i>

1. Présentation de l'entreprise

Il faut tout d'abord décrire votre entreprise (le pourquoi de celle-ci, qui sont les propriétaires, etc.)

Nom de l'entreprise :

1.1 La mission et la description de l'entreprise

N.B. La mission veut dire la question suivante : « Pourquoi l'entreprise existe? ».

1.2 L'historique de l'entreprise (s'il s'agit d'une entreprise existante) et la nature du projet

1.3 L'équipe entrepreneuriale

N.B. : Pour le principal promoteur, il devra fournir son curriculum vitae et un bilan personnel. Pour les autres promoteurs, ils devront fournir un curriculum vitae.

Promoteurs	No de tél.	Rôle dans l'entreprise

1.4 Personnes-ressources

Avez-vous une ou des personnes-ressources (hommes ou femmes d'affaires) et/ou un ou des organismes qui vous aident dans la réalisation et/ou le suivi de votre projet? Si oui, nommez-les.

1.5 La forme juridique

Consultez l'annexe 3 pour avoir des détails sur les différentes formes juridiques possibles pour une entreprise et choisir la forme la plus avantageuses pour votre entreprise.

Forme choisie : _____

1.6 Objectifs personnels et motivations

Dites pourquoi vous voulez démarrer votre entreprise et offrir ce genre de produits ou services. S'il s'agit d'une expansion ou d'un agrandissement, dites pourquoi vous voulez l'effectuer.

1.7 Expérience et formation

Décrivez votre expérience dans le domaine et en gestion. Faites ressortir les atouts et complémentarités de chacun des promoteurs. S'il y a des lacunes à certains niveaux, dites comment vous allez y remédier. (Exemple : comptable)

1.8 Habiletés et aptitudes

Quelles sont, d'après vous, les qualités que vous possédez qui assureront le succès de votre entreprise? S'il s'agit d'un projet d'agrandissement ou d'expansion, quels sont les points forts de votre entreprise?

1.9 Obligations de l'entreprise

Décrivez les différentes lois régissant ce type d'entreprise. De plus, énumérez les différents permis que vous devez vous procurer : numéro de TPS et TVQ, permis de la ville, taxes d'affaires, numéro d'employeur, CSST, etc.

2. Analyse de marché

Dans quel marché allez-vous évoluer?

2.1 Description des produits et/ou services

Décrivez en détails votre produit ou service et son utilisation. Nommez les avantages qui le distinguent de ses concurrents. Prouvez que votre entreprise répond véritablement à un besoin. S'il s'agit d'un agrandissement ou d'une expansion, prouvez que c'est nécessaire au développement de votre entreprise.

2.2 Évaluation du marché total

Quelle est l'évolution de la demande pour votre produit ou service, en hausse, baisse ou stable? Quel est la limite géographique du marché que vous voulez couvrir? Déterminez le nombre de consommateurs total, pour ce genre de produit ou service sur le territoire que vous couvrez. Qui sont ces consommateurs (âge, sexe, revenu, profession, scolarité, style de vie, etc.). Déterminez la fréquence d'achat ou d'utilisation pour une période d'un an.

2.3 Part de marché visée et prévisions du chiffres d'affaires

Trouvez le % de la clientèle potentielle qui est susceptible d'acheter vos produits ou services et avec ce pourcentage, estimez votre futur chiffre d'affaires. Expliquez pourquoi vous pensez atteindre cette part de marché. À l'aide de la part de marché, estimez vos ventes annuelles.

Produits ou services	Quantité (ventes annuelles)	Prix estimatif	Total (Quantité X Prix)

2.4 Les concurrents directs et indirects

Quelles sont les forces et les faiblesses de vos concurrents en terme de : réputation, qualité, prix, expérience, localisation, service, etc.

N.B. Vos concurrents sont ceux qui répondent aux mêmes besoins que vous. Exemple : si vous démarrez un restaurant, vos concurrents directs seront les autres restaurants. Tandis que les épiceries offrant des plats cuisinés seront vos concurrents indirects.

Nom du concurrent	Forces	Faiblesses

2.5 L'emplacement de l'entreprise

À quel endroit doit être situé votre projet? Quel est l'achalandage à l'endroit choisi? Doit-on construire ou rénover une bâtisse? Si on loue, comment doit être le local et quelles sont les améliorations à apporter? Déterminez le coût du loyer et de ces améliorations ou de la construction du local. Donnez les raisons de ces choix. Quels seront les coûts reliés à l'emplacement et la localisation?

3. Marketing

Ce n'est pas tout d'avoir le bon produit ou service, au bon endroit et au prix qui convient au marché visé. Encore faut-il que le consommateur connaisse son existence! Dans cette section, nous allons traiter de ces différents points.

3.1 Publicité

Sur quel aspect de votre produit ou service votre publicité portera-t-elle? Le prix, la localisation, le service? Quels médias prévoyez-vous utiliser? (Télévision, radio, journaux, etc.) Déterminez qui et combien de gens vous allez rejoindre. Quel en sera le coût et quel est votre budget annuel?

N.B. Pour déterminer le média, demandez-vous lequel rejoint votre clientèle visée.

3.2 Stratégie de prix

Comment avez-vous fixé vos prix? Par rapport aux concurrents, à vos coûts de production, etc. Justifier les écarts avec ceux des compétiteurs. Offrez-vous des escomptes de quantité ou une politique de crédit?

3.3 Stratégie de distribution

Comment faire pour que votre produit soit accessible? Où allez-vous le distribuer?
Dans les dépanneurs, épiceries, etc.?

N.B. Cet aspect est souvent absent pour les services.

3.4 Service après-vente et garanties

S'il y a lieu, décrire la politique du service après-vente de votre entreprise ainsi que les différentes garanties applicables.

4. Opérations

De quelle façon allez-vous procéder dans votre entreprise en ce qui concerne la production?

4.1 Matières premières

Dressez la liste des matières premières requises, leur disponibilité, leur qualité/quantité, leur coût et l'inventaire de départ nécessaire.

4.2 Fournisseurs

Dressez la liste des fournisseurs, leurs conditions d'achat, le délai et le coût de la livraison et leur localisation.

4.3 Description du processus de fabrication et de la technologie utilisée

Décrivez la technologie et le processus de fabrication utilisés dans le cas d'une entreprise de fabrication.

4.4 Équipements

Décrivez les équipements, indiquez s'ils sont neufs ou usagés, leurs fournisseurs, le délai de livraison, le coût et leur durée de vie. Quels seront les coûts d'acquisition de l'équipement? Et ceux de l'entretien?

4.5 Capacité de production

Déterminez combien d'items vos équipements peuvent produire ou combien de clients vous pouvez rencontrer par semaine.

5. Ressources humaines

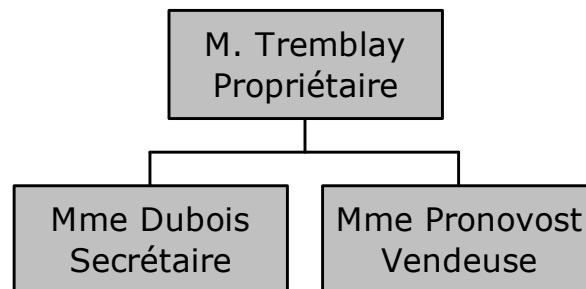
Les ressources humaines sont importantes dans une entreprise. Il faut avoir les bons employés aux postes clés.

5.1 Identification des besoins en main-d'œuvre

Décrivez la nature des postes à combler, les tâches à accomplir, les qualifications requises, la formation à donner si nécessaire, le nombre d'employés, les salaires payés (incluant les avantages sociaux) et les heures de travail. Allez-vous, pour certaines tâches particulières engager des employés ou donner les tâches à des entreprises spécialisées?

5.2 Organigramme de l'entreprise

Organigramme Boutique XYZ



6. Les risques du projet

Dans chaque projet, il a toujours des risques, il s'agit de les identifier et de se préparer en conséquence. Comme dit le diction « Vaut mieux prévenir que guérir ».

Énumérer les risques ayant trait à la réalisation de votre projet. Également, décrivez les mesures que vous allez prendre à l'avance pour les éviter et aussi les mesures que vous prendriez pour les corriger s'ils survenaient.

Risques	Mesures préventives	Mesures correctives

7. Calendrier de réalisation

La planification est très importante dans une entreprise. Faites-vous un échéancier avec vos étapes clés pour savoir quand certaines étapes devront être terminées.

Étapes	Date
- Rédiger le plan d'affaires	
- Choisir l'emplacement de l'entreprise	
- Trouver le financement du projet	
- Enregistrer ou incorporer l'entreprise	
- Obtenir les permis d'exploitation et autres	
- Construire et/ou aménager le local	
- Acheter les équipements et la machinerie	
- S'approvisionner en matières premières et fournitures	
- Engager la main-d'œuvre	
- Effectuer la publicité	
- Procéder à l'ouverture de l'entreprise	

8. Ressources financières

Le côté financier, c'est le nerf de la guerre en affaires. Il est important que vous ayez le plus de données possible. Quand vous arrivez devant un bailleur de fonds (prêteur), arrivez avec le plus de données possible et des chiffres réalistes. Surtout, il ne faut jamais dire à un prêteur qui vous demande des détails sur des chiffres ceci : « Pour cette section, consultez mon comptable (ou la personne qui fait votre comptabilité), moi, je ne m'y connais pas en comptabilité ». Cela donne une très mauvaise impression, donc avant d'aller rencontrer un prêteur, apprenez tous les détails en ce qui concerne le côté monétaire de votre entreprise.

8.2 Répartition de la propriété et mise de fonds

Promoteur(s)	Mise de fonds (\$)	Mise de fonds (biens)	%

8.3 Analyse des ventes

Est-ce que vous avez des mois où vous pensez vendre plus (Noël, à la rentrée scolaire, l'été, l'hiver, etc.)? Remplissez ce tableau pour chacun de vos produits et services.

Mois	Ventes année 1	Ventes année 2	Ventes année 3
Janvier			
Février			
Mars			
Avril			
Mai			
Juin			
Juillet			
Août			
Septembre			
Octobre			
Novembre			
Décembre			
Total			

8.4 États des résultats

État des résultats prévisionnels					
	An 1		An 2		An 3
Ventes		\$		\$	\$
Coût des marchandises vendues					
Bénéfice brut					
Frais d'exploitation					
Salaires et avantages sociaux					
Entretien et rép. des bâtiments					
Entretien et rép. des équipements					
Électricité et chauffage					
Loyer					
Assurances					
Taxes, licences et permis					
Entretien et rép. du matériel roulant					
Fournitures d'atelier et petits outillages					
Papeterie et dépenses de bureau					
Téléphone					
Honoraires professionnels					
Amortissement					
Frais de déplacement					
Autres					
Total					
Frais financiers					
Frais bancaires et intérêts					
Intérêts de la dette à long terme					
Autres					
Total					
Bénéfice (perte) avant impôts					
Impôt sur le revenu					
Bénéfice (perte) net		\$		\$	\$

8.5 Budget de caisse

Voici un modèle de budget de caisse. Un budget de caisse est utile pour planifier ses entrées et sorties de fonds pour les différents mois de l'année. Ainsi, il est plus facile de contrôler ses dépenses.

BUDGET DE CAISSE AN 1

	Total	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6	Mois 7	Mois 8	Mois 9	Mois 10	Mois 11	Mois 12
Encaisse de début													
RECETTES													
Ventes (produits, services)													
Mise de fonds													
Subventions													
Emprunt à court terme													
Emprunt à long terme													
Autres													
Total													
DÉBOURSÉS													
Achat de marchandises													
Salaires et avantages sociaux													
Ent. et rép. des bâtiments													
Ent. et rép. des équipements													
Électricité et chauffage													
Loyer													
Assurances													
Taxes, licences et permis													
Ent. et rép. du mat. roulant													
Fourn. d'atelier et petits outils													
Pap. et dépenses de bureau													
Téléphone													
Honoraires professionnels													
Frais de déplacement													
Frais bancaires													
Intérêts (C.T.)													
Rembour. des dettes à L.T.													
Autres													
Total													
Encaisse de fin													

8.6 Bilan

Bilan prévisionnel							
	Ouverture	An 1	An 2	An 3			
ACTIF							
Actif à court terme							
Encaisse		\$	\$	\$			\$
Compte à recevoir							
Inventaire							
Autres							
Total de l'actif à court terme							
Actif à long terme							
Terrain							
Bâtiment							
Amortissement cumulé							
Bâtiments nets							
Équipements							
Amortissement cumulé							
Équipements nets							
Matériel roulant							
Amortissement cumulé							
Matériel roulant net							
Autres immobilisations nets							
Placements							
Total de l'actif à long terme							
Total de l'actif							
PASSIF ET AVOIR							
Passif à court terme							
Marge de crédit							
Comptes fournisseurs							
Impôts à payer							
Versement sur la dette à long terme							
Total du passif à court terme							
Passif à long terme							
Prêt #1							
Prêt #2							
Total du passif à long terme							
Total du passif							
Avoir des actionnaires							
Mise de fonds							
Apports							
Prélèvements							
Bénéfices non-répartis (Déficit)							
Total de l'avoir des actionnaires							
Total du passif et de l'avoir							

8.7 Seuil de rentabilité

Seuil de rentabilité = $\text{Frais fixes} / [(1 - \text{Frais variables}) / \text{Ventes}]$

Seuil de rentabilité	1 ^{re} année	2 ^e année	3 ^e année
<u>Frais fixes</u>			
Salaires administration et avantages sociaux			
Loyer			
Électricité			
Permis et taxes			
Assurances			
Fournitures de bureau			
Honoraires professionnels			
Intérêts sur l'emprunt à long terme			
Amortissement			
Autres			
Total frais fixes			
<u>Frais variables</u>			
Achats matières premières et fournitures			
Salaires de la production et avantages sociaux			
Électricité			
Chauffage			
Frais de déplacement			
Dépenses de matériels roulants			
Télécommunications (téléphone, télécopieur, etc.)			
Publicité			
Entretien et réparations			
Autres			
Total frais variables			

Calcul du seuil de rentabilité

An 1 :

An 2 :

An 3 :

Annexe 1

Exemple d'un curriculum vitae

**Nom
Adresse
Municipalité (Québec)
(819) 111-1111**

FORMATION ACADÉMIQUE

2000

Nom du programme

Type de programme (bacc., diplôme d'études collégiales, diplôme d'études secondaires, etc.)
Établissement

1997

Nom du programme

Type de programme (bacc., diplôme d'études collégiales, diplôme d'études secondaires, etc.)
Établissement

DISTINCTIONS

Mai 1998

La distinction

Avril 1996

La distinction

CONNAISSANCES PARTICULIÈRES

- Votre connaissance particulière
- Votre connaissance particulière

EXPÉRIENCE DE TRAVAIL

Date

Fonction

L'entreprise

- Tâche effectuée
- Tâche effectuée
- Tâche effectuée

Date

Fonction

L'entreprise

- Tâche effectuée
- Tâche effectuée
- Tâche effectuée

ACTIVITÉS SOCIALES

Date

Activité

Date

Activité

Date

Activité

LOISIRS

Loisirs, loisirs, loisirs

RÉFÉRENCES

Elles vous seront fournies sur demande.

N.B. Vous pouvez mettre autant d'activités que vous le voulez dans chacune des sections, mais il est important que votre curriculum vitae ne dépasse pas trois pages. Au-delà de ce nombre, les personnes risquent de ne pas le lire. Un curriculum vitae doit bien vous décrire, mais il doit le faire brièvement.

Annexe 2

Exemple d'un bilan personnel

Bilan personnel

Actif	Passif
Liquidités Comptes d'épargne _____	Dettes à court terme Carte de crédit _____ Compte à payer _____ Autres _____
Placements Actions _____ Obligations _____ Autres _____	Dettes à moyen terme Prêt pour auto _____ Prêt pour placement _____ Contrat de location _____ Autres _____
Régimes différés REER _____ Autres _____	Dettes long terme Prêt hypothécaire _____ Autres _____ Total du passif _____
Bien privés Ameublement _____ Auto _____ Autres _____	Avoir net Total de l'actif _____ (moins) Total du passif _____ Total de l'avoir net _____
Total de l'actif _____	Total passif et avoir _____

Annexe 3

Les formes juridiques

Entreprise individuelle ou à propriétaire unique :

C'est une entreprise qui n'a qu'un seul propriétaire. Ce dernier a le contrôle complet de la compagnie. Le but principal de ce type d'entreprise est de vivre de cette dernière. Son entreprise conserve un cachet personnel, car elle n'a pas besoin de montrer ses états financiers. Les revenus nets de l'entreprise sont additionnés à ceux du propriétaire. Également, comme dans le cas d'un particulier, l'entreprise individuel peut recourir au tribunal des petites créances. Par contre, en cas de difficulté, la responsabilité du propriétaire est totale. Le taux d'imposition de ce type d'entreprise est également très élevé car c'est le même qu'un particulier, donc plus ou moins 50 %. Par contre pour dissoudre la compagnie, c'est très facile, juste à prendre le solde de l'entreprise.

Compagnie ou société par actions :

La compagnie est une personne morale. Il peut avoir au minimum un propriétaire et il n'a pas de maximum d'actionnaires (mais à partir de 50 actionnaires, la compagnie devient publique et elle pourra ainsi entrer en bourse si les propriétaires le désirent). Le contrôle de la compagnie est au prorata des actions détenues par les propriétaires. Le gros avantage de cette forme juridique c'est qu'en cas de difficulté financière, la responsabilité des propriétaires est limitée à leur mise de fonds. De plus, comme la compagnie est une personne morale, elle paie ses propres impôts et le taux d'imposition est plus avantageux qu'une entreprise individuelle pour les petites entreprises (aux alentours de 20 %). Les revenus de l'entreprise peuvent être versés aux propriétaires sous forme de dividendes. En cas de dissolution, le solde de l'entreprise est réparti au prorata des actions.

Société de personnes :

C'est une entreprise qui compte deux propriétaires et plus. Cette forme juridique est surtout utilisée par les bureaux professionnels. Le contrôle de la compagnie se fait au prorata. Les revenus de l'entreprise sont distribués aux associés selon leurs parts. L'imposition se fait aussi dans les mains de l'associé (ce n'est pas la société qui est imposée), ce qui fait un taux d'imposition assez élevé (aux alentours de 50 %). En cas de difficulté, la responsabilité des associés est totale. Ils sont personnellement et solidairement responsables des difficultés de la société. En cas de dissolution, on répartit le solde au prorata des associés.

Société en commandites :

C'est une forme d'entreprise où il y a deux types de sociétaires. Tout d'abord les commanditaires, ceux qui apportent l'argent et finalement les commandités, ceux qui administrent l'entreprise. Pour le commanditaire, le risque se limite à sa mise de fonds. Les revenus ou pertes de la société s'ajoutent à son revenu. Pour le commandité, en cas de difficulté, il peut être tenu personnellement responsable des difficultés. En cas de dissolution on répartit le solde au prorata. Le revenu d'imposition se situe aux alentours de 50 %.

Coopérative :

Le but d'une coopérative est de rendre service à ses membres. Il peut avoir plusieurs membres dans une coopérative. Contrairement à une compagnie, où une personne peut avoir plusieurs actions dont plusieurs votes, dans une coopérative, le contrôle se déroule de cette façon : une personne, un vote. La répartition des revenus de la coopérative sont distribués aux membres sous forme de ristournes. La coopérative a le même taux d'imposition qu'une société par actions. Il n'y a pas de responsabilité des membres en cas de difficulté financière. En cas de dissolution de la coopérative, cette dernière doit d'abord rembourser les parts de ses membres et par la suite verser le solde à une autre coopérative semblable à cette dernière.

Organisme sans but lucratif :

Si le but principal de la compagnie n'est pas de faire du profit, mais juste de rendre un service, l'organisme sans but lucratif (OSBL) peut être une forme juridique envisageable. Il peut avoir plus d'un propriétaire, mais tout comme dans une coopérative, c'est une personne, un vote. Les revenus de l'OSBL sont accumulés, il n'y a aucun dividende ni ristourne. À souligner qu'un OSBL n'est pas imposé. En cas de difficultés financières, il n'a aucune responsabilité des membres. En cas de dissolution de l'OSBL, on remet le solde à un autre organisme sans but lucratif semblable.

Annexe 4

Ce qui peut vous aider à construire votre plan d'affaires

Les livres

Belley, André, Louis Dussault et Sylvie Laferté. Comment rédiger son plan d'affaires. Les Éditions Transcontinentales inc. et Fondation de l'Entrepreneurship, Montréal et Charlesbourg, 1996, 269 pages.

Conseil de la coopération du Québec. Démarrer et gérer une entreprise coopérative. Les Éditions Transcontinentales inc. et les Éditions de la Fondation de l'Entrepreneurship, Montréal et Charlesbourg, 1999, 194 pages.

Dell'Aniello, Paul. Un plan d'affaires gagnant. 3^e édition, Les Éditions Transcontinentales inc., Montréal, 1994, 188 pages.

Dorion, Charles. Réalisez votre plan d'affaires. Les Éditions Québécois, Outremont, 1998, 193 pages.

Fillion, Louis Jacques et al. Réaliser son projet d'entreprise. Les Éditions Transcontinentales inc. et Fondation de l'Entrepreneurship, Montréal et Charlesbourg, 1997, 268 pages.

Fortin, Paul-Arthur. Devenez entrepreneur. Pour un Québec plus entrepreneurial. Les Éditions Transcontinentales inc. et Les Presses de l'Université Laval, Montréal et Ste-Foy, 1992, 360 pages.

Laferté, Sylvie. Comment trouver son idée d'entreprise. 3^e édition, Les Éditions Transcontinentales inc. et Fondation de l'Entrepreneurship, Montréal et Charlesbourg, 1998, 232 pages.

Laferté, Sylvie et Gilles Saint-Pierre. Profession : travailleur autonome. Les Éditions Transcontinentales inc. et Fondation de l'Entrepreneurship, Montréal et Charlesbourg, 1997, 272 pages.

Samson, Alain. J'ouvre mon commerce de détail. 24 activités destinées à mettre toutes les chances de votre côté. Les Éditions Transcontinentales inc. et Fondation de l'Entrepreneurship, Montréal et Charlesbourg, 1996, 268 pages.

Samson, Alain en collaboration avec Paul Dell'Aniello. Famille en affaires : Pour en finir avec les chicanes. Les Éditions Transcontinentales inc. et Fondation de l'Entrepreneurship, Montréal et Charlesbourg, 1994, 186 pages.

Tiffany, Paul et Steven D. Peterson. Business plans pour les nuls. SYBEX, Paris 1999, 385 pages.

Van Coillie-Tremblay, Brigitte et Marie-Jeanne Fragu. Relancer son entreprise : Changer sans tout casser. Les Éditions Transcontinentales inc. et Fondation de l'Entrepreneurship, Montréal et Charlesbourg, 1991, 161 pages.

Sur Internet

Voici un plan d'affaires interactif

<http://www.rcsec.org/pai>

Site intéressant pour les entrepreneurs

Le site de la Fondation de l'Entrepreneurship

<http://www.entrepreneurship.qc.ca>

http://strategis.ic.gc.ca/sc_mangb/contact/frndoc/homepage.html

Êtes-vous entrepreneur? Petit test pour le découvrir

<http://www.entrepreneurship.qc.ca/fondation/potentiel/questionnaire.html>

Sites pouvant vous aider à démarrer votre entreprise et autres modèles de plan d'affaires

<http://www.micst.gouv.qc.ca/entrep/demarrage.html>

http://www.entrepreneurship.com/busplan_fr.htm

<http://www.credeq.qc.ca/formulaire.html>

<http://www.rcsec.org/alpe/workshop.html>