



<Ajoutez votre logo ici s'il y a lieu>

Processus de demande pour devenir partenaire de formation de la Croix- Rouge

Étape 2 : Établissez votre plan d'affaires

<NOM DE VOTRE ENTREPRISE>

PRÉSENTÉ PAR : < >

DATE : < >



INTRODUCTION

Ce document est un modèle de plan d'affaires sur Word. Nous l'avons adapté aux réalités des entreprises offrant des programmes de formation. Il existe d'autres modèles de plan d'affaires que vous pourriez choisir pour créer votre demande. Signalons toutefois que le présent modèle est structuré selon les principaux domaines de votre demande qui seront évalués.

En établissant votre plan d'affaires, vous permettez à la Croix-Rouge canadienne d'en savoir plus sur votre entreprise et sur vos objectifs. La Croix-Rouge vise à établir des partenariats mutuellement bénéfiques. Comme vous, nous souhaitons renforcer votre entreprise afin qu'elle offre des formations de grande qualité, qu'elle connaisse du succès et qu'elle représente la Croix-Rouge de façon positive.

Votre plan d'affaires évoluera au fil du temps. Ainsi, votre plan de démarrage sera très différent de votre plan d'affaires des trois à cinq prochaines années. Pour les besoins de cette demande, vous pouvez choisir de vous concentrer sur votre plan de démarrage. Toutefois, il sera important que vous réfléchissiez à votre plan triennal ou quinquennal, surtout dans l'élaboration de votre plan financier.

Veillez remplir toutes les sections du plan et indiquer les numéros de page à l'annexe C. Si vous souhaitez offrir des programmes de secourisme à l'interne, veuillez préparer votre plan financier et remplir les sections portant sur les opérations, les ressources humaines, l'équipement et les installations. Nous vous recommandons de remplir le sommaire en dernier lieu, lorsque toutes les autres sections seront terminées. En brossant le portrait de votre entreprise et en élaborant votre plan financier, vérifiez que vos réponses nous permettent de comprendre votre motivation et votre vision, les fondements de vos éventuelles réussites, les étapes que vous devrez franchir pour réussir et l'approche que vous souhaitez adopter pour mesurer vos réalisations.

La Croix-Rouge vous recommande d'obtenir des conseils professionnels en matière de comptabilité, d'affaires municipales et de droit dans le cadre de l'élaboration de votre plan d'affaires. Certaines ressources et certains spécialistes, comme le centre de la petite entreprise ou de l'entrepreneuriat de votre région, peuvent également fournir des conseils et des recommandations.

L'introduction et les descriptions sous chaque titre de rubrique pourront vous guider. Veuillez toutefois les supprimer avant d'envoyer votre plan.



SOMMAIRE

Cette section doit présenter un résumé de votre vision globale et de l'identité de votre entreprise. Les questions ci-dessous proposent des pistes à explorer :

- **Occasion** : Quelle occasion d'affaires souhaitez-vous saisir? En quoi est-elle conforme aux objectifs de la Croix-Rouge canadienne?
- **Mission** : Quels sont les objectifs de votre entreprise sous l'angle de ses clientèles, de son personnel et de ses propriétaires? En quoi ces objectifs sont-ils conformes aux [valeurs](#) de la Croix-Rouge canadienne?
- **Votre vision** : Comment votre entreprise s'y prendra-t-elle pour saisir cette occasion?
- **Marchés cibles** : Quel marché et quelle clientèle idéale ciblerez-vous?
- **Résultats prévus** : Quels seront vos principaux jalons sur le plan des revenus, des profits et des clientèles?



APERÇU DE L'ENTREPRISE

Cette section fait office d'introduction. C'est une occasion de présenter votre entreprise ou organisation dans ses grandes lignes ainsi que le rôle que la Croix-Rouge peut y jouer en décrivant brièvement ses valeurs et ses objectifs. Précisez la mission, les objectifs et les emplacements ou installations de l'entreprise, ainsi que certaines de ses visées à court et long termes. Indiquez comment votre entreprise se distingue des autres entreprises qui offrent des formations en secourisme.

Vous devez clairement décrire votre structure de gestion, notamment les responsables de la formation et les principaux membres de la direction. Si vous avez déjà collaboré avec la Croix-Rouge, veuillez en faire part. Si vous exploitez actuellement une entreprise enregistrée, veuillez fournir des détails sur son objectif, ses années d'activité et le type de clientèle que vous servez. Si votre entreprise propose déjà des services de formation, veuillez indiquer le nombre de personnes que vous avez formées.

ANALYSE DU MARCHÉ

La mission de la Croix-Rouge canadienne est de former le plus grand nombre possible de Canadiennes et de Canadiens aux programmes de prévention et de sécurité afin de rendre nos communautés plus sûres. La Croix-Rouge canadienne utilise un modèle de distribution par des tiers pour offrir la formation dans les communautés. Contrairement à un modèle de franchise, nos partenaires de formation n'achètent pas la franchise et n'ont pas d'exigences définies en matière de territoire, de bâtiments, de prix, etc. Les partenaires de formation sont responsables de tous les aspects de leur entreprise, y compris le marketing et la publicité. Il est important de tenir compte du fait que d'autres partenaires de formation de la Croix-Rouge peuvent déjà offrir des cours dans votre marché cible. Songez à ce qui distingue votre entreprise et en quoi elle est particulièrement bien placée pour atteindre des publics nouveaux ou mal desservis, augmentant ainsi le nombre de personnes formées. Nous envisageons de recruter de nouveaux partenaires de formation qui correspondent aux besoins cernés dans des zones géographiques ou dans les industries. Comment travaillerez-vous avec les partenaires de formation présents dans votre région?

Dans votre définition de votre marché cible, n'oubliez pas de préciser certains éléments clés comme l'emplacement géographique, les données démographiques, les caractéristiques des acheteuses et acheteurs, les besoins de votre marché cible et la façon dont ces besoins sont actuellement satisfaits. Déterminez les clientèles qui sont importantes à la réussite de votre entreprise, le cas échéant, que ça soit en raison d'un partenariat, du volume ou de l'accès à un nouveau marché. Vos locaux et installations de formation doivent être clairement identifiés. Si vous prévoyez mener vos activités dans une grande zone métropolitaine ou dans une zone fortement saturée en partenaires de formation de la Croix-Rouge, veuillez expliquer comment le fait de devenir un partenaire de formation vous permettra de cibler de nouveaux marchés dans lesquels les autres partenaires de formation sont absents (référez-vous à la [carte](#) des partenaires



de formation de la Croix-Rouge). Si vous ne disposez pas de locaux de formation, quel est votre plan? Veuillez noter que la Croix-Rouge canadienne n'autorise pas la formation dans un domicile privé.

Quels seront les avantages concurrentiels de votre entreprise? Cette section doit aussi comprendre une analyse des forces, des faiblesses, des possibilités et des menaces pour mieux évaluer la position de votre entreprise par rapport à la concurrence. Expliquez en détail pourquoi votre public cible ne reçoit pas suffisamment de services. Quels sont les programmes que vous envisagez de proposer? Quel est le problème ou l'obstacle que rencontrent actuellement ces clientèles pour accéder à la formation et comment allez-vous résoudre ce problème?

Partenaires de formation interne : Une analyse de marché complète n'est pas nécessaire pour les partenaires de formation à l'interne (qui offrent les cours uniquement à des employés). Veuillez expliquer en détail pourquoi vous souhaitez dispenser la formation à l'interne, au lieu de faire appel à un fournisseur externe, et comment vous répondrez aux exigences provinciales.

PLAN DE MARKETING

Dans cette section du plan, présentez de l'information sur vos projets de commercialisation. Décrivez les principaux messages et les voies de communication dont vous vous servirez pour attirer de nouvelles clientèles et faire connaître votre entreprise. En particulier, décrivez les activités de marketing que vous réaliserez pour faire la promotion de votre entreprise (p. ex., publicités, publipostage, bouche-à-oreille, affiches et marketing numérique au moyen des réseaux sociaux, des campagnes de courriel et du référencement). Cette section doit aussi présenter votre stratégie de vente et de tarification ainsi que votre stratégie de fidélisation et de renouvellement de la clientèle.

Utilisez votre analyse de marché pour élaborer votre plan de marketing. Réfléchissez à la manière dont vous allez trouver des clientèles potentielles pour votre entreprise (site Web, médias sociaux, marketing numérique, annonces payantes, etc.) Quels sont la vision, la mission et les objectifs de votre entreprise? Qu'est-ce que votre entreprise offrira d'unique ou qui répondra mieux aux besoins de vos publics cibles?

Vous n'avez pas l'autorisation d'utiliser le matériel ou le logo de la Croix-Rouge. Lisez attentivement la [brochure sur l'utilisation abusive de l'emblème de la Croix-Rouge](#) avant de créer un logo ou des éléments de marketing numérique pour votre entreprise afin de vous assurer que vous n'utilisez pas l'emblème de la Croix-Rouge à mauvais escient. Aucune organisation, à l'exception de la Croix-Rouge et des services médicaux des forces armées, n'a le droit d'utiliser l'emblème de la Croix-Rouge au Canada. Les demandes approuvées recevront des informations sur les logos et le matériel de marketing des partenaires de formation.



OPÉRATIONS

Dans cette section, vous devrez faire la démonstration que vous disposez des ressources nécessaires pour assurer la prestation d'une formation de grande qualité, y compris les politiques et processus administratifs et opérationnels requis. Par exemple, réfléchissez à la planification des cours, à l'inscription, aux options de paiement sécurisées, aux méthodes de tenue de livres, aux politiques d'annulation ou de remboursement, au niveau de service à la clientèle, aux mesures d'assurance de la qualité, à la soumission de cours, etc.

Donnez des exemples :

- Comment votre entreprise va-t-elle gérer les paiements et les inscriptions?
- Comment allez-vous planifier vos cours? Disposerez-vous d'un calendrier de cours à l'avance ou travaillerez-vous avec des listes d'attente?
- Comment votre entreprise gèrera-t-elle les annulations, les transferts et les remboursements?
- Où offrirez-vous la formation (sur un ou plusieurs sites, une province ou un territoire, ou à plusieurs endroits au Canada)?
- Quelle est votre stratégie de croissance pour les trois à cinq prochaines années?
- Avez-vous une politique de confidentialité que vous communiquerez à votre clientèle?

ASSURANCE

Les partenaires de formation de la Croix-Rouge doivent souscrire une assurance responsabilité civile générale commerciale pendant toute la durée de leur entente avec la Croix-Rouge et renouveler leur police chaque année. La Croix-Rouge ne signera pas d'entente de partenaire de formation en l'absence de certificat d'assurance. Toutefois, **veuillez ne souscrire à aucune assurance avant d'avoir reçu la confirmation de l'approbation de votre demande.**

Passez en revue les options d'assurance responsabilité civile. La Croix-Rouge n'offre pas d'assurance responsabilité civile aux partenaires de formation, et l'assurance habitation est insuffisante pour répondre aux besoins opérationnels. Passez en revue les renseignements sur l'assurance pour les partenaires de formation de la Croix-Rouge dans le document publié à l'adresse croixrouge.ca/partenaire. Discutez de vos options avec votre courtière ou courtier d'assurance.



RESSOURCES HUMAINES

Cette section doit présenter les principaux postes au sein de votre entreprise de formation. Décrivez votre rôle : vous occuperez-vous de l'administration en plus des activités de marketing et du service à la clientèle? Prévoyez-vous embaucher du personnel pour donner les formations ou les confier en sous-traitance? Vous devez dresser une liste des membres de votre équipe de direction ou des principaux postes au sein de votre entreprise.

Présentez des renseignements sur chacun des aspects suivants :

- Qualifications du personnel assurant la prestation des cours (p. ex., énumérez les certificats de moniteur de la Croix-Rouge que doit détenir le personnel et tout autre certificat requis). La monitrice ou le moniteur doit fournir une preuve de certificat à jour ou ce dernier peut être vérifié au moyen de la fonction « Valider le certificat » du portail Ma Croix-Rouge (macr.croixrouge.ca).
- Nombre de monitrices et moniteurs requis pour assurer la prestation de votre programmation.
- Plan pour garantir que les monitrices et moniteurs en poste auront la possibilité d'enseigner le nombre minimal de cours requis pour effectuer leur renouvellement.
- Processus de sélection, d'embauche et de sous-traitance. Les processus de sélection devraient comprendre la vérification des références, une demande de vérification du casier judiciaire et la vérification des antécédents en vue d'un travail auprès de personnes vulnérables.
- Mesures envisagées pour assurer la conformité des monitrices et moniteurs aux [normes des programmes de la Croix-Rouge canadienne](#) ainsi qu'aux exigences de certification.
- Stratégies de perfectionnement professionnel et de fidélisation du personnel.

SERVICE À LA CLIENTÈLE

Cette section doit décrire votre vision du service à la clientèle et les mesures que vous prendrez pour la concrétiser. Quel niveau de service souhaitez-vous offrir (p. ex. un suivi le jour même), comment gérerez-vous les préoccupations de la clientèle, les enjeux de qualité, etc.? Possédez-vous une politique de résolution des conflits? Réfléchissez à la façon d'arrimer vos politiques d'assurance de la qualité avec les normes des programmes de la Croix-Rouge. Comment comptez-vous concilier croissance et satisfaction de la clientèle?

ÉQUIPEMENT ET INSTALLATIONS : PROGRAMMES DE SECOURISME

Les normes des programmes de secourisme de la Croix-Rouge et les politiques et lois en vigueur précisent le matériel nécessaire ou recommandé pour tous les cours. Vous devrez déterminer vos coûts de démarrage et de remplacement en lien avec le matériel. Vous constaterez aussi que vous devrez continuellement réapprovisionner certains articles à usage unique. Pour consulter la



liste de matériel requis et les normes des programmes de secourisme de la Croix-Rouge, rendez-vous sur croixrouge.ca/partenaire.

Présentez des renseignements sur chacun des aspects suivants :

- Si vous prévoyez louer ou acheter du matériel, précisez le ratio d'utilisation prévu pour l'équipement (p. ex., un ratio de 1:1 pour tout l'équipement d'un groupe de 18 personnes) ainsi que le fournisseur avec lequel vous ferez affaire.
- Indiquez si vous utiliserez vos locaux (loués, partagés ou dont vous êtes propriétaire) ou encore, précisez vos plans pour vos installations (p. ex., prévoyez-vous offrir de la formation seulement dans les installations de votre clientèle? Louer? Ou encore, réaliser vos activités dans une installation de formation permanente, qui vous appartient?).
- Indiquez comment vous veillerez à ce que vos installations de formation respectent les exigences relatives au nettoyage, à l'entreposage et à l'entretien des fournitures et de l'équipement de formation. Précisez comment les locaux de formation remplissent les exigences d'espace proportionnelles au nombre de personnes participantes, en fonction des critères énoncés dans les Normes des programmes de secourisme.

PLAN FINANCIER

La création d'un plan financier permet de conjuguer tous les aspects de la planification des activités. Une fois que votre marché cible, vos clientèles cibles et vos tarifs sont déterminés, ces éléments (et les hypothèses qui les sous-tendent) vous aideront à établir vos prévisions de ventes. Pour lancer vos activités, il est aussi important que vous sachiez quelles sont les dépenses que vous devrez couvrir avant de recevoir le produit des ventes, ainsi que les dépenses à prévoir avant que vous commenciez à faire du profit.

Cette section doit comprendre au moins un aperçu de vos frais de démarrage estimés et des pertes et profits prévus, ainsi qu'un sommaire de vos hypothèses en lien avec ces projections. Ces hypothèses porteront sur les ventes initiales et continues et sur les moments de ces transactions. Vous pouvez choisir de joindre des tableaux présentant vos frais de démarrage et vos prévisions de pertes et profits. Vous trouverez des modèles de tableaux aux **annexes A et B**.

Élaborez un plan financier détaillé. Tenez compte de tous les coûts de démarrage (p. ex. frais de demande pour devenir partenaire de formation, équipement, assurance, création du site Web, conception du logo) et de vos coûts d'exploitation mensuels et annuels (p. ex. matériel de formation, frais de location, rémunération des monitrices et moniteurs, frais annuels des partenaires de formation, remplacement de l'équipement, marketing). Réfléchissez au nombre de cours que vous prévoyez offrir chaque mois, au prix que vous demanderez pour chaque cours et à vos flux de trésorerie. Le volume de cours suffira-t-il à couvrir toutes les dépenses et à réaliser un bénéfice? Il s'agit de définir une stratégie de tarification vous permettant d'anticiper votre rendement des investissements (RI) et de vous mettre sur la voie du succès.



Si vous présentez une demande en vue d'offrir des cours seulement à l'interne, veuillez indiquer les frais de démarrage estimés et les autres dépenses à prévoir.

Vous pouvez obtenir de l'information sur les prix de l'équipement auprès de plusieurs fournisseurs, y compris à la page <https://produits.croixrouge.ca>.

Quiconque soumet une demande pour devenir partenaire de formation de la Croix-Rouge pourrait faire l'objet d'une évaluation des risques liés au crédit dans le cadre du processus.



ANNEXE A : ESTIMATION DES FRAIS DE DÉMARRAGE

Déterminer les frais de démarrage

Il est essentiel que vous déterminiez les frais de démarrage de votre entreprise afin d'amasser les fonds nécessaires pour débiter vos activités dans les limites du calendrier et du budget prévus. De façon générale, ces frais s'inscrivent dans deux catégories : les dépenses mensuelles et les dépenses ponctuelles. Les dépenses mensuelles concernent les coûts engagés tous les mois de la période de démarrage, tandis que les dépenses ponctuelles surviendront une seule fois pendant cette période.

Marche à suivre

Étape 1 : Entrez le nom de votre entreprise et la date de l'estimation.

Étape 2 : Entrez le nombre de mois et la dépense mensuelle assortie à chaque élément de coût récurrent. Lorsque vous saisissez vos dépenses ponctuelles, sautez le champ du coût mensuel. Si certains éléments sont assortis de dépenses récurrentes et de dépenses ponctuelles, indiquez-les. Le coût total sera calculé automatiquement dans la dernière colonne à droite.

Étape 3 : Une fois que vous aurez entré tous les coûts, passez en revue les différents éléments et les coûts totaux pour déterminer les ajustements possibles et les dépenses qui pourraient être reportées à une période ultérieure, lorsque votre entreprise générera plus de revenus.



FRAIS DE DÉMARRAGE					
Nom de l'entreprise de formation en secourisme					Date
ÉLÉMENTS DE COÛT	N ^{BRE} DE MOIS	COÛT/MOIS	DÉPENSE PONCTUELLE	COÛT TOTAL	
Publicité/marketing				0 \$	
Salaires				0 \$	
Retenues sur la paie (impôts, avantages sociaux)				0 \$	
Loyer/paiements de location/services publics				0 \$	
Frais postaux et frais d'expédition				0 \$	
Communications/services téléphoniques				0 \$	
Équipement informatique				0 \$	
Logiciels				0 \$	
Assurance				0 \$	
Frais d'intérêt				0 \$	
Frais bancaires				0 \$	
Fournitures				0 \$	
Déplacements				0 \$	
Équipement				0 \$	
Ameublement et accessoires				0 \$	
Améliorations locatives				0 \$	
Dépôt(s) de garantie				0 \$	
Licences commerciales/permis/droits				0 \$	
Honoraires pour services professionnels (juridiques, comptables)				0 \$	
Experts-conseils				0 \$	
Inventaire				0 \$	
Fonds de roulement				0 \$	
Divers				0 \$	
BUDGET DE DÉMARRAGE ESTIMÉ				0 \$	



ANNEXE B : PRÉVISION DES PROFITS ET DES PERTES

Marche à suivre pour établir la prévision des profits et des pertes

Pour une nouvelle entreprise, il est utile d'établir une prévision des profits et des pertes. Il s'agit d'un bon exercice pour comprendre le cheminement de l'entreprise vers le seuil de rentabilité et la croissance de ses ventes et profits. Cette prévision permettra aussi de communiquer ces informations utiles, au besoin. La partie supérieure du tableau porte sur les revenus et vous permettra de prévoir les ventes mensuelles de votre entreprise pendant sa première année d'activité. La partie inférieure présente les dépenses estimées pour la même période afin de produire des données sur la rentabilité de l'entreprise.

Marche à suivre

Étape 1 : Entrez le nom de votre entreprise et la date de rédaction de ces prévisions.

Étape 2 : Pour chaque mois à partir de janvier (ou du mois de début de l'estimation), indiquez les ventes prévues. Vous pouvez ajouter des lignes au tableau pour rendre compte d'autres offres de formation. Vous devrez soustraire les remboursements ou rabais dont vous souhaitez faire le suivi (indiquez-les en nombres négatifs, par exemple : -10). Sous les ventes nettes, indiquez la valeur des coûts liés aux ventes. Il s'agit des coûts directs engagés pour vendre un produit ou un service, par exemple les coûts du matériel nécessaire pour donner un cours (manuels de secourisme, frais de certification, fournitures de formation).

Étape 3 : Pour chaque mois, indiquez vos estimations de salaires, de frais de marketing, de services publics et d'autres éléments de coûts prévus.

Étape 4 : Une fois que vous aurez saisi tous les coûts, passez en revue les différents éléments et les coûts totaux pour déterminer les ajustements possibles et les dépenses qui pourraient être reportées à une période ultérieure, lorsque votre entreprise générera plus de revenus. L'objectif est d'atteindre le seuil de rentabilité et un flux de trésorerie positif le plus rapidement possible.



FRAIS DE DÉMARRAGE													
Votre entreprise de formation en secourisme													Date
REVENUS	JANV.	FÉVR.	MARS	AVR.	MAI	JUIN	JUIL.	AOÛT	SEPT.	OCT.	NOV.	DÉC.	CUMUL ANNUEL
Ventes de formation estimées	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
Remboursements et rabais	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
Revenus tirés des services	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
Autres revenus	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
Ventes nettes	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
Coûts liés aux ventes	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
Profit brut	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
DÉPENSES	JANV.	FÉVR.	MARS	AVR.	MAI	JUIN	JUIL.	AOÛT	SEPT.	OCT.	NOV.	DÉC.	CUMUL ANNUEL
Salaires et rémunérations	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
Marketing/ publicité	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
Équipement et matériel de formation	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
Loyer	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
Services publics	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
Dépenses liées au site Web	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
Internet/ téléphone	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
Assurance	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
Déplacements	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
Services juridiques et comptables	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
Fournitures de bureau	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
Frais d'intérêt	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
Autre 1	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
Dépenses totales													0 \$
Revenus avant impôt?													0 \$
Charges d'impôt													
REVENUS NETS													



ANNEXE C : ÉLÉMENTS OBLIGATOIRES DU PLAN D’AFFAIRES

Utilisez ce tableau pour vérifier que votre plan d'affaires comprend tous les renseignements requis. Pour chaque titre de section ou sous-section, indiquez la page à laquelle les renseignements se trouvent.

Section	Sous-section	Numéro de page
Sommaire		
	Occasion	
	Mission	
	Vision	
	Marchés cibles	
	Résultats prévus	
Aperçu de l'entreprise		
Analyse du marché		
Plan de marketing		
Opérations		
Ressources humaines		
Service à la clientèle		
Équipement et installations		
Plan financier		
	Frais de démarrage	
	Prévision des profits et des pertes	