



Plan d'affaires simplifié

Ce modèle détaille les sections les plus importantes de votre plan d'affaires en vue de votre accompagnement par MontréalCulteurs. Si vous avez déjà une version longue, vous pouvez l'utiliser à la place de cette version simplifiée. Assurez-vous toutefois que toutes ces sections y soient.

Votre plan d'affaires est un outil dynamique. Les réponses que vous inscrivez peuvent être appelées à changer avec le temps, et c'est normal. Elles n'en sont pas moins pertinentes dans le présent et elles pourront quand même vous guider dans les décisions à prendre à court et moyen terme.

Les sections en gris sont facultatives pour ce plan d'affaires simplifié. Elles apportent toutefois beaucoup de substance à votre plan et font partie intégrante d'un plan d'affaires complet. Le nombre de mots entre parenthèses est indicatif pour une version écourtée et n'inclut pas les sections en gris.

Conseil : Soyez réaliste. Un plan d'affaires trop ambitieux ne sera pas crédible si les moyens ne suivent pas les ambitions. N'oubliez pas qu'un plan d'affaires n'est pas un modèle théorique de votre entreprise, mais plutôt un outil critique pour assurer sa pérennité. Voici quelques pièges à éviter :

- Sous-estimer ses concurrents : l'offre alimentaire est très vaste et votre compétition ne s'arrête pas seulement aux producteur(ric)e(s) urbain(e)s de votre filière.
- Oublier d'inclure les pertes : aucune production alimentaire n'est zéro perte. Les pertes peuvent se produire à l'étape de la production (infestation de ravageurs, maladie ou erreur humaine), de la vente (marchandise non vendue), ou du transport (marchandise abîmée lors de la manutention et de la livraison).
- Faites des projections conservatrices et laissez-vous le temps de démarrer ! Votre production n'atteindra pas un sommet la première année, c'est normal.

1 - Description de votre projet et son historique (300 mots)

- Décrivez votre entreprise et votre/vos produits
 - Qu'est-ce qui vous distingue ? Quelle est votre contribution au secteur de la production agricole ? Au secteur de la production agricole urbaine ?
- Décrivez brièvement la genèse de votre projet
 - Quelles sont vos motivations ?
 - Quelles démarches avez-vous accomplies à ce jour ? (ex. tests de production, ventes complétées, contacts établis, etc.)
- Quelles sont les activités prévues dans votre projet qui ne sont pas de la production agricole, s'il y a lieu ?

2 - Les porteur(se)s de projet (150 mots)

- Présentez une brève biographie de l'entrepreneur(se) ou des entrepreneur(se)s
 - Quelles sont vos compétences personnelles et professionnelles qui aideront à la réussite de votre projet (ex. études, emplois, expériences de bénévolat) ?
 - Quelles sont vos forces (qualités personnelles) en lien avec le projet ?
- Quels défis de gestion entrevoyez-vous et quelles ressources prévoyez-vous pour les surmonter ?
- Êtes-vous à temps plein sur le projet ? Sinon, avez-vous un autre emploi et le cas échéant, quel est-il ?

3 - Vision et mission (200 mots)

- Votre vision vous aide à vous projeter dans l'avenir et à définir ce que vous voulez que votre entreprise représente dans l'écosystème de l'agriculture urbaine à moyen long terme.
 - Comment vous positionnez-vous par rapport aux autres producteur(rice)s ?
- Votre mission décrit la raison d'être de votre entreprise et doit refléter votre proposition de valeur. À quel(s) problème(s) offrez-vous une solution ?

4 - Gestion de l'entreprise (50-100 mots)

- Quelle est la structure juridique de votre entreprise (ou structure prévue) ?
 - Dans le cas de propriétaires multiples, quelles sont les parts de l'entreprise détenues par chacun(e)s ?
- Quels sont les rôles de chacun(e) au sein de l'entreprise ? (si propriétaires multiples)
- Quels sont les ressources, conseillers ou mentors qui vous aideront à progresser ? Ceux-ci peuvent être dans le milieu de l'agriculture urbaine, ou pas. Quelles compétences ont-ils(elles) ?

5 - Étude de marché (300 mots)

- Décrivez votre clientèle cible
 - Quelles sont ses attentes ? Quelles sont les tendances de ce marché ?
 - De quelle taille est ce marché ?
 - Quelle zone géographique ciblez-vous ?
- Quel type de mise en marché prévoyez-vous (vente directe en ligne ou en personne, restaurateur(rice)s, détaillants, etc.) et quelles raisons expliquent votre choix ?
 - Montez une courte liste (3-4 éléments) d'entreprises avec lesquelles vous prévoyez faire affaire ou de points de vente directe à développer. Si vous considérez la vente en ligne, nommez quelques partenariats qui pourront vous donner de la visibilité auprès de votre clientèle cible.
- Qui sont vos principaux concurrents ? Nommez-en 4 ou 5 et mettez-vous à la place de votre clientèle. N'oubliez pas qu'une laitue produite en hydroponie ne compétitionne pas seulement avec d'autres laitues issues de l'hydroponie, mais avec toutes les laitues sur le marché. Vos concurrent(e)s peuvent avoir des profils très variés selon votre clientèle : autres producteur(rice)s, distributeur(rice)s, épicerie, etc.
 - Analyse FFOM: c'est ici que vous décrivez ce qui vous distingue par rapport à votre compétition. Pour chaque concurrent(e), décrivez :
 - Ses forces, du point de vue du client ou de la cliente
 - Ses faiblesses
 - Les opportunités pour votre entreprise : quelles lacunes dans l'offre de ce compétiteur(rice) pouvez-vous combler ?
 - Les menaces : quelles actions votre concurrence pourrait-elle poser qui placerait votre entreprise dans une situation difficile ?
- Quel est le coup de sonde de votre clientèle? Effectuer un sondage auprès de votre clientèle cible ou des tests sur le marché est la meilleure façon de répondre adéquatement à ses demandes. Cela vous permet également de démontrer à vos investisseur(se)s potentiel(le)s que vous connaissez votre marché et ses besoins, données à l'appui.

6 - Mise en marché et marketing (300 mots)

- Si vous avez plusieurs canaux de vente ou types de mise en marché, quelle part de votre production est destinée à chacun(e) ?
 - Cela peut évoluer dans le temps. N'hésitez pas à créer une ligne du temps illustrant l'évolution de votre mise en marché durant les premières années d'existence de votre entreprise.
- Quels sont les aspects logistiques à considérer dans votre mise en marché ?
- Quels sont les risques liés à votre(vos) choix de mise en marché? Comment pouvez-vous mitiger ces risques ?
- Quels sont les coûts associés à votre mise en marché et sa logistique ?
- Décrivez votre stratégie marketing
 - Comment rejoignez-vous votre clientèle cible ? Soyez spécifique (endroits ou plateformes, fréquence, coûts, etc.).
 - Quelles sont vos principales activités de marketing ?
 - Quelles sont les ressources humaines qui seront allouées à votre marketing ?
 - Quels sont vos objectifs mesurables à court, moyen et long terme ?

- Décrivez votre stratégie de prix
 - Comment vos prix se comparent-ils à ceux de votre concurrence et comment les justifiez-vous ?

7 - Opérationnalisation (250 mots)

- Décrivez brièvement votre cycle de production et les principales tâches à effectuer
- Avez-vous besoin d'employé(e)s pour vous assister dans le fonctionnement de vos opérations, à court et moyen terme ? Si oui, quelles compétences seront requises pour chaque titre d'emploi ?
- Quels sont vos besoins en termes de lieu de production ? Cherchez-vous un local clé en main ou voulez-vous faire les améliorations locatives par vous-même ? Par exemple :
 - Superficie
 - infrastructures
 - localisation
 - capacité électrique, plomberie
 - climatisation, ventilation
 - etc.
- Quels sont les risques associés à votre processus de production (ex. bris d'unités de production, problèmes phytosanitaires, etc.) et comment pouvez-vous mitiger ces risques ?
- Quelles sont les questions juridiques à considérer pour la mise en place et l'opérationnalisation ?
 - Quels obstacles réglementaires pouvez-vous entrevoir pour la mise en place de votre projet (ex. zonage) ? Des permis spéciaux sont-ils nécessaires à la réalisation de vos activités ? Quels sont les étapes et les délais estimés pour surmonter ces défis ?
 - De quel type de protection auriez-vous besoin en termes d'assurances ?
 - Quels sont les frais associés aux dérogations, permis, assurances et autres ? N'oubliez pas d'inclure ces coûts dans votre budget de démarrage.

8 - Budget et planification financière

- Quels sont les coûts de démarrage de votre entreprise ?
 - Relevez toutes les dépenses à faire avant de débiter officiellement votre production et vos ventes [voir modèle à l'annexe A*]
- Quelles sont les sources de financement prévues ? [voir modèle à l'annexe B*]
- Détaillez votre budget pour les trois prochaines années [voir modèle à l'annexe C*]
- Résumez votre planification financière pour les trois prochaines années [voir modèle à l'annexe D*]
- Flux de trésorerie

* Les modèles en annexe sont à titre indicatif. La liste des éléments proposés n'est pas exhaustive; n'hésitez pas à modifier et ajouter des lignes afin de détailler les sections et refléter la réalité propre à votre entreprise.

Vous avez des questions concernant votre plan d'affaires?
Contactez Sophie Boulerice, conseillère aux entreprises en agriculture urbaine:
sophie.boulerice@au-lab.ca

Annexe A

Évaluation des frais de démarrage	
Dépenses	Coût
Équipements de production	
Équipement pour les activités autres que la production	
Améliorations locatives (rehaussement de la capacité électrique, plomberie, etc.)*	
Aménagement et ameublement général (tables, étagères, peinture, fixtures, etc.)	
Marketing et promotion	
Salaires	
Honoraires professionnels (agronome, ingénieur mécanique, ingénieur de structure, architecte, etc.)	
Permis, assurances, etc.	
Fournitures pour l'administration (imprimante, ordinateur, etc.)	
Autres (détailler)	
Total des dépenses	

* Si vous n'avez pas encore de lieu de production, il se peut que vous ne connaissiez pas toutes les dépenses à effectuer pour votre démarrage.

Préparez-vous tout de même à toutes les éventualités et incluez-les dans votre budget. Le fait d'avoir fait vos recherches et d'être préparé à plusieurs scénarios démontre votre sérieux. De plus, vous serez en mesure d'évaluer la faisabilité financière de votre projet dans les lieux de production que vous visiterez selon l'état de ceux-ci.

Annexe B

Sources de financement	
Sources	Montant
Contribution des fondateurs (mise de fonds)	
Équipements déjà acquis	
Subventions	
Prêts	
Capital-action (équité)	
Autres sources (détailler)	
Total des investissements	

Annexe C

Budget annuel - an 1 (20__)			
Dépenses	Montant	Revenus	Montant
Matières premières (terreau, semences, etc.)		Récoltes (détailler la nature, la quantité, le coût unitaire vendu - peut varier selon les types de mise en marché. Faire plusieurs lignes au besoin)	
Intrants (amendements, fertilisants, nourriture pour insectes ou poissons, etc.)		Autres revenus agricoles (détailler)	
Consommables pour la récolte, la manutention et/ou la vente (ficelles, élastiques, contenants, etc.)		Revenus non agricoles	
Main d'oeuvre (salaires)			
Loyer			
Électricité, internet, téléphone, etc.			
Entretien, réparation et utilisation équipement et véhicule			
Assurances, permis, etc.			
Marketing et mise en marché (promotion, espace de marché public, etc)			
Frais d'adhésion (certifications, memberships, UPA, etc.)			
Fournitures pour l'administration (papier, chèques, marqueurs, etc.)			
Honoraires professionnels			
Formations			
Remboursement de dettes et frais bancaires			
Autres (détailler)			
Total des dépenses		Total des revenus	

Budget annuel - an 2 (20__)			
Dépenses	Montant	Revenus	Montant
Matières premières (terreau, semences, etc.)		Récoltes (détailler la nature, la quantité, le coût unitaire vendu - peut varier selon les types de mise en marché. Faire plusieurs lignes au besoin)	
Intrants (amendements, fertilisants, nourriture pour insectes ou poissons, etc.)		Autres revenus agricoles (détailler)	
Consommables pour la récolte, la manutention et/ou la vente (ficelles, élastiques, contenants, etc.)		Revenus non agricoles	
Main d'oeuvre (salaires)			
Loyer			
Électricité, internet, téléphone, etc.			
Entretien, réparation et utilisation équipement et véhicule			
Assurances, permis, etc.			
Marketing et mise en marché (promotion, espace de marché public, etc)			
Frais d'adhésion (certifications, memberships, UPA, etc.)			
Fournitures pour l'administration (papier, chèques, marqueurs, etc.)			
Honoraires professionnels			
Formations			
Remboursement de dettes et frais bancaires			
Autres (détailler)			
Total des dépenses		Total des revenus	

Budget annuel - an 3 (20__)			
Dépenses	Montant	Revenus	Montant
Matières premières (terreau, semences, etc.)		Récoltes (détailler la nature, la quantité, le coût unitaire vendu - peut varier selon les types de mise en marché. Faire plusieurs lignes au besoin)	
Intrants (amendements, fertilisants, nourriture pour insectes ou poissons, etc.)		Autres revenus agricoles (détailler)	
Consommables pour la récolte, la manutention et/ou la vente (ficelles, élastiques, contenants, etc.)		Revenus non agricoles	
Main d'oeuvre (salaires)			
Loyer			
Électricité, internet, téléphone, etc.			
Entretien, réparation et utilisation équipement et véhicule			
Assurances, permis, etc.			
Marketing et mise en marché (promotion, espace de marché public, etc)			
Frais d'adhésion (certifications, memberships, UPA, etc.)			
Fournitures pour l'administration (papier, chèques, marqueurs, etc.)			
Honoraires professionnels			
Formations			
Remboursement de dettes et frais bancaires			
Autres (détailler)			
Total des dépenses		Total des revenus	

Annexe D

Plan financier sommaire 20__ - 20__			
	An 1	An 2	An 3
Revenus			
Ventes			
Subventions			
Prêts			
Autres revenus			
Total des revenus			
Dépenses			
Frais variables (liés au volume de production)			
Frais fixes (liés au fonctionnement général de votre entreprise)			
Amortissements			
Total des dépenses			
Solde			