

GUIDE DE RÉDACTION  
DU  
PLAN D'AFFAIRES AGRICOLE

Présenté par :



Septembre 2018

# Table des matières

<b>1. Le projet</b> .....	<b>4</b>
1.1 Historique de l'entreprise.....	4
1.2 Description du projet .....	4
1.3 Mission et objectifs.....	4
<b>2. Aspects juridiques</b> .....	<b>5</b>
2.1 La forme juridique .....	5
2.2 Entente entre associés.....	5
2.3 Lois et règlements.....	5
2.4 Assurances .....	7
2.5 Calendrier des réalisations.....	7
<b>3. Analyse de marché</b> .....	<b>8</b>
3.1 La clientèle cible.....	8
3.2 Les concurrents.....	9
<b>4. Plan marketing</b> .....	<b>9</b>
4.1 Produit.....	9
4.2 Prix.....	9
4.3 Publicité et promotion.....	10
4.4 Ventes et réseau de distribution.....	12
4.5 Emplacement et aménagement .....	12
<b>5. Gestion des opérations de la production</b> .....	<b>12</b>
5.1 Calendrier des opérations .....	13
5.2 Fournisseurs .....	13
<b>6. Ressources humaines</b> .....	<b>14</b>
6.1 Services professionnels externes.....	14
<b>7. Les prévisions financières</b> .....	<b>15</b>
7.1 Besoins et sources de fonds .....	15
7.2 Budget de caisse.....	16
<b>8. Annexe A : Types de législation</b> .....	<b>19</b>
8.1 L'entreprise individuelle.....	19
8.2 La société en nom collectif.....	19
8.3 La compagnie.....	20

Plan d'affaires

Nom de l'entreprise

**Nom du (des) promoteurs (s)**

**Adresse**

**Numéro de téléphone**

**Courriel**

**Mois et année**

# 1. Le projet

---

## 1.1 Historique de l'entreprise

### Acquisition

Si vous voulez acquérir ou développer une entreprise existante ou si vous devenez associé, décrivez brièvement l'historique de cette entreprise.

Ou

### Démarrage

Vous devez expliquer comment vous est venue l'idée de développer ce projet (opportunité d'affaires, intérêt personnel, développement d'un nouveau produit, création de votre propre emploi ou autres.) Il s'agit simplement de décrire les phases de développement de votre projet en faisant ressortir les besoins à combler sur le marché.

## 1.2 Description du projet

Votre projet d'entreprise, vous y pensez depuis quelque temps déjà; vous en discutez avec votre famille, vos amis, vos collègues de travail... Vous vous voyez même installé et «parti en affaires». Vous devez maintenant structurer votre pensée et la mettre par écrit. Cet exercice vous permettra d'approfondir votre réflexion.

Concrètement, cette section doit contenir la description des principales activités de l'entreprise ainsi que son secteur d'activité.

## 1.3 Mission et objectifs

Comment voyez-vous votre entreprise à court terme (1-2 ans), à moyen terme (3-5 ans) et à long terme (6-10 ans)? Vous pouvez énumérer les objectifs poursuivis en fonction de différents indicateurs :

- seuil de rentabilité,
- création d'emplois,
- nombre de clients,
- chiffre d'affaires,
- profits anticipés,
- autres.

Notez que, pour être significatif, un objectif doit mentionner des résultats précis et mesurables dans un délai connu et être réaliste.

## 2. Aspects juridiques

---

### 2.1 La forme juridique

Tous les projets comportent leurs caractéristiques particulières. La sélection de la forme juridique est une étape importante et doit être basée sur les réalités de votre entreprise. Les principales formes de l'entreprise privée sont l'entreprise individuelle, la société en nom collectif et la compagnie. Elles sont présentées dans l'annexe A. Vous y trouverez également les coordonnées pour enregistrer ou incorporer votre entreprise. Étant donné les conséquences juridiques de ce choix, il est conseillé de consulter un avocat ou un comptable afin de partir du bon pied.

Dans cette section, vous devez donc énoncer la forme juridique retenue et expliquer les raisons ayant motivé votre choix. De plus, la raison sociale de l'entreprise, l'adresse prévue du lieu d'affaires, la date prévue du démarrage et la part des promoteurs doivent être présentées.

### 2.2 Entente entre associés

Si vous n'êtes pas propriétaire unique, il est fortement recommandé d'établir une convention entre associés. Encore une fois, le notaire ou l'avocat pourra vous renseigner sur les démarches à suivre et sur les avantages à détenir ce type de convention lorsque survient une situation critique.

### 2.3 Lois et règlements

Vous devez aussi connaître les lois et règlements auxquels votre entreprise est soumise tant aux niveaux fédéral, provincial que municipal. Voici quelques domaines où les lois vous toucheront ainsi que les coordonnées où vous pourrez trouver l'information concernant certains règlements.

Type de législation ou règlement	Où s'informer
<ul style="list-style-type: none"><li>• Permis d'exploitation, de rénovation ou de construction</li><li>• Règlements de zonage</li><li>• Taxes d'eau, d'affaires, scolaires, foncières</li></ul>	Contactez votre municipalité ou <a href="http://www.mamot.gouv.qc.ca/recherche-avancee/">www.mamot.gouv.qc.ca/recherche-avancee/</a>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Permis et normes de construction</li></ul>	Régie du bâtiment du Québec : <a href="http://www.rbq.gouv.qc.ca">www.rbq.gouv.qc.ca</a>
<ul style="list-style-type: none"><li>• TPS-TVQ</li><li>• Numéro d'employeur</li><li>• Retenues à la source</li><li>• Cotisations RRQ</li><li>• Impôt provincial sur le revenu d'entreprise</li></ul>	Revenu Québec : 1-800-567-4692 <a href="http://www.revenuquebec.ca">www.revenuquebec.ca</a>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Retenues sur la paie et les versements</li><li>• Impôt fédéral sur le revenu d'entreprise</li></ul>	Agence de revenu du Canada : 1-800-959-7383 <a href="http://www.cra-arc.gc.ca">www.cra-arc.gc.ca</a>

<ul style="list-style-type: none"> <li>Loi sur la santé et la sécurité au travail</li> </ul>	<p>CSST : 1-866-302-2778 ou <a href="http://www.csst.qc.ca">www.csst.qc.ca</a></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Recherche ou réservation de nom d'entreprise</li> <li>Immatriculation d'entreprise</li> </ul>	<p>Registraire des entreprises du Québec : 1-877-644-4545 ou <a href="http://www.registreetreprises.gouv.qc.ca">www.registreetreprises.gouv.qc.ca</a></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Brevet</li> <li>Marque de commerce</li> </ul>	<p>Office de la propriété intellectuelle du Canada : 1-866-997-1936 ou <a href="http://www.opic.ic.gc.ca">www.opic.ic.gc.ca</a></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Loi des normes du travail (heures d'ouverture, vacances, salaire minimum, etc.)</li> <li>Loi sur les heures d'ouverture</li> </ul>	<p>Commission des normes du travail : 1-800-265-1414 ou <a href="http://www.cnt.gouv.qc.ca">www.cnt.gouv.qc.ca</a></p> <p>Conseil québécois du commerce de détail 630, rue Sherbrooke Ouest, bureau 300 Montréal (Québec) H3A 1E4 1-800-364-6766 ou <a href="http://www.cqcd.org">www.cqcd.org</a></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Lois et règlements concernant l'utilisation du territoire en zone agricole</li> </ul>	<p>Commission de protection du territoire agricole du Québec (CPTAQ) : <a href="http://www.cptaq.gouv.qc.ca/">www.cptaq.gouv.qc.ca/</a></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Information sur les différentes productions agricoles au Québec, coordonnées des différentes associations et fédérations de production</li> </ul>	<p>Union des producteurs agricoles du Québec (UPA) : <a href="http://www.upa.qc.ca">www.upa.qc.ca</a></p> <p>Fédération de l'UPA de Saint-Hyacinthe <a href="http://www.upamonteregie.ca">www.upamonteregie.ca</a></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Données, statistiques</li> </ul>	<p>Centre de référence en agriculture et agroalimentaire du Québec (CRAAQ) : <a href="http://www.craaq.qc.ca">www.craaq.qc.ca</a></p> <p>Carrefour alimentaire du Québec</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Programmes de financement</li> </ul>	<p>La financière agricole du Québec : <a href="http://www.fadq.qc.ca">www.fadq.qc.ca</a></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Lois et règlements, étiquetage nutritionnel</li> </ul>	<p>Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Données, programmes d'aide, enregistrement comme producteur agricole</li> </ul>	<p>Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) : <a href="http://www.mapaq.gouv.qc.ca">www.mapaq.gouv.qc.ca</a></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Politiques, lois et règlements environnementaux en milieu agricole</li> </ul>	<p>Ministère du Développement durable de l'Environnement et de la Lutte contre les changements climatiques (MDDELCC) : <a href="http://www.mddelcc.gouv.qc.ca/milieu_agri/inter.htm">www.mddelcc.gouv.qc.ca/milieu_agri/inter.htm</a></p>

Votre secteur d'activité est peut-être régi par un décret particulier; vous devez vérifier et vous informer. Prenez note que vous pourrez obtenir l'information concernant la réglementation en consultant le site Internet «[www.infoentrepreneurs.org](http://www.infoentrepreneurs.org)» à la section Règlements.

## 2.4 Assurances

Au niveau des assurances, vous devez obtenir une protection adéquate. Tout d'abord, il est important de vérifier les couvertures pour le feu, le vol et la responsabilité civile. Ensuite, si vous avez des partenaires, vous devriez vous informer au sujet des avantages d'une assurance entre associés. Enfin, il existe également des assurances contre l'interruption des affaires ou contre les mauvaises créances. Votre courtier en assurance pourra vous informer et vous proposer les couvertures les mieux adaptées à vos besoins.

## 2.5 Calendrier des réalisations

Activités	Échéancier
Étude de marché	
Rédaction du plan d'affaires	
Choix de l'emplacement	
Location d'espace	
Financement	
Enregistrement ou incorporation	
Obtention de permis	
Assurance	
Achat des équipements	
Aménagement	
Approvisionnement	
Embauche de personnel	
Publicité de lancement	
Ouverture officielle	
Autres	

## 3. Analyse de marché

---

L'objectif de cette section est d'établir s'il existe un marché pour le produit ou le service que vous souhaitez offrir. Pour ce faire, il faut considérer la demande globale et présenter vos concurrents afin d'identifier la stratégie appropriée pour atteindre le chiffre d'affaires fixé.

Afin de déterminer l'envergure du marché actuel pour le produit ou le service offert, vous pouvez vous baser sur des statistiques, revues, répertoires, Internet ou autres. Ensuite, il faut compléter la cueillette d'information en visitant des entreprises similaires à la vôtre et en interrogeant votre clientèle cible (sondage, entrevue, observation, groupes de discussion ou essais en conditions réelles). Afin de connaître

la dimension du marché, vous pouvez la mesurer en nombre de consommateurs, en unités vendues ou en dollars.

Votre but est de vous renseigner sur les habitudes d'achat, les besoins et les préférences des clients potentiels. Vous devez comprendre le marché, vos clients, vos concurrents et les tendances du secteur dans lequel vous souhaitez évoluer. De plus, vous devez valider l'idée de l'entreprise auprès d'un nombre suffisant de clients potentiels. Ainsi, vous serez à même de choisir des stratégies marketing mieux adaptées.

### 3.1 La clientèle cible

Il importe maintenant de bien décrire la clientèle susceptible d'acheter vos produits ou services. Il faut donc identifier leurs caractéristiques communes, leurs habitudes d'achat (fréquence et critères d'achat) et leur situation géographique. Une fois cet exercice terminé, vous pourrez estimer le nombre de personnes qui sont visées et leur potentiel d'achat annuel.

	Nombre réel (de personnes ou d'entreprises)	Pourcentage visé	Prix (\$) du produit ou service	Marché potentiel réel (nombre personnes * % visé * prix)
Année 1				
Année 2				
Année 3				

### 3.2 Les concurrents

Dans le but de bien se positionner dans le marché, il est essentiel de bien connaître ses concurrents. Le tableau suivant vous aidera dans votre analyse de la concurrence.

Nom du concurrent	Produits ou services	Niveau de prix (faible, moyen, élevé)	Niveau de qualité (faible, moyen, élevé)	Service à la clientèle et force de vente	Publicité promotion	Emplacement	Forces	Faiblesses
Vous								



## **4. Plan marketing**

---

Maintenant que vous avez bien présenté le marché dans lequel vous allez évoluer, vous devez expliquer comment vous vous positionnez dans ce marché et quelles stratégies vous mettrez en place afin d'atteindre vos objectifs.

### **4.1 Produit**

Vous devez définir le conditionnement du produit (forme, emballage), le nom et la marque sous lesquels il sera vendu. De plus, vous devez présenter la politique de service après-vente, c'est-à-dire comment vous entendez régler les problèmes de service après-vente. D'autre part, il faut définir le genre et la durée des garanties offertes. Finalement, vous pouvez comparer vos politiques avec celles en pratique chez vos principaux concurrents.

Ensuite, vous devez relever ce qui attire la clientèle et les incite à sélectionner vos produits ou services. Ainsi, vous présentez les avantages de votre produit et ce qui le distingue par rapport à la concurrence. Bref, il s'agit de présenter votre principal argument de vente.

### **4.2 Prix**

Dans votre analyse de marché, vous avez identifié le prix que votre clientèle est prête à payer pour ce genre de produit ou service ainsi que les prix de la concurrence. Maintenant, vous devez établir vos prix en tenant compte de ces deux facteurs en pensant «marketing» et «rentabilité». Une analyse des coûts est essentielle pour fixer le prix d'un produit de façon à atteindre un niveau de rentabilité. Votre politique de prix devra vous permettre de percer le marché tout en générant des profits.

Concrètement, il faut procéder à une analyse de coût des matières premières, de la main-d'œuvre et des frais généraux, par unité, par heure ou autres. Par la suite, il faut le comparer avec le prix que le client est prêt à payer et celui de la concurrence. Finalement, vous devez déterminer votre politique de crédit et les conditions de paiement.

### **4.3 Publicité et promotion**

Encore une fois, la stratégie que vous allez présenter doit reposer sur les résultats de votre étude de marché. Vous devez donc avoir bien en tête le profil de votre clientèle cible et identifier les outils de promotion et les médias les plus susceptibles de la rejoindre. Vous avez plusieurs possibilités, il s'agit pour vous d'étudier la méthode la plus appropriée à votre produit, à votre budget et à la clientèle que vous voulez atteindre.

En premier lieu, vous devez sélectionner les outils de promotion que vous souhaitez utiliser et les coûts leur étant associés.

Outils	Coût
Cartes d'affaires	
Dépliants	
Logo	
Affiches	
Autres	
TOTAL	

Ensuite, vous pouvez identifier les stratégies utilisées pour faire votre publicité. Voici quelques exemples d'outils promotionnels et publicitaires mis sous forme d'un budget de communication.

Outils de communication	Points de vente	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Annonces dans les journaux	Le Clairon; Le Courrier de Saint-Hyacinthe; L'oeil Régional; etc.												
Annonces sur les babillards	Institutions financières; Dépanneurs; Restaurants, etc.												
Lettres et dépliants	Propriétaires d'entreprises; Agents d'assurance; Présentoirs.												
Appels de prospection	Propriétaires d'entreprises (10 %).												
Trousse de présentation (visite personnelle)	Clients potentiels; Sous-traitants.												
Radio	Boom FM; Rouge FM.												
Salons et expositions	Saint-Hyacinthe; Montréal.												
Réseau d'affaires	Chambre de commerce.												
Site Internet													
	TOTAL												

Évidemment, les dépenses engendrées par l'élaboration des outils promotionnels et pour la publicité doivent se retrouver dans le total en publicité et dans le budget de caisse.

#### **4.4 Ventes et réseau de distribution**

Vous devez définir vos objectifs de vente, le but à atteindre et déterminer de quelle manière vous allez vendre vos produits ou services.

Par ailleurs, vous devez identifier par quels moyens vos produits seront acheminés (vente directe, distributeur, grossiste, etc.). Ainsi, vous décrivez votre réseau de distribution et expliquez votre choix. Si vous avez déjà établi des contacts, il est important de le mentionner. Vous pouvez aussi ajouter les précisions que vous trouvez importantes, par exemple, qui assumera la manutention, fera l'entreposage, y aura-t-il un inventaire disponible et qui se chargera du transport ?

#### **4.5 Emplacement et aménagement**

Vous devez, ici, savoir où vous souhaitez établir vos activités d'affaires. Vous devez donc :

- Présenter et justifier le choix de l'emplacement;
- Exposer les coûts reliés à la location ou à l'acquisition de cet espace;
- Identifier les améliorations qui devront être apportées et évaluer les coûts engendrés par celles-ci;
- Décrire l'aménagement des bâtiments;
- Exposer les normes environnementales à respecter.

### **5. Gestion des opérations de la production**

---

Tout d'abord, il importe de décrire les activités de production et répertorier toutes les ressources matérielles nécessaires.

#### **Production animale**

Il s'agit de décrire le cheptel (races, nombre pour chaque année, performance, etc.). Ensuite, vous présentez le cycle de production (alimentation, mise bas, durée de gestation, période de lactation, poids vendu, rendement prévu par animal, etc.) et les moyens de contrôle de la reproduction (insémination artificielle, photopériode, etc.). Si vous possédez des données technico-économiques de votre entreprise, joignez-les en annexe.

#### **Production végétale**

En ce qui concerne la production végétale, vous pouvez fournir les informations par rapport au fonds de terre, soit la superficie pour chaque année de production, boisé, cultivé, lot et autres. Ensuite, vous devez décrire le cycle de production (semis, fertilisation, contrôle des ravageurs, taille, récolte, entreposage, rendement prévu par hectare ou par plant, etc.). Si vous possédez des données technico-économiques de votre entreprise vous devez les inclure en annexe.

## Transformation alimentaire

Si vous évoluez dans le secteur de la transformation alimentaire, vous devez prévoir les difficultés potentielles (pasteurisation, nettoyage, congélation, fermentation, etc.) et identifier les stratégies que vous allez élaborer pour pallier à ces défis. De plus, vous devez décrire les technologies que vous emploierez.

D'autre part, vous devez exposer la façon que vous avez mise au point pour vos produits ou vos recettes? Si vous avez réalisé des tests de produits, vous devez les expliquer. Sinon, vous devez réfléchir à la manière dont vous évaluerez la qualité de vos produits.

Équipements	En main (\$)	À acquérir (\$)	Durée de vie
Total			

### 5.1 Calendrier des opérations

De plus, afin de bien faire comprendre le processus, il peut s'avérer intéressant de présenter un calendrier type de production. Ainsi, vous précisez le processus de production et les étapes de la fabrication. S'il y a lieu, vous pouvez exposer votre stratégie de contrôle de la qualité et expliquer les variations saisonnières, leurs impacts et les alternatives prévues pour y pallier. Finalement, il faut préciser s'il existe des normes particulières à respecter.

### 5.2 Fournisseurs

Il faut maintenant identifier vos fournisseurs et s'assurer des conditions qui vous lieront à eux. Vous devez aussi réfléchir à la dépendance que vous pourriez avoir face à eux et identifier une alternative en cas de pépin.

Nom	Conditions de paiement	Ligne de produits	Prix	Délai de livraison

## 6. Ressources humaines

---

Dans cette section, vous identifiez vos besoins en main-d'œuvre. Vous pouvez faire un organigramme et décrire les tâches et responsabilités qui seront assignées à chaque membre de l'équipe.

Prenez le temps d'analyser chaque poste de travail. Quelles sont les qualifications exigées en matière de formation, de spécialisation, d'habiletés techniques et administratives, et de réalisations. Il faut également prévoir les besoins éventuels de formation. Cette section se veut un portrait de ce que sera votre entreprise. Dites-nous comment vous voyez votre équipe de travail.

Ensuite, vous pouvez présenter, sous forme de tableau, les emplois qui seront générés par le projet.

Fonction	Nombre de personnes requises	Entrée en fonction	Formation	Heures par semaine	Salaire annuel

### 6.1 Services professionnels externes

Avec l'aide d'un tableau, indiquez les aides reçues et celles que vous espérez avoir. Ensuite vous pourrez préciser où vous en êtes dans vos démarches et les raisons ayant motivé votre choix.

Type de service	Reçu	Attendu	Coût
Légal			
Comptable			
Mentorat			
Financier			
Marketing			
Autres			

## 7. Les prévisions financières

---

Cette dernière section permettra de traduire en termes monétaires votre projet d'entreprise. Elle en évaluera sa rentabilité, son coût et en suggérera le mode de financement.

Vos prévisions doivent être le plus réaliste possible. Il faut que vous soyez certain de pouvoir traverser des périodes difficiles. Si vous pensez présenter votre plan d'affaires dans le but d'obtenir du financement, pensez que ceux qui feront l'analyse de votre projet passent leur journée à en faire. Alors, plus la partie financière est complète et que tout a été pensé, plus vous serez pris au sérieux par les gens qui doivent souvent vous juger sur papier.

### 7.1 Besoins et sources de fonds

En vous servant du modèle suggéré, établissez la liste de tous les frais que vous devrez engager afin de démarrer votre projet. Vous pourrez alors savoir de quelle somme d'argent vous aurez besoin au départ.

Une fois que vous connaissez le montant des fonds requis au démarrage, vous pouvez déterminer vos sources de financement.

Vos besoins financiers dépendront du type d'entreprise choisi. Pour un commerce de détail, l'investissement majeur se fait dans l'inventaire, alors que pour l'entreprise de service, c'est l'équipement qui représente habituellement la plus grande dépense. Chaque catégorie d'actifs que vous devrez détenir commande un type de financement particulier.

Un besoin plus difficile à percevoir est le fonds de roulement. Retenez que le fonds de roulement représente les liquidités nécessaires à l'entreprise dans le cadre de ses activités quotidiennes. Le besoin en fonds de roulement résulte des décalages entre les dépenses engagées pour la vente et les encaissements d'argent liés à l'activité de l'entreprise. Dans le cas de petits projets, le calcul peut être simplifié. Il s'agit de faire une évaluation forfaitaire qui correspond à un ou deux mois de charges (fournisseurs, téléphone, salaires, etc.), à laquelle s'additionne un ou deux mois de revenu minimal et le stock minimum nécessaire en permanence pour pouvoir fonctionner correctement.

Coût de projet (\$)	Financement (\$)
Achat immeuble, bâtiment	Investissements des propriétaires
Améliorations locatives	Investissements des apparentés
Équipements	Prêts hypothécaires
Inventaire	Prêts personnels
Fonds de roulement	Subventions
Outils promotionnels	Autres
Publicité	
Autres	
TOTAL	TOTAL

## **7.2 Budget de caisse**

Le budget de caisse est un outil de gestion qui assure une planification des rentrées et des sorties d'argent de l'entreprise. Ce faisant, il permet de déterminer le niveau d'encaisse requis pour assurer le bon fonctionnement des opérations. Il sert à déterminer les besoins en fonds de roulement pour les premiers mois du démarrage.

Vous devez commencer par planifier vos ventes et vos achats. Les annexes du plan d'affaires pourront vous aider à faire vos prévisions. N'oubliez pas de tenir compte du fait que vos ventes seront peut-être encaissables 30 ou 60 jours après la vente alors que vos achats seront peut-être payables sur réception. Le modèle de budget de caisse fourni vous aidera à prévoir tous les mouvements de trésorerie. Le mois 1 représente le mois du démarrage, c'est-à-dire que si vous démarrez le 1<sup>er</sup> mars, la période 1 représentera le mois de mars, la période 2 le mois d'avril, etc. N'oubliez pas, soyez réaliste !

Le budget de caisse rend compte des entrées et des sorties de fonds reliées à l'exploitation de l'entreprise et de ce fait, exclut les entrées et sorties de fonds effectuées lors de la période de démarrage apparaissant au coût et ou financement du projet au démarrage.



<b>Budget de caisse</b>	<b>Du</b>					<b>Au</b>						
<b>Mois</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>
<b>Revenus</b>												
Animaux												
Récolte												
Forfait												
Produits transformés												
Vente de produits achetés												
Emprunts												
Subventions												
Retour TPS-TVQ												
<b>Total des revenus</b>												
<b>Déboursés</b>												
Achat animaux												
Achat immobilisations												
Achat matière première transf.												
Achat animaux plants rempl.												
Achat produits pour revente												
Aliments et suppl. animaux												
Vétérinaire et médicaments												
Engrais et amendements												
Semences, pesticides, etc.												
Autre approv. prod.												
Autre approv. transf.												
Quincaillerie												
Transport												
Essence et diesel												
Déplacements												
Frais de représentation												
Salaires												
Avantages sociaux												
Travaux à forfait												
Mise en marché												
Ent./rép. bâtiments												
Ent./rép. équipements												
Ent./rép. mat. roulant												
Ent./loc. fonds de terre												
Loyer												
Électricité et chauffage												

<b>Budget de caisse</b>	<b>Du</b>					<b>Au</b>						
<b>Mois</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>
Téléphone												
Publicité et promotion												
Fournitures de bureau												
Taxes et permis												
Cotisation UPA												
Assurances												
Honoraires prof., associations												
Formation												
Divers												
Frais bancaires, int. emp. CT												
Intérêts LT												
Remb. dette court terme												
Remb. dette LT												
Paiement TPS-TVQ												
Prélèvements												
Autres												
<b>Total des déboursés</b>												
<b>Surplus (besoins de fonds)</b>												

## 8. Annexe A : Types de législation

---

Voici une brève explication des différentes formes juridiques tirée du livre *La comptabilité 1, un instrument nécessaire à la prise de décisions* de Meigs Meigs Mc Mahon :

### 8.1 L'entreprise individuelle

Une entreprise n'appartenant qu'à une seule personne est connue sous le nom d'entreprise individuelle, souvent appelée entreprise à propriétaire unique ou travailleur autonome. Elle est une forme juridique courante : elle convient particulièrement aux petits magasins de détail, aux entreprises de service, aux agriculteurs, aux avocats, aux experts comptables à leur compte, etc. La personne qui établit une entreprise individuelle n'est astreinte à aucune formalité juridique. Elle doit toutefois obtenir un permis d'exploitation et payer les sommes requises par les pouvoirs publics. Le propriétaire d'une entreprise individuelle dont le nom commercial diffère de son nom doit déposer une déclaration d'immatriculation au bureau du Registraire des entreprises ou à un bureau du ministère du Revenu du Québec (frais obligatoires d'environ 34 \$), d'où l'abréviation « enr. » que l'on retrouve parfois dans le nom commercial de quelques entreprises personnelles. Le nom d'entreprise choisi ne doit cependant pas prêter à confusion avec celui d'une autre entreprise.

L'entreprise individuelle est très simple à créer et peu coûteuse. Comme elle n'a pas de personnalité juridique qui lui soit propre, son propriétaire et elle ne forment qu'une seule et même entité. Le propriétaire est ainsi imposé sur les bénéfices de son entreprise au même taux fiscal, peu importe la provenance de ses sources de revenus. Aussi, ce dernier est personnellement responsable des dettes de son entreprise. Cette situation entraîne la fusion des biens de l'entreprise à ceux du patrimoine personnel du propriétaire. Si l'entreprise devient insolvable, les créanciers peuvent donc forcer le propriétaire à vendre ses biens personnels afin de rembourser les dettes de l'entreprise.

### 8.2 La société en nom collectif

Une société en nom collectif (ou société de personnes) est une entreprise établie pour le bénéfice commun de ses associés, et à laquelle chacun d'eux contribue en y apportant ses biens, son crédit, son habileté et son industrie. Elle existe en vertu d'un contrat conclu entre les associés. Ce contrat peut être oral ou écrit, mais il est préférable qu'il soit écrit afin de réduire au minimum les possibilités de mésentente entre les associés. Par ce contrat, les associés s'entendent sur leur collaboration au fonctionnement de l'entreprise, ainsi que sur le partage des bénéfices et sur l'apport et la mise en commun de chacun des associés en temps, en argent, en biens et en connaissances. Tout en étant liée aux associés qui la composent, elle possède cependant une existence séparée de ces derniers. La société en nom collectif possède ses propres biens, détient des droits et doit respecter certaines obligations. Ainsi, c'est à l'égard des dettes de la société que les associés sont intimement liés à cette dernière : tout comme l'entreprise individuelle, la société en nom collectif ne constitue pas une entité juridique distincte de ses associés et, pour cette raison, ces derniers sont personnellement responsables des dettes de la société.

Pour légaliser cette forme juridique d'entreprise, il suffit de présenter une déclaration d'immatriculation au bureau du Registraire des entreprises ou dans un bureau du ministère du Revenu du Québec (frais obligatoires d'environ 52 \$). Contrairement à l'entreprise individuelle, la déclaration d'immatriculation est obligatoire. Le nom d'une société en nom collectif doit contenir l'expression « société en nom collectif » ou le sigle « S.E.N.C. ». Une ou l'autre de ces mentions doit être ajoutée sur les contrats, les comptes bancaires, les chèques et tous les documents officiels de l'entreprise.

N'ayant pas de personnalité juridique qui lui soit propre, une société en nom collectif ne doit pas produire une déclaration de revenus séparément des associés qui la composent. Elle doit toutefois tenir une comptabilité qui lui permettra de présenter des états financiers annuels. En fin d'année fiscale, les bénéfices de l'entreprise sont répartis entre les associés, et la portion qui sera dévolue à chacun doit être incluse dans sa déclaration fiscale personnelle.

### **8.3 La compagnie**

La compagnie, aussi appelée société par actions ou société de capitaux, est une entité juridique distincte et indépendante de ses fondateurs, actionnaires et administrateurs. Aux yeux de la loi, une compagnie est une personne morale qui jouit de tous les droits et assume les responsabilités d'une personne réelle (à l'exception des droits que seule une personne physique peut exercer). Elle est titulaire d'un patrimoine distinct de ceux qui l'ont mise en place. Sa forme juridique a pour effet de limiter la responsabilité des actionnaires à leur mise de fonds, à moins de cas graves de fraude ou d'abus de droit. Si la compagnie devient insolvable, les créanciers n'ont des droits que sur l'actif de la société. L'actionnaire ne peut donc pas perdre plus que le montant qu'il a investi dans la compagnie. Cependant, les institutions financières et autres investisseurs exigent souvent des fondateurs et des autres actionnaires une garantie personnelle sur les emprunts nécessaires au démarrage.

La compagnie doit préparer annuellement sa propre déclaration de revenus. Les bénéfices qu'elle réalise sont, de façon générale, imposables à un taux inférieur à celui des particuliers. En contrepartie, la mise en place et le fonctionnement d'une compagnie sont plus complexes.

L'immatriculation d'une entreprise vise à rendre publiques son existence et l'information essentielle la concernant. Elle se fait auprès du registraire des entreprises. Selon la forme juridique de votre entreprise, diverses formalités d'immatriculation sont requises, les frais exigibles sont de 331 \$. Une fois ces formalités remplies, le registraire des entreprises attribue à l'entrepreneur concerné un numéro d'entreprise du Québec.

Voici les coordonnées pour l'immatriculation de votre entreprise :

Ministère du Revenu, direction du registre des entreprises : 1-877-644-4545  
C.P. 1153  
Québec (Québec) G1K 7C3

ou

Palais de justice de Saint-Hyacinthe : (450) 778-6585  
1550, rue Dessaulles  
Saint-Hyacinthe (Québec) J2S 2S8

La personne physique exploitant une entreprise individuelle, une société, une association ou autre groupement peut immatriculer son entreprise et obtenir immédiatement son NEQ. En ce qui concerne la compagnie ou personne morale sans but lucratif, le promoteur peut déposer sa déclaration d'immatriculation à l'un des deux bureaux de Services Québec qui offrent les services liés au registre des entreprises. Cependant, il n'obtiendra pas son NEQ immédiatement.