**GRILLE D’EVALUATION DU PLAN D’AFFAIRES**

|  |
| --- |
| GRILLE D’ÉVALUATION DU PLAN D’AFFAIRES |

La grille d’évaluation reprend les points essentiels d’un plan d’affaires. Cette grille est développée pour faciliter l’évaluation des plans d’affaires déposés au Concours national et assurer, par la même occasion, l’application d’un instrument de mesure en utilisant toutes les possibilités offertes par l’échelle de réponse pour retranscrire la perception permettant une évaluation qui se veut la plus juste et équitable pour l’ensemble des candidats. Ayant préparé un projet de plan d’affaires précis mais concis, réaliste et cohérent.

N’oubliez pas que les critères d’évaluation sont tous indépendants les uns des autres. La réponse apportée à l’un des critères ne doit pas influencer les réponses que vous apportez aux autres critères. Une fois toutes les réponses apportées, calculez le score moyen du candidat sur les différents piliers de l’efficacité de réalisation du plan d’affaires.

1. **LECTURE DU PLAN D’AFFAIRES**

Afin de guider les membres de jury dans l’évaluation du projet plan d’affaires du candidat au concours national, nous examinons le plan d’affaires en quatre étapes, soit :

### Résumé du projet

Cette étape doit convaincre le lecteur de la pertinence des connaissances et du savoir faire et comportement du candidat, du potentiel du créneau de marché, le sérieux de ce projet d'entreprise, la capacité à réussir son démarrage et son [développement d'entreprise](http://www.creation-entreprise.ca/Entreprise/developpement.htm) et de l’aspect innovant de l’idée du projet.

### Analyse du marché et stratégie marketing

Cette étape doit décrire en premier lieu une synthèse des démarches effectuées par le candidat pour cibler stratégiquement la clientèle visée. Évaluer le marché taille et tendances futures sur le succès de son entreprise et, finalement, identifier les forces et faiblesses des firmes concurrentes ainsi que leur capacité de réaction au moment du démarrage de l’entreprise. Dans un deuxième lieu, elle décrira les objectifs prévus, du profil de la clientèle visée et des stratégies inhérentes à l’atteinte de la performance financière.

### Plan des opérations

Cette étape doit permettre au lecteur du plan d’affaires de connaître les critères de sélection de l’emplacement retenu, d’identifier les sources d’approvisionnement en matières premières, de préciser l’équipement nécessaire aux activités commerciales, de visualiser le processus de fabrication et de se rassurer au sujet de la constance de la qualité.

### Plan financier

Cette étape décrit le détail de l’investissement nécessaire au démarrage, ainsi que le plan d'investissement à court et moyen terme.   
Elle présente aussi les sources des fonds (capital social, investisseurs externes, fonds prêtables à moyen terme, etc.) tout en présidant les montants et les conditions d’acquisition.

**2. ANALYSE DU PLAN D’AFFAIRES**

Un plan d’affaires est analysé à partir de cinq critères, soit : cohérence entre les étapes, présence d’éléments crédibles, étapes entièrement complétées, clarté des idées et qualité du document présenté.

Voici plus de détails sur chacun de ces critères d’analyse :

* **Cohérence**

L’élaboration du plan d’affaires suit un processus raisonnable en termes d’idées développées. La cohérence mesure l’homogénéité et la clarté de ces idées ainsi que la logique des liens qui les unissent.

* **Présence d’éléments crédibles**

Les données ou statistiques utilisées doivent être issues de source crédible (INS,IEQ..). Les articles de journaux ou de magazines spécialisés présentés en annexe doivent être rédigés par des journalistes reconnus pour la qualité de leur travail. L’étude de marché a été réalisée selon les règles de l’art. Le candidat a su s’entourer de conseillers et de fournisseurs compétents.

* **Étapes complétées**

Le contenu de chaque étape doit donner l’image d’une réflexion complétée à ce propos. À moins qu’une note au lecteur apparaisse à l’effet qu’elle ne s’applique pas au secteur d’activité. En effet, une entreprise de service ne présente pas les mêmes besoins qu’une entreprise manufacturière au chapitre des opérations.

* **Clarté des idées**

La direction que prendra l’entreprise à court, moyen et long terme doit être énoncée clairement. Les idées sont précises : le candidat n’utilise pas de termes tels que : « je pense », « peut-être », « il est possible », « selon », etc.

* **Qualité du document présenté**

Le document doit être évaluer en terme de langue qui doit claire et concise et exempte d’erreurs de grammaire et de fautes de frappe et en terme de présence d’illustrations, de plans, de graphiques, de tableaux autant dans le document que dans les annexes, mise en page judicieuse, propreté du document, etc. En fait, tous les facteurs qui contribuent à créer un préjugé favorable au professionnalisme du candidat.

**3. ÉVALUATION DU PLAN D’AFFAIRES**

Chacun des membres de jury est invité à compléter la grille d’évaluation présentée. L’évaluation tient compte de chacune des étapes du plan d’affaires et de la définition des critères utilisés.

L’évaluation est effectuée à une échelle de Likert qui est une échelle d’attitude comprenant cinq degrés par laquelle on demande aux membres de jury d’exprimer le degré d’importance du plan d’affaires et d’attribuer une finale d’appréciation. Plus précisément :

5 = Très important

4= Important

3 = Moyennant important

2 = Peu important

1 = Ne s’applique pas

Voici un exemple d’évaluation :

**GRILLE D’ÉVALUATION DU PLAN D’AFFAIRES**

Nom du promoteur : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Titre du projet : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **( 1 )** | | **( 2 )** | **( 3 )** | | **( 4 )** | **( 5 )** | | **( 6 )** | | **( 7 )** | | |
| **Échelle : 5 = Très important 4 = Important 3 = Moyennant important 2-Peu important 1 = Ne s’appliquent pas** | | | | | | | | | | | | |
| ÉTAPES | CRITÈRES | | | | | | | | | | | TOTAL |
|  | Cohérence  entre les étapes | | | Présence d’éléments crédibles | | | Étape complétée | | Clarté des idées | | Qualité du document présenté |  |
| 1. **Résumé du projet**   de Cette étape doit convaincre le lecteur de la pertinence des connaissances et du savoir faire et comportement du candidat, du potentiel du créneau de marché, le sérieux de ce projet d'entreprise, la capacité à réussir son démarrage et son [développement d'entreprise](http://www.creation-entreprise.ca/Entreprise/developpement.htm) et de l’aspect innovant de l’idée du projet. | 4 | | | 3 | | | 4 | | 4 | | 3 | 18 |

Il en sera ainsi pour les étapes B, C et D.

Une fois l’évaluation complétée, il suffit d’additionner horizontalement les notes inscrites dans les colonnes 2, 3, 4, 5, et 6 et d’indiquer le total de chacune des étapes dans la colonne prévue à cette fin, soit la colonne 7.

Finalement, les notes obtenues dans la colonne 7 sont additionnées verticalement afin d’obtenir une notation totale sur 100 points.

Il est important que chacun des membres de jury complète personnellement et individuellement sa grille d’évaluation. À la fin de la séance d’évaluation d’un projet donné, le ou la responsable du comité fera la somme des notes attribuées et calculera la moyenne obtenue par le candidat en divisant le total des points alloués par les évaluateurs par le nombre de personnes ayant participé à cette évaluation.

Les quatre tableaux suivants donnent plus de détails pour chacune des étapes.

**TABLEAU A : RÉSUMÉ DU PROJET**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Oui | Non | N/A |
| 1 | Le candidat démontre ses capacités entrepreneuriales. |  |  |  |
| 2 | Le candidat possède les connaissances nécessaires à la gestion d’une entreprise. |  |  |  |
| 3 | Qualité et caractère innovant de l’idée du projet |  |  |  |
| 4 | la capacité à réussir son démarrage et son [développement d'entreprise](http://www.creation-entreprise.ca/Entreprise/developpement.htm) |  |  |  |
| 5 | L’ampleur du créneau de marché est indiquée en unités. |  |  |  |
| 6 | Le dynamisme du créneau de marché est indiqué en pourcentage pour l’année en cours. |  |  |  |
| 7 | Le dynamisme du créneau de marché est indiqué en pourcentage pour les trois prochains exercices financiers. |  |  |  |
| 8 | La rentabilité économique des trois premiers exercices financiers. |  |  |  |
| 9 | La rentabilité financière des trois premiers exercices. |  |  |  |
| 10 | L’avantage concurrentiel, la valeur ajoutée ou tout autre élément distinctif est spécifié. |  |  |  |

Remarques : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ANNEXE 1

**TABLEAU B : ANALYSE DU MARCHÉ ET STRATEGIE MARKETING**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Oui | Non | N/A |
| 1 | L’étude tient compte des perceptions, attentes, freins, motivations et capacité de payer de la clientèle. |  |  |  |
| 2 | Le nombre de clients potentiels a été estimé. |  |  |  |
| 3 | La consommation moyenne du produit/service a été évaluée. |  |  |  |
| 4 | Il est clairement démontré que l’environnement actuel (*aspects démographiques, sociaux, politiques, économiques, légaux, technologiques, écologiques, etc*.) favorise le démarrage de l’entreprise. |  |  |  |
| 5 | Il est clairement énoncé que les tendances de consommation auront un impact positif sur la viabilité de l’entreprise (*changements d’attitude ou de comportement de la clientèle visée*). |  |  |  |
| 6 | L’analyse des forces et faiblesses des concurrents ont été effectuée. |  |  |  |
| 7 | Les objectifs fixés sont cohérents et réalistes. |  |  |  |
| 8 | Clientèle cible (Age, sexe, intérêt, région visée) est décrit clairement. |  |  |  |
| 9 | Le positionnement permet à l’entreprise de se distinguer favorablement vis-à-vis les firmes concurrentes. |  |  |  |
| 10 | **Le projet démontre que les stratégies de produit/service rejoignent les attentes de la clientèle potentielle.** |  |  |  |
| 11 | **La stratégie d’établissement des prix (Menus, pamphlets, internet, autres)** |  |  |  |
| 12 | **Les stratégies de communication (*publicité, promotion et relations publiques*) et la description des moyens à utilisés sont précisés.** |  |  |  |
| 13 | **La stratégie de vente et de distribution du produit/service par rapport au concurrent (forces et leurs faiblesses) favorise l’atteinte des objectifs de l’entreprise.** |  |  |  |
| 14 | 1. L’échéancier de réalisation illustre le réalisme du candidat. |  |  |  |

Remarques : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**TABLEAU C : PLAN DES OPÉRATIONS** **(Étude technique)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Oui | Non | N/A |
| 1. Le processus de fabrication/prestation du produit/service a été bien défini. |  |  |  |
| 1. Le site d’implantation semble favoriser la survie et la croissance de l’entreprise. |  |  |  |
| 1. **Installation et équipement nécessaire** ont été bien définis. (listes des *Équipements, machines, outils propriétaire ou locataire ainsi que la liste matière premières, énergie*.) |  |  |  |
| 1. Les sources d’approvisionnement en matière première et produits semi finis ont été bien identifiées. |  |  |  |
| 1. Le procédé de fabrication/distribution favorise l’atteinte des objectifs visés. |  |  |  |
| 1. L’entreprise démontre un souci de qualité dans l’élaboration de son processus de fabrication/prestation du produit/service. |  |  |  |
| 1. La capacité de production/prestation (*équipement, machines, ressources humaines etc*.) est compatible avec le volume de ventes/revenus estimé. |  |  |  |
| 1. Les coûts d’acquisition des ressources matérielles et techniques ont été évalués avec réalisme. |  |  |  |

Remarques : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ANNEXE 1

ANNEXE 1

**TABLEAU E : LE PLAN FINANCIER**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Oui | Non | N/A |
| 1. Le bilan prévisionnel de démarrage et mise en ouvre de l’Entreprise. |  |  |  |
| 1. Le bilan montre bien; coût d’installation, équipement, le financement d’exploitation et le fonds de roulement. |  |  |  |
| 1. Le type de financement envisagé (montant à emprunter, part du fondateur, part des fonds propres) est approprié avec les besoins financiers pour réaliser le projet. |  |  |  |
| 1. Le remboursement prévu comment et quand |  |  |  |
| 1. Les budgets prévisionnels sont réalistes et cohérentes avec le projet. |  |  |  |
| 1. Le montant du fonds de roulement nécessaire au démarrage est estimé de façon réaliste. |  |  |  |
| 1. Les besoins du fonds de roulement d’exploitation et hors exploitation pour la première année sont biens précis. |  |  |  |
| 1. Les résultats prévisionnels permettent de croire à la viabilité de l’entreprise. |  |  |  |
| 1. Le seuil de rentabilité ou la durée de récupération est atteint dans un délai raisonnable. |  |  |  |

Remarques : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**GRILLE D’ÉVALUATION DU PLAN D’AFFAIRES**

Voici un exemple de notation sur la grille d’évaluation :

**GRILLE D’ÉVALUATION DU PLAN D’AFFAIRES**

Nom du candidat: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Titre du projet : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Établissement………………………. Université……………………………

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Échelle : 5 = Très important 4 = Important 3 = Moyennant important 2-Peu important 1 = Ne s’appliquent pas** | | | | | | |
| ÉTAPES | CRITÈRES | | | | | TOTAL |
|  | Cohérence  entre les étapes | Présence d’éléments crédibles | Étape complétée | Clarté des idées | Qualité du document présenté |  |
| 1. **Résumé du projet**   de Cette étape doit convaincre le lecteur de la pertinence des connaissances et du savoir faire et comportement du candidat, du potentiel du créneau de marché, le sérieux de ce projet d'entreprise, la capacité à réussir son démarrage et son [développement d'entreprise](http://www.creation-entreprise.ca/Entreprise/developpement.htm) et de l’aspect innovant de l’idée du projet. | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 18 |

Il en sera ainsi pour les étapes B, C, et E.

Une fois l’évaluation complétée, il suffit d’additionner horizontalement les notes inscrites dans les colonnes 2, 3, 4, 5, et 6 et d’indiquer le total de chacune des étapes dans la colonne prévue à cette fin, soit la colonne 7.

Finalement, les notes obtenues dans la colonne 7 sont additionnées verticalement afin d’obtenir une notation totale sur 100 points.

#### GRILLE D’ÉVALUATION DU PLAN D’AFFAIRES

Nom du candidat : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Établissement : : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Université : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Titre du projet : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Échelle : 5 = Très important 4 = Important 3 = Moyennant important 2-Peu important 1 = Ne s’appliquent pas** | | | | | | |
| **( 1 )** | **( 2 )** | **( 3 )** | **( 4 )** | **( 5 )** | **( 6 )** | **( 7 )** |
| Étapes | Cohérence | Présence d’éléments crédibles | Étape complétée | Clarté des idées | Qualité du document présenté | TOTAL |
| A. Résumé du projet Cette étape doit convaincre le lecteur de la pertinence des connaissances, du savoir faire et comportement du candidat, du potentiel du créneau de marché, le sérieux de ce projet d'entreprise, la capacité à réussir son démarrage et son [développement d'entreprise](http://www.creation-entreprise.ca/Entreprise/developpement.htm) et de l’aspect innovant de l’idée du projet. |  |  |  |  |  |  |
| B. Analyse du marché  Cette étape doit décrire une synthèse des démarches effectuées par le candidat pour cibler stratégiquement la clientèle visée. Évaluer le marché taille et tendances futures sur le succès de son entreprise et, finalement, identifier les forces et faiblesses des firmes concurrentes ainsi que leur capacité de réaction au moment du démarrage de l’entreprise. Elle décrit aussi les objectifs prévus, du profil de la clientèle visée et des stratégies inhérentes à l’atteinte de la performance financière |  |  |  |  |  |  |
| C. Plan des opérations Cette étape doit permettre au lecteur du plan d’affaires de connaître les critères de sélection de l’emplacement retenu, d’identifier les sources d’approvisionnement en matières premières, de préciser l’équipement nécessaire aux activités commerciales, de visualiser le processus de fabrication et de se rassurer au sujet de la constance de la qualité ainsi que la qualité et la complémentarité de l’équipe dirigeante |  |  |  |  |  |  |
| D. Plan financier Cette étape décrit le détail de l’investissement nécessaire au démarrage, ainsi que le plan d'investissement à court et moyen terme.  Elle présente aussi les sources des fonds (capital social, investisseurs externes, fonds prêtables à moyen terme, etc.) tout en présidant les montants et les conditions d’acquisition. |  |  |  |  |  |  |
| TOTAL DE L’ÉVALUATION SUR 100 = | | | | | | ­ |