



Critères d'évaluation du plan d'affaires

SECTION 1 DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE	<input type="checkbox"/>	1.1. Le résumé du plan d'affaires (sommaire exécutif) décrit bien l'ensemble du projet d'affaires.	3
	<input type="checkbox"/>	1.2. La provenance de l'idée d'affaires est bien expliquée (historique, problématiques rencontrées, solutions proposées).	3
	<input type="checkbox"/>	1.3. La mission, la vision et les objectifs sont bien définis.	3
	<input type="checkbox"/>	1.4. Les différentes actions à réaliser sont bien identifiées et l'échéancier est bien détaillé.	3
	Total		

SECTION 2 PROMOTEUR (ÉQUIPE)	<input type="checkbox"/>	2.1. L'entrepreneur (l'équipe entrepreneuriale) semble détenir les compétences, connaissances et habiletés pour réaliser le projet d'affaires.	3
	<input type="checkbox"/>	2.2. Les rôles et fonctions de l'entrepreneur (l'équipe entrepreneuriale) sont bien définis et cohérents avec son profil (identification des forces et faiblesses de chacun et complémentarité de l'équipe).	3
	<input type="checkbox"/>	2.3. Le promoteur (l'équipe entrepreneuriale) a su bien s'entourer (mentorat, personne-ressource, coach, consultant) afin d'optimiser les chances de succès.	3
	Total		

SECTION 3 ANALYSE DU MARCHÉ	<input type="checkbox"/>	3.1. Le secteur d'activité ainsi que l'environnement externe ont été analysés.	3
	<input type="checkbox"/>	3.2. Le marché cible est bien défini (description précise des clientèles cibles).	3
	<input type="checkbox"/>	3.3. Les hypothèses du volume de ventes/revenus sont cohérentes et réalistes avec les données analysées dans le document.	3
	<input type="checkbox"/>	3.4. Les tendances actuelles et futures en matière de demande du produit/service encouragent la viabilité de l'entreprise.	3
	<input type="checkbox"/>	3.5. La concurrence est analysée et bien identifiée : principaux concurrents directs et indirects, pratiques des concurrents, forces et faiblesses, identification des avantages concurrentiels.	3
	Total		

SECTION 4
PLAN MARKETING

<input type="checkbox"/>	4.1. Les caractéristiques distinctives et innovatrices du produit/service sont présentées.	3
<input type="checkbox"/>	4.2. La stratégie de prix est justifiée et cohérente avec la stratégie marketing.	3
<input type="checkbox"/>	4.3. La stratégie de pénétration de marché et de vente est cohérente et permet d'acheminer le produit/service vers le consommateur final et ceci dans les meilleures conditions possibles.	3
<input type="checkbox"/>	4.4. Un plan de communication a été élaboré de façon structurée (calendrier des actions) et détaillée (outils de communication et coûts). Les outils de communication sont cohérents avec les caractéristiques des clientèles visées.	3
<input type="checkbox"/>	4.5. Un service après-vente (assistance technique, garantie, service à la clientèle, etc.) est prévu et semble réaliste face aux besoins de la clientèle.	3

Total /15

SECTION 5
PLAN DES OPÉRATIONS

<input type="checkbox"/>	5.1. Le processus de réalisation du produit/service est bien défini et cohérent.	3
<input type="checkbox"/>	5.2. La capacité de réalisation du produit/service est compatible avec le volume de ventes/revenus estimé.	3
<input type="checkbox"/>	5.3. Les besoins en ressources matérielles sont identifiés et permettent la réalisation du produit/service.	3
<input type="checkbox"/>	5.4. L'équipe des ressources humaines liées au projet (promoteurs, employés, sous-traitants, fournisseurs) est identifiée de manière judicieuse et possède les compétences adéquates à la réalisation du projet.	3
<input type="checkbox"/>	5.5. Le choix de localisation est cohérent avec la stratégie d'opération de même que les besoins d'aménagement.	3

Total /15

SECTION 6
PLAN ÉCOLOGIQUE

<input type="checkbox"/>	6.1. Il y a présence d'un plan écologique cohérent avec le type d'entreprise.	3
--------------------------	---	---

Total /3

SECTION 7
PLAN DE GESTION DES RISQUES

<input type="checkbox"/>	7.1. Identification des risques potentiels.	3
<input type="checkbox"/>	7.2. Identification des solutions proposées pour atténuer le risque.	3

Total /6

Pointages d'évaluation :

3 - Très bien

2 - Bien

1 - Passable

0 - Absent

SECTION 8 PLAN FINANCIER	<input type="checkbox"/>	8.1. Les prévisions financières démontrent une viabilité, voire une rentabilité.	3
	<input type="checkbox"/>	8.2. Les hypothèses utilisées pour l'élaboration des prévisions financières sont cohérentes et réalistes.	3
	<input type="checkbox"/>	8.3. Le type de financement présenté semble approprié aux besoins financiers de l'entreprise.	3
	<input type="checkbox"/>	8.4. Les besoins en immobilisations et en frais de démarrage ainsi que les ressources financières sont évalués et adéquats.	3
	<input type="checkbox"/>	8.5. Les bilans prévisionnels des prochaines années présentent un portrait financier adéquat et cohérent par rapport au secteur d'activité.	3
Total			/15
SECTION 9 APPRECIATION	<input type="checkbox"/>	9.1. Qualité de la présentation du dossier de candidature (qualité du français et de la mise en forme).	10
	<input type="checkbox"/>	9.2. Appréciation personnelle du projet (coup de cœur, originalité, réalisme, etc.).	10
Total			/20
RÉSULTATS	GRAND TOTAL /110		

Pointages d'évaluation :

3 - Très bien

2 - Bien

1 - Passable

0 - Absent