



Guide de démarrage d'entreprise RBC





Transformez vos ambitions d'affaires en réalité

Le présent guide est divisé en six sections :

- S'assurer d'avoir une idée géniale
- Trouver l'argent pour démarrer votre entreprise
- Tout ce que vous devez savoir sur le plan juridique
- Le meilleur plan d'affaires possible
- Bien maîtriser votre trésorerie
- Aide et conseils

Pour obtenir d'autres conseils sur le démarrage d'une entreprise, rendez-vous à une succursale RBC Banque Royale® – trouvez la succursale la plus proche au rbcbanqueroyale.com.



Section un

S'assurer d'avoir une idée géniale

Avant de vous lancer en affaires, vérifiez la faisabilité de votre idée.

1. Développez votre avantage concurrentiel

Quels sont les principaux produits et services qui seront à la base de votre entreprise ? Surpassez-vous largement la concurrence ? Y a-t-il un manque sur le marché que vous seul avez repéré ?

Quel est votre principal avantage ?

Pourquoi êtes-vous meilleur que vos concurrents ou différent d'eux ?

Réfléchissez à ce que vous pouvez faire pour vous distinguer, comme :

- lancer un nouveau produit ou service offert nulle part ailleurs ;
- trouver un emplacement génial, pratique pour les clients et excellent pour l'achalandage ;
- embaucher du personnel amical, reconnu dans le secteur, que sa clientèle suivra dans votre entreprise ;
- offrir des services en ligne, comme les commandes en ligne, le suivi de la clientèle, l'actualité sur le secteur et des publications sur les médias sociaux ;
- vous forger une réputation d'expert pour que les clients veuillent être associés avec vous ;

- former des alliances stratégiques et des partenariats clés avec d'autres entreprises ;
- mettre l'accent sur la commodité : livrez et faites-le plus rapidement que vos concurrents, faites des déplacements, prévoyez une aire de stationnement, utilisez la technologie pour faire le suivi des commandes.

2. Définissez vos clients cibles et leurs besoins

Si vous avez une idée précise de votre future clientèle, il sera plus facile de positionner votre produit ou service auprès de ce groupe de personnes ou d'entreprises.

Les meilleurs clients :

- comprennent la valeur de ce que vous offrez ;
- offrent le potentiel de croissance des ventes le plus élevé ;
- sont fidèles, reviennent encore et encore et paient à temps.



CONSEIL : Mieux vaut avoir de trois à cinq clients cibles sur lesquels vous concentrer plutôt que d'essayer de vendre à tout le monde.

3. Effectuez une étude de marché

Prenez le pouls de votre marché et déterminez comment vos clients percevront votre entreprise. Trouvez des renseignements fondamentaux sur le marché dans lequel vous vous lancez en affaires.

- Quelle est la taille du marché et quel est le pourcentage des ventes que vous pensez faire ?
- Qui sont les principaux concurrents sur ce marché ?
- Où sont la plupart de vos clients et est-il facile d'entrer en contact avec eux ?
- Que paieront vos clients, et pouvez-vous réaliser des bénéfices ?
- Comment vos clients souhaiteraient-ils vous payer ?
- Comment les clients souhaitent-ils recevoir leurs produits et services ?
- Quel est le soutien auquel s'attendent les clients ?
- Pouvez-vous obtenir les bons fournisseurs ?

En répondant à ces questions, vous commencerez à avoir un aperçu de votre modèle d'affaires et à déterminer si vous pouvez répondre aux besoins des clients.

4. Déterminez votre modèle de gestion

Votre « modèle de gestion » est le mode de distribution ou de vente qui précise comment vous comptez lancer votre entreprise. Exemples de modèles de gestion :

- **Commerce de détail** : vous achetez des produits d'un grossiste, y ajoutez une marge, puis les revendez. Le modèle de détail nécessite d'avoir pignon sur rue, mais peut aussi inclure une boutique en ligne.
- **Commerce en ligne** : vous achetez et vendez en ligne sans emplacement physique. Si vous vendez vos produits au consommateur final, il s'agit d'une variation du commerce de détail.
- **Construction** : vous convenez de construire une structure en fournissant une estimation ou en soumissionnant à un processus d'appel d'offres, ou vous pouvez confier de la sous-traitance à des entreprises de plus grande taille.
- **Commerce de gros** : vous importez des produits, y ajoutez une marge puis les revendez à des détaillants ou à des fournisseurs.
- **Franchisage** : un franchiseur vend un concept d'entreprise à vous, une autre propriétaire ; le franchiseur achète la marque et exploite son entreprise selon les lignes directrices du franchiseur.

Six façons peu onéreuses de faire des études de marché

1. Cherchez des renseignements sur le secteur. Faites des recherches en ligne sur le site de Statistique Canada, d'associations commerciales ou d'Industrie Canada. Ou assistez à des événements ou à des conférences ou entretenez-vous avec d'autres chefs d'entreprise.
2. Sondez les clients potentiels. Rendez-vous dans le quartier où vous exploiterez votre entreprise. Demandez aux clients potentiels ce qu'ils aiment et n'aiment pas et comment ils prennent leurs décisions d'achat.
3. Parlez à des experts. Des consultants, des professeurs, des journalistes et des experts rédigent des ouvrages et font des commentaires sur des secteurs en particulier.
4. Recherchez des renseignements commerciaux sur les marchés non concurrentiels. Examinez les entreprises d'autres villes ou pays qui offrent des produits ou des services similaires.
5. Étudiez la concurrence. Regardez leurs publicités, examinez leurs sites Web, scrutez leurs produits et les présentoirs en magasin, inscrivez-vous à leurs bulletins électroniques.
6. Parlez aux fournisseurs. Bien qu'il soit peu probable qu'ils vous livrent des secrets commerciaux, votre conversation pourrait vous fournir des renseignements utiles sur le secteur en général.

- **Logiciel** : soit vous fournissez un logiciel et les clients vous paient des honoraires à la pièce ou ils paient une licence ou des frais d'adhésion pour accéder au logiciel sur une base régulière.
- **Fabrication** : vous achetez des composants et les assemblez ou vous créez un produit ou des produits, puis le ou les vendez à un réseau de distribution.
- **Services professionnels** : vous fournissez des services spécialisés à des clients qui paient pour votre expertise.

Voici d'autres modèles de gestion :

- **Concession de licences** : vous détenez les droits de propriété intellectuelle et les clients vous versent des redevances, par exemple le fait de vendre une recette à une entreprise de fabrication de produits alimentaires.
- **Affilié** : vous revendez les produits d'autres entreprises tout en prélevant une marge ou, à l'inverse, vous offrez votre produit ou votre service que d'autres vendront pour vous.



CONSEIL : Vous n'êtes pas forcé de vous en tenir à un seul modèle de gestion. Par exemple, un établissement de détail traditionnel peut aussi avoir une boutique en ligne, s'approvisionner en produits uniques et les vendre à d'autres détaillants.

5. Trouvez les bons fournisseurs et adoptez la logistique adéquate

Pour réussir en affaires, il faut être assuré de pouvoir répondre aux besoins de la clientèle. Quel que soit votre type d'entreprise, il vous faudra :

- des fournisseurs fiables – d'autres entreprises qui peuvent vous offrir la qualité et le prix que vous voulez de manière constante. Obtenez plusieurs soumissions, vérifiez la crédibilité du fournisseur et informez-vous sur ses capacités d'approvisionnement, au cas où vous auriez soudainement besoin de quantités plus importantes ;
 - comprendre le processus d'affaires et la logistique nécessaire à l'obtention de produits et de matières premières auprès de fournisseurs, puis à leur distribution au client. Préparez un graphique des divers éléments du processus pour confirmer que tout fonctionne harmonieusement et repérer les problèmes potentiels.
- Autres facteurs à prendre en considération :
- le fret (transitaires, courtiers en douane, entreprises de transport, services de messagerie, entreprises de messageries aériennes, compagnies aériennes, société de transport maritime et autres intervenants du secteur du fret) ;
 - les retours – soit le client n'est pas satisfait du produit final ou vous n'êtes pas satisfait du produit reçu ;
 - le stockage des produits finis ;
 - l'assurance pour la protection du produit entre le moment où il quitte votre entreprise et arrive en toute sécurité chez le client ;
 - l'emballage – savoir assurer un équilibre entre la protection et le coût ;
 - les documents, si vous importez ou exportez.



CONSEIL : Il est important pour l'entrepreneur d'entretenir de bonnes relations avec ses fournisseurs. Soyez plus qu'un autre client pour eux. Plus vous vendez leur produit ou utilisez leur service, plus leur revenu sera élevé et meilleurs seront les services que vous recevrez.

6. Ayez une bonne connaissance de vos capacités

Vous devez être assuré d'avoir les capacités nécessaires pour démarrer et exploiter une entreprise florissante.

Vous devez prendre les points suivants en considération

- Votre capacité à investir au besoin. Si vous acceptez une plus grosse commande, pouvez-vous accroître votre capacité pour la remplir. Quel est l'équipement ou les produits additionnels dont vous avez besoin ?
 - Le montant que vous devez investir pour répondre aux besoins des clients. Si votre entreprise prend rapidement de l'expansion, il est indispensable que vous ayez l'argent nécessaire pour embaucher du personnel et accroître le volume de production.
 - Vos besoins en personnel additionnel. Pouvez-vous obtenir de la main-d'œuvre qualifiée dans un court laps de temps ?
- Comment vous approvisionner auprès d'autres fournisseurs. Un bon plan de secours doit prévoir des sources additionnelles d'approvisionnement.
 - Comment maintenir la qualité et l'uniformité. La production d'un volume accru peut entraîner des problèmes de qualité. Vous ne voulez certainement pas que tout un chargement soit refusé parce que la qualité est inférieure à la norme.
 - Comment gérer votre entreprise en expansion. Il est important que vous ayez en place de bons systèmes de gestion de projet et que vous sachiez quand vous pourriez avoir besoin d'embaucher de l'aide extérieure.
 - Allez-vous sous-traiter auprès d'autres entreprises ? Au Canada, mais aussi à l'étranger s'il y a des avantages du point de vue du coût, du produit et de la rapidité.
 - Combien de temps faut-il pour vous faire payer. Il peut y avoir un écart considérable entre l'obtention d'une commande ou d'un mandat et le paiement pour le travail accompli.



Section deux

Trouver l'argent pour démarrer votre entreprise

1. Le montant de départ nécessaire

Estimez le montant dont vous pensez avoir besoin pour lancer votre entreprise et déterminez d'où cet argent proviendra.

Le montant requis pour le démarrage d'une entreprise se divise en deux catégories : les frais d'établissement (l'argent dont vous avez besoin avant de vous lancer en affaires) et la trésorerie initiale (l'argent qu'il vous faut après le lancement de votre entreprise, jusqu'à ce que vous commenciez à réaliser des bénéfices).

Frais d'établissement

Il s'agit de coûts ponctuels nécessaires au lancement de l'entreprise, mais que vous n'aurez vraisemblablement à assumer qu'une seule fois. Les coûts d'établissement d'une entreprise varieront en fonction de son secteur.

Les frais d'établissement pourraient inclure les éléments suivants :

- les dépôts de garantie et toute rénovation de l'immeuble avant le démarrage ;
- les licences et permis ;
- l'équipement, comme des ordinateurs, des logiciels et des fournitures de bureau ;

- de l'équipement particulier, comme des outils, un véhicule, etc. ;
- les assurances ;
- le recrutement et la formation des employés ;
- les stocks initiaux ou les matières premières ;
- la documentation de marketing et la publicité.



CONSEIL : Si vous rachetez une entreprise (y compris une franchise), le prix d'achat correspond aux coûts d'établissement, puisque tous ces frais sont habituellement inclus dans le prix demandé.

Trésorerie initiale

La plupart des entreprises ont besoin de temps avant de commencer à couvrir les frais indirects (et de dégager un profit). Vous devriez idéalement avoir de l'argent en banque (ce qu'on appelle un fonds de roulement) pour régler vos dépenses jusqu'à ce que vous en arriviez là.

Exemple de frais d'établissement

Un constructeur a besoin de 150 000 \$ pour acheter de l'équipement et payer les coûts indirects de 15 000 \$ par mois (y compris un salaire) et il ne recevra le paiement du premier contrat de construction que dans deux mois.

Sans capital de démarrage

	Janvier	Février	Mars	Avril
Revenus provenant des ventes	0 \$	0 \$	45 000 \$	45 000 \$
Frais d'établissement	(150 000 \$)			
Coûts indirects	(15 000 \$)	(15 000 \$)	(15 000 \$)	(15 000 \$)
Flux de trésorerie	(165 000 \$)	(15 000 \$)	30 000 \$	30 000 \$
Solde de trésorerie cumulatif	(165 000 \$)	(180 000 \$)	(150 000 \$)	(120 000 \$)

Avec capital de démarrage de 200 000 \$

	Janvier	Février	Mars	Avril
Revenus provenant des ventes	0 \$	0 \$	45 000 \$	45 000 \$
Capital de démarrage	200 000 \$			
Frais d'établissement	(150 000 \$)			
Coûts indirects	(15 000 \$)	(15 000 \$)	(15 000 \$)	(15 000 \$)
Flux de trésorerie	35 000 \$	(15 000 \$)	30 000 \$	30 000 \$
Solde de trésorerie cumulatif	35 000 \$	20 000 \$	50 000 \$	80 000 \$



CONSEIL : Il est difficile de prévoir les ventes pour une jeune entreprise parce que vous n'avez pas de point de référence. Essayez d'estimer le montant que pourrait générer une entreprise similaire (nombre d'employés x taux horaire, heures d'ouverture, nombre de contrats, points de vente). Vérifiez s'il y a des statistiques concernant les ventes moyennes pour votre secteur. Sinon, ajoutez ce que vous DEVRIEZ vendre pour couvrir vos coûts. Vous avez maintenant un objectif.

2. Où trouver les fonds nécessaires

Maintenant que vous connaissez la somme dont vous avez besoin, vous devriez prendre des décisions quant à la provenance des fonds.

Votre propre argent

Il est logique d'investir une partie de votre argent (économies ou valeur nette d'une propriété) dans votre entreprise. Cela indique que vous avez un intérêt en jeu et êtes prêt à appuyer votre entreprise au moyen de votre argent durement gagné. Pourquoi investir votre propre argent ?

- **Source de fonds la moins coûteuse** – c'est la forme la moins coûteuse de financement qui puisse exister. Les liquidités, les placements, la valeur nette de votre maison ou de tout autre bien personnel peuvent être utilisés.
- **Risque plus acceptable pour les prêteurs** – si vous prenez vous-même des risques, les autres pourront accepter plus facilement d'assumer une part de vos

risques. Votre investissement personnel rend donc plus probable l'acceptation de votre demande de prêt.

- **Aucune nécessité de vendre vos biens** – vous pouvez obtenir une hypothèque de deuxième rang ou présenter une demande de [Marge Proprio RBC®](#) pour votre maison, ou utiliser d'autres placements pour cautionner un prêt à l'entreprise.

Les amis et la famille

Demander de l'argent aux amis et aux membres de la famille est un moyen couramment utilisé pour obtenir les fonds dont vous avez besoin. Mais si vous décidez de faire appel à la famille pour obtenir de l'aide financière, assurez-vous que le prêt soit à court terme pour que vous puissiez le rembourser rapidement. Les prochaines réunions de famille seront plus agréables.

Autres sources

Investisseurs externes

Souvent appelées « investisseurs providentiels », ces personnes sont à la recherche d'occasions d'investissement. En retour, elles s'attendent généralement à une participation dans votre entreprise, à un pourcentage de rendement dégagé des fonds qu'elles vous ont prêtés, ou aux deux. Cherchez des investisseurs providentiels potentiels dans le répertoire des membres de la [National Angel Capital Organization](#).

Sociétés de capital-risque

Il s'agit d'entreprises (et non d'individus) qui investissent habituellement dans les jeunes entreprises qui, selon elles, feront un appel public à l'épargne ou seront vendues à une plus grande entreprise, à un taux de rendement élevé. Elles investissent rarement dans un concept non éprouvé, préférant les entreprises dont la croissance est rapide et constante ayant un rendement intéressant garanti. Cherchez des sociétés de capital-risque dans le répertoire des membres de la [Canadian Venture Capital Association](#).

Financement participatif

Considéré comme un mode de financement « démocratique », le financement participatif vous permet de décrire votre entreprise et d'attirer des investissements (ou des prêts) en provenance d'une grande diversité de personnes qui n'auraient normalement pas le droit d'investir dans de nouvelles entreprises en l'absence de prospectus. Pour fonctionner, le financement participatif doit être [exempté des lois sur les valeurs mobilières](#). La [National Crowdfunding Association of Canada](#) constitue un bon point de départ.

Subventions gouvernementales

Le gouvernement du Canada peut fournir des fonds aux entreprises admissibles. Ces fonds se présentent sous la forme de prêts, de subventions, de garanties de prêt et d'autres initiatives. Consultez le site [Canada.ca](#) pour en savoir plus sur [les subventions et le financement aux entreprises](#).

Emprunts

Il est probable que vous deviez emprunter des fonds (que ce soit sous la forme d'un prêt à rembourser graduellement ou d'une facilité de découvert qui vous permet d'emprunter par intermittence, au besoin). Avant de présenter une demande de financement pour votre entreprise, il est important que toutes vos données financières soient en ordre, y compris ce qui suit :

- **l'objectif** – ce que vous comptez faire de l'argent exactement ;
- **les sources de financement** – la somme d'argent que vous vous attendez à emprunter et celle que vous prévoyez fournir de votre poche ;
- **la garantie d'emprunt** – les actifs que vous mettrez en garantie sur le prêt en cas de problème ;
- **le plan de remboursement** – la façon dont vous comptez rembourser l'emprunt et le calendrier de remboursement relativement à vos flux de trésorerie ;
- **la dette actuelle** – les autres dettes susceptibles d'avoir une incidence sur votre capacité de remboursement.



CONSEIL : RBC® propose aux entreprises bon nombre de [prêts et de marges de crédit](#) pour répondre à leurs besoins financiers, qu'il s'agisse d'[assumer les coûts de démarrage](#) ou de [contribuer au fonds de roulement](#). Par exemple, notre [Marge de crédit d'exploitation Royale®](#) est idéale si votre entreprise en démarrage n'a pas d'antécédents de solvabilité.

3. Établir un lien entre les fonds et le besoin

Il est important d'établir un lien entre l'argent dont vous avez besoin, son utilisation et le coût. Il est généralement conseillé d'avoir recours à la méthode correspondant à la durée de l'actif. Une carte de crédit ou une limite de découvert peut être utilisée pour les besoins à court terme (comme pour l'achat de stocks ou de matériaux additionnels) et les prêts et marges d'exploitation peuvent être utilisés pour les besoins à long terme (comme l'équipement et une propriété commerciale).

Pourquoi avez-vous besoin d'argent ?	Solutions possibles	Avantages
<p>J'ai besoin d'argent pour couvrir mes dépenses courantes, par exemple les approvisionnements, les salaires et les loyers, en attendant que mes ventes se transforment en argent sonnante.</p> <p>J'ai besoin d'argent pour la phase de démarrage de mon entreprise et pour générer des ventes.</p> <p>Mon entreprise est saisonnière et j'ai besoin d'argent pour survivre pendant la période de ralentissement de mes activités saisonnières.</p>	Marge de crédit à l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> ■ Approbation préalable d'emprunter jusqu'à un montant déterminé. ■ Remboursement au fur et à mesure des rentrées d'argent. ■ Versement d'intérêts mensuels sur les montants empruntés. ■ Possibilité d'obtenir une carte de crédit pour plus de commodité.
Je dois être capable de couvrir et de suivre mes dépenses courantes, par exemple les fournitures de bureau et les voyages d'affaires.	Carte de crédit d'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> ■ Suivi des dépenses pour la planification et tenue de livres distincte pour vos dépenses personnelles. ■ Achats sans intérêt jusqu'à l'exigibilité du paiement. ■ Accumulation de points de récompense sur certaines cartes. Ces points peuvent être cumulés à partir des cartes d'employés ou combinés au solde de points de votre carte personnelle.
J'ai besoin d'argent pour acheter les biens durables qui sont nécessaires à l'exploitation de mon entreprise, par exemple des bâtiments, des véhicules et de l'équipement.	Prêt à terme	<ul style="list-style-type: none"> ■ Remboursement sur une période plus longue pour vous éviter d'engager votre marge de crédit ou vos liquidités. ■ Prévision des flux de trésorerie facilitée par les versements mensuels. ■ Possibilité de faire correspondre la durée du prêt à la durée de vie du bien. Cela vous permet de faire des économies dans le temps.
J'ai besoin d'avoir accès à des liquidités quand des dépenses imprévues surviennent, tout en gardant ma cote de crédit intacte.	Protection contre les découverts	<ul style="list-style-type: none"> ■ Activation automatique, jusqu'à concurrence de votre limite préétablie, chaque fois que votre compte est à découvert. ■ Remboursement facile – quand vous effectuez un dépôt, les fonds sont appliqués au découvert.

4. Suivi du rendement de votre entreprise

Les outils de base de la gestion financière

Les propriétaires d'entreprises qui ont réussi savent qu'avoir un portrait exact de la situation financière de leur entreprise est primordial pour une gestion efficace. Si vous repérez un problème au cours de la journée ou du mois, vous pouvez le corriger immédiatement.

Outils	Renseignements présentés	Utilité de ces outils pour votre entreprise
<p>Les « livres ». Vous pouvez utiliser un simple livre de caisse ou une feuille de calcul Excel.</p> <p>Utilisez de préférence un logiciel comptable lié à vos comptes bancaires.</p>	<p>Rentrées et sorties de fonds sous des rubriques classées en deux catégories : dépenses et revenus.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Vous indiquent les jours et les mois les plus occupés. ■ Déterminent quels sont les produits ou services qui se vendent le mieux. ■ Précisent si vous avez un excédent de trésorerie ou un déficit chaque mois.
<p>État des flux de trésorerie</p> <p>Si vous avez un logiciel comptable, vous pouvez le générer lorsque vous en avez besoin.</p>	<p>La différence entre les rentrées de fonds provenant des ventes et les sorties de fonds.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Soyez au courant du montant de vos liquidités. ■ Vous permet d'établir d'avance les prévisions de vos besoins sur le plan des liquidités. ■ Estime tout déficit à l'avance, ce qui vous permet de prévoir une solution.
<p>État des résultats</p>	<p>Vos bénéfices réels, soit votre revenu total moins vos dépenses totales que vous pouvez réclamer pour l'année.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Divise les revenus et les dépenses en catégories produits et services pour savoir ce qui vous rapporte le plus d'argent. ■ Vous permet de comparer le rendement de chaque année.
<p>Bilan</p>	<p>L'actif, le passif et la valeur nette de votre entreprise (soit la différence entre l'actif et le passif).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Présente une vue d'ensemble de votre entreprise à la fin de l'exercice financier. ■ Vous permet de comparer le rendement de chaque année, comme le niveau des stocks, l'encaisse, les dettes, les bénéfices non répartis, les retraits par les propriétaires. ■ Vous permet d'évaluer la stabilité de votre entreprise.



CONSEIL : Si vous offrez du crédit, vous pourriez être payé dans 30, 60 ou 90 jours seulement. Essayez d'obtenir un dépôt ou un paiement partiel, mettez en place une politique de recouvrement des dettes dès les débuts de votre entreprise et restreignez les personnes à qui vous offrez du crédit.



Section trois

Tout ce que vous devez savoir sur le plan juridique

Assurez-vous de vous conformer à la réglementation, d'obtenir les licences requises et d'avoir toutes les autorisations nécessaires à l'exploitation de votre entreprise.

Il y a cinq aspects juridiques principaux à prendre en considération.

1. L'enregistrement de votre entreprise

Numéro d'entreprise

Au Canada, le gouvernement fédéral attribue à chaque entreprise un numéro d'entreprise unique. Un numéro d'entreprise vous permet alors d'enregistrer un compte d'entreprise auprès de l'Agence du revenu du Canada

(ARC), pour la TPS/TVH (taxe sur les produits et services/ taxe de vente harmonisée), un compte paie (si vous avez des employés), un compte d'impôt sur le revenu des sociétés et un compte d'importations-exportations.

Pour faire une demande de numéro d'entreprise, vous devez fournir votre numéro d'assurance sociale (NAS), le nom de votre entreprise, l'emplacement physique des activités de l'entreprise, la structure de l'entreprise et la date de fin de son exercice.

Vous pouvez joindre l'ARC au 1 800 959-5525 ou au cra-arc.gc.ca.

Au Québec, communiquez avec le Ministère du Revenu du Québec au 1 800 567-4692 ou au revenu.gouv.qc.ca.

Éléments pour lesquels vous devez vous inscrire	Organismes auprès desquels vous devez vous inscrire
Fédéral <ul style="list-style-type: none"> ▪ Impôt sur le revenu des sociétés ▪ TPS/TVH ▪ Prélèvements à la source ▪ Revenu d'importations-exportations 	Inscrivez-vous auprès de l'Agence du revenu du Canada pour obtenir votre numéro d'entreprise et vous inscrire relativement aux quatre sujets à gauche businessregistration-inscriptionentreprise.gc.ca .
Provincial <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nom d'entreprise ▪ Indemnité pour accident du travail ▪ Impôt santé ▪ Taxe de vente provinciale ▪ Normes d'emploi 	Rendez-vous sur le site Web d'Entreprises Canada au entreprisescanada.ca pour connaître les exigences dans votre province ou territoire et secteur.
Municipal (au besoin) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Permis d'exploitation ▪ Inspection de prévention des incendies ▪ Inspection de salubrité ▪ Approbation des modifications apportées à l'espace dans lequel vous exploitez votre entreprise 	Consultez le bureau de la municipalité pour vous renseigner sur la réglementation et les exigences en matière de licence. Assurez-vous également que votre entreprise ne contrevient pas aux règlements de zonage et d'utilisation du terrain.

Nom d'entreprise

Si vous constituez une société par actions, vous devez enregistrer votre nom pour vous assurer qu'il n'est pas déjà utilisé et pour empêcher quiconque de vous copier. Consultez la base de données d'entreprise pour vous assurer que le nom que vous avez choisi n'est pas déjà utilisé.

Une fois que vous avez choisi le nom, vous pouvez présenter une demande de préapprobation d'une dénomination, puis procéder à la constitution en société sur le site du gouvernement du Canada.

Vous pouvez aussi faire une demande d'enregistrement d'une marque de commerce pour protéger une combinaison de lettres, de mots, de sons ou d'images qui distinguent votre entreprise de toute autre entreprise.

Faites une recherche dans la base de données sur les marques de commerce de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada pour vérifier si votre marque ou votre logo n'est pas déjà utilisé(e). Faites ensuite une demande d'enregistrement vous-même ou faites appel à un agent de marques de commerce ou un avocat pour vous aider.

Enfin, choisissez et enregistrez votre nom de domaine Web. Vous pouvez vous enregistrer par l'entremise d'un [registraire agréé](#), mais assurez-vous de ne pas choisir un nom qui ressemble à celui d'une entreprise dans le même secteur ou dans un secteur similaire.

2. La structure de l'entreprise

Il y a trois structures juridiques de base pour les entreprises. Seule une société par actions doit être enregistrée officiellement.

Structure	Avantages	Désavantages
<p>Entreprise individuelle</p> <p>Vous êtes seul(e) propriétaire et vous êtes entièrement responsable de l'actif et du passif. Tous les revenus sont imposés comme des revenus personnels. Apprenez-en plus sur l'entreprise individuelle sur le site Web de Réseau Entreprises.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Établissement facile et économique ■ Coûts de démarrage relativement peu élevés ■ Contrôle direct sur la prise de décision ■ Tous les profits vont directement dans vos poches (déductions fiscales potentielles) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Responsabilité illimitée (utilisation de vos biens personnels pour rembourser la dette de l'entreprise) ■ Conséquences fiscales (le revenu de l'entreprise est imposable à votre taux personnel) ■ Vous êtes seul responsable des décisions et de la continuité de l'entreprise
<p>Société de personnes</p> <p>Deux ou plusieurs propriétaires s'entendent pour partager les profits et les pertes de l'entreprise en fonction de leurs parts respectives. Apprenez-en plus sur la société de personnes sur le site Web de Réseau Entreprises.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Établissement facile ■ Partage des coûts de démarrage entre les partenaires ■ Partage égal de la gestion, des profits et des biens ■ Avantages fiscaux 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Responsabilité illimitée (utilisation de vos biens personnels pour rembourser la dette de l'entreprise) ■ Difficulté de trouver un partenaire compatible qui a des compétences complémentaires aux vôtres ■ Vous êtes financièrement responsable des décisions d'affaires prises par votre partenaire
<p>Société par actions</p> <p>La société engrange des revenus, encourt des pertes et paie des impôts séparément des propriétaires. Apprenez-en plus sur la société par actions sur le site Web de Réseau Entreprises.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Responsabilité limitée ■ Personne morale distincte et existence continue ■ Facilité de mobiliser des capitaux ■ Avantages fiscaux possibles ■ Crédibilité accrue ■ Vous et votre conseil d'administration pouvez profiter de l'expertise et des connaissances des actionnaires 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Réglementation et obligation de tenue de dossiers ■ Établissement plus onéreux ■ Conflits possibles entre les actionnaires et les administrateurs



CONSEIL : Des conseillers en affaires professionnels peuvent vous conseiller quant à la structure d'entreprise qui vous conviendrait le mieux. Une entreprise peut évoluer. Elle peut passer du statut d'entreprise individuelle à celui de société de personnes ou à celui de société légalement constituée, en fonction des circonstances.

3. Propriété intellectuelle

En tant que jeune entreprise, vous devez savoir ce que vous pouvez ou non protéger légalement et ce que vous devez surveiller pour ne pas violer involontairement la propriété intellectuelle de quelqu'un d'autre. L'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC) gère tous les aspects de la propriété intellectuelle.

La propriété intellectuelle, qu'on peut définir comme « propriété intellectuelle traditionnelle », peut être protégée ou nécessiter un enregistrement.

- Marques de commerce
- Droit d'auteur
- Brevets
- Dessins industriels
- Protection des obtentions végétales

Protection principale de la propriété intellectuelle

Marques de commerce

Une marque de commerce est le meilleur moyen de protéger votre marque et votre logo. Vous pouvez enregistrer toute combinaison de lettres, de mots, de sons ou d'images qui distinguent votre entreprise de toute autre entreprise. Vous pouvez obtenir une protection pour toujours, mais vous devez renouveler la marque de commerce tous les 15 ans.

Avant de lancer votre entreprise, faites une recherche dans la [base de données sur les marques de commerce de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada](#) pour vérifier si votre marque ou votre logo n'est pas déjà utilisé.

Droit d'auteur

Si vous produisez des œuvres, comme des histoires, de la musique, de l'art, des pièces de théâtre, des productions écrites ou du contenu numérique, vous pouvez demander un « droit d'auteur » sur l'œuvre. Il s'applique dès la création de l'œuvre, et pour vous protéger, vous pouvez demander une [attestation de l'OPIC](#), comme preuve. Les droits d'auteur s'appliquent pendant 50 ans après votre décès (après ce délai, tout le monde peut copier votre œuvre, celle-ci étant du domaine public).

Prochaine étape : conservation de dossiers à la création de l'œuvre. Apposez le symbole du droit d'auteur ©, le nom de son détenteur et l'année de création de l'œuvre.

Brevets

Si vous avez conçu quelque chose de nouveau et d'unique, vous pouvez demander un brevet, qui vous confère des droits exclusifs sur votre idée. Assurez-vous de garder votre idée secrète, car contrairement au droit d'auteur, votre idée est protégée seulement une fois que le brevet est obtenu. Pour être admissible, votre idée doit être nouvelle, la première au monde, décrite comme un processus fonctionnel pour que vous puissiez la protéger, et être inventive. Les brevets ont une durée de 20 ans. Parfois les entreprises n'enregistrent pas de brevet (comme la recette de Coca Cola) et gardent plutôt leur idée secrète.

Pour plus de renseignements, allez à la page des brevets de l'OPIC.

4. Impôt et taxes

Il n'y a rien à faire, vous devrez payer de l'impôt si vous réalisez des profits. Bien que ce soit principalement le travail de votre comptable ou commis comptable ou conseiller de vous aider à calculer le montant à payer, il est important que vous compreniez au moins les règles de base.

Les entreprises doivent payer la TPS/TVH, l'impôt sur le revenu et une cotisation sociale.

TPS/TVH

Le gouvernement fédéral prélève des taxes sur la plupart des achats effectués au Canada.

Il existe trois taxes différentes selon votre province :

- TPS (taxe sur les produits et services)
- TVP (taxe de vente provinciale)
- TVH (taxe de vente harmonisée), qui constitue une combinaison des deux taxes ci-dessus.

En tant qu'entreprise, vous demandez à vos clients de payer une taxe sur tous les produits que vous vendez. Pour savoir ce que fait chaque province, voir le [tableau du Conseil canadien du commerce de détail](#).

Fonctionnement :

- Lorsque vous émettez une facture à vos clients ou que ceux-ci vous paient, vous ajoutez au montant payé la taxe applicable.
- Lorsque vous payez vos dépenses d'affaires, vous payez la taxe applicable.

- À chaque période d'impôt, vous ne payez que la différence entre ce que vous avez perçu et ce que vous avez payé à d'autres entreprises aux fins de versement au gouvernement.
- Si vos dépenses dépassent vos ventes, si vous achetez en grande quantité ou si vous faites l'acquisition d'équipement, vous pourriez même obtenir un remboursement.
- Nota : Vous ne percevez pas de TPS/TVP/TVH pour les produits et services exempts de taxe, comme les produits alimentaires de base, les logements locatifs, les soins de santé et dentaires, les services financiers et les services de garde.

Vous devez inscrire votre entreprise si :

- vos ventes dépassent 30 000 \$ dans un seul trimestre ;
- les ventes cumulatives ont dépassé 30 000 \$ par trimestre au cours des 12 mois précédents.

Inscrivez-vous [en ligne sur le site Web de l'ARC](#), ou mieux encore, inscrivez-vous sur [Ownr.co](#).

Impôt sur le revenu

Toute entreprise qui réalise des bénéfices doit payer un pourcentage de ses bénéfices à titre de taxe d'affaires. Il y a des variations selon la structure juridique :

- Le propriétaire unique déclare ses bénéfices sur sa déclaration de revenus de particuliers.
- Dans le cas d'une société de personnes, les partenaires déterminent comment seront répartis les bénéfices entre eux, puis chacun les inscrit sur sa propre déclaration de revenus.
- Les sociétés par actions sont beaucoup plus complexes ; elles font leurs propres déclarations de revenus en tant qu'entités distinctes des actionnaires.

Prochaines étapes : il est très important d'obtenir des conseils professionnels et du soutien concernant la structure optimale de votre entreprise aux fins de l'impôt. Demandez des conseils le plus tôt possible à votre conseiller financier ou adressez-vous à l'ARC.

Cotisation sociale

Si vous avez des employés ou si vous avez l'intention de vous verser un salaire, il vous faudra déduire l'impôt sur le revenu de la paie et le verser au gouvernement avant de payer l'employé.

Il vous faudra :

- ouvrir un compte de paie ([voir les détails sur le site de l'ARC](#)) ;
- obtenir les renseignements nécessaires auprès de vos employés ([voir les détails sur le site de l'ARC](#)) ;
- calculer les déductions ([voir les détails sur le site de l'ARC](#)) ;
- conserver les dossiers requis (pendant au moins six ans).

Comme vous devez vous y attendre, il y a encore d'autres points à considérer, soit :

- les cotisations aux régimes de pension et les primes d'assurance-emploi ;
- les avantages imposables des employés, comme l'utilisation d'une voiture de fonction ou d'un stationnement ;
- toutes commissions touchées par l'employé.

Renseignez-vous le plus tôt possible auprès de votre conseiller financier pour vous assurer que vous prenez les bonnes décisions.

Vous payer vous-même

La façon dont vous vous paierez dépendra de la structure d'entreprise que vous aurez choisie.

Se faire payer dans une entreprise individuelle ou une société de personnes

Vous avez trois options :

- Vous payer un salaire et déduire les cotisations sociales comme si vous étiez un employé. À chaque période de paie, vous recevrez votre paie moins les déductions.
- Retirez un montant fixe à chaque période de paie.
- Une combinaison des deux ; soit un salaire auquel peuvent s'ajouter des retraits lorsque vous pouvez vous le permettre.

Si vous optez pour des retraits, à noter que ce n'est pas le montant sur lequel vous serez imposé. Vous continuerez de payer de l'impôt sur le bénéfice net de l'entreprise.

Vous et vos associés affectuent aussi vos propres versements au RPC et payez vos impôts trimestriellement.

Se faire payer dans une entreprise constituée en société

- Le propriétaire d'entreprise (actionnaire) peut recevoir un salaire et des primes périodiques, étant donné qu'il est considéré comme un employé.
- Des retenues à la source, par exemple au titre du RPC et des impôts sur le revenu, doivent être effectuées sur le salaire et les primes.
- Les propriétaires de l'entreprise peuvent également recevoir des dividendes, lesquels sont imposés à un taux moins élevé que celui applicable au revenu.
- Les gains nets (bénéfices) d'une entreprise constituée en personne morale sont ensuite imposés au taux fédéral-provincial combiné de l'impôt sur les sociétés.
- Quelle que soit la méthode que vous choisissiez, obtenez des conseils financiers pour déterminer ce qui convient le mieux à votre situation.

5. Licences et permis

Enfin, pour exploiter votre entreprise, vous pourriez avoir besoin de licences et de permis.

Par exemple, si vous vouliez ouvrir un café, vous auriez besoin d'une licence pour vendre de la nourriture ou de l'alcool, peut-être aussi d'un permis pour faire des rénovations ou apporter des modifications aux locaux ; vous auriez aussi besoin de règles pour la santé et la sécurité des employés et la préparation de la nourriture, d'un moyen de vous débarrasser des ordures, etc.

Pour savoir ce que vous devez faire, facilitez-vous la tâche en consultant le [portail des renseignements sur les permis et licences](#), exploité par tous les paliers de gouvernement au Canada (fédéral, provincial ou territorial et municipal).

Consultez aussi :

- [renseignements sur la santé et la sécurité au travail](#) du gouvernement du Canada ;
- votre association de gens d'affaires locale ;
- votre [chambre de commerce](#) locale.





Section quatre

Le meilleur plan d'affaires possible

1. Élaboration de votre plan d'affaires

Il est prouvé qu'en démarrant avec un plan d'affaires écrit, il y a plus de chances que votre entreprise soit florissante.

La rédaction de votre plan d'affaires vous oblige à examiner en détail votre concept d'affaires avant de vraiment démarrer votre entreprise. Cela vous permet d'affiner vos idées et de songer à des solutions de rechange avant de vous laisser happer par la rapidité du processus lui-même.

Le plan d'affaires peut aussi augmenter vos chances d'obtenir du financement, puisqu'il vous aide à énoncer

clairement votre idée et l'occasion offerte aux investisseurs ou prêteurs. Plus tard, il vous servira d'étalon de mesure par rapport à vous-même. Vous pourrez vous en servir pour évaluer si vous avez bien respecté le plan et mettre en exergue les aspects que vous pourriez modifier.

Les assises de votre plan d'affaires

Utilisez le tableau ci-après pour établir les assises de votre plan d'affaires, qui vous permettra de réfléchir à votre idée d'affaires et de suivre vos progrès.

Rédaction d'un plan d'affaires

Étape	Avantage
1. Écrivez une phrase décrivant les produits ou les services fournis par votre entreprise. Ne vous limitez pas aux caractéristiques, mentionnez aussi les avantages. Déterminez quelle est l'occasion clé dans votre marché.	Vous avez maintenant une courte phrase qui dit aux gens (investisseurs, clients, membres de la famille, etc.) ce que vous faites. Elle vous aidera à vous concentrer sur votre principal avantage concurrentiel.
2. Déterminez qui seront vos clients et pourquoi ils feront des achats chez vous plutôt que chez vos concurrents (exemples : prix, qualité, innovation, service, commodité).	En sachant qui sont vos clients cibles, il sera plus facile de comprendre ce qu'ils veulent, le montant qu'ils pourraient payer et comment faire la promotion de vos produits pour attirer leur attention.
3. Faites des recherches sur votre marché pour mieux comprendre le secteur (exemples : produits, clients, concurrence, achalandage, stationnement, loyers, bassin de main-d'œuvre, charges salariales).	Plus vous en saurez sur les caractéristiques de votre marché, mieux vous serez préparé. Essayez d'obtenir des chiffres réels et non des estimations, comme la taille du marché, des concurrents particuliers, etc.
4. Décidez comment vous offrirez vos produits ou services à vos clients. Comment obtiendront-ils de l'information sur votre entreprise ? Allez-vous distribuer vos produits par vente directe, par un réseau de codistribution ou par Internet ? Assurez-vous de choisir la méthode qui correspond le mieux aux préférences des clients.	Par documenter le processus de vente, vous pouvez repérer les problèmes ou les goulots d'étranglement dans votre stratégie et élaborer des solutions.

Étape	Avantage
5. Décidez de la voie que prendra votre entreprise. Pouvez-vous travailler à domicile ou avez-vous besoin d'un bureau, d'une usine ou d'un magasin ? Choisissez un emplacement qui prend en compte tous les critères importants pour vous, par exemple le budget, la circulation ou la visibilité.	Cela débouchera sur des informations concrètes sur les coûts de location ou immobiliers, les coûts de main-d'œuvre et de distribution. Vous pourrez aussi déterminer les mouvements de circulation, la disponibilité des places de stationnement pour les clients et d'autres facteurs importants, en fonction des données antérieures concernant l'emplacement.
6. Faites des projections réalistes sur l'état des résultats et les flux de trésorerie pour les deux ou trois premières années. Avez-vous une trésorerie suffisante pour survivre au démarrage ? Quel est le seuil auquel vous commencez à gagner de l'argent ?	Il vous prouvera et prouvera aux prêteurs et aux autres partenaires que vos idées sont fondées sur des réalités. Vous devez démontrer que votre plan comporte un calendrier précis, qu'il sera rentable et permettra de rembourser les investisseurs.
7. Comment vous procurerez-vous les matières premières ou autres approvisionnements cruciaux ? Existe-t-il des solutions de rechange que vous pourriez utiliser ?	Avec une liste de fournisseurs et des solutions de rechange, vous serez prêt en cas de défaillance ou de non-respect de vos exigences de croissance.
8. Décidez du nombre d'employés dont vous avez besoin (le cas échéant), et voyez s'il est facile d'embaucher des gens ayant les compétences requises dans votre segment de marché.	Vous saurez quelles compétences rechercher et vous comprendrez mieux ce que vous devez payer, notamment en matière d'avantages sociaux, pour attirer des employés et doter votre entreprise en personnel.
9. Mettez en place votre équipe consultative : obtenez le soutien de conseillers professionnels, de partenaires et de mentors.	Vous bénéficierez de leur expérience dans d'autres entreprises qui ont connu des situations similaires.
10. Comment allez-vous gérer les principaux risques auxquels votre entreprise pourrait être exposée ? Il pourrait être souhaitable de souscrire une assurance pour couvrir certains risques. Obtenez des conseils généraux auprès de votre conseiller en affaires RBC, puis adressez-vous à un conseiller autorisé en assurance.	Vous serez prêt à faire face à pratiquement toutes les situations prévisibles et serez mieux outillé pour réduire les risques lorsqu'ils se présenteront.



CONSEIL : Nous avons un modèle de plan d'affaires et de prévision des flux de trésorerie qui vous aidera à élaborer votre plan plus en détail.

2. Analyse FFOM

Prendre le temps d'examiner votre stratégie d'affaires est un exercice utile, et une analyse FFOM (forces, faiblesses, occasions et menaces) est l'un des moyens les plus faciles d'y arriver.

- **Forces** – principales forces de votre entreprise ou avantages qu'elle représente, et manière dont vous pouvez les protéger et les améliorer.
- **Faiblesses** – faiblesses ou problèmes de votre entreprise, et manière de les minimiser ou de les transformer en possibilités.
- **Occasions** – meilleures occasions ou avantages pour votre entreprise, et manière de les saisir et d'en tirer profit.
- **Menaces** – principales menaces et comment réduire les risques de répercussions sur votre entreprise.

Comprendre la grille FFOM

Les forces et les faiblesses représentent habituellement les facteurs internes sur lesquels vous avez un certain contrôle. Parmi les forces, on pourrait compter un personnel hautement formé et expérimenté, une grande notoriété de la marque ou un excellent emplacement. Les problèmes de qualité et de logistique, et les normes de service peu élevées sont des exemples de faiblesses.

Les occasions et les menaces sont habituellement des facteurs externes hors de votre contrôle. Par exemple, un concurrent qui tente d'attirer vos meilleurs employés constitue une menace, tandis qu'une nouvelle technologie qui change un procédé représente une occasion.

Il est essentiel que vous soyez en mesure de visualiser vos forces, vos faiblesses, vos occasions et vos menaces relativement à votre entreprise et à vos divers projets pour peaufiner votre stratégie. C'est ce que la grille FFOM vous permet de réaliser. Il y a quatre étapes à suivre pour mener une analyse FFOM efficace.

1. Définir l'enjeu

Définissez clairement l'enjeu que vous analysez. Vous devez le décrire le plus clairement possible, qu'il s'agisse d'examiner le portrait général de votre entreprise, d'évaluer une nouvelle idée ou d'examiner un concurrent.

2. Utiliser la grille

Évaluez l'enjeu en utilisant chacun des quatre critères. Il ne s'agit pas toujours d'un processus linéaire ; alors, n'hésitez pas à passer d'une section à l'autre à mesure que des idées surgissent.

3. Analyser les résultats

Avez-vous des forces que vous n'utilisez pas pleinement ? Manquez-vous des occasions ? Ignorez-vous certaines faiblesses ? Réfléchissez à chacun de ces facteurs et à la manière dont vous pourriez tirer parti de ceux qui sont avantageux, et régler, atténuer ou éliminer ceux qui sont nuisibles.

4. Rincer et répéter

Lancez une analyse FFOM régulièrement pour toujours être en mesure de peaufiner votre stratégie commerciale, pour évaluer une nouvelle idée ou pour appuyer votre processus décisionnel.



CONSEIL : Nous avons un modèle FFOM que vous pouvez utiliser pour décrire votre entreprise plus en détail.

3. Prévisions

Comment prévoir les flux de trésorerie

La prévision des flux de trésorerie vous aidera à bien répartir vos ressources et à savoir où va votre argent.

Prévisions des ventes – comment y arriver

Pour les prévisions des ventes, le secret est de bien calculer les divers types de vente auxquels vous pouvez vous attendre et le nombre par mois pour chaque type de ventes. Plus vous ferez d'hypothèses, plus vos prévisions seront floues. N'hésitez pas à utiliser vos coûts détaillés et à être objectif et réaliste.

Si vous démarrez votre entreprise, vous n'avez pas de données historiques sur lesquelles appuyer vos prévisions. Vous devrez plutôt :

- faire des projections sur vos ventes futures ;
- bien comprendre la concurrence ;
- avoir une idée du chiffre d'affaires d'entreprises similaires ;
- prendre connaissance des statistiques du secteur ou des données de référence.

Vos premières prévisions des ventes

Trouver ce qu'il vous faut

Commencez par fixer des objectifs financiers réalistes par rapport au montant des ventes qu'il vous faut réaliser chaque année. Déterminez ce que vous devez vendre pour dégager un bénéfice au moyen d'une analyse de rentabilité en tenant compte du bénéfice souhaité. Voyez combien cela fait par semaine, puis déterminez si c'est physiquement possible.

Estimer la demande

Estimez le nombre de personnes dans votre secteur, puis divisez ce chiffre par le nombre de concurrents. Ainsi, vous pourrez essayer d'estimer votre part de marché.

- Déterminez le nombre d'unités (articles fabriqués ou vendus ou heures facturées) que vous prévoyez vendre au cours de l'année à venir pour chaque catégorie de produit ou de service.
- Tenez compte du caractère saisonnier de votre entreprise ou de la tendance des ventes.



CONSEIL : Déterminez les facteurs externes qui pourraient avoir une incidence sur les ventes de la prochaine année dans chaque catégorie, comme le changement de personnel, le bénéfice prévu, les promotions ou les contraintes en matière de capacité. Faites de même pour les facteurs externes, comme l'inflation, la concurrence et les tendances commerciales.

Comprendre votre cycle d'exploitation

Chaque entreprise a un cycle d'exploitation, soit le temps écoulé entre une vente et le paiement. Si vous faites une vente au comptant, vous obtenez votre argent immédiatement. Si vous faites une vente à crédit, le délai sera plus long avant que vous soyez payé. Il y a là deux leçons à tirer :

- Plus vous réalisez de ventes au comptant, mieux c'est pour votre situation de trésorerie. Vous avez immédiatement l'argent en main pour payer vos dépenses.
- Si vous faites des ventes à crédit, il est important de faire une vérification de solvabilité pour chaque client et d'avoir des systèmes de surveillance des dettes et de recouvrement en place.

Estimer les dépenses

Une fois vos prévisions des ventes terminées, vous pouvez estimer le montant de vos dépenses mensuelles. Cette étape est habituellement beaucoup plus facile que celle de la prévision des ventes, puisque vous pouvez obtenir des devis et des estimations plus facilement. Si vous examinez la liste des dépenses dans le modèle de prévision des flux de trésorerie, vous remarquerez que les dépenses sont réparties en deux catégories :

- **Les coûts variables** pour l'achat des stocks et les matières premières, par exemple. Ces coûts directs varieront selon les ventes. Si vous vendez plus de produits ou de services, vous devez acheter plus de matières premières ou accroître la main-d'œuvre pour fabriquer le produit.

- **Les coûts fixes**, comme le loyer, les taxes et les impôts, les salaires et les coûts des services publics (également appelés les frais généraux d'entreprise). Quelles que soient vos ventes, vous devez payer des frais fixes chaque mois.

Vous avez toujours des obligations fiscales à respecter, comme le paiement de la TPS/TVH et de la taxe d'affaires. Vous devez prévoir l'argent nécessaire pour les payer, sinon le paiement soudain d'une facture de taxe pourrait avoir une importante incidence sur la planification de vos flux de trésorerie. Déterminez avec votre comptable le montant qu'il vous faudra probablement payer au cours des 12 prochains mois et le meilleur moyen d'épargner en vue de ses paiements.



CONSEIL : Certains frais, comme les assurances et les honoraires professionnels, sont payables une seule fois par année. Il est donc facile de les oublier. Vous pourriez envisager de payer ces montants annuels sous la forme de versements mensuels pour faciliter la planification des flux de trésorerie.

4. Établir un plan marketing

Un plan marketing infaillible en huit étapes faciles

1. Connaître ses clients

Renseignez-vous sur les préférences et les habitudes de vos clients pour vous aider à mieux cibler vos promotions. Quels sont leurs principaux éléments d'insatisfaction ?

2. Étudier le marché

Réalisez des sondages en ligne ou en magasin ou demandez simplement les commentaires de clients potentiels. Selon les réponses des clients, vous verrez ce qui fonctionne bien et quels sont les points à améliorer.

3. Cerner ses concurrents

Découvrez qui sont vos concurrents directs et rassemblez le plus possible de renseignements sur eux. Les faiblesses de vos concurrents seront autant d'occasions pour vous de faire valoir ce qui vous distingue.

4. Déterminer son avantage concurrentiel

Tout ce qui vous démarque de vos concurrents dans votre marché cible, dont le prix, le service et l'emplacement, constitue des avantages concurrentiels. Il peut s'agir d'un élément qui vous distingue des autres et qui comble une lacune à laquelle vos concurrents n'ont pas pensé.

5. Formuler une promesse

La promesse permet de clarifier, pour le client, l'aspect le plus important de votre entreprise. Vous voulez que le client reconnaisse la valeur de votre promesse ou de votre garantie.

6. Simplifier la tâche du client

Veillez à ce qu'il soit facile pour vos clients d'interagir avec votre entreprise. Le client veut une expérience agréable, quel que soit le produit ou le service que vous vendez. Un service exceptionnel est un point qui ne devrait pas être négociable.

7. Établir la fiabilité de sa marque

Il est indispensable d'élaborer une stratégie de marketing intégrée afin que toutes vos promotions, publicités et communications marketing véhiculent le même message et des valeurs uniformes à propos de la marque.

8. Évaluer le marketing et mettre à jour les plans

Évaluez le rendement du capital investi pour tous vos efforts de marketing et apportez des modifications en fonction de ce qui fonctionne ou pas pour votre entreprise, pour les conditions du marché et pour vos clients.

Certains résultats sont faciles à quantifier, comme le nombre de ventes ou la valeur des ventes générées par une publicité ou une promotion. Pour d'autres, c'est plus difficile d'estimer la valeur, comme le nombre de nouveaux abonnés sur les réseaux sociaux et le nombre de visiteurs de votre site Web. Et certains éléments sont encore plus difficiles à quantifier, comme la perception des clients ou la notoriété accrue de la marque.



Section cinq

Bien maîtriser votre trésorerie

Il est important de surveiller votre trésorerie afin de conserver un solde équilibré. Vous serez en meilleure position si vous connaissez la différence entre les flux de trésorerie et le bénéfice, pouvez évaluer le prix de vos stocks et calculer vos coûts adéquatement, savez comment éviter une insuffisance de trésorerie ainsi que les risques de fraude et de crédit.

1. Différence entre flux de trésorerie et bénéfices

Les flux de trésorerie désignent l'argent qui, chaque jour, entre dans l'entreprise et en sort.

Le bénéfice est calculé en additionnant tous les revenus et en soustrayant toutes les dépenses.

Cependant, une entreprise peut parfois déclarer un bénéfice, sans avoir d'argent en banque. Les principales raisons pour expliquer une telle situation comprennent :

- l'achat d'actifs à long terme à partir des réserves de liquidité ;
- l'accumulation de stocks ou de matières premières à un niveau supérieur aux exigences ;
- des retraits élevés par le propriétaire de l'entreprise.

Pour éviter une baisse trop importante de la trésorerie par rapport au bénéfice, songez à :

- acheter de nouveaux actifs au début de l'exercice financier plutôt qu'à la fin pour ainsi pouvoir réclamer la dépréciation en entier ;
- éviter l'achat de grandes quantités de stocks à la fin de l'année, à moins qu'il ne s'agisse d'une aubaine et que vous ayez les liquidités voulues ;
- payer des actifs coûteux sur de longues périodes plutôt qu'initialement ;

- louer les actifs que vous n'utilisez pas toujours, plutôt que de les acheter.

2. Fixez des prix justes

Le prix que vous fixez pour vos produits ou vos services devrait être suffisamment élevé pour vous procurer un profit, mais assez réaliste pour inciter les clients à acheter. Il ne suffit pas d'ajouter une marge à vos coûts, puisque cela pourrait ne pas suffire à couvrir vos coûts indirects.

Fixation des prix par majoration des coûts

Calculez tous les coûts de production de votre produit ou de votre service, ajoutez une marge, puis déterminez votre capacité de production. Ce prix couvre-t-il les coûts indirects et le bénéfice ?

Marge de détail

Si vous achetez des produits et les revendez en tant que détaillant ou grossiste, vous ajouterez un pourcentage, soit votre marge, aux stocks que vous avez achetés pour les revendre.

Taux horaire

Si votre entreprise vend des services pour lesquels vous facturez à l'heure, le calcul est beaucoup plus simple, puisque vous n'avez aucun coût relié à du matériel ou à des stocks à assumer (mais vous avez toujours des coûts indirects fixes à payer).

Que dit le marché ?

Bien sûr, il ne suffit pas toujours de déterminer combien demander ; le plus souvent, il existe un « prix du marché » en vigueur dans votre secteur. Si les électriciens appliquent tous un taux similaire, vous serez bien en peine de demander le double, et vous ne voudrez pas en demander la moitié non plus parce que vous vous priveriez d'une marge additionnelle.

Vérifiez la structure de prix en vigueur dans votre domaine :

- Quelles entreprises les clients voient-ils comme offrant le meilleur rapport qualité-prix ?
- Combien les clients s'attendent-ils à payer ?
- Quels produits sont susceptibles de connaître le plus de succès ?

Peut-être devriez-vous simplement travailler à rebours : prendre le prix du marché, puis estimer combien vous êtes physiquement capable de produire, et enfin vérifier si cela couvre les coûts indirects et le profit.

Comment obtenir la meilleure marge

La plupart des entreprises essaient de maximiser leur profit tout en veillant à ce que leurs clients en aient pour leur argent. Si vous avez du mal à faire fonctionner votre modèle d'affaires, songez aux possibilités suivantes :

- Proposez des à-côtés que n'offrent pas vos concurrents, tels qu'une garantie, la livraison, une gamme élargie, une expertise plus vaste ou un meilleur service après-vente.
- Réduisez vos coûts indirects.
- Réduisez le coût de vos intrants, notamment les matières premières, le personnel et les stocks, sans incidence sur la qualité.



CONSEIL : Passez en revue toutes les options et déterminez laquelle convient le mieux aux besoins de votre entreprise. La tarification vise l'atteinte d'un équilibre entre le fait de vendre à un prix que les clients sont prêts à payer et celui de conserver une marge pour couvrir vos frais et dégager un profit équitable.



3. Conseils pour éviter une rupture de trésorerie

Les ruptures de trésorerie surviennent lorsque soit les ventes, soit le recouvrement des comptes clients, ne sont pas assez rapides. Il existe beaucoup de choses qu'un propriétaire d'entreprise peut faire pour transformer ses stocks en ventes, et ses ventes en argent sonnante, aussi vite que possible. Essayez ces techniques efficaces de renforcement de la trésorerie.

Techniques de renforcement de la trésorerie	Raisons pour lesquelles ces techniques fonctionnent
Faites, dans la mesure du possible, correspondre les modalités de paiement de vos clients à celles de vos fournisseurs.	L'argent rentre à mesure que les paiements sont effectués, équilibrant les rentrées et les sorties de fonds et réduisant ainsi votre besoin d'emprunter ou d'investir votre propre argent.
Demandez un dépôt.	Le coût des approvisionnements est habituellement réglé avant que les factures des clients ne se transforment en argent sonnante.
Effectuez des dépôts bancaires quotidiennement.	Transformez les paiements de vos clients en argent liquide le plus vite possible. Utilisez le dépôt mobile de chèque ou encaissez les paiements par voie électronique pour éviter d'avoir à passer à la banque.
Surveillez vos stocks – réduisez les achats si les stocks sont trop élevés.	Les stocks sont de l'argent qui dort.
Offrez des remises pour accélérer la vente d'articles à faible taux de rotation.	Il est plus avantageux pour vous d'avoir des liquidités, et vous libérerez de l'espace pour des stocks plus intéressants pouvant être vendus à une marge plus élevée.
Fixez les prix en gardant à l'esprit la trésorerie – plus élevés pour les articles faciles à vendre ; moins élevés pour ceux qui sont plus difficiles à vendre.	Une demande importante peut signifier que les clients sont prêts à payer plus ; une chute des prix pourra raviver les articles à faible taux de rotation.
Surveillez de près les comptes clients – appelez rapidement lorsque le paiement est en retard.	Assurez-vous de résoudre les problèmes avec un service ou un produit qui pourraient en retarder le paiement et informez-vous sur les raisons du retard. En cas de retard de paiement, mieux vaut que vous le sachiez le plus vite possible pour pouvoir planifier en conséquence.
Offrez un crédit à vos meilleurs clients uniquement.	Le crédit vous coûte de l'argent – vous devez soit emprunter, soit utiliser votre trésorerie pour le couvrir.
Surveillez les comptes dont le paiement est régulièrement en retard, le client pourrait éprouver des difficultés financières.	Repérez rapidement ces situations. Gardez un œil attentif sur les montants dus pour éviter des comptes clients plus élevés que la normale.
Utilisez une marge de crédit d'exploitation ou une protection contre les découverts pour compenser les fluctuations saisonnières ou imprévues.	Vous serez toujours en mesure de régler vos factures si vous planifiez les risques de carence à l'avance.
Utilisez les services bancaires par Internet et mobiles pour encaisser les paiements rapidement sans avoir à vous rendre à la banque.	En acceptant des paiements en ligne et mobiles, vous aurez accès à votre argent plus tôt. Nous mettons à votre disposition des solutions de paiement mobiles et en ligne.

4. Conseils pour générer un excédent de trésorerie

Pour une entreprise en démarrage, un excédent de trésorerie donne une marge de manœuvre en cas de fluctuations, lorsque les ventes sont moins élevées que vous ne l'espérez, ou lorsque les dépenses sont plus élevées que prévu, par exemple.

Le moyen le plus évident de créer un excédent de trésorerie consiste à injecter davantage de fonds de votre poche ou à contracter un emprunt. Cependant, plusieurs autres possibilités peuvent être envisagées au préalable.

Par exemple

- Vendez tout actif très peu utilisé et louez l'équipement quand vous en avez besoin.
- Réduisez les sommes que vous tirez de l'entreprise jusqu'à ce que les revenus s'améliorent.
- Mettez en place des pratiques « juste à temps » et ne commandez des marchandises aux fournisseurs qu'à la dernière minute.

- Cessez de garder en stock les articles à faible taux de rotation. Mettez en solde les stocks ou les matières premières désuets.
- Vérifiez régulièrement le niveau de vos stocks, leur taux de rotation et vos politiques d'achat pour vous assurer que vous ne conservez que ce dont vous avez besoin.
- Certains fournisseurs pourraient fournir des stocks ou du matériel en consignment, ou accepter des plans de remboursement à long terme.
- N'acceptez que les mandats que vous savez pouvoir remplir de manière rentable. Concentrez vos efforts sur les activités assorties de la plus grande marge et commencez à refuser celles qui sont à faible rendement.

5. Protégez-vous de la fraude et du vol

Si votre entreprise doit avoir des employés, gardez à l'esprit qu'ils devront probablement gérer des liquidités, des chèques, des stocks et des dépenses au nom de l'entreprise, ce qui influera directement sur la rentabilité de votre entreprise.

Liste de contrôle pour gérer vos avoirs et vos liquidités

Établissez des règlements et des processus clairs dès le départ pour vous assurer que tout le personnel sait ce qu'on attend de lui.

Douze manières de vous protéger contre les pertes dues à la fraude

- Limitez l'accès des employés aux liquidités et remettez obligatoirement un reçu à chaque client.
- De concert avec votre comptable, mettez en place des systèmes financiers et utilisez-les en tout temps.
- Faites vos dépôts bancaires sans tarder – préférablement à la fin de chaque journée. C'est particulièrement important si votre entreprise effectue principalement ses ventes au comptant.
- Faites les retraits liés aux dépenses séparément de sorte qu'ils puissent être assortis à une facture spécifique ou à un justificatif de petite caisse.
- Conservez les carnets de chèques, les espèces et les chèques refusés dans un tiroir fermé à clé.

- Effectuez des contrôles à l'improviste de la petite caisse et des tiroirs-caisses.
- Attendez-vous à certains écarts dans le contenu du tiroir-caisse. Vous devez cependant fixer un seuil (20 \$, par exemple) au-delà duquel vous lancerez une enquête.
- Effectuez tous les paiements par voie électronique ou au moyen des services bancaires par Internet pour éviter les fraudes par chèque.
- Encouragez les clients à faire leurs paiements par carte de crédit ou au moyen des services bancaires par Internet.
- Justifiez chaque paiement à l'aide de la facture du fournisseur, du bordereau de remboursement ou de tout autre document imprimé.
- Assurez-vous que les frais de déplacement et de représentation des employés sont appropriés.
- Faites l'inventaire de vos stocks plus d'une fois par année.

Suivi des dépenses en quatre étapes faciles

- Demandez des reçus pour tous les frais professionnels.
- Conservez tous vos relevés de dépenses de l'année ensemble, dans un endroit sûr.
- Utilisez une carte de crédit distincte pour vos dépenses professionnelles.
- Passez à Banque en direct pour avoir la possibilité de suivre plus facilement votre flux de trésorerie, de voir immédiatement les rentrées et les sorties d'argent et d'imprimer vos relevés de compte ou les télécharger sur votre logiciel de comptabilité.

La présentation d'un bon risque de crédit

En tant que nouvelle entreprise ou nouvel arrivant au Canada, vous n'avez probablement pas d'antécédents de solvabilité (dossier de remboursement des prêts et des cartes de crédit ; faillites, etc.). Pour décider si elle consentira ou non un prêt à une nouvelle entreprise, la banque examinera souvent les antécédents de solvabilité de son propriétaire.

Que puis-je faire pour avoir de bons antécédents de solvabilité ?

Que devez-vous faire ?	Comment ?
Assurez-vous de l'exactitude de vos antécédents de solvabilité.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Demandez vos antécédents de solvabilité à l'une des principales agences de notation : Equifax (equifax.ca) ou TransUnion (transunion.ca). ■ Vérifiez qu'il n'y a pas d'erreurs et soumettez un formulaire de contestation si vous souhaitez contester les informations figurant à votre dossier.
Constituez-vous un bon dossier d'antécédents de solvabilité si vous n'en avez pas encore.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Prenez un petit prêt ou faites une demande de carte de crédit. Assurez-vous que les remboursements sont suffisamment faibles pour pouvoir effectuer des versements périodiques. ■ Demandez à un membre de votre famille ou à un parent qui a de bons antécédents de solvabilité d'être le cosignataire de votre prêt. Remboursez-le au moyen de versements périodiques sur quelques mois.
Conservez un bon dossier d'antécédents de solvabilité.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Payez toutes vos factures à temps, même si vous effectuez un versement minimal. ■ Consolidez vos dettes pour faciliter les remboursements. ■ Payez vos dettes de carte de crédit à temps pour éviter d'avoir à payer des intérêts.
Prenez des mesures pour corriger votre mauvaise cote de crédit.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Passez en revue vos habitudes de consommation pour repérer le ou les secteurs qui posent le plus de problèmes. ■ Éliminez certaines cartes de crédit ou consolidez vos dettes pour rendre vos versements mensuels plus faciles à gérer. ■ Idéalement, payez le solde de votre carte de crédit en entier et à temps chaque mois. Si ce n'est pas possible, assurez-vous au moins de rembourser le solde minimum mensuel. ■ Contactez une agence de crédit accréditée pour vous aider, avec vos créanciers, à mettre en place un calendrier de remboursement raisonnable. La plupart des services de conseils gratuits sont des organismes sans but lucratif.
Mettez en place un dossier d'antécédents de solvabilité pour votre entreprise.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Demandez un prêt à l'entreprise ou des cartes de crédit d'entreprise afin d'établir des antécédents de solvabilité pour votre entreprise, indépendamment de votre propre dossier de solvabilité. Constituez un dossier irréprochable de gestion responsable de votre crédit.

Que faire si la banque rejette votre demande

Les banques utilisent des critères objectifs pour prendre leurs décisions de prêt. Si votre demande est rejetée, examinez-la et voyez ce que vous pouvez faire pour l'améliorer. Adressez-vous à votre conseiller en affaires

RBC pour déterminer les changements que vous devriez apporter avant de soumettre de nouveau votre demande de crédit.

Éléments pris en compte par les banques	Que faire pour mettre toutes les chances de votre côté
Le but du financement (achat de stocks, paiement du loyer ou dépôt de garantie pour les services publics, frais de démarrage, retraits de gestion)	Songez à payer vous-même ces articles ou privez-vous des retraits de gestion initiaux en soumettant une demande de marge de crédit d'entreprise uniquement.
La façon dont le prêt sera remboursé ou la provenance des fonds de remboursement	Si vous pensez que la banque néglige un facteur important de votre dossier, dites-le. Il est possible que ce facteur ait été omis.
Votre capacité de remboursement	Demandez à emprunter une somme moins importante.
Vos antécédents de solvabilité personnels	Cherchez une garantie ou des fonds propres supplémentaires auprès de votre famille, de vos amis ou d'investisseurs.





Section six

Aide et conseils

Enfin, il est important d'être réaliste concernant vos chances de succès s'il s'agit de votre première entreprise. Le moment est venu d'obtenir le plus d'aide possible.

1. Caractéristiques des propriétaires d'une petite entreprise prospère

Les entrepreneurs chevronnés vous diront que la réussite en affaires ne tient pas au concept lui-même, mais à la façon de le mettre à exécution. C'est la façon dont vous mettez votre idée en pratique qui transformera votre vision en une entreprise florissante qui fonctionne efficacement.

Les entrepreneurs qui réussissent proviennent de divers horizons, ont des personnalités et des niveaux d'expérience dissemblables, mais ils ont tous un point commun : ils se passionnent pour ce qu'ils font.

2. Votre équipe de soutien

À chaque étape du processus, du démarrage à la croissance de l'entreprise, entourez-vous d'une équipe de soutien qui comprend vos contraintes et la passion qui vous anime et vous aidera à réussir.

Personnes-ressources dans le secteur

Vous pouvez démarrer seul dans le même secteur d'activité que celui où vous avez été employé. Dans ce cas, vous connaissez probablement un certain nombre d'acteurs clés et des clients dont vous respectez les avis.

Si vous êtes nouveau dans le secteur, devenez membre d'une association professionnelle et participez à des conférences et à des réunions de réseaux d'entraide et ciblez les personnes clés qui peuvent vous fournir des renseignements commerciaux, des contacts et des commentaires continus.

Soutien dans le secteur

Il existe de nombreux groupes de soutien au Canada qui peuvent faciliter votre parcours, dont :

- [Canadian Acceleration and Business Incubation](#), pour faire croître les entreprises et accélérer leur entrée sur le marché ;
- [le secteur privé, comme le service de recherche et développement d'IBM](#), pour tout un éventail d'idées et d'innovations ;
- [futurpreneur.ca](#), un organisme sans but lucratif qui vient en aide à des propriétaires d'entreprise en devenir âgés de 18 à 39 ans.

Ressources gouvernementales

Au Canada, les gouvernements de tous les niveaux offrent de l'aide aux jeunes entreprises. Le site Entreprises Canada du gouvernement fédéral peut vous aider à trouver toute cette aide. Rendez-vous au entreprisescanada.ca.

Conseillers professionnels

Adressez-vous à des conseillers dès le début du processus de démarrage de votre entreprise pour obtenir leurs conseils. Si vous n'avez pas de représentant bancaire, d'avocat, de comptable ou de consultant en gestion, demandez des recommandations à des membres de votre famille, à vos amis, à vos collègues et à des personnes-ressources de votre collectivité. Ils devront comprendre votre secteur d'activité et avoir des connaissances en matière de petite entreprise.

Deux conseillers clés

- Un comptable ou un commis-comptable vous aidera avec la gestion de vos livres, la structure de votre entreprise, la planification fiscale et la préparation de vos documents financiers de fin d'exercice.
- Votre avocat vous fournira de l'aide pour ce qui suit : la constitution de votre entreprise en société, les conventions d'actionnaires et les contrats de société, la protection de la propriété intellectuelle, l'examen des contrats (clients, fournisseurs, locateurs), des contrats avec les employés,



CONSEIL : Un conseiller en affaires RBC vous donnera des conseils gratuits. Les consultations initiales des autres professionnels sont également souvent gratuites. N'oubliez pas que ces fournisseurs de services ont traité les affaires de douzaines d'entreprises avant la vôtre et peuvent vous faire bénéficier de l'expérience des autres.



3. Protection de votre entreprise

S'assurer d'avoir mis en place les garanties d'assurance adéquates, tout en préservant votre assurance individuelle aux fins prévues, est vital pour la protection de votre entreprise, de votre famille, de vos employés et de vous. L'assurance est faite pour protéger les fruits de votre dur labeur.

La protection de votre entreprise, de votre famille et de vous-même

Quelles sont vos préoccupations ?	Qu'est-ce qui vous protégera ?	
Comme nouveau propriétaire d'entreprise, comment puis-je me protéger ?	Les produits d'assurance vie et de prestations du vivant assurent votre protection ainsi que celle de votre famille et de votre entreprise, y compris les assurances vie, invalidité et maladies graves personnelles.	
Que faire si je suis incapable ou l'un de mes employés est incapable de travailler en raison d'une maladie ?	Un régime d'assurances collectives vous protège ainsi que votre famille, vos employés et leur famille.	Les assurances collectives peuvent remplacer une partie ou la totalité de votre revenu et contribuer à attirer et à retenir des employés de qualité.
Que faire pour protéger l'entreprise si un associé est trop malade pour travailler ?	Une assurance personne clé sert de fonds de roulement en attendant l'embauche et la formation d'un remplaçant adéquat et fournit les fonds requis pour rembourser vos dettes. Elle peut être contractée sous la forme d'une assurance vie, d'une assurance maladies graves ou sous toute autre forme appropriée.	
Comment nous protéger contre la perte de revenus lors du décès d'un associé ou d'un employé clé ?	L'assurance prêts aux entreprises, en supplément de l'assurance vie et de l'assurance personne clé, peut rembourser la portion assurée de votre prêt à l'entreprise si un(e) employé(e) clé assuré(e) décède.	
Puis-je acheter les parts d'un associé décédé ?	L'assurance conjointe payable au premier décès financera la convention « d'achat et de vente » entre actionnaires pour que les associés survivants de l'entreprise soient en mesure de poursuivre les activités de l'entreprise.	
Comment protéger mon entreprise si un de nos produits nuit à quelqu'un ou si un accident se produit dans les locaux de l'entreprise ?	L'assurance responsabilité vous protège ainsi que votre entreprise des réclamations découlant de poursuites intentées contre votre entreprise en raison de blessures ou de dommages matériels subis par autrui et attribuables au fonctionnement et aux produits de votre entreprise.	
Qu'advient-il de mon entreprise si elle est l'objet d'un vol ou d'un incendie ?	L'assurance de biens commerciaux protège vos locaux et votre équipement et vous procure les fonds nécessaires au fonctionnement de votre entreprise.	L'assurance de biens meubles personnelle peut couvrir les biens et les activités de votre entreprise à domicile.
Mon assurance auto me protégera-t-elle si j'utilise mon véhicule pour des raisons professionnelles ?	L'assurance automobile d'entreprise protège les véhicules utilisés à des fins commerciales, y compris la responsabilité découlant d'un accident à bord d'un véhicule à moteur, et couvre aussi les réparations ou le remplacement du véhicule. Nota : Une assurance auto personnelle ne couvre pas un véhicule utilisé à des fins commerciales.	
Quels frais médicaux encourus dans une autre province, un autre territoire ou un autre pays lors de voyages d'affaires sont couverts ?	L'Assurance Protection-Voyage^{MC} vous fournit une protection pour une hospitalisation d'urgence, les frais médicaux et les services connexes quand vous êtes dans une autre province ou à l'étranger.	



CONSEIL : Pour obtenir de plus amples renseignements sur le type d'assurance dont vous avez besoin pour votre nouvelle entreprise et l'étendue de votre couverture, discutez avec un conseiller autorisé en assurance. Ce professionnel peut vous aider à obtenir le meilleur prix et les meilleures conditions dans votre situation.

4. Voici comment RBC peut vous aider

Vos opérations bancaires personnelles et celles de votre entreprise sont étroitement liées

Vous êtes nouvellement propriétaire de votre entreprise ? Vos finances personnelles et celles de votre entreprise sont étroitement liées. Vous devrez être en mesure d'harmoniser les deux côtés de votre vie financière.

Grâce à nos services bancaires en ligne et par téléphone, vous pouvez régler vos factures, virer des fonds et passer en revue les mouvements de votre compte à n'importe quelle heure du jour ou de la nuit. Et pour d'autres services, comme une demande rapide de crédit, l'augmentation de votre plafond de prêt ou des services de soutien bancaire personnel ou commercial, nous avons des conseillers en affaires à votre disposition par téléphone six jours par semaine, des premières heures du jour jusqu'au soir.

Ouverture d'un compte d'entreprise

Il est facile d'ouvrir un compte de dépôt RBC pour votre entreprise. Vous pouvez maintenant obtenir un compte d'entreprise et un numéro de compte en ligne en moins de 15 minutes. Ou appelez au 1 800 769-2520 pour parler à un conseiller en affaires RBC et prendre un rendez-vous à la succursale RBC la plus près. Venez nous voir avec quelques documents simples :

- La documentation relative à votre entreprise (l'inscription de sa raison sociale, la documentation concernant les associés ou les statuts de l'entreprise)
- Une pièce d'identité, par exemple, mais sans s'y limiter, un permis de conduire valide du Canada ou des États-Unis, un passeport du Canada ou d'un autre pays, une carte de citoyenneté canadienne (avec photo), un Certificat du statut d'Indien (avec photo), une carte de résident permanent ou une Carte-client RBC personnelle

Vous avez besoin de services bancaires adaptés

Venez nous parler. Nos conseillers en affaires ont de l'expérience en matière d'aide aux entreprises à chaque étape de leur développement (démarrage, financement, apprentissage des outils de gestion de trésorerie, contrôle des dépenses, croissance et prospérité).

De plus, nos conseillers en affaires peuvent vous aider :

- pour vos besoins bancaires quotidiens en vous faisant économiser temps et argent ;
- au moyen d'options et conseils pour le financement de votre entreprise ;
- en vous donnant des conseils pour gérer efficacement vos flux de trésorerie, payer vos employés et obtenir des paiements ;
- à vous protéger contre la fraude.

Outils économiques RBC

Accès à des renseignements économiques sur le site rbc.com/economie. Vous pouvez vous abonner aux bulletins d'information électronique qui vous fourniront les actualités du jour ou un condensé mensuel des nouvelles économiques. Autres publications : Le mensuel des marchés financiers, Perspectives économiques et financières, Économie Provinces, Commodity Price Monitor, Tendances immobilières et accessibilité à la propriété ; de même que des rapports spéciaux sur d'autres sujets. Vous pouvez aussi recevoir nos publications courantes, notamment les actualités du marché américain et les prévisions économiques trimestrielles.

Conclusion

Nous sommes déterminés à faciliter le lancement de votre entreprise et mettons à votre disposition des renseignements spécialisés sur les affaires, des modèles et des outils pour vous aider à vous préparer à réussir. Les conseillers en affaires RBC peuvent vous aider gratuitement lorsque vous en avez besoin et notre site Web regorge de ressources à télécharger et à consulter.

Enfin, vous pouvez accroître vos chances de succès en :

- développant un avantage concurrentiel que vous pouvez défendre ;
- définissant clairement votre clientèle cible ;
- comprenant bien la logistique de votre entreprise et en ayant la capacité de croître ;
- sachant le montant dont vous avez besoin et sa source ;
- respectant toutes les exigences de la loi pour votre type d'entreprise ;
- protégeant votre propriété intellectuelle ;
- vous renseignant sur la fiscalité des entreprises ;
- ayant le meilleur plan d'affaires possible ;
- sachant où va votre argent et comment créer un excédent ;
- étant disposé à obtenir l'aide de spécialistes lorsque vous en avez besoin.

Pour en savoir plus sur la façon dont RBC peut vous aider à faciliter le démarrage de votre entreprise, sa viabilité, sa croissance et son plan de relève :

- passez à la succursale RBC Banque Royale® la plus proche ;
- composez le 1-800 ROYAL® 2-0 (1 800 769-2520) ; ou
- visitez le rbcbanqueroyle.com/entreprises.

Si vous êtes un nouvel arrivant ou un résident permanent à la recherche de conseils financiers pour vous aider à démarrer votre entreprise ou à combler tout autre besoin bancaire, consultez notre dossier « Bienvenue au Canada ». Il s'agit d'un dossier contenant une mine de ressources précieuses, mis sur pied expressément pour vous. Pour un complément d'information, rendez-vous à une succursale RBC Banque Royale, appelez-nous au numéro de téléphone figurant ci-dessus ou allez au rbc.com/francais/canada.



Le contenu du présent document est offert à titre indicatif à nos clients. Malgré les efforts déployés pour nous assurer de l'exactitude et de l'exhaustivité des renseignements au moment de leur publication, des erreurs et omissions peuvent se produire. Le présent document est fourni à titre d'information seulement et ne vise pas à vous donner des conseils précis en matière de finances, de placements, de fiscalité, de droit ou de comptabilité ou d'autres conseils, et vous ne devez pas vous y fier à cet égard. Les lecteurs doivent consulter leur avocat, comptable ou autre conseiller professionnel lorsqu'ils prévoient mettre en œuvre une stratégie. Ainsi, la situation particulière sera prise en considération comme il se doit et les décisions prises seront fondées sur la plus récente information qui soit. Les taux d'intérêt, l'évolution du marché, le régime fiscal et divers autres facteurs touchant les placements sont susceptibles de changer. Tous les exemples utilisés dans cette publication ont été fournis à titre indicatif uniquement en utilisant des situations et des personnes fictives. Toute ressemblance avec des situations ou des personnes existantes n'est que pure coïncidence.

® / ^{MC} Marque(s) de commerce de Banque Royale du Canada. RBC et Banque Royale sont des marques déposées de Banque Royale du Canada.
VPS108007

70516 (02/2021)