

Le parcours DE LA GRANDE JOURNÉE



PREMIÈRE PARTIE

La création de l'entreprise

**1^{er} cycle
du secondaire**

Introduction et thèmes 1 à 4

LA GRANDE
JOURNÉE
DES PETITS
ENTREPRENEURS

TABLE DES MATIÈRES

Introduction:	4
Et c'est un départ!	
Thème 1:	12
Le choix de l'entreprise: Passer de passion à idée	
Thème 2:	21
Le plan d'affaires (partie 1): Bien planifier pour mieux entreprendre	
Thème 3:	34
Le plan d'affaires (partie 2): Ça me prend des sous! Qui? Comment? Combien?	
Thème 4:	40
La mise en oeuvre du plan d'affaires: Passer de l'idée à l'action	

Le parcours
DE LA GRANDE
JOURNÉE



BONJOUR ET BIENVENUE

dans le Parcours de La grande journée!

Organisée depuis juin 2014, **La grande journée des petits entrepreneurs** est l'occasion pour les jeunes de 5 à 17 ans de fonder leur petite entreprise d'un jour, dans une ambiance festive.

Afin de permettre aux jeunes d'aller plus loin dans la préparation de leur projet entrepreneurial, nous avons créé le **Parcours de La grande journée**.

Il s'agit d'une série de thématiques qui vous sont offertes gratuitement sur notre site internet, grâce au soutien de Desjardins.

Il est possible d'obtenir chaque thématique individuellement, selon les besoins ou par blocs de thèmes stratégiquement regroupés. Les jeunes peuvent préparer leur entreprise à leur rythme et à leur image, développant ainsi leur créativité, leur débrouillardise et leur persévérance.

Les adultes qui accompagnent les jeunes (parents, professeurs, éducateurs, etc.) ont accès à des **fiches Astuce**, remplies de trucs et conseils!

Rendez-vous sur notre site pour ne rien manquer : petitsentrepreneurs.ca/apprendre



Le parcours
DE LA GRANDE
JOURNÉE

Soutenu par



En collaboration avec





Le parcours DE LA **GRANDE** JOURNÉE

Et c'est un départ!

Introduction

**1^{er} cycle
du secondaire**

**LA GRANDE
JOURNÉE
DES PETITS
ENTREPRENEURS**

LES BASES !

Chaque domaine a son vocabulaire propre!
Voici quelques termes liés à l'entrepreneuriat.

Connais-tu leur définition?



PME

- A. Acronyme pour Petite et Moyenne Entreprise (une entreprise qui compte moins de 50 employés)
- B. Acronyme pour Personne avec un Meilleur Emploi

RH

- A. Ressources humaines (les personnes qui travaillent dans une entreprise)
- B. Restaurant hivernal

R&D

- A. Roger et Diane
- B. Recherches et développement de produit(s)

Marché

- A. Clientèle potentielle pour un produit ou service
- B. Épicerie du coin

Étude de marché

- A. Faire ses devoirs en prenant une marche
- B. Sondages et recherche pour connaître les habitudes d'une clientèle potentielle

B2B

- A. Un des membres d'un groupe hip-hop
- B. Une relation d'affaires entre 2 entreprises (vente de business à business)



LES BASES !



Suite...

B2C

- A. Le frère de B2B, lui aussi membre du même groupe hip-hop
- B. Une relation d'affaires entre une entreprise et un client (Business à client)

Passifs

- A. Dettes d'une l'entreprise
- B. Personnes qui ne font pas grand-chose

Start-up

- A. Quand tu débutes quelque chose par le haut
- B. Terme anglais pour démarrage d'entreprise (les débuts)

Marge de profit

- A. La différence entre le prix de vente et le cout d'un produit ou service
- B. Profiter de l'espace sur le côté de cette page

Actifs

- A. Éléments d'une entreprise qui ont une valeur monétaire (stock, matériel, immeuble, machinerie, etc)
- B. « Atchou » en Russe

Financement

- A. Source d'argent investie dans une entreprise par une personne, un organisme ou une autre entreprise, pour lui permettre de débiter ou de croître.
- B. Source d'argent



Love money

- A. Personne qui aime l'argent
- B. Argent investi par une personne dans une entreprise parce qu'elle croit au concept et l'entrepreneur sans attentes ou intérêt



À LA BASE DE TOUTE ENTREPRISE

il y a une personne passionnée et motivée... comme toi!

On dit souvent que les gens « achètent la personnalité de l'entrepreneur autant que le produit », ce qui veut dire que mettre de l'avant tes compétences et ton énergie dans ton projet est très important!

**POUR BIEN FAIRE VALOIR TES ATOUTS,
IL FAUT BIEN TE CONNAITRE!**



CHOISIS PARMIS LES PHRASES CI-DESSOUS LES 10 QUI TE DÉCRIVENT LE MIEUX.

Elles t'aideront ensuite à compléter ta fiche de personnalité entrepreneuriale :

1. J'aime être occupé, actif, faire partie prenante des projets et activités proposées dans mon milieu. **(TRAVAILLANT)**
2. J'aime les défis, je suis motivé par les projets plus complexes. **(DÉTERMINÉ)**
3. Je suis habile à trouver des solutions à différents problèmes. **(DÉBROUILLARD)**
4. Je fais preuve d'initiative. **(ENTREPRENANT)**
5. Je trouve toujours le moyen d'atteindre mes objectifs. **(MOTIVÉ)**
6. J'aime convaincre les autres, débattre de mon point de vue, faire valoir mon opinion. **(PERSUASIF)**
7. Je suis capable de travailler fort et plus longtemps quand un projet me motive et me passionne. **(ÉNERGIQUE)**
8. J'affronte les difficultés avec courage, puis m'adapte à celles-ci. **(RÉSILIENT)**
9. J'aime travailler seul. **(INDÉPENDANT)**
10. J'aime travailler en équipe avec des gens compétents et différents. **(RASSEMBLEUR)**
11. Quand je choisis de faire quelque chose, il est difficile de me faire changer d'idée! **(DÉCIDÉ)**
12. J'aime bien prendre des risques! **(AVENTURIER)**
13. J'aime apprendre, comprendre, créer. **(CURIEUX)**
14. On dit parfois de moi que je suis intense, ou énergique, que j'ai de l'endurance. **(PASSIONNÉ)**
15. J'aime décider, prendre en charge, être le leader. **(LEADER)**
16. J'ai confiance en moi et en mes capacités. **(CONFIANT)**
17. Je m'adapte bien et rapidement aux changements. **(FLEXIBLE)**
18. J'aime accomplir des tâches diversifiées. **(POLYVALENT)**



Suite...

19. Je travaille bien en coopération avec d'autres. **(OUVERT D'ESPRIT)**
20. Je mets tout en œuvre pour que mes projets voient le jour. **(CONVAINCU)**
21. Je suis capable de prendre des décisions. **(DÉCISIONNEL)**
22. J'aime avoir des objectifs clairs, je suis capable de me faire un horaire et de le suivre. **(DISCIPLINÉ)**
23. J'accepte les conséquences de mes décisions et je m'y adapte. **(RESPONSABLE)**
24. Je respecte les opinions, les manières de penser et d'agir d'autrui. **(TOLÉRANT)**
25. Je communique bien mes attentes et mes besoins. **(ARTICULÉ)**
26. Je suis à l'écoute des besoins des autres. **(ATTENTIF)**
27. Je réagis positivement à la pression et deviens habituellement très productif. **(ORGANISÉ)**
28. J'aime et je cherche à m'améliorer. **(PROACTIF)**
29. Je suis capable d'aller chercher de l'aide quand j'en ai besoin. **(LUCIDE)**
30. Je suis réaliste par rapport à mes projets et à leur réussite potentielle. **(RÉALISTE)**
31. Je suis capable de reconnaître mes forces et mes faiblesses **(INTROSPECTIF)**
32. Je suis positif et mobilisateur : quand j'ai un projet, d'autres se rallient rapidement. **(INSPIRANT)**
33. Je connais mes défauts et mes qualités, je n'ai pas peur de les laisser transparaître. **(AUTHENTIQUE)**
34. J'ai à cœur le bonheur d'autrui. Mes projets ont le but d'apporter des solutions et du bonheur à d'autres personnes. **(BIENVEILLANT)**
35. J'aime offrir mon aide, et j'accepte volontiers d'aider ceux qui en ont besoin. **(IMPLIQUÉ)**



MA PERSONNALITÉ ENTREPRENEURIALE

Inscris les 10 adjectifs (mot entre parenthèses à la fin des énoncés choisis) qui te représentent le mieux, puis note une situation où tu as su démontrer cette qualité entrepreneuriale.

QUALITÉ



EXEMPLE DE SITUATION OÙ TU AS DÉMONTRÉ CETTE APTITUDE

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Tu pourras référer à ta fiche à différents moments : pour te redonner confiance en tes capacités, rédiger ton CV ou pour mieux définir ton rôle au sein d'une équipe de travail. Bien te connaître et mettre en valeur tes forces sera très utile lors de présentations de projet ou lors de ton pitch à des investisseurs potentiels.

AVANT DE DÉBUTER L'AVENTURE...

Pour bien entreprendre un projet, il est important de se connaître mais aussi d'avoir en tête nos ressources et les personnes qui pourraient nous aider.

MES OUTILS/RESSOURCES

Ex : je pourrais avoir un espace pour entreposer mon produit dans le garage de mes parents, ma tante pourrait me passer sa machine à coudre, je pourrais utiliser la cuisine de mon cousin qui a un restaurant.

Énumère les outils et ressources qui t'entourent et pourraient t'être utiles.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

MES ALLIÉS

Ex : mon frère pourrait m'aider dans la fabrication, ma tante qui est comptable pourrait vérifier mes calculs de rentabilité, mon cousin qui a son entreprise pourrait être mon mentor et m'accompagner dans mes décisions

Fais une liste des personnes qui pourraient t'aider et leur (s) rôle(s)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Le parcours DE LA **GRANDE** JOURNÉE



Passer de passion à idée

Thème 1 : le choix de l'entreprise

**1^{er} cycle
du secondaire**

**LA GRANDE
JOURNÉE
DES PETITS
ENTREPRENEURS**



PENSE À TES PASSIONS ET TROUVE TON IDÉE!

Détails : Les objectifs, les passions, trouver son idée et la valider, comment cibler une bonne idée, et s'entendre entre amis.

Démarrer sa propre entreprise, créer un produit, et propulser ses idées demande beaucoup d'énergie! Quand on est passionné par quelque chose, on trouve toujours l'énergie pour se motiver à aller plus loin. C'est pourquoi à la base de chaque aventure entrepreneuriale, il y a une grande dose de passion.



TES PASSIONS PEUVENT ÊTRE DANS TOUTES SORTES DE DOMAINES.

Remplis la grille afin de créer une liste de tes passions et réfléchis à la place que ces intérêts prennent dans ta vie. Tu pourras peut-être ensuite allier passion et projet entrepreneurial!

	MES PASSIONS	PEU DE MON TEMPS	SOUVENT DE MON TEMPS	TOUT MON TEMPS
PASSIONS SPORTIVES Ex. : je suis passionné.e d'équitation				
PASSIONS SCIENTIFIQUES Ex. : je me passionne pour les astres et le cosmos				
PASSIONS ARTISTIQUES Ex. : j'aime dessiner et peindre				
PASSIONS SOCIALES Ex. : j'adore faire du bénévolat auprès de personnes âgées				
AUTRE (S) PASSIONS (S) Ex. : j'adore les animaux!				

TRANSFORMER PASSION EN PROJET!

Choisis une de tes passions, puis fais une tempête d'idées de produits ou de services que tu pourrais créer par rapport à celle-ci!

MA PASSION :

Encerle tes meilleures idées

**À TON AVIS, TES QUALITÉS SERONT-ELLES MISES EN VALEUR
À TRAVERS LES IDÉES QUE TU AS CHOISIES?**

Oui/non. Si oui, quels traits de ta personnalité rayonneront dans ces projets?



TU VEUX DÉMARRER UN PROJET AVEC UN.E AMI.E?

Quels sont les traits de personnalité de ton ami.e qui seront mis en valeur dans votre projet?

Vos qualités sont-elles similaires? Oui/non.

Il est important de bien connaître les forces et les faiblesses de son ou sa partenaire entrepreneurial.e. Travailler seul permet d'aller plus vite, mais travailler en équipe permet souvent d'aller plus loin.

Choisis maintenant une idée (produit ou service) que tu aimerais entreprendre seul ou en équipe!

MON PROJET :

PROPOSITION DE VALEUR, VALIDATION AUPRÈS DE LA CLIENTÈLE

Un projet entrepreneurial n'est pas que bâti sur une passion!
Un produit ou un service répond aussi habituellement à un besoin ou résout un problème chez une clientèle cible.

Pour bien créer ton produit ou service, il faut bien réfléchir à cette solution et à la clientèle. C'est ce que l'on appelle la proposition de valeur. Ce sont les éléments importants que tu présenteras quand tu parleras de ton produit ou service.

EN GROS : QUEL IMPACT TON PRODUIT AURA-T-IL SUR TES CLIENTS?

Comme première étape, remplis le tableau suivant afin d'analyser ton offre (produit ou service) par rapport à ton client type et ses besoins.

Il y a 4 types de besoins. Pour bien les comprendre, voici un petit exercice.
Coche le type de besoin en lien avec chaque énoncé.

	FONCTIONNEL	ÉMOTIF	SOCIAL	DE BASE
A) J'AI DE LA DIFFICULTÉ À ME FAIRE DES AMIS.				
B) LE TOIT DE MA MAISON COULE!				
C) J'AI PEUR LE SOIR LORSQU'IL FAIT NOIR ET QUE JE REVIENS SEUL À LA MAISON...				
D) LE TOIT DE MA MAISON COULE!				

RÉPONSES : a) Social, b) De base, c) Fonctionnel, émotif et social, d) Fonctionnel

Comme tu peux le constater, un problème peut être de plusieurs types à la fois. C'est donc important de bien analyser afin de mieux comprendre et répondre aux besoins de la clientèle.

PRENONS L'EXEMPLE DU CLIENT QUI A PEUR LORSQU'IL FAIT NOIR LE SOIR.

Client type (persona) : Femme de 67 ans qui marche seule le soir	Type de problème/besoin (1 ou plus)	Élément(s) de la solution proposée	Résultat (Proposition de valeur)	Valeur ajoutée (autre(s) élément(s) qui surpasse le besoin du client)
Problème/besoin : Avoir peur, seul dans le noir, le soir	Fonctionnel (difficulté à effectuer un travail, une activité, une tâche, etc.) La noirceur rend la marche plus dangereuse	Utilisation de lampes frontales	« Raccompamis » offre une solution pratique et simple pour les gens seuls de tous âges permettant d'éviter les chutes, les accidents, diminuer la peur et le stress dus à la noirceur, et permettre la création de nouvelles amitiés intergénérationnelles	Écologique puisque fait la promotion du transport à pied au lieu d'utiliser les services d'un taxi
	Émotif (recherche de bonheur, d'amour, de calme, etc.) Impression de danger, besoin de sécurité	Être avec quelqu'un d'amical et sécurisant, formé en secourisme		
	Social (difficultés dans les relations humaines) Solitude	Avoir une discussion amicale lors du trajet. Établir une relation avec cette personne		
	De base (se loger, se nourrir, etc.)			

SOLUTION PROPOSÉE :

Service de raccompagnement et discussions amicales par des étudiants diplômés en secourisme avec lampes frontales



**REMPLEIS MAINTENANT TON PROPRE TABLEAU.
TU PEUX EN FAIRE UN PAR PRODUIT OU SERVICE QUE TON
ENTREPRISE OFFRE, SI TU EN AS PLUS D'UN.**

Client type (persona) :	Type de problème/ besoin (1 ou plus)	Élément(s) de la solution proposée	Résultat (Proposition de valeur)	Valeur ajoutée (autre(s) élément(s) qui surpasse le besoin du client)
Problème/besoin :	Fonctionnel	>		
	Émotif	>		
	Social	>		
	De base	>		



SONDAGE DE VALIDATION DE PROPOSITION

Maintenant que tu as mieux établi ta proposition, présente-la à quelques clients potentiels et vérifie leurs réactions. Note aussi leurs questions afin d'améliorer ton offre.

Nom du client potentiel	Est-ce que la proposition est claire?	Est-ce que l'offre répond à l'un de vos besoins?	Utiliserez-vous ce produit ou service?	Combien seriez-vous prêt à payer pour ce produit ou service?	À quelle fréquence achèteriez-vous ce produit ou utiliseriez-vous ce service?	Autres commentaires
	OUI / NON	OUI / NON	OUI / NON	\$		
	OUI / NON	OUI / NON	OUI / NON	\$		
	OUI / NON	OUI / NON	OUI / NON	\$		

Le parcours DE LA GRANDE JOURNÉE



Bien planifier pour mieux entreprendre

Thème 2 : le plan d'affaires (partie 1)

1^{er} cycle
du secondaire

LA GRANDE
JOURNÉE
DES PETITS
ENTREPRENEURS



ÉTABLIR LE PRIX DE TON PRODUIT/SERVICE

Établir le prix pour un produit ou un service est un élément important d'un projet entrepreneurial.

LE PRIX EST BASÉ SUR PLUSIEURS ASPECTS :

- le cout (frais variables et frais fixes),
- la perception de valeur par le client,
- le prix des produits ou services similaires / concurrents sur le marché,
- la stratégie marketing,
- la marge de profit visée.



LE COUT

Pour évaluer le cout de ton produit ou service, il faut connaitre certains aspects :

LES FRAIS VARIABLES :

- Les couts de ta matière première unitaire, par produit ou service (ce qui sert directement à faire ton produit ou à offrir ton service, et varie selon la quantité de produit ou de service offert),
- Les couts de production ou de service, le salaire des employés pour produire ou offrir ton service ;

LES FRAIS FIXES :

- Tous les éléments que tu dois avoir, peu importe la quantité de produit ou service offert (Ex. : équipement, local, site web, frais administratifs, etc.).



TEST DE PRODUCTION

Pour bien établir tes coûts de production, il faut faire un test.

Fabrique ton produit, et note le temps de production, le nombre d'unités produites dans cette période de temps, ainsi que le coût des matières premières.

TEMPS DE PRODUCTION : minutes
SALAIRES DE PRODUCTION* : (nombre d'employés) x \$ (salaire minimum) / 60 x minutes (temps de production) = \$
NOMBRE D'UNITÉS PRODUITES :
COÛT DE LA MATIÈRE PREMIÈRE : \$ **

*Base ton calcul sur le salaire minimum à l'heure. Tu trouveras facilement cette information en ligne ou en demandant à un adulte.

**Attention, il se peut que tu utilises partiellement certains éléments de ta matière première. Évalue bien le coût de ce que tu as utilisé versus le prix de cet élément.



Reproduit les informations que tu as trouvé à la page précédente afin de trouver ton cout unitaire, c'est-à-dire, combien chaque produit coute à fabriquer.

SALAIRES DE PRODUCTION	\$ +
COUT DE LA MATIÈRE PREMIÈRE	\$ =
COUT UNITAIRE	***

NOMBRE D'UNITÉS PRODUITES :

Si tu offres un service, tu dois aussi calculer tes frais variables, incluant le temps des employés et tout élément en lien avec ton service (ex. : tu promènes des chiens, tu auras besoin de petits sacs pour ramasser les besoins. Tu donneras aussi une facture, donc tu auras besoin d'un carnet de facturation, etc.).

**** Ce cout représente tes frais variables puisqu'ils varient en fonction de ta production.*



EX. : PRODUCTION DE BISCUITS CUICUI

TEMPS DE PRODUCTION <i>(incluant emballage) :</i>	45 minutes
SALAIRES DE PRODUCTION <i>(incluant emballage) :</i>	1 (nombre d'employés) x 13,10 \$ (salaire minimum) / 60 x 45 minutes (temps de production) = 9,83 \$
NOMBRE D'UNITÉS PRODUITES :	30
COUT DE LA MATIÈRE PREMIÈRE :	Total : 13,99 \$ ¼ d'un sac de farine : 1,50 \$ (5,99 \$/4) 1 sac de graines d'oiseau : 7,99 \$ ¼ de pot de beurre d'arachide : 1 \$ (3,99 \$/4) 30 sacs pour emballer : 0,90 \$ (2,99 \$/100 sacs par boîte x 30) étiquettes : 2,60 \$ (12,99 \$ /150 étiquettes par paquet) x 30
COUT UNITAIRE <i>(Frais variables)</i>	0,47 \$ par biscuit 13,99 \$ / 30 biscuits



FRAIS FIXES

Tes frais fixes sont l'ensemble des dépenses que tu dois faire pour établir ta production ou offrir ton service.

Ex. : équipement, local de production, affiches publicitaires, cartes d'affaires, site web, etc.

FAIS LA LISTE DE CE DONT TU AS BESOIN ET LE COUT :

FRAIS FIXES	
	\$
	\$
	\$
	\$
	\$
	\$
	\$
TOTAL	\$

OBJECTIFS DE PRODUCTION OU D'OFFRE DE SERVICE

Pour bien savoir comment diviser tes frais fixes, il faut que tu réfléchisses à combien d'unités tu désires produire, ou à quelle fréquence tu veux offrir ton service pour une période de temps déterminée.

Ex. : Pour le marché de Noël de ton école, tu veux produire 100 Biscuits CuiCui, puis 100 autres pour la Grande Journée au mois de juin.

FRAIS FIXES BISCUITS CUICUI	
Bol	2 \$
Spatule	1 \$
Plaques de cuisson	12 \$
Tapis de cuisson antiadhésif	8 \$
Savon à vaisselle	2 \$
TOTAL	25 \$

Frais fixes : $25 \$ / 200 \text{ biscuits} = 0,13 \$ / \text{biscuit}$

Exemple service : j'ai le temps de promener 1 chien par soirée, du jeudi au dimanche, donc 4 chiens par semaine. Je le fais toutes les semaines sauf pendant les vacances, donc 40 semaines par années, pour un total de 160 promenades.

Mes frais fixes : 1 paire de bottes de marche ($100 \$ / 160 \text{ promenades} = 1,60 \$$)



PERCEPTION DE VALEUR

Pour mieux établir ton prix, tu dois prendre en considération la valeur perçue de ton produit ou service par le client.

Pour tester la perception de valeur, présente ton produit ou service à plusieurs personnes et demande-leur combien ils seraient prêts à payer pour ce produit ou service.

Demande-leur aussi la raison de leur réponse. Note cette information, elle te permettra de mieux cibler ta publicité par la suite.

NOM	PRIX	RAISON(S)



PRODUITS/SERVICES CONCURRENTS ET STRATÉGIE MARKETING

Ton prix dépend aussi de l'offre sur le marché. Y a-t-il d'autres produits similaires? D'autres personnes offrent-elles le même service? Dresse une liste de produits ou services concurrents. Note leur prix ainsi que ce qui ressemble à ton produit ou service, et ce qui est différent.

Cette information te permettra d'établir si tu veux être concurrentiel (dans les mêmes prix ou moins cher que les autres produits ou offres de services) ou encore être plus cher parce que ton produit/service est supérieur (meilleure qualité, plus naturel, écologique, fait main, unique, etc.).

C'est ce que l'on appelle une stratégie marketing.

Un produit/service plus économique se vendra peut-être en plus grande quantité, mais le client le verra peut-être comme un produit de moins bonne qualité. Un produit vendu plus cher devra offrir une valeur ajoutée (meilleure qualité, originalité, impression de luxe, etc.).



COMPLÈTE CES GRILLES AFIN D'ÉVALUER TA PLACE DANS LE MARCHÉ QUE TU VISES

PRODUIT/SERVICE CONCURRENT	PRIX	SIMILITUDES	DIFFÉRENCES
	\$		
	\$		
	\$		
	\$		

MA STRATÉGIE MARKETING		
MON PRODUIT	PRIX	RAISON
	Moins cher que la concurrence Prix égal Plus cher	



MARGE DE PROFIT

La marge de profit est la différence entre le prix et le total des frais (variables et fixes) par unité de produit ou service.

Ta marge de profit peut être plus ou moins grosse. C'est toi qui en décides la valeur.

Pour calculer la marge de profit, additionne les frais variables unitaires et les frais fixes unitaires.

Soustrais le total des frais au prix établis.

EX. : BISCUITS CUICUI:

Frais variables : 0,47 \$/biscuit

Frais fixes : 0,13 \$/biscuit

Total frais : 0,60 \$ / biscuit

Prix établis : 1,50 \$ / biscuit

Marge de profit : 1,50 \$ - 0,60 \$ = 0,90 \$

PRIX DE MON PRODUIT/SERVICE	FRAIS VARIABLES / UNITÉ	FRAIS FIXES / UNITÉ	MARGE DE PROFIT
	- \$	- \$	= \$



Est-ce que ta marge de profit te semble suffisante? **OUI/NON**

Si tu atteins tes objectifs de production, combien feras-tu de profit au total?
(Multiplie ta marge de profit par le nombre d'unités que tu souhaites produire ou offrir)

Est-ce que ce profit possible est intéressant? **OUI/NON**

N'oublie pas que tu peux revoir et ajuster tous les éléments de ton plan avant de définir ton prix. Tu peux ainsi diminuer ton temps de production, diminuer tes frais, ou changer de stratégie marketing. C'est toi le patron! Teste différentes possibilités et valide tes calculs auprès d'une personne de confiance.

Le parcours DE LA GRANDE JOURNÉE



Ça me prend des sous!
Qui? Comment? Combien?

Thème 3 : le plan d'affaires (partie 2)

1^{er} cycle
du secondaire

LA GRANDE
JOURNÉE
DES PETITS
ENTREPRENEURS



BUDGET ET ÉCHÉANCIER

Dans le thème 2, tu as calculé tes coûts variables et tes coûts fixes afin d'établir ton prix de vente et de trouver ta marge de profit.

Pour débiter l'aventure, tu auras besoin d'argent pour investir dans ton projet et acheter ce qui est essentiel pour ta production ou offrir ton service.

CALCULE TON BUDGET DE DÉPART :

	MONTANT
FRAIS VARIABLES (MATIÈRES PREMIÈRES, EMBALLAGE, SALAIRES, ETC.)	\$
FRAIS FIXES (ÉQUIPEMENT, SERVICES, PUBLICITÉ, ETC.)	\$
TOTAL	\$

Pour planifier de manière efficace, tu dois te questionner sur différents aspects :

Quand offriras-tu ton produit ou service?

- Lors d'un évènement (date précise)
- Vente en ligne (en continu)
- Pour une période déterminée (d'une date précise à une autre)



Quel est ton objectif de production ou d'offre de service (en quantité ou en fréquence)?

.....

Quand feras-tu les achats nécessaires pour ta production ou offrir ton service?

- Date précise
- En partie à une date précise, puis au fil de la production ou de l'offre de service
- À chaque commande/demande

As-tu les fonds requis pour ton démarrage ou auras-tu besoin d'investisseurs pour te prêter de l'argent?

- J'ai les sous
- J'ai une partie des sous et je trouverai des investisseurs pour la différence
- Je trouverai les sous en présentant mon idée à des investisseurs





PLANIFICATION

Crée un échéancier sur la ligne du temps de la page suivante.
Établis qui, quand et comment tu feras chaque étape de ton projet.

VOICI CERTAINES TÂCHES À INCLURE :

- Finaliser et valider budget (couts, prix, marge de profit, objectifs)
- Trouver investisseurs
- Sonder la clientèle potentielle
- Faire tests de production ou de service
- Créer logo et image de marque
- Acheter matières premières et équipement
- Production
- Publicité
- Vente



LIGNE DU TEMPS



DATE							
TÂCHES							
PERSONNE RESPONSABLE							
NOTES							

Bien planifier est fort important quand on démarre une entreprise. Garde cependant à l'esprit que les imprévus font partie de l'aventure, et qu'il est possible que tu doives repenser ton emploi du temps.

ASSURE-TOI QUE TON ÉCHÉANCIER TE LAISSE SUFFISAMMENT D'ESPACE POUR DES ÉLÉMENTS COMME :

- Trouver des investisseurs supplémentaires
- Refaire une partie de la production suite à une problématique
- Refaire des tests de produits
- Faire une étude de marché supplémentaire suite à des changements dans ton offre
- Faire plus de publicité



Il est normal que ton idée et ton produit évoluent avec le temps. Il faut donc aussi prévoir du temps pour apporter des améliorations à ton projet lorsque tu auras de nouvelles idées ou des commentaires de personnes qui t'entourent.

Le parcours DE LA GRANDE JOURNÉE



Passer de l'idée à l'action!

Thème 4 : La mise en œuvre du plan d'affaires

**1^{er} cycle
du secondaire**

**LA GRANDE
JOURNÉE
DES PETITS
ENTREPRENEURS**

VENdre SON IDÉE : CRÉER UN PITCH QUI FRAPPE!

Un pitch de vente est une très courte présentation de ton entreprise, ton produit ou ton service. Sans aller dans les détails, cette présentation donne une bonne idée de qui tu es en tant qu'entrepreneur, tes motivations, et ton projet.

	EXEMPLES	TON PITCH
PRÉSENTE-TOI (NOM, ÂGE, RÉGION)	Bonjour, je m'appelle Catherine, j'ai 14 ans et j'habite à Québec.	
NOMME ET PRÉSENTE TON ENTREPRISE	Mon entreprise se nomme les Biscuits CuiCui, je fais et vends des biscuits pour nourrir les oiseaux à base de beurre d'arachides et de graines.	
PRÉSENTE TON PRODUIT OU SERVICE	Les biscuits Cuicui sont entièrement naturels, bons pour les oiseaux et pratiques puisqu'on peut facilement les suspendre à un arbre.	
EXPLIQUE À QUEL PROBLÈME OU QUEL BESOIN IL RÉPOND	J'ai eu cette idée parce que plusieurs personnes comme moi aiment observer les oiseaux, mais ne peuvent pas facilement installer une mangeoire dans les arbres.	
TERMINE AVEC UN APPEL À L'ACTION :	<ul style="list-style-type: none"> • Aidez-moi à démarrer mon projet en investissant • Venez m'encourager lors de La grande journée! • Suivez-moi sur les réseaux sociaux et parlez de mon entreprise à d'autres / Etc. 	

Pour avoir un bon pitch, il faut PRATIQUER souvent. Exerce-toi seul, filme-toi ou présente ton pitch à d'autres personnes dans ton entourage. Écoute leurs conseils. Ils t'aideront à l'améliorer.



POUR AVOIR UN BON PITCH, IL FAUT PRATIQUER SOUVENT

Exerce-toi seul, filme-toi ou présente ton pitch à d'autres personnes dans ton entourage. Écoute leurs conseils. Ils t'aideront à l'améliorer.

ASTUCES DE PRÉSENTATION

- Prends ton temps.
- Pratique-toi pour avoir l'air calme et confiant
- Évite les mots et les phrases trop compliqués
- Souris et sois fier(e) de toi



ALLER CHERCHER DE L'AIDE

Maintenant que tu as bien pratiqué ton pitch, mets-le en œuvre.

Il peut te servir pour trouver différents types d'aide :

- Aide financière : quelqu'un que tu convaincras de te prêter ou te donner des sous
- Aide à la production : quelqu'un qui te donnera de son temps pour t'aider dans la fabrication ou l'administration de ton entreprise
- Aide professionnelle : quelqu'un qui te conseillera, répondra à des questions dans son champ d'expertise, ou sera ton mentor.

LISTE LES PERSONNES À QUI TU PRÉSENTERAS TON PITCH ET COCHE QUEL TYPE D'AIDE ILS POURRAIENT T'OFFRIR

(précise au besoin leur expertise).

Nom	Aide financière	Aide à la production ou à l'administration	Aide professionnelle

Le parcours DE LA GRANDE JOURNÉE

Prenez votre projet en photo et
partagez-le sur vos médias sociaux



#leparcoursdelagrandejournée

