

Plan d'affaires

Atelier de mécanique automobile

ABC inc.

Promoteur : M. Paulo
21, rue de la Rivière-aux-Sables
Ti-Clos (Québec)
G9R 6Q8



JUIN 2006

Table des matières

FAITS SAILLANTS	3
SECTION 1 PROJET	4
1.1 DESCRIPTION DU PROJET.....	4
1.1.1 Historique de l'entreprise.....	4
1.1.2 Description du projet.....	4
1.2 MISSION DE L'ENTREPRISE.....	4
1.3 OBJECTIFS DE L'ENTREPRISE	5
1.4 CALENDRIER DE RÉALISATION.....	5
1.5 FORME JURIDIQUE ET LÉGALE DE L'ENTREPRISE	6
1.5.1 Forme juridique.....	6
1.5.2 Permis et licences.....	6
1.5.3 Assurances.....	7
1.5.4 Lois et règlements.....	7
SECTION 2 PROPRIÉTÉ ET DIRECTION DE L'ENTREPRISE	8
2.1 PRÉSENTATION DU PROMOTEUR.....	8
2.2 STRUCTURE DE LA PROPRIÉTÉ	9
2.3 RESSOURCES STRATÉGIQUES	9
VOICI LES PRINCIPALES RESSOURCES DONT DISPOSE ACTUELLEMENT ABC INC. :	9
SECTION 3 MARCHÉ	10
3.1 SECTEUR D'ACTIVITÉ ET L'ENVIRONNEMENT	10
3.2 CLIENTÈLE CIBLE	11
3.2.1 Clientèle cible	11
3.2.2 Territoire visé.....	12
3.3 CONCURRENCE.....	12
3.4 MARCHÉ POTENTIEL.....	13
3.5 ESTIMATION DES VENTES; PART DE MARCHÉ.....	14
SECTION 4 PLAN DE COMMERCIALISATION	14
4.1 STRATÉGIES DE MARKETING.....	14
4.1.1 Stratégie de produit et de service.....	14
4.1.2 Stratégie de prix.....	15
4.1.3 Stratégie de localisation.....	15
4.1.4 Autres stratégies.....	16
4.2 STRATÉGIES PROMOTIONNELLES	16
4.2.1 Choix des moyens.....	16
4.2.2 Budget et échéances.....	16
SECTION 5 PLAN DES OPÉRATIONS	17
5.1 PROCESSUS D'OPÉRATION	17
5.2 CAPACITÉ DE PRODUCTION, DE VENTE ET DE SERVICE.....	17
5.3 APPROCHE QUALITÉ.....	17
5.4 APPROVISIONNEMENT.....	18
5.5 PLAN D'AMÉNAGEMENT	18
5.6 IMMOBILISATIONS.....	19
5.7 RESSOURCES HUMAINES	19
SECTION 6 ANNEXES	20

FAITS SAILLANTS

L'atelier de mécanique ABC inc. a débuté ses activités dans le milieu des années 1950 en raison de la passion de son propriétaire M. Marco pour les courses et la mécanique automobile. Aujourd'hui, le promoteur M. Paulo, fils de M. Marco, compte acheter 90 % des actions au propriétaire afin d'assurer la pérennité de l'exploitation de l'entreprise.

L'entreprise est située sur une route numérotée de la Ville de Ti-Clos, en banlieue de la Ville de Grands Prés.

La clientèle de l'atelier mécanique est principalement composée de résidents de Ti-Clos, alors que la station-service et le dépanneur répondent aux besoins d'une clientèle de voyageurs d'affaires, de camionneurs et de touristes qui sillonnent les routes de la région.

L'atelier de mécanique automobile compte trois monte-charges, deux pompes à essence ainsi qu'un dépanneur. Depuis le milieu des années 1980, ABC inc. s'est joint à la bannière *Métro Granada* afin de bénéficier de son programme de fidélisation de la clientèle et de la grande visibilité qu'offre cette multinationale.

La capacité maximum de services de l'atelier de mécanique automobile représente environ 15 000 véhicules annuellement. À ce jour, l'entreprise fonctionne environ à 40 % de sa pleine capacité et dessert environ 6 000 véhicules par année.

Le chiffre d'affaires de l'entreprise oscille autour de 4 000 000 \$ par année et ABC inc. libère un bénéfice net de 125 000 \$.

L'entreprise emploie cinq garagistes, dont M. Paulo, ainsi que trois employés au dépanneur.

Le promoteur M. Paulo désire obtenir le financement nécessaire à l'achat de 90 % des actions de M. Marco au coût approximatif de 600 000 \$. La mise de fonds disponible du promoteur représente à l'heure actuelle plus de 80 000 \$ et il pourrait dégager un montant supplémentaire de 20 000 \$ de son régime d'épargne-retraite si cela s'avère nécessaire.

SECTION 1 PROJET

1.1 DESCRIPTION DU PROJET

1.1.1 Historique de l'entreprise

L'atelier de mécanique automobile ABC Inc. est une entreprise familiale établie dans la Ville de Ti-Clos depuis plus de 50 ans. C'est M. Marco qui a démarré l'entreprise au milieu des années 1950, alors qu'il constatait une demande croissante pour la réparation des véhicules à moteur à Ti-Clos. À l'époque, seule la Ville de Grands Prés offrait des services de mécanique automobile et la population de Ti-Clos devait parcourir plus de 35 kilomètres pour l'entretien mécanique de leur véhicule.

M. Marco, passionné de course automobile, avait toujours été habile à travailler la mécanique de ses bolides de courses. Plusieurs parents et amis venaient le voir les soirs de semaine et la fin de semaine pour qu'il regarde la mécanique de leurs automobiles et ainsi éviter une longue route. C'est à cette époque qu'il a utilisé ses économies personnelles pour fonder l'Atelier de mécanique automobile ABC inc.

L'entreprise a pris de l'expansion au fil du temps par l'ajout de deux monte-charges supplémentaires, augmentant ainsi la capacité de services de l'atelier.

Dans le milieu des années 1980, M. Marco s'est affilié avec la pétrolière *Métro Granada* et a alors ajouté un petit dépanneur ainsi qu'une pompe à essence dans le but de diversifier ses sources de revenus et de fidéliser sa clientèle.

Dernièrement, M. Marco, maintenant âgé de 70 ans, a fait part aux membres de sa famille qu'il souhaitait vendre l'entreprise à son fils Paulo.

1.1.2 Description du projet

M. Paulo, maintenant âgé de 30 ans, désire prendre la relève de l'entreprise familiale à la suite de l'offre de son père. Mécanicien de formation, il travaille depuis son tout jeune âge au sein de l'atelier de mécanique. Il a connu les moments forts de l'entreprise, a suivi son évolution au fil du temps et connaît la plupart de ses clients, ce qui facilitera le transfert.

Le promoteur souhaite obtenir le financement nécessaire pour racheter 90 % des actions de son père dans l'entreprise et ainsi assurer la pérennité de ce service au sein de la Ville de Ti-Clos.

1.2 MISSION DE L'ENTREPRISE

ABC inc. est une entreprise familiale qui opère un atelier de mécanique automobile personnalisé et bon marché, un service de pompe à essence et un petit dépanneur. Située dans la Ville de Ti-Clos, l'entreprise vise à satisfaire les besoins de la population locale afin de fidéliser sa clientèle.

1.3 OBJECTIFS DE L'ENTREPRISE

Objectifs à court terme :

- M. Paulo désire s'impliquer d'avantage dans la gestion de l'entreprise et apprendre rapidement les détails importants de la part de M. Marco dans le but de faciliter le transfert de l'entreprise.
- M. Paulo a pour objectif de rencontrer la plupart des clients pour s'assurer qu'ils demeureront fidèles et de vérifier comment il pourrait mieux les servir
- M. Paulo désire accroître le volume de transactions quotidiennes et maximiser l'utilisation des actifs de l'entreprise.

Objectifs à long terme :

- M. Paulo désire impliquer ABC inc. au sein de la communauté de Ti-Clos, principalement au niveau des jeunes, dans le but de fidéliser la population à son entreprise ainsi qu'au développement de sa ville.
- M. Paulo aspire à débiter la vente de véhicules d'occasion
- M. Paulo souhaite inclure une petite salle de jeu à la salle d'attente actuelle dans le but de divertir les enfants lors de la visite d'une famille.
- M. Paulo a pour objectif de rénover l'aspect extérieur de la bâtisse dans le but d'améliorer et de rajeunir l'image de l'entreprise.
- M. Paulo aimerait que son fils Jeunot prenne à son tour la relève de l'entreprise. Il compte lui transmettre sa passion pour la mécanique automobile.

1.4 CALENDRIER DE RÉALISATION

Étape à réaliser	Date de réalisation
Élaborer un plan d'affaires	Mai 2006
Réaliser un montage et des prévisions financières	Mai 2006
Discuter d'un prix de vente avec M. Marco	Juin 2006
Négocier un plan de transfert avec M. Marco	Juin 2006
Rencontrer une institution financière	Juillet 2006
Rencontrer un notaire pour le transfert de propriété	Août 2006
Rencontrer le comptable de l'entreprise	Août 2006
Signer le financement pour l'acquisition d'ABC inc.	Septembre 2006
Finaliser le transfert de 90 % de la propriété	Septembre 2006
Rencontrer la clientèle	Automne 2006
S'impliquer dans la communauté de Ti-Clos	Cible 2008
Débiter la vente de véhicules d'occasions	Cible 2008-2009
Aménager une salle de jeu	Cible 2008-2009
Rénover l'apparence extérieure de l'entreprise	Cible 2010
Racheter 10 % des parts à M. Marco	Cible 2012

1.5 FORME JURIDIQUE ET LÉGALE DE L'ENTREPRISE

1.5.1 *Forme juridique*

ABC inc. est une société par actions, légalement constituée en vertu de la partie 1 A de la Loi sur les compagnies (provincial). Cette forme juridique a été privilégiée pour les raisons suivantes :

- Rétribution des actionnaires s'ils travaillent pour le compte de l'entreprise;
- Versement un dividende aux actionnaires;
- Impact fiscal des bénéficiaires sur le rapport d'impôt des actionnaires limité;
- Modification de la structure de l'entreprise pour inclure un actionnaire;
- Responsabilité des actionnaires limitée à l'avoir de la société;
- Création d'une personnalité morale distincte pour l'entreprise.

1.5.2 *Permis et licences*

Assurances supplémentaires

Lorsque M. Paulo décidera de vendre des voitures d'occasions, il devra faire une demande de permis auprès de l'Office de la protection du consommateur (OPC)¹, s'il compte offrir des garanties supplémentaires à l'achat d'une voiture. Le coût de ce permis, au 1^{er} mai 2006, est de 270 \$².

Commerçant itinérant

Pour pouvoir conclure un contrat de vente, le commerçant itinérant doit posséder un permis délivré par l'OPC³. Le permis de commerçant itinérant atteste uniquement que son titulaire a déposé un cautionnement qui pourrait servir à indemniser les consommateurs en cas de problèmes. Le coût du permis varie en fonction du nombre de représentants ainsi que de la valeur des contrats. Le permis de commerçant itinérant est valide pour une période de deux ans.

Régie des alcools, des courses et des jeux

ABC inc. doit maintenir en règle son permis de vente de boissons alcoolisées, octroyé par la Régie des alcools, des courses et des jeux. Sans ce permis, l'entreprise ne pourra pas continuer à vendre de la bière.

Revenu Québec

En vertu de la Loi concernant l'impôt sur le tabac et de la Loi concernant la taxe sur les carburants, toute personne ou entreprise qui exerce au Québec certaines activités relatives au tabac ou au carburant doit détenir un permis. Ce permis est d'une durée de deux ans, à moins d'avis contraire de Revenu Québec⁴

¹ http://www.opc.gouv.qc.ca/programmes/Permis/form_garantie_supplementaire.pdf

² http://www.formulaire.gouv.qc.ca/cgi/affiche_doc.cgi?query=&dossier=3429&table=0&tableOrg=0&grappe#28

³ http://www.opc.gouv.qc.ca/programmes/Permis/form_commerce_itinerant.pdf

⁴ http://www.formulaire.gouv.qc.ca/cgi/affiche_doc.cgi?dossier=4734&table=0&

1.5.3 Assurances

Voici le résumé des principales couvertures nécessaires dont l'entreprise aura besoin :

- Assurance responsabilité civile;
- Assurance responsabilité financière;
- Assurance sur les biens de l'entreprise;
- Assurance salaire des propriétaires;
- Assurance vie des actionnaires.

1.5.4 Lois et règlements

Ministère du Développement Économique, de l'Innovation et de l'Exportation

ABC inc. doit se conformer à la Loi sur les heures et les jours d'admission dans les établissements commerciaux⁵, mis à jour au cours du mois de juin 2006.

Ministère du Développement durable, de l'Environnement et des Parcs

ABC inc. doit suivre les différentes directives du ministère quant à la gestion des matières résiduelles comme les pneus usés ainsi que l'huile usée⁶.

Ministère du Revenu

ABC inc. doit s'assurer d'effectuer les remises de TPS/TVQ auprès du ministère du Revenu⁷ de façon trimestrielle, et ce, compte tenu de son chiffre d'affaires actuel.

L'entreprise doit également s'assurer de bien comprendre les dispositions de l'application de la Loi sur les taxes de vente du Québec lors de la vente d'un véhicule routier, tout particulièrement dans le cas d'un véhicule d'occasion⁸. De plus, ABC inc. doit effectuer de façon mensuelle ses remises de déductions à la source (DAS) au Ministère du revenu.

Ministère du Travail

Tout employé qui désire travailler comme mécanicien dans un atelier de mécanique automobile privé doit se conformer aux règlements de qualification du comité paritaire. Ce mécanicien doit posséder un certificat de compétences ou les cartes d'apprenti pour les différents métiers de l'automobile⁹.

Normes du travail

L'entreprise doit respecter les normes établies par la Commission des normes du travail du Québec en ce qui concerne la gestion de son personnel.¹⁰

⁵ http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/H_2_1/H2_1.htm

⁶ <http://www.mddep.gouv.qc.ca/matieres/elimination.htm>

⁷ <http://www.revenu.gouv.qc.ca/fr/ministere/index.asp>

⁸ http://www.entreprises.gouv.qc.ca/portail/quebec/!ut/p/cmd/cs/ce/7_0_A/s/7_0_RH/th/J_1_IP/s/7_0_A/7_0_RD/me/7_0_A-7_0_P4/s/7_0_A/7_0_RH?lang=fr

⁹ http://www.formulaire.gouv.qc.ca/cgi/affiche_doc.cgi?dossier=4275&table=0#R1

¹⁰ <http://www.cnt.gouv.qc.ca/fr/index.asp>

Office de la protection du consommateur

La Loi sur la protection du consommateur prescrit des règles précises pour toutes les réparations d'automobiles ou de motocyclettes dont le coût est supérieure à 50 \$, pièces et main-d'œuvre comprises.

Un commerçant qui effectue la réparation d'automobile ou de motocyclette doit afficher, dans un endroit bien en vue de son établissement, l'affiche « Avis aux consommateurs » indiquant le tarif horaire exigé pour la réparation ainsi que les droits des clients en matière de réparation d'automobile et de motocyclette.

Lorsque le montant de la réparation est supérieur à 100 \$, le commerçant doit obligatoirement fournir une évaluation écrite des réparations à faire.

Pompe à essence

Un commerçant n'est pas tenu d'afficher le prix d'un litre d'essence, puisque celui-ci doit apparaître directement sur les pompes.

Registraire des entreprises

ABC inc. doit tenir à jour annuellement son dossier au Registraire des entreprises¹¹ et faire part de tout changement à la structure de l'entreprise.

SECTION 2 PROPRIÉTÉ ET DIRECTION DE L'ENTREPRISE

2.1 PRÉSENTATION DU PROMOTEUR

Le promoteur, M. Paulo, a grandi dans l'atelier de réparation mécanique de son père, M. Marco. Ce dernier a transmis sa passion à son fils dès son plus jeune âge en l'amenant à des courses des véhicules sur courte piste et en l'invitant à l'assister dans la réparation de ses bolides de courses.

Dès l'âge de 15 ans, Paulo était en mesure de démonter un moteur automobile, le réparer et ensuite le remettre en marche, ce qui impressionnait plusieurs de ses amis de l'époque.

Depuis ce temps, Paulo a complété des études professionnelles en mécanique générale ainsi qu'en carrosserie et débosselage, alors que son père pouvait lui fournir un travail qui le passionnait plus que tout autre emploi.

Aujourd'hui âgé de 30 ans, Paulo est devenu père de deux enfants, dont le petit Jeunot, âgé de 3 ans. Paulo souhaite transmettre sa passion pour la mécanique automobile à son fils, comme il l'a reçue de son père, afin que l'atelier de mécanique automobile ABC inc. demeure une propriété ainsi qu'une fierté de la famille.

¹¹ <http://www.req.gouv.qc.ca/default.htm>

2.2 STRUCTURE DE LA PROPRIÉTÉ

Avant l'acquisition

Promoteur	% de participation	Apport	Responsabilité
Marco	100 %	Temps et argent	M. Marco est responsable de l'entreprise en entier.

Après l'acquisition

Promoteur	% de participation	Apport	Responsabilité
Paulo	90 %	Temps et argent	M. Paulo est responsable de l'entreprise en entier.
Marco	10 %	Temps	M. Marco est responsable de transmettre son savoir.

2.3 RESSOURCES STRATÉGIQUES

Voici les principales ressources dont dispose actuellement ABC inc. :

Ressources	Lien avec ABC inc.	Type de contribution
Paulette	Conjointe de Paulo	Administration et tenue des registres comptables
Marie	Belle-soeur de Paulo	Avocate – conseils juridiques
Joseph	Comptable d'ABC inc.	Conseils de gestion
Georges	Frère de Paulo	Conseils marketing et service à la clientèle
Alfred	Frère de Paulette	Conseils en ressources humaines
Scott	Frère de Paulo	Courtier d'assurances
Théophile	Maire de Ti-Clos	Appui municipal
Victor	Ami de Paulo	Entrepreneur en construction
Bernard	Ami de Paulo	Entrepreneur en déneigement
Lambert	Représentant de <i>Métro Granada</i>	Conseil sur la vente au détail et sur la vente d'essence
Marguerite	Directrice de compte à la banque	Aide au transfert de l'entreprise
Martin	Employé de ABC inc.	15 ans d'expérience en mécanique automobile
Gédéon	Employé de ABC inc.	20 ans d'expérience en mécanique automobile
Frédéric	Neveu de Paulo	Disponible pour travailler l'été et les fins de semaine
Benjamin	Neveu de Paulo	Disponible pour travailler l'été et les fins de semaine

SECTION 3 MARCHÉ

3.1 SECTEUR D'ACTIVITÉ ET L'ENVIRONNEMENT

Mécanique automobile

D'une part, le secteur de la réparation mécanique automobile est un domaine fortement concurrentiel. Plusieurs bannières se sont spécialisées au fil du temps dans un créneau particulier pour gagner des parts de marché telles que les entreprises suivantes :

Nom de la bannière	Spécialité
Pare-frise inc.	Réparation de pare-brise en tout genre
Monsieur échappement inc.	Réparation et fabrication de tuyaux d'échappement
Pneus FIDAS inc.	Vente et réparation de pneus en tout genre
BIX Auto inc.	Réparation de carrosserie et peinture

Les faibles barrières à l'entrée de l'industrie font en sorte que plusieurs petits garagistes opèrent en saine concurrence. Le secteur fait également l'objet d'un grand taux de travail non déclaré au ministère du Revenu, phénomène avec lequel doit composer la plupart des entreprises enregistrées au Québec.

Station-service

Les stations-service sont de plus en plus concentrer sous le nom des grandes bannières suivantes :

Nom de la bannière	Élément de différenciation
Metro-Granada	Plan de fidélisation de la clientèle sous forme de remise en essence
Exo	Généralement adjacent à un lave-auto automatique
Extramar	Offre des formulations d'essence à valeur ajoutée
Fuell	La bannière s'est associée avec la multinationale <i>Brenda</i> et offre un service de restauration rapide dans la plupart de ses stations-service

La présence de petits détaillants indépendants est de plus en plus rare au Canada, alors que l'industrie des produits pétroliers subit présentement un resserrement de ses marges bénéficiaires en relation avec la fluctuation des prix du pétrole sur les marchés internationaux. Fait important, la marge bénéficiaire des détaillants est la plus faible de la chaîne de valeur de l'industrie ce qui explique la disparition graduelle des petits détaillants indépendants.

Contexte de Ti-Clos

La Ville de Ti-Clos est située sur une route numérotée en banlieue de la Ville de Grands Prés. Cette dernière, beaucoup plus dense au niveau de la population, offre une multitude de services, ce qui a limité au fil du temps l'implantation d'entreprises en périphérie. Étant le seul atelier de mécanique automobile ainsi que la seule station service aux environs de Ti-Clos, ABC inc. possède un avantage considérable ainsi que l'appui de la communauté pour le soutien de ses services. La route numérotée amène une circulation constante en direction de la Ville de Grands Prés, ce qui est un atout pour les commerçants.

3.2 CLIENTÈLE CIBLE

3.2.1 Clientèle cible

Dépanneur

Le dépanneur offre une diversité de produits de consommation rapides qui vise à satisfaire les besoins des clientèles suivantes :

- Population de Ti-Clos;
- Visiteurs ou touristes qui sillonnent les routes de la région;
- Routiers en direction de Grands Prés.

Station-service

La station-service vise à satisfaire les besoins des clientèles suivantes :

- Population de Ti-Clos;
- Visiteurs ou touristes qui sillonnent les routes de la région;
- Routiers en direction de Grands Prés.

Atelier de mécanique automobile

L'atelier de mécanique automobile vise principalement la clientèle de Ti-Clos, segmentée dans les catégories de véhicules suivantes :

Type de véhicule	Ville Ti-Clos ¹²	Besoins à satisfaire	Habitude de consommation
Automobile	Plus de 2 000 véhicules	<ul style="list-style-type: none"> • Rapidité du service • Disponibilité le soir • Disponibilité des pièces de remplacement 	<ul style="list-style-type: none"> • Rythme de vie rapide • Aime être renseigné sur les réparations à effectuer
Camionnette	Près de 1 000 véhicules	<ul style="list-style-type: none"> • Rapidité du service • Disponibilité des pièces 	<ul style="list-style-type: none"> • Recherche économies • Aime le service personnalisé et attentionné
Mini fourgonnette	Plus de 900 véhicules	<ul style="list-style-type: none"> • Occuper les enfants lors d'une visite 	<ul style="list-style-type: none"> • Recherche économies • Clientèle fidèle
Motocyclette	Plus de 250 motos	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilité des pièces 	<ul style="list-style-type: none"> • Clientèle aisée • Aime le service personnalisé et attentionné

¹² <http://www.saaq.gouv.qc.ca/index.php>

3.2.2 Territoire visé

Le territoire visé par ABC inc. représente un rayon de 35 kilomètres aux alentours de la Ville de Ti-Clos, soit jusqu'à la Ville de Grand Prés.

3.3 CONCURRENCE

Voici le portrait de la concurrence dans les principaux marchés dans lesquels évolue ABC inc.

Dépanneur

Concurrent	Forces	Faiblesses	Parts de marché
<i>Fridge Inc.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Supermarché local de Ti-Clos • Diversité de produits • Escompte sur achats 	<ul style="list-style-type: none"> • Service plus ou moins rapide • Produits de marque maison qui plait moins aux consommateurs 	<ul style="list-style-type: none"> • 45 % du marché de Ti-Clos
<i>Lève-tôt Inc.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Service amical • Ouvert tôt le matin 	<ul style="list-style-type: none"> • Petite surface • Faible éclairage du stationnement • Pas d'escompte 	<ul style="list-style-type: none"> • 25 % du marché de Ti-Clos

Station service

Concurrent	Forces	Faiblesses	Parts de marché
<i>Extramarc</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Située dans la Ville de Ti-Clos • Bannière nationale • Offre des essences à valeur ajoutée 	<ul style="list-style-type: none"> • Fermée le dimanche • Personnel syndiqué • Pas de service aux pompes à essence 	<ul style="list-style-type: none"> • 40 % du marché de Ti-Clos
<i>Exo</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Service de lave-auto • Rabais lors de l'achat d'essence 	<ul style="list-style-type: none"> • Située à plus de 35 km de Ti-Clos 	<ul style="list-style-type: none"> • 10 % du marché de Ti-Clos
<i>Fuell</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Brenda</i> et son comptoir de restauration rapide 	<ul style="list-style-type: none"> • Située à plus de 35 km de Ti-Clos 	<ul style="list-style-type: none"> • 10 % du marché de Ti-Clos

Atelier de mécanique automobile

Concurrent	Forces	Faiblesses	Parts de marché
Pare-frise inc.	<ul style="list-style-type: none"> • Spécialisé dans la réparation de pare-brise • Service professionnel 	<ul style="list-style-type: none"> • Situé à plus de 35 km de Ti-Clos • N'effectue pas de mécanique générale 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 % du marché de Ti-Clos
BIX Auto inc.	<ul style="list-style-type: none"> • Spécialisé dans la carrosserie et la peinture • Service professionnel 	<ul style="list-style-type: none"> • Situé à plus de 35 km de Ti-Clos • Prix plus élevé que la moyenne 	<ul style="list-style-type: none"> • 15 % du marché de Ti-Clos
Monsieur échappement inc.	<ul style="list-style-type: none"> • Spécialisé dans les conduits d'échappement • Possibilité de fabrication sur mesure 	<ul style="list-style-type: none"> • Situé à plus de 35 km de Ti-Clos • N'effectue pas de mécanique générale 	<ul style="list-style-type: none"> • 10 % du marché de Ti-Clos
Garage Parent et fils inc.	<ul style="list-style-type: none"> • Service personnalisé • Faible coût de main-d'œuvre 	<ul style="list-style-type: none"> • Situé à plus de 35 km de Ti-Clos • Pièces rarement disponibles 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 % du marché de Ti-Clos
Garage Girard et filles inc.	<ul style="list-style-type: none"> • Service personnalisé • Lave-auto 	<ul style="list-style-type: none"> • Situé à plus de 35 km de Ti-Clos 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 % du marché de Ti-Clos
Garage Bob Marteau enr.	<ul style="list-style-type: none"> • Faible coût de main-d'œuvre 	<ul style="list-style-type: none"> • Situé à plus de 35 km de Ti-Clos 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 % du marché de Ti-Clos

3.4 MARCHÉ POTENTIEL

Voici les statistiques recueillies¹³ quant aux ventes annuelles des principaux marchés dans lequel évolue ABC inc. :

Dépanneur : Les ventes annuelles de la Ville de Ti-Clos représentent un montant de **1 million** de dollars pour les commerces de détails rapides.

Station-service : Les ventes annuelles de la Ville de Ti-Clos représentent un montant de **2 millions** de dollars pour les stations-service.

Atelier de mécanique automobile : Les ventes annuelles de la Ville de Ti-Clos représentent un montant de **5 millions** de dollars pour les commerces de détails rapides.

¹³ Chambre de commerce de la Ville de Grands Prés

3.5 ESTIMATION DES VENTES; PART DE MARCHÉ

Voici l'estimation des parts de marché d'ABC inc. dans les principaux marchés dans lesquels l'entreprise évolue et livre concurrence :

Dépanneur : 30 % du marché de Ti-Clos

Les ventes annuelles estimées de la section dépanneur sont de **300 000 \$**¹⁴

Station-service : 40 % du marché de Ti-Clos

Les ventes annuelles estimées de la section station-service sont de **800 000 \$**¹⁵

Atelier de mécanique automobile : 55 % du marché de Ti-Clos

Les ventes annuelles estimées de la section atelier de mécanique automobile sont de **2 750 000 \$**¹⁶

SECTION 4 PLAN DE COMMERCIALISATION

4.1 STRATÉGIES DE MARKETING

4.1.1 Stratégie de produit et de service

ABC inc. utilise une stratégie de diversification de ses sources de revenus dans son plan de commercialisation. De plus, ces sources de revenus sont complémentaires, considérant qu'il est fréquent de voir un client acheter de l'essence ainsi qu'un produit de consommation rapide au dépanneur.

Dépanneur

Le dépanneur offre une grande variété de produits de consommation rapide tels que boissons gazeuses, bières, produits du tabac, ainsi que des friandises. L'entreprise ne possède pas d'avantage concurrentiel en ce qui concerne le dépanneur, mis à part le fait que l'emplacement est avantageux considérant le nombre élevé de véhicules passants. ABC inc. offre un service à la clientèle de base, alors qu'un commis assure une permanence derrière le comptoir.

Station-service

La station-service offre trois essences différentes, et ce, considérant le niveau d'octane qui les composent. En effet, la pétrolière Metro-Granada offre des essences *bronze* au niveau d'octane de 87 %, des essences *argent* au niveau d'octane de 90 % ainsi que des essences *or* au niveau d'octane le plus élevé sur le marché à 92 %. Cette variété de produits fait en sorte que le consommateur a le choix de l'essence qu'il désire, et ce, en fonction du prix qu'il est prêt à payer pour chaque litre d'essence acheté.

La pétrolière Metro-Granada offre également un plan de fidélisation de la clientèle sous forme de remise en essence. Les consommateurs ont la chance d'accumuler des points à chaque achat et d'utiliser ses points bonis à l'encontre d'un plein d'essence. La rétribution pour chaque litre d'essence est de 1 point boni. Le consommateur doit accumuler 2 500 points bonis pour

¹⁴ 30 % * 1 000 000 \$

¹⁵ 40 % * 2 000 000 \$

¹⁶ 55 % * 5 000 000 \$

recevoir un plein de 25 litres gratuitement. Ce plan de fidélisation représente une remise sur achat d'environ de 1 %, ce qui est largement au-dessus de la moyenne des concurrents offrant ce type de programme qui est de 0,5 %.

Atelier de mécanique automobile

La stratégie de l'atelier de mécanique automobile est axée sur la connaissance intime de la clientèle. En effet, le succès de ABC inc. découle de la proximité du client et du suivi des réparations au fil du temps, ce qu'apprécie énormément le consommateur. La base de données de l'entreprise permet de prendre en note tous éléments pertinents lors de la visite d'un client et ainsi faire un suivi étroit des réparations effectuées.

L'atelier de mécanique ne se spécialise pas dans un domaine en particulier, puisqu'il vise à répondre aux besoins d'un plus grand nombre de clients possibles.

M. Marco a entretenu des relations privilégiées avec ses fournisseurs de pièces de rechange dans le but d'être en mesure de réduire au maximum le délai d'approvisionnement. Ainsi, ABC inc. peut garantir à sa clientèle une réparation à l'intérieur d'un délai de 24 heures.

ABC inc. mise également sur la disponibilité de son service et prend généralement le temps de répondre aux besoins de chaque client. L'ajout de monte-charges supplémentaires a été un élément important dans l'optique d'accroître la capacité de service de l'entreprise.

4.1.2 Stratégie de prix

Le tarif horaire fixé par ABC inc. est de 50 \$/ heure, ce qui est la moyenne du secteur de la réparation automobile. Notons que la plupart des concessionnaires automobiles fixent à plus de 75 \$/ heure le tarif de ses techniciens professionnels. À l'opposé, plusieurs petits garages de mécanique ont un taux horaire se situant aux alentours de 42 \$/ heure, mais selon plusieurs clients rencontrés qui ont déjà fait appel à leur service, la qualité du travail n'est pas à la hauteur de celui offert par ABC inc.

L'entreprise a fixé à 30 % sa marge sur les pièces de rechange, ce qui correspond à la moyenne du secteur. De plus, considérant la rapidité d'approvisionnement, le taux est jugé raisonnable par la majorité des consommateurs. La marge nette réalisée sur l'essence représente 1,5 % des ventes. Les prix sont fixés par le marché et les pétrolières doivent s'ajuster aux fluctuations des prix du pétrole sur les marchés boursiers.

4.1.3 Stratégie de localisation

L'atelier de mécanique automobile est situé sur la route numérotée en direction de la Ville de Grands Prés. Cette route est l'une des artères les plus achalandées de la MRC. En effet, on constate une circulation abondante de transporteurs de marchandises, de représentants corporatifs, de gens d'affaires, de touristes, de visiteurs ainsi que de la population locale de Ti-Clos qui travaille à Grands Prés.

La situation géographique de l'entreprise a été un élément clé de la croissance de l'entreprise au cours des dernières années. La visibilité de la station-service et du dépanneur amène la venue « d'argent neuf », lorsque plusieurs passants s'arrêtent, alors qu'ils se rendaient auparavant directement à Grands Prés sans s'arrêter à Ti-Clos.

4.1.4 Autres stratégies

Afin de faire concurrence aux lave-autos de Grands Prés, M. Paulo a pour objectif d'aider les jeunes de la Ville de Ti-Clos à financer leurs activités (maison des jeunes, club sportifs, etc.) à l'aide de lave-autos à la main. Ceci n'implique que d'octroyer une portion limitée du stationnement aux jeunes, ce qui n'affecte pas les opérations courantes de l'entreprise considérant la dimension actuelle du terrain que possède l'entreprise. Cette action a une double portée, alors que cette activité attire plus de consommateurs au dépanneur et démontre la volonté de ABC inc. de s'impliquer dans la communauté de Ti-Clos.

Sous le même modèle, M. Paulo aimerait que de petits producteurs de maïs, de fraises ou de bleuets viennent vendre leur production sur le site de l'atelier mécanique. Cette pratique favoriserait le développement de l'économie locale et s'intègre dans la volonté de Paulo de s'impliquer dans la communauté.

Finalement, la vente de véhicules d'occasion s'avère une alternative intéressante pour la croissance future de l'entreprise. En effet, cela permettra de diversifier les sources de revenus de l'entreprise, de fidéliser la clientèle, d'accroître l'utilisation des actifs de l'entreprise dans les moments de l'année plus tranquilles et également d'augmenter la rotation de l'inventaire de pièces automobiles qui capitalise une portion importante de liquidités.

4.2 STRATÉGIES PROMOTIONNELLES

4.2.1 Choix des moyens

L'atelier de mécanique automobile ABC inc. privilégie les moyens suivants pour assurer sa visibilité :

- La pétrolière Metro-Granada
- Journal de Ti-Clos
- Publipostage
- Napperons papier au restaurant *Chez Claudette*
- Affiche d'identification devant l'entreprise, aux abords de la route numérotée
- Commanditaire principal du tournoi de balle-molle de Ti-Clos
- Commanditaire principal du tournoi de hockey mineur de Ti-Clos

4.2.2 Budget et échéances

Le budget annuel de promotion est fixé à 20 000 \$, réparti de la façon suivante :

Type de visibilité	Fréquence	Budget
Journal de Ti-Clos	Hebdomadaire	2 500 \$ par année
Publipostage	Mensuel	2 000 \$ par année
Metro-Granada	Mensuel	Redevance de 0,5% des ventes d'essence (+/- 4 000 \$)
Napperons	Annuel	1 500 \$ par année
Tournoi de balle-molle	Annuel	4 000 \$ par année
Tournoi de hockey mineur	Annuel	5 000 \$ par année
Affiche d'identification	Annuel	1 000 \$ par année

SECTION 5 PLAN DES OPÉRATIONS

5.1 PROCESSUS D'OPÉRATION

Les processus d'opérations pour la station-service ainsi que pour le dépanneur sont assez simples, car ils consistent principalement à répondre aux besoins du client, de l'informer des promotions en vigueur et de le faire payer.

En ce qui concerne l'atelier de réparation mécanique, voici les principales étapes du processus :

1. Prise de rendez-vous
2. Explication du problème avec le véhicule par le client
3. Entrée du véhicule sur le monte-charge
4. Identification du problème par le mécanicien
5. Présentation d'un estimé des coûts au client (pièces et main-d'œuvre)
6. Acceptation des travaux par le client
7. Commande des pièces (si pas déjà en stock)
8. Réparation du véhicule
9. Explication des travaux réalisés au client
10. Paiement de la facture par le client
11. Suivi de la satisfaction du client

5.2 CAPACITÉ DE PRODUCTION, DE VENTE ET DE SERVICE

L'atelier de mécanique automobile est doté de trois monte-charges. En général, la capacité quotidienne de service d'un monte charge varie de 10 à 20 véhicules, et ce, tout dépendamment du temps attribuable à chaque réparation mécanique.

La capacité maximale actuelle de l'atelier de réparation est de 60 véhicules par jour, soit plus de 15 000 véhicules par année. L'atelier fonctionne actuellement en moyenne à 40 % de sa capacité, ce qui représente environ une vingtaine de véhicules par jour, et ce, pour les trois monte-charges.

L'atelier a un potentiel maximal de vente de l'ordre de près de 7 000 000 \$ annuellement.

Les ventes totales d'ABC inc., y compris la station-service ainsi que le dépanneur, sont de l'ordre de 3 850 000 \$. Elles pourraient atteindre plus de 10 000 000 \$, si l'atelier de réparation mécanique avait un taux d'utilisation supérieur à 80 %.

5.3 APPROCHE QUALITÉ

Garantie

Les garanties minimums à offrir sont les suivantes¹⁷ :

Automobile : 3 mois ou 5 000 km, selon le premier des deux critères atteints en premier.
Motocyclette : 1 mois, sans limite de kilométrage

¹⁷ http://www.formulaire.gouv.qc.ca/cgi/affiche_doc.cgi?dossier=3430&table=0

5.4 APPROVISIONNEMENT

Fournisseur	Produit / Service	Politique de crédit	Délai de livraison
Metro-Granada	Essence	30 jours	1 semaine
Items utiles du Québec inc.	Liquide lave-glace, balai à neige, etc.	Sur réception	1 semaine
Les huiles à moteur des Prés inc.	Huile à moteur	30 jours	1 semaine
Distribution 50 50 inc.	Pièces automobiles	15 jours	24 heures
Fresh paint inc.	Peinture automobile	Sur réception	24 heures
Les pneus FIDAS inc.	Pneus	Sur réception	24 heures
Jos Lacasse enr.	Service de remorquage	15 jours	N/A
Folsom	Bière	30 jours	1 semaine
Sabatt	Bière	30 jours	1 semaine
Alain Dugaze enr.	Boissons gazeuses	15 jours	2 semaines
Le bonbonier enr.	Friandises, chocolat, etc.	15 jours	1 semaine
Zoum Zoum inc.	Croustilles	30 jours	1 semaine
Boulangerie des Prés inc.	Pain	15 jours	1 semaine
Coopérative laitière de Ti-Clos	Lait et produits laitiers	15 jours	1 semaine
La source du Clos inc.	Eau de source	30 jours	1 semaine
Publications LVR inc.	Revue et publications	30 jours	1 semaine
La Lune	Journaux	7 jours	quotidien
Le journal de Grands Prés	Journaux	7 jours	quotidien
Ring téléphone inc.	Ligne téléphonique et accès Internet	30 jours	N/A
Livraison ça presse enr.	Livraison de colis	15 jours	N/A
Joseph Coûteux, CA	Comptable	30 jours	N/A
Dé-Kor s.e.n.c.	Fournitures publicitaires et montage graphique	15 jours	N/A
Bureau en lot	Fournitures de bureau	30 jours	48 heures

5.5 PLAN D'AMÉNAGEMENT

Un plan d'aménagement est présenté en annexe.

5.6 IMMOBILISATIONS

Voici les principales immobilisations dont dispose actuellement ABC inc.

- Un terrain commercial d'une superficie de 300 000 pieds carrés
- Une bâtisse construite en 1952, d'une superficie de 75 000 pieds carrés
 - Garage : 50 000 pieds carrés
 - Dépanneur : 15 000 pieds carrés
 - Entrepôt : 9 500 pieds carrés
 - Bureau : 500 pieds carrés
- Équipements divers et outils d'atelier mécanique
- Franchise Metro-Granada
- Deux pompes à essence
- Un réservoir de 25 000 litres
- Trois monte-charges hydrauliques
- Mobilier de bureau
- Inventaire de pièces de rechange
- Inventaire de dépanneur
- Enseigne extérieure
- Équipement informatique

5.7 RESSOURCES HUMAINES

Dépanneur

Employé	Formation / expérience	Horaire
Johanne	15 ans dans la restauration	Lundi au vendredi De 6 heures à midi
Janine	DEP en horticulture 5 ans chez producteurs floraux	Lundi au vendredi De midi à 17 heures
Josée	DEC en administration 3 ans commis de bureau	Lundi au vendredi De 17 heures à 23 heures
Benjamin	DEC en cours	Samedi et dimanche De 6 heures à 14 heures
Frédéric	DEC en cours	Samedi et dimanche De 14 heures à 22 heures

Atelier de mécanique automobile

Employé	Formation / expérience	Horaire
Gédéon	20 ans d'expérience chez ABC inc.	Lundi au vendredi De 8 heures à 17 heures
Martin	15 ans d'expérience chez ABC inc.	Lundi au vendredi De 8 heures à 17 heures
Nicolas	DEP en mécanique générale 5 ans d'expérience	Lundi au vendredi De midi à 21 heures
René	DEP en mécanique générale 5 ans d'expérience	Lundi au vendredi De midi à 21 heures
Paulo	DEP en mécanique générale ASP carrosserie et débosselage	Tous les jours de 8 heures à 21 heures généralement

SECTION 6 ANNEXES

COÛT ET FINANCEMENT DU PROJET
COÛT DU PROJET DE SORTIE D'UN ACTIONNAIRE

FONDS DE ROULEMENT

Inventaires	100 000\$	
Frais de démarrage	10 000\$	
Total		110 000 \$

IMMOBILISATIONS

Terrain	50 000\$	
Bâtiments	200 000\$	
Améliorations locatives	40 000\$	
Équipements et matériel d'atelier mécanique	200 000\$	
Total		490 000\$

COÛT DU PROJET

600 000\$

FINANCEMENT

MISE DE FONDS

Argent		86 660\$
--------	--	-----------------

FINANCEMENT

Bâtiment (65%) 15 ans	250 000 \$	162 500 \$
Équipement (65%) 5 ans	<u>193 600 \$</u>	125 840 \$
	443 600 \$	
Balance de prix de vente		225 000\$

TOTAL DU FINANCEMENT

600 000\$

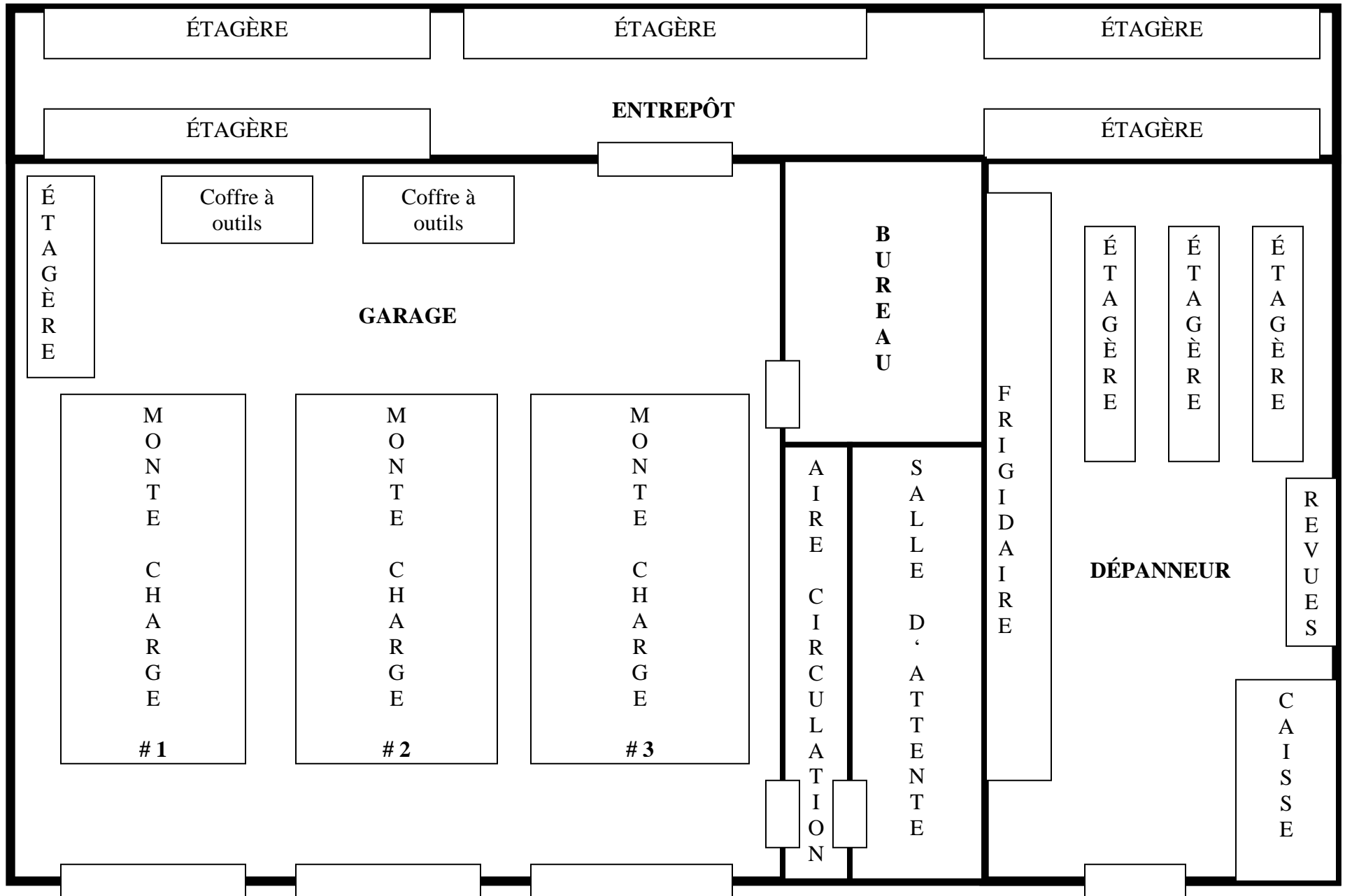
ÉTATS DES RÉSULTATS PRÉVISIONNELS

Pour l'exercice clos le:

	PRÉVISIONNELS		
	31 décembre 2006	31 décembre 2007	31 décembre 2008
REVENUS			
Revenus totaux	3 850 000 \$	3 888 500 \$	3 927 385 \$
DÉPENSES			
Coût des marchandises vendues			
Stock au début	100 000 \$	100 000 \$	100 000 \$
plus: Achats	2 772 000 \$	2 799 720 \$	2 827 717 \$
Stock à la fin	100 000 \$	100 000 \$	100 000 \$
Coût des marchandises vendues	2 772 000 \$	2 799 720 \$	2 827 717 \$
Bénéfice brut	1 078 000 \$	1 088 780 \$	1 099 668 \$
FRAIS D'OPÉRATION			
Salaires et charges sociales	625 000 \$	640 750 \$	653 063 \$
Entretien et réparation du bâtiment	18 000 \$	18 540 \$	19 096 \$
Sous-traitance (remorquage)	17 500 \$	18 025 \$	18 566 \$
Entretien et réparations de l'équipement	20 000 \$	20 600 \$	21 218 \$
Frais de matériel roulant	5 000 \$	5 150 \$	5 305 \$
Chauffage et énergie	35 000 \$	36 050 \$	37 132 \$
Assurances	22 000 \$	22 660 \$	23 340 \$
Taxes foncières	3 500 \$	3 605 \$	3 713 \$
Uniformes	2 500 \$	2 575 \$	2 652 \$
Représentation	3 000 \$	3 090 \$	3 183 \$
FRAIS D'ADMINISTRATION			
Fournitures et frais de bureau	14 000 \$	14 420 \$	14 853 \$
Formation	5 000 \$	5 150 \$	5 305 \$
Promotion	20 000 \$	20 600 \$	21 218 \$
Permis	3 500 \$	3 605 \$	3 713 \$
Créances douteuses	7 500 \$	7 725 \$	7 957 \$
Honoraires professionnels	20 000 \$	20 600 \$	21 218 \$
Taxe sur le capital	3 500 \$	3 605 \$	3 713 \$
Frais bancaires	4 000 \$	2 400 \$	2 400 \$
FRAIS FINANCIERS			
Frais financiers (lg terme)	36 144 \$	33 669 \$	30 990 \$
Frais financiers (ct terme)	6 172 \$	0 \$	0 \$
Total des charges	886 316 \$	901 269 \$	924 546 \$
AMORTISSEMENTS	22 230 \$	19 318 \$	16 913 \$
BÉNÉFICES AVANT IMPÔTS	169 454 \$	168 192 \$	158 209 \$
IMPÔTS SUR LE BÉNÉFICE (recouvrés)	40 669 \$	40 366 \$	37 970 \$
BÉNÉFICE NET (perte nette)	128 785 \$	130 826 \$	130 239 \$

RATIOS FINANCIERS			
	Prévisionnels		
	an 1	an 2	an 3
BÉNÉFICE NET	128 785 \$	130 826 \$	130 239 \$
FONDS DE ROULEMENT (\$) (actif à court terme - passif à court terme)	201 531 \$	316 181 \$	418 159 \$
FONDS DE ROULEMENT (actif à court terme/passif à court terme)	1,91	2,42	2,89
LIQUIDITÉ IMMÉDIATE (actif court terme-stock/passif court terme)	1,46	1,97	2,44
RATIO D'ENDETTEMENT (passif/actif)	0,61	0,54	0,48
DETTE/AVOIR	1,57	1,18	0,94
CAPACITÉ DE REMBOURSEMENT (bén. net + amo. + intérêts dette l.t.)/(int. dette l.t. + PCDLT)	2,58	2,63	2,65

Plan d'aménagement de l'atelier de mécanique automobile et du dépanneur



Bilan personnel

Votre nom :

Paulo**Actif (financier)***Placements non-enregistrés*Dépôt 3 500 \$

Épargne _____

Actions 25 000 \$

Obligations _____

*Placements enregistrés*REER 65 000 \$

Fonds de pension _____

Total 93 500 \$**Total des actifs** 326 500 \$**Actif (non financier)***À leur valeur marchande*Automobile 13 000 \$Année 2003 Marque HondaMaison 175 000\$

Immeuble _____

Bateau _____

Moto _____

Roulotte _____

Autres 45 000 \$Total 233 000 \$**Passif***Emprunts*Prêt personnel 10 000 \$Marge de crédit 5 000 \$Cartes de crédit 3 500 \$

Prêt d'un particulier _____

Hypothèque 150 000 \$*Impôts ou taxes exigibles* _____*Autres engagements*15 000 \$**Total des passifs** 183 500 \$**VOTRE VALEUR NETTE**Actif total 326 500 \$Passif total 183 500 \$Actif-passif = 143 000 \$

Sites Internet consultés :

Commission des normes du travail

www.cnt.gouv.qc.ca

Ministère du Revenu

www.revenu.gouv.qc.ca

Ministère du Développement durable, de l'Environnement et des Parcs

www.mddep.gouv.qc.ca

Office de la protection du consommateur

www.opc.gouv.qc.ca

Portail de services aux entreprises

www.entreprises.gouv.qc.ca

Registraire des entreprises

www.req.gouv.qc.ca

Société d'Assurances Automobile du Québec

www.saaq.gouv.qc.ca