

FICHE D'INFORMATION

ÉLABORATION D'UN PLAN D'AFFAIRES POUR LES ASSOCIATIONS D'AGRICULTEURS

Sky V. Georges and Jennifer A. Jones¹

Un plan d'affaire est une feuille de route. Il explique où se dirige l'organisation et comment y arriver. Les plans d'affaires peuvent être formels ou informels. Ils peuvent être longs ou courts. En fait, un bon plan d'affaires peut être aussi court qu'une page ou même condensé en quelques phrases (voir, par exemple, Masaoka, 2010). L'essentiel est que l'organisation ait un objectif et un plan écrit pour atteindre cet objectif. Ce plan devrait inclure des détails pertinents, tel que ce qui est discuté dans cette section.

Les plans d'affaires sont généralement utilisés de deux manières. Premièrement, les plans d'affaires guident le travail des organisations. Le plan indique exactement aux dirigeants et aux membres ce qu'il faut faire dans les années à venir pour atteindre leurs objectifs. Les plans d'affaires peuvent aider l'organisation à concentrer ses énergies sur les objectifs définis et à prendre des décisions. Par exemple, face à plusieurs options, les dirigeants peuvent décider en fonction de l'option qui correspond le mieux à l'objectif global. Si une organisation fait quelque chose qui n'est pas conforme à l'objectif global, cette activité doit être soigneusement examinée et très probablement abandonnée entièrement car elle détourne l'organisation de ses objectifs. Deuxièmement, les plans d'affaires peuvent être partagés avec des bailleurs de fonds potentiels pour démontrer que l'organisation est un investissement rentable. Un plan d'affaires écrit indique au bailleur de fonds que l'organisation a réfléchi à ce qu'elle fait, pourquoi elle le fait et comment atteindre ses objectifs. Une organisation avec un plan d'affaires est généralement un investissement plus sûr qu'une organisation dépourvue de plan.

Qu'est-ce qui entre dans un plan d'affaires?

Un plan d'affaires comprend généralement les sections suivantes, adaptées d'une liste élaborée par la *US Small Business Administration* (n.d.): un résumé exécutif, une description de l'organisation, une analyse de marché, des avantages pour les membres, un service ou un produit, le marketing et ventes, le financement et projections financières. Les documents annexes sont souvent joints en annexe.

Le résumé exécutif est une brève description de l'organisation, y compris l'énoncé de mission, le produit / service et l'adresse/localisation. Il comprend généralement une brève présentation de la vision de l'avenir de l'entreprise. *La description de l'organisation* identifie les dirigeants et / ou employés actuels et la structure juridique à travers laquelle elle a été constituée.

L'analyse de marché explique la situation dans laquelle se trouve l'organisation. Par exemple, elle pourrait décrire quelles autres organisations similaires existent et comment l'organisation se compare à elles. Elle comprend

1. Sky V. Georges, assistant professor, Department of Agricultural and Environmental Sciences, Tennessee State University College of Agriculture; Jennifer A. Jones, assistant professor, Nonprofit Management and Leadership, Department of Family, Youth, and Community Sciences, University of Florida Institute of Food and Agricultural Sciences.

généralement également une brève description de la région (y compris les aspects sociaux et géographiques) pour situer le plan dans l'environnement de l'organisation et adresser les éventuels défis.

En supposant qu'officiallement l'organisation compte des membres, la section *des avantages des membres* identifie le coût et les avantages de l'adhésion des membres. Cette section décrit généralement la population de membres, pourquoi ils ont décidé de rejoindre l'organisation et ce que coûte l'adhésion. Il décrit les avantages auxquels les membres ont droit, ainsi que le plan de recrutement de nouveaux membres.

La section *service ou produit* décrit le service ou le produit proposé par l'organisation et explique pourquoi il est précieux sur le marché. Cette section identifie également pourquoi ce service ou ce produit est nécessaire. La section *marketing et ventes* décrit comment l'organisation atteindra les clients, promouvra son service ou produit et sécurisera les ventes. Il décrit également comment l'organisation conservera ses clients. Les principales questions à aborder dans cette section sont les suivantes: qui sont les clients (données démographiques, emplacement, etc.), présenter le prix du produit et comment est-il comparé à des produits similaires, comment les clients obtiennent des informations sur le produit et comment l'organisation encourage-t-elle les clients réguliers.

La section sur le *financement* identifie le financement dont l'organisation aura besoin au cours des trois à cinq prochaines années, comment elle utilisera l'argent et comment cet argent aidera l'organisation à devenir autosuffisante. Cette section explique également d'où vient le financement, y compris les revenus, les subventions et les investissements en capital de risque.

La section *des projections financières* comprend un budget pour les trois à cinq prochaines années et une explication détaillée des recettes et des dépenses. Le but ici est d'inclure dans un plan financier exactement ce qui a été proposé dans les catégories susmentionnées. Par exemple, si l'organisation lance une campagne de recrutement de membres ou une campagne de marketing d'un produit, le budget doit refléter les dépenses de campagne et les augmentations de revenus prévues.

Enfin, des informations supplémentaires peuvent être incluses dans *l'annexe*. Il peut comprendre des documents financiers supplémentaires, une analyse de marché plus détaillée ou une justification des projections financières. Bien que les plans d'affaires contiennent généralement beaucoup d'informations, la longueur n'est pas importante. Chaque section peut être aussi courte qu'une phrase ou deux ou plus selon les besoins. L'important est que l'organisation ait réfléchi à tous ces aspects et voit comment les différents composants fonctionnent ensemble.

L'organisation peut apporter un certain nombre de révisions avant que le plan ne soit finalisé. Ensuite, elle exécute le plan défini et examine régulièrement dans quelle mesure son activité réelle reflète ce qui était prévu. Le plan doit être revu et modifié régulièrement au besoin.

Références

Board Source. (n.d.). Elements of a strategic plan. Retrieved from <https://boardsource.org/strategic-plan-elements/>

Board Source. (n.d.). Strategy and planning. Retrieved from <https://boardsource.org/fundamental-topics-of-nonprofit-board-service/strategic-planning/>

Council of Nonprofits. (n.d.). Business planning for nonprofits. Retrieved from <https://www.councilofnonprofits.org/tools-resources/business-planning-nonprofits>

Masaoka, J. (2010). Nonprofit business model statements. Retrieved from <https://blueavocado.org/finance/nonprofit-business-model-statements/>

U.S. Small Business Administration. (n.d.). Write your business plan. Retrieved from <https://www.sba.gov/business-guide/plan-your-business/write-your-business-plan>