



Guide
2

Exploitez votre créativité : Démarrer une entreprise au Nouveau-Brunswick : Trois guides pour les entrepreneurs immigrants

Idées et modèles d'affaires

Guide
1

Guide
2

Guide
3

AVERTISSEMENT : Bien que le Ministère de l'Éducation postsecondaire, de la Formation et du Travail fasse tous les efforts nécessaires pour présenter des renseignements exacts et fiables, nous déclinons toute responsabilité à l'égard des erreurs, des omissions ou des incohérences dans le présent guide. En raison des modifications aux politiques ou aux programmes après l'impression du guide, les renseignements qui y sont présentés peuvent ne pas être à jour au moment de le consulter. Veuillez vérifier l'information contenue dans le présent guide avant de l'utiliser. L'utilisation de ce guide et de son contenu se fait sur une base volontaire. Le Ministère de l'Éducation postsecondaire, de la Formation et du Travail n'est en aucune façon responsable de l'utilisation qui est faite de l'information contenue dans le guide ou des résultats de cette utilisation.

Tous les renseignements sont fournis à titre informatif seulement et ne doivent pas être interprétés comme des conseils. Vous devriez obtenir l'avis professionnel indépendant auprès d'une personne autorisée ou expérimentée dans le domaine pertinent avant de prendre des mesures relativement à tout renseignement contenu dans le guide.

Les recommandations contenues dans les conseils ont été obtenues à partir d'entrevues auprès d'entrepreneurs immigrants et reflètent leur expérience personnelle. Elles ne doivent pas être interprétées comme étant un avis professionnel.

Ce guide présente des renseignements provenant de plusieurs sources et ne doit pas être confondu avec les déclarations officielles de politiques et de programmes.

DATE DE PRODUCTION : Mars 2011

Introduction

Bienvenue au Nouveau-Brunswick! Cet ouvrage intitulé *Exploitez votre créativité : Idées et modèles d'affaires* est le deuxième de trois guides destinés aux entrepreneurs immigrants qui comptent devenir propriétaires d'entreprises dans cette province. Songez-vous à acheter une entreprise ou à ouvrir une franchise? Désirez-vous démarrer une société ou votre propre nouvelle entreprise? Peut-être savez-vous à quel genre d'entreprise vous aspirez ou peut-être êtes-vous toujours à la recherche d'une idée d'affaires. Ce deuxième guide renferme de nombreux renseignements qui vous aideront à choisir l'entreprise qui vous convient.

Le premier guide vous a permis de vous familiariser avec la réglementation sur les activités commerciales au Nouveau-Brunswick et d'obtenir les coordonnées nécessaires pour faire vos demandes de permis et d'autres documents d'affaires. Vous êtes également au fait de l'infrastructure, des régions et des secteurs d'affaires. Le deuxième guide saura maintenant vous inspirer de bonnes idées d'entreprises et vous aider à comprendre les choix que vous aurez à effectuer en la matière. Enfin, le troisième guide vous renseignera sur la marche à suivre pour planifier votre entreprise.

Bien choisir l'entreprise que vous posséderez au Nouveau-Brunswick !

Chacun des guides est utile en soi. Cependant, la meilleure stratégie consiste à lire les trois guides dans l'ordre, afin d'apprendre comment devenir un propriétaire d'entreprise prospère au Nouveau-Brunswick. Voici, en résumé, ce que renferme chacun des trois guides :

• Guide 1

Soyez prêt : Le milieu d'affaires et ses attentes vous informe sur le Nouveau-Brunswick :

1. le gouvernement;
2. l'économie;
3. l'infrastructure;
4. la culture d'entreprise;
5. les relations d'affaires.

• Guide 2

Exploitez votre créativité : Idées et modèles d'affaires

vous informe sur :

1. la création de bonnes idées d'entreprise;
2. les types d'entreprises;
3. les modèles d'entreprises.

• Guide 3

Ayez du succès : La planification de votre projet d'entreprise vous informe sur :

1. la préparation nécessaire pour réussir;
2. comment évaluer votre idée d'entreprise;
3. comment rester en affaires;
4. comment apprendre des autres.

Table des matières

Partie 1 : Idées d'affaires

Chapitre 1 – Créer de bonnes idées d'affaires	1
Cerner vos forces personnelles	2
Trouver des possibilités d'affaires	4

Partie 2 : Modèles d'affaires

Chapitre 2 – Comprendre les formes d'entreprises	15
Formes juridiques de l'entreprise	15
Sociétés en nom collectif	16
Chapitre 3 – Les modèles d'affaires	19
Modèle 1 : Achat d'une entreprise existante	19
Modèle 2 : Achat d'une franchise	23
Modèle 3 : Démarrage d'une nouvelle entreprise	30
Conclusion	36
Remerciements	37

PARTIE 1 : IDÉES D'AFFAIRES

Le premier guide vous a renseigné sur le milieu des affaires et sur les types d'entreprises au Nouveau-Brunswick. Comme entrepreneur, vous avez probablement repéré d'intéressantes possibilités d'affaires dans la province. Le Nouveau-Brunswick recèle peut-être même une occasion qui correspond à une idée d'affaires que vous aviez déjà avant d'arriver. Il est maintenant temps d'ébaucher un plan à partir de cette idée d'affaires.

Les renseignements qui suivent vous aideront à cerner vos propres compétences entrepreneuriales et les domaines qui correspondent le mieux à vos aptitudes. Ce guide vous aidera également à repérer l'environnement d'affaires et les facteurs de marché pouvant favoriser la réussite de votre entreprise. En vous renseignant sur les marchés possibles pour votre produit ou votre service, de même que sur les gens qui constitueront votre clientèle, vous serez à même de donner forme à votre plan d'affaires. Cette section renferme des idées pratiques qu'il vous faut prendre en considération avant de démarrer votre entreprise.

Munissez-vous d'un stylo et de papier pour lire la première partie de ce guide. Au fil de votre lecture, notez toutes les idées d'affaires que vous inspireront les renseignements dont vous prendrez connaissance. Les idées que vous aurez ainsi inscrites vous indiqueront vos préférences en matière d'affaires par rapport à chacun des sujets.

Certaines des idées que vous inscrirez seront des renseignements généraux sur le démarrage d'entreprise au Nouveau-Brunswick. D'autres renfermeront de l'information particulière sur les stratégies qui seront les plus efficaces pour vous au moment de démarrer votre entreprise dans un nouveau milieu. L'élément important, à ce stade, consiste à prendre en note toutes vos

idées sur chacun des sujets. Vous pourrez ainsi y revenir plus tard, lorsque vous élaborerez votre plan d'exploitation pour l'entreprise dont vous serez propriétaire. Vous serez appelé à réfléchir davantage à vos idées et à vos choix dans la deuxième partie de ce guide, au moment de décider de votre modèle d'affaires.

Chapitre 1 – Créer de bonnes idées d'affaires

La section qui suit vise à vous amener à songer, en faisant preuve de créativité, à des types d'entreprises dont vous pourriez devenir propriétaire. La plupart des entreprises s'inspirent d'idées créatives visant la vente de produits ou de services dans le but de réaliser des profits. Peut-être connaissez-vous déjà un domaine d'affaires, au Nouveau-Brunswick, qui correspond à l'expérience de travail que vous avez acquise dans votre pays d'origine, ou peut-être avez-vous découvert un type d'entreprise dont vous aimeriez devenir propriétaire en visitant la province et en vous familiarisant avec celle-ci.



Il est maintenant temps de dresser la liste de toutes les possibilités d'entreprises dont vous pourriez devenir propriétaire. Il vous faudra tout d'abord exploiter votre créativité dans vos réflexions, afin de dégager un choix intéressant de bonnes idées d'entreprises.

Une façon d'exploiter sa créativité en matière d'idées d'entreprises consiste à examiner l'endroit où vous vivez désormais, de même que les gens qui y habitent. Un excellent moyen de trouver des idées de produits et de services que les gens seront disposés à acheter consiste à effectuer des lectures présentant les groupes de consommateurs et les tendances d'achat au Nouveau-Brunswick. Vous pouvez également trouver des idées en songeant aux régions géographiques de la province, aux milieux de vie et de travail des gens. Vous pouvez commencer en dressant une liste des ressources ou des produits néo-brunswickois que vous pourriez exporter des régions. Songez également à la possibilité d'importer des biens, pour répondre à un besoin de la collectivité au sein d'une région en particulier.

La première partie de ce guide recèle de nombreuses façons de songer à votre nouvelle entreprise en faisant appel à votre créativité. Il importe d'abord de cerner vos forces personnelles et professionnelles. Il est souvent possible de cerner de bonnes idées d'affaires en se penchant sur ses propres expériences et compétences. Aussi la section qui suit vous aidera-t-elle à vous poser des questions qui vous inspireront de bonnes idées d'entreprise.

CERNER VOS FORCES PERSONNELLES

Les nouveaux immigrants apportent une grande diversité de forces personnelles à une collectivité. Les connaissances et les aptitudes que vous avez acquises dans votre pays d'origine et au fil de vos expériences de travail ont énormément d'importance en ce qui a trait à votre choix d'entreprise. Certains entrepreneurs décident de démarrer une entreprise faisant appel à leur formation ou à leurs compétences spécialisées dans un secteur donné, mais il leur faut avant tout cerner ces atouts qui leur sont propres. La section qui suit vous aidera à envisager des façons de tableer sur vos forces personnelles pour permettre à votre idée d'entreprise de voir le jour. Vous serez

d'abord invité à analyser :

- vos aptitudes
- votre formation
- vos apprentissages
- votre expérience

Vos aptitudes

Vos aptitudes correspondent à ce que vous faites bien et efficacement. Il peut s'agir de talents naturels que vous avez, ou de compétences acquises à travers une formation. Vous pouvez avoir des aptitudes générales, par exemple des talents sportifs, et des aptitudes particulières comme la réparation automobile.

Songez à vos aptitudes particulières dans les trois domaines suivants :

- 1) aptitudes théoriques, par exemple la comptabilité ou la programmation informatique
- 2) aptitudes physiques, par exemple le baseball ou la couture
- 3) aptitudes spécialisées, par exemple la plomberie ou la menuiserie

Vos domaines d'aptitudes peuvent vous inspirer des idées d'entreprises. Posez-vous d'abord les cinq questions suivantes, puis notez vos réponses, pour pouvoir y revenir plus tard.

- 1) Quelles sont les aptitudes dont je dispose?
- 2) Ai-je besoin d'un permis ou d'une accréditation pour utiliser mes aptitudes au Nouveau-Brunswick? Pour vérifier s'il vous faut des accréditations ou des permis particuliers, vous pouvez consulter le site du ministère de l'Éducation postsecondaire, de la Formation et du Travail, à l'adresse suivante : www.gnb.ca/0381.
- 3) Y a-t-il au Nouveau-Brunswick des produits ou des services en lien avec mes aptitudes?
- 4) Y a-t-il un marché national, un marché d'importation ou un marché d'exportation pour de tels produits ou services?
- 5) Ce type d'entreprise m'intéresse-t-il?

Votre formation

La formation est un domaine plus vaste que celui des aptitudes. Elle englobe les cours ou les stages durant lesquels vous avez acquis vos connaissances ou les compétences que vous avez apprises. Les collèges techniques ou les écoles polytechniques où les gens apprennent un métier, un travail ou une profession offrent souvent des stages pratiques en milieu de travail. Songez à tout programme dans lequel vous avez étudié et à toute personne qualifiée avec laquelle vous avez travaillé. Posez-vous ensuite les cinq questions suivantes et notez vos réponses.

Conseil pratique

Si vous avez des compétences particulières, celles-ci vous permettront d'épargner lors du démarrage de votre entreprise, puisque vous n'aurez pas besoin d'embaucher des gens détenant ces compétences.

Ce conseil pratique est donné par des entrepreneurs immigrants du Nouveau-Brunswick.

- 1) Quelles formations ai-je suivies au Nouveau-Brunswick ou ailleurs?
- 2) Ma formation est-elle reconnue au Nouveau-Brunswick? Pour vérifier si votre formation est reconnue au Nouveau-Brunswick, veuillez consulter le site du ministère de l'Éducation postsecondaire, de la Formation et du Travail, à l'adresse suivante : www.gnb.ca/population.
- 3) Est-ce qu'une entreprise liée à ma formation antérieure pourrait m'intéresser?
- 4) Y a-t-il un marché pour les biens ou les services liés à ma formation?
- 5) Aurais-je avantage à suivre une nouvelle formation au Nouveau-Brunswick pour démarrer ou acheter une entreprise?



Vos apprentissages

Les apprentissages relèvent d'un domaine encore plus vaste. Il s'agit des activités ayant pour but d'améliorer votre formation, vos aptitudes et vos compétences naturelles. Les établissements d'enseignement comme les universités vous permettent de réaliser des apprentissages officiels. Cependant, il est également possible de faire des apprentissages de façon non officielle, comme ceux qui vous viennent de votre culture, d'Internet ou de vos voyages. Voici six questions pour vous inspirer une idée d'entreprise liée à vos apprentissages.

- 1) Quels apprentissages officiels ai-je réalisés? Diplômes? Certificats?
- 2) Mes apprentissages officiels sont-ils reconnus au Nouveau-Brunswick? Pour vérifier si les apprentissages que vous avez réalisés sont reconnus au Nouveau-Brunswick, veuillez communiquer avec la Direction de l'établissement et du multiculturalisme de la Division de la croissance démographique au numéro suivant : **506-453-2491** ou à l'adresse suivante : www.gnb.ca/population.
- 3) Puis-je faire reconnaître mes apprentissages officiels en effectuant certaines démarches?
- 4) Quels sont les apprentissages non officiels dont je dispose?
- 5) Y a-t-il des biens ou des services liés à ma formation qui pourraient donner lieu à de bonnes possibilités d'affaires au Nouveau-Brunswick?

- 6) La possibilité de démarrer une entreprise dans un domaine lié à mes apprentissages officiels ou non officiels m'intéresse-t-elle?

Votre expérience

Votre expérience est le domaine personnel le plus vaste à prendre en considération lorsque vient le temps d'envisager des idées d'entreprises. L'ensemble de vos aptitudes, de votre formation et de vos apprentissages fait partie de votre expérience de vie. Mais l'expérience transcende ces domaines, puisqu'elle s'étend à votre famille, à votre culture et à tous les autres aspects de votre vie. Une personne possédant beaucoup de connaissances ou d'expérience dans un domaine particulier peut acquérir une réputation d'expert sans forcément avoir de formation ni d'acquis scolaires officiels dans le domaine. Par exemple, des voyages dans divers coins du monde ou une expérience entrepreneuriale dans un pays étranger permettent d'acquérir des connaissances. Voici cinq questions qui pourront peut-être vous aider à mettre à profit votre expérience personnelle ou professionnelle afin de cerner une idée d'affaires.

- 1) Quelle expérience ai-je acquise grâce à mon travail, à ma vie ou à mes voyages à l'étranger?
- 2) Quelles expériences ai-je faites depuis mon arrivée au Nouveau-Brunswick?
- 3) Mon expérience pourrait-elle m'aider à élaborer des idées de biens ou de services que je pourrais offrir?
- 4) Mon expérience pourrait-elle m'aider à vendre des produits ou à offrir des services à d'autres?
- 5) La possibilité de démarrer une entreprise dans un domaine lié à mes expériences passées m'intéresse-t-elle?

TROUVER DES POSSIBILITÉS D'AFFAIRES

Une autre façon de trouver de bonnes idées consiste à songer aux gens qui achèteront vos produits ou vos services : vos clients éventuels. Cet aspect n'est pas facile pour une personne nouvellement arrivée dans la province. Il vous faut d'abord connaître les résidents de la province, savoir qui ils sont, ce qu'ils aiment acheter et où

ils habitent. Voici certains renseignements sur les groupes de consommateurs et les tendances du marché, qui vous informeront sur les résidents du Nouveau-Brunswick et sur les façons de découvrir ce qu'ils achètent. Il vous faudra ensuite comprendre les milieux de vie de ces gens. La section vous suggère des façons d'en apprendre davantage sur les marchés et les ressources des différentes régions de la province. N'oubliez pas d'ajouter à votre liste les idées d'affaires qui vous viendront à l'esprit à la lecture de cette section, pour pouvoir y revenir plus tard.

Groupes de consommateurs

De nombreux entrepreneurs démarrent en desservant les besoins d'un groupe particulier de personnes, aussi appelé groupe démographique. La démographie est une façon d'étudier les gens à partir d'une caractéristique commune. L'âge en est un exemple. Vous pourriez, par exemple, décider de démarrer une entreprise de taxi après avoir constaté que les étudiants universitaires n'ayant pas de voiture représentent 40 % de la population de votre région.

Les divisions démographiques les plus couramment utilisées par les spécialistes en commercialisation sont l'âge, le sexe, le revenu et le niveau de scolarité. Les sites Web d'Entreprise Nouveau-Brunswick, au www.gnb.ca/0398 et de Statistique Canada, au www.statcan.gc.ca, présentent des statistiques sur divers groupes démographiques.

Les entrepreneurs aiment souvent vendre des biens et des services à un groupe démographique qui les intéresse. Il peut s'agir d'une bonne idée :

- si vous faites partie de ce groupe et que vous le comprenez;
- si vous aimez ce groupe;
- si ce groupe est facile à joindre;
- si ce groupe est nombreux;
- si ce groupe achète habituellement les biens et les services que vous comptez vendre.

L'information suivante répartit les consommateurs du Nouveau-Brunswick en groupes démographiques communément

reconnus selon leur âge. Chacun de ces groupes, ou chacune de ces cohortes, a vécu des situations économiques et sociales différentes de celles des autres groupes. Par conséquent, chaque cohorte a des valeurs et des habitudes de consommation différentes. Comme les gens d'un même groupe d'âge achètent habituellement des biens semblables, les entreprises s'adressent ou vendent habituellement à une cohorte en particulier. Les descriptions de cohortes suivantes vous inspireront de nombreuses idées et possibilités d'affaires. Inscrivez chacune d'elles sur votre liste. Les sept cohortes de consommateurs que vous retrouverez au Nouveau-Brunswick sont communément désignées comme suit :

- 1) cohorte de la Dépression (personnes nées de 1912 à 1921);
- 2) cohorte pré-Seconde Guerre mondiale (personnes nées de 1922 à 1927);
- 3) cohorte de la Seconde Guerre mondiale (personnes nées de 1928 à 1945);
- 4) première vague de baby-boomers (personnes nées de 1946 à 1954);
- 5) deuxième vague de baby-boomers, également appelée Génération Jones (personnes nées de 1955 à 1964)
- 6) Cohorte de la Génération X (personnes nées de 1965 à 1980)
- 7) Cohorte de la Génération Y, également appelée Génération milléniale (personnes nées de 1981 à 2001).

Les membres des trois premières cohortes ont subi l'influence des plus grands conflits auxquels a participé le Canada au cours du XX^e siècle, soit la Première Guerre mondiale (1914–1918) et la Seconde Guerre mondiale (1939–1945). Les renseignements qui suivent présentent, pour chacune des cohortes, les caractéristiques communes en matière de consommation, de même que les produits recherchés. N'oubliez pas d'ajouter à votre liste de possibilités d'affaires toute idée d'entreprise que vous pourriez avoir en vous renseignant sur les marchés éventuels que peuvent représenter ces cohortes.

1) Cohorte de la Dépression

(de 1912 à 1921)

Le Canada a vécu une importante dépression économique entre les deux guerres mondiales. Par conséquent, cette cohorte :

- s'inquiète de sa sécurité financière;
- n'aime pas les risques;
- aime les produits durables;
- aime le confort.

Les besoins de cette cohorte :

- produits de soins de santé;
- soins personnels à domicile;
- services d'entretien ménager.

2) Cohorte pré-Seconde Guerre mondiale

(de 1922 à 1927)

Cette cohorte :

- travaille pour le bien commun;
- est patriotique;
- travaille bien en équipe.

Les besoins de cette cohorte :

- produits de soins de santé;
- soins personnels à domicile;
- services d'entretien ménager;
- voyages;
- restaurants;
- articles ménagers;
- automobiles.



3) Cohorte de la Seconde Guerre mondiale

(de 1928 à 1945)

Cette cohorte :

- se conforme aux attentes sociales;
- a des goûts conservateurs;
- a des valeurs familiales traditionnelles.

Les besoins de cette cohorte :

- services de maintien de la santé;
- activités de loisir;
- divertissement culturel;
- entretien ménager;
- voyages;
- restaurants;
- meubles et articles ménagers;
- automobiles.

4) Première vague de baby-boomers

(de 1946 à 1954)

Cette cohorte :

- est optimiste;
- essaie de nouveaux produits et services;
- valorise la liberté individuelle;
- appuie des causes sociales;
- est plus instruite;
- a de l'argent à dépenser;
- est prête à prendre sa retraite.

Les besoins de cette cohorte :

- divertissement;
- sports et loisirs;
- voyages;
- entretien ménager;
- meubles et articles ménagers;
- appareils électroniques;
- automobiles;
- services de vacances;
- maisons de retraite;
- services financiers;

5) Deuxième vague de baby-boomers ou Génération Jones

(de 1955 à 1964)

Cette cohorte :

- remet en question les valeurs acceptées;
- a le sens pratique;
- analyse les motifs;
- a une conscience environnementale.

Les besoins de cette cohorte :

- soins de santé actifs;
- vacances;
- divertissement;
- appareils électroniques modernes;
- voyages;
- restaurants;
- meubles et articles ménagers;
- automobiles.

6) Génération X (de 1965 à 1980)

Cette cohorte :

- n'est pas protocolaire;
- est indépendante;
- est entrepreneuriale;
- valorise la sécurité émotionnelle;
- se soucie de l'environnement.

Les besoins de cette cohorte :

- manger régulièrement au restaurant;
- appareils électroniques de pointe;
- divertissements;
- sports;
- aventures de plein air;
- produits écoresponsables;
- médecines alternatives;
- voyages internationaux;
- articles ménagers;
- automobiles.

7) Génération Y ou Génération milléniale

(de 1981 à 2001)

Cette cohorte :

- aime l'activité physique;
- accepte le changement;
- connaît la technologie;
- craint les changements environnementaux;
- utilise le crédit.

Besoins de cette cohorte :

- communications électroniques;
- services Internet;
- divertissements;
- produits écologiques;
- voyages internationaux;
- restaurants exotiques;
- biens de consommation généraux;
- bicyclettes et automobiles;
- sports;
- thérapies et médecines alternatives.

Tendances de consommation

Qu'est-ce qu'une tendance?

Les entrepreneurs démarrent souvent leur entreprise en s'inspirant des nouvelles tendances de consommation. Les tendances font état de changements en ce qui a trait à la réflexion et aux habitudes d'achat des consommateurs. Une tendance est un changement général des choix d'achat

qui traduit, chez les consommateurs, une nouvelle façon de satisfaire leurs besoins. Les tendances de consommation peuvent être engendrées par les changements technologiques, les valeurs sociales ou la situation économique. Un engouement pour un article en particulier, et non pour une catégorie de services ou de produits connexes, est une mode passagère et non une tendance.

Quelle est l'utilité des tendances pour une entreprise?

Les tendances engendrent des ventes. Il est nécessaire de comprendre ce que veulent vos clients pour pouvoir le leur vendre. Se familiariser avec les tendances de consommation est un bon moyen de cerner des produits, des services ou des expériences rentables et vous aidera à rendre votre clientèle heureuse.

Quelles sont certaines des tendances actuelles?

Voici 10 tendances qui pourront vous aider à cibler des possibilités d'affaires au Nouveau-Brunswick :

1. le désir de se divertir tout en restant chez soi;
2. le désir d'appartenance à un groupe;
3. le désir de disposer des meilleurs produits;
4. le désir de vivre de nombreuses expériences en peu de temps;
5. le désir de demeurer jeune et en santé;
6. le désir d'utiliser la technologie pour tout;
7. le désir de disposer de produits rapides et de petite dimension;
8. le désir d'être écoresponsable;
9. le désir de spiritualité;
10. le désir de fabriquer et de personnaliser.

1) Le désir de se divertir tout en restant chez soi

- a) Les consommateurs veulent se faire livrer à la maison des biens et des services, des repas prêts à manger, des produits alimentaires, des vêtements, des articles ménagers et des formations personnelles.

- b) Les consommateurs veulent tout avoir à la maison : un gymnase, un cinéma maison, un spa, Internet, des téléviseurs à écran géant, des appareils culinaires spécialisés et un milieu de vie s'apparentant à celui des hôtels.
- c) Les consommateurs veulent se sentir en sécurité, désirent des caméras de surveillance, des clôtures, des systèmes d'alarme et des collectivités munies de barrières.
- d) Les consommateurs veulent tout avoir dans leur voiture : chaîne stéréo, système de classement, glacière, lecteur de DVD, GPS.
- e) Les consommateurs désirent travailler à la maison au moyen d'Internet et de téléphones cellulaires.



2) Le désir d'appartenance à un groupe

- a) Les consommateurs s'intéressent au patrimoine, aux traditions et à la famille.
- b) Les consommateurs ont un attrait pour les groupes en ligne, les voyages, les vêtements, les livres, la musique et les enregistrements musicaux, la recherche, l'aventure et les formations dans les domaines de la cuisine, des métiers et des arts traditionnels.

3) Le désir de disposer des meilleurs produits

- a) Les consommateurs désirent des biens, des services ou des expériences de qualité supérieure.
- b) Les consommateurs sont disposés à payer pour des voitures, des meubles, des vêtements, des produits de maquillage et des aliments coûteux.

- c) Les consommateurs aiment les aventures sur mesure, les visites guidées, l'hébergement et les expériences.
- 4) **Le désir de vivre de nombreuses expériences en peu de temps**
 - a) Les consommateurs ont plus d'emplois et leur carrière dure plus longtemps.
 - b) Les consommateurs sont disposés à payer pour des services d'entretien ménager, de garde d'enfants, pour se faire livrer divers articles et pour avoir des appareils de conditionnement physique à la maison.
 - c) Les consommateurs achètent des produits et des services qui leur permettent de gagner du temps.
- 5) **Le désir de demeurer jeune et en santé**
 - a) Les consommateurs utilisent des médicaments naturels et non traditionnels pour se sentir plus jeunes.
 - b) Les consommateurs adoptent des comportements typiques des plus jeunes en assistant à des concerts rock, à des formations professionnelles, à des aventures comportant des défis et en s'adonnant à des activités d'écotourisme.
 - c) Les consommateurs achètent des vêtements et des produits de maquillage à la mode pour paraître plus jeunes.
 - d) Les consommateurs achètent des thérapies et des services thérapeutiques, des vitamines et des aliments particuliers.
 - e) Les consommateurs sont centrés sur l'exercice, les vêtements et l'équipement de conditionnement physique.
- 6) **Le désir d'utiliser la technologie pour tout**
 - a) Les consommateurs communiquent, effectuent leurs recherches et leurs achats en ligne.
 - b) Les consommateurs recherchent les téléphones, les ordinateurs et les appareils électroniques les plus récents.
 - c) Les consommateurs recherchent les services les plus actualisés qui soient pour leurs besoins de musique, de recherche, de contenu et de formation.
- 7) **Le désir de disposer de produits rapides et de petite dimension;**
 - a) Les consommateurs sont à la recherche de solutions instantanées.
 - b) Les consommateurs recherchent la restauration rapide, les petits véhicules, les mini-vacances, les services bancaires à l'auto et les guichets automatiques.
- 8) **Le désir d'être écoresponsable**
 - a) Les consommateurs désirent des biens et des services durables sur le plan de l'environnement.
 - b) Les consommateurs sont disposés à payer davantage pour des produits, des aliments, des vêtements et des meubles écologiques.
 - c) Les consommateurs recherchent des produits nettoyants, des produits d'entretien de pelouse, des restaurants et des hôtels écoresponsables.
 - d) Les consommateurs recherchent des formules d'aventures et de voyages à incidences limitées.
- 9) **Le désir de spiritualité**
 - a) Les consommateurs désirent vivre des expériences religieuses et spirituelles.
 - b) Les consommateurs recherchent des ouvrages, de la musique, des activités, des groupes, des formations et des objets personnels à caractère spirituel.
- 10) **Le désir de fabriquer et de personnaliser**
 - a) Les consommateurs veulent contrôler leurs biens, leurs services et leurs aventures.
 - b) Les consommateurs veulent faire leur propre musique, leurs propres vidéos, leurs propres albums photos et leurs propres livres.
 - c) Les consommateurs personnalisent leurs jeans, leurs t-shirts et leurs effets.

Comment s'inspirer des tendances pour repérer des idées d'affaires?

Les tendances renferment des possibilités en matière de démarrage d'entreprises. Être au fait d'une tendance ou la constater au quotidien constitue une première étape importante. En appliquant les tendances à

vos idées d'entreprise, vous multipliez vos chances de succès en affaires. Il peut être plus judicieux de ne pas ébaucher votre plan d'affaires à partir d'une seule de ces tendances, mais plutôt de vous inspirer de plusieurs d'entre elles pour concevoir une entreprise unique. Par exemple, un service d'organisation de voyages et d'excursions pourrait englober :

- le confort d'un chez-soi;
- des aventures culturelles d'inspiration patrimoniale;
- des aliments de qualité supérieure;
- des connexions Internet;
- des hôtels écoresponsables;
- des activités spirituelles;
- des options d'excursions individuelles.

Questions à prendre en considération en ce qui a trait aux tendances :

- La tendance intéresse-t-elle de nombreux consommateurs?
- Quels produits ou services achèteront-ils? À quel prix?
- Quels produits pourrais-je créer, importer, exporter ou vendre ici pour répondre aux besoins des consommateurs?
- Quels services pourrais-je concevoir et offrir par rapport à ces tendances?
- Aurai-je suffisamment de clients pour assurer la réussite de cette idée?

Possibilités régionales

De nombreuses personnes démarrent une entreprise offrant des biens ou des services particuliers en raison de la popularité de ceux-ci auprès des consommateurs d'une région donnée. L'entreprise peut reposer sur des ressources régionales, comme le sucre d'érable ou les crosses de fougères, pour lesquelles il existe déjà un marché. Ces entreprises :

- sont nécessaires dans la région où vous vivez;
- reposent sur des ressources disponibles dans la région.

Voici trois façons de vous renseigner sur les possibilités d'affaires régionales :

- 1) visiter le Nouveau-Brunswick;

- 2) visiter des entreprises et des sites d'entreprises;
- 3) effectuer des recherches en ligne.

1) Visiter le Nouveau-Brunswick

Le Nouveau-Brunswick est une province relativement petite. Il est possible d'en faire le tour en quelques jours, en voiture, en autobus, en train, en avion et, à certains endroits, en bateau. Le premier guide renferme des renseignements généraux utiles sur la géographie, les liens de transport et les collectivités, de même que sur les secteurs d'affaires dans la province.

Afin de cerner de réelles possibilités d'affaires, vous aurez davantage à visiter les villes, les municipalités et les régions rurales du Nouveau-Brunswick. En organisant votre visite, prévoyez suffisamment de temps pour évaluer soigneusement ce que vous voyez.

En arrivant dans un village, une localité ou une ville qui vous intéresse, explorez les lieux à pied au lieu d'y circuler en voiture, afin de pouvoir en capter les bruits et les odeurs, ainsi que de bien prendre le pouls de l'endroit. Posez-vous les questions suivantes :

- Quels biens ou services manque-t-il dans la région?
- Ces biens ou services sont-ils disponibles dans d'autres régions de la province? Pourquoi ou pourquoi pas?
- Pourrais-je mettre à profit mes aptitudes, ma formation, mes apprentissages ou mon expérience pour démarrer une entreprise ici?
- Comment puis-je vérifier s'il existe un marché pour mes biens ou mes services ici?
- Y a-t-il des secteurs d'entreprise importants ici pour mes biens et mes services?
- Pourrais-je ajouter de la valeur à des biens ou à des services offerts sur les lieux?

En visitant les collectivités et les régions rurales, recherchez des surprises ou des éléments inattendus que vous n'arrivez pas à expliquer. Ces surprises inattendues constituent une importante source d'idées

sur la culture que vous découvrez et vous donneront l'occasion d'échanger avec les gens de l'endroit, auprès desquels vous chercherez à obtenir des obligations. Prenez beaucoup de notes sur les lieux que vous visiterez. Visitez toujours :

- l'hôtel de ville;
- les lieux touristiques;
- le centre-ville;
- le bureau du développement économique de l'endroit;
- les quartiers et les parcs industriels.



2) Visiter des entreprises et des sites d'entreprises du Nouveau-Brunswick

Le premier guide présente les secteurs économiques et commerciaux du Nouveau-Brunswick. Ces renseignements sont très utiles, mais il est difficile de comprendre pleinement ces réalités sans se rendre sur les lieux pour voir certaines entreprises. En planifiant votre itinéraire à l'avance, vous pouvez prendre des dispositions pour visiter de nombreuses entreprises du Nouveau-Brunswick et prévoir des visites de sites dans certaines régions de la province. Les démarches nécessaires s'effectuent généralement par l'intermédiaire d'Entreprises Nouveau-Brunswick ou de la Division de la croissance démographique.

Afin de mieux cerner des occasions d'affaires, dressez une liste des types d'entreprises ou de régions d'affaires que vous désirez visiter. Pour préparer cette liste, posez-vous les questions suivantes :

- Est-ce que je m'intéresse à un secteur en particulier, comme les mines, l'agriculture ou la foresterie? Quels sont les meilleurs endroits où je pourrais voir cette industrie?
- Est-ce que je m'intéresse aux services alimentaires, à l'hébergement ou à la vente au détail? Quelles franchises ou quelles entreprises aimerais-je voir?
- Est-ce que je désire offrir un service ou des biens à l'ensemble de la population? Ou est-ce que je préférerais exploiter une entreprise qui vendrait à d'autres entreprises?
- Ai-je des compétences, une formation, des connaissances ou de l'expérience liées à un produit ou à un service existant dans cette province? Où?

Lorsque vous participez à une visite de site, renseignez-vous sur les éléments suivants :

- comment devenir fournisseur dans un secteur qui vous intéresse;
- les perspectives de croissance du secteur en question;
- qui sont les concurrents;
- le degré d'intérêt que suscitent vos biens ou vos services;
- les occasions d'affaires qui existent dans le domaine.

3) Effectuer des recherches en ligne

Votre ordinateur constitue un bon point de départ pour effectuer une bonne recherche d'affaires. Lorsque vous êtes en quête d'une idée d'entreprise, vous pouvez trouver beaucoup d'information par Internet. Internet est accessible dans l'ensemble du territoire néo-brunswickois et la plupart des régions disposent de connexions haute vitesse. Vous pouvez rechercher des idées et des possibilités d'affaires à l'aide de mots clés, de noms ou de types d'entreprises ou par emplacement. Ce guide renferme de nombreux sites Web utiles que vous gagneriez également à visiter pour vous renseigner sur les occasions d'affaires au Nouveau-Brunswick. Voici une liste de sites Web supplémentaires qui pourront vous aider à mieux comprendre le Nouveau-Brunswick et vous inspirer d'excellentes idées d'entreprises dont vous aimeriez être propriétaire.

- La section Climat d'affaires du Nouveau-Brunswick du site Web du gouvernement du Nouveau-Brunswick www.gnb.ca/0398 renferme des aperçus des collectivités, des renseignements sur les conditions économiques et les profils des industries.
- La section du site Web du gouvernement du Nouveau-Brunswick www.gnb.ca/ traitant de l'économie de la province comporte des statistiques sur la population.
- Le site d'Entreprises Canada www.entreprisescanada.ca/ renferme un lien donnant accès à des renseignements sur le Nouveau-Brunswick.
- Le Réseau Entreprise www.entreprise-entreprise.ca comporte des liens permettant d'accéder à des sites Web d'entreprises de toutes les régions de la province.
- Industrie Canada www.ic.gc.ca renferme un lien donnant accès aux principales statistiques relatives aux petites entreprises, où l'on retrouve des résultats de recherches et des renseignements récents.

Importation et exportation

Une autre bonne façon de trouver des idées d'affaires consiste à envisager l'importation ou l'exportation. Les entrepreneurs immigrants démarrent souvent une entreprise en tablant sur l'expérience qu'ils ont acquise sur les marchés étrangers. Peut-être avez-vous une bonne connaissance de certains produits ou services de votre pays d'origine qui ne sont actuellement pas offerts au Nouveau-Brunswick. Peut-être, à l'inverse, qu'en visitant la province, vous verrez des ressources qui, selon vous, se vendraient dans un autre pays. Il est judicieux de démarrer une entreprise offrant des produits ou des services que l'on connaît bien.

Voici quatre questions qui vous aideront à envisager des possibilités d'importation et d'exportation au Nouveau-Brunswick.

- 1) Quels produits ou services de l'étranger ne sont actuellement pas offerts au Nouveau-Brunswick?

- 2) Quels produits ou services de l'étranger comportent des avantages concurrentiels par rapport à ceux qui sont actuellement offerts au Nouveau-Brunswick?
- 3) Quels produits ou services du Nouveau-Brunswick ne sont actuellement pas offerts à l'étranger?
- 4) Quels produits ou services du Nouveau-Brunswick comportent des avantages concurrentiels par rapport à ceux qui sont actuellement offerts à l'étranger?

En lisant les sections suivantes, qui portent sur l'importation et l'exportation, n'oubliez pas de prendre en note les idées d'affaires envisageables.

Importation

- 1) *Produits ou services importés non offerts au Nouveau-Brunswick actuellement*

Vous avez de l'expérience et des connaissances d'expert concernant un ou plusieurs pays autres que le Canada.

Cela représente un avantage par rapport à bon nombre de gens d'affaires du Nouveau-Brunswick. Vous êtes en mesure de repérer les produits ou les services qui ne sont pas offerts ici. Voici certaines questions que vous pouvez vous poser pour évaluer les possibilités d'importation de ces produits et services :

- Ces biens ou ces services conviennent-ils au climat et au style de vie du Nouveau-Brunswick?
- Ces biens ou ces services pourraient-ils être importés à un prix concurrentiel?
- Quels efforts de commercialisation seraient nécessaires pour faire en sorte que les consommateurs du Nouveau-Brunswick optent pour ce nouveau produit ou service?
- Quelle serait l'ampleur du marché envisageable?
- Pourrais-je élargir mon marché à d'autres provinces ou aux États-Unis?

- Que dois-je apprendre au sujet de l'importation pour déterminer s'il s'agit d'une bonne idée?
- 2) *Produits ou services importés ayant un avantage concurrentiel par rapport à ceux qui sont actuellement offerts au Nouveau-Brunswick*

Peut-être connaissez-vous des produits ou des services qui sont bien meilleurs à l'étranger. Comme « meilleurs » exprime une opinion, il vous faudra étudier soigneusement les préférences du marché au Nouveau-Brunswick. Pour évaluer le potentiel de l'importation de tels produits ou services, posez-vous les questions suivantes :

- Quels sont les avantages concurrentiels des produits ou des services auxquels je songe?
- Les prix sont-ils plus intéressants?
- La qualité est-elle supérieure pour les Néo-Brunswickois?
- Le choix est-il meilleur?
- Ces biens ou ces services sont-ils adaptés au climat et au style de vie du Nouveau-Brunswick?
- Ces biens ou ces services ont-ils fait l'objet d'essais sur ce marché ces dernières années?
- Quelle recherche me permettrait de comprendre l'intérêt des consommateurs à l'endroit de ces nouveaux produits ou services?
- Quels efforts de marketing seraient nécessaires pour amener les consommateurs néo-brunswickois à opter pour ce nouveau choix?
- Quelle part du marché puis-je m'attendre à obtenir?
- Pourrais-je élargir mon marché à d'autres provinces ou aux États-Unis?
- Que dois-je apprendre au sujet de l'importation pour déterminer s'il s'agit d'une bonne idée?

Exportation

- 1) *Produits ou services du Nouveau-Brunswick actuellement non offerts dans un ou plusieurs autres pays*

Vous connaissez très bien un ou plusieurs pays outre le Canada, ce qui représente pour vous un avantage par rapport à la plupart des Néo-Brunswickois.

Vous êtes à même de repérer les produits ou les services de la province qui ne sont peut-être pas offerts ailleurs. Pour vous guider dans votre réflexion sur le potentiel d'exportation de tels produits ou services, posez-vous les questions suivantes :

- Ces biens ou services pourraient-ils être facilement exportés dans d'autres pays?
- Quelles améliorations ou quelles modifications me faudrait-il apporter à ces produits ou services pour répondre aux besoins du nouveau marché?
- Ces biens ou ces services pourraient-ils être offerts à un prix concurrentiel?
- Quelle est la dimension du marché sur lequel je peux compter?
- Quels efforts de marketing seraient nécessaires pour pénétrer ces nouveaux marchés?
- Que dois-je apprendre au sujet de l'exportation pour déterminer s'il s'agit d'une bonne idée?



2) *Produits ou les services du Nouveau-Brunswick comportant des avantages concurrentiels par rapport à ceux qui sont actuellement offerts dans un ou plusieurs autres pays*

Peut-être avez-vous ciblé des produits ou des services du Nouveau-Brunswick bien meilleurs que ceux qui sont offerts dans d'autres pays. Comme « meilleurs » exprime une opinion, il vous faudra étudier soigneusement les préférences de votre marché cible.

Pour vous guider dans votre réflexion sur le potentiel d'exportation de tels produits ou services, posez-vous les questions suivantes :

- Ces biens ou services pourraient-ils être facilement exportés dans d'autres pays?
- Quels sont les avantages concurrentiels des produits ou des services auxquels je songe?
- Les prix sont-ils plus intéressants?
- La qualité est-elle supérieure?
- Le choix est-il plus intéressant?
- Quelle est la dimension du marché sur lequel je peux compter?
- Quels efforts de marketing seraient nécessaires pour pénétrer ces nouveaux marchés?
- Quelles améliorations ou quelles modifications me faudrait-il apporter à ces produits ou services pour répondre aux besoins du nouveau marché?
- Que dois-je apprendre au sujet de l'exportation pour déterminer s'il s'agit d'une bonne idée?



Il existe de nombreuses entreprises et organisations non gouvernementales qui peuvent vous être très utiles aux fins de vos démarches d'élaboration d'idées d'entreprise d'importation ou d'exportation. Par exemple, vous pouvez consulter des sites Web pour trouver des entreprises d'expédition, des grossistes internationaux et des courtiers en douane privés. Vous pouvez également vous renseigner sur l'importation et l'exportation auprès de plusieurs ministères et organismes gouvernementaux. Vous trouverez des renseignements utiles sur les sites Web suivants :

Division de l'expansion des exportations
d'Entreprises Nouveau-Brunswick :

www.gnb.ca/0398

Entreprises Canada : www.canadabusiness.ca

Industrie Canada : www.ic.gc.ca

Agence des services frontaliers du Canada :

www.cbsa-asfc.gc.ca/

Nous voici maintenant à la fin de la première partie et des suggestions destinées à la création de bonnes idées d'affaires. À ce stade, vous devriez disposer d'une bonne liste de possibilités d'entreprises liées aux thématiques que renferme cette section. Il est maintenant temps de passer votre liste en revue et de choisir les deux ou trois meilleures possibilités d'entreprises dont vous souhaiteriez devenir propriétaire au Nouveau-Brunswick. Souvenez-vous que pour assurer la réussite d'une bonne idée d'entreprise, il vous faut :

- 1) choisir un domaine qui vous intéresse et dans lequel vous avez des connaissances;
- 2) avoir un marché de consommation;
- 3) disposer de possibilités de profit.

Maintenant, la deuxième partie de ce guide décrit les formes juridiques de l'entreprise au Nouveau-Brunswick et renferme des détails sur les trois principaux modèles d'entreprise, soit les entreprises existantes, les franchises et les nouvelles entreprises. Ayez vos idées d'affaires en tête au moment de songer aux modèles d'entreprise possibles qui vous sont présentés dans la section qui suit.

PARTIE 2 : MODÈLES D'AFFAIRES

Avant de faire le choix d'une entreprise dont vous désirez devenir propriétaire au Nouveau-Brunswick, il vous faut comprendre les modèles et les formes juridiques de l'entreprise. La deuxième partie de ce guide décrit les formes d'entreprises, puis explique les modèles d'affaires parmi lesquels vous pouvez choisir. L'information ci-dessous vous aidera à déterminer le choix qui vous convient le mieux pour vous lancer en affaires dans la province.

Chapitre 2 – Comprendre les formes d'entreprises

Prévoyez-vous acheter votre entreprise seul ou avoir un partenaire? Devriez-vous constituer votre entreprise en société par actions? Voulez-vous devenir propriétaire d'une franchise ou créer une nouvelle entreprise à partir de vos propres idées? Souvent, les entrepreneurs immigrants souhaitent acheter une entreprise existante ou une franchise. Il semble plus facile de recourir à de tels modèles qu'à prendre soi-même toutes les décisions liées au démarrage d'une nouvelle entreprise. Certaines occasions d'affaires sont même offertes sous forme de solutions « clés en main », où le nouveau propriétaire n'a qu'à ouvrir la porte pour commencer à exploiter son entreprise. Cependant, tous les modèles d'entreprises comportent leurs forces et leurs faiblesses. Les renseignements que renferme cette section au sujet des modèles et des formes d'entreprises pourront vous aider à prendre une décision éclairée en ce qui concerne votre entreprise.

FORMES JURIDIQUES DE L'ENTREPRISE

Il existe quatre formes juridiques d'entreprise au Canada. Cela vaut tant pour l'achat d'une entreprise que pour le démarrage d'une nouvelle entreprise. Que votre entreprise soit grande ou petite, que l'on y offre un produit ou un service, elle doit correspondre à l'un des modèles suivants :

1. entreprise à propriétaire unique
2. société en nom collectif
3. société par actions
4. coopérative

Quel type d'entreprise vous convient? Votre choix repose sur le nombre de personnes que compte votre entreprise, sur le produit ou le service que vous vendez, sur vos finances, sur les impôts et sur des questions d'ordre juridique.

Avant de faire votre choix, discutez-en avec un avocat, qui pourra vous expliquer clairement les lois régissant les entreprises canadiennes. Discutez-en également avec un comptable, qui pourra vous expliquer la nature des impôts des sociétés qu'il vous faudra verser.

Les renseignements suivants présentent les grandes lignes des quatre formes d'entreprise. Pour en savoir davantage, consultez un avocat spécialiste de votre domaine d'affaires.

Entreprise à propriétaire unique

- Il s'agit de la forme d'entreprise la plus simple.
- L'entreprise appartient à un seul propriétaire, sans partenaire.
- Il n'y a aucune distinction juridique entre vous et l'entreprise.
- Tous les gains de l'entreprise sont imposés à titre de revenus personnels.



- Toutes les dettes et toutes les responsabilités juridiques reviennent au propriétaire.
- Le permis d'exploitation est délivré par le gouvernement provincial.
- Le nom de l'entreprise, s'il diffère du vôtre, est inscrit auprès de Service Nouveau-Brunswick (www.snb.ca).

Société en nom collectif

- L'entreprise appartient à deux personnes ou plus.
- Le partenaire peut travailler au sein de l'entreprise ou être un associé passif.
- Chaque partenaire est juridiquement responsable des décisions de tous les partenaires.
- L'avocat peut recommander une société en commandite ou une société en nom collectif.
- Un accord juridique écrit doit être signé par tous les partenaires.
- L'accord stipule la façon dont les partenaires travaillent, prennent leurs décisions et se partagent les profits.
- L'accord stipule le montant de l'investissement de chaque partenaire et la proportion de la société appartenant à chacun.
- La responsabilité juridique et l'impôt sur le revenu de chaque partenaire sont établis selon la part de l'entreprise appartenant à chacun.

Société par actions

- Un ou plusieurs propriétaires constituent l'entreprise en société.
- Les propriétaires s'appellent alors des actionnaires.
- La société est une entité juridique distincte, comme une personne.
- Les impôts qui s'y rattachent sont distincts des impôts personnels du propriétaire.
- Cette forme d'entreprise comporte des avantages en matière d'impôt des sociétés et de responsabilité juridique.
- Elle est plus coûteuse à démarrer et engendre des frais annuels plus élevés.

Coopératives

- Les propriétaires sont des membres et il

y a partage des ressources pour offrir des biens et des services.

- L'entreprise est organisée et gérée par les membres.
- Il s'agit d'un modèle d'affaires démocratique où chaque membre a un vote.
- L'entreprise verse des dividendes à ses membres.
- L'adhésion est volontaire.

SOCIÉTÉS

Au lieu d'opter pour une entreprise à propriétaire unique, certains entrepreneurs préfèrent former une société en nom collectif pour acquérir une entreprise existante ou une franchise, ou encore pour démarrer une nouvelle entreprise. Les partenariats d'affaires peuvent être compliqués, surtout si les deux partenaires n'appartiennent pas à la même culture. Une entreprise peut appartenir à deux partenaires ou plus, mais tous les partenaires doivent connaître :

1. les objectifs de chacun;
2. l'éthique du travail de chacun;
3. les valeurs personnelles de chacun;
4. la situation personnelle de chacun.

Vous devriez également vous informer de l'expérience antérieure, des compétences ou des connaissances de vos partenaires en ce qui concerne votre domaine d'affaires.

Clarté de la communication

La clarté de la communication est la clé d'un partenariat d'affaires réussi. Ne tenez pas pour acquis que votre partenaire pense comme vous, surtout si vous appartenez à deux cultures différentes. Au Canada, dans le monde des affaires, il vous faut expliquer clairement votre pensée, verbalement comme par écrit.

Contrat de société

Au Canada, les sociétés sont assujetties à des exigences juridiques. Les six éléments d'information suivants doivent figurer dans un contrat de société canadien.

1. Le montant et la forme de l'investissement de chaque partenaire

Les partenaires peuvent investir une somme égale dans une entreprise, mais les sommes

peuvent également différer. Les sommes peuvent être exclusivement en liquidités, ou peuvent inclure des biens durables, comme de l'équipement, de l'inventaire ou des bâtiments. L'investissement d'un partenaire peut également inclure son expertise spécialisée, des recettes exclusives ou d'autres investissements fondés sur le savoir, également connus sous le nom d'actifs incorporels. Vous devriez retenir les services d'un expert indépendant pour évaluer la valeur actuelle de tous les actifs avant de finaliser l'entente.

2. La façon dont s'effectuera le partage des profits

Les profits peuvent être partagés de nombreuses façons, selon ce que désirent les partenaires. Par exemple, le partage des profits peut s'effectuer selon les investissements respectifs de chacun des partenaires. Une formule de partage des profits peut également tenir compte du travail que devra effectuer chaque partenaire. Il vous faut préciser exactement, dans le contrat de société, la façon dont les profits seront partagés.

3. La façon dont les profits seront distribués ou reçus de la société

Il est toujours important de conserver suffisamment de liquidités dans l'entreprise. Le contrat de société doit faire état d'un plan prévoyant le paiement de parts tout en permettant de conserver un bon solde de trésorerie. Un contrat de société pourra comporter les éléments suivants :

- a) le pourcentage des profits devant demeurer dans l'entreprise;
- b) le salaire devant être versé pour le travail effectué au sein de l'entreprise;
- c) les dates auxquelles les partenaires peuvent prélever de l'argent.

4. La façon dont les décisions se prendront

Les partenaires sont parfois en désaccord lorsque vient le moment de prendre des décisions au sujet de l'entreprise. Par exemple, certains partenaires peuvent désirer des profits immédiats. D'autres peuvent préférer attendre la croissance de

l'entreprise avant de recevoir des profits. Les partenaires peuvent être en désaccord sur :

- a) l'achat de nouveaux équipements;
- b) l'intégration de nouveaux services ou la vente de nouveaux produits;
- c) l'embauche d'employés supplémentaires.

Le contrat de société doit stipuler la façon exacte dont les décisions se prendront.

Voici deux méthodes de prise de décisions courantes :

- a) l'approche consensuelle, suivant laquelle tous les partenaires doivent adhérer à la décision;
- b) la prise de décisions à la majorité, selon laquelle tous les partenaires votent et la majorité l'emporte.

L'argent investi, les heures travaillées et les responsabilités assumées peuvent contribuer à déterminer l'ampleur du pouvoir que détiendra chacun des partenaires dans le processus décisionnel.

5. Les responsabilités des partenaires concernant les activités quotidiennes de l'entreprise

Lorsque vous concluez un partenariat, vous pouvez choisir de travailler activement au sein de l'entreprise ou simplement d'y investir et de ne pas prendre part aux décisions qui s'y prendront quotidiennement.

Partenaire actif dans l'entreprise

Si vous êtes partenaire actif dans l'entreprise, vous participerez aux activités quotidiennes qui sont liées à son exploitation.

Ces décisions peuvent porter :

- sur le choix des produits ou services à offrir;
- sur l'endroit où les produits et les services seront achetés;
- sur le salaire des employés;
- sur les heures d'ouverture de l'entreprise;
- sur la façon de présenter les produits offerts;
- sur le type de publicité à acheter.

Partenaire non actif dans l'entreprise

Si vous ne participez pas aux activités quotidiennes de l'entreprise, vous

prenez tout de même part aux décisions importantes. Ces décisions sont moins fréquentes, mais plus importantes et elles portent habituellement sur des dépenses plus considérables. En voici quelques exemples :

- rénovation des locaux de l'entreprise;
- embauche d'employés clés;
- investissements à des fins d'achat d'équipement.

Votre degré de participation à la prise de décisions devrait être stipulé dans votre contrat de société.

6. La façon dont un partenaire peut quitter la société

Le contrat de société devrait stipuler le processus prévu pour mettre fin à la société. Au fil du temps, la valeur de l'intérêt de chacun des partenaires envers l'entreprise change et la valeur de l'entreprise elle-même change aussi. Les éléments suivants peuvent tous avoir une incidence sur la valeur qu'un partenaire devrait recevoir pour sa part de l'entreprise.

- a) l'investissement initial;
- b) la quantité de travail effectuée;
- c) les sommes reçues antérieurement;
- d) les profits de l'entreprise exploitée par la société.

Le contrat de société doit faire état de ces questions, de même que de la façon dont le partenaire sera payé pour sa part.



Avantages et inconvénients d'une société

Avantages

- Les partenaires peuvent y apporter des actifs, comme de l'argent ou de l'équipement.
- Les partenaires peuvent mettre leurs idées en commun et se partager le travail.
- Les partenaires peuvent y apporter différentes compétences ou connaissances.
- Les partenaires peuvent partager les pertes comme les profits.

Inconvénients

- Vous ne gérez pas toutes les décisions.
- Vous risquez de vous retrouver responsables de décisions d'affaires prises par votre partenaire.
- Vous devez partager les profits.
- Vous risquez de ne pas aimer la façon dont s'effectue le partage du travail, des responsabilités et des profits.

Chapitre 3 – Les modèles d'affaires

Il existe trois principaux modèles d'affaires parmi lesquels vous pouvez faire votre choix au moment de démarrer une entreprise au Nouveau-Brunswick. Vous pouvez acheter une entreprise existante, acheter une franchise ou démarrer une nouvelle entreprise. Chaque modèle recèle des possibilités très intéressantes. Il vous faut examiner les choix et déterminer quel modèle conviendra le mieux à vos plans et à vos besoins. L'information qui suit vous aidera à comprendre la nature, les besoins, les avantages et les désavantages de chaque modèle d'affaires au Nouveau-Brunswick.

MODÈLE 1 : ACHAT D'UNE ENTREPRISE EXISTANTE

Une façon de se lancer en affaires au Nouveau-Brunswick consiste à acheter une entreprise existante. Il s'agit d'abord de trouver une entreprise qui vous plaît. Soyez prêt à investir du temps pour vous familiariser avec le milieu des affaires et la collectivité que vous visez. Le Nouveau-Brunswick compte de nombreuses entreprises privées indépendantes. Il arrive souvent que les propriétaires n'aient pas d'enfants ni d'employés disposés à racheter leur entreprise lorsqu'ils sont prêts à la vendre. C'est alors qu'ils se mettent à songer sérieusement à la possibilité de vendre à un acheteur externe. Ces situations constituent, pour des immigrants, d'excellentes occasions d'acquérir une entreprise rentable existante.

Avant de décider d'acheter une entreprise, il vous faut en connaître la juste valeur marchande. Évidemment, le vendeur demandera le prix le plus élevé qui correspond, selon lui, à la valeur de l'entreprise. Les vendeurs croient parfois que les immigrants connaissent peu la valeur des entreprises locales et qu'ils sont disposés à payer plus que la valeur marchande. N'acceptez pas le prix que vous propose le vendeur sans effectuer vos propres recherches. Renseignez-vous sur le prix auquel se sont vendues des entreprises semblables dans la région au cours des

dernières années et sur la valeur des entreprises existantes sur le marché actuel. Demandez à votre agent immobilier ou à votre courtier en entreprise de vous montrer la valeur réelle d'entreprises semblables et exigez d'obtenir toute l'information par écrit. Une expression communément employée en Amérique du Nord résume l'approche entrepreneuriale : « Que l'acheteur prenne garde ».

Conseil pratique

Les dépanneurs comptent parmi les entreprises les plus faciles à acheter. Il est cependant très difficile d'en déterminer la valeur. Retenez les services de professionnels pour vous aider.

Ce conseil pratique est donné par des entrepreneurs immigrants du Nouveau-Brunswick.

Clarté de la communication

La clarté de la communication est la clé de la réussite. Ne tenez pas pour acquis que vos associés, vos fournisseurs, vos employés et vos clients pensent comme vous, surtout si vous appartenez à des cultures différentes. Au Canada, dans le monde des affaires, il vous faut expliquer clairement votre pensée, verbalement comme par écrit.

Trouver une entreprise

Voici trois étapes pour vous aider à trouver une entreprise à acheter au Nouveau-Brunswick. Songez aux forces personnelles et aux occasions d'affaires que vous avez ciblées dans la première partie.

1. Envisagez des secteurs d'affaires qui correspondent à vos aptitudes d'entrepreneur.

- Avez-vous de l'expérience dans ce type d'entreprise?

- Vos connaissances, vos attitudes et vos aptitudes personnelles vous aideront-elles à exploiter ce type d'entreprise?
- Vos activités préférées ou vos loisirs ont-ils un lien avec ce type d'entreprise?
- Recherchez des lieux et des secteurs d'affaires solides et susceptibles de le demeurer.
- Les entreprises et les principaux employeurs de l'endroit semblent-ils solides et prospères?
- Les prix des logements augmentent-ils ou diminuent-ils à cet endroit?
- Le marché est-il suffisamment important pour permettre à cette entreprise de prospérer?
- Ce secteur d'affaires fait-il face à trop de concurrence?
- Ce secteur dispose-t-il d'assez de fournisseurs et de clients?

2. Recourez à de nombreuses sources différentes pour trouver des entreprises à vendre.

- Demandez aux cabinets comptables de l'endroit s'ils ont des clients qui cherchent à vendre leur entreprise.
- Entretenez-vous avec les banquiers de l'endroit, qui peuvent savoir si certaines entreprises sont à vendre.
- Lisez la section Entreprises à vendre dans les journaux locaux.
- Communiquez avec des courtiers en entreprise et des agents immobiliers qui représentent des entreprises à vendre.

Conseil pratique

Passez par un agent immobilier ou un courtier commercial pour trouver une entreprise à acheter.

Ce conseil pratique est donné par des entrepreneurs immigrants du Nouveau-Brunswick.

3. Visitez des entreprises dans le secteur qui vous intéresse.

- Par exemple, si vous voulez acheter un hôtel, renseignez-vous auprès de

propriétaires et de gérants d'hôtels pour vérifier s'il y a des hôtels à vendre à l'endroit qui vous intéresse.

- Communiquez personnellement avec le propriétaire des entreprises qui vous intéressent.

Analyser l'entreprise

Une fois que vous avez repéré une entreprise qui vous plaît, il vous faut en analyser les forces et les faiblesses. N'oubliez pas que vous gagnerez à solliciter des conseils professionnels auprès d'experts comme un avocat et un comptable dignes de confiance pour prendre de bonnes décisions. Ces démarches vous feront épargner de l'argent à long terme. Votre agent immobilier et l'agence Entreprises de la localité devraient également vous fournir des renseignements fiables sur les marchés et la valeur des entreprises de l'endroit.

Posez au vendeur les questions suivantes à propos des finances, de la commercialisation, de la gestion, des ressources humaines, des actifs et des responsabilités de l'entreprise. Vérifiez ensuite l'information avec vos experts pour voir si les chiffres sont logiques et crédibles.

Conseil pratique

Renseignez-vous sur la réputation du propriétaire de l'entreprise avant d'en faire l'acquisition.

Ce conseil pratique est donné par des entrepreneurs immigrants du Nouveau-Brunswick.

Finances :

Il est très important d'obtenir des conseils financiers auprès de courtiers en entreprise, de comptables professionnels et d'évaluateurs de biens immobiliers indépendants. En recourant à plus d'un professionnel, vous êtes plus susceptible d'obtenir la meilleure valeur possible pour votre argent.

- Quel investissement total nécessitent l'achat et la rénovation de l'entreprise?
- Quelle est la situation financière de l'entreprise depuis les dernières années?

- Les documents financiers sont-ils exacts et fiables?
- Quelle est la marge de profit liée à la fabrication des produits ou à la prestation des services aux coûts d'aujourd'hui?
- Quelles dépenses changeront si vous achetez l'entreprise?
- Quels impôts devrez-vous verser pour acheter et exploiter l'entreprise?

Commercialisation :

- Le bassin de clientèle est-il suffisamment important pour assurer la rentabilité de l'entreprise?
- L'entreprise est-elle bien située?
- Les activités de commercialisation actuelles sont-elles efficaces? Combien coûteront les nouvelles activités de commercialisation?
- Pouvez-vous améliorer la publicité ou les promotions pour permettre à l'entreprise de prospérer davantage?
- Les clients sont-ils fidèles envers l'entreprise? Comment le changement de propriétaire se répercutera-t-il sur la loyauté de la clientèle?
- Y a-t-il d'autres entreprises qui font concurrence à celle-ci? Quel est l'avantage concurrentiel de cette entreprise?
- L'emplacement de l'entreprise conservera-t-il le même intérêt? Par exemple, advenant la construction d'une nouvelle route dans le futur, celle-ci pourrait détourner les clients de votre lieu d'affaires.
- La réglementation municipale permettra-t-elle ce type d'entreprise à cet endroit à longue échéance?

Gestionnaires :

- L'équipe de gestion demeurera-t-elle? Sinon, pouvez-vous embaucher des gens détenant les compétences nécessaires?
- Avez-vous les compétences requises pour gérer l'entreprise? Sinon, pouvez-vous les acquérir rapidement?
- Quelles améliorations pourraient être apportées à la gestion de l'entreprise pour en accroître l'efficacité?

Ressources humaines :

Souvent, les gens qui travaillent pour une entreprise comptent parmi les principaux actifs de celle-ci. Ils connaissent l'entreprise et ont tissé des liens avec les clients. Il importe de s'enquérir de la fiabilité du personnel en place lorsque vous envisagez l'achat d'une entreprise. La plupart des vols qui surviennent dans les commerces de détail sont commis par les employés et parfois, le vendeur ne mesure pas le problème. Observez soigneusement les ressources humaines et déterminez la pertinence de mettre en place des mécanismes de surveillance interne. Posez les questions suivantes :

- Quels employés clés contribuent à la réussite de l'entreprise?
- Les employés clés demeureront-ils au sein de l'entreprise une fois que vous en aurez fait l'acquisition?
- Le personnel en place est-il fiable? L'entreprise a-t-elle récemment perdu de l'argent à la suite de vols?
- Vos compétences linguistiques engendreront-elles des problèmes de communication avec les employés actuels?
- Y a-t-il d'autres personnes que vous pourriez embaucher sur place?
- Les coûts liés aux ressources humaines augmenteront-ils une fois que vous aurez fait l'acquisition de l'entreprise?
- Comprenez-vous les attentes des employés en ce qui concerne les heures de travail et les avantages sociaux?
- Êtes-vous au fait de l'ensemble des coûts liés qu'engendre le fait d'avoir des employés au Nouveau-Brunswick?

Actifs de l'entreprise :

- Quels actifs font partie du prix d'achat?
- Les actifs importants, comme le bâtiment et l'équipement, sont-ils en bon état et le prix est-il raisonnable compte tenu du marché local?
- L'inventaire vaut-il la somme qui vous est demandée?
- Les montants des comptes clients sont-ils exacts et justes?

Responsabilités de l'entreprise :

- Êtes-vous au fait de toutes les responsabilités de l'entreprise (privilèges, hypothèques, dettes actives, etc.)?

Convention d'achat

La dernière étape liée à l'achat d'une entreprise existante consiste à signer une convention juridique d'achat. L'acheteur et le vendeur négocient les conditions de la convention d'achat et de vente. Toutefois, les deux parties ont habituellement des préférences et des situations fiscales différentes, d'où la pertinence de retenir les services de spécialistes dignes de confiance qui connaissent les pratiques d'affaires canadiennes. Un comptable, un fiscaliste, un évaluateur et un avocat peuvent tous fournir des conseils précieux en la matière.

Vendeur continuant de travailler au sein de l'entreprise :

Dans certains cas, le vendeur peut servir de mentor au nouveau propriétaire de l'entreprise. L'ancien propriétaire peut consentir à continuer de travailler au sein de l'entreprise durant quelque temps, voire un an, dans certains cas, pour aider le nouveau propriétaire à se familiariser avec l'entreprise et à exploiter celle-ci. L'ancien propriétaire pourra aider son successeur à s'adapter au personnel, aux fournisseurs et aux clients. Cette situation de mentorat particulier n'est pas toujours possible, mais il peut être judicieux de faire une démarche officielle en ce sens auprès du vendeur durant les négociations. Si le vendeur consent à rester, il s'attendra à recevoir un salaire durant la période où il continuera de travailler au sein de l'entreprise.

Actifs ou entreprise tout entière :

Au moment de faire l'acquisition d'une entreprise existante, vous pouvez :

- acheter toute l'entreprise, afin de devenir propriétaire du nom, des actifs et de toutes les responsabilités de celle-ci;
- n'acheter que les actifs que vous voulez.

La décision d'acheter une partie ou la totalité des actifs nécessite une analyse soigneuse de tous les facteurs connexes. Il vous faut savoir exactement ce que vous recevrez et en

connaître la valeur. De nombreux actifs sont de nature très spécialisée et leur valeur peut être difficile à déterminer.

Achalandage

L'achalandage est l'un des actifs courants qui peut ou peut ne pas conserver sa valeur lors d'un changement de propriétaire. L'achalandage peut être lié au propriétaire, à l'emplacement, au produit ou au service, ou bien à une combinaison de tous ces facteurs. Il est préférable de confier l'évaluation de l'achalandage à votre comptable professionnel. Il existe de nombreuses façons de calculer cette valeur et de structurer le paiement lié à cette forme d'actif.



Situation fiscale

Vos situations fiscales respectives, à vous et au vendeur, peuvent également influencer les conseils de votre comptable. Lorsque vous n'achetez que les actifs d'une entreprise, le vendeur paie plus d'impôt sur le revenu que s'il avait vendu l'entreprise tout entière.

Voilà pourquoi la plupart des vendeurs préfèrent vendre toute l'entreprise. L'acheteur se retrouve habituellement dans la situation fiscale inverse, puisqu'il se retrouvera avantagé du point de vue fiscal en n'achetant que les actifs.

Dettes

Il importe d'être conscient qu'en achetant une entreprise, vous achetez également ses dettes. Il peut être difficile de déterminer toutes les dettes et de comprendre exactement l'ensemble de ce que doit une entreprise. Ce travail, parfois appelé

diligence raisonnable, est généralement effectué par un avocat, en collaboration avec votre comptable professionnel.

Conseil pratique

Recherchez un avocat et un comptable ayant de l'expérience auprès d'immigrants.

Ce conseil pratique est donné par des entrepreneurs immigrants du Nouveau-Brunswick.

Ententes privilégiées

Il importe également, au moment d'acheter une entreprise, de vérifier si l'actuel propriétaire a conclu des ententes particulières, notamment avec certains clients et fournisseurs. Les répercussions de ces ententes particulières pour les nouveaux propriétaires doivent être déterminées adéquatement et faire l'objet d'une évaluation financière. Il est fortement recommandé de vous en remettre au jugement de vos conseillers professionnels (avocats, fiscalistes et évaluateurs). Il importe de les informer de l'ensemble de vos éléments de négociation et de toutes vos préoccupations en la matière. Il ne faut en aucun cas vous fier aux conseils qui vous seraient prodigués par des personnes représentant le vendeur.

Avant de signer une entente, il vous faut savoir :

- la valeur actuelle des actifs;
- les répercussions fiscales qu'aura pour vous l'achat des actifs plutôt que l'achat de l'ensemble de l'entreprise;
- les responsabilités juridiques que vous acceptez en faisant l'acquisition d'une entreprise;
- le meilleur modèle d'entreprise à exploiter pour vous.

Avantages et inconvénients liés à l'achat d'une entreprise existante

Avantages :

- L'achat d'une entreprise existante vous évite de devoir élaborer une nouvelle idée d'entreprise.
- Vous n'avez pas besoin de trouver le bâtiment, l'équipement et les autres actifs

nécessaires à l'exploitation de l'entreprise.

- Vous pouvez commencer à exploiter l'entreprise immédiatement après en avoir fait l'acquisition.
- Vous avez peu de décisions d'exploitation immédiates à prendre au moment de vous familiariser avec la culture d'affaires du milieu.

Inconvénients :

- Il est souvent plus coûteux de faire l'acquisition d'une entreprise existante que d'en démarrer une semblable.
- Il se peut que certaines décisions prises par l'ancien propriétaire vous déplaisent.
- Il vous faut bâtir de nouvelles relations avec les clients, les employés et les fournisseurs.
- Il vous faut vous familiariser rapidement avec l'entreprise pour pouvoir l'exploiter immédiatement.
- Vous devez vous fier à des employés qui connaissent l'entreprise mieux que vous.
- Vous aurez des surprises, des bonnes et des mauvaises.

MODÈLE 2 : ACHAT D'UNE FRANCHISE

Une deuxième façon d'intégrer le monde des affaires au Nouveau-Brunswick consiste à faire l'achat d'une franchise. Lorsque vous faites l'acquisition d'une franchise, vous achetez le droit de reproduire une entreprise existante à un nouvel emplacement ou à plusieurs emplacements. Voici quelques exemples de franchises bien connues :

- les hôtels Hilton
- les restaurants McDonald's
- les cafés-restaurants Tim Hortons

Les franchises sont généralement considérées comme étant des moyens faciles de se lancer en affaires, puisque l'acquéreur achète à la fois le nom et les pratiques commerciales. Il existe de nombreuses entreprises franchisées et chacune emploie ses propres méthodes pour vendre ses franchises. Il est important de comprendre et d'étudier soigneusement tous les aspects liés à une possibilité de franchise.

Avant de songer à faire l'acquisition d'une franchise, posez-vous les trois questions suivantes :

1. Ai-je le capital nécessaire à l'investissement requis?
2. Est-ce que je comprends bien le travail lié à l'exploitation de cette franchise?
3. Mes partenaires ou moi avons-nous la formation, l'expérience, les attitudes et les compétences nécessaires pour réussir?

Clarté de la communication

La clarté de la communication est la clé de la réussite. Ne tenez pas pour acquis que vos associés, vos fournisseurs, vos employés et vos clients pensent comme vous, surtout si vous appartenez à des cultures différentes. Au Canada, dans le monde des affaires, il vous faut expliquer clairement votre pensée, verbalement comme par écrit.

Opter pour une franchise

L'acquisition d'une franchise fait de vous un franchisé. Vous devrez verser au franchiseur (la société propriétaire de l'entreprise initiale) des redevances de franchisage pour vous porter acquéreur de la franchise. Ce que vous recevrez alors peut varier selon les dispositions du contrat de franchise, mais pourra notamment inclure les éléments suivants :

- l'utilisation d'un nom commercial;
- la production d'enseignes et d'autre matériel promotionnel;
- les uniformes des employés;
- les recettes, les processus et les méthodes;
- l'équipement, les plans et les manuels de démarrage;
- la formation et les manuels de formation.

Les contrats de franchises stipulent habituellement que l'entreprise doit être exploitée conformément aux dispositions du contrat. Par exemple, on ne doit habituellement pas modifier sans permission l'apparence du commerce.

La plupart du temps, vous devrez continuer de verser des redevances au franchiseur pour divers produits et services tant et aussi longtemps que vous détiendrez la franchise. Peut-être devrez-vous également verser au franchiseur un pourcentage de vos profits, à

titre de paiements de redevance.

Si vous désirez acheter une franchise, voici quelques questions fondamentales à vous poser :

- Quel type d'entreprise aimerais-je avoir?
- Quel type d'entreprise a actuellement du succès?
- Ce type d'entreprise continuera-t-il d'avoir du succès?
- Quelles franchises conviennent à mes réponses aux trois premières questions?

Si vous désirez toujours acquérir une franchise et êtes disposé à accepter de composer avec les restrictions d'un système de franchise, vous pourriez songer :

- à visiter des salons de la franchise;
- à lire des journaux de franchise;
- à travailler pour une franchise qui vous intéresse;
- à consulter les petites annonces dans les journaux pour y repérer des occasions d'affaires.

Pour en savoir davantage, veuillez communiquer avec l'Association canadienne de la franchise (ACF), au **1-800-665-4232** ou au www.cfa.ca. L'ACF représente plus de 350 entreprises en franchise qui observent le code de déontologie de l'Association.

L'acquisition d'une franchise peut être très coûteuse, mais peut offrir une excellente valeur, en raison du rendement prévu des investissements. Il importe d'analyser soigneusement la franchise avant d'en faire l'acquisition, d'effectuer des recherches détaillées sur le franchiseur, de même que sur la situation financière de l'entité mère et sur le succès que connaissent les autres franchisés. Les contrats de franchises sont généralement très complexes. Il faut solliciter l'aide de votre propre avocat et de votre comptable professionnel si vous songez à acquérir une franchise.

Choix d'une franchise

Le prix d'une franchise est très variable. Vous pouvez payer seulement 1 000 \$, ou, dans certains cas, jusqu'à 1 000 000 \$ voire plus. Il existe des franchises dans de nombreux secteurs différents et pour divers produits

et services. Si vous songez à acheter une franchise, il vous faut évaluer soigneusement les éléments suivants :

1. l'offre de franchise;
2. les coûts par rapport au rendement prévu;
3. le soutien du franchiseur;
4. la valeur de la marque;
5. les exigences prévues au contrat.

Conseil pratique

Il se peut que vous deviez préparer une présentation pour prouver que vous êtes en mesure de réussir comme franchisé.

Ce conseil pratique est donné par des entrepreneurs immigrants du Nouveau-Brunswick.

1. Comprendre l'offre de franchise

L'offre d'un franchiseur renferme habituellement une description de la marque dont vous faites l'acquisition, des produits et des services que vous recevrez, de la façon dont fonctionne l'entreprise et du soutien dont vous bénéficierez, au départ et par la suite. L'offre détaille également les coûts d'achat et le montant des redevances que vous aurez à payer. Vous pouvez trouver ces renseignements généraux sur les sites Web des franchiseurs, dans les salons de la franchise, dans les revues spécialisées et auprès du site Web de l'Association canadienne de la franchise, au www.cfa.ca.

Voici deux éléments fondamentaux à évaluer avant de faire l'acquisition d'une franchise :

*Situation géographique et territoire de vente
Cette franchise vous convient-elle?*

Situation géographique et territoire de vente

Au moment d'évaluer la situation géographique ou le territoire de vente d'une franchise, il vous faut :

- avoir une définition claire de votre territoire de franchise, savoir s'il est exclusif et, le cas échéant, jusqu'à quand;
- disposer de renseignements et de statistiques de marché appuyant les perspectives estimatives de ventes du franchiseur pour le territoire;
- obtenir des renseignements fiables

démontrant les perspectives de croissance futures de votre territoire;

- savoir qui sont vos concurrents dans le secteur;
- connaître les normes du franchiseur concernant la situation géographique et les locaux;
- connaître les conditions de location ou d'achat des locaux auprès du franchiseur.

Cette franchise vous convient-elle?

Avant d'acheter, vous devriez également déterminer si la franchise à laquelle vous songez constitue le meilleur choix pour vous. Posez-vous les questions suivantes :

- Ce produit ou ce service m'intéresse-t-il?
- Ai-je de l'expérience, des connaissances ou des aptitudes en ce qui concerne le produit ou le service visé par cette franchise?
- Ai-je suffisamment d'argent pour acquérir et exploiter la franchise?
- Vais-je devoir faire face à des barrières culturelles ou linguistiques avec l'organisme auprès duquel je compte acheter la franchise? Si oui, comment ferai-je pour composer avec ces obstacles?

2. Coûts et rendement prévu

Certaines franchises coûtent très peu à l'achat, mais génèrent très peu de profits en retour. D'autres franchises peuvent sembler trop coûteuses, mais peuvent générer des profits très intéressants. Il n'y a pas de règle fixe. Il vous faut intégrer tous les coûts et comparer le montant ainsi obtenu aux profits prévus. Si vous évaluez diverses franchises en même temps, les différences entre elles vous apparaîtront plus évidentes.

Il y a deux types de coûts :

1. Coûts initiaux ou coûts de démarrage
2. Coûts permanents

Coûts initiaux ou coûts de démarrage

Les coûts initiaux sont habituellement liés :

- à l'achat de la franchise;
- à l'achat ou à la construction des locaux;
- à l'achat de l'équipement, du matériel, des manuels et des services spécialisés ou de tout autre article nécessaire au démarrage, mais ne faisant pas partie du prix d'achat.

Coûts permanents

Les coûts permanents peuvent notamment inclure les éléments suivants :

- paiements de location ou loyer des locaux;
- redevances de franchisage, correspondant habituellement à un pourcentage (%) des gains de la franchise;
- droits versés aux franchiseurs aux fins de commercialisation, notamment pour le matériel promotionnel, pour une part des frais de publicité et de nouvelles enseignes;
- permission liée à la propriété intellectuelle et élaboration de produits;
- ingrédients, uniformes et autres articles.

Pour tenter de déterminer le rendement que vous rapportera votre investissement initial, il vous faudra :

- demander à des franchisés actuels quel rendement leur rapporte leur franchise;
- calculer le volume de ventes auquel vous pouvez vous attendre au cours des trois à cinq premières années;
- estimer les coûts totaux que vous prévoyez devoir déboursier pour vendre les produits ou pour offrir les services;
- obtenir et analyser les états financiers d'une franchise semblable pour les cinq dernières années.

Vous devriez retenir les services d'un comptable professionnel pour vous aider à déterminer le rendement que vous rapportera votre investissement.

Habituellement, le franchiseur et vous devriez avoir chacun votre comptable et votre avocat aux fins de la négociation. Vous devriez demander à votre comptable :

- d'évaluer la fiabilité des renseignements financiers que vous avez reçus du franchiseur;
- de calculer les coûts pour les trois prochaines années à partir d'hypothèses raisonnables;
- de calculer le taux rendement que devrait vous rapporter votre investissement dans la franchise.

3. Soutien du franchiseur

Une franchise solide suppose un franchiseur solide. Les franchiseurs ont une éthique entrepreneuriale, un bagage, une expérience et des finances différentes. Il est très important de savoir les éléments qui suivent à propos du franchiseur : financial strength and profitability

- sa force financière et sa rentabilité;
- le nombre d'années qu'il compte dans le domaine;
- ses relations avec les autres franchisés;
- son engagement envers la réussite des franchisés.

Posez au franchiseur les six questions fondamentales suivantes :

1. Depuis combien de temps le franchiseur offre-t-il des franchises?
2. Quelles sont les personnes qui font partie de l'organisation et quel bagage ont-elles?
3. Combien de franchisés exploitent une franchise prospère à l'heure actuelle?
4. Y a-t-il des franchises qui ont fermé leurs portes dans les cinq dernières années? Serait-ce possible de parler aux franchisés en question? Quels sont les motifs de la fermeture de ces franchises?
5. Y a-t-il des ouvertures dans de nouveaux emplacements? À quelle fréquence?
6. Est-ce possible de rencontrer des franchisés actuels?

Parfois, les meilleures sources d'information fiable sont les franchisés actuels. Vous avez avantage à rendre visite à plusieurs d'entre eux pour obtenir autant de renseignements utiles que possible. Le franchiseur devrait être en mesure de vous fournir une liste des franchisés de votre région.

Posez aux autres franchisés les questions fondamentales suivantes :

1. Si c'était à refaire, achèteriez-vous tout de même cette franchise?
2. Quel a été l'investissement total exigé par le franchiseur?
3. Y a-t-il eu des coûts inattendus?
4. Faites-vous autant de profits que prévu?
5. Selon vous, quelle est la principale lacune de cette franchise?

6. Quelle est sa principale force?
7. Êtes-vous satisfait du niveau de service que vous recevez du franchiseur?
8. Êtes-vous satisfait de la qualité des produits que vous vend le franchiseur?
9. Quelle sorte de formation a été offerte à l'intention de la direction et du personnel?
10. Êtes-vous satisfait des efforts de commercialisation déployés par le franchiseur?
11. Obtenez-vous rapidement des réponses à vos questions et des conseils utiles?
12. Avez-vous déjà été en profond désaccord avec le franchiseur?
13. Qu'avez-vous fait pour assurer la réussite de votre franchise?

Posez-vous et posez à votre comptable les sept questions fondamentales suivantes :

1. La franchise est-elle financièrement stable?
2. La franchise continue-t-elle d'élaborer de nouveaux produits et procédés?
3. La promotion des franchises s'effectue-t-elle adéquatement?
4. Les franchisés se réunissent-ils régulièrement?
5. Le franchiseur est-il disponible pour les franchisés et s'investit-il activement dans les franchises?
6. Le franchiseur offre-t-il aux franchisés une formation continue sur place?
7. Est-ce difficile de répondre aux critères d'admissibilité liés à l'acquisition de la franchise, ou est-ce que le franchiseur semble accepter n'importe qui?

4. La valeur de la marque

La reconnaissance de la marque est un facteur fondamental dans le choix d'une franchise. Par exemple, il existe de nombreuses chaînes de restauration rapide. Certaines sont bien connues et d'autres peuvent appartenir à des intérêts régionaux et jouir de peu de reconnaissance. Lorsque l'on paie une franchise, il importe d'acheter une marque réputée et bien reconnue sur le marché.

Voici sept questions fondamentales à vous poser, à poser à votre comptable et à d'autres franchisés.

1. La marque est-elle bien connue? Recherchez des études de marché corroborant les prétentions du franchiseur.
2. Y a-t-il actuellement une bonne demande pour ce produit ou ce service?
3. Les ventes sont-elles à la hausse ou à la baisse?
4. Le prix du produit ou du service est-il concurrentiel?
5. Le produit est-il protégé par un brevet, par une marque de commerce ou par le droit d'auteur?
6. Le produit ou le service est-il exclusif, attrayant et utile?
7. Le franchiseur est-il en mesure de vous garantir un approvisionnement de matières premières ou de produits finis qui puisse répondre à la demande du marché?

5. Lecture du contrat

Le contrat de franchise est un contrat commercial qui définit les rôles et les responsabilités du franchisé et du franchiseur. Votre avocat, votre comptable et vous devriez le scruter soigneusement. Voici certaines questions auxquelles il vous faut vous attarder de façon particulière.

1. Les droits et les obligations du franchisé et du franchiseur sont-ils clairement définis?
2. Les paiements au franchiseur sont-ils clairement précisés? Il peut notamment s'agir :
 - de redevances de franchisage;
 - de paiements de redevance;
 - de paiements de marketing;
 - de droits liés à des services permanents.
3. Le contrat stipule-t-il que vous devez acheter des produits ou de la marchandise tous les ans? Y a-t-il un montant minimal?
4. Le contrat précise-t-il le type et l'ampleur de l'entreprise que vous devrez exploiter?
5. La nature, la durée, l'importance et le coût de la formation que vous recevrez figurent-ils au contrat?

6. Avez-vous automatiquement droit à toutes les innovations du franchiseur ou devrez-vous continuer d'investir pour avoir accès aux nouveautés?
7. Avez-vous des quotas de vente à respecter pour conserver votre franchise?
8. Le contrat fait-il clairement état de toutes les promesses faites par le franchiseur?
9. Le contrat peut-il être renouvelé ou résilié? Si oui, à quelles conditions?
10. Êtes-vous autorisé à développer le territoire en ouvrant plusieurs succursales ou êtes-vous tenu de le faire? Si oui, combien et d'ici combien de temps?
11. Pouvez-vous vendre la franchise? À quelles conditions?
12. Pouvez-vous conserver certains profits liés à la vente de la franchise?
13. Pouvez-vous résilier le contrat et la résiliation du contrat est-elle assortie d'une pénalité financière?
14. Quand et comment le franchiseur peut-il résilier votre franchise?
15. Si votre franchise est résiliée, recevrez-vous une indemnité pour l'achalandage que vous aurez bâti pour l'entreprise?
16. Avez-vous l'interdiction de vous investir dans d'autres activités commerciales durant la période de validité du contrat?
17. Le contrat vous interdit-il de fonder une entreprise concurrente durant un certain nombre d'années après la résiliation de la franchise, d'être propriétaire d'une telle entreprise ou d'y travailler?



Avantages et inconvénients liés à l'acquisition d'une franchise

Avantages

- Vous avez la possibilité de voir comment fonctionne l'entreprise ailleurs.
- Vous pouvez effectuer des visites pour étudier de près les forces et les faiblesses de l'entreprise.
- Le fait de voir une franchise vous permet d'évaluer si ce type d'entreprise vous convient.
- La plupart des franchiseurs offrent un soutien considérable au moment du démarrage, ce qui peut signifier :
 - a) la possibilité de démarrer plus rapidement que si vous fondiez votre propre entreprise;
 - b) un risque d'investissement moins élevé;
 - c) moins de décisions initiales à prendre seul;
 - d) de l'aide pour trouver un bon emplacement pour votre commerce.
- Le franchiseur vous offrira peut-être une aide précieuse à long terme concernant d'importants enjeux en matière :
 - a) de commercialisation;
 - b) de développement de produits et de services;
 - c) de ressources humaines;
 - d) de tarification;
 - e) de gestion;
 - f) de contrôle de l'inventaire.
- Le franchiseur vous offrira peut-être un soutien grâce à :
 - a) des bulletins périodiques;
 - b) un numéro de téléphone sans frais;
 - c) un site Web;
 - d) des ateliers ou des séminaires organisés.

Inconvénients

- Il faut habituellement payer des redevances considérables pour obtenir un droit d'accès à une franchise.
- Il vous est habituellement impossible de modifier certains aspects de l'entreprise en raison de votre contrat avec le franchiseur.
- Vous devez acheter certains produits ou services par l'entremise du franchiseur.

- Votre franchiseur risque de ne pas continuer d'investir dans la marque ni de l'améliorer.
- Vous risquez de devoir prendre de l'expansion ou de devoir ouvrir d'autres succursales pour pouvoir conserver votre franchise.
- Vous risquez d'être en désaccord avec les décisions futures du franchiseur quant aux méthodes, aux processus, aux matières premières ou à d'autres questions.

Vous pouvez obtenir d'excellents renseignements sur l'acquisition d'une franchise auprès d'Entreprises Canada, dont le site Web est le suivant : www.entreprisescanada.ca.

MODÈLE 3 : DÉMARRAGE D'UNE NOUVELLE ENTREPRISE

Une troisième façon d'intégrer le monde des affaires au Nouveau-Brunswick consiste à démarrer une nouvelle entreprise. Il peut s'agir d'une entreprise à propriétaire unique, d'une société par actions ou d'une société en nom collectif. L'idée de démarrer une nouvelle entreprise est pour le moins exaltante. Vous aurez de nombreuses décisions à prendre, mais vous pourrez concrétiser votre rêve. Cette solution est très différente de l'achat d'une entreprise existante ou d'une franchise, où de nombreuses décisions se prennent déjà sans tenir compte de votre avis.

Conseil pratique

Visitez d'abord votre Corporation au bénéfice du développement communautaire. On vous y aidera.

Ce conseil pratique est donné par des entrepreneurs immigrants du Nouveau-Brunswick.

Clarté de la communication

La clarté de la communication est la clé de la réussite. Ne tenez pas pour acquis que vos associés, vos fournisseurs, vos employés et vos clients pensent comme vous, surtout si vous appartenez à des cultures différentes.

Au Canada, dans le monde des affaires, il vous faut expliquer clairement votre pensée, verbalement comme par écrit.

Choisir une idée d'affaires

Pour démarrer une nouvelle entreprise, il vous faut d'abord avoir une bonne idée et une vision de ce que vous voulez créer. La première partie de ce guide renferme des façons de cerner de bonnes idées d'affaires. Vous devriez être prêt à prendre le temps de faire cheminer l'idée d'entreprise de votre choix. Une étape très importante avant d'arrêter votre choix consiste à vous renseigner sur le milieu des affaires de la région.

Peut-être désirerez-vous retenir les services de professionnels pour vous aider à trouver les meilleurs renseignements généraux possible. Le fait de recourir aux conseils d'un avocat et d'un comptable vous épargnera beaucoup d'argent et vous évitera des déceptions.

Le processus de démarrage d'une nouvelle entreprise peut prendre un mois ou, dans certains cas, une année ou plus, selon votre concept d'affaires.

Décider du type d'entreprise

Chaque secteur d'affaires comporte son lot de risques, de satisfaction et d'exigences. Le démarrage d'une entreprise de services requiert habituellement moins de temps que celui d'un commerce de détail. La mise sur pied d'une entreprise de fabrication peut exiger quelques années, en raison du temps nécessaire à l'obtention de permis, à la construction des installations de production et à l'acquisition de l'équipement connexe.

Votre entreprise pourrait offrir un service ou des biens à des particuliers ou à d'autres entreprises. Voici quelques exemples de possibilités d'affaires.



1) Services s'adressant à des particuliers :

- nettoyage de tapis et de meubles remboursés;
- entretien paysager et enlèvement de la neige;
- service de traiteur et de préparation des aliments;
- restauration;
- coiffure et esthétique;
- langues et tutorat;
- aires d'entreposage;
- services de taxi et de limousine;
- hôtels, motels et autres types d'hébergement.

2) Services s'adressant à d'autres entreprises :

- nettoyage commercial;

- gestion et déchetage de documents;
- services et développement des TI;
- commerces de gros et fabrication;
- construction ou préparation de chantiers;
- études et services environnementaux.

3) Commerces de détail :

- magasins de vêtements;
- magasins de fournitures de bureau;
- épicerie ou dépanneurs;
- stations-services;
- magasins de matériaux de construction;
- magasins d'articles ménagers.

Suivre les 10 étapes

Pour démarrer une nouvelle entreprise au Nouveau-Brunswick, il vous faut suivre 10 grandes étapes. Inscrivez vos notes personnelles dans le tableau ci-dessous à propos des renseignements importants ayant trait à chacune des étapes.

Conseil pratique

Il faut du temps pour démarrer une entreprise. Investissez plus de temps que prévu pour créer des liens et trouver des renseignements. .

Ce conseil pratique est donné par des entrepreneurs immigrants du Nouveau-Brunswick.

LES ÉTAPES DU DÉMARRAGE DE VOTRE ENTREPRISE	NOTES, DATES ET CONTACTS
1) Déterminez le type d'entreprise qui vous convient et étudiez le secteur d'affaires qui s'y rapporte.	
2) Décidez s'il s'agira d'une entreprise à propriétaire unique, d'une société en nom collectif, d'une société par actions ou d'une coopérative.	
3) Commencez à rassembler l'information dont vous aurez besoin pour rédiger votre plan d'affaires.	
4) Calculez les coûts liés au démarrage de l'entreprise et à son exploitation durant au moins un an.	
5) Évaluez la rentabilité de l'entreprise pour déterminer si vous avez besoin de financement.	
6) Effectuez une étude préliminaire de marché.	
7) Rencontrez des conseillers qui connaissent la réalité régionale et discutez de votre plan d'affaires avec eux. Prévoyez d'autres rencontres avec eux.	
8) Choisissez un comptable et un avocat, puis rencontrez-les pour discuter de votre plan.	
9) Choisissez et enregistrez le nom de votre entreprise.	
10) Renseignez-vous sur les permis et les licences qu'il vous faudra et sur les organismes auprès desquels il vous faut les obtenir.	

1) Étudiez le secteur d'affaires.

Il y a de nombreuses façons d'étudier un secteur d'affaires. La façon la plus utile consiste à effectuer des visites dans des entreprises semblables à celle que vous souhaitez démarrer. Lors de vos visites, observez et notez soigneusement les éléments suivants :

- le choix de l'emplacement;
- les produits ou services;
- la tarification des produits ou services;
- les principaux fournisseurs;
- l'organisation des lieux;
- le nombre d'employés et la charge de travail qu'ils semblent avoir;
- la façon dont s'effectue la présentation ou la promotion des produits;
- les types de clients qui entrent pour se procurer les produits ou les services offerts;
- l'ampleur moyenne des achats effectués;
- la façon dont les services sont offerts ou dont les produits sont vendus.

Voici quelques bonnes sources d'information sur divers secteurs et diverses entreprises :

a) Entreprises Canada Nouveau-Brunswick :
1-888-576-4444

www.entreprisescanada.ca/nb

b) Réseau Entreprise :
506-453-6141

www.entreprise-entreprise.ca

c) Corporations au bénéfice du développement communautaire :
1-888-303-2232
www.cbdc.ca

2) Décidez s'il s'agira d'une entreprise à propriétaire unique, d'une société en nom collectif, d'une société par actions ou d'une coopérative.

Pour en savoir davantage sur ces quatre possibilités, veuillez consulter la première section de la deuxième partie : Formes juridiques de l'entreprise.

3) Commencez à rédiger votre plan d'affaires.

Pour en savoir davantage sur la façon de préparer votre plan d'affaires, veuillez consulter le Guide 3 : Ayez du succès : La planification de son entreprise. Ce guide

vous aidera à évaluer vos idées d'entreprises et à les convertir en un plan d'affaires efficace.

4) Calculez les coûts liés au démarrage de l'entreprise et à son exploitation durant au moins un an.

Dès que vous aurez choisi une idée qui vous plaît vraiment, il vous faudra trouver des renseignements précis sur les coûts liés au démarrage d'une telle entreprise. Répartissez vos coûts en dépenses non récurrentes, liées aux biens et aux services dont vous aurez besoin pour démarrer votre entreprise, et en frais d'exploitation, qu'il vous faudra assumer régulièrement pour exploiter votre entreprise.

Vos dépenses non récurrentes peuvent notamment inclure les éléments suivants :

- les honoraires juridiques nécessaires pour constituer la société ou pour préparer un contrat de société;
- les coûts liés à l'achat ou à la construction d'un bâtiment et les autres coûts de préparation du chantier, comme l'aménagement paysager;
- les coûts de rénovation, d'agrandissement et d'ameublement;
- les coûts liés à l'équipement, aux étalages et aux autres matériaux spécialisés;
- les coûts de branchement et d'installation des divers services (électricité, eau, Internet et téléphone);
- le coût des licences, des permis, des enregistrements et des inspections (certains de ces coûts seront récurrents d'une année à l'autre);
- les coûts liés aux études de marché et à la conception de matériel promotionnel;
- l'achat de l'inventaire initial.

Comme vous ne pouvez pas estimer les coûts définitifs exacts, il est important de tenter de tout énumérer et d'utiliser des coûts plus élevés, plutôt que l'inverse. Le montant total de ces dépenses non récurrentes vous permettra d'entrevoir ce qu'il vous en

coûtera pour démarrer votre entreprise. Ce chiffre vous aidera à déterminer si vous avez suffisamment de capital ou s'il vous faut emprunter pour vous lancer en affaires.

Vos frais d'exploitation peuvent notamment inclure les éléments suivants :

- salaires et autres coûts liés aux employés;
- loyer, location, chauffage, éclairage, téléphone, Internet et assurances;
- impôt foncier, taxes d'eau et de raccordement à l'égout et impôt sur le revenu;
- intérêts d'emprunts et autres frais bancaires;
- fournitures, entretien et réparations;
- licences et permis annuels;
- conseils en matière juridique, comptable et fiscale.

Cette deuxième catégorie de coûts vous aidera à déterminer ce qu'il vous en coûtera par mois et par année pour exploiter votre entreprise.

Conseil pratique

Le démarrage de votre entreprise nécessitera plus de temps que prévu. Il vous faudra prévoir un budget, car votre entreprise ne générera aucun revenu avant son ouverture.

Ce conseil pratique est donné par des entrepreneurs immigrants du Nouveau-Brunswick.

5) Évaluez la rentabilité de l'entreprise pour déterminer si vous avez besoin de financement et songez à des prêteurs éventuels.

Pour évaluer la rentabilité, comparez le calcul de vos coûts de fonctionnement aux revenus que vous prévoyez tirer de la vente des biens ou des services que vous comptez offrir. Vous obtiendrez une estimation plus exacte de vos revenus après avoir procédé à une étude de marché. Toutefois, vous pouvez tout de même estimer la quantité de biens ou de services qu'il vous faudra vendre pour absorber vos coûts d'exploitation. Cela s'appelle votre « seuil de rentabilité », puisqu'il

s'agit du niveau auquel vos dépenses égalent votre revenu. Le seuil de rentabilité détermine le volume d'affaires que vous devez maintenir pour faire des profits. En comparant le volume d'affaires nécessaire au volume d'affaires prévu selon votre étude de marché, vous serez à même de décider si vous avez besoin de soutien financier. Si vous avez besoin d'un financement externe, songez à des prêteurs éventuels.

6) Effectuez une étude préliminaire de marché.

Il vous faut connaître vos clients et vos concurrents pour estimer le volume de vos ventes. La réalisation d'une étude de marché vous renseignera sur les gens à qui vous comptez vendre, sur la concurrence à laquelle vous risquez de vous heurter, sur les tendances de l'industrie et sur votre part de marché éventuelle.

Attendez d'avoir fait votre plan d'affaires pour effectuer une étude de marché détaillée.

Demandez-vous d'abord si le marché désirera votre produit ou votre service. Consultez ensuite d'autres personnes, comme un groupe de clients éventuels ou un conseiller d'affaires, pour savoir ce qu'ils pensent de votre projet d'offrir votre produit ou votre service au marché que vous ciblez. Songez à vous poser et à poser à d'autres les questions suivantes :

- Qui achètera le produit ou le service?
- Où habitent les consommateurs?
- Quelles sont leurs caractéristiques (âge, sexe, revenu)?
- Pourquoi pourraient-ils vouloir acheter votre produit ou votre service?
- À quelle fréquence en auraient-ils besoin?
- Où l'achèteraient-ils? Dans un magasin? Dans un salon professionnel? Sur Internet?
- Les acheteurs ont-ils des préférences en ce qui concerne votre produit ou votre service?
- Serez-vous en mesure de fidéliser votre clientèle?

- Quelle image voulez-vous donner à votre produit ou à votre service?

Vous pouvez obtenir gratuitement des renseignements utiles sur les marchés auprès des organismes suivants :

- Statistiques financières provinciales : ministère des Finances du Nouveau-Brunswick **506-453-2451**
www.gnb.ca/finance
- RStatistiques et stratégie de recherche : Entreprises Canada – Nouveau-Brunswick
1-888-576-4444
www.entreprisescanada.ca/nb
- Statistiques fédérales : Statistique Canada **1-800-263-1136**
www.statcan.gc.ca

7) Rencontrez des conseillers qui connaissent la réalité régionale et discutez de votre plan d'affaires avec eux.

Prévoyez plusieurs rencontres avec des experts du monde des affaires pour obtenir des conseils généraux et pour leur poser des questions précises sur vos plans d'affaires. Vous pouvez obtenir des services de conseillers financiers en vous adressant aux organismes suivants :

- a) Entreprises Canada Nouveau-Brunswick :
1-888-576-4444
www.entreprisescanada.ca/nb
- b) Réseau Entreprise :
506-453-6141
www.entreprise-entreprise.ca
- c) Corporations au bénéfice du développement communautaire :
1-888-303-2232 www.cbdc.ca



8) Choisissez un comptable et un avocat, puis rencontrez-les pour discuter de votre plan.

Obtenir des conseils professionnels auprès d'un comptable et d'un avocat dignes de confiance peut vous aider à prendre de bonnes décisions et à épargner de l'argent à longue échéance. Il est préférable de vous renseigner sur les qualifications et l'expérience de vos conseillers professionnels. Il vous faut également vous assurer d'être à l'aise pour communiquer avec eux.

Choisissez des professionnels qui ont une excellente réputation dans le milieu et qui peuvent vous parler du type de travail qu'ils ont fait pour d'autres clients. Pour en savoir davantage, veuillez consulter la section Relations d'affaires du Guide 1.

9) Choisissez et enregistrez le nom de votre entreprise.

Une fois que vous avez déterminé le type d'entreprise que vous désirez démarrer et effectué une étude de marché, il est opportun de choisir un nom pour votre entreprise. Au Nouveau-Brunswick, le nom de l'entreprise décrit habituellement les produits ou les services qui y sont offerts. En général, ce doit être un nom facile à mémoriser. Il est rare qu'une entreprise porte seulement le nom de son propriétaire, sauf s'il s'agit d'une personne bien connue sur le marché.

Enregistrement d'un nom d'entreprise

Vous devez enregistrer le nom de votre entreprise (sauf s'il s'agit de votre propre nom) dans le registre des affaires corporatives. Cette démarche peut se faire en ligne, sur le site Web de Service Nouveau-Brunswick, à l'adresse suivante :

www.snb.ca. Vous pouvez également obtenir des formulaires à partir du site Web ou auprès du bureau de Service Nouveau-Brunswick de votre région. Il vous suffit ensuite de poster les renseignements nécessaires à la Direction des affaires corporatives. Pour trouver un bureau de Service Nouveau-Brunswick près de chez vous, il vous suffit de visiter le www.snb.ca ou de téléphoner au **1-888-762-8600**.

Recherche de noms

Avant de pouvoir enregistrer votre entreprise, il vous faut effectuer une recherche pour vous assurer que personne d'autre n'utilise le même nom.

Vous obtiendrez de l'aide de Service Nouveau-Brunswick et de la Direction des affaires corporatives pour ce faire. Les coordonnées figurent ci-dessus.

L'enregistrement d'un nom d'entreprise se fait en une journée, à moins que le nom que vous avez choisi ne soit déjà utilisé, auquel cas il vous faudra choisir un autre nom et poursuivre vos vérifications.

Une fois le nom approuvé, vous pouvez enregistrer votre entreprise. La Direction des affaires corporatives vous postera un certificat d'enregistrement. Si vous prévoyez ouvrir des succursales ailleurs qu'au Nouveau-Brunswick, dans une autre province ou dans un territoire, il vous faudra également enregistrer votre entreprise à cet endroit.

10) Permis et licences

Renseignez-vous sur les permis et les licences qu'il vous faudra et sur les organismes auprès desquels il vous faut les obtenir.

Tous les types d'entreprises au Nouveau-Brunswick sont assortis de différentes exigences juridiques en matière de licences et de permis. Il vous faut savoir rapidement quels permis et licences doit détenir votre entreprise dès le début de votre planification. Veuillez communiquer avec les organismes suivants pour en savoir davantage :

- Entreprises Canada – New Brunswick
Téléphone : **1-888-576-4444**
Site Web : www.entreprisescanada.ca/nb
- Service Nouveau-Brunswick (SNB) a des bureaux dans toutes les régions de la province. Pour trouver le point de service le plus près de chez vous, veuillez téléphoner au 1-888-762-8600 ou consulter le site Web de SNB, au www.snb.ca. Vous pouvez également accéder en ligne à l'information liée aux permis et aux licences d'entreprises par l'intermédiaire de BizPaL, au www.snb.ca/bizpal.
- Les pages bleues de votre annuaire téléphonique renferment les coordonnées des différents services de votre municipalité. Le site Entreprises Canada – Nouveau-Brunswick comporte également des renseignements municipaux.

Avantages et inconvénients liés au démarrage d'une nouvelle entreprise

Avantages

- Vous avez la liberté d'utiliser vos propres idées.
- Vous avez la liberté d'être patron.
- Vous avez la liberté de ne pas vous faire congédier.
- Vous avez la liberté de fixer votre propre salaire.

Inconvénients

- Vous devrez investir beaucoup d'heures de travail, habituellement davantage que si vous étiez employé chez quelqu'un d'autre.
- Il y a des risques d'échec.
- Le démarrage d'une entreprise exige beaucoup de travail.
- Il y a des risques de manque d'expérience dans l'entreprise (propriétaire, employés, partenaires).

CONCLUSION

En lisant ce guide, vous avez appris comment élaborer de bonnes idées d'entreprises et comment en choisir une pour vous lancer en affaires. Vous vous êtes également familiarisé avec les types et les modèles d'affaires qu'il est possible d'exploiter au Nouveau-Brunswick. Il est maintenant temps de commencer à planifier votre propre entreprise. Un bon plan d'affaires vous aidera à cerner les forces et les faiblesses de votre idée d'entreprise et à concrétiser celle-ci. Le Guide 3 vous aidera à préparer un plan afin de savoir à quoi vous attendre au moment d'acheter ou de démarrer une entreprise et d'embaucher des employés. Vous aurez besoin de ce plan pour démarrer votre entreprise et continuerez de l'utiliser durant de nombreuses années. Bonne chance dans vos démarches de planification qui vous permettront de lancer votre entreprise sur la voie de la réussite!

REMERCIEMENTS

Le Guide 2, Exploitez votre créativité : Idées et modèles d'affaires, a notamment été réalisé à l'aide de renseignements généraux utiles issus de nombreux sites Web et de nombreux organismes gouvernementaux provinciaux et fédéraux. Ces sources sont citées dans l'ensemble du guide, et les adresses Internet y ont été insérées afin de permettre au lecteur de lire davantage sur le sujet et d'accéder aux coordonnées dont il pourrait avoir besoin. Nous tenons à remercier tout particulièrement Entreprises Nouveau-Brunswick d'avoir autorisé l'utilisation de ses renseignements en ligne aux fins de la préparation de ce guide.

Ressources Web :

Banque du Canada

www.banqueducanada.ca

Investir N.-B.

www.inbcanada.ca

Entreprises Canada Nouveau-Brunswick

www.entreprisescanada.ca/nb

Gouvernement du Nouveau-Brunswick –
Communications Nouveau-Brunswick

www.gnb.ca/cnb

Corporations au bénéfice du développement
communautaire

www.cbdc.ca/fr

Industrie Canada

www.ic.gc.ca

Gouvernement du Nouveau-Brunswick –
Tourisme et Parcs

www.gnb.ca/tourisme

Gouvernement du Nouveau-Brunswick –
Gouvernements locaux

www.gnb.ca/gouvernementslocaux

Réseau Entreprise

www.enterprise-entreprise.ca

Gouvernement du Nouveau-Brunswick –
Division de la croissance démographique

www.gnb.ca/population

Solutions Nouveau-Brunswick

www.solutionsnb.ca

Statistique Canada :

www.statcan.gc.ca



Exploitez votre créativité au Nouveau-Brunswick

Pour en savoir plus sur le démarrage d'une entreprise, visitez le site
www.gnb.ca/immigration