

Guide pour l'entrepreneuriat militaire



Table des matières

Pour commencer **2**

- Liste de vérification juridique de base 2
 - Entrepreneurs : cinq choses à faire 3
-

Gestion des finances **4**

- Lancer votre entreprise sur la bonne voie 4
 - Plan d'affaires 5
 - Par ici la monnaie : introduction à l'établissement d'un budget 7
 - Introduction aux impôts 8
-

Faire croître son entreprise **9**

- Six étapes pour concevoir un meilleur site Web 9
- Bâtir son entreprise grâce au marketing sur les médias sociaux 11

La vie militaire est une vie pas comme les autres. Elle permet de développer d'excellentes qualités entrepreneuriales que la plupart des cheminements de carrière ne peuvent égaler. Par contre, les réservistes, les anciens combattants et les conjoints des militaires ne savent pas toujours par où commencer pour devenir entrepreneur. Il n'y a pas de chemin déterminé ou de tableau sur l'avancement des grades pour vous indiquer comment devenir votre propre patron. C'est là que BMO peut vous aider. Nous vous offrons les outils et l'expertise nécessaire à chaque étape pour vous aider à réussir.

Pour commencer

Pour bâtir une entreprise, il ne suffit pas d'une excellente idée. Suivez ces étapes pour vous assurer de partir du bon pied.

Liste de vérification juridique de base

Le démarrage de votre propre entreprise est un parcours emballant, mais lorsque vient le temps de composer avec la réglementation et les règles gouvernementales, vous pourriez vous sentir légèrement perdu.

N'ayez crainte! Que vous soyez le seul employé de votre entreprise exploitée dans votre sous-sol ou aux commandes d'une société comptant un personnel de 50 employés, il existe certains éléments juridiques que presque tout le monde doit prendre en considération au moment de démarrer une entreprise. La liste de vérification ci-dessous présente les principales choses dont vous devez tenir compte avant d'accrocher l'enseigne « Ouvert » à la porte de votre entreprise.

De même que pour les autres réglementations auxquelles vous serez assujéti, les permis dont vous aurez besoin dépendront de certains facteurs, notamment : votre secteur d'activité, l'endroit où vous exploitez votre entreprise, le nombre d'employés que vous avez, etc. Il est recommandé de vérifier ces exigences au moment de la rédaction de votre plan d'affaires.

1. Choisissez la structure de votre entreprise

Votre nouveau projet peut correspondre à l'une des quatre structures d'entreprise suivantes : l'entreprise à propriétaire unique, la société en nom collectif, la société par actions et la coopérative. Divers niveaux de complexité juridique et de documentation sont associés à chaque structure. Étudiez les avantages et les responsabilités de chacune pour décider quelle **structure d'entreprise convient le mieux** à votre situation.

2. Constituez votre entreprise en société

Si vous décidez que votre entreprise sera une société par actions, vous avez le **choix de la constituer en société au niveau fédéral ou provincial** (article en anglais seulement). Bien que l'ensemble des exigences varie en fonction de la province ou du territoire, vous devez suivre les cinq étapes ci-dessous pour constituer votre entreprise en société au niveau fédéral :

- i. choisissez la dénomination sociale de votre société
- ii. créez les statuts de constitution
- iii. choisissez l'adresse du siège social et les membres du conseil d'administration

- iv. déposez les formulaires appropriés et payez les frais
- v. recevez votre certificat de constitution

Pour chacune des étapes ci-dessus, diverses exigences et tâches doivent être remplies. Visitez le site Web du Gouvernement du Canada pour obtenir des précisions sur les **étapes de la constitution en société au niveau fédéral**.

3. Enregistrez votre entreprise

Quelle que soit la structure d'entreprise pour laquelle vous optez, vous devrez enregistrer votre entreprise dans chaque province et territoire où vous avez l'intention de l'exploiter (dans certains cas, il n'est pas nécessaire d'enregistrer les entreprises individuelles exploitées sous le nom du propriétaire de l'entreprise; vérifiez les exigences provinciales pour obtenir toutes les précisions).

Comme vous devrez enregistrer votre entreprise dans chaque endroit où vous souhaitez l'exploiter, vérifiez les **exigences provinciales et territoriales**.

4. Ouvrez un compte de TPS/TVH

Avez-vous besoin d'un numéro de TPS/TVH? C'est le cas de la plupart des entreprises qui démarrent, mais il y a certaines exceptions; il est donc important de vérifier si votre entreprise a besoin d'un numéro de TPS/TVH. Obtenez les renseignements les plus à jour pour déterminer si vous devez vous inscrire au compte de TPS/TVH et savoir comment vous y prendre.

Si vous obtenez un numéro de TPS/TVH, vous pouvez vous inscrire aux pratiques **Services de déclaration et de paiement d'impôts** de BMO afin de simplifier les opérations de votre entreprise.

5. Occupez-vous de vos taxes et impôts

Maintenant que vous disposez de votre compte de TPS/TVH, quelle est l'étape suivante? Vous devrez connaître les autres taxes et impôts que vous pourriez avoir à payer, ainsi que la façon et le moment de les payer. De plus, vous devez apprendre à tenir des dossiers financiers exacts et savoir comment devenir admissible à des crédits d'impôt. Que vous réalisiez toutes ces tâches vous-même ou que vous les confiez à un comptable, assurez-vous de **rafraîchir vos connaissances de base en matière fiscale**.

Pour en savoir plus sur les règles gouvernementales et les réglementations, visitez le site Réseau Entreprises Canada.

Entrepreneurs : cinq choses à faire

Une fois que vous avez coché tous les éléments de la liste de vérification juridique de base, il y a certaines autres mesures que vous devriez prendre afin d'assurer votre succès.

Une fois que vous avez coché tous les éléments de la liste de vérification juridique de base, il y a certaines autres mesures que vous devriez prendre afin d'assurer votre succès.

1. Élaborer un plan d'affaires

Le plan d'affaires est la pierre angulaire de votre entreprise : il présente la composition essentielle de cette dernière et sert de feuille de route pour les investisseurs et l'équipe de direction, mais surtout, pour vous-même. Comme le décrit notre guide sur le plan d'affaires, vous devez y inclure sept éléments clés :

- But de votre entreprise
- Propriétaires et administrateurs
- Marché que vous souhaitez atteindre
- État du secteur d'activité
- Produits et services
- Données d'exploitation
- Données financières historiques et prévisionnelles

Pour en savoir plus sur ces éléments clés, consultez notre [guide pour élaborer le plan d'affaires d'une petite entreprise](#).

2. Demander conseil à un mentor

N'hésitez jamais à demander des conseils. Diriger une entreprise n'est pas une mince affaire, mais vous pouvez éviter de commettre les mêmes erreurs que bien des nouveaux entrepreneurs. Trouvez un chef d'entreprise expérimenté, un professeur d'université, un parent ou un ami de confiance qui croit en vous et en votre projet, puis prévoyez des rencontres régulières avec cette personne pour discuter de vos objectifs d'affaires.

Assurez-vous que cette dernière partage votre passion, que sa personnalité s'accorde à la vôtre, et qu'elle comprend vos besoins et vos attentes. Si vous n'arrivez pas à trouver un mentor vous-même, sachez que [Futurpreneur Canada](#) aide les personnes de 18 à 39 ans qui souhaitent devenir entrepreneurs à lancer une entreprise en les jumelant à l'un de ses mentors bénévoles. Un [conseiller aux entreprises de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante \(FCEI\)](#) peut également répondre à un grand nombre de vos questions.

3. Prévoyez votre financement de démarrage

Selon le [Réseau Entreprises Canada](#), pour les entrepreneurs, obtenir du financement est la partie la plus difficile du processus de démarrage ou de croissance d'une entreprise. Heureusement, plusieurs options de financement et subventions sont offertes aux propriétaires de petites entreprises au Canada, y compris les subventions gouvernementales, le financement du secteur privé et le sociofinancement.

Envisagez toutes les options avant de décider de la meilleure façon de financer votre entreprise. Par exemple, BMO offre des



prêts et marges de crédit à taux préférentiel destinés aux petites entreprises pour les besoins de financement courants ou ponctuels. De plus, le Réseau Entreprises Canada peut vous aider à trouver les subventions, les prêts et le financement qu'offre votre gouvernement provincial.

4. Faire connaître votre petite entreprise

Comment les gens feront-ils affaire avec votre entreprise s'ils ne savent pas qu'elle existe? Un mot : marketing. Rédigez un communiqué de presse et envoyez-le aux médias. Publiez une annonce publicitaire dans le journal local. Faites la promotion de vos services en ligne à l'aide d'un bulletin électronique ou d'un blogue afin de vous présenter comme une personne à suivre dans le secteur.

Assurez-vous également de tirer parti des médias sociaux. En effet, l'établissement d'une forte présence sur les médias sociaux peut constituer une manière très efficace de publiciser votre entreprise et de commencer à bâtir des relations avec des clients actuels ou potentiels.

Dès que vous aurez une solide présence sur les médias sociaux, songez à faire de la publicité ciblée pour atteindre votre public cible. Le Réseau Entreprises Canada peut vous aider en ce qui a trait au marketing et aux ventes, en commençant par les principes de base du marketing.

5. Songez à recourir à un soutien externe

L'externalisation de quelques tâches administratives, opérationnelles et liées à la conception (par exemple, la tenue de livres, la réalisation d'appels de service à la clientèle et la mise à jour de votre site Web) peut vous permettre de mieux vous concentrer sur les parties de votre entreprise qui vous passionnent et avec lesquelles vous êtes familier. Un assistant virtuel (un entrepreneur qui travaille à distance) peut s'occuper d'une multitude de tâches administratives. Pour vous aider à en trouver un, visitez le site de la [Canadian Association of Virtual Assistants](#) (en anglais seulement).

Vous voudrez peut-être aussi embaucher un comptable ou un teneur de livres qui veillera à la concordance de vos comptes et à la gestion de vos finances. Si vous préférez le faire vous-même avec un peu d'aide, renseignez-vous sur [Quickbooks](#)^{MD} (en anglais seulement). Bien que l'achat d'un tel logiciel soit une dépense supplémentaire, cela peut vous permettre d'économiser temps et argent à long terme, et de veiller au respect des règles et règlements fiscaux auxquels les entreprises sont soumises.

Les gens sont attirés par l'entrepreneuriat, car ils veulent nourrir leurs intérêts. Cependant, la passion ne suffit pas pour assurer un démarrage d'entreprise réussi. Ces conseils peuvent aider les entrepreneurs à jeter les bases d'une entreprise solide et prospère à long terme.

^{MD} Intuit et QuickBooks sont des marques déposées d'Intuit, Inc.

^{MD} Marque déposée de 2ndSite Inc.

Gestion des finances

Gérer la tenue des livres de votre petite entreprise peut être accablant. Prenez les mesures nécessaires pour avoir le contrôle de vos finances, et ce, afin de pouvoir vous concentrer à faire ce que vous aimez.

Lancer votre entreprise sur la bonne voie

Voici six conseils pour guider votre petite entreprise sur la bonne voie et garder le contrôle de votre argent de manière efficace.

1. Faites un budget

L'établissement d'un budget n'est pas une partie de plaisir, mais est essentiel à la gestion de vos flux de trésorerie. Il s'agit, en gros, d'une liste de vos revenus et dépenses mensuels ou annuels prévus. Le fait de prévoir les dépenses de l'entreprise vous aide à éviter les surprises, à planifier pour l'avenir et à vous pencher sur les lacunes. Il est important de prévoir votre revenu avec le plus d'exactitude possible. Comparez votre budget à vos revenus et à vos coûts réels afin d'obtenir un portrait juste des finances de votre petite entreprise¹. **Plus de détails sur l'établissement du budget sont donnés à la page 7.**

2. Établissez les livres comptables de votre entreprise

Il est essentiel de conserver un registre de vos revenus et de vos dépenses. Vous serez ainsi en mesure de prendre de meilleures décisions en matière d'impôt, de revenu, de financement et plus encore. Il existe de nombreux logiciels gratuits ou presque gratuits grâce auxquels vous pouvez créer les rapports dont vous avez besoin pour faciliter la gestion de vos flux de trésorerie et de vos finances, y compris **QuickBooks**^{MD*}... aussi bien les utiliser!

Dans le cadre de vos efforts en matière de comptabilité, ouvrez un **compte de chèques séparé pour votre petite entreprise** et effectuez-en le rapprochement chaque mois. Vous devriez également mettre sur pied un système fiable de rapports de ventes au moyen d'un registre des ventes, d'un système de facturation ou d'un système de point de vente.

3. Prévoyez vos flux de trésorerie

Les problèmes de **flux de trésorerie**, comme les comptes clients en souffrance ou les charges d'impôt imprévues, peuvent entraîner bien des maux de tête et mener de nombreuses entreprises à déclarer faillite plutôt qu'à réaliser des bénéfices. Une prévision des flux de trésorerie comprenant les frais de mise en exploitation, le financement ainsi que les ventes prévues vous aidera à éviter ces problèmes et à faire prospérer votre entreprise.

Contrôlez vos prévisions au moyen d'un état des flux de trésorerie, c'est-à-dire d'un registre des rentrées et des sorties de fonds mensuelles de votre compte bancaire.

4. Créez un état des résultats

N'oubliez pas d'effectuer un suivi mensuel de votre rentabilité. Préparez et examinez votre état des résultats mensuellement ainsi que pour l'ensemble de l'exercice financier jusqu'à ce jour, sur une base annuelle. Ce document vous indique si la gestion de votre entreprise est adéquate et comprend les ventes, le coût des biens vendus, le bénéfice brut, les frais généraux et le bénéfice net. Tirez profit d'un logiciel de comptabilité comme **QuickBooks**^{MD*} pour générer automatiquement un état des résultats pour la période désirée en fonction des paramètres que vous aurez saisis.

5. Préparez-vous en vue des taxes et des impôts

Lors du démarrage de votre entreprise, établissez des comptes de taxes et d'impôts et maintenez-les à jour afin de ne pas vous embrouiller la période des impôts venue. Selon le revenu de votre entreprise, vous pourriez devoir percevoir la TPS ou la TVH. Découvrez si des taxes sur les importations s'appliquent à votre entreprise. Si vous exploitez une entreprise individuelle, renseignez-vous au sujet des retenues d'impôt à la source et déterminez si celles-ci s'appliquent à votre revenu d'entreprise. Ces renseignements se trouvent en ligne, sur le site du **Gouvernement du Canada**.

6. Faites appel à un professionnel

Les chiffres ne sont pas votre force? Engagez un teneur de livres ou un comptable pour établir ou maintenir vos registres financiers. Celui-ci pourra effectuer les calculs à votre place, vous fournir des conseils et vous éviter des erreurs parfois coûteuses. L'utilisation des outils offerts pour prévoir vos ventes et vos dépenses et en effectuer le suivi, la recherche de renseignements en ligne et **l'embauche d'un professionnel** peuvent aider à garantir le maintien de la santé fiscale de votre petite entreprise.

¹ Banque de développement du Canada, « **La gestion des flux de trésorerie : Étude Points de vue BDC** », avril 2014.

^{MD} Intuit et Quickbooks sont des marques déposées d'Intuit, Inc.



Plan d'affaires

Le succès en affaires requiert un plan. Vous augmenterez vos chances de bâtir une entreprise durable lorsque vous vous concentrez préalablement sur les détails.

À quoi ressemble le plan d'affaires d'une petite entreprise?

Vous avez une idée : maintenant, il vous faut un plan. Voici les éléments à inclure dans votre plan d'affaires.

Démarrer une entreprise suppose beaucoup de travail, et même les meilleures idées ne portent pas toujours leurs fruits. Beaucoup d'entreprises en démarrage se heurtent à des problèmes liés à un financement insuffisant, à l'offre et à la demande ou à un emplacement inadéquat, entre autres.

Mais gardez courage! Vous pouvez surmonter ces obstacles grâce à une planification rigoureuse, et c'est là que le plan d'affaires de votre petite entreprise entre en jeu.

Si vous lancez une nouvelle entreprise ou cherchez du financement pour votre entreprise existante, élaborer un plan d'affaires exhaustif définissant votre stratégie peut vous aider à accroître vos chances de succès.

Or, à quoi ressemble le plan d'affaires d'une petite entreprise? Les sept points ci-dessous présentent les renseignements clés que vous devez communiquer sur votre entreprise pour créer un plan d'affaires solide.

Éléments à inclure dans votre plan d'affaires :

1. But de votre entreprise :

Abordez la question comme s'il s'agissait de votre argumentaire éclair. Quel problème votre entreprise résout-elle? Décrivez aussi votre expérience ou vos connaissances pertinentes qui vous aideront à réussir dans la prestation de produits ou de services. Indiquez quand, comment et pourquoi vous êtes entré dans ce secteur d'activité.

2. Propriétaires et administrateurs :

Présentez les propriétaires principaux de votre entreprise, l'équipe de direction et votre philosophie; indiquez les descriptions de poste et l'expérience pertinente. Il peut aussi s'avérer utile d'établir des prévisions quant aux postes auxquels vous devrez pourvoir aux fins d'entretien ou d'expansion dans le futur – pensez par exemple à l'ajout d'un conseil d'administration ou d'un comité consultatif. Prenez également note de la structure juridique que vous utilisez : votre entreprise est-elle une entreprise à propriétaire unique, une société en nom collectif ou une société par actions?

3. Marché que vous souhaitez atteindre :

Quel est votre marché cible? Que savez-vous à propos de l'attitude du marché à l'égard de votre secteur d'activité et de votre produit ou service? C'est l'endroit idéal pour indiquer les données démographiques pertinentes, plus précisément, les habitudes et tendances d'achat de vos clients potentiels, ainsi que les conclusions de groupes de discussion. Vous voudrez peut-être mentionner aussi...

Votre plan de marketing : comment intégrerez-vous votre produit ou service dans votre marché? Songez à inclure vos plans de promotion : où allez-vous faire de la publicité? Quel est votre budget de marketing?

4. État du secteur d'activité :

Indiquez les principaux acteurs du secteur et sa dimension, ainsi que tout changement important survenu dans ce dernier au cours des dernières années (et ceux que vous prévoyez). Votre plan d'affaires doit aussi aborder les points suivants :

Concurrence : précisez qui sont vos principaux concurrents, et indiquez quelles sont leurs forces et leurs faiblesses.

Ce qui vous distingue : qu'est-ce qui différencie votre entreprise de la concurrence? Définissez sans équivoque la valeur que vous offrez qui vous fait ressortir du lot.



5. Produits et services :

Décrivez les produits et services que vous prévoyez offrir. Quels avantages précis fournissent-ils? Quel besoin vont-ils combler? Comment s'intègrent-ils dans le marché? Déterminez si vous voudrez obtenir des marques de commerce, des droits d'auteur, des licences ou des garanties pour vos produits ou services, ou si vous en aurez besoin.

6. Données d'exploitation :

La description des activités doit inclure la logistique matérielle quant à l'exploitation de votre entreprise. Où votre entreprise exercera-t-elle ses activités? Disposez-vous d'un endroit où vous pourrez installer votre entreprise? Quels sont les frais généraux? Combien d'employés travailleront à chaque emplacement? Quels seront leurs salaires? Quelles relations avec les fournisseurs devrez-vous établir?

Enfin, n'oubliez pas d'ajouter pour chaque emplacement des renseignements sur l'entreposage des stocks et sur tout aspect réglementaire.

7. Données financières historiques et prévisionnelles :

S'il s'agit d'un plan pour une entreprise existante, vous devez fournir les données des trois à cinq exercices précédents, ainsi que les projections mensuelles et trimestrielles pour la prochaine année, y compris les revenus prévus et les états des flux de trésorerie prévus, et les budgets de dépenses en immobilisations.

Votre bilan prévisionnel doit afficher les actifs – les immeubles ou le matériel que vous possédez, les fonds dont vous disposerez chaque mois, l'argent que l'on vous doit et les stocks – ainsi que les dettes, comme les factures non réglées et les prêts non remboursés.

Un plan d'affaires solide peut vous aider à prouver aux investisseurs – et à vous rappeler à vous-même – que votre idée d'affaires est intéressante.

Pour en savoir plus sur l'élaboration du plan d'affaires de votre petite entreprise, consultez le site du [Réseau Entreprises Canada](#) : vous y trouverez des modèles et gabarits de plans d'affaires, ainsi qu'une foire aux questions sur la planification d'entreprise.

Par ici la monnaie : introduction à l'établissement d'un budget

Vos finances font partie intégrante de votre entreprise, alors gardez un contrôle sur elles au moyen d'un budget bien réfléchi.

Un budget fournit un cadre pour les finances de votre petite entreprise. Il vous permet de savoir exactement d'où provient votre argent et où celui-ci s'en va. Ces renseignements sont nécessaires pour la planification en vue de la réussite de votre entreprise.

Pourquoi ma petite entreprise a-t-elle besoin d'un budget?

Un budget détaillé vous permet d'analyser les finances de votre entreprise et d'établir un plan pour garantir la réussite de celle-ci. Un budget établi minutieusement devrait vous permettre :

- de prévoir vos flux de trésorerie mensuels;
- d'attirer des investisseurs;
- de fixer vos objectifs de vente;
- de faire des plans en prévision d'une expansion;
- de réduire les risques au minimum;
- de réduire vos coûts;
- d'estimer vos bénéfices;
- de déceler les problèmes financiers possibles.

Quels éléments devrais-je inclure dans le budget de ma petite entreprise?

Utilisez une feuille de calcul ou un logiciel similaire pour créer votre budget. Celui-ci devrait comprendre une colonne pour vos dépenses et vos revenus prévus, et une autre pour vos dépenses et vos revenus réels. La comparaison de ces chiffres vous permettra de mettre le doigt sur les possibilités de réduction des coûts, les lacunes et même les occasions d'expansion.

Votre budget devrait également comprendre les éléments suivants :

1. **Ventes et revenus** : prévoyez toutes les ventes et toutes les autres sources de revenus possibles. Soyez réaliste, mais restez plutôt prudent. Si vous faites des affaires depuis un certain temps, fondez vos estimations sur les chiffres de l'année précédente et tenez compte du potentiel de croissance. Si vous ne faites que commencer, fondez vos prévisions sur les recherches effectuées au sujet de vos concurrents ou d'entreprises similaires.
2. **Coûts et dépenses** : votre budget devrait comprendre les coûts prévus pour mener vos activités. Ceux-ci peuvent comprendre les coûts calculés en fonction de dépenses antérieures, de devis de fournisseurs ou d'autres recherches effectuées. Ces dépenses sont habituellement séparées en cinq catégories distinctes :
 - i. **Les coûts fixes** sont des coûts qui ont peu de chances de varier, peu importe l'intensité des activités de votre entreprise. Ils comprennent les loyers, les assurances, les services publics et les coûts de financement.

- ii. **Les coûts variables** peuvent varier d'un mois à l'autre. Ils sont influencés par divers facteurs commerciaux, particulièrement les fluctuations du volume des ventes. Parmi les exemples de coûts variables, notons les frais de déplacement, le paiement des heures supplémentaires, les frais de transport et les matières premières.

- iii. **Les coûts semi-variables** sont des coûts généralement fixes sur lesquels une variation du volume d'affaires peut avoir une incidence. Ils comprennent les salaires ainsi que les frais de télécommunications ou de publicité.

- iv. **Les coûts en capital exceptionnels** sont des articles coûteux que l'on achète une seule fois; il ne s'agit pas de coûts réguliers. Ils comprennent les ordinateurs, les immeubles et l'équipement.

- v. **La dépréciation** se rapporte aux articles qui perdent de la valeur au fil du temps, comme les ordinateurs, les véhicules et l'équipement.

- **Bénéfices** : votre budget devrait comprendre une estimation de vos bénéfices selon la formule mathématique suivante :
Bénéfices = ventes et revenus - total des dépenses et des coûts

- **Flux de trésorerie prévus** : servez-vous de votre budget afin de prévoir les **flux de trésorerie** de votre entreprise et d'effectuer le suivi de ceux-ci, qui représentent le montant d'argent qui est à votre disposition chaque mois.

Où puis-je trouver de l'aide professionnelle?

Votre banque, votre teneur de livres ou votre comptable peut vous aider à établir le budget de votre entreprise ainsi qu'à comprendre comment utiliser celui-ci. Si vous êtes plutôt du genre à faire les choses vous-même, de nombreux logiciels et modèles qui vous aideront à partir du bon pied sont offerts en ligne. D'une façon ou d'une autre, vous devez jouer un rôle actif dans la création et l'évaluation de votre budget afin d'orienter votre entreprise sur la voie de la réussite.

CONSEILS

Ces conseils ne représentent ni une analyse exhaustive du sujet, ni un substitut à des conseils fiscaux professionnels. Consultez votre conseiller fiscal afin de vous assurer que ces stratégies conviennent à votre situation personnelle.

Introduction aux impôts

La période des impôts n'a pas à être stressante. N'attendez pas pour savoir quelles taxes s'appliquent à votre entreprise.

Aucune petite entreprise ne peut éviter de payer des impôts, mais il existe des façons de réduire au minimum les coûts liés à ceux-ci. Par exemple, le fait de connaître le montant à payer et le moment auquel vous devez payer celui-ci peut vous éviter des pénalités et des intérêts.

Voici certaines taxes et certains impôts qui pourraient s'appliquer à votre entreprise, en fonction de l'endroit où celle-ci est située au Canada et si elle effectue ou non des activités à l'extérieur du pays.

1. Taxe sur les produits et services (TPS)

Il s'agit d'une taxe sur tous les biens et services achetés au Canada; elle doit être perçue avec le montant de vos ventes. Le taux actuel de la TPS est de 5 %. Il n'est toutefois pas nécessaire de percevoir celle-ci pour les ventes effectuées à l'extérieur du Canada. Une fois que vous êtes inscrit au compte de TPS, vous pouvez également demander des remboursements de la TPS payée pour les achats de biens et de services effectués par votre entreprise. Vous devez vous inscrire au compte de TPS si les revenus de votre entreprise dépassent 30 000 \$ par année.

2. Taxe de vente provinciale (TVP)

Vous devrez verser une taxe de vente provinciale sur les ventes effectuées dans toutes les provinces, sauf en Alberta. De plus, le Nunavut, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest n'ont aucune taxe de vente territoriale. Au Québec, la taxe de vente provinciale s'appelle la taxe de vente du Québec (TVQ). Le taux de cette taxe se situe entre 6 % et 10 %, selon la province.

Si vous effectuez des ventes dans d'autres provinces, vérifiez les règles de celles-ci, car elles peuvent varier considérablement. La plupart des provinces exigent que vous perceviez leur propre taxe de vente. Par contre, vous n'avez pas besoin de percevoir les taxes de vente pour les biens vendus dans d'autres pays.

3. Taxe de vente harmonisée (TVH)

Certaines provinces ont regroupé (harmonisé) leur taxe de vente provinciale avec la taxe fédérale sur les produits et services; ces taxes n'ont donc pas à être déclarées séparément. Ces provinces comprennent le Nouveau-Brunswick, Terre-Neuve-et-Labrador, la Nouvelle-Écosse, l'Ontario et l'Île-du-Prince-Édouard.

4. Impôt sur le revenu

Si votre entreprise est une entreprise individuelle, les revenus de votre entreprise sont déclarés dans votre déclaration de revenus personnelle. Si votre entreprise est constituée en personne

morale, vous devez payer au gouvernement fédéral ainsi qu'au gouvernement provincial ou territorial un impôt sur les sociétés, calculé en fonction des revenus de votre entreprise. Les petites entreprises bénéficient actuellement d'une déduction qui ramène leur taux d'impôt sur les sociétés à 10 % au niveau fédéral. L'impôt sur le revenu est perçu annuellement, mais vous pourriez devoir le payer plus fréquemment.

5. Taxe d'accise et droits d'accise

Ces **taxes** sont perçues sur une vaste gamme de biens importés au Canada, comme les spiritueux, le vin, la bière, le tabac, les véhicules énergivores, les climatiseurs pour les automobiles ainsi que certains produits pétroliers. Elles doivent être payées au moment de l'entrée du bien au Canada, et leur taux varie.

6. Taxes sur les importations et les exportations

Les tarifs douaniers sont des taxes imposées sur les biens importés au Canada ou exportés à partir du Canada. Leurs taux varient grandement en fonction du pays avec lequel on fait affaire. Visitez le site d'[Exportation et développement Canada](#) afin de déterminer les tarifs douaniers qui pourraient s'appliquer à votre petite entreprise.

7. Charges sociales

En tant qu'employeur, vous devrez verser des impôts au gouvernement fédéral en fonction de la paie de vos employés. Ces charges comprennent le versement des impôts provincial et fédéral sur le revenu des particuliers calculé en fonction des salaires des employés, les cotisations au Régime de pensions du Canada et à l'assurance-emploi ainsi que les taxes de vente sur les avantages imposables offerts aux employés.

Savoir où trouver de l'aide

Votre banque ou un fournisseur indépendant de services de paie peut s'occuper de calculer et de verser pour vous les divers impôts touchant les employés. Le coût d'un tel service pourrait valoir la peine en raison des gains de temps entraînés. Les comptables et les teneurs de livres peuvent vous guider dans le processus complexe et chronophage du calcul et du versement de vos impôts d'entreprise. Ils devraient également être en mesure de vous conseiller des stratégies visant à transmettre certains coûts à vos clients et à éviter de payer des impôts en trop.

Faire croître son entreprise

Une fois que votre entreprise est opérationnelle, tirez parti de la technologie pour faire connaître ce que vous avez à offrir.

Six étapes pour concevoir un meilleur site Web

Créez un site Web adapté aux appareils mobiles. Les Canadiens passent presque deux fois plus de temps en ligne sur leur appareil mobile que sur leur ordinateur.

Pour concevoir un meilleur site Web, vous devez d'abord savoir ce que vous souhaitez accomplir au moyen de votre site. Voulez-vous faire la promotion de votre entreprise (qu'elle soit en ligne ou ait un espace physique)? Vendre des produits ou des services en ligne? Une fois que vous avez déterminé les objectifs de votre site, concevez-le en gardant à l'esprit les éléments ci-dessous.

1. Procurez-vous les meilleurs outils de conception de site Web que vous pouvez vous permettre

Des concepteurs de sites Web professionnels peuvent effectuer une bonne partie du travail en amont et vous aider à vous faire remarquer par les clients et les moteurs de recherche. Ces concepteurs sont passés maîtres dans les fonctionnalités qui attirent les clients vers les sites Web, notamment le référencement naturel (dont nous parlerons plus en détail ci-dessous). Ils peuvent également collaborer avec vous pour concevoir des formules d'inscription conviviales qui vous permettront de créer des listes de diffusion avec les courriels de vos clients en vue de vos projets de marketing.

Si vous êtes plus du genre à vouloir tout faire vous-même, il existe de nombreux outils de conception de site Web, notamment **Wix^{MD}** et **Squarespace^{MD*}**. La plupart des sites offrent des versions gratuites de leurs ressources, mais les versions payantes vous donnent accès à bien plus d'outils et d'options. En outre, les sites comme Squarespace veillent à ce que le nom de domaine de votre entreprise soit renouvelé chaque année.

2. Sachez quoi mettre en valeur

Évitez la tentation de surcharger votre site avec du contenu et des images. Privilégiez la simplicité et la convivialité. Voici quelques éléments indispensables pour les sites Web d'entreprise :

- Une description claire de votre entreprise et de ce qu'elle fait.
- Soyez au courant des droits, des taxes et des tarifs douaniers que vous devrez payer.
- Ayez une bonne compréhension des règles et des règlements en vigueur ainsi que des permis dont vous aurez besoin.

- Déterminez quelles sont les ententes commerciales et les barrières tarifaires qui s'appliquent à vous.
- Vos coordonnées, votre emplacement et vos heures d'ouverture.

3. Créez du contenu

Votre site Web est l'endroit idéal pour montrer à vos clients que vous savez ce que vous faites. Insérez-y des conseils d'experts et d'autre contenu qui donnera envie aux clients de revenir :

- Commencez par votre propre contenu. Personne ne s'y connaît plus que vous dans votre secteur d'activité. Assurez-vous que le contenu est original et qu'il représente fidèlement la marque et la personnalité de votre entreprise.
- Offrez des conseils et des articles informatifs pour accroître le trafic Web et attirer des clients potentiels.
- Complétez votre site en y ajoutant du contenu organisé (avec des liens) provenant d'autres sites.
- Assurez-vous d'offrir du contenu à jour pour que les clients aient envie de revenir.

4. Mettez sur l'attrait visuel et une navigation facile

Essayez votre site dans différents navigateurs Web afin de voir comment il s'affichera pour vos clients. Les images doivent attirer les clients (et non les distraire), donc n'en abusez pas lors de la création de votre site Web et utilisez uniquement des images de haute qualité. Le même principe s'applique à la manière dont vos clients navigueront dans votre site : privilégiez la simplicité et évitez les distractions. Une trop grande multitude de choix peut faire fuir les clients. Indiquez-leur la voie à suivre et aidez-les à trouver ce que vous voulez qu'ils voient sur votre site.

5. Optimisez votre site en fonction des moteurs de recherche

Le référencement naturel utilise des mots-clés pour aider les moteurs de recherche – et les clients – à trouver votre site Web. Choisissez des mots-clés qui décrivent vos services, vos produits ou vos clients. Plus ces mots seront affichés sur votre site (évités toutefois d'en abuser), plus votre classement sera élevé dans les résultats des moteurs de recherche. **Google Ads** peut vous aider à déterminer les mots-clés les plus couramment utilisés dans les recherches liées à votre secteur d'activité.



6. Optez pour la mobilité

Créez un site Web adapté aux appareils mobiles. Il y a de fortes chances que vos clients vous cherchent d'abord sur leur téléphone intelligent. Les Canadiens passent presque deux fois plus de temps en ligne sur leur appareil mobile que sur leur ordinateur.

Lorsque vous faites la promotion de vos produits ou services, c'est en réalité la promotion de votre entreprise que vous faites auprès de clients potentiels. Un superbe site Web peut se révéler un excellent moyen de promouvoir votre petite entreprise et de faire parler de vos produits et services.

^{MD} Marque de commerce déposée de Wix

^{MD*} Marque de commerce déposée de Squarespace

Bâtir son entreprise grâce au marketing sur les médias sociaux

Un site Web n'est pas la seule façon de créer un engouement pour votre entreprise. Tirez parti du marketing sur les réseaux sociaux pour vous faire connaître.

Faites croître votre entreprise grâce au marketing sur les médias sociaux

Les médias sociaux représentent une mine d'or pour les petites entreprises. La compréhension des nuances qui distinguent chacun des réseaux sociaux peut vous aider à optimiser vos efforts, de manière à en avoir le plus possible pour votre argent.

La meilleure chose à faire pour commencer est de découvrir quelles plateformes vos clients utilisent. Chaque site attire un bassin d'utilisateurs présentant des caractéristiques démographiques différentes et offre ses propres occasions de marketing. Jetez un coup d'œil aux réseaux sociaux qui s'offrent à vous afin de déterminer lesquels conviennent le mieux à votre entreprise.

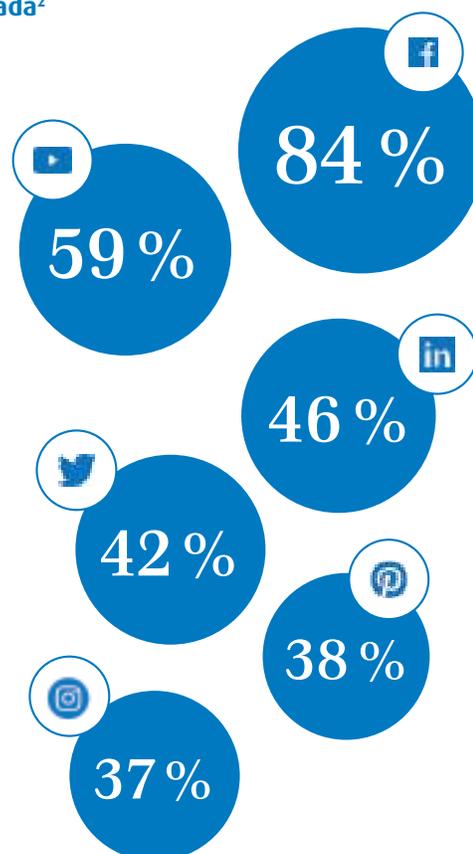
Conseils de marketing sur les médias sociaux, pour tous les réseaux

Dans le monde des médias sociaux, moins, c'est plus – particulièrement si vous avez peu de temps à consacrer à cette tâche. La qualité importe, certes, mais ces plateformes comportent des outils d'analyse dont vous pouvez vous servir pour vous assurer que le contenu que vous publiez vous aide à trouver des clients et à garder ceux-ci grâce aux médias sociaux. Que cherchez-vous réellement à faire? Amorcer des conversations? Faire connaître la marque? Attirer la clientèle? Réaliser des conversions? Déterminez ce que vous souhaitez accomplir et effectuez le suivi de cet objectif.

Une fois que vous avez choisi les plateformes à utiliser et déterminé ce que vous voulez, cherchez des outils qui pourraient vous faire gagner du temps grâce à l'automatisation de vos publications. Vous pouvez également externaliser ces tâches en faisant appel à des pigistes ou à une agence spécialisée en médias sociaux.

Après avoir créé vos profils sur les médias sociaux, faites passer le mot à propos de ceux-ci. Veillez à ce que votre site Web comporte des liens vers vos pages sur les médias sociaux, et indiquez le nom de celles-ci sur les documents imprimés et dans la signature de courriel de votre entreprise.

Utilisation des réseaux sociaux par les adultes au Canada²



Facebook

Qui sont les utilisateurs de cette plateforme : les caractéristiques démographiques actuelles des utilisateurs de Facebook englobent tous les genres, tous les âges et tous les niveaux de revenu².

Comment utiliser cette plateforme : créez une page pour votre entreprise, sur laquelle vous ferez la promotion de vos produits et afficherez vos événements spéciaux, vos emplacements et vos heures d'ouverture. Vous pourrez ensuite y ajouter des vidéos, des images et des sondages afin de rendre votre site plus interactif. Utilisez des messages et des publications pour interagir directement avec les clients potentiels. N'oubliez pas de garder le contenu à jour. Maximisez la portée de votre marketing sur les médias sociaux en investissant quelques dollars pour de la publicité, de manière à stimuler certaines publications ou à mener des campagnes publicitaires.

Quelques problèmes : des problèmes liés à la sécurité ainsi que le vieillissement des utilisateurs poussent les jeunes utilisateurs à s'éloigner de ce site. En 2017 uniquement, Facebook a perdu près de 3 millions d'utilisateurs³.

YouTube

Qui sont les utilisateurs de cette plateforme : comme dans le cas de Facebook, les caractéristiques démographiques des utilisateurs de YouTube sont assez constantes en ce qui a trait au genre, à l'âge et au revenu. Les hommes sont plus enclins que les femmes à utiliser YouTube².

Comment utiliser cette plateforme : créez une chaîne YouTube pour votre entreprise et encouragez les clients et les fournisseurs à s'y abonner. Publiez-y des vidéos à propos de vos produits et services. Faites précéder vos campagnes de marketing de vidéos d'accroche, ou même de courtes annonces vidéo en direct.

Quelques problèmes : même si vos publications seront principalement constituées de vidéos, n'oubliez pas d'inclure des mots-clés dans la description de celles-ci ainsi que lors de l'ajout de balises à vos vidéos afin d'attirer de nouveaux abonnés et des clients potentiels vers votre chaîne YouTube.

Instagram

Qui sont les utilisateurs de cette plateforme : les utilisateurs ont plutôt tendance à être de jeunes femmes (18 à 34 ans) instruites².

Comment utiliser cette plateforme : faites la promotion de votre entreprise au moyen d'images quotidiennes de produits et de gens qui les utilisent, ou encore d'aperçus de votre entreprise en coulisses. Ajoutez-y des rabais ou des codes promotionnels. Utilisez des mots-clés et des mentions, ou remerciez les abonnés qui mobilisent des clients à leur tour. Tirez parti des « stories » d'Instagram pour faire la promotion d'événements à l'approche de ceux-ci ou pour attirer l'attention des utilisateurs vers des promotions à court terme.

Quelques problèmes : cette plateforme est principalement liée à une application mobile; elle n'est donc pas bien adaptée aux ordinateurs.

Twitter

Qui sont les utilisateurs de cette plateforme : les utilisateurs les plus fréquents sont des jeunes (18 à 34 ans) qui sont généralement plus fortunés que la moyenne².

Comment utiliser cette plateforme : rédigez de courts gazouillis pour ramener votre entreprise et vos produits à l'esprit des clients, ou trouvez de nouveaux clients au moyen de la fonction de recherche de Twitter. Suivez des mots-clés liés à vos produits et utilisez des mots-clés populaires pour attirer l'attention des influenceurs et des clients. Entrez en contact avec des influenceurs ainsi qu'avec des acteurs de votre collectivité locale. Renforcez la fidélité envers votre marque et attirez la clientèle sur votre site Web en ajoutant un lien vers celui-ci sur votre profil.

Quelques problèmes : cette plateforme n'atteint pas un public plus âgé. De plus, la qualité l'emporte sur la quantité, particulièrement sur cette plateforme. Investissez donc dans la qualité de vos photos avant de publier celles-ci.

LinkedIn

Qui sont les utilisateurs de cette plateforme : 65 millions de professionnels des affaires provenant de partout au monde; 50% d'entre eux ont un rôle décisionnel au sein de leur entreprise⁴.

Comment utiliser cette plateforme : créez un profil pour vous-même et une page Entreprise pour votre entreprise. Faites du marketing en publiant régulièrement des bilans et des articles liés à votre secteur. Communiquez avec des clients potentiels ou rejoignez-vous à certains groupes, tout en évitant de devenir un pourrielleur.

Quelques problèmes : l'étroitesse démographique des utilisateurs de LinkedIn fait en sorte que cette plateforme n'est pas idéale pour vous si votre clientèle est diversifiée.

Maintenant que vous savez comment utiliser les médias sociaux comme outil de marketing pour votre petite entreprise, suivez ces conseils pour vous assurer que les réseaux sociaux que vous utilisez conviennent bien à votre entreprise et que vous atteignez les objectifs que vous souhaitez en matière de marketing sur les médias sociaux.

Que vous soyez un réserviste, un ancien combattant ou un conjoint de militaire, si vous songez à démarrer votre propre entreprise, BMO vous accompagnera à chaque étape. Les articles que nous vous avons fournis peuvent vous aider à partir du bon pied, et nous avons les outils et l'expertise nécessaires pour vous guider vers vos objectifs d'entrepreneuriat. N'hésitez pas à venir discuter avec nous.

2 GRUZD, A., JACOBSON, J., MAI, P. et DUBOIS, E. (février 2018). The State of Social Media in Canada 2017. Version : 1.0. Social Media Lab de l'Université Ryerson.

3 WAGNER, K. et MOLLA, R. (31 janvier 2018). « Facebook lost daily users for the first time ever in the U.S. and Canada », Recode.

4 GALLANT, J. (2 octobre 2017). « 45 eye-opening LinkedIn stats every B2B marketer needs to know », Foundation.



Pour en savoir plus, visitez www.bmo.com/SBCDCentreprise
ou communiquez avec un représentant de BMO dès aujourd'hui.

BMO



Banque officielle de la communauté
de la Défense canadienne