

Guide du plan d'affaires

Nom de l'entreprise

Logo (si disponible)

Prénom(s) et nom(s) de l'entrepreneur

Inscrivez l'adresse (si disponible)

Date de la dernière modification

L'objectif d'un plan d'affaires : La création d'une entreprise naît d'une idée. En rédigeant un plan d'affaires, on peut constater si notre idée peut être réalisable ou non. On croit qu'on le fait dans le seul but d'obtenir un financement. Au contraire, c'est *une réflexion* qui sera utilisée pour planifier les étapes de réalisation du projet tout en s'assurant qu'il est viable. Prenez soin d'évaluer objectivement votre idée.

Trucs généraux :

- Soyez créatif.
- Il est préférable de changer le style, les couleurs et l'écriture.
- **Il est important de personnaliser votre plan d'affaires afin de le mettre à votre image.**
- C'est mieux de mettre trop de détails que pas assez.
- Ne pas tenir pour acquis que le lecteur connaît le domaine et qu'il sait de quoi vous parlez.



Le plan d'affaires paraît plus professionnel s'il est rédigé à la 3^e personne. Parlez au nom de l'entreprise et non en votre nom personnel. Utilisez un langage professionnel et ne donnez pas de commentaires personnels.

TABLE DES MATIÈRES

1.	SOMMAIRE EXÉCUTIF	4
1.1.	Description du projet	4
1.2.	Mission	4
1.3.	Échéancier du projet	4
1.4.	Entrepreneur(s)	4
1.5.	Coûts et financements projetés	4
1.6.	Résumé des prévisions financières	4
2.	LE PROJET	5
2.1.	Historique de l'entreprise	5
2.2.	Description du projet	5
2.3.	Mission	5
2.4.	Localisation de l'entreprise	6
2.5.	Échéancier	6
2.6.	Objectifs	7
3.	LE(S) ENTREPRENEUR(S).....	8
3.1.	Présentation de(s) entrepreneur(s)	8
3.2.	Bilan personnel.....	8
4.	STRUCTURE JURIDIQUE ET ORGANISATIONNELLE.....	10
4.1.	Structure juridique	10
4.1.1.	Forme juridique	10
4.1.2.	Répartition de la propriété	10
4.2.	Structure organisationnelle	11
4.2.1.	Organigramme fonctionnel.....	11
4.2.2.	Répartition des tâches.....	11
4.2.3.	Personnes ressources externes	11
5.	MARKETING	12
5.1.	Description des produits/services	12
5.2.	Étude de marché	12
5.2.1.	Territoire visé	12
5.2.2.	Secteur d'activité.....	12
5.2.3.	Part et potentiel de marché	12
5.2.4.	Clientèle cible.....	13

5.3.	Concurrents	14
5.3.1.	Concurrents directs	14
5.3.2.	Concurrents indirects	14
5.4.	Avantages concurrentiels	15
6.	STRATÉGIE DE MISE EN MARCHÉ	16
6.1.	Publicité et promotion	16
6.2.	Stratégie de prix	16
6.3.	Réseau de distribution	16
7.	OPÉRATIONS	17
7.1.	Production	17
7.2.	Besoin en main-d'œuvre	18
7.2.1.	Description des postes de travail et de la rémunération	18
7.2.2.	Conditions de travail	18
7.2.3.	Gestion du personnel	18
7.3.	Approvisionnement	19
7.4.	Aspect légal	19
8.	DÉVELOPPEMENT DURABLE	20
8.1.	Dimension sociale	20
8.2.	Dimension environnementale	20
8.3.	Dimension économique	20
9.	FINANCEMENT ET LES PRÉVISIONS FINANCIÈRES	21
9.1.	Coûts du projet et financement requis au démarrage	21
9.1.1.	Dépenses requises au démarrage	21
9.1.2.	Sources de financement	22
9.2.	Hypothèses de base ayant servi à l'élaboration des prévisions	23
9.3.	Budget de caisse mensuel	24
9.4.	État des résultats prévisionnel	24
	ANNEXES	25

1. SOMMAIRE EXÉCUTIF

- Le sommaire exécutif est un résumé du plan d'affaires.
- C'est la dernière section à être rédigée et elle a pour objectif d'inciter l'auditeur à poursuivre sa lecture et en découvrir davantage sur le projet.

1.1. Description du projet

1.2. Mission

1.3. Échéancier du projet

1.4. Entrepreneur(s)

1.5. Coûts et financements projetés

1.6. Résumé des prévisions financières

2. LE PROJET

2.1. Historique de l'entreprise

- En quelques phrases, d'où est venue l'idée du projet?
 - Opportunité d'affaires
 - Intérêt de l'entrepreneur
 - Création de l'emploi de l'entrepreneur
 - Etc.

2.2. Description du projet

- Décrivez l'offre de produit/service offert à la future clientèle.
- Il est important d'être clair et précis.



Il ne faut pas hésiter à mettre en annexes, photos, démos, prototypes ou autre document qui pourraient aider à mieux comprendre le projet.

2.3. Mission

- C'est la raison d'être de l'entreprise.
- Recouvre l'ensemble des activités de l'entreprise.
- **Entre 1 à 4 lignes maximum.**
- Le résumé de la mission devrait répondre aux quatre questions suivantes :
 - **Quoi?** Spécifiez sommairement les produits/services offerts
 - **À qui?** Spécifiez sommairement quelle clientèle est ciblée
 - **Où?** Spécifiez sommairement le territoire couvert
 - **Comment?** Spécifiez de quelle façon les produits/services sont offerts
- Exemple de l'entreprise Rona : « sa mission consiste à offrir les meilleurs produits aux meilleurs prix et des conseils d'experts en magasin afin de permettre aux Canadiens de mener à bien leurs travaux de construction et de rénovation, et ce, en toute confiance.¹ »

¹ <http://www.rona.ca/corporatif/a-propos-de-nous>

Guide du plan d'affaires

Fonds d'emprunt des Laurentides

2.4. Localisation de l'entreprise

- Quelle est la localisation de l'entreprise?
- Quelle est ou sera son adresse?
- Est-ce une location ou un achat et quel est son coût?
- Est-ce que l'endroit nécessite des modifications locatives?
- Expliquez les motifs ou les critères qui ont guidé ce choix.
- Déterminez le territoire qui est desservi, par exemple : municipal, régional, provincial, etc. ?

2.5. Échéancier

- Dressez une liste d'étapes de réalisation pour l'entreprise.
- Inscrivez les étapes par **ordre chronologique**.
- Exemples d'étapes de réalisation :

Étapes de réalisation	Date prévue
Rédaction du plan d'affaires	
Choix de l'emplacement	
Obtention des licences et permis requis	
Recherche de financement	
Améliorations locatives	
Embauche de la main-d'oeuvre	

2.6. Objectifs

- Établissez les objectifs à atteindre à court, moyen et long terme.
- Les objectifs peuvent être présentés sous forme d'un tableau ou d'un paragraphe.
- Un objectif peut être quantitatif ou qualitatif.

Court terme moins d'un an	Moyen terme 1 à 3 ans	Long terme 4 ans et plus
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.

- Exemples d'objectifs :
 - Faire connaître l'entreprise auprès de la clientèle cible
 - Recevoir un salaire de 30 000 \$ lors de la première année
 - Atteindre le seuil de rentabilité avant la fin de la première année d'opération
 - Réaliser un profit de 15 000 \$ lors de la première année
 - Atteindre un chiffre d'affaires de 150 000 \$ dès la deuxième année
 - Embaucher 3 nouveaux employés d'ici 4 ans
 - Rembourser les emprunts d'ici 5 ans



Pour créer ce style de tableau, voici les étapes :

- Onglet Insertion
- Groupe Illustrations
- Bouton Smart Art

3. LE (S) ENTREPRENEUR (S)

3.1. Présentation de (s) entrepreneur (s)

- Cette section sert à présenter l'entrepreneur sans répéter ce qui est déjà dans son CV.
- Faites cette présentation **sous forme de paragraphe**.
- Curriculum vitae à mettre en annexe.
- Définissez les compétences qui serviront à la réussite de l'entreprise telle que la formation, les qualités et les aptitudes et l'expérience de l'entrepreneur.
- Il ne faut pas oublier de garder le texte à la 3^e personne.

3.2. Bilan personnel

- S'il y a plusieurs entrepreneurs, faites un bilan personnel pour chacun.
- Le bilan personnel est la liste de tout ce que l'entrepreneur possède (ses actifs) et de tout ce qu'il doit (ses passifs).
 - Pour les actifs :
 - Inscrivez la valeur marchande (valeur actuelle) des biens, actions et obligations, et non leur prix d'achat de l'entrepreneur.
 - Inscrivez les biens qu'il possède et qui serviront à l'entreprise (transfert d'actif).
 - Pour les passifs :
 - Inscrivez le solde à payer sur les emprunts, hypothèques ou autres dettes.
 - Pour chacun, inscrivez entre parenthèses le versement mensuel ou la limite.

Finalement, déterminez la valeur nette. Actifs – Passifs = Valeur nette

La mention « Je déclare que les renseignements fournis sont exacts et complets » doit apparaître au document.

Guide du plan d'affaires

Fonds d'emprunt des Laurentides

Nom de l'entrepreneur	
Date	
ACTIF	\$
Actifs financiers	
Encaisse	
Placements (Certificat de dépôt, actions, fonds mutuels, etc.)	
REER	
Montants à recevoir (Intérêt couru, etc.)	
Régimes de retraite (RPA, RPDB, RPE)	
Autre actif financier :	
Sous-total des actifs financiers	
Biens mobiliers et immobiliers (valeur marchande)	
Immeubles (autre que la résidence)	
Résidence principale	
Meubles	
Automobile	
Bateau	
Terrain	
Autre bien :	
Sous-total des biens	
TOTAL DE L'ACTIF	\$
PASSIF	\$
Court terme	
Marges de crédit	
Cartes de crédit	
Impôt à payer	
Autre dette :	
Sous-total des dettes à court terme	
Long terme	
Prêt automobile	
Prêt personnel	
Prêt hypothécaire	
Hypothèque immobilière	
Autre dette :	
Sous-total des dettes à long terme	
TOTAL DU PASSIF	\$
VALEUR NETTE (Total de l'actif – Total du passif)	\$

Je déclare que les renseignements fournis sont exacts et complets.

Signature : _____

Date : _____

4. STRUCTURE JURIDIQUE ET ORGANISATIONNELLE

4.1. Structure juridique

4.1.1. Forme juridique

- Entreprise individuelle ou à propriétaire unique
- Société de personnes ou société en nom collectif
- Société par actions ou personne morale
- Organisme sans but lucratif
- Coopérative

N.B. Veuillez joindre une convention d'affaires en annexe, s'il y a lieu.

- Expliquez les raisons du choix de la structure juridique.
- Indiquez la date d'enregistrement ou d'incorporation. Si c'est déjà fait, mettre une copie de la charte en annexe.



Consultez des sites Internet afin d'avoir plus de renseignements sur les différentes formes juridiques :

- www.bdc.ca
- www.registreentreprises.gouv.qc.ca

4.1.2. Répartition de la propriété

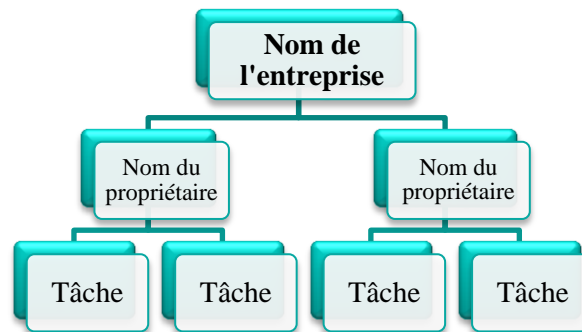
- Identifiez les associés ou les actionnaires de l'entreprise.
- Quels sont leurs statuts? Quelle est la mise de fonds de chacun?
- Quel est leur pourcentage de participation?

Nom et prénom	Statut	Mise de fonds (\$)	Participation (%)
			100 %

4.2. Structure organisationnelle

4.2.1. Organigramme fonctionnel

- ⊗ S'il n'y a seulement qu'un entrepreneur dans l'entreprise, ne pas faire l'organigramme fonctionnel. Il faut simplement supprimer ce point (4.2.1.).
- Présentation visuelle du fonctionnement de l'entreprise.



4.2.2. Répartition des tâches

- Définissez les responsabilités et les tâches que **chaque entrepreneur** assume au sein de l'entreprise.

4.2.3. Personnes ressources externes

- Quel est votre réseau de contact et d'affaires?
 - Comptable
 - Avocat ou notaire
 - Mentor
 - Spécialiste
 - Directeur
 - Etc.
- Est-ce que l'entrepreneur peut compter sur des personnes pour l'aider dans le démarrage de l'entreprise et subséquemment? Si oui, qui sont-elles et comment vont-elles l'aider?

5. MARKETING

5.1. Description des produits/services

- Faites une description détaillée du produit (bien/service) et de ses caractéristiques.
- Inscrivez le prix de vente des produits/services.
- Quels sont les politiques de crédit et de paiement, la politique du service à la clientèle, service après-vente, garanti, etc.
- Quel est l'horaire d'ouverture?

5.2. Étude de marché

5.2.1. Territoire visé

- Délimitez et précisez le territoire géographique de la clientèle visée.
- Quelle est sa taille?

5.2.2. Secteur d'activité

- Déterminez le secteur de l'entreprise : transport, commerces et services, tourisme, culturel, etc.
- Quelles sont les forces et faiblesses de ce secteur?
- **Il faut appuyer les affirmations par des données statistiques et inscrire les références.**
- Par exemple, consultez les sites Internet de statistiques Québec et Canada.

5.2.3. Part et potentiel de marché

- Établissez la part du marché que l'entreprise désire acquérir.
- Quelle sera la fréquence d'achat de votre produit/service?
- Quels sont les critères d'achat de vos clients (prix, qualité, service, etc.)?



Cherchez des informations sur des sites Internet de statistiques et/ou faites un sondage auprès de la clientèle ciblée.

5.2.4. Clientèle cible

- À qui s'adresse le produit/service? (âge, sexe, scolarité, revenu, situation géographique, profession, etc.)
- Déterminez où se trouve la majorité de cette clientèle (secteur, quartier, ville, etc. en précisant les limites géographiques du territoire et quel potentiel celle-ci représente (en nombre de personnes et de dollars).
- Résumez les raisons qui motivent les clients potentiels lorsqu'ils achètent un produit/service semblable (qualité, prix, marque, originalité, attrait du produit, etc.).
- Décrivez leurs habitudes d'achat (en vrac, dans des boutiques spécialisées, au rabais, en ligne, etc.).
- **Il faut appuyer les affirmations par des données statistiques et inscrire les références.**



Il faut se poser les questions suivantes :

- Qui fait les achats?
- Qui prend la décision?
- Quels sont la fréquence et le lieu d'achats?
- Est-ce un achat impulsif, routinier, réfléchi, occasionnel, annuel ou répétitif?
- Pourquoi la clientèle achèterait-elle le produit/service de votre entreprise?
- Est-ce que l'entreprise a établi des contacts?
- Est-ce que l'entreprise a des contrats en main ou potentiels? Si oui, veuillez les mettre en annexe.

Guide du plan d'affaires

Fonds d'emprunt des Laurentides

5.3. Concurrents

- Faites une description détaillée des concurrents directs et indirects.
- Faites une comparaison de l'entreprise par rapport aux concurrents.



Il ne faut jamais sous-estimer la concurrence.

5.3.1. Concurrents directs

- Un concurrent direct est une entreprise proposant un produit/service similaire au vôtre.
- Ex. : Si quelqu'un désire ouvrir une boulangerie, toutes les autres boulangeries dans le secteur sont sa concurrence directe.

Nom des concurrents	Produits/services	Prix	Localisation	Publicité et promotion	Forces	Faiblesses	Autres

5.3.2. Concurrents indirects

- Un concurrent indirect est une entreprise proposant un produit/service différent, mais répondant au même besoin que votre entreprise.
- Ex. : Si quelqu'un désire ouvrir une boulangerie, toutes les autres entreprises qui vendent des pains tels que les épiceries et les dépanneurs sont sa concurrence indirecte.

Nom des concurrents	Produits/services	Prix	Localisation	Publicité et promotion	Forces	Faiblesses	Autres

5.4. Avantages concurrentiels

- En quoi se démarquent vos produits/services de ceux des concurrents?
- Quelles seront les raisons qui pousseront un client à acheter vos produits/services plutôt que ceux d'un autre?
- Les avantages concurrentiels sont des éléments contrôlables.
- Voici des exemples d'éléments qui peuvent devenir pour l'entreprise de réels avantages concurrentiels :
 - Rapport qualité/prix
 - Garantie sur le produit ou les services
 - Technologie
 - Délai de livraison
 - Localisation
 - Service à la clientèle
 - Etc.



Il faut se mettre dans la peau du client et être objectif.

6. STRATÉGIE DE MISE EN MARCHÉ

6.1. Publicité et promotion

- Quels seront les moyens utilisés pour faire connaître l'entreprise?
- Quel est le budget hebdomadaire, mensuel, annuel, etc. ?
- Quels sont les objectifs publicitaires?
- Quels sont les outils promotionnels?
 - Exemple : cartes professionnelles, annonce dans les journaux, dépliants, affiches, lettrages sur un véhicule, site Internet, pages jaunes, etc.
- Quelles seront les activités de relations publiques? (Associations, chambres de commerce, congrès, salons, colloques, etc.)

6.2. Stratégie de prix

- Quels sont les prix de vos produits/services?



Il est important de connaître :

- Les prix des concurrents
 - La structure de coût (coût de revient et profit souhaité)
 - Combien le client est-il prêt à payer pour vos produits/services?
- Quelle est votre politique de crédit?
- Expliquez comment la politique de prix permettra à l'entreprise de pénétrer le marché et de s'y maintenir, tout en générant des profits.

6.3. Réseau de distribution

- Quel est le réseau de distribution de l'entreprise?
 - Exemple : Vente directe, distributeur, grossiste, livraison à domicile, etc.?
- Quels sont les délais de livraison?
- Quels sont les coûts?

7. OPÉRATIONS

7.1. Production

- ⊗ Si l'entreprise ne fait pas de production, supprimez simplement ce point (7.1).
- Combien de commandes ou de clients l'entreprise est capable de gérer par semaine, par mois, par année?
- Si c'est pertinent pour le lecteur, décrivez le processus (étapes et méthodes) de fabrication de votre produit. L'entreprise a-t-elle besoin d'avoir recours à de la sous-traitance?
- Établissez un calendrier de production et une procédure de contrôle de la qualité (si nécessaire).
- Faites le plan d'aménagement de votre production (si nécessaire).
- Déterminez la capacité de production maximale de l'entreprise et le temps requis pour la fabrication d'une unité de production.
 - Exemple de capacité de production : L'entreprise sera en mesure de fabriquer 150 chaises de bureau par jour, avec une équipe de production de sept employés, à raison de huit heures de travail par jour. Le temps requis pour chaque chaise est donc de 0,37 h.

Guide du plan d'affaires

Fonds d'emprunt des Laurentides

7.2. Besoin en main-d'œuvre

7.2.1. Description des postes de travail et de la rémunération

- ⊗ Si l'entrepreneur n'a pas besoin d'employé, supprimez simplement ce point (7.4.).
- L'entreprise doit-elle embaucher des employés? Si oui, remplissez le tableau avec les informations demandées.
- Quelle sera la politique de rémunération?

Titre de l'emploi	Description	Conditions salariales	Statut (temps plein ou partiel)	Nombre de poste(s)

7.2.2. Conditions de travail

- Est-ce que l'entreprise doit former ses employés? Si oui, à quelle fréquence?
- Est-ce que les employés vont bénéficier d'assurances collectives et de primes au rendement?

7.2.3. Gestion du personnel

- Comment le personnel sera recruté?
- Quel encadrement sera offert au personnel?

7.3. Approvisionnement

- Qui sont les fournisseurs?
- Quels sont les critères qui ont influencé ce choix?
 - Exemple : Délais de livraison et d'approvisionnement, proximité, prix, qualité, garanties, politiques, etc.

7.4. Aspect légal

- Décrivez les permis nécessaires à l'exploitation de l'entreprise.
 - Exemples : Permis d'exploitation, réglementation de zonage, taxes d'affaires, etc.



Pour plus d'information, consultez ce site Internet :

www2.gouv.qc.ca/entreprises/portail/quebec?lang=fr

8. DÉVELOPPEMENT DURABLE

- ⊗ Cette section peut être remplie si elle est pertinente pour l'entreprise. Sinon, veuillez simplement supprimer cette section (8).
- En traitant des dimensions sociale, environnementale et économique au sein de l'entreprise, démontrez que le choix est rentable (impacts positifs) et qu'il profitera à l'ensemble de la société québécoise afin d'en assurer sa pérennité.

8.1. Dimension sociale

8.2. Dimension environnementale

8.3. Dimension économique

9. FINANCEMENT ET LES PRÉVISIONS FINANCIÈRES

9.1. Coûts du projet et financement requis au démarrage

- Déterminez le coût du projet et la façon dont il est financé.
- **Le total des actifs nécessaires et le total des sources de financement doivent être égaux.**

9.1.1. Dépenses requises au démarrage

- Faites la liste des dépenses requises au démarrage, tout ce dont l'entreprise aura besoin avant de faire sa première vente.
 - Exemples de dépenses :
 1. Les immobilisations (Terrain, bâtisse, matériel roulant, équipements, mobilier, améliorations locatives, brevet, frais d'incorporation, etc.)
 2. L'inventaire en main (stock)
 3. Les frais payés d'avance
 4. Le fonds de roulement nécessaire pour la première année d'opération.
- Identifiez ce que l'entreprise possède déjà dans la colonne « Déjà acquis » et ce qui doit être acquis dans la colonne « À acquérir ». Il faudra des soumissions à l'appui pour le matériel à acquérir.

Guide du plan d'affaires

Fonds d'emprunt des Laurentides

Nom d'entreprise			
Frais de démarrage			
Description	Déjà Acquis (\$)	À acquérir (\$)	Total
Inventaire	7 000 \$		7 000 \$
Équipement		5 000 \$	5 000
Ameublement		2 000	2 000
Technologie		1 800	1 800
Améliorations locatives		5 000	5 000
Publicité		4 000	4 000
Fonds de roulement		7 200	7 200
Sous total	7 000	25 000	
Coût total du projet			32 000 \$

9.1.2. Sources de financement

- Planifiez les différentes sources de financement que l'entreprise prévoit obtenir en fonction des besoins et décrivez l'emploi qu'elle fera de chaque somme.
- Il faut expliquer comment le financement du démarrage de l'entreprise sera fait.
- Le coût total doit être égal au financement total.

Sources de financement	Description	Montant (\$)
Institution financière	Achat d'équipement, d'ameublement, des technologies et du fonds de roulement	16 000 \$
Mise de fonds	Publicité	4 000
Prêt FEL	Amélioration locative et publicité	5 000
Transfert d'actif	Inventaire	7 000
Total		32 000 \$

Guide du plan d'affaires

Fonds d'emprunt des Laurentides

Nom d'entreprise			
Plan du financement			
Coût du projet	\$	Sources de financement	\$
Inventaire	7 000 \$	Emprunts court terme	
Équipement	5 000	Fonds d'Emprunt des Laurentides	5 000 \$
Ameublement	2 000		
Technologie	1 800		
Améliorations locatives	5 000		
Publicité	4 000	Emprunts long terme	
Fonds de roulement	7 200	Institution financière	16 000
		Mise de fonds	
		Argent	4 000
		Transfert d'actifs	7 000
		Autres	
COÛT TOTAL	32 000 \$	FINANCEMENT TOTAL	32 000 \$

9.2. Hypothèses de base ayant servi à l'élaboration des prévisions

- Expliquez plus en détail tous les chiffres estimés dans le budget de caisse.
- Comment ces chiffres ont-ils été calculés? Restez réalistes et pas trop optimistes.
 - Exemple : Selon l'étude de marché et l'analyse du coût unitaire, le seuil de rentabilité en termes de vente par jour est de 4 clients avec un achat moyen de 100 \$ par client. Donc, pour le mois de mars, l'entreprise envisage de faire des ventes de 12 000 \$ (4 clients x 100 \$ x 30 jours).

9.3. Budget de caisse mensuel

- Le budget de caisse est un outil de gestion qui assure une planification des entrées et des sorties d'argent de l'entreprise. Il permet de déterminer le niveau d'encaisse requis pour assurer le bon fonctionnement des opérations et le besoin en fonds de roulement pour la première année d'opération.
- Les prévisions doivent être faites pour les trois premières années.
- À mettre en annexe.
- N.B. Une année commence au moment où les opérations débutent.



Soyez réaliste dans vos prévisions, ne surestimez pas vos revenus et ne surestimez pas vos dépenses.

9.4. État des résultats prévisionnel

- L'état des résultats permet de mesurer la performance de l'entreprise en comparant les chiffres des ventes par rapport aux dépenses d'exploitation pour une période donnée.
- La différence entre les deux donne un bénéfice ou une perte.
- C'est un résumé du budget de caisse (annuel).
- Les prévisions doivent être faites pour les trois premières années.
- À mettre en annexe.

Guide du plan d'affaires

Fonds d'emprunt des Laurentides

ANNEXES

Annexe 1: Curriculum vitae

Annexe 2: Budget de caisse mensuel

Annexe 3: État des résultats prévisionnel

Annexe 4: Autres documents