



Rapport de détection d'opportunités stratégiques

Entreprise ABC

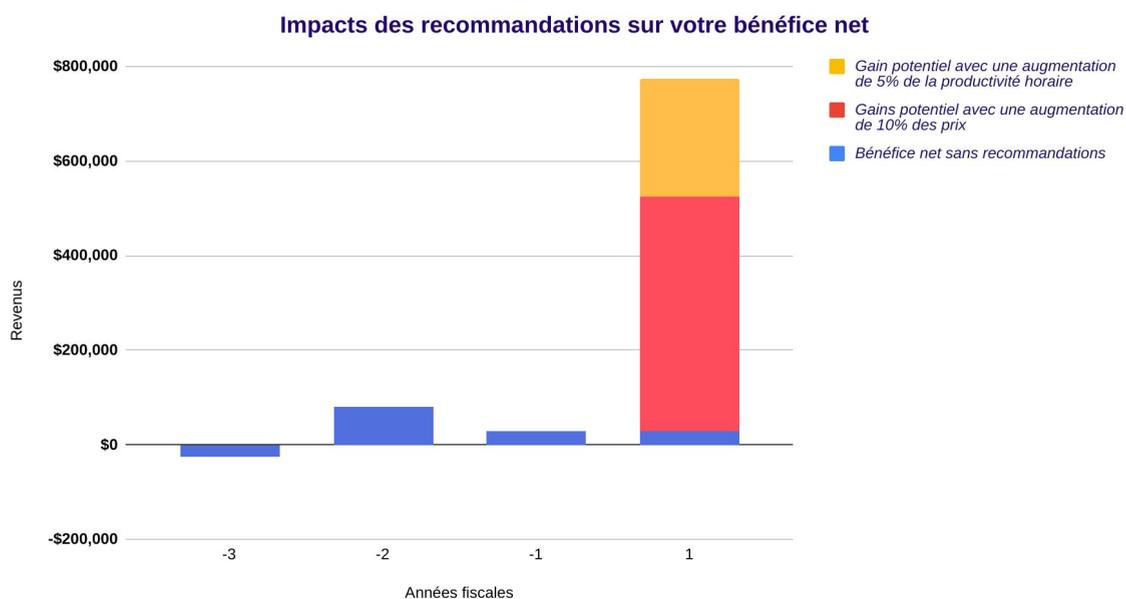
19 août 2024

Table des matières

En un coup d'oeil	03
Introduction au rapport	04
Sommaire exécutif	05
Vos meilleures opportunités stratégiques	06
Subvention	09
Rapport détaillé	10
Situation financière	11
Revenus	11
Bénéfice net	11
Résilience économique	12
Analyse de la productivité	12
Modèle d'affaires	13
Critères de compétitivité	16
Forces concurrentielles	17
PESTEL	19
Forces et faiblesses internes, opportunités et menaces externes	20
Prospective	21
Indice de résilience Coboom	22
Constat global	22
Bibliographie	23



En un coup d'oeil



Principales recommandations

- **Nous vous recommandons d'augmenter immédiatement vos prix d'au moins 10% pour atteindre une marge bénéficiaire de plus de 10%. Cette hausse, qui n'affectera pas vos relations clients, aurait généré un **bénéfice net supplémentaire de 495 258 \$** l'an dernier, crucial pour investir dans les opportunités à venir.**
- **Mettez en place un système de gestion de la performance opérationnelle pour optimiser vos ressources et renforcer le contrôle de vos coûts. Nous estimons que ce système pourrait améliorer votre productivité horaire de 5 %, malgré son niveau déjà élevé, ce qui aurait **ajouté 247 629 \$** à votre **bénéfice net** l'an dernier.**
- **Pour assurer la pérennité de votre entreprise, nous vous recommandons d'embaucher un vendeur senior, avec une possibilité d'actionariat, afin de renforcer votre équipe de direction en prévision du départ à la retraite du fondateur.**

Les recommandations sont expliqués de manière détaillée, accompagnés de constats adaptées dans les pages suivantes. Ceux-ci sont également classés en ordre de priorité de conception et d'exécution selon l'équipe **Coboom**. Vous trouverez également une analyse approfondie de votre modèle d'affaires, qui offre une évaluation complète de ses différentes dimensions et performances.

Introduction au rapport

L'**Association des professionnels en développement économique du Québec (APDEQ)** a été choisie pour réaliser un projet mobilisateur financé par le **ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie (MEIE)**. Le projet est appuyé par **Coboom**, une boutique de conseil en management d'impact, qui compte une équipe d'une vingtaine d'ingénieur-e-s, de consultant-e-s et d'analystes. Les professionnel-le-s de Coboom ont soutenu des centaines de manufacturiers dans l'amélioration de leur stratégie, de leurs opérations et de leur organisation.

Le projet, déployé en trois phases, a pour objectif de stimuler l'économie québécoise par la **détection** (Phase 1), la **planification** (Phase 2) et l'**exécution** (Phase 3) d'opportunités stratégiques destinées à tous les manufacturiers de toutes les régions du Québec. **L'objectif est d'accroître leurs ventes et leurs profits tout en renforçant leur résilience économique**, avec des gains potentiels estimés à des centaines de millions de dollars chaque année

Dans le cadre de la phase 1, l'équipe Coboom a réalisé plusieurs analyses, notamment :

- 1 Analyse de vos revenus et bénéfices des trois dernières années pour observer les tendances et performances
- 2 Analyse de productivité par rapport aux entreprises de votre secteur d'activité
- 3 Analyse des aspects clés de votre modèle d'affaires, incluant qui sont vos clients, ce que vous leur offrez, comment vous leur vendez, comment vous interagissez avec eux, comment vous générez des revenus, quelles sont vos ressources clés, quelles sont vos activités clés, qui sont vos partenaires clés et comment vos coûts sont structurés
- 4 Analyse de ce qui vous distingue de vos concurrents aux yeux de vos clients et ce qui vous rend compétitif
- 5 Analyse des forces concurrentielles sur le marché qui influencent vos revenus et vos coûts
- 6 Analyse des facteurs politiques, économiques, sociaux, technologiques, environnementaux et légaux qui impactent également vos revenus et vos coûts
- 7 Analyse de vos forces et faiblesses internes, ainsi que des opportunités et menaces venant de l'extérieur
- 8 Analyse prospective de l'économie mondiale et celle du Québec jusqu'en 2040 pour anticiper les opportunités et les risques pour votre entreprise
- 9 Analyse des possibilités de partenariat avec d'autres manufacturiers québécois.

Toutes ces analyses sont présentées dans ce rapport, destiné à vous donner une vision globale des opportunités stratégiques pour augmenter vos ventes et vos profits, et les faiblesses à corriger pour renforcer la résilience économique et socioécologique de votre entreprise.

Sommaire exécutif



Sommaire exécutif

Entreprise ABC est une entreprise québécoise fondée en 1992. Située à dans la MRC des Appalaches, elle se spécialise dans la conception, la fabrication et la réparation d'équipement métalliques. L'entreprise dessert divers secteurs, notamment la construction, les mines et l'énergie. Forte de son expertise et de son engagement envers la qualité, **Entreprise ABC** est un partenaire de confiance pour tous les besoins en matière de transformation métallique.

Vos meilleures opportunités stratégiques

Constat :

Votre marge bénéficiaire moyenne pour les trois dernières années est nettement insuffisante et met à risque la pérennité de votre entreprise. Malgré une bonne augmentation de vos revenus, l'augmentation de vos profits n'a pas suivi et ce, malgré une très bonne productivité horaire. Toutefois, la productivité horaire tient compte uniquement de vos coûts variables (main d'œuvre, matières et sous-traitance). Ceci signifie que vos coûts fixes et semi-variables posent problèmes avec vos revenus moyens depuis les trois dernières années. Cette situation critique doit être corrigée rapidement.

Recommandations

01 Nous vous recommandons de réaliser une analyse de votre seuil de rentabilité pour comprendre et améliorer votre structure de coûts.

02 Nous vous recommandons d'augmenter immédiatement vos prix d'au moins 10% pour atteindre une marge bénéficiaire de plus de 10%. Cette augmentation ne devrait pas affecter vos relations avec vos clients, car vous avez indiqué que vos relations avec eux sont bonnes, que leur pouvoir de négociation est moyen, que la menace de substitution est modérée et que l'intensité de la concurrence est également moyenne. Cette augmentation de vos prix aurait généré un bénéfice net de 495 258 \$ pour votre dernière année financière. Cette hausse rapide de votre bénéfice net est essentielle pour vous permettre d'investir dans les opportunités identifiées ci-dessous.



Constat :

Vous nous avez indiqué que vos canaux de distribution actuels atteignent modérément vos segments de clients, que vous explorez modérément de nouveaux canaux de distribution pour élargir votre portée et votre clientèle, que vous ne diversifiez pas suffisamment vos sources de revenus, et que votre direction n'assure pas suffisamment le développement des affaires en générant la majorité des ventes et des revenus. Ces éléments révèlent une grande faiblesse dans vos fonctions de vente et de marketing. Corriger cette lacune est crucial pour la pérennité de votre entreprise.

Recommandation

03 Nous vous recommandons d'augmenter votre force de vente à court terme. Pour les entreprises ayant moins de vingt millions de revenus, Coboom recommande fortement que les ventes soient gérées par les actionnaires. C'est pourquoi nous vous conseillons d'embaucher un vendeur senior qui, après avoir fait ses preuves, pourrait devenir actionnaire de l'entreprise. Cela permettrait également de renforcer l'équipe de direction en prévision du départ à la retraite imminent du fondateur.

Constat :

Vous nous avez également indiqué que vous avez sélectionné 7 critères de compétitivité : vitesse, haute qualité, performance, flexibilité, innovation, vaste choix et expérience client. La focalisation sur un nombre excessif de critères de compétitivité s'avère contre-productive pour votre entreprise. En effet, cette dispersion des efforts affecte non seulement votre bénéfice net, mais également la cohérence de votre modèle d'affaires, votre positionnement sur le marché et la perception de la valeur par vos clients.

Recommandation

04 Nous vous recommandons de réaliser une analyse approfondie des critères de compétitivité afin d'identifier ceux qui sont les plus pertinents pour vos clients clés. Concentrez-vous sur un critère dominant et un critère secondaire. De plus, veillez à ne pas choisir des critères incompatibles qui pourraient entraîner des compromis inefficaces, affecter la qualité de vos produits ou services, et exercer une pression financière et organisationnelle excessive. Par exemple, la vitesse et la flexibilité que vous avez sélectionnées sont des critères incompatibles.

Constat :

Les forces internes que vous avez mentionnées semblent insuffisantes pour vous démarquer de la concurrence. Cela est confirmé par plusieurs facteurs que vous avez indiqués : un avantage concurrentiel modéré grâce à votre proposition de valeur, la facilité pour les concurrents d'accéder aux ressources telles que les outils, les équipements, et les personnes qualifiées, l'accès facile aux canaux de distribution pour les concurrents, et l'absence de contrats à long terme dans votre industrie.

Recommandation

05 Nous vous recommandons d'investir pour améliorer considérablement votre proposition de valeur, en vous appuyant sur vos critères de compétitivité dominants et secondaires, afin de vous démarquer de la concurrence et d'assurer la pérennité de votre entreprise.

Constat :

Vous nous avez indiqué que : vos ressources clés sont gérées avec une efficacité et une efficacité moyennes, vos activités clés sont réalisées de manière modérée en termes d'efficacité et d'efficacité, et vous cherchez moyennement à les optimiser, et vous améliorez de façon modérée votre structure de coûts pour maximiser votre rentabilité.

Recommandation

- 06** Nous vous recommandons de mettre en œuvre un système de gestion de la performance opérationnelle pour optimiser vos ressources et activités clés, et améliorer significativement votre contrôle des coûts et votre bénéfice net. Ce système, incluant des systèmes de mesure, de pilotage et d'amélioration continue, permet généralement d'augmenter la productivité horaire de dix à vingt pour cent en une année. Toutefois, étant donné que votre productivité horaire est déjà élevée, nous estimons un gain de productivité de cinq pourcent. Ceci aurait généré un bénéfice net de 247 629 \$ pour votre dernière année financière.

Constat :

Vous nous avez indiqué que votre industrie est dominée par quelques grands fournisseurs, avec une faible disponibilité des biens ou services qu'ils offrent.

Recommandations

- 07** Nous vous recommandons d'établir des partenariats avec d'autres fabricants pour renforcer votre pouvoir de négociation face aux fournisseurs et améliorer la disponibilité des biens, particulièrement en raison de votre isolement de la région. Dans le cadre du présent mandat de détection d'opportunités stratégiques, notre partenaire MCD vous fournira des données sur les opportunités de tels partenariats.
- 08** Nous vous recommandons de revoir votre design organisationnel en adoptant les principes d'une Entreprise responsabilisée®. Cela permettra de repenser les rôles, responsabilités et pouvoirs de vos cadres et employés clés dans le contexte du départ du fondateur et de l'arrivée potentielle d'un vendeur senior. L'objectif est de mieux équilibrer le travail, d'alléger la charge des cadres et d'éviter que l'entreprise ne repose sur seulement deux personnes.
Entreprise responsabilisée® - Marque de commerce déposée de **Coboom inc.**
- 09** Nous vous recommandons de mettre en œuvre un système de gestion des connaissances pour capturer, documenter et transférer les savoirs de la fondatrice avant son départ. Par la suite, ce système pourra être utilisé pour gérer vos connaissances clés et former l'ensemble de vos employés.
- 10** Enfin, après avoir mis en œuvre les premières recommandations, nous vous suggérons de réaliser une analyse des risques afin de mettre en place des mesures pour les minimiser. Nous avons calculé que l'indice de résilience globale de votre entreprise est très insuffisant, ce qui pourrait compromettre sa pérennité dès un premier choc mineur. Toutefois, cette recommandation est une priorité secondaire, car il est crucial de gérer les défis immédiats avant de se concentrer sur les risques à long terme.

Financement

Nous estimons que la mise en œuvre de ces recommandations nécessitera environ deux ans de travail. **Coboom** est en mesure d'assister **Entreprise ABC** dans cette transformation. La recommandation #1 vous permettra de financer la mise en œuvre de ces recommandations.

De plus, **Entreprise ABC** pourrait bénéficier de ces programmes de subvention:

- **DÉPART** (Programme développement économique pour l'aide à la redynamisation des territoires), qui offre une subvention couvrant 50 à 60 % des dépenses admissibles. Nous vous invitons à consulter le site web d'Investissement Québec pour obtenir de plus amples informations sur ce programme : <https://www.investquebec.com/quebec/fr/produits-financiers/toutes-nos-solutions/Programme-developpement-economique-pour-aide-redynamisation-territoires-DEPART.html>

Rapport détaillé



Rapport détaillé

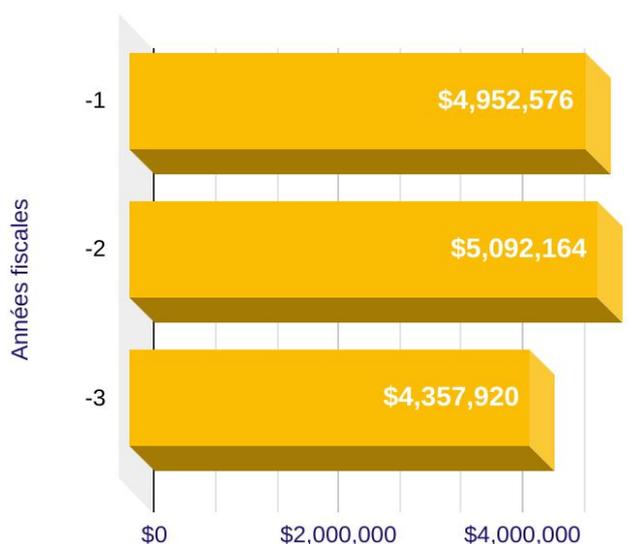
Situation financière

Qu'est-ce qu'une analyse financière ?

L'analyse financière évalue la santé et la **performance économiques** d'une entreprise en examinant les revenus, les profits, la résilience économique et la productivité. Cette analyse aide à **identifier les opportunités** de croissance et à améliorer l'**efficacité opérationnelle** de l'entreprise.

Revenus

Revenus sur les trois dernières années financières



Lors des trois dernières années financières complétées, vos revenus ont augmentés de 594,656\$ ou de 13.65%.

Votre entreprise a fait mieux que le taux de croissance du PIB réel canadien pour la même période (10.21%), avec une différence de 3.44%. Cette performance vous place dans la moyenne des entreprises canadiennes en termes de croissance des revenus

Votre entreprise a fait moins bien que la croissance de l'inflation canadienne pour la même période (14.10%), avec une différence de -0.45%. Une croissance de vos revenus inférieure à celle de l'inflation peut avoir plusieurs répercussions, notamment la réduction de votre pouvoir d'achat, la diminution de vos marges bénéficiaires, la pression sur les salaires, ainsi que des problèmes de trésorerie. Il est crucial pour votre entreprise de s'assurer que votre croissance des revenus dépasse ou au moins égale la croissance de l'inflation pour assurer votre résilience économique.

Bénéfice net

Bénéfices nets sur les trois dernières années financières



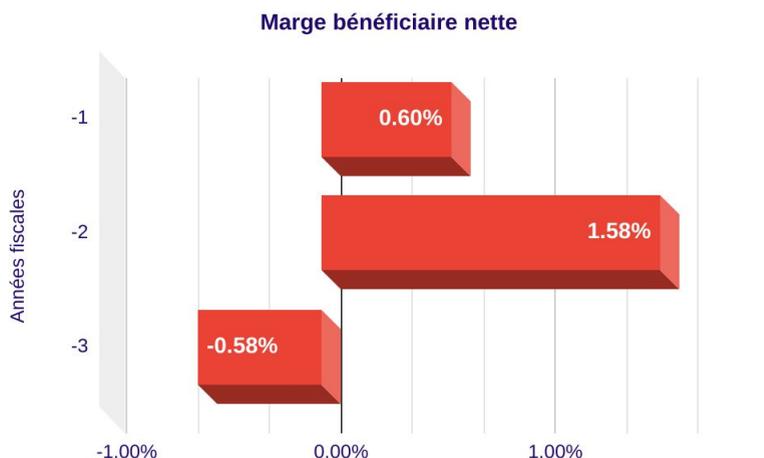
Votre bénéfice net (55,204\$) et votre marge bénéficiaire nette (1.18%) sont en croissance depuis trois ans, contribuant à votre résilience économique.

Vos revenus croissent plus rapidement (13.65%) que votre marge bénéficiaire nette (1.18%) depuis trois ans, indiquant une diminution de votre efficacité opérationnelle.

Résilience économique

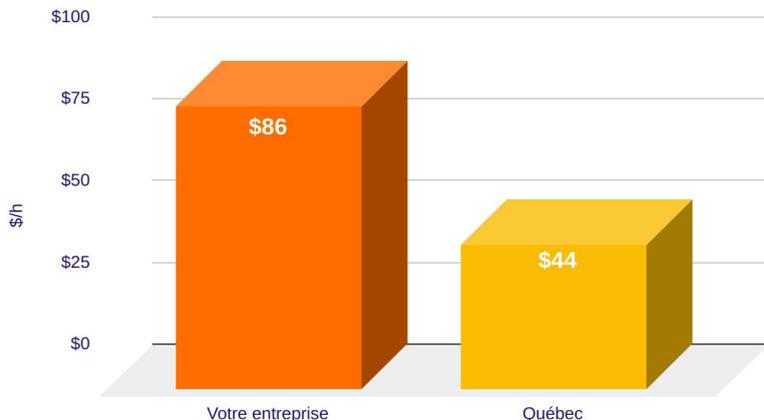
La résilience économique de votre entreprise, mesurée par votre marge bénéficiaire nette, indique votre capacité à absorber les chocs et à vous rétablir après des crises. Selon **Coboom**, une marge bénéficiaire nette d'au moins 5% est nécessaire pour absorber les risques et récompenser les efforts des actionnaires, gestionnaires et employés.

Votre marge bénéficiaire nette moyenne sur trois ans est de 0.53%, indiquant une très faible résilience économique pour absorber les chocs et vous rétablir rapidement après des crises.



Analyse de la productivité

Comparaison de votre productivité horaire par rapport à l'industrie



La productivité horaire calcule la valeur économique créée par votre entreprise pour chaque heure travaillée par vos employé-e-s. Plus votre productivité horaire est élevée, plus votre entreprise est efficace à créer de la valeur par rapport au temps investi. Votre productivité horaire est de 86\$/heure.

La différence entre votre productivité horaire et celle de votre secteur d'activité au Québec est de 42\$/heure. Cela signifie que votre entreprise a une très bonne productivité horaire.



Modèle d'affaires

Qu'est-ce qu'une analyse du modèle d'affaire ?

Le modèle d'affaires est un outil essentiel pour analyser une entreprise à travers **dix éléments clés** : les segments de clients, la proposition de valeur, les canaux de distribution, les relations avec les clients, les sources de revenus, les ressources clés, les activités clés, les partenaires clés, la structure des coûts et l'ADN. L'objectif de cette analyse est d'optimiser la création, la livraison et la capture de valeur de votre organisation.

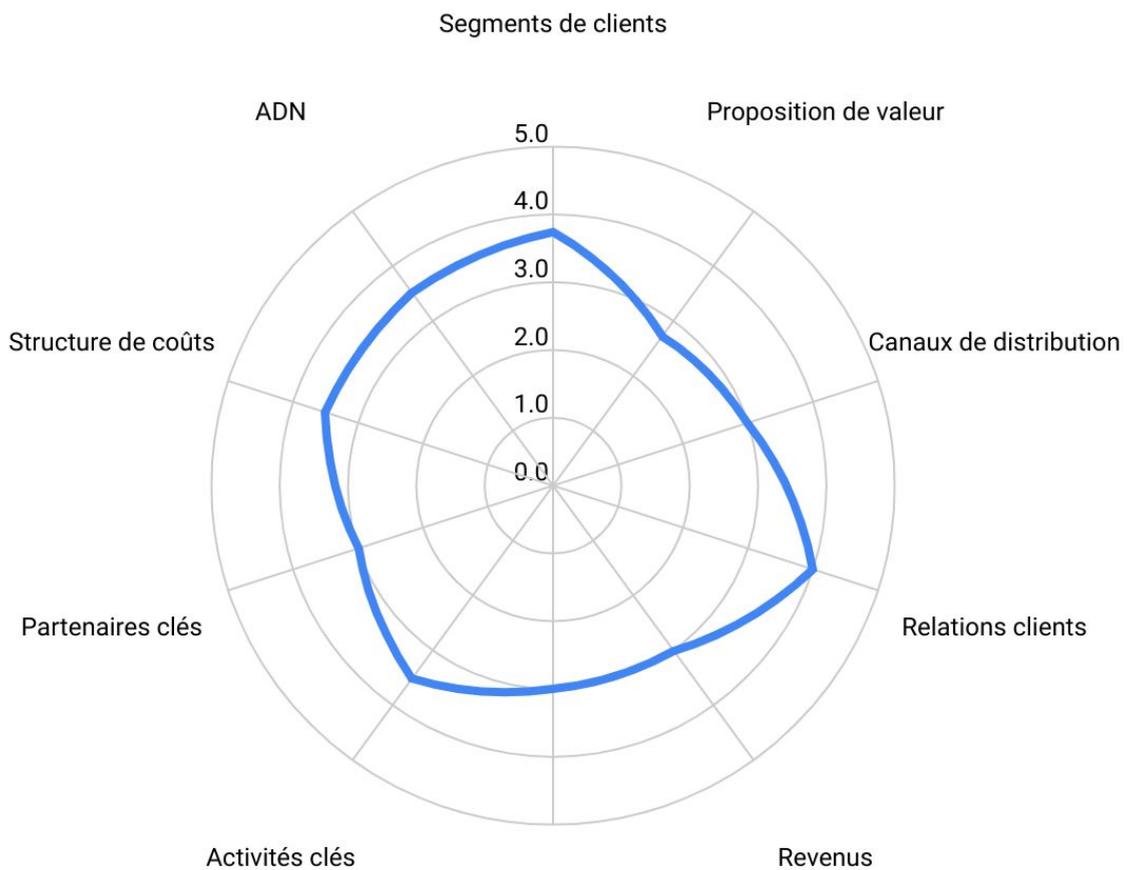


Tableau synthèse des résultats de l'analyse du modèle d'affaires

Éléments du modèle d'affaires	Descriptions et constats	Santé des éléments
Segments de clients	<p>Vos segments de clients décrivent les différents groupes de personnes ou d'organisations que vous servez. Les segments peuvent être basés sur des caractéristiques démographiques, des besoins, des comportements ou d'autres attributs. Une bonne identification des segments de clients permet de mieux comprendre les besoins spécifiques de chaque groupe et de personnaliser votre proposition de valeur en conséquence.</p> <p>Votre connaissance de vos segments clients, ou votre capacité à les atteindre, est bonne. Cependant, il serait pertinent d'analyser les éléments caractérisant vos segments clients afin d'identifier les meilleures actions d'amélioration.</p>	3.8
Proposition de valeur	<p>Votre proposition de valeur est le cœur de votre modèle d'affaires. Elle décrit les produits et services qui créent de la valeur pour un segment de clients spécifique. C'est la raison pour laquelle les clients vous choisissent plutôt qu'une autre entreprise. Votre proposition de valeur doit répondre à un problème ou un besoin particulier de manière unique ou supérieure.</p> <p>Votre proposition de valeur est faible. Il est nécessaire de la clarifier, de la préciser en fonction des besoins et des demandes des clients, et de la formuler de manière à accroître votre avantage concurrentiel.</p>	2.7
Canaux de distribution	<p>Vos canaux de distribution décrivent comment vous communiquez avec vos segments de clients et leur livrez votre proposition de valeur. Ils incluent les voies par lesquelles vous vendez et distribuez vos produits ou services, telles que les ventes directes, les partenariats de distribution, etc.</p> <p>La performance de vos canaux de distribution est passable. Il serait nécessaire d'analyser la couverture de vos canaux de distribution actuels en fonction de vos segments clients et de réfléchir à des stratégies de diversification pour étendre leur portée.</p>	3
Relations clients	<p>Vos relations clients décrivent les types de relations que vous établissez avec vos segments de clientèle. La manière dont vous interagissez avec vos clients peut influencer fortement leur satisfaction et leur fidélité.</p> <p>La qualité de vos relations avec vos clients est bonne. Cependant, il serait intéressant d'analyser la solidité de celles-ci, de mieux comprendre leurs attentes et de renforcer leur fidélité</p>	4.0
Revenus	<p>Vos flux de revenus décrivent comment vous générez des revenus à partir de chaque segment de clients. Ces revenus peuvent provenir de la vente de produits, des abonnements, des frais d'utilisation, des licences, des commissions, des publicités, etc.</p> <p>Votre capacité à générer des revenus est passable. Il serait pertinent de diversifier vos sources de revenus et d'analyser la structure de prix actuelle afin d'améliorer votre rentabilité et assurer la pérennité de l'entreprise.</p>	3.0

Suite

Éléments du modèle d'affaires	Descriptions et constats	Santé des éléments
Ressources clés	<p>Vos ressources clés décrivent les actifs indispensables pour que votre modèle d'affaires fonctionne. Elles peuvent être physiques, intellectuelles, humaines ou financières. Ces ressources permettent de créer et de livrer votre proposition de valeur, d'atteindre vos segments de clients, de maintenir les relations avec vos clients et de générer des revenus.</p> <p>Le contrôle de vos ressources clés est passable. Il serait pertinent d'analyser leur performance en termes de sécurité, d'efficacité et d'agilité afin d'assurer la résilience de l'entreprise.</p>	3.0
Activités clés	<p>Vos activités clés décrivent les activités les plus importantes que vous devez effectuer pour que votre modèle d'affaires fonctionne. Cela peut inclure la production, la résolution de problèmes, la gestion de la chaîne d'approvisionnement, le marketing, la recherche et développement, etc.</p> <p>La contribution de vos activités clés à la création de valeur est bonne. Cependant, il serait pertinent de réévaluer régulièrement lesquelles sont les plus rentables et si elles sont toujours alignées avec votre proposition de valeur.</p>	3.5
Partenaires clés	<p>Les partenaires décrivent le réseau de fournisseurs et de partenaires qui rendent possible votre modèle d'affaires. Vos partenaires clés peuvent inclure des alliances stratégiques, des joint-ventures, des relations avec vos fournisseurs, etc. Vos partenaires peuvent aider à réduire vos risques, à acquérir des ressources ou à accéder à de nouveaux segments de clients.</p> <p>Vos partenariats et alliances stratégiques actuelles apportent une valeur ajoutée passable pour l'entreprise. Il serait pertinent d'identifier des stratégies communes afin de garantir des résultats mutuellement bénéfiques et alignés sur les intérêts communs.</p>	3.0
Structure de coûts	<p>Votre structure de coûts décrit tous les coûts engagés pour faire fonctionner votre modèle d'affaires. Vos coûts peuvent inclure les coûts fixes, les coûts variables, les économies d'échelle, les coûts d'approvisionnement, etc. Comprendre votre structure de coûts aide à mieux gérer vos dépenses et à optimiser votre rentabilité.</p> <p>Votre compréhension de votre structure de coûts est bonne. Cependant, il serait judicieux de réévaluer les coûts réels engendrés par vos activités afin de maximiser la rentabilité de votre entreprise.</p>	3.5
ADN	<p>Le segment "ADN" d'une entreprise encapsule sa mission et ses valeurs fondamentales, définissant son identité et sa raison d'être. Il guide les actions et les décisions stratégiques, assurant que toutes les initiatives s'alignent avec les principes et objectifs fondamentaux de l'organisation.</p> <p>Votre connaissance des meilleures pratiques d'affaires et des structures nécessaires pour les mettre en place est bonne.</p>	3.5

Critères de compétitivité

Qu'est-ce qu'un critère de compétitivité ?

Un critère de compétitivité est **un facteur clé** qui influence la capacité de votre entreprise à **se démarquer** sur le marché grâce à ses performances comparées à celles de vos concurrents.

Cette section se concentre sur les éléments distinctifs qui sont particulièrement valorisés par vos clients. L'objectif est d'identifier les critères de compétitivité sur lesquels vous concentrez vos efforts et vos ressources afin de vous démarquer de manière significative de vos concurrents.

Dans un océan rouge, où la concurrence est intense, **ces critères renforcent votre position** de leader en vous permettant de rivaliser efficacement pour des parts de marché déjà bien occupées. En revanche, dans un océan bleu, où la concurrence est absente ou faible, ces critères visent à créer un espace de marché nouveau et unique, en innovant et en offrant une valeur singulière aux clients.

Il est essentiel de distinguer ces critères des standards génériques de votre secteur ou industrie, ils représentent véritablement ce qui fait votre unicité et la valeur perçue par vos clients.

Constat :

Vous avez sélectionné **7 critères de compétitivité** : vitesse, haute qualité, performance, flexibilité, innovation, vaste choix, expérience client.

La focalisation sur un nombre excessif de critères de compétitivité s'avère contre-productive pour votre entreprise. En effet, cette dispersion des efforts affecte non seulement votre bénéfice net, mais également la cohérence de votre modèle d'affaires, votre positionnement sur le marché et la perception de la valeur par vos clients. Une analyse approfondie des critères de compétitivité est donc essentielle pour identifier ceux qui sont les plus pertinents aux yeux de vos clients clés. Nous vous recommandons de vous concentrer sur un seul critère dominant et un critère secondaire. De plus, opter pour des critères incompatibles peut entraîner des compromis inefficaces, nuire à la qualité de vos produits ou services, et créer une pression financière et organisationnelle excessive. Vous avez sélectionné vitesse et flexibilité qui sont des critères incompatibles.

Forces concurrentielles

Le modèle des cinq forces de Porter est un outil analytique essentiel pour **comprendre la dynamique concurrentielle** de votre secteur d'activité. En utilisant ce modèle, vous pouvez évaluer votre positionnement et examiner les différentes **forces externes qui font pression** sur votre entreprise.

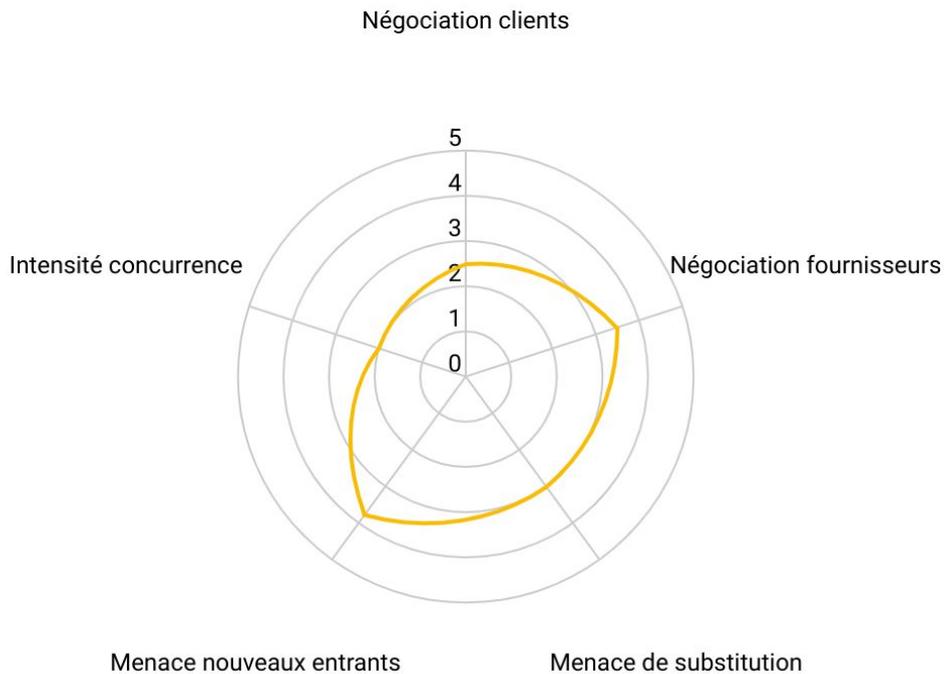


Tableau synthèse des résultats de l'analyse des forces concurrentielles

Éléments du modèle d'affaires	Descriptions et constats	Santé des éléments
Négociation clients	<p>Le pouvoir de négociation des clients, dépend du nombre de concurrents, de la différenciation de l'offre et de la concentration des clients. Plus les clients sont nombreux et l'offre peu différenciée, plus leur pouvoir de négociation est fort.</p> <p>Le pouvoir de négociation de vos clients est moyen, exerçant une pression modérée sur votre entreprise. Il devient prioritaire d'analyser plus en profondeur votre proposition de valeur, votre segmentation client ainsi que votre structure de revenus pour atténuer l'impact de cette force.</p>	2.5
Négociation fournisseurs	<p>La force de négociation des fournisseurs, désigne la capacité des fournisseurs à influencer les conditions de l'industrie, notamment les prix, la qualité des produits ou services, et les conditions de livraison.</p> <p>Le pouvoir de négociation de vos fournisseurs est très élevé, exerçant une forte pression sur votre entreprise. Il serait nécessaire d'analyser plus en profondeur vos ressources et activités clés, vos partenaires ainsi que votre structure de coûts pour atténuer l'impact de cette force.</p>	3.5
Menace substitution	<p>La menace de substitution, dépend de la différenciation de l'offre et de l'existence de substituts répondant mieux aux besoins des clients. Plus l'offre est unique et répond aux besoins spécifiques des clients, moins la menace de substitution est élevée.</p> <p>La menace de substitution est moyenne, exerçant une pression modérée sur votre entreprise. Il serait nécessaire d'analyser plus en profondeur votre proposition de valeur ainsi que vos relations clients pour atténuer l'impact de cette force.</p>	3.0
Menace nouveaux-entrants	<p>La force de négociation des nouveaux entrants, se réfère à la capacité des nouvelles entreprises à pénétrer et à s'établir dans une industrie. Cette force est influencée par plusieurs facteurs, notamment la facilité pour une petite organisation de réussir dans l'industrie, l'accessibilité aux ressources (telles que les outils, les équipements et la main-d'œuvre qualifiée), la facilité d'accès aux canaux de distribution, et l'absence de contrats à long terme.</p> <p>La menace de nouveaux entrants est très élevée, exerçant une forte pression sur votre entreprise. Il serait nécessaire d'analyser votre proposition de valeur, vos partenariats et vos activités clés afin d'atténuer l'impact de cette force.</p>	3.8
Intensité concurrence	<p>La concurrence directe, dépend du nombre de concurrents, de leur similarité, du manque de différenciation de l'offre et des coûts de changement pour les clients. Plus les concurrents sont nombreux, similaires et l'offre peu différenciée, plus la concurrence est intense.</p> <p>L'intensité de la concurrence est moyenne, exerçant une pression modérée sur votre entreprise. Il est nécessaire d'analyser votre proposition de valeur, vos relations clients et de revoir votre positionnement par rapport à vos critères de compétitivité afin d'atténuer l'impact de cette force.</p>	2.0

PESTEL

Qu'est-ce que l'analyse PESTEL ?

Cette section sert à **explorer les forces extérieures** qui façonnent votre environnement et influencent votre activité. L'analyse PESTEL permet d'examiner **les facteurs** politiques, économiques, socioculturels, technologiques, environnementaux et légaux **qui peuvent impacter votre organisation**, positivement ou négativement.

Politique

- 2 Le facteur Politique examine l'influence des décisions gouvernementales sur une organisation. Impactent la conformité, les opérations, la rentabilité et les stratégies des entreprises.

Economie

- 4 Le facteur Socioculturel analyse l'influence des aspects sociaux et culturels sur une organisation. Affectant les comportements des consommateurs, les attentes du marché et les stratégies d'entreprise.

Social

- 3.2 Le facteur Environnemental examine l'impact des réglementations écologiques et des limites physiques des ressources sur une organisation. Ces éléments influencent la conformité réglementaire, les pratiques opérationnelles, la gestion des ressources et les stratégies de développement durable des entreprises.

Technologie

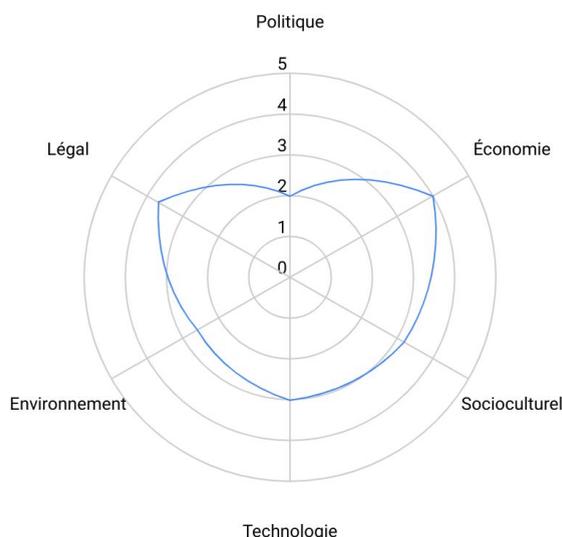
- 3 Le facteur Économique analyse les influences économiques sur une organisation. Affectant la demande, les coûts, la rentabilité et la stratégie des entreprises.

Environnement

- 2.6 Le facteur Technologique examine l'impact des innovations et des avancées technologiques sur une organisation. Influençant l'efficacité opérationnelle, la compétitivité, les coûts, et les opportunités de développement pour les entreprises.

Légal

- 3.7 Le facteur Légal analyse l'influence du cadre législatif sur une organisation. Affectant la conformité, les responsabilités légales, et les opérations des entreprises.



Constat :

Vous avez identifié les facteurs politiques comme ceux qui peuvent impacter négativement votre entreprise à l'échelle du marché québécois. Il est recommandé de les intégrer dans vos prochaines réflexions stratégiques pour anticiper les changements, réduire les risques et améliorer la compétitivité.



Forces et faiblesses internes, opportunités et menaces externes

Qu'est-ce que l'analyse FFOM ?

L'analyse FFOM (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces) est un outil stratégique permettant d'évaluer le positionnement d'une entreprise. Elle examine les forces et faiblesses internes, ainsi que les opportunités et menaces externes, dévoilant ainsi les angles morts de l'entreprise. Cette approche aide à développer des stratégies informées, en comprenant mieux l'environnement concurrentiel, en identifiant les opportunités à saisir et en anticipant les menaces potentielles pour mieux gérer les risques.

Votre analyse de la situation

L'entreprise bénéficie d'une réputation établie et d'une offre diversifiée qui lui permettent de gérer des projets complets. Son personnel local, débrouillard et innovant, constitue un atout majeur. Cependant, le départ prochain du fondateur clé, André, soulève des inquiétudes quant à la transmission des connaissances et à l'avenir du modèle d'affaires. De plus, l'entreprise fait face à des difficultés de recrutement, notamment de personnel qualifié et de cadres, ce qui limite sa croissance et pèse sur les cadres existants. Par ailleurs, la main-d'œuvre plus âgée peine à s'adapter aux nouvelles technologies, entravant ainsi l'innovation.

Malgré ces défis, l'entreprise peut tirer parti de la qualité de vie attrayante de la région, de son vaste terrain propice à l'expansion, et de son représentant local à Québec. Toutefois, l'éloignement géographique, le manque de compétences spécialisées dans la région, la fluctuation des coûts des métaux et les longs délais d'approvisionnement constituent des menaces importantes. L'entreprise devra donc faire preuve d'adaptabilité et d'innovation pour surmonter ces obstacles et assurer sa pérennité.

Prospective

Qu'est-ce que la prospective ?

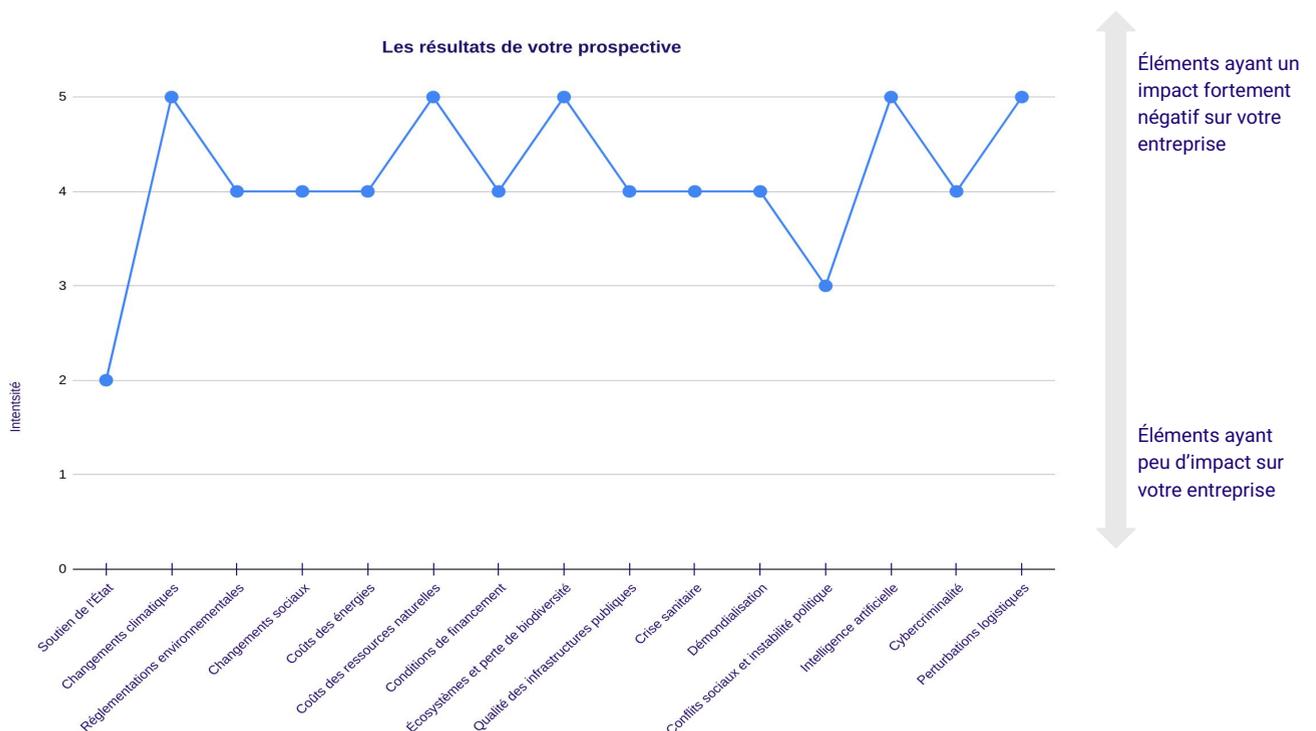
La prospective est une démarche structurée de réflexion sur l'avenir et d'exploration des futurs possibles. Elle a pour but d'anticiper les évolutions à long terme et de fournir des orientations stratégiques pour guider les décisions et les actions des collectivités et des organisations. La prospective consiste à observer le présent avec les yeux du futur afin de décider et d'agir de manière éclairée.

L'avenir est imprévisible et la prospective n'offre pas une boule de cristal. La prospective vise à reconnaître les variables qui influencent les tendances actuelles sans nécessairement supposer leur continuité, ainsi qu'à identifier celles qui génèrent des signaux faibles non détectés par la majorité. Cette approche permet de concevoir l'évolution de ces variables en tenant compte de leurs interactions. L'expérience démontre que les problèmes ne surviennent pas isolément. Ils sont interreliés, l'évolution d'une variable influençant souvent d'autres variables liées. Les relations que nous établissons entre ces variables nous permettent de développer une vision complexe et systémique des futurs possibles, évitant ainsi de nous enfermer dans une vision simpliste et en silo qui conduit souvent à des actions contre-productives.

Coboom a passé plusieurs mois à identifier et analyser en profondeur une quinzaine de variables économiques et socioécologiques cruciales pour l'économie du Québec à l'horizon 2040, avec l'aide d'une vingtaine d'expert-e-s et de chercheur-euse-s universitaires québécois-e-s de renom.

Cette section a pour objectif d'évaluer la sensibilité et la compréhension de votre entreprise face aux éventuels impacts négatifs de ces variables.

Le terme "metacrise" désigne une situation où plusieurs crises interconnectées ou simultanées surviennent, amplifiant ainsi les défis auxquels une société ou une organisation doit faire face.



Indice de résilience Coboom

Qu'est-ce que l'indice de résilience Coboom ?

L'indice de résilience Coboom évalue la résilience économique et socioécologique de votre entreprises en analysant à la fois les facteurs internes et externes tels que

Cet outil d'évaluation complet, l'indice de résilience Coboom, a été utilisé pour mesurer la capacité de votre entreprise à faire face aux chocs économiques et socioécologiques futurs.

L'indice de résilience Coboom évalue votre entreprise selon sa capacité à :

- 1 Générer un bénéfice net suffisant et disposer de ressources financières adéquates pour absorber les chocs
- 2 S'adapter rapidement aux chocs grâce à la robustesse de votre modèle d'affaires
- 3 Gérer les dynamiques concurrentielles et l'influence des facteurs externes présents dans votre écosystème
- 4 Comprendre et intégrer les impacts des enjeux socioécologiques dans votre stratégie.

INDICE DE RÉSILIENCE COBOOM



oom 2024

Constat global

L'évaluation de la résilience de votre entreprise, basée sur l'indice Coboom, révèle un score de 45%, indiquant une fragilité significative. Cette faiblesse est principalement attribuable à des difficultés financières, à un nombre excessif de critères de compétitivité et à une forte pression concurrentielle. La résilience globale de votre entreprise est très insuffisante, ce qui pourrait compromettre sa pérennité dès un premier choc mineur.

Bibliographie

Banque du Canada. sd. Inflation Calculator.

<https://www.bankofcanada.ca/rates/related/inflation-calculator/>

Statistique Canada. [Tableau 36-10-0480-01](#) Productivité du travail et mesures connexes par industrie du secteur des entreprises et par activité non-commerciale, conformes aux comptes des industries

DOI : <https://doi.org/10.25318/3610048001-fra>

Statistique Canada. sd. Tableau 36-10-0402-01 Produit intérieur brut (PIB) aux prix de base, par industries, provinces et territoires (x 1 000 000). <https://doi.org/10.25318/3610040201-fra>