

PLAN D'AFFAIRES

DATE LIMITE : 14 novembre 2025

Critères d'évaluation :

- **Présentation du projet /10**
 - Résumé clair : on comprend ce qu'est le projet
 - Projet intéressant, original, qui donne envie de lire la suite
- **Mission - Vision - Valeurs /10**
 - Mission bien formulée et cohérente avec le projet
 - Vision réaliste, motivante Équipe
 - Valeurs claires, pertinentes
- **Équipe /5**
 - Tous les membres sont nommés
 - Rôles choisis et nommés
- **Étude de marché /15**
 - Clientèle cible bien décrite (âge, lieu, intérêts, habitudes)
 - Analyse de la concurrence (au moins 2 concurrents, comparaison pertinente)
 - Avantage concurrentiel clair (ce qui les rend différents/meilleurs)
- **Stratégie de commercialisation /10**
 - Prix du produit ou service expliqué, logique
 - Moyens pour se faire connaître (réseaux sociaux, affiches, etc.)
 - Lieux et méthodes de vente bien pensés (marché, école, en ligne...)
- **Plan de production / opération /10**
 - Étapes principales de fabrication ou prestation du service
 - Ressources nécessaires bien identifiées (matériel, équipement, partenaires)
- **Impact social / environnemental /5**
 - Le projet propose une contribution positive à la communauté
 - Il y a au moins une action pour limiter un impact négatif (déchets, inclusion, etc.)
- **Prévisions financières /10**
 - Coûts de démarrage estimés et justifiés
 - Revenus et profits prévus (même approximatifs, mais logiques)
 - Le modèle semble viable ou réfléchi
- **Objectifs et défis /7**
 - Objectifs clairs
 - Identification d'au moins un défi et une solution possible
- **Présentation générale /18**
 - Toutes les sections du plan sont remplies
 - Qualité de la langue (orthographe, syntaxe, clarté)
 - Présentation soignée : mise en page lisible, logo, couleurs, effort visuel

TOTAL /100

*Un seul plan d'affaires par entreprise peut-être soumis à JA Québec.
Vous avez plusieurs options pour la soumettre :*

- Envoyer à votre enseignant ou responsable de centre
- Déposer dans votre Drive

VENTE EN ACTION

DATE LIMITE : 5 décembre 2025

Critères d'évaluation :

- **Présentation de l'équipe /15**

Chaque membre est présenté, bonne coordination, esprit d'équipe ressenti

- **Présentation du produit ou service /15**

Le produit est bien expliqué, son utilité est claire, il répond à un besoin

- **Structure de la vidéo /8**

Organisation logique (début - milieu - fin), gestion efficace du temps (max. 5 min)

- **Clarté du message /10**

Explications faciles à comprendre, langage adapté, bon rythme

- **Dynamisme et énergie /6**

L'équipe capte l'attention : ton enthousiaste, implication, motivation

- **Créativité / originalité de la vidéo /10**

Mise en scène originale, humour, narration inventive ou montage créatif

- **Compréhension de la clientèle cible /10**

L'équipe identifie à qui s'adresse le produit, et pourquoi il plairait

- **Argumentaire de vente /16**

Raisons d'acheter convaincantes : avantages clairs, différenciation, persuasion

- **Qualité technique /3**

Son clair, image stable, effort dans le montage ou la présentation visuelle

- **Impact général (ai-je envie d'acheter ?) /5**

Est-ce que la vidéo donne vraiment envie d'acheter le produit ou service ?

- **Respect des consignes /2**

TOTAL /100

Une seule vidéo par entreprise peut-être soumise au bureau de JA Québec. La vidéo doit durer maximum 5 minutes dont :

- Une présentation de l'équipe : maximum 4 minutes
- Le discours de vente : entre 45 seconde et 1 minute

Vous avez plusieurs options pour la soumettre :

- Envoyer à votre enseignant ou responsable de centre
- Déposer dans votre Drive

DE L'IDÉE AU PROJET

DATE LIMITE : 16 janvier 2026

Guide du concours

Ce que vous devez remettre :

1. Un support visuel :

- Si vous avez conçu un produit → Remettez le produit physique finalisé
- Si vous avez conçu un service → Remettez une affiche physique ou un support visuel physique (à votre convenance)

2. Un document explicatif :

Partie 1 : Fiche technique du produit ou service

- Description du produit ou service :
 - Fonctionnalités principales
 - Public cible / utilisateurs visés
 - Matériaux, outils ou technologies utilisés
 - Mode d'emploi ou description du fonctionnement
- Évolution du projet :
 - Quelles étapes de développement avez-vous traversées ?
 - Quelles améliorations ont été apportées entre la 1^{re} idée et le résultat final ?
 - Pourquoi avez-vous fait ces choix ?
 - Défis rencontrés pendant la production (approvisionnement, choix des outils, organisation...)

Partie 2 : Évaluation de la qualité du résultat

- Comment évaluez-vous la qualité de ce que vous avez produit ? (critères de réussite, vos objectifs, vos résultats obtenus)
- Défis rencontrés pendant la production et solutions trouvées :
 - Avez-vous anticipé certaines contraintes ? (Exemples : propriété intellectuelle, saisonnalité, stockage, transport)
 - Quelles solutions avez-vous envisagées ? (Exemples : produire à la demande, automatiser, recycler, externaliser)
- Avez-vous testé votre produit ou service ?
 - Si oui, auprès de qui ?
 - Résumé des résultats ou commentaires reçus (Par exemple : ce qui a été apprécié, ce qui pourrait être amélioré, etc.)

Un seul dépôt par entreprise peut-être soumise au bureau de JA Québec.

Vous avez plusieurs options :

- Envoyer à votre enseignant ou responsable de centre
- Déposer dans votre Drive

DE L'IDÉE AU PROJET

DATE LIMITE : 16 janvier 2026

Critères d'évaluation :

- Support visuel final (produit ou affiche) **/20**
 - Qualité du rendu final : /8
 - Clarté et lisibilité : /6
 - Respect du format / consignes (objet ou support visuel physique) : /6
- Clarté et qualité de la fiche technique **/20**
 - Présentation claire et structurée : /5
 - Détail des fonctionnalités / utilisation : /7
 - Identification du public cible et des matériaux : /8
- Évolution du projet **/15**
 - Description des étapes de développement : /5
 - Améliorations identifiées et justifiées : /5
 - Qualité de l'analyse / réflexion : /5
- Défis rencontrés (production) **/10**
 - Identification pertinente des défis : /5
 - Niveau de précision / variété des défis : /5
- Solutions envisagées (contraintes futures) **/10**
 - Qualité des solutions proposées : /5
 - Réalisme et cohérence des choix : /5
- Évaluation de la qualité du résultat final **/8**
 - Esprit critique et honnêteté : /4
 - Argumentation solide : /4
- Tests et retours **/5**
 - Test effectué (oui / non / à qui) : /2
 - Analyse des retours ou commentaires : /3
- Originalité et créativité du projet **/10**
 - Originalité de l'idée ou du concept : /6
 - Créativité dans la réalisation : /4
- Présentation générale du dossier **/2**
 - Mise en page / présentation visuelle : /1
 - Orthographe / qualité du français : /1

TOTAL /100

CONCOURS RAPPORT D'ÉTAPE

DATE LIMITE : 6 février 2026

Critères d'évaluation :

- **Président.e /15**
 - Présentation claire du rôle et des responsabilités (3pts)
 - Bilan global du fonctionnement de l'équipe (communication, coordination, leadership) (5 pts)
 - Réflexion sur les défis rencontrés et rôle du président pour y faire face (4pts)
 - Objectifs concrets et réalistes pour la fin du programme (3pts)
- **VP Finances /15**
 - Présentation du rôle et des responsabilités (2pts)
 - Suivi des revenus et dépenses clair et cohérent (4pts)
 - Retour sur les erreurs ou difficultés financières et solutions proposées (3pts)
 - Objectifs clairs pour la suite et plan pour tenir les finances à jour (3pts)
 - Documents obligatoires remis et bien organisés (factures, journal général, rapport taxes) (3pts)
- **VP Production et opération /15**
 - Présentation du rôle et des tâches concrètes (2pts)
 - Description de la chaîne de production actuelle (flux, logistique, efficacité) (4pts)
 - Bilan des problèmes rencontrés (délais, qualité, matériel) (3pts)
 - Solutions mises en place ou prévues (3pts)
 - Ébauche ou schéma de production joint et clair (3pts)
- **VP Ressources humaines et développement durable /15**
 - Présentation du rôle (RH + DD) (2 pts)
 - Bilan du climat de travail, gestion de l'équipe, assiduité (4pts)
 - Initiatives en développement durable (écologie, inclusion, etc.) (3pts)
 - Objectifs RH/DD pour la fin du programme (3pts)
 - Documents remis (PV, ordres du jour) complets et organisés (3pts)
- **VP Ventres /15**
 - Présentation du rôle et des outils utilisés (bordereaux, suivi) (2pts)
 - Résultats de vente jusqu'à maintenant et analyse (4pts)
 - Évaluation des écarts entre prévisions et réalité (3pts)
 - Stratégie de vente pour la suite (points de vente, approche client) (3pts)
 - Bordereaux de vente remis, complets et lisibles (3pts)
- **VP Communications et technologies /15**
 - Présentation du rôle (communication + technologies) (2pts)
 - Bilan de la présence en ligne : réseaux sociaux, site web, contenu (4pts)
 - Stratégies mises en place pour améliorer la visibilité (3pts)
 - Prochaines étapes ou ajustements prévus (3pts)
 - Liens et/ou captures d'écran du site et des réseaux remis (3pts)
- **Qualité générale du document /10**
 - Mise en page uniforme, respect du format (2 pages max / poste) (2pts)
 - Clarté, structure du texte, lisibilité (2pts)
 - Qualité de la langue (orthographe, syntaxe, style) (2pts)
 - Cohérence entre les départements (ex. ventes ≈ finances) (4pts)

TOTAL /100

CONCOURS STRATÉGIE COMMERCIALE

DATE LIMITE : 26 février 2026

Critères d'évaluation :

Message & Clarté commerciale (28 points)

- Produit/service clairement décrit (10 pts)
- Les bénéfices (ce que le client gagne, ce que le produit lui apporte) sont clairement exprimés, de façon convaincante (10 pts)
- Le message correspond clairement au profil du public cible (langage, ton, besoins), sans ambiguïté (8 pts)

Créativité & Originalité (27 points)

- Originalité du concept / idée / concept visuel : L'idée ou le visuel sort de l'ordinaire, il capte l'attention, il se démarque de ce qu'on voit habituellement (11 pts)
- Impact visuel / esthétisme / mise en scène / design : Le visuel est soigné. Images ou design accrocheur, équilibre des éléments, choix de couleurs harmonieux, bonne composition (11 points)
- Lisibilité & clarté du visuel et du texte (logo, slogan, message) : Texte lisible, taille/contraste adaptés, mise en page claire, visuellement agréable et facile à comprendre. (5 points)

Qualité visuelle & esthétique / Identité visuelle globale (20 points)

- Logo pertinent et reconnaissable : Le logo reflète l'entreprise / le produit, est distinctif, simple et identifiable. (8 pts)
- Cohérence graphique (logo, visuel, couleurs, texte, style) : Tous les éléments graphiques (logo, images, textes) sont harmonisés — même style, même ambiance. (7 pts)
- Qualité de la réalisation & format correct : Fichier net, bonne résolution, format conforme (JPG/PNG/PDF), image non pixellisée ou déformée — support correct pour impression / diffusion. (5 pts)

Pertinence stratégique & justification du choix (15 pts)

- Justification du support choisi (affiche ou vidéo) : L'équipe explique clairement pourquoi elle a choisi ce support, en lien avec le produit et le public cible. (5 pts)
- Cohérence entre visuel/message et public cible : Le visuel, le message et le style sont adaptés au public visé : âge, intérêts, contexte, langue. (5 pts)
- Choix du canal (réseau social ou format de diffusion) : Le canal choisi (ex: Instagram, Facebook, imprimé...) est pertinent pour toucher le public cible ; l'équipe justifie ce choix. (5 pts)

Stratégie écrite / explication (10 points)

- Description du public cible (âge, besoins, motivations) : Profil clair, pertinent, adapté au produit/service, de façon concise et compréhensible. (5 pts)
- Justification des choix marketing (logo, visuel, slogan, support, message) : Chaque choix est expliqué brièvement (1-2 phrases), avec lien logique vers le public cible et l'objectif. (3 pts)

Clarté & présentation du texte (structure, orthographe, lisibilité) : Texte lisible, bien organisé, sans faute majeure, clair et cohérent. (2 pts)

Total : 100 points

CONCOURS STRATÉGIE COMMERCIALE

DATE LIMITE : 26 février 2026

Guide du concours

1. Chaque équipe doit produire un seul support, au choix :

- Option A : Affiche (statique)
- Option B : Pub numérique (vidéo courte)

Quelle que soit l'option choisie, l'objectif est de présenter votre produit/service à un public cible, en utilisant une communication visuelle et pertinente. Mais quel que soit le support, un logo + un slogan (ou phrase d'accroche) sont obligatoires.

✓ L'affiche — Consignes

- Format : PDF, JPG ou PNG (image de bonne qualité)
- Doit contenir :
 - Un logo (ou nom de l'entreprise)
 - Un slogan ou phrase-acroche
 - Une description claire du produit/service (quel est-il, ce qu'il fait)
 - Un visuel attractif : image, illustration, mise en page soignée

✓ La pub numérique — Consignes

- Une vidéo courte : 20 à 60 secondes
- message clair, visuel lisible, ton adapté à votre produit / public
- y inclure slogan et logo

2. Stratégie (document écrit de 1 page max)

Les équipes doivent rendre un court document expliquant :

- Leur public cible :
 - Vous pouvez décrire votre public cible en répondant à ces 4 questions simples : Quel âge ont vos clients ? Où peut-on les trouver (école, quartier, internet, etc.) ? Quels sont leurs besoins ou leurs intérêts ? Pourquoi seraient-ils intéressés par votre produit/service ?
 - Ex : Notre public cible est composé d'élèves de 12 à 15 ans qui aiment les collations rapides. Ils ont besoin d'un produit simple à manger entre deux cours. Nous visons principalement Instagram et TikTok, car ce sont les réseaux les plus utilisés par cette tranche d'âge.
- Leurs choix marketing (logo, affiche, vidéo, réseaux sociaux) :
 - Expliquez pourquoi vous avez fait ces choix : Pourquoi cette affiche ou vidéo ? Pourquoi ce slogan et ce logo ? Pourquoi ces réseaux sociaux ? 🖱️ Maximum 2-3 phrases par élément.
 - Ex : Nous avons choisi un logo vert parce que la couleur évoque le côté naturel de notre produit. Notre publicité est sur TikTok parce que c'est la plateforme la plus populaire chez les jeunes et notre vidéo utilise un ton humoristique pour attirer leur attention.

Dans le document À remettre au jury :

- **Partie 1** : fournir le liens pertinents et documentation (réseaux sociaux, affiche, logo, etc.)
- **Partie 2** : 1 page maximum contenant les informations essentielles. Des phrases simples

RAPPORT AUX ACTIONNAIRES

DATE LIMITE : 27 mars 2026

Critères d'évaluation :

Page couverture – 4 pts

- Nom de l'entreprise et année fiscale (1 pt)
- Logos et adresse complète (1 pt)
- Mise en page claire et attrayante (2 pt)

Lettre aux actionnaires – Mot de la Présidence – 10 pts

- Mission, vision et objectifs (3 pts)
- Bilan global de l'entreprise et de l'équipe (3 pts)
- Décisions et stratégies majeures expliquées (2 pts)
- Ton motivant et message final aux actionnaires (2 pts)

Présentation de l'entreprise – 8 pts

- Description du produit/service (2 pts)
- Motivation de l'équipe pour le projet (1 pts)
- Historique et contexte de création (2 pts)
- Organigramme complet et lisible (3 pts)

Faits saillants de l'année – 5 pts

- Synthèse visuelle des résultats clés (3 pts)
- Informations claires et faciles à comprendre (2 pts)

Gouvernance et leadership – Chaque département – 50 pts

- Présidence (8 pts)
- Ressources Humaines et développement durable (8 pts)
- Production & opérations (8 pts)
- Ventes (8 pts)
- Communications & technologies (8 pts)
- Finances (10 pts)

Conclusion – Bilan et apprentissages – 10 pts

- Bilan global cohérent (4 pts)
- Apprentissages et réflexions stratégiques (3 pts)
- Message final aux actionnaires (3 pts)

Qualité générale du document – 8 pts

- Clarté et organisation (3 pts)
- Lisibilité et présentation visuelle (3 pts)
- Qualité de la langue (2 pts)

Total : 100 points

RAPPORT AUX ACTIONNAIRES

DATE LIMITE : 27 mars 2026

Guide du concours

Qu'est-ce que c'est ?

Le rapport aux actionnaires est un document officiel qui présente le bilan global de votre entreprise étudiante. Il permet aux actionnaires de comprendre :

- qui vous êtes,
- ce que vous avez fait,
- comment l'entreprise a fonctionné,
- quels résultats ont été obtenus,
- ce que vous avez appris de cette première expérience

Principes importants à respecter

✓ Ce que le rapport DOIT faire

- Être clair pour un public externe (les actionnaires et le jury n'ont pas passé l'année avec vous)
- Expliquer les résultats finaux
- Montrer l'impact des décisions
- Présenter des données exactes et lisibles
- Mettre en valeur le travail de l'équipe

✗ Ce que le rapport NE DOIT PAS faire

- Répéter en détail le rapport d'étape
- Lister toutes les tâches quotidiennes
- Reproduire des documents déjà évalués
- Utiliser un langage trop technique sans explication

Remise du document

Sur le Drive de votre entreprise. Il doit également être envoyé à vos actionnaires !

Structure du rapport

1. Page couverture

Doit contenir :

- Nom de la compagnie
- Adresse de l'entreprise étudiante
- Logo de l'entreprise et de JA Québec
- Période d'opération = date de début et de clôture

2. Lettre aux actionnaires (Mot de la Présidence)

Cette section doit être compréhensible sans avoir lu aucun autre document. Maximum 2 pages.

Cette lettre sert d'introduction et de fil conducteur au rapport. Elle doit inclure :

- La mission de l'entreprise
- La vision et les objectifs de départ
- Les décisions majeures prises durant l'année
- Les principaux défis rencontrés et comment ils ont été surmontés
- Un bilan global de la performance de l'entreprise (valeur de l'action, chiffre d'affaires)
- Un mot de conclusion aux actionnaires

RAPPORT AUX ACTIONNAIRES

DATE LIMITE : 27 mars 2026

3. Mot des conseillers ou professeur et/ou présentation des conseillers ou présentation (si applicable) = **Non obligatoire mais fortement conseillé**

4. Présentation de l'entreprise

- Brève description de l'entreprise
- Produit ou service offert + motivation du choix + Clientèle cible
- Organigramme : présentation claire de la structure et de ses membres
- Contexte de création : pourquoi les membres de votre équipe ont décidé de participer au programme Entreprise Étudiante de JA Québec et d'y rester

5. Faits saillants de l'année (une page max)

Cette section aide l'actionnaire à comprendre rapidement les résultats globaux.

- Ventes totales (unités et dollars)
- Profit ou perte / valeur de l'action
- Nombre d'unités produites ou services rendus
- Nombre d'actionnaires
- 3 à 5 réalisations marquantes

6. Gouvernance et leadership

Présidence

Objectif : expliquer comment l'entreprise a été dirigée. Inclure :

- Fonctionnement de l'équipe de direction
- Coordination entre les départements
- Décisions stratégiques importantes
- Gestion des enjeux interdépartementaux
- Bilan global du leadership
- Coordination de la liquidation (si applicable)

Ressources humaines et développement durable

Objectif : montrer comment l'équipe a été gérée et comment l'entreprise a agi de façon responsable.

Inclure :

- Portrait de l'équipe (nombre de membres, évolution)
- Portrait des actionnaires : qui sont-ils (nombre interne et externe)? Rôle et impact dans l'entreprise
- Climat de travail et assiduité (bilan final)
- Actions mises en place pour motiver et encadrer l'équipe
- Initiatives en développement durable et responsabilité sociale
- Impacts concrets de ces actions (équipe, image, communauté)

Opérations et production

Objectif : expliquer comment le produit ou service a été livré. Inclure :

- Description claire du produit ou service
- Type d'offre : produit physique, service ou produit technologique
- Volume total produit ou services rendus
- Processus général de production ou de prestation
- Coûts de fabrication et leur évolution
- Qualité du produit/service et satisfaction client
- Ajustements faits en cours d'année

RAPPORT AUX ACTIONNAIRES

DATE LIMITE : 27 mars 2026

Ventes

Objectif : présenter la performance commerciale. Inclure :

- Ventes totales en unités et en dollars (obligatoire)
- Canaux de vente utilisés
- Résultats réels vs prévisions
- Analyse des écarts
- Approches de vente les plus efficaces
- Efforts de vente remarquables

Communications et technologies

Objectif : expliquer comment l'entreprise s'est fait connaître. Inclure :

- Image de marque et message clé
- Outils utilisés (réseaux sociaux, site Web, outils numériques)
- Bilan de la présence en ligne
- Impact des communications sur la visibilité et les ventes
- Utilité des technologies pour le fonctionnement interne

Finances

Objectif : permettre aux actionnaires de comprendre la santé financière. Inclure :

- Évolution de la valeur de l'action (obligatoire)
- Revenus, dépenses et résultat final
- Profit ou perte (obligatoire)
- Seuil de rentabilité atteint ou non
- Lecture vulgarisée des états financiers

! Les états financiers complets doivent être inclus en annexe : Bilan et État des résultats

7. Conclusion – Bilan et apprentissages

Inclure :

- Bilan global de l'entreprise
- Principaux apprentissages de l'équipe
- Ce qui serait fait différemment si vous aviez une deuxième année
- Message de clôture aux actionnaires

Présentation et qualité du document

Le rapport doit :

- Être clair, structuré et visuellement attrayant
- Contenir des graphiques pertinents
- Présenter des données exactes et cohérentes
- Utiliser une langue soignée et accessible
- Être représentation du travail réel de l'année

Rappel :

Le rapport aux actionnaires doit pouvoir être compris sans avoir consulté le rapport d'étape.

Il ne répète pas le travail déjà évalué, mais en présente les résultats finaux et les impacts.