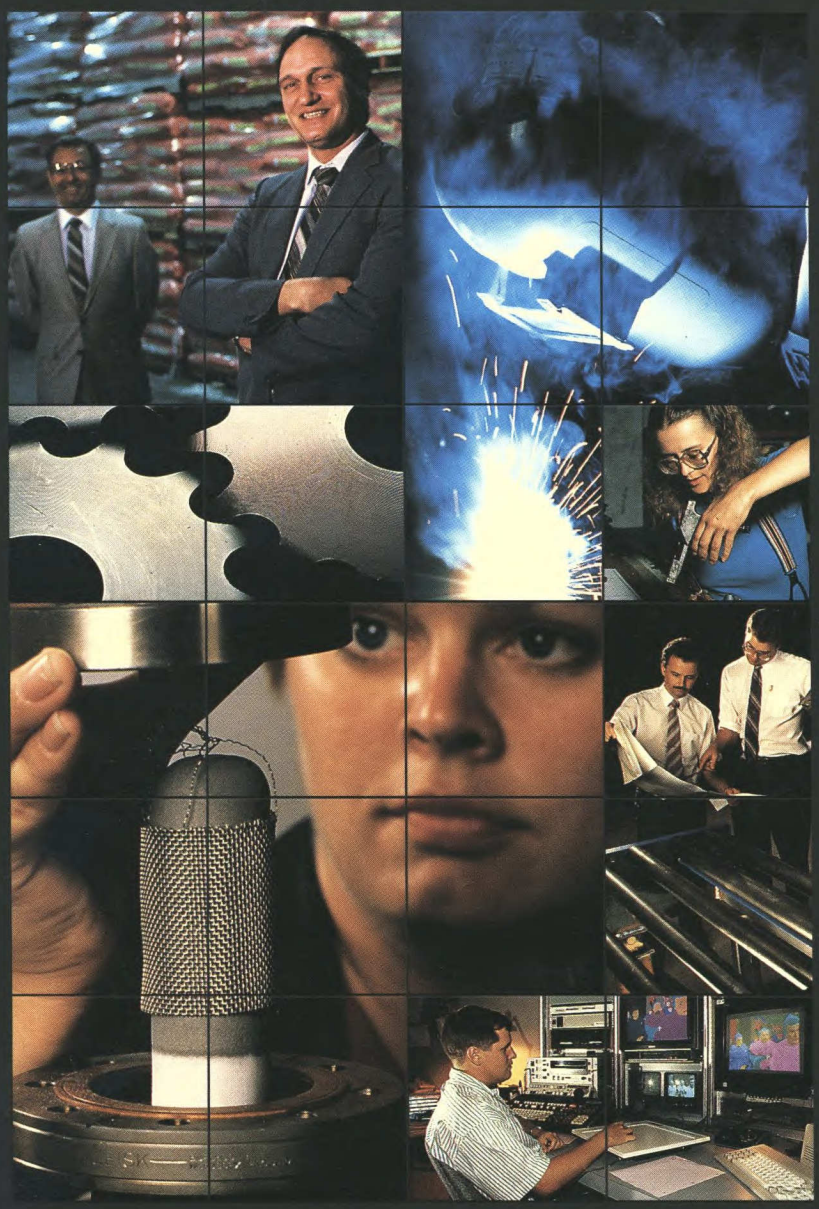
HD2346
.C2
A35214
1989 c.2

IC



LA PETITE ENTREPRISE AU CANADA

CROÎTRE AUJOURD'HUI POUR DEMAIN

1989

Industrie, Sciences et Technologie Canada
Industry, Science and Technology Canada

Canada

Préparé par le Bureau de l'entrepreneurship et de la petite entreprise d'Industrie, Sciences et Technologie Canada, en collaboration avec les ministères, agences et sociétés de la couronne suivants :

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada
Agence de promotion économique du Canada atlantique
Banque fédérale de développement
Diversification de l'économie de l'Ouest
Approvisionnements et Services Canada
Emploi et Immigration Canada
Finances
Statistique Canada

* Ministre des Approvisionnements et Services Canada 1989
No. au cat. : C-28 1/2-1989F
ISBN 0-662-95654-0
PU3297

Available in English

DEPARTMENT OF REGIONAL
INDUSTRIAL EXPANSION
LIBRARY

AGXQ

BIBLIOTHEQUE
MINISTERE DE L'EXPANSION
INDUSTRIELLE REGIONALE

LA PETITE ENTREPRISE AU CANADA

CROÎTRE AUJOURD'HUI POUR DEMAIN

1989

RAPPORT SUR LA PETITE ENTREPRISE AU CANADA PRÉSENTÉ À LA CHAMBRE DES COMMUNES PAR LE MINISTRE D'ÉTAT (PETITES ENTREPRISES ET TOURISME)

MESSAGE DE L'HONORABLE TOM HOCKIN MINISTRE D'ÉTAT (PETITES ENTREPRISES ET TOURISME)

Le Canada prend une part active à l'essor spectaculaire de l'esprit d'entreprise qui se manifeste dans tous les pays industrialisés. Des milliers de Canadiens ont relevé un défi passionnant : se lancer en affaires. Ils ont accepté les risques, ils ont engagé leurs ressources et consacré de longues heures à la réussite de leur entreprise. Les résultats sont plus qu'étonnants. La petite entreprise est devenue le moteur de la croissance économique et de la création d'emplois au Canada.

Depuis 1984, chaque année, plus de 150 000 entrepreneurs partent en affaires et leurs entreprises se sont révélées d'une vitalité étonnante. Au cours de la dernière décennie, plus des trois quarts des nouvelles entreprises ont réussi à franchir le cap de la première année de fonctionnement, indéniablement la plus cruciale. Près de la moitié des entreprises lancées en 1978 étaient encore en activité en 1987.

Le Canada compte actuellement environ 900 000 entreprises; plus de 98 pour 100 d'entre elles ont moins de 100 employés. Quarante pour 100 des Canadiens actifs dans le secteur privé travaillent pour une petite entreprise. Il est particulièrement frappant de constater qu'entre 1978 et 1987, la petite entreprise a créé plus de 80 pour 100 du total des nouveaux emplois nets au Canada. Le secteur canadien de la petite entreprise est aussi une source intarissable d'innovation et de créativité : deux tiers des entreprises du secteur privé qui font de la R-D au Canada ont moins de 50 personnes à leur emploi.

Ce document analyse certaines des caractéristiques et des réalisations du secteur de la petite entreprise au Canada et illustre l'importance qu'accorde le gouvernement du Canada à ce rouage dynamique de l'économie du pays. Le gouvernement et le secteur de la petite entreprise doivent tous deux régulièrement faire le point pour mettre en lumière les problèmes, élaborer des solutions, profiter des occasions et surtout identifier les défis à relever. En s'accordant sur les priorités, il sera possible d'édifier un partenariat solide et actif. Dans le cas contraire, le présent document pourra alors amorcer le débat qui permettra de forger les alliances nécessaires à la préparation de l'avenir.

Ce document se veut aussi un hommage à la petite entreprise et au courage de tous ces Canadiens décidés à risquer l'impossible. Ces pages décrivent également des exemples de réussite de petites entreprises extraits des Prix Canada pour l'excellence en affaires, tribut rendu chaque année à la réussite dans le monde des affaires. Deux nouvelles catégories de prix d'excellence, Entrepreneurship et Petite entreprise, témoignent de l'importance croissante que prend le secteur de la petite entreprise. Les cas présentés dans ce document mettent en vedette certains des derniers candidats ou lauréats.

Toutefois, le gouvernement ne se contente pas de rendre hommage à la réussite des petites entreprises. Il s'intéresse aussi à promouvoir leur croissance. Depuis son arrivée au pouvoir, sa politique économique a donné naissance à un environnement propice à l'entrepreneurship et à la croissance de la petite entreprise. Le gouvernement fournit une aide plus immédiate et facilite les rapports des petites entreprises avec les ministères et organismes de l'État. Il améliore la qualité de l'information qu'il diffuse et encourage les petites entreprises à élargir leurs débouchés en les aidant à profiter tant des achats publics que des marchés d'exportation.

Ces mesures démontrent combien le gouvernement est conscient du fait que la prospérité du Canada repose sur la solidité de la petite entreprise sans toutefois sous-estimer les défis qu'elle doit relever. Tout d'abord, nous vivons dans une économie globale où les entreprises doivent être concurrentielles à l'échelle internationale. D'autre part, la révolution technologique permet aux petites entreprises d'être compétitives, mais seulement à condition de suivre étroitement l'évolution de la technologie et d'en faire l'application. Enfin, les petites entreprises doivent avoir accès aux ressources humaines spécialisées qui leur permettront de maîtriser les débouchés inhérents aux technologies de pointe.

Le gouvernement du Canada comprend ces défis et s'est engagé à aider le secteur de la petite entreprise à les relever avec succès. Il collabore étroitement avec d'autres institutions qui se font les promoteurs de la petite entreprise et écoute attentivement leurs porte-parole, soit les associations d'entrepreneurs du Canada. Par ailleurs, le gouvernement coopère étroitement avec les provinces dans le but d'établir et de renforcer leurs politiques et leurs initiatives. Le gouvernement élabore ainsi des politiques et des programmes qui permettront à la petite entreprise de relever les défis d'aujourd'hui et d'aller à la rencontre de demain.

Le Ministre d'État,
(Petites entreprises et Tourisme)

L'Honorable Tom Hockin

TABLE DES MATIÈRES

MESSAGE DE L'HONORABLE TOM HOCKIN i

CHAPITRE 1
La petite entreprise au Canada 3

Le secteur de la petite entreprise 5
Le profil des petites entreprises 9
Le profil des entrepreneurs 12

CHAPITRE 2
Le contexte de la petite entreprise au Canada 15

Le rendement de l'économie canadienne 17
Les politiques de promotion de l'entrepreneurship 18
Le gouvernement et la petite entreprise 22
La Politique nationale de l'entrepreneurship 25

CHAPITRE 3
Les services publics et la petite entreprise 27

CHAPITRE 4
Les questions d'actualité et les défis de l'avenir 37

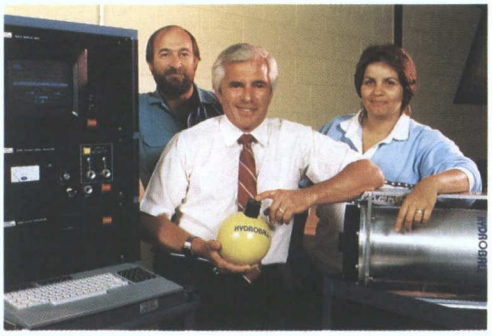
Un environnement en mutation 38
La mondialisation 40
La technologie 44
Les ressources humaines 48

ANNEXE A
Ministères et organismes fédéraux ayant des responsabilités à l'égard de la petite entreprise 53

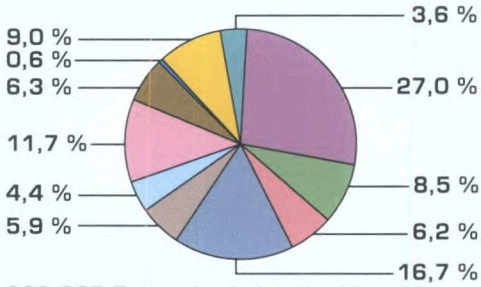
ANNEXE B
Programmes d'intérêt à la petite entreprise 63

CHAPITRE 1

LA PETITE ENTREPRISE AU CANADA



Graphique 1.1 Répartition sectorielle des entreprises au Canada*, 1987



880 237 Toutes les industries**

- Secteur primaire***
- Exploitation minière
- Fabrication
- Construction
- Transports et télécommunications
- Commerce de gros
- Commerce de détail
- Finances, assurances et immobilier
- Services communautaires
- Services commerciaux et personnels
- Non classées

Source : BEPE, ISTC.
* Comptant des employés rémunérés.
** Ne comprend pas l'administration publique.
*** Abattage, pêche, agriculture, piégeage.

QU'EST-CE QU'UNE PETITE ENTREPRISE?

La croissance de l'entrepreneurship et de l'activité commerciale au Canada transforme le paysage de l'économie canadienne. Les nouvelles entreprises et les petites entreprises en pleine expansion ont alimenté la reprise amorcée après la récession de 1981-1982 et créé la grande majorité des nouveaux emplois au cours de la décennie écoulée.

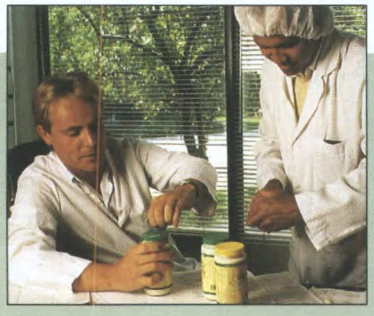
Les définitions de ce qui constitue une entreprise et, plus particulièrement, une petite entreprise sont nombreuses. On entend habituellement par entreprise une entité qui compte au moins un employé rémunéré en sus de son propriétaire. En 1988, il y avait environ 900 000 entreprises correspondant à cette définition, au Canada.

On applique souvent l'expression petite entreprise aux entités qui comptent moins de 50 employés rémunérés, même s'il convient dans certains secteurs, comme celui de la fabrication, d'englober celles qui en comptent moins de 100. La plupart des statistiques et des chiffres utilisés dans ce document reposent sur une de ces définitions, ou sur les deux. Certaines données sont cependant fondées sur le chiffre d'affaires plutôt que sur le nombre d'employés.

LES PETITES ENTREPRISES DANS L'ÉCONOMIE

L'expansion de l'entrepreneurship a déclenché une croissance explosive du nombre absolu d'entreprises au cours de la dernière décennie. En 1978, on comptait au Canada 600 000 entreprises avec des employés rémunérés. Leur nombre avait grimpé à 880 000 environ en 1987, soit une augmentation de près de 50 pour 100; plus de 98 pour 100 d'entre elles comptaient moins de 100 employés.

Les petites entreprises jouent divers rôles dans l'économie canadienne. Elles fournissent des biens et des services aux grandes entreprises et constituent une importante source d'emplois et de croissance. En plus, elles contribuent de façon importante au produit intérieur brut (PIB) du pays, sans oublier leur apport aux exportations et aux efforts de R-D du pays. Ce chapitre offre un aperçu de ces contributions.



Intercorp Foods Ltd.

Dès que Renée Unger se mit à offrir en cadeau de Noël sa recette-maison de sauce à salade, les amis des amis et tout le monde voulaient en avoir. Les commandes ne cessaient d'affluer. En 1985, Renée et son mari Arnold, décident d'hypothéquer tous leurs biens pour lancer Intercorp Foods Ltd, situé à Downsview, en Ontario. L'entreprise concentre alors ses efforts sur la production de sauces uniques composées de produits entièrement naturels. Mais ce ne fut pas sans peine. Renée en vient à craindre de perdre sa maison, et n'en dort plus. Il lui faut trouver le moyen de prolonger la durée de conservation des sauces sans compromettre leur goût naturel ou leur qualité. Enfin au point et prêtes à mettre sur les rayons des supermarchés, voilà qu'un grand fabricant de produits alimentaires lance une campagne publicitaire de 3 millions de dollars pour introduire une nouvelle gamme de sauces à salade, en concurrence directe avec celles de Renée. Mais elle n'abandonne pas et, aidée des membres de sa famille, porte ses efforts de ventes sur les petits magasins indépendants. Peu à peu s'établit le renom de ses produits lesquels, aujourd'hui sont vendus par la plupart des chaînes d'alimentation du pays.

LE SECTEUR DE LA PETITE ENTREPRISE

RÉPARTITION SECTORIELLE

Les petites entreprises regroupant plus de 98 pour 100 des entreprises canadiennes, la répartition sectorielle générale de toutes les entreprises constitue un indicateur raisonnablement fidèle de la répartition sectorielle des petites entreprises au Canada (graphique 1.1).

Plus des deux tiers des sociétés canadiennes ayant des employés rémunérés en 1987 étaient des entreprises de service. Ce secteur regroupe le commerce de détail et de gros, les finances (y compris les assurances et l'immobilier), les transports et les télécommunications, sans oublier les services commerciaux, communautaires et personnels. En 1987, cette dernière catégorie regroupait à elle seule 27 pour 100 du total des entreprises canadiennes. En guise de comparaison, le secteur de la construction comptait un peu moins de 12 pour 100 des entreprises ayant des employés rémunérés et celui de la fabrication, à peine plus de 6 pour 100. Si l'on ajoute au total les entreprises constituées uniquement de leur propriétaire, la prédominance des industries de service est encore plus marquée, car cette catégorie regroupe alors 70 pour 100 de toutes les entreprises.

PART DES VENTES, DES PROFITS ET DE L'ACTIF

En dépit de leur prédominance numérique au Canada, les petites entreprises ne dominent pas l'économie au chapitre des ventes et des autres indicateurs clés agrégés du rendement commercial. Le graphique 1.2 illustre la part qu'occupaient, en 1984 et 1986, les entreprises dont les recettes annuelles étaient inférieures à 5 millions de dollars par rapport au total des ventes, des bénéfices et de l'actif. Si l'on se fie à cette définition basée sur le chiffre d'affaires, les petites entreprises ont produit environ le quart du total des ventes et des profits, et une part légèrement inférieure de l'actif. Les grandes entreprises ont produit le reste.

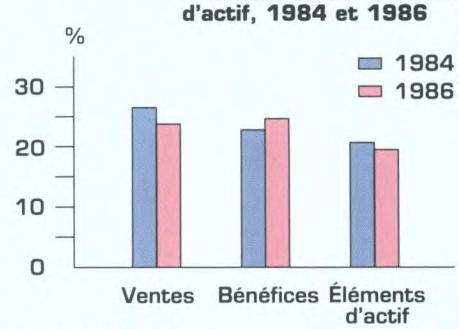
CRÉATION D'EMPLOIS

La population canadienne prend de plus en plus conscience, depuis quelques années, du rôle que jouent les petites entreprises dans l'économie du pays en tant qu'employeurs et créateurs d'emplois. En fait, c'est en grande partie à cause de la vitalité du secteur de la petite entreprise que le Canada a créé plus d'emplois que tous les grands pays industrialisés depuis 1984.

En 1987, les entreprises de moins de 50 employés ont fourni presque 34 pour 100 du total des emplois dans le secteur privé (tableau 1.3). Si l'on y ajoute les entreprises qui emploient jusqu'à 100 personnes, ce chiffre passe à 41,5 pour 100. Si de plus on ajoute au total les 1 077 000 travailleurs indépendants non constitués en société, les petites entreprises ont fourni 46,1 pour 100 des emplois dans le secteur privé au Canada en 1987.

Le graphique 1.3 indique aussi que la part de l'emploi fournie par les petites entreprises varie considérablement d'une industrie à l'autre. Les petites entreprises de moins de 100 employés fournissent la majeure partie des emplois dans les industries primaires du Canada, soit l'exploitation minière et forestière, l'agriculture, la pêche et le piégeage, ainsi que dans la construction, plus de la moitié des emplois dans les secteurs des services commerciaux et personnels et du commerce de gros et de détail, et à peu près le tiers des emplois dans ceux des finances, des assurances et de l'immobilier. Le secteur de la fabrication ne fournissait que trois emplois sur dix, en 1987. Les

Graphique 1.2 Tendances de la part des petites entreprises* du total des ventes, des bénéfices et des éléments d'actif, 1984 et 1986



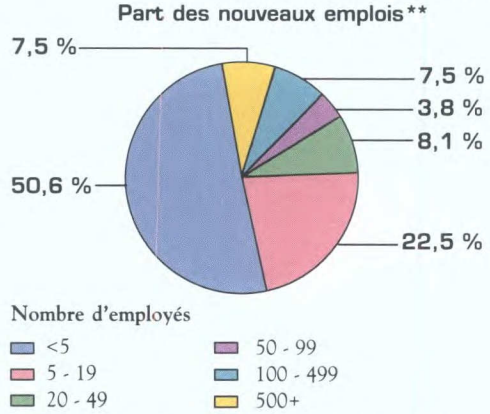
Source : BEPE, ISTC.
* Entreprises dont les recettes annuelles sont inférieures à 5 millions de dollars

Tableau 1.3 Part de l'emploi des petites entreprises, selon l'industrie, 1987 (en %)

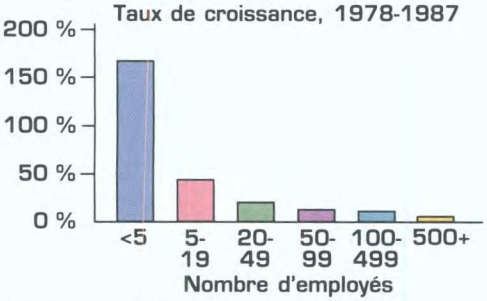
	Moins de 50 UMM*	Moins de 100 UMM
Total, secteur privé	33,9	41,5
Secteur primaire	86,5	91,8
Exploitation minière	17,4	23,5
Fabrication	19,4	28,1
Construction	66,8	77,4
Transports et télécommunications	18,1	22,4
Commerce de gros	49,6	60,5
Commerce de détail	45,3	52,7
Finances, assurances et immobilier	26,6	32,2
Services communautaires	15,0	20,0
Services commerciaux et personnels	51,3	61,0
Non classées	87,5	94,6

Source : BEPE, ISTC.
* UMM désigne le nombre d'unités moyennes de main-d'oeuvre employées par entreprise. Ce coefficient qui équivaut au nombre d'employés par entreprise est obtenu en divisant le total de la masse salariale versée par une entreprise par le salaire moyen payé dans l'industrie et la province où les salaires sont payés.
Les pourcentages ci-dessus ne comprennent pas les 1 077 000 entrepreneurs indépendants non constitués en société en 1987.

Graphique 1.4 Création de nouveaux emplois selon la taille des entreprises*, 1978-1987

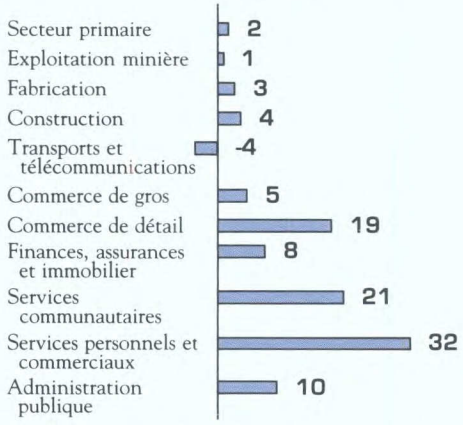


Nota : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas être égale à 100.
* Y compris l'administration publique et les industries non classées



Source : BEPE, ISTC, d'après des données de Statistique Canada.

Graphique 1.5 Source de nouveaux emplois par secteur, 1978-1987 (en % du gain total net de l'emploi)



Source : BEPE, ISTC, d'après des données de Statistique Canada.
Nota : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas être égale à 100.

industries où la contribution des entreprises de moins de 100 employés a été la plus modeste au niveau de l'emploi ont été celles des secteurs du transport, de l'exploitation minière et des services communautaires, y compris les soins de santé et les établissements d'enseignement.

La capacité de création d'emplois des petites entreprises est assez remarquable. Entre 1978 et 1987, les entreprises de moins de 100 employés dans le secteur de la fabrication et de moins de 50 dans tous les autres ont été responsables de 93 pour 100 des nouveaux emplois créés par le secteur privé au Canada. Même en tenant compte des administrations publiques et des employeurs institutionnels comme les établissements d'enseignement et de soins de santé, les petites entreprises ont créé environ 85 pour 100 des nouveaux emplois au cours de cette même période.

Les très petites entreprises connaissent le taux de croissance de création d'emploi le plus rapide (graphique 1.4). Il est particulièrement frappant de constater que les entreprises de moins de cinq employés ont créé plus de 50 pour 100 des emplois entre 1978 et 1987. Fait impressionnant, l'emploi total dans ces très petites entreprises a augmenté de presque 167 pour 100 au cours de la même période.

Les entreprises employant de 5 à 19 personnes ont aussi contribué sensiblement aux nouveaux emplois, créant 22,5 pour 100 de ceux-ci entre 1978 et 1987. L'emploi total dans les entreprises de cette taille a augmenté de 45 pour 100, ce qui est fort remarquable. Toutes proportions gardées, les grandes entreprises ont créé moins d'emplois, car leur rythme de croissance a été plus lent.

Au cours des dernières décennies, la plupart des économies industrielles du monde se sont réorientées graduellement vers le secteur des services en expansion rapide, au détriment des industries de production de biens. Les industries de service fournissent maintenant une proportion croissante de la production nationale et de l'emploi. Cette évolution structurelle favorise les petites entreprises. Les économies d'échelle étant moins importantes dans les industries tertiaires qu'elles ne le sont dans le secteur secondaire, et l'entrée dans les premières étant moins entravée d'obstacles, les entrepreneurs désireux de se lancer en affaires, se dirigent plus volontiers dans le secteur des services.

Vu cette orientation, il n'est pas étonnant que la croissance de l'emploi au Canada se soit concentrée dans le secteur des services, et que trois types d'industries, soit les services personnels et commerciaux, les services communautaires et le commerce de détail, aient été responsables de plus de 70 pour 100 des nouveaux emplois entre 1978 et 1987 (graphique 1.5). Les petites entreprises dominent dans deux de ces trois secteurs clés de l'industrie des services, soit dans ceux des services personnels et commerciaux, et dans celui du commerce de détail.

Même dans le secteur de la fabrication, qui a créé relativement peu d'emplois au Canada au cours de la dernière décennie, c'est aux petites entreprises qu'il faut les créditer. Entre 1978 et 1987, par exemple, les grandes entreprises de fabrication de plus de 500 employés ont réduit leurs effectifs de quelque 13 pour 100 tandis que l'emploi a augmenté de 48 pour 100 dans les petites entreprises comptant moins de 100 employés.

Le tableau 1.6 illustre un autre facteur qui souligne bien l'incidence des petites entreprises sur le marché du travail au Canada. Il indique qu'en 1987 les entreprises de moins de 50 employés comptaient pour 35 pour 100 de la masse salariale versée aux employés canadiens (à l'exception du secteur institutionnel et de l'administration publique). Ce chiffre passe à environ 41 pour 100 si l'on tient compte des entreprises de moins de 100 employés.

Les salaires représentent, au cours d'une année normale, environ 60 pour 100 de la valeur du produit intérieur brut (PIB) du Canada; ceux versés par les entreprises de moins de 100 employés atteignent presque le quart du PIB du Canada.

EXPORTATIONS

Les exportations sont l'élément vital de l'économie canadienne. Les exportations annuelles de biens et de services représentent normalement plus du quart du PIB. De fait, jusqu'à 3 millions d'emplois canadiens dépendent du commerce extérieur. Les petites entreprises sont de plus en plus actives sur les marchés mondiaux, mais leur part des exportations canadiennes de marchandises demeure toutefois relativement modeste.

On estime que les sociétés dont le chiffre d'affaires est inférieur à 10 millions de dollars par année contribuent moins de 6 pour 100 aux exportations canadiennes directes de biens manufacturés. Ce pourcentage augmente toutefois si l'on tient compte de l'exportation de services et de la contribution des petites entreprises aux exportations des grandes sociétés. Les données étant limitées, il est difficile d'évaluer de façon précise la contribution des exportations indirectes des petites entreprises aux exportations globales canadiennes.

Le graphique 1.7 illustre les activités d'exportation des entreprises de fabrication dont le chiffre d'affaires est inférieur à 5 millions ou inférieur à 10 millions de dollars par année. Les petites entreprises de fabrication ont peu tendance à exporter. Au cours de 1986, dernière année pour laquelle des statistiques sont disponibles, à peine 3 pour 100 de la première catégorie ci-haut mentionnée, se livraient à l'exportation. Au cours de la même année, les exportations des petites entreprises représentaient 2,4 pour 100 de la valeur de leur production totale, et moins de 1 pour 100 de la valeur globale des exportations canadiennes de biens manufacturés. Ces deux derniers chiffres sont inférieurs aux niveaux enregistrés en 1979 et en 1984. Cette tendance à la baisse est toutefois en partie attribuable à l'inflation qui, chaque année, augmente automatiquement le chiffre de ventes de la plupart des entreprises ce qui tend à faire disparaître certaines d'entre elles de la tranche des sociétés ayant un chiffre d'affaires inférieur à 5 millions de dollars. Même là, il est évident que le nombre de petites entreprises exportatrices est assez restreint.

La faible participation des petites entreprises manufacturières à l'exportation indique que la plupart d'entre elles ont naturellement tendance à concentrer leurs efforts sur le marché intérieur qui leur est plus accessible et plus familier. Toutefois, devant la mondialisation des marchés et l'intensification de la concurrence, les petites entreprises qui veulent réussir devront songer à mondialiser leurs activités.

RECHERCHE-DÉVELOPPEMENT (R-D)

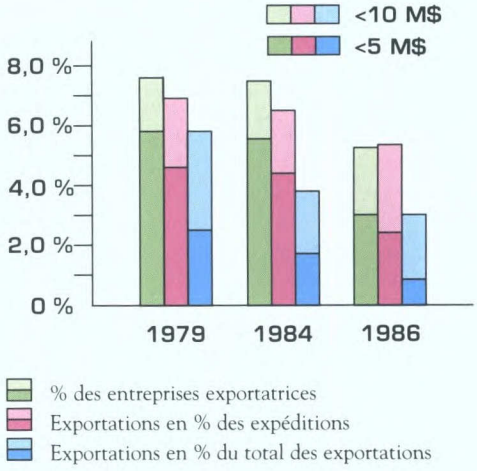
Les entreprises de haute technologie très actives en R-D jouent un rôle critique pour la compétitivité du pays. Une étude récente portant sur le lien entre la technologie avancée et la création d'emplois a révélé que les entreprises qui font de la R-D assurent une part disproportionnée de la croissance de l'emploi dans l'économie. Même si les petites entreprises n'effectuent qu'un pourcentage modeste du total de la R-D réalisée par les entreprises canadiennes, elles se livrent de plus en plus à des activités de R-D commerciale.

Tableau 1.6 Part des petites entreprises du total de la masse salariale, 1987

Industrie	Entreprises avec moins de 50 UMM (% du total)	Entreprises avec moins de 100 UMM (% du total)
Secteur primaire	87,7	92,6
Exploitation minière	25,1	29,5
Fabrication	22,5	29,1
Construction	72,1	80,0
Transports et télécommunications	17,2	20,8
Commerce de gros	55,1	65,3
Commerce de détail	53,0	59,9
Finances, assurances et immobilier	32,5	38,0
Services communautaires	15,6	20,0
Services commerciaux et personnels	57,6	65,7
Non classées	87,6	94,8
Total - toutes les industries*	**35,0**	**41,3**

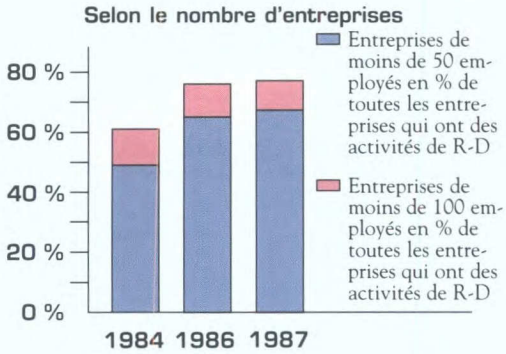
Source : BEPE, ISTC.
* À l'exclusion de l'administration publique.

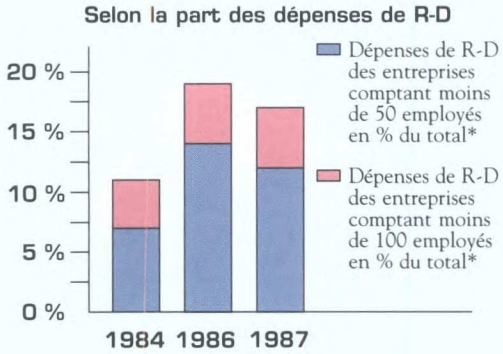
Graphique 1.7 Exportations de biens manufacturés par les entreprises dont les recettes annuelles sont inférieures à 5 et à 10M$*



Source : Statistique Canada, *Profil des petites entreprises*, et BEPE, ISTC.
* Dans les tableaux suivants M$ = millions de dollars.

Graphique 1.8 Dépenses de R-D par les petites entreprises





Source : BEPE, ISTC, et Statistique Canada.
*Dépenses de R-D du secteur privé seulement.

Tableau 1.9 Taux de création et de survie des entreprises, 1978 - 1987

	Créations (en % de la base de 1978)	Entreprises créées en 1978 et en activité en 1987
Secteur primaire	122	48 %
Exploitation minière	102	49 %
Fabrication	79	55 %
Construction	89	42 %
Transports et télécommunications	99	46 %
Commerce de gros	78	47 %
Commerce de détail	89	44 %
Finances, assurances et immobilier	86	50 %
Services communautaires	79	71 %
Services commerciaux et personnels	128	40 %
Toutes les industries*	**99**	**47 %**

Source : BEPE, ISTC, et Statistique Canada.
* À l'exclusion de l'administration publique.

En 1987, dernière année pour laquelle des statistiques sont disponibles, 67 pour 100 des entreprises canadiennes effectuant de la R-D commerciale au Canada avaient moins de 50 employés et plus des trois quarts en comptaient moins de 100 (graphique 1.8). Les entreprises de moins de 50 employés et celles de moins de 100 employés ont effectué respectivement environ 12 et 17 pour 100 du total des dépenses de R-D du secteur privé au Canada. Fait significatif, tous ces chiffres sont en hausse par rapport à 1984.

La R-D devient nécessaire pour un nombre croissant de petites entreprises qui cherchent à demeurer compétitives. Dans certains secteurs de technologie avancée et à croissance rapide comme ceux des équipements électroniques, de bureautique et des produits pharmaceutiques, les sociétés n'ont d'autre choix que d'investir sérieusement dans la R-D, peu importe leur taille. Toutefois, il est fort encourageant de constater qu'un grand nombre de petites entreprises de haute technologie se distinguent parmi les entreprises canadiennes les plus dynamiques.

TAUX DE DÉMARRAGE ET DE SURVIE

L'émergence de nouvelles entreprises est à l'origine du taux impressionnant de création d'emplois que connait le Canada depuis quelques années. Entre 1978 et 1987, leur augmentation a dépassé les 35 pour 100 et cette croissance ne semble pas vouloir ralentir son allure. Depuis 1984, plus de 150 000 entreprises sont créées chaque année, soit environ 18 pour 100 du total des entreprises enregistrées au Canada.

Évidemment, toutes les nouvelles affaires ne peuvent survivre et prospérer. Si le secteur de la petite entreprise peut, à juste titre, prétendre qu'il est le plus dynamique de l'économie canadienne, l'existence de ces entreprises demeure pourtant précaire. Se lancer en affaires offre des avantages mais comporte également des risques.

Quelle que soit l'année considérée, entre 13 et 15 pour 100 des nouvelles entreprises ferment leur porte chaque année. Leur disparition n'est cependant pas toujours synonyme d'échec. Dans un nombre de cas, les entreprises sont vendues ou fusionnées tandis que d'autres interrompent momentanément leurs activités pendant que le propriétaire s'affaire ailleurs. D'autres, enfin, ferment ou réduisent progressivement leurs activités lorsque le propriétaire prend sa retraite. Dans tous ces cas, il y a disparition d'une petite entreprise, mais il ne s'agit pas d'un échec.

Le tableau 1.9 illustre les taux de création et de survie des entreprises entre 1978 et 1987, selon le type d'industrie. Ce tableau est basé sur les déclarations d'impôt sur le revenu des sociétés et considère dans le taux de création les entreprises qui ont soumis leur première déclaration d'impôt et dans le taux de survie, celles qui ont continué à faire chaque année leur déclaration d'impôt. Tous les secteurs industriels ont ainsi connu un taux de croissance important. Fait à noter, 47 pour 100 des entreprises créées en 1978 étaient encore en activité en 1987. Au cours de cette période, on constate que les taux de survie ont été les plus faibles dans le secteur tertiaire, dans la construction et dans le commerce de détail.

Les deux premières années de l'existence d'une société sont toujours très critiques. Parmi celles qui ont été créées entre 1978 et 1987, 77 pour 100 ont survécu à leur première année, 62 pour 100 à leur deuxième, et 52 pour 100 à leur troisième. Ces chiffres indiquent que le secteur de la petite entreprise est beaucoup plus résistant qu'on ne le penserait.

LE PROFIL DES PETITES ENTREPRISES

La grande diversité du secteur des petites entreprises au Canada permet difficilement de généraliser ou de résumer en quelques pages les nombreux créneaux, produits, services et stratégies d'affaires que l'on retrouve dans ce secteur de l'économie. Les indicateurs ci-dessous donnent cependant une idée du contexte dans lequel évolue la petite entreprise.

TAILLE MOYENNE DE L'ENTREPRISE

En 1987, l'entreprise canadienne avait en moyenne 11,5 employés (tableau 1.10), soit 2,5 de moins qu'en 1978. La tendance à la baisse de la taille des entreprises canadiennes se manifeste dans tous les secteurs à l'exception de celui du commerce de détail. Cette tendance est particulièrement prononcée dans les secteurs de l'exploitation minière, des transports et des télécommunications.

Les industries qui avaient à ce chapitre le plus d'employés par entreprise en 1987 étaient celles des secteurs de la fabrication, de l'exploitation minière, des transports et des télécommunications. Par contre, celles qui avaient la plus faible moyenne étaient celles du secteur primaire (incluant le piégeage et l'agriculture), et du secteur tertiaire (incluant celui de la construction, des services commerciaux et personnels).

EFFECTIFS DES PETITES ENTREPRISES

Le graphique 1.11 compare, pour l'année 1986, les caractéristiques d'âge et de sexe des employés travaillant dans des entreprises de moins de 50 employés, à celles de l'ensemble des entreprises. Le profil d'âge est assez similaire dans les deux cas.

Le graphique 1.12 compare les caractéristiques des employés des petites entreprises à celles des employés du secteur privé en général. On constate que les employés des petites entreprises ont beaucoup moins de chances de bénéficier d'un régime de pension ou d'avoir une formation universitaire. Ils ont un peu moins de chances d'occuper des postes de gestion, d'exercer une profession libérale, ou d'être employés à temps plein. Les employés des petites entreprises ont de plus tendance à être moins bien payés. Un sondage effectué en 1987 sur les normes d'emploi dans les petites entreprises de l'Ontario a cependant révélé qu'environ la moitié des petits entrepreneurs interviewés ont déclaré fournir à leurs employés des avantages non salariaux tels que des régimes collectifs d'assurance-vie et de soins dentaires.

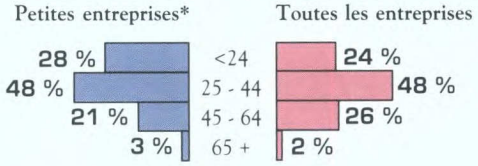
Tout au long des années 70 et de la majeure partie des années 80, la hausse rapide de la population active canadienne a contribué à alimenter la croissance des petites entreprises qui n'ont guère eu de peine à recruter de nouveaux employés. La croissance de la population active a cependant ralenti considérablement depuis quelque temps. Ce ralentissement se maintiendra au cours des années 90 à mesure que se rétrécit l'offre de nouveaux travailleurs par suite de la diminution relative du bassin de population dans la tranche des 15 à 24 ans par rapport à l'ensemble de la population, et à mesure que ralentit le taux de participation des femmes dans la population active. Les petits employeurs risquent par conséquent d'avoir plus de difficulté à recruter et à conserver leurs employés. D'après un sondage effectué en 1988 par la Fédération canadienne des entreprises indépendantes auprès de ses membres, les petites entreprises font déjà face à une pénurie de main-d'oeuvre : 43 pour 100 des répondants ont affirmé que le manque de travailleurs qualifiés leur posait un problème majeur. Il s'agit d'une augmentation importante par rapport aux 14 pour 100 obtenus en réponse à cette même question lors d'une enquête effectuée en 1982-1983.

Tableau 1.10 Tendances du nombre moyen d'employés par entreprise, 1978 - 1987

	1978	1987
Secteur primaire	1,8	1,6
Exploitation minière	50,1	34,8
Fabrication	49,5	37,6
Construction	5,7	5,1
Transports et télécommunications	33,2	20,7
Commerce de gros	12,7	11,7
Commerce de détail	9,8	10,0
Finances, assurances et immobilier	14,1	13,2
Services communautaires	26,3	23,1
Services commerciaux et personnels	8,7	7,8
Toutes les industries*	**14,0**	**11,5**

Source : Statistique Canada.
* À l'exclusion de l'administration publique.

Graphique 1.11 Caractéristiques selon l'âge et le sexe des employés des petites entreprises par rapport à ceux de toutes les entreprises, 1986



Source : BEPE, ISTC.
* Entreprises comptant moins de 50 employés rémunérés.

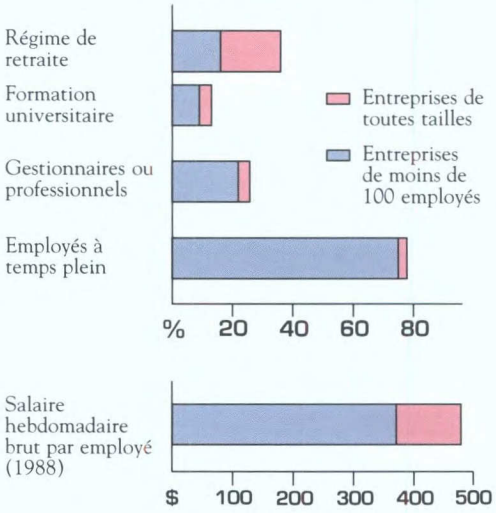
REVENUS DES ENTREPRENEURS INDÉPENDANTS

Se lancer en affaires comporte des risques, mais présente aussi des avantages financiers très valables. Le revenu annuel moyen des entrepreneurs indépendants, constitués ou non en société, dépasse en général d'environ 30 pour 100 la moyenne du revenu annuel de la population active canadienne.

Les entreprises non constituées en société assurent normalement à leur propriétaire des revenus inférieurs à ceux offerts par les entreprises qui le sont. C'est bien souvent parce que les premières sont plus jeunes, moins bien développées ou gérées et parfois peu axées sur la croissance. En 1986, le revenu moyen des propriétaires d'entreprises non constituées en société ayant des employés salariés dépassait d'environ 15 pour 100 le revenu annuel moyen de tous les travailleurs (tableau 1.13) alors que le revenu moyen des propriétaires d'entreprises constituées en société dépassait d'environ 60 pour 100 le revenu annuel moyen de la population active en général.

Un écart important subsiste entre les revenus des hommes et des femmes chef d'entreprises. En 1985, par exemple, les femmes propriétaires d'une entreprise non constituée employant des travailleurs rémunérés gagnaient l'équivalent d'environ 59,4 pour 100 du revenu des hommes dans la même situation. Les femmes propriétaires d'entreprises constituées en société, employant des travailleurs rémunérés ne gagnaient qu'environ 56,9 pour 100 de ce que gagnaient les hommes occupant la même position[1]. Cet écart n'est attribuable qu'en partie au fait que ce n'est que récemment que les femmes se lancent en affaires. En conséquence, leurs affaires ont à peine eu le temps d'arriver à maturité. Par ailleurs, les responsabilités familiales différentes assumées par les hommes et les femmes expliquent une autre partie de cet écart.

Tableau 1.12 Certaines caractéristiques d'employés selon la taille de l'entreprise, 1986



Source : BEPE, ISTC, et Statistique Canada.

Tableau 1.13 Comparaison du revenu moyen de toutes sources, 1985 (en $)

Revenu moyen, travailleur indépendant	27 211
Entrepreneur (entreprises constituées)	33 435
Entrepreneur (entreprises non constituées)	24 313
Employés *	22 073

Source : Statistique Canada, *Profils des petites entreprises* (tableaux spéciaux), et BEPE, ISTC.
* Travailleurs rémunérés.

CROISSANCE DES PETITES ENTREPRISES

Relativement peu de nouvelles entreprises atteignent une taille imposante. Elles tendent typiquement à demeurer petites, souvent par suite du choix délibéré de leur propriétaire qui préfère limiter ses activités, ce qui n'enlève rien à la valeur de leur contribution à l'économie canadienne. Les entreprises de ce genre continuent pourtant de créer un nombre substantiel d'emplois et de produire des biens et des services qui correspondent à des besoins certains, et elles demeurent un facteur puissant de concurrence sur le marché.

Entre 1978 et 1986, 7 pour 100 seulement des entreprises moins de 20 personnes en 1978 en employaient plus de 50 en 1986. Cette proportion relativement restreinte d'entreprises en croissance rapide constitue, pour l'économie canadienne, une force dynamique: entre 1978 et 1986, ces entreprises ont été responsables de 70 pour 100 des emplois nets créés dans le secteur privé.

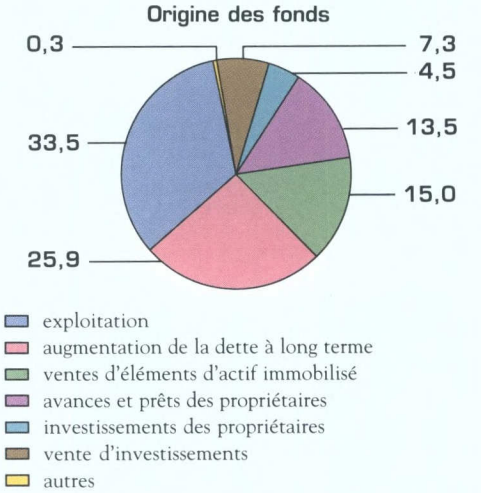
FINANCEMENT DES PETITES ENTREPRISES

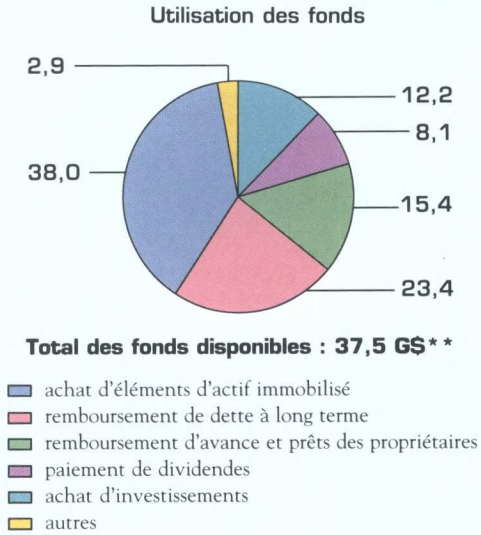
Les petites entreprises souffrent généralement d'un manque de capital, spécialement dans le domaine des investissements en avoir propre de moyenne envergure variant entre 100 000 et 500 000 $. Toutefois, les marchés financiers canadiens sont compétitifs et les entrepreneurs ont à leur disposition, depuis quelques années, un choix beaucoup plus grand de possibilités de financement.

Le graphique 1.14 illustre les sources de financement et l'usage qu'en font les petites entreprises canadiennes dont le chiffre d'affaires est inférieur à 2 millions de dollars. Entre 1984 et 1986, le total du capital utilisé par ces petites entreprises est passé de 24,3 à 37,5 milliards de dollars, soit une augmentation de 54 pour 100. En 1986, les petites entreprises ont pris environ 12,6 milliards de dollars de leurs capitaux d'exploitation à même leurs opérations internes, ce qui représente 33,5 pour 100 du total de leurs besoins financiers. Les 24,5 milliards de dollars restants (66,5 pour 100) provenaient de l'extérieur : endettement à long terme (9,7 milliards de dollars de nouveaux emprunts), ventes d'actifs fixes et avances ou prêts effectués par les propriétaires eux-mêmes. Signalons que les investissements dans les fonds propres ont été relativement modestes.

Quant à l'utilisation par la petite entreprise des fonds auxquels elles ont eu accès en 1986, 14,3 milliards de dollars (38 pour 100 du total) ont été consacrés à l'achat d'éléments d'actif fixe, 8,8 milliards à l'acquittement de créances à long terme et 5,7 milliards au remboursement d'avances ou de prêts consentis antérieurement par les propriétaires. En 1986, environ 3 milliards de dollars (8,1 pour 100 du total des fonds) ont également été versés en dividendes aux actionnaires.

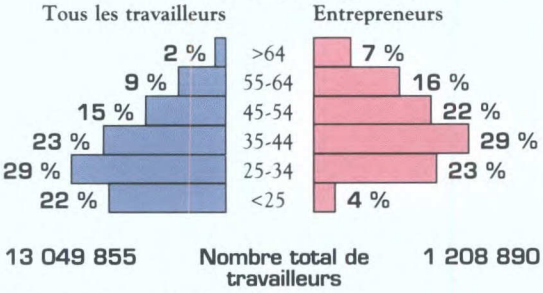
Graphique 1.14 Origine et utilisation des capitaux des petites entreprises*, 1986 (en % du total des fonds disponibles)





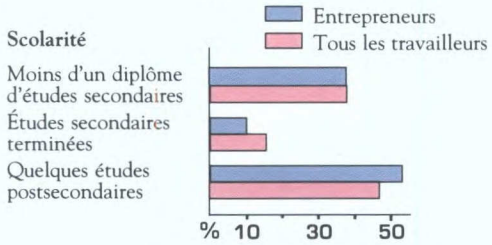
Source : BEPE, ISTC.
* Entreprises dont les ventes annuelles sont inférieures à 2 M$.
** G$ = milliards de dollars.

Graphique 1.15 Profil selon l'âge des entrepreneurs par rapport à tous les travailleurs, 1985



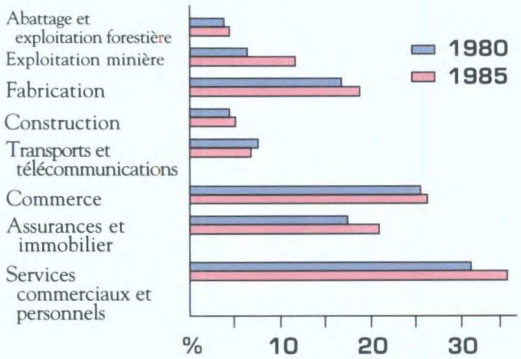
Source : Statistique Canada, Recensement de 1981.
Nota : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas être égale à 100.

Graphique 1.16 Profil de la scolarité des entrepreneurs par rapport à celle de tous les travailleurs du secteur privé, 1985



Source : Statistique Canada, Recensement de 1986.
Nota : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas être égale à 100.

Graphique 1.17 Proportion des femmes parmi tous les entrepreneurs indépendants, (industries choisies) 1980 et 1985



Source : Statistique Canada, *Profils des petites entreprises*, d'après des données des recensements de 1981 et de 1986.

ÂGE ET ÉDUCATION

En 1986 le Canada comptait environ 1,2 million d'entrepreneurs indépendants, soit presque 9 pour 100 du total de la population active. Leur nombre total s'élevait à environ 1,5 million. Ceux qui n'ont pas d'employés ont été exclus du profil qui nous intéresse. La croissance de l'entreprise indépendante a dépassé celle de la population active durant toute les années 80, car un nombre croissant de Canadiens décident de travailler à leur propre compte.

Le graphique 1.15 illustre le profil d'âge des entrepreneurs indépendants en 1985. Leur moyenne d'âge est de 42,1 ans, comparativement à une moyenne de 33,7 ans pour la population active en général. Les entrepreneurs indépendants de moins de 25 ans sont relativement peu nombreux (4 pour 100). Ceux âgés de 35 à 44 ans sont les plus nombreux (29 pour 100), tandis que ceux entre 45 et 54 ans représentent 22 pour 100. Il n'est pas étonnant que la moyenne d'âge des entrepreneurs indépendants soit relativement élevée, la plupart d'entre eux ayant manifestement déjà acquis une certaine expérience avant de se lancer en affaires.

Le graphique 1.16 compare, pour 1985, le profil scolaire des entrepreneurs indépendants à celui de l'ensemble de la population active. La proportion des entrepreneurs indépendants qui ont une formation postsecondaire est à peine plus élevée.

LES FEMMES ET L'ESPRIT D'ENTREPRISE

L'arrivée en masse des femmes sur le marché du travail constitue l'évolution sociale la plus marquante de l'histoire récente du Canada. Entre 1961 et 1986, le taux de participation des femmes dans la population active a grimpé de 28,7 à 55,1 pour 100, alors que celui des hommes demeurait relativement stable entre 75 et 80 pour 100. En 1986, les femmes représentaient environ 45 pour 100 du total des travailleurs rémunérés de la population active canadienne, contre 38 pour 100 une dizaine d'années plus tôt.

Alors que le nombre de femmes faisant partie de la population active rémunérée augmentait, celles-ci commençaient également à jouer un rôle plus important dans l'explosion du secteur de la petite entreprise au Canada. Comme l'indique la figure 1.17, les femmes possèdent maintenant presque 22 pour 100 du total des entreprises qui emploient des travailleurs rémunérés et le pourcentage des entreprises appartenant à des femmes a augmenté pour passer de 18,7 à 21,6 pour 100 au cours des années 80. Les femmes ont tendance à être beaucoup plus actives comme entrepreneurs dans les industries des services, celles du commerce de détail et de gros, dans les assurances et dans l'immobilier, qu'elles ne le sont dans les secteurs du transport et des télécommunications, de la construction ou des industries primaires. Il est cependant intéressant de constater qu'elles sont de plus en plus nombreuses dans le secteur de l'exploitation minière.

Le rôle joué par les femmes dans la création d'entreprises est encore plus frappant que ne l'est la hausse du nombre d'entreprises qu'elles possèdent. La proportion des entreprises appartenant à des femmes croît de façon relativement lente par suite de la base plus restreinte sur laquelle elles bâtissent. Toutefois, bien qu'elles ne représentaient, en 1980, qu'environ 20 pour 100 du total des entrepreneurs, ce sont elles qui sont à l'origine de plus de la moitié des nouvelles entreprises indépendantes créées entre 1980 et 1985.

Le tableau 1.18 examine sous un angle différent la croissance du nombre des femmes chefs d'entreprises au Canada au cours des années 80. Il indique que, dans toutes les industries, leur nombre a augmenté de plus de 27 pour 100 entre 1980 et 1985 comparativement à l'augmentation plus modeste de 6,5 chez les hommes.

Comme on peut s'y attendre, la rapidité du taux de création de nouvelles entreprises par les femmes au cours des années 80 leur donne un profil d'âge un peu plus jeune que celui des hommes. Dans le groupe des moins de 35 ans, il y a relativement plus de femmes propriétaires d'entreprises qu'il n'y a d'hommes. La proportion plus grande d'entreprises non constituées appartenant à des femmes est un autre indicateur d'un profil d'âge plus jeune et de leur arrivée plus récente sur la scène de l'entrepreneurship. Un grand nombre d'entreprises non constituées sont de fait relativement nouvelles et cherchent à faire leurs preuves avant de se constituer en société. En 1985, près des trois quarts des entreprises appartenant à des femmes n'étaient pas constituées en société, comparativement au deux tiers pour les hommes.

ENTREPRENEURS APPARTENANT À D'AUTRES ORIGINES ETHNIQUES

Les collectivités ethniques du Canada s'avèrent être une force de plus en plus considérable dans le monde des affaires. D'après le recensement de 1986, environ un quart de la population canadienne n'est ni d'origine française ni d'origine britannique. Toutefois, il est assez difficile d'obtenir des chiffres précis sur la taille relative des diverses collectivités ethniques, parce que près du tiers des Canadiens se sont déclarés d'origine ethnique mixte au moment du recensement de 1986. Le tableau 1.19 contient la liste des 15 groupes ethniques les plus importants. Elle est basée sur les données fournies par les répondants au recensement de 1986 qui n'ont déclaré qu'une seule origine ethnique.

Multiculturalisme Canada a effectué, en 1986, une étude révélant le large éventail de collectivités ethniques au Canada, actives dans le domaine de l'entreprise indépendante (tableau 1.20). Cette étude basée sur le recensement de 1981 a révélé qu'au total, 62,7 Canadiens sur 1 000 travaillaient à leur compte. Le nombre d'entrepreneurs indépendants parmi les groupes ethniques particuliers s'échelonnait entre 149,6 chez les Canadiens d'origine juive et 17,6 chez les Canadiens originaires des Philippines. On enregistrait également, au niveau de l'entreprise indépendante, des écarts considérables entre les hommes (102,2) et les femmes (24,5), ainsi qu'entre les entrepreneurs nés au Canada (60,0) et ceux qui y ont immigré à l'âge adulte (77,4).

La diversité culturelle du Canada peut être un atout important. Les entrepreneurs provenant d'autres ethnies possèdent des connaissances spécialisées du monde des affaires et maîtrisent la plupart des langues étrangères. Aussi constituent-ils un important réservoir de talents dans lequel les entreprises canadiennes peuvent puiser lorsqu'elles cherchent à pénétrer les marchés étrangers. Dans l'économie mondialisée d'aujourd'hui, le multiculturalisme donne au Canada un avantage unique sur les sociétés plus homogènes.

Tableau 1.18 Croissance du nombre d'hommes et de femmes entrepreneurs, industries choisies (croissance procentuelle, 1980 - 1985)

Industrie	Hommes Changement par rapport à 1980 (en %)	Femmes Changement par rapport à 1980 (en %)
Abattage et exploit. forestière	4,1	18,6
Exploitation minière	-34,2	29,8
Fabrication	-1,7	13,2
Construction	3,6	20,9
Transports et télécommunications	6,7	-5,6
Commerce de gros et de détail	9,6	14,2
Assurances et immobilier	0,6	34,8
Services commerciaux et personnels	21,8	47,4
Total	**6,5**	**27,4**

Source : Statistique Canada, *Profils des petites entreprises*, d'après des données des rencensements de 1981 et de 1986.

Tableau 1.19 Groupes ethniques les plus importants au Canada, 1985* (en milliers)

Britanniques	6 333
Français	6 093
Allemands	897
Italiens	710
Ukrainiens	420
Autochtones	373
Chinois	360
Hollandais	352
Sud-asiatiques	267
Juifs	246
Polonais	222
Portugais	200
Noirs	175
Grecs	144
Hongrois	98
Autres	817
Total	**17 707**

Source : Recensement de 1986.
* Réponses unique seulement. Ne comprend pas les Canadiens qui ont déclaré une origine ethnique mixte.

RÉSUMÉ

Tableau 1.20 Travailleurs indépendants chez des groupes ethno-culturels choisis, 1986 (par 1 000 travailleurs)

Juifs	149,6
Grecs	124,2
Japonais et Coréens	109,7
Hollandais	107,9
Scandinaves	103,1
Allemands	103,0
Ouest-asiatiques et Arabes	99,9
Hongrois	95,1
Tchèques et Slovaques	91,3
Ukrainiens	88,1
Russes	81,0
Chinois	72,9
Yougoslaves	71,4
Polonais	69,0
Italiens	64,5
Finlandais	64,1
Britanniques	59,1
Indo-Pakistanais	50,7
Français	48,6
Espagnols	48,4

Source : Multiculturalisme Canada, *Les travailleurs indépendants chez les groupes ethnoculturels du Canada, Premier rapport*, Introduction et aperçu, mars 1986.

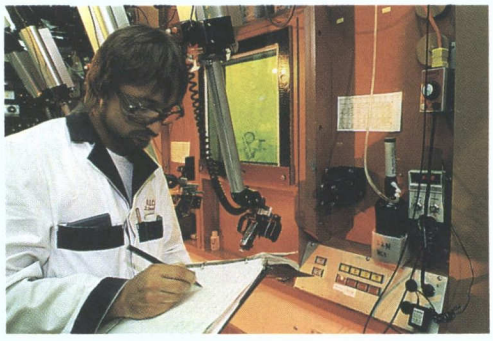
Les Canadiens de toutes les régions du pays ont relevé le défi de l'entrepreneurship. Le secteur de la petite entreprise est étonnamment résistant. Près de la moitié des petites entreprises lancées au Canada survivent pendant au moins neuf ans et environ la moitié des nouveaux emplois du secteur privé au Canada ont été créés par des sociétés de moins de cinq employés. Les petites entreprises ont été et demeurent un rouage important du rendement global de l'économie canadienne.

NOTE

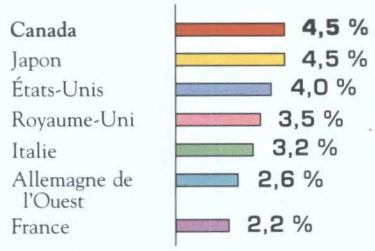
[1] *Les Canadiens entreprenants : Travailleurs autonomes au Canada* (Statistique Canada, 1988), Tableau 24, p. 180-181.

CHAPITRE 2

LE CONTEXTE DE LA PETITE ENTREPRISE AU CANADA

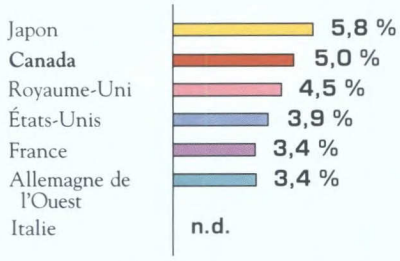


Graphique 2.1 **Croissance économique, 1983-1988 (croissance annuelle moyenne composée du PNB/PIB réel)**



Source : OCDE.

Graphique 2.2 **Croissance économique réelle, 1988 (croissance du PNB/PIB réel)**

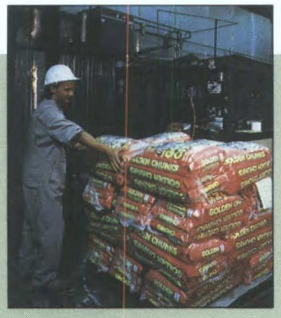


Source : Ministère des Finances, *Revue économique trimestrielle, Tableaux de référence annuels* (juin 1989), figure 3.90.
n..d. : Données non disponibles.

Le succès des entrepreneurs dépend avant tout de leurs efforts personnels et de leur ingéniosité. Par leurs politiques et leur gestion de l'économie, les administrations publiques ont cependant beaucoup d'influence sur le milieu des affaires. Les politiques publiques peuvent raffermir les forces du marché, contenir l'inflation, stimuler l'investissement et encourager les entrepreneurs à prendre des risques. Le gouvernement crée ainsi un climat économique plus favorable à l'entrepreneurship.

Le gouvernement peut toutefois faire beaucoup plus: mettre des renseignements vitaux à la disposition des entrepreneurs, offrir des programmes pour aider les petites entreprises à planifier leurs stratégies, à obtenir de l'aide financière, à acquérir de nouvelles technologies et à exploiter de nouveaux débouchés. En fournissant des conseils et de la formation, il contribue également à améliorer les ressources humaines à la disposition des petites entreprises.

Aider les petites entreprises, ne veut pas dire intervenir ou s'immiscer dans leurs affaires. Le gouvernement canadien s'est engagé à donner aux entreprises le plus de liberté possible pour leur permettre d'atteindre leurs objectifs commerciaux. Ainsi, le gouvernement fédéral a-t-il récemment adopté des mesures administratives visant à simplifier les procédures, à réduire la paperasserie et à fournir une aide plus personnelle aux entrepreneurs. Le ministère d'Industrie, Sciences et Technologie a en place de nombreux agents et bureaux régionaux afin de faciliter l'accès aux renseignements et à l'aide offerts par le gouvernement fédéral. Les contacts s'établissent par l'intermédiaire d'agents affectés aux entreprises, ce qui donne aux programmes gouvernementaux, une dimension plus humaine.



Park City Products Limited

Lorsqu'à Winnipeg, ils achetèrent Park City Products du groupe Beatrice Companies Inc., Bob Flockton et Jim Newmann savaient pertinemment les défis qu'ils auraient à relever. Après tout, ne géraient-ils pas eux-mêmes cette usine de nourriture pour chiens et chats depuis plus d'une dizaine d'années? Ils n'avaient qu'une seule alternative : augmenter la productivité ou fermer leurs portes. En tant que petit fabricant, ils devaient prouver que leur produit était aussi bon que celui des grandes multinationales. Ils avaient en main une entreprise capable de fabriquer un produit spécifique et ils ont réussi à le rendre concurrentiel. En six mois, ils doublèrent leur production et les ventes suivirent. Leurs perspectives immédiates : doubler encore une fois leur production d'ici 1991.

LE RENDEMENT DE L'ÉCONOMIE CANADIENNE

UNE ÉCONOMIE PLUS DYNAMIQUE

Quel que soit l'indicateur utilisé, on constate que l'économie canadienne a été l'une des plus dynamiques au monde au cours de ces dernières années. Beaucoup de Canadiens ne se rendent pas compte de l'excellent rendement de l'économie canadienne par rapport à celui de ses principaux partenaires commerciaux.

Depuis la grave récession de 1981-1982, l'économie candienne en est à sa septième année de redressement. Depuis lors, parmi tous les grands pays industrialisés, c'est le Canada et le Japon qui ont connu la croissance économique la plus rapide. Au Canada, la croissance économique réelle a atteint une moyenne de 4,5 pour 100 par année entre 1983 et 1988 (graphique 2.1).

Au cours de 1988, le Canada s'est classé au deuxième rang des sept principaux pays industriels sur le plan de la croissance économique, suivant ainsi de très près le Japon (graphique 2.2).

Le nombre d'emplois créés au Canada au cours de cette période a été tout aussi impressionnant. Comme on peut le voir au graphique 2.3, aucun des sept autres grands pays industrialisés n'a connu un taux de croissance de l'emploi aussi élevé au cours de chacune des quatre dernières années. En 1988, le nombre des emplois créés a augmenté de 3,2 pour 100 au Canada, comparativement à une moyenne de 2,1 pour 100 seulement pour l'ensemble du groupe.

Comme on l'a vu au chapitre précédent, ce sont les petites entreprises qui ont créé la plupart de ces nouveaux emplois. Ce bilan exceptionnel sur le plan de la création d'emplois témoigne des talents et de la persévérance de nos entrepreneurs à une époque où ils ont dû affronter une concurrence mondialisée de plus en plus vive, tant au pays qu'à l'étranger.

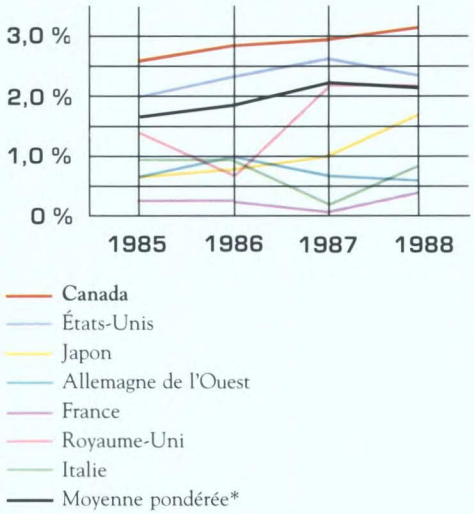
UN MEILLEUR NIVEAU DE COMPÉTITIVITÉ INTERNATIONALE

Le renforcement de l'économie canadienne depuis 1984 a retenu l'attention du monde entier. L'augmentation des investissements étrangers en témoigne. L'entrée des investissements directs nets a atteint quelque 4,8 milliards de dollars en 1988, comparativement à 1,7 milliard quatre ans plus tôt. Cette injection a augmenté les capitaux disponibles pour accroître la capacité de production, améliorer les capacités technologiques, créer de nouvelles entreprises et améliorer la productivité. Les entreprises canadiennes y ont gagné une plus grande efficacité et une meilleure compétitivité.

Cette compétitivité améliorée se répercute sur l'opinion du monde international des affaires. Dans l'un de ses derniers rapports, le prestigieux Forum sur l'économie mondiale (FEM) analyse dans quelle mesure 33 pays ont réussi à créer un environnement compétitif pour les activités internationales de leurs entreprises[2]. En 1988, le Canada s'est placé au quatrième rang du classement général (le meilleur jamais obtenu), alors qu'il s'était classé sixième en 1987 et onzième en 1986 (tableau 2.4).

Les experts du FEM déterminent la compétitivité des économies nationales en fonction de 292 critères individuels répartis en 10 grands facteurs. Le tableau 2.5 illustre leur évaluation de la position relative du Canada dans ces dix domaines. Le Canada vient au premier rang pour la qualité de ses ressources humaines et naturelles. Toutefois, le bilan est moins positif quand il s'agit du dynamisme financier, de l'innovation et de l'ouverture du monde des affaires.

Graphique 2.3 Taux de création d'emplois comparatifs, 1985-1988 (en % d'augmentation annuelle de l'emploi)



Source : Ministère des Finances, *Revue économique trimestrielle, Tableaux de référence annuels* (juin 1989), figure 3.90.
* Les moyennes des sept principaux pays sont pondérées selon leur part respective du PNB/PIB en 1982.

Tableau 2.4 Compétitivité internationale (classement des 15 premiers pays)

Rang*	Pays
1	Japon
2	Suisse
3	États-Unis
4	**Canada**
5	Allemagne de l'Ouest
6	Finlande
7	Pays-Bas
8	Suède
9	Norvège
10	Australie
11	Royaume-Uni
12	Danemark
13	France
14	Belgique
15	Autriche

Source : IMEDE et le Forum sur l'économie mondiale, *The World Competitiveness Report* (1989).
*Selon le Forum sur l'économie mondiale.

LES POLITIQUES DE PROMOTION DE L'ENTREPRENEURSHIP

La solidité de la croissance économique et l'amélioration de la compétitivité témoigne de la grande détermination du gouvernement fédéral à faire disparaître les obstacles qui entravent la croissance du secteur privé et à raffermir les forces du marché dans l'économie canadienne.

Le gouvernement poursuit, dans ce but, quatre objectifs fondamentaux : accroître les possibilités offertes au secteur privé en vue de créer richesse et emplois dans toutes les régions; favoriser l'entrepreneurship partout au Canada; supprimer les obstacles à l'investissement et à la croissance et encourager l'adaptation à l'évolution économique et technologique.

STRATÉGIE DE CROISSANCE ÉCONOMIQUE

La stratégie de croissance économique du gouvernement comporte les principaux volets suivants :

- maîtriser l'inflation;
- contrôler la dette publique en réduisant le déficit;
- diminuer le rôle interventionniste de l'État dans l'économie par la déréglementation de secteurs clés et la privatisation sélective d'éléments d'actif et de sociétés d'État qui ne répondent plus à des politiques publiques;
- améliorer l'accès du Canada aux marchés étrangers et renforcer la capacité des entreprises canadiennes à pénétrer ces marchés;
- accroître les investissements publics et privés dans le perfectionnement des ressources humaines et l'apprentissage de connaissances spécialisées;
- augmenter les stimulants au travail, à l'épargne et à l'investissement en réduisant les taux d'impôt sur le revenu des particuliers et des sociétés et en introduisant une taxe sur les produits et les services;
- stimuler les investissements du secteur privé, l'esprit d'entreprise et la création d'entreprises dans chacune des régions.

Depuis 1984, le gouvernement est intervenu sur tous ces fronts. Il a réussi à contenir l'inflation et, en dépit de pressions récentes, il est déterminé à prévenir les flambées inflationnistes et les graves perturbations que celles-ci provoquent au niveau de la confiance et de la planification du monde des affaires.

CONTRÔLE DU DÉFICIT FÉDÉRAL

Même si le déficit fédéral et la dette nationale montante demeurent un problème majeur, des mesures importantes ont été adoptées pour corriger la situation. Des mesures d'austérité ont aidé le gouvernement fédéral à limiter l'augmentation de ses dépenses à un taux en deça du taux d'inflation en cours durant la période 1984-1985 à 1988-1989. Par rapport au PIB, les dépenses fédérales sont tombées de 19,5 pour 100 en 1984-1985 et une diminution de 16 pour 100 est projetée pour l'exercice financier en cours. La stratégie à moyen terme décrite dans le budget d'avril 1989 prévoit en outre que le déficit sera réduit de moitié d'ici 1993-1994, alors que le ratio de la dette par rapport au PIB se stabilisera en 1990-1991 pour ensuite diminuer à moyen terme[3].

DÉRÉGLEMENTATION

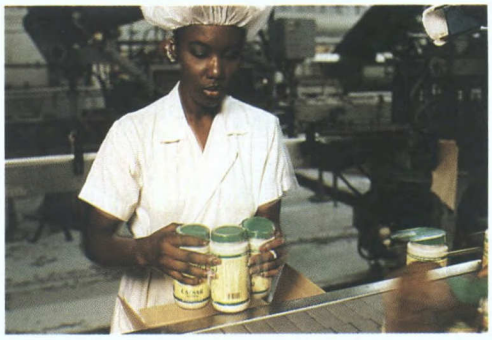
Depuis 1984, le gouvernement est intervenu pour réduire le fardeau de la réglementation et raffermir les forces du marché dans des secteurs clés comme

Tableau 2.5 Dix facteurs affectant la compétitivité internationale*

Facteur	Classement du Canada
Ressources humaines	2
Ressources naturelles	2
Dynamisme économique	3
Interventionnisme de l'État	3
Efficacité industrielle	4
Dynamisme du marché	4
Stabilité sociale et politique	6
Dynamisme financier	11
Orientation vers l'extérieur des entreprises	14
Esprit d'innovation	15

Source : IMEDE et le Forum sur l'économie mondiale, *The World Competitiveness Report* (1989).
* Classement par rapport à 32 autres pays (22 pays industriels et 10 pays nouvellement industrialisés).

ceux de l'énergie, des transports et des services financiers. La disparition de la réglementation encombrante associée à l'Agence d'examen de l'investissement étranger et son remplacement par Investissement Canada a de plus rationalisé le mécanisme d'examen de l'investissement étranger et amélioré la position du Canada aux yeux des investisseurs internationaux.



PRIVATISATION

Le gouvernement a aussi vendu des éléments d'actif et des sociétés d'État qui ne répondaient plus aux besoins essentiels des politiques publiques. Dans le cadre de son programme de privatisation, il a déjà vendu pour 5 milliards de dollars d'éléments d'actif dans la totalité ou une partie de 17 sociétés d'État et en a dissout 8 autres.

LIBÉRALISATION DU COMMERCE

Suite à l'entrée en vigueur, le 1er janvier 1989, de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis, les entreprises canadiennes ont maintenant un accès plus libre et plus sûr au marché américain si vital pour elles. Le gouvernement attache aussi beaucoup d'importance à l'accès des Canadiens aux marchés étrangers. Il poursuit vigoureusement cet objectif en participant aux négociations commerciales de l'Uruguay Round qui se déroulent sous les auspices du GATT. D'autres initiatives visent à améliorer les exportations du Canada vers la Communauté européenne et les pays de la Ceinture du Pacifique.

L'ENVIRONNEMENT FISCAL DES PETITES ENTREPRISES

Les entrepreneurs qui se lancent en affaires acceptent d'en assumer les risques mais s'attendent aussi à ce que le régime fiscal les aide à lever des fonds, a récolter le fruit de leur labeur et à ce qu'il reconnaisse le rôle vital du revenu sur la viabilité des petites entreprises.

Les Canadiens continuent, par ailleurs, à exiger du gouvernement fédéral un vaste éventail de services publics de qualité. Le gouvernement doit donc imposer des charges fiscales. Il s'est toutefois engagé à assurer aux petites entreprises du Canada un traitement juste et équitable.

Du fait principalement des taux d'imposition particulièrement peu élevés appliqués par les gouvernements fédéral et provinciaux au revenu des petites entreprises, la charge fiscale des petites entreprises est en fait plus légère au Canada qu'elle ne l'est dans la plupart des États américains[4]. Le taux fédéral réel d'impôt sur le revenu des petites entreprises est d'environ 12,8 pour 100, soit à peu près la moitié du taux imposé aux grandes entreprises de fabrication.

Le gouvernement fédéral a recours à tout un éventail d'autres mesures fiscales directes et indirectes pour aider les petites entreprises. Parmi les plus importantes, notons les suivantes :

- une exemption unique de 500 000 $ sur les gains en capital provenant d'investissements dans des actions de petites entreprises privées contrôlées par des intérêts canadiens;
- des stimulants pour encourager les fonds de pension à investir dans les petites entreprises en leur permettant d'investir 3 $ sur les marchés étrangers, en sus de la limite établie de 10 pour cent, pour chaque dollar investi dans des PME canadiennes privées admissibles;

- un crédit d'impôt fédéral de 1 $ (jusqu'à concurrence de 700 $ par année) par tranche de 5 $ investis dans des fonds de capital-risque.
- des déductions du revenu provenant de toute autre source pour les pertes d'investissement d'affaires admissibles sur des investissements effectués dans des entreprises privées contrôlées par des intérêts canadiens;
- une hausse de la limite des contributions aux régimes de pension individuels, et un assouplissement des mesures régissant les régimes enregistrés d'épargne-retraite et les fonds enregistrés de revenu de retraite pour permettre d'investir jusqu'à 50 pour 100 de l'actif des régimes en question, dans des PME canadiennes privées sans lien de dépendance avec le bénéficiaire du régime;
- des crédits d'impôt fédéral de 35 pour 100 (comparativement aux 20 ou 30 pour 100 accordés dans certaines régions, aux grandes entreprises qui font de la R-D) sont mis à la disposition des petites entreprises privées contrôlées par des intérêts canadiens, admissibles à la déduction accordée aux petites entreprises qui font de la R-D.

RÉFORME FISCALE

En 1987, le gouvernement a entrepris une refonte majeure du régime d'impôt sur le revenu en abaissant les échelles d'impôt sur le revenu des particuliers et des sociétés, et il a élargi l'assiette fiscale en réduisant les diverses préférences et exemptions. Ces réformes ont encouragé les entrepreneurs à prendre des décisions d'affaires plus rentables et ont amélioré l'équité et la neutralité globale du régime fiscal.

TAXE SUR LES PRODUITS ET LES SERVICES

Le gouvernement propose de remplacer la taxe de vente fédérale actuellement en vigueur par une nouvelle taxe sur les produits et les services (TPS) à compter du 1er janvier 1991. On reconnaît, en général, que la taxe de vente en vigueur comporte des lacunes impossibles à corriger puisqu'elle est cachée. De plus, elle accorde aux manufacturiers étrangers un avantage compétitif sur l'industrie canadienne. Le gouvernement fédéral propose de fixer la TPS à 9 pour 100, (comparativement à la taxe actuelle de 13,5 pour 100 imposée au niveau des manufacturiers). Pour mettre en oeuvre la TPS, on prendra des mesures spéciales en vue de minimiser le fardeau administratif de son application aux petites entreprises. Par exemple, l'exemption accordée aux petites entreprises permettra à celles qui ont un chiffre d'affaires annuel inférieur à 30 000 $ de ne pas adhérer au système de la TPS. En plus de simplifier le système comptable et de présenter des rapports moins fréquents que ceux demandés aux grandes entreprises, le gouvernement prévoit actuellement d'accorder aux petites entreprises jusqu'à 600 $ en droits d'administration pour couvrir les frais de perception de la taxe, ainsi qu'une allocation du coût en capital de 100 pour 100 pour l'équipement électronique des points de vente et les systèmes connexes de contrôle d'inventaire achetés avant 1993.

ALLÉGEMENT DE LA «PAPERASSERIE»

L'une des plaintes les plus fréquemment exprimées par les entrepreneurs porte sur les formalités et la paperasserie imposées par les administrations publiques. Au début de 1987, à la suite d'une grande étude fédérale-provinciale-territoriale et de longues consultations avec le secteur privé, le gouvernement a annoncé son plan d'action sur la réduction de la paperasserie imposée aux petites entreprises. Ce plan d'action oblige les ministères et organismes fédéraux à élaborer des plans annuels de réduction de la paperasserie administrative imposée aux petites entreprises. Afin d'assurer l'efficacité de ces initiatives, on a créé un comité consultatif constitué de représentants des associations de petites entreprises et chargé de conseiller le Ministre d'État responsable des petites entreprises sur le fardeau de la paperasserie et sur la pertinence des plans annuels de chaque ministère.

La simplification des formulaires et la rationalisation des exigences imposées aux sociétés sont autant de progrès réalisés dans un grand nombre de domaines. Statistique Canada a ainsi allégé la paperasserie imposée aux petites entreprises en ayant recours aux données fiscales plutôt qu'à des enquêtes spéciales pour ses analyses. De plus, les entreprises dont le chiffre d'affaires brut est inférieur à 250 000 $ ne sont plus tenues de fournir des données financières annuelles à Statistique Canada qui n'exige plus que des données minimales des entreprises dont le revenu se situe entre 250 000 $ et 1,05 million de dollars. Le ministère des Approvisionnements et Services a établi, à l'intention des fournisseurs éventuels, un système d'enregistrement des fournisseurs à guichet unique ainsi qu'un «contrat abrégé» utilisé maintenant pour la grande majorité des marchés. L'annexe B contient une liste des mesures de réduction de la paperasserie qui ont récemment été mises en oeuvre par divers ministères fédéraux.

The Upper Canada Brewing Company

« Je ne pouvais abandonner car tous mes amis comptaient sur moi », déclare Dan Heaps, président de la société Upper Canada Brewing Co. « Nous nous sommes accrochés par fierté et par entêtement en dépit de tous les avis qui nous prédisaient un échec ». Cette persévérance a porté fruit. Établie en 1985, la brasserie de Toronto est aujourd'hui la microbrasserie la plus importante au Canada. Respectant les critères de fabrication de la bière de la Loi bavaroise de 1516, la Upper Canada Brewing Company est devenue la première brasserie nord-américaine à exporter de la bière en Allemagne de l'Ouest. Elle a misé sur le marché limité des connaisseurs de bière, des fanatiques de l'alimentation naturelle, des jeunes professionnels et des étudiants qui tous recherchent avant tout la qualité. Upper Canada exporte aujourd'hui en Hollande, en Belgique, au Luxembourg et aux États-Unis.

LE GOUVERNEMENT ET LA PETITE ENTREPRISE

Le gouvernement fédéral a entrepris un effort concerté dans le but de faciliter l'accès à ses services et de simplifier ses procédures. Les petites entreprises estiment souvent que les négociations avec les administrations publiques sont difficiles et prennent du temps. Le gouvernement a donc réagi en restructurant au niveau local les ministères et les organismes responsables de la prestation des programmes. Il harmonise et coordonne par la même occasion les activités de divers ministères en matière d'aide aux entreprises. En vue de minimiser les délais et d'améliorer la prestation des programmes, le gouvernement fédéral continue de demander avis et conseil aux associations d'entrepreneurs, aux provinces et au secteur privé.

INDUSTRIE, SCIENCES ET TECHNOLOGIE CANADA

Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC) est un des principaux défenseurs de la petite entreprise au gouvernement fédéral. Le Ministère a reçu le mandat général de promouvoir la compétitivité internationale, la compétence technologique, la productivité et l'efficacité de l'industrie canadienne. Dans le cadre de son mandat général, ISTC a reçu la mission précise « d'élaborer, de réaliser et de valoriser des objectifs de politique nationale propres à favoriser l'esprit d'entreprise et la création de petites entreprises, ainsi que leur croissance et leur expansion. »

ISTC a aussi un rôle à jouer pour favoriser et fournir des services d'aide à la commercialisation des biens, des services et de la technologie canadiens tant au Canada qu'à l'étranger. Le Ministère favorise aussi les investissements dans l'industrie, les sciences et la technologie canadiennes. La plupart des fonctions d'ISTC ont trait, d'une façon ou d'une autre, aux petites entreprises.

En créant ISTC, le gouvernement a voulu se rapprocher des PME qui n'ont pas toujours les moyens nécessaires pour accéder aux nombreux services que leur offrent les administrations publiques. Pour exécuter ce volet de son mandat, ISTC utilise ses bureaux régionaux comme centres d'information et de services pour les petites entreprises. Les représentants locaux jouent un rôle de conseillers en aidant les particuliers intéressés à se prévaloir des nombreuses sources d'information et des multiples formes d'aide aux entreprises. L'annexe A contient une liste des bureaux régionaux d'ISTC.

L'approche des agents conseil dans les régions reflète la nouvelle orientation du gouvernement qui souhaite être plus accessible et plus près des collectivités qu'il dessert. Au sein du gouvernement fédéral, le ministre d'État (Petites entreprises et Tourisme) et le Bureau de l'entrepreneurship et petite entreprise (BEPE) d'ISTC sont chargés de voir à ce que les interventions et les politiques d'ISTC et des autres ministères et organismes fédéraux tiennent compte des intérêts des petites entreprises au Canada.

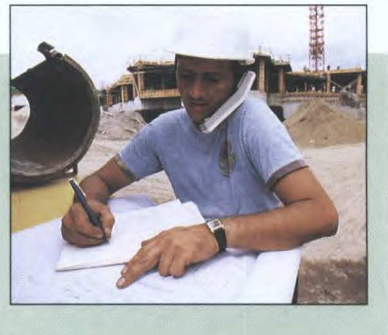
EXPANSION RÉGIONALE

Les petites entreprises jouent un rôle critique dans l'expansion régionale. Les statistiques révèlent que la répartition de l'activité des petites entreprises au Canada est directement proportionnelle à celle de la population en général. Des études ont aussi démontré que la résistance étonnante des petites entreprises a joué un rôle critique dans la survie des économies régionales, spécialement en période de crise économique.

Le gouvernement fédéral a reconnu l'importance des petites entreprises dans les régions par le mandat qu'il a confié à plusieurs nouveaux organismes qui s'occupent de développement régional. Tous offrent une aide importante aux petites entreprises. Tous prouvent aussi que le gouvernement est convaincu que des programmes destinés à encourager le développement industriel et à stimuler la croissance des petites entreprises sont plus efficaces s'ils sont livrés au niveau local. L'orientation locale permet de focaliser les services publics sur des intérêts régionaux précis et leur donne une flexibilité et une sensibilité accrues. Les programmes régionaux fédéraux les plus importants sont livrés par l'intermédiaire de trois organismes : le ministère de la Diversification de l'économie de l'Ouest (MDEO), l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA) et ISTC (pour plus de détails, voir l'annexe A).

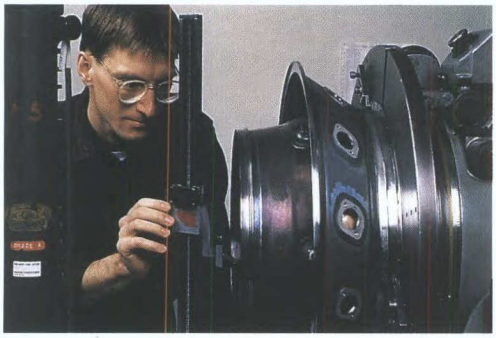
Le MDEO couvre les quatre provinces de l'Ouest et vise à encourager l'activité à l'extérieur des industries traditionnelles du secteur primaire. Dans l'exécution de son mandat qui est d'encourager le développement de produits, de technologies et de débouchés nouveaux dans les provinces de l'Ouest, le MDEO subventionne les projets qui contribuent à la diversification de l'économie de l'Ouest, aide les entreprises à trouver la source d'aide publique qui convient le mieux à leurs projets et défend les intérêts de l'Ouest dans les décisions économiques d'envergure nationale. Même s'ils ne visent pas exclusivement les petites entreprises, les programmes du MDEO sont bénéfiques pour un grand nombre d'entre elles.

Situé dans l'Ouest, le MDEO fournit de l'aide financière, assure l'accès aux services publics et oriente les intéressés vers d'autres sources d'aide. Ses lignes directrices sont flexibles. Les petites entreprises fournissent habituellement une brève description écrite de leur proposition à un chargé de projet qui consulte alors les requérants. Même si le projet ne répond pas aux



Delta Transformer of Canada Ltd.

Bien qu'ayant démarré comme petite entreprise, Delta Transformer of Canada Ltd. ne répond plus à cette description. Son chiffre d'affaires de 1988-1989 devrait atteindre 12 millions de dollars et Delta emploie maintenant près de 125 personnes alors qu'il y a six ans à peine, elle n'avait que huit employés. Lorsqu'ils ont fondé leur entreprise à Granby, au Québec, Roland Pelletier et ses trois associés se lançaient sur un marché saturé dominé par des multinationales très compétitives. Leur plan était de vendre des transformateurs de qualité à un prix légèrement plus bas, ce qui fut accueilli avec grand scepticisme. Mais les ventes de la première année atteignirent à peine la moitié du million de dollars projeté et les banques retirèrent leur appui. Toutefois, la détermination et les nombreux sacrifices ont porté fruit. Les actionnaires renoncèrent à se faire payer, les associés travaillèrent sans salaire, les employés firent des journées de 15 heures, allant jusqu'à faire don de leur temps et les principaux fournisseurs de produits électriques leur firent des concessions spéciales. Toutes ces interventions permirent à l'entreprise de redresser le cap. En 1986, trois ans après la fondation de l'entreprise, les ventes frôlaient près de 5 millions de dollars, soit une augmentation de presque 1 000 pour 100. Roland Pelletier attribue cette réussite à une formule qui a fait ses preuves depuis longtemps : qualité, service, travail, détermination et réinvestissement immédiat des profits. Les bonnes relations patronales-ouvrières et une politique de gestion permettant aux employés de jouer un rôle dans l'entreprise ont été un atout important dans cette réussite.



critères du MDEO, l'agent peut quand même leur trouver d'autres sources d'aide.

L'APECA favorise le développement des quatre provinces de l'Atlantique. Les petites entreprises ont toujours été et demeurent un rouage important de l'économie de la région. L'APECA s'appuie sur les principes du partenariat, du partage des risques, de l'investissement et de la collaboration avec toutes les administrations publiques dans la promotion des intérêts de la région de l'Atlantique. L'APECA collabore avec le secteur privé, les administrations provinciales et municipales, ainsi qu'avec les universités et les commissions de développement industriel pour discuter des programmes de développement de la région. L'agence coordonne les efforts de tous les ministères fédéraux qui ont un impact sur la région de l'Atlantique et assure aussi la promotion des intérêts de la région dans la formulation des politiques fédérales.

Pour les petites entreprises, le Programme Action de l'APECA est sans doute le plus important. Il permet aux PME d'obtenir de l'aide financière directe, des garanties de prêt et des réductions d'intérêt afin de moderniser ou d'agrandir leurs installations, de concevoir un nouveau produit, de mettre au point une technologie ou d'effectuer des études de faisabilité et de commercialisation.

Au Canada central, soit en Ontario et au Québec, ISTC conserve la responsabilité de l'expansion régionale. Son rôle consiste à promouvoir le développement économique des régions du Québec et de l'Ontario qui souffrent de marasme économique et où les revenus sont faibles et les possibilités d'emplois productifs insuffisantes. Son bureau de développement régional met l'accent sur le développement économique à long terme et sur le développement des PME. Dans le Nord de l'Ontario, l'initiative fédérale de développement économique FedNor vise à stimuler la croissance économique par le biais d'un éventail de programmes d'aide destinés principalement aux petites entreprises. Au Québec, outre les nombreux programmes d'aide administrés par le Ministère, l'Entente auxiliaire Canada-Québec sur le développement économique des régions du Québec, signée en juin 1988, demeure un véhicule d'aide publique important. L'Entente prévoit de l'aide fédérale et provinciale pour les régions centrales et éloignées de la province. L'annexe A contient plus de détails sur ces programmes.

Le rôle des organismes régionaux ne se limite pas à financer le développement de marchés, l'innovation technologique, la diversification et l'expansion des affaires en général. Ces organismes sont également chargés de coordonner les stratégies fédérales et régionales de développement économique et de gérer directement un certain nombre d'ententes auxiliaires coiffées par les ententes de développement économique régional (EDER) et les programmes qui les ont remplacées. Ces organismes fournissent aussi aux collectivités de leur secteur de compétence une gamme complète de services axés sur le monde des affaires. Beaucoup de programmes et d'incitations offerts par ces organismes visent précisément à aider les petites entreprises. Ils administrent de plus la *Loi sur les prêts aux petites entreprises* dans leur région. L'annexe A contient plus de détails sur les mesures de développement régional.

CHAPITRE 3

LES SERVICES PUBLICS ET LA PETITE ENTREPRISE

En plus de ses politiques générales de promotion de l'entrepreneurship, le gouvernement fédéral offre de multiples programmes destinés à la petite entreprise au Canada. Ce chapitre donne un bref aperçu des programmes publics qui peuvent aider les petites entreprises à relever les défis auxquels elles sont le plus fréquemment confrontées. L'annexe A contient plus de détails sur les ministères et organismes qui administrent les programmes clés et les services les plus importants. L'annexe B brosse un bref aperçu des mesures prises dans les domaines des services d'information, des exportations, de la technologie et de la réduction de la paperasserie.

INFORMATION, CONSEILS ET PLANIFICATION

Pour la plupart des entrepreneurs, l'accès à l'information et aux conseils en affaires est primordial, spécialement dans leurs débuts. Ce besoin ne disparaît pas à mesure que progresse l'entreprise. En fait, des conseils et une planification solides sont souvent encore plus importants pour l'entreprise qui a survécu à ses deux ou trois premières années et qui est prête à prendre de l'expansion.

Le secteur privé est la principale source d'information et d'aide pour les entreprises. De nombreuses sociétés offrent aux entrepreneurs des compétences et de l'information en affaires : experts-conseils, avocats et comptables, par exemple. De nombreux services offerts par les ministères et organismes fédéraux viennent toutefois compléter les efforts du secteur privé dans ce domaine.

La Banque fédérale de développement (BFD) administre le programme Consultation au service des entreprises (CASE). Grâce à ce programme, près de 9 000 entreprises bénéficient chaque année des conseils personnalisés de spécialistes chevronnés du monde des affaires. Trois quarts des entreprises qui ont reçu de l'aide avaient moins de cinq employés et plus du tiers en étaient à leurs premiers pas.

L'APECA offre de l'aide financière aux petites entreprises qui ont besoin de services de consultation. Elle commandite aussi des services de consultation en assurant la liaison entre les entrepreneurs et les facultés de commerce. Par exemple, l'Institut P.G. Gardiner de l'Université Memorial met des

Handling Specialty Mfg. Limited

Dennis Parass, président de Handling Specialty Mfg. Limited de Grimsby, (Ontario) affirme que si sa société a l'avantage compétitif sur de plus grosses entreprises, c'est à la technologie qu'elle le doit. Grâce aux progrès récents de la conception assistée par ordinateur, sa société de fabrication de produits hydrauliques a pu s'attaquer aux contrats lucratifs des produits faits sur mesure dont le coût aurait été prohibitif s'ils avaient été fabriqués autrement qu'en série. Handling Specialty est en affaires depuis 20 ans, mais ses profits ont plus que doublé ces cinq dernières années. Pour maintenir ses exportations aux États-Unis à un niveau correspondant à 40 pour 100, Handling Specialty a toujours consacré à la R-D un montant égal à ses profits après impôt. M.Parass préconise pour sa société une politique de conception novatrice, de produits de qualité, de sensibilisation à la clientèle, d'attention au détail et d'intégrité, ainsi que de liens engagés et novateurs avec le personnel.

LA POLITIQUE NATIONALE DE L'ENTREPRENEURSHIP

Le Canada a été créé par des entrepreneurs, des visionnaires énergiques déterminés à faire de leurs rêves une réalité. L'avenir s'annonce tout aussi exigeant que le passé. Pour réussir dans un monde où la concurrence est vive, le Canada doit encourager les Canadiens à tirer parti des possibilités offertes par l'entrepreneurship, à promouvoir les énergies créatrices de ses petites entreprises et à favoriser une culture d'entreprise dynamique prête à relever les défis de demain.

Guidé par de telles convictions, le gouvernement fédéral a annoncé, en août 1988, la Politique nationale de l'entrepreneurship. Cette politique constitue le troisième volet de la stratégie mise en oeuvre par le gouvernement pour améliorer le contexte de la petite entreprise au Canada. Elle comporte trois objectifs fondamentaux. Elle vise tout d'abord à promouvoir l'esprit d'entreprise, spécialement au sein des groupes de jeunes, de femmes, d'autochtones et de personnes handicapées qui sont moins bien représentés parmi les propriétaires d'entreprises. Elle cultive ensuite l'entrepreneurship chez les PME qui existent déjà en les aidant à croître et à prospérer. Enfin, elle supprime les obstacles à l'entrepreneurship, et en particulier ceux qui sont issus des politiques et des activités publiques.

Plusieurs mesures concrètes ont déjà été prises pour atteindre ces objectifs généraux. Le gouvernement fédéral a établi un programme et un plan d'action de promotion de l'entrepreneurship. La publication de cette revue de la petite entreprise au Canada constitue un volet de ce plan d'action.

Une série de consultations ont été effectuées à travers le pays. Conçues pour réunir les avis des intervenants intéressés à la promotion de l'entrepreneurship, ces consultations ont culminé en un Forum national sur l'entrepreneurship qui a eu lieu à Québec en juin 1989. Ce forum a cerné la problématique et élaboré un plan d'action prévoyant la constitution, entre le gouvernement et le secteur privé, d'un partenariat chargé d'assurer la promotion et l'appui de l'entrepreneurship canadien.

Le gouvernement fédéral a également entamé des discussions avec les provinces quant aux éventuelles mesures à prendre dans ce domaine. Si l'on veut instaurer l'esprit d'entreprise parmi les Canadiens, il faut que le système scolaire de chaque province offre une formation plus pertinente.

La sensibilisation du public est vitale à cet effet. Le gouvernement a donc instauré une stratégie de communication afin de sensibiliser davantage la population à l'entrepreneurship et à la contribution positive qu'il représente pour le bien-être socio-économique du pays. Ce projet de sensibilisation est

The Image Group Canada Ltd.

C'est en mettant au point un procédé de colorisation, première méthode commercialement viable de conversion de films noir et blanc en enregistrements magnétoscopiques couleur, que Wilson Markle a fait de son entreprise de Toronto, The Image Group of Canada, un des premiers studios de production cinématographique. Aujourd'hui, cette société est la société de colorisation la plus importante du monde en programmation de télévision. Son premier film classique colorisé a été diffusé à l'émission Evening News d'ABC et a suscité l'intérêt des diffuseurs, des propriétaires de filmothèques, des cinéphiles et des investisseurs. Depuis, the Image Group a reçu un Emmy pour la réalisation technique de son procédé de colorisation. La société a été choisie comme fournisseur pour l'animation graphique pour les Olympiques de Séoul. Enfin, elle exporte la majorité de ses produits aux États-Unis : elle a réalisé 138 épisodes de McHale's Navy en 14 mois.

unique au Canada. Le Programme de sensibilisation qui fait partie de ce projet offre des subventions aux organismes à but non lucratif pour leur permettre d'entreprendre des activités de promotion de l'entrepreneurship. On vise ainsi à instaurer l'esprit d'entreprise chez les Canadiens et, encourager un plus grand nombre d'entre eux à envisager cette voie comme choix de carrière et d'emploi.

La création de l'Institut national de développement de l'entrepreneurship (INDE), institut à but non lucratif dirigé par le secteur privé, constitue un autre volet important de la Politique nationale de l'entrepreneurship. L'Institut agira comme centre national d'information sur l'entrepreneurship et favorisera la formation dans ce domaine en sensibilisant et en formant des enseignants, ainsi qu'en élaborant des programmes d'études d'entrepreneurship à tous les niveaux du système scolaire. Il agira aussi comme catalyseur et clé de voûte de l'apparition d'un réseau interactif de groupes de promotion de l'entrepreneurship à travers le pays. L'Institut jouera ainsi un rôle vital dans l'élaboration de politiques d'encouragement à cet égard.

Enfin, dans le but d'assurer une aide concrète aux petites entreprises à travers le Canada, on a étendu à l'échelle nationale le Réseau de possibilités d'investissement au Canada (REPIC). Il s'agit d'un service informatisé de liaison entre investisseurs et entrepreneurs administré par l'intermédiaire des Chambres de commerce. En mettant en relation les investisseurs et les entrepreneurs, le REPIC a déjà fait ses preuves en Ontario. Ce réseau permettra aux petites entreprises de trouver plus facilement les investisseurs dont elles ont besoin pour prendre de l'expansion.

La Politique nationale de l'entrepreneurship fournit en outre le contexte général des nombreux services publics destinés aux petites entreprises et dont le chapitre suivant brosse un bref aperçu.

NOTES

[2] Forum sur l'économie mondiale, *The World Competitiveness Report* (Genève et Lausanne, Suisse, 1989).
[3] L'honorable Michael Wilson, *Le discours du budget* (Ottawa : ministère des Finances, le 27 avril 1989), p. 20.
[4] Price Waterhouse, *Tax Reform and Its Impact on Canadian Manufacturing* (Toronto, février 1988).

entrepreneurs en contact avec des étudiants de la Faculté de commerce qui les aident à établir des plans de lancement d'entreprise. Ce projet a connu beaucoup de succès et est en train de s'étendre à toute la région de l'Atlantique. Les agents régionaux d'ISTC, les bureaux régionaux du Conseil national de recherches et le Bureau des brevets offrent aussi des services d'information et d'expert-conseil dans toutes sortes de domaines.

Nouvelle source d'information sur le monde des affaires, la Base de données sur la petite entreprise renseigne les entrepreneurs sur la performance de leurs concurrents actuels ou éventuels. Statistique Canada maintient cette base de données pour le compte des gouvernements fédéral et provinciaux. Les études intitulées *Profils des petites entreprises* permettent, par exemple, aux usagers de comparer des résultats d'exploitation selon le genre et l'emplacement géographique des entreprises et l'envergure de leurs activités. Les usagers peuvent aussi se tenir au courant de la taille des entreprises et des industries qui ont tendance à prospérer à un endroit donné. Ces renseignements aident à préparer des plans d'entreprise efficaces et à effectuer des études de marché. Le rapport de ventes par secteur des détaillants indépendants informe lui aussi les détaillants sur les caractéristiques nécessaires à l'utilisation de l'espace dans 34 types d'entreprises. Ce genre de renseignements est d'une importance vitale pour établir des projections de ventes, le calcul des effectifs et la planification de l'inventaire.

SOURCES DE FINANCEMENT

L'obtention d'un financement convenable est l'un des grands soucis de l'entrepreneur. D'après un sondage effectué en 1986 auprès de 1 000 PME indépendantes, 27 pour 100 des entrepreneurs affirment que le financement est l'une de leurs préoccupations majeures[5], ce que confirment des études et des rapports récents. Quoiqu'il en soit, le rythme rapide auquel ont démarré tant de nouvelles entreprises ces dernières années, indique pourtant que les entrepreneurs réussissent à obtenir des fonds du secteur privé.

Les banques à charte demeurent les principaux fournisseurs de financement par emprunt pour plus de 80 pour 100 des petites entreprises du Canada. Comme le prouvent l'augmentation des prêts commerciaux effectués par les sociétés de fiducie et la présence croissante des banques étrangères sur le marché canadien, la concurrence sur les marchés financiers a tendance à s'aviver depuis quelque temps, ce qui sera manifestement dans l'intérêt des petites entreprises.

Quant à l'avoir propre, la croissance de l'industrie du capital-risque au Canada laisse entrevoir au secteur de la petite entreprise la possibilité d'une meilleure capitalisation. Les entreprises canadiennes de capital-risque gèrent présentement plus de 2,5 milliards de dollars, soit une augmentation de plus de 50 pour 100 par rapport à 1986. La plupart des fonds de capital-risque investissent rarement des sommes inférieures à 500 000 $, seuil généralement trop élevé pour la plupart des petites entreprises à la recherche de capitaux. Un groupe de travail de la Chambre de commerce du Canada a récemment constaté que le financement par action qui est accessible aux petites entreprises au Canada présente certaines lacunes[6].

Le gouvernement fédéral joue un rôle important en facilitant l'accès des petites entreprises aux capitaux dont elles ont besoin. La Banque fédérale de développement (BFD) et la *Loi sur les prêts aux petites entreprises* (LPPE) sont les deux principaux véhicules fédéraux dans ce domaine.

La BFD est une société d'État qui a pour mandat de promouvoir la création et le développement des entreprises. Elle offre aux PME toute une

gamme de services de financement et de consultation. Ses programmes de financement comprennent l'octroi de prêts à terme et de financement par actions aux entreprises incapables de lever des fonds à des conditions raisonnables dans le secteur privé.

La BFD joue un rôle particulièrement important en fournissant des fonds aux petites entreprises qui n'ont pas encore de bilan établi. Au cours de l'exercice terminé le 31 mars 1989, la BFD a accordé 48 pour 100 de ses prêts à des entreprises qui avaient moins de cinq années d'existence. En 1986, la BFD a effectué 8,1 pour 100 du total des prêts à terme inférieurs à 1 million de dollars et 6,4 pour 100 des prêts inférieurs à 5 millions de dollars (tableau 3.1), même si sa part de la valeur totale des prêts à terme se limitait à un modeste 2,9 pour 100. Au cours de l'exercice financier 1989, 55 pour 100 des prêts autorisés étaient inférieurs à 100 000 $, 78 pour 100 étaient accordés à des entreprises comptant dix employés ou moins et 57 pour 100 à des entreprises situées dans les régions périphériques.

La Banque joue un rôle prépondérant en ce qui a trait au capital-risque pour les petites entreprises. Classée parmi les dix principales entreprises de capital-risque au Canada par le *Financial Post 500*, la Division du capital de risque de la Banque investit dans le capital-actions des entreprises nouvelles et prometteuses, et dans d'autres en pleine expansion. Plus de la moitié des investissements effectués en 1988-1989 étaient inférieurs à 500 000 $. Le secteur privé accepte très bien le rôle que joue la BFD dans le domaine du capital-risque. En fait, un des principaux objectifs de celle-ci est d'utiliser ses propres investissements comme levier financier pour réunir du capital-actions auprès des entreprises privées de capital-risque et d'autres investisseurs. Depuis sa création, la Division du capital de risque a investi plus de 64 millions de dollars dans plus de 94 entreprises et a réussi à attirer plus de 220 millions de dollars d'investissements supplémentaires privés en capital actions.

Le gouvernement fédéral apporte aussi une importante contribution au financement des petites entreprises par l'intermédiaire de la *Loi sur les prêts aux petites entreprises* qui encourage les institutions financières du secteur privé à accorder des prêts à terme aux petites entreprises. En vertu de ce programme, le gouvernement fédéral s'engage à rembourser aux prêteurs admissibles 85 pour 100 des pertes sur prêt qu'ils subissent si un emprunteur admissible ne rembourse pas sa dette. La garantie offerte par la Loi couvre les prêts jusqu'à concurrence de 100 000 $ consentis pour l'acquisition, l'installation, l'amélioration et la modernisation de machines, d'équipement, d'édifices, de terrains ou d'autres éléments d'actif immobilisé. Au cours de l'exercice financier terminé le 31 mars 1988, 18 640 prêts pour un total de 683,7 millions de dollars ont été consentis en vertu de la Loi. Le graphique 3.2 illustre la répartition de ces prêts selon les régions et les secteurs industriels.

Tableau 3.1 Fournisseurs de prêts à terme, 1986 (part procentuelle des diverses institutions financières - prêts à terme non hypothécaires en cours)

	Prêts de moins de 5 M$	Prêts de moins de 1 M$
Banques de l'annexe A et de l'annexe B	68,1	62,7
Sociétés de fiducie	1,9	0,4
Coopératives de crédit	7,5	9,6
Sociétés financières	11,2	14,4
BFD	6,4	8,1
Autres	4,9	4,8
Total	100	100

Source : Secor Inc., *The Term Lending Market in Canada*, préparé pour la BFD, mars 1987.

AMÉLIORATION DES COMPÉTENCES DES EMPLOYÉS ET DES GESTIONNAIRES

Les entrepreneurs s'aperçoivent souvent que le manque de formation chez les employés et de compétences chez les gestionnaires nuit à la croissance de l'entreprise. Avec l'émergence d'une économie où la concentration du savoir est de plus en plus forte, de meilleurs gestionnaires et des employés polyvalents et bien formés joueront un rôle de plus en plus crucial dans la réussite future des entreprises.

Le gouvernement fédéral accorde une priorité de premier plan au développement des ressources humaines du pays. Aussi offre-t-il des programmes conçus spécialement pour améliorer les connaissances techniques des travailleurs et des nouveaux arrivants sur le marché du travail.

Emploi et Immigration Canada (EIC) est le ministère fédéral qui s'occupe le plus directement du perfectionnement des ressources humaines du pays. Dans le cadre de la Stratégie de mise en valeur de la main-d'œuvre, EIC dépense environ 1,7 milliard de dollars par année pour accroître les connaissances techniques, ainsi que les possibilités de participation à la population active de tous les groupes : jeunes, femmes, autochtones, minorités visibles et personnes handicapées. Quelque 400 000 Canadiens reçoivent chaque année des cours de formation et font des stages d'expérience pratique par l'intermédiaire des divers programmes du volet Planification de l'Emploi (PE) de cette stratégie.

Certains de ces programmes sont particulièrement destinés à répondre aux besoins en ressources humaines des petites entreprises :

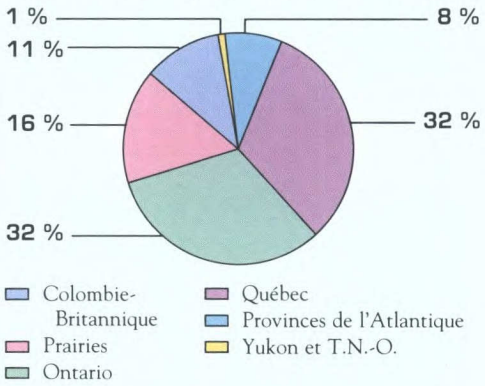
- Le programme Acquisition de compétences offre de la formation en gestion et en entrepreneurship aux travailleurs dont l'emploi est menacé par l'évolution de la technologie ou des marchés.
- Le Programme relatif aux pénuries de compétences vise à former des travailleurs dans les professions qui sont à court de main-d'œuvre spécialisée.
- Le programme Développement des collectivités aide à financer des comités locaux constitués de représentants des secteurs public et privé qui sont chargés d'élaborer des mesures de formation et d'emploi dans les collectivités ou sévit un chômage chronique et dont l'activité est à la baisse en raison de licenciements collectifs et de fermetures d'usines.

Ces programmes de développement des collectivités encouragent financièrement les chômeurs et les assistés sociaux à devenir entrepreneurs. Ils offrent également des services de consultation aux petites entreprises pour les aider à créer ou à conserver des emplois, et subventionnent des projets locaux pour encourager de nouveaux emplois permanents. EIC subventionne aussi l'apprentissage et la mobilité des travailleurs afin de leur permettre de quitter des régions où sévit le marasme pour s'installer ailleurs où les possibilités d'emploi sont meilleures.

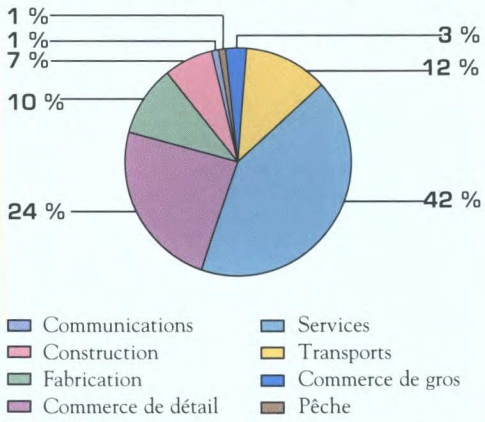
Par l'entremise de sa Division des services de gestion-conseil, la BFD est le principal organisme fédéral chargé de fournir aux entrepreneurs des conseils dans le domaine des affaires et d'améliorer leurs compétences en gestion. La Division a établi au fil des ans une gamme impressionnante de cours de formation en gestion. Normalement, la BFD présente chaque année à plus de 30 000 participants jusqu'à 1 700 séminaires en gestion des affaires, notamment sur la gestion en général, la commercialisation, les finances et le personnel. Elle offre aussi un service distinct et complet de planification financière qui comporte des volets de planification stratégique et d'intermédiation financière. Les cours de 30 heures en gestion financière qu'offre la Banque, par l'intermédiaire des collèges communautaires et des cégeps, ont attiré quelque 36 000 personnes en 1988-1989. La BFD offre aussi, par l'intermédiaire de son programme CASE, des services personnalisés de conseils et de consultation aux propriétaires d'entreprises de moins de 75 employés.

Graphique 3.2 Répartition des prêts garantis par la LPPE

Selon la région, exercice financier 1988*



Selon l'industrie, exercice financier 1988*



Source : ISTC, *Loi sur les prêts aux petites entreprises, Rapport annuel, 1988.*
* Part des prêts consentis en vertu de la LPPE, exercice financier 1988.

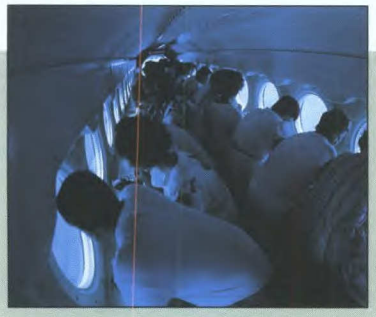
Le service le plus récent offert par la Banque aux petites entreprises est celui des Initiatives locales pour le développement d'entreprises (ILDE). Ce service comporte 40 heures d'ateliers, suivies de 40 heures de consultations personnalisées sur le lieu d'affaires de chaque participant. Offert dans les petites localités, ce service regroupe habituellement une trentaine d'entrepreneurs locaux qui ne sont pas en concurrence et qui choisissent eux-mêmes leur sujet de formation.

PROMOTION DE L'INNOVATION TECHNOLOGIQUE

Beaucoup de gens d'affaires reconnaissent que la technologie est devenue une arme puissante pour ceux qui veulent améliorer leur compétitivité. Les entreprises canadiennes, et spécialement les PME, ont malheureusement été plus lentes à s'éveiller à la technologie[7]. Un des défis importants qui se pose au secteur de la petite entreprise canadienne est celui de l'adaptation des technologies de pointe à tous les domaines de l'activité commerciale, du développement du produit jusqu'à la bureautique en passant par la commercialisation. Pour y réussir, les petites entreprises doivent se familiariser davantage avec la technologie et prendre les mesures nécessaires à son utilisation plus large. C'est en optimisant l'usage des technologies existantes qu'excellent nos concurrents tels que les Japonais. C'est un secteur où les sociétés canadiennes doivent améliorer leur rendement[8].

Le gouvernement fédéral reconnaît que les petites entreprises peuvent tirer profit d'une aide à plusieurs niveaux en matière d'innovation technologique, qu'il s'agisse de la commercialiser, de mieux l'exploiter ou tout simplement d'en comprendre l'impact sur l'efficacité de l'entreprise.

Le Conseil national de recherches du Canada (CNRC) est la principale source fédérale d'aide à la petite entreprise dans le domaine de la technologie. Principal organisme public de recherche scientifique et technique, le CNRC gère le Programme d'aide à la recherche industrielle (PARI). Conçu pour aider les PME à utiliser la technologie, le PARI met à contribution un important réseau de plus de 200 agents régionaux et locaux, 60 centres de technologie provinciaux, sans oublier ses propres laboratoires et instituts de recherche, les ministères fédéraux, les agents de transfert de technologie des



Sub Aquatics Development Corp.

Dennis Hurd et ses principaux collaborateurs avaient de dix à quatorze ans d'expérience dans la conception de l'utilisation de sous-marins au service de l'industrie pétrolière en haute mer. Leur ambition était d'élaborer une nouvelle technologie et de servir un marché tout à fait nouveau. Leur intention était de mettre au point des sous-marins de tourisme afin d'offrir des circuits sous-marins dans des centres de villégiature tropicaux. Fondée en 1983, la société Sub Aquatics Development Corp. de Vancouver, en Colombie-Britannique, est passée de 2 employés à plus de 200. Avec des ventes annuelles estimées à 14 millions de dollars en 1989 et six centres en service dans le monde, Sub Aquatics est maintenant la plus importante société de génie sous-marin au Canada et un chef de file dans le secteur à l'échelle mondiale. Ses sous-marins «Atlantis» coûtent en moyenne 3 125 000 $ et ont de deux à trois ans d'avance sur la concurrence. Loin de se reposer sur ses lauriers, Sub-Aquatics inaugurera un nouveau service à Honolulu plus tard en 1989 et a des visées ambitieuses sur les énormes marchés touristiques de la Méditerranée.

universités canadiennes, aussi que les conseillers techniques affectés aux services diplomatiques du Canada en poste dans 14 pays étrangers.

Le réseau national du PARI assure aux entreprises un accès efficace et rentable au savoir-faire technologique dont elles ont besoin et qu'elles peuvent trouver chez tout fournisseur de technologie canadien ou étranger. Il aide les PME à élaborer, acquérir et adapter les technologies nécessaires à l'amélioration de leur savoir-faire technique, de leur productivité et, par conséquent, de leur compétitivité. L'annexe A contient plus de détails sur le PARI.

L'évolution technologique des PME constitue aussi un des premiers aspects du mandat d'ISTC. Le Ministère appuie par exemple l'élaboration des technologies stratégiques essentielles à la prospérité et à la compétitivité futures. La technologie de l'information, la biotechnologie et les matériaux industriels de pointe sont d'une importance stratégique qui dépasse celle de chaque secteur ou industrie en particulier. ISTC encourage les entreprises à conclure des alliances et à créer des réseaux afin de partager les coûts et les risques inhérents à l'accélération du développement et de l'application de ces technologies. ISTC et divers autres organismes fédéraux ont de plus lancé plusieurs autres programmes afin d'aider les entreprises à acquérir, à maîtriser et à utiliser les technologies avancées. L'annexe B offre plus de détails à ce sujet.

VENDRE AU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL

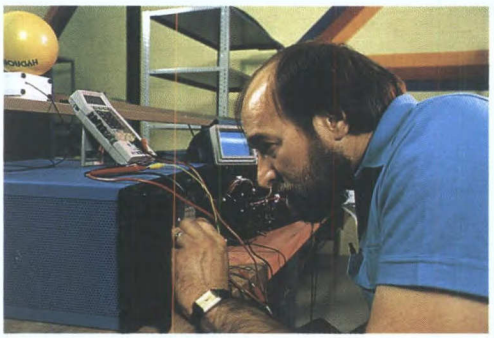
Le gouvernement fédéral est le plus important acheteur de biens et de services au Canada. Ses politiques d'achat ont un impact sur le secteur de la petite entreprise.

Approvisionnements et Services Canada (ASC) est l'acheteur responsable d'environ la moitié des achats fédéraux. Les produits de haute technologie représentent jusqu'à 70 pour 100 de ces achats. Travaux publics Canada adjuge la plupart des contrats de construction portant sur les installations et autres ouvrages publics fédéraux. Le Conseil du Trésor délègue à chaque ministère la responsabilité du reste des achats publics dont les contrats de services représentent une part importante.

La valeur annuelle des marchés adjugés par ASC aux petites entreprises est passée de 780 millions pour l'exercice financier de 1980-81 à 1,85 milliard de dollars pour celui de 1986-1987[9]. Les quelque 32 000 petites entreprises qui ont vendu des biens et des services à ASC en 1987 ont reçu le tiers de la valeur totale des marchés adjugés par le Ministère au cours de cette même année. Ces chiffres sous-estiment toutefois leur rôle véritable puisque beaucoup de petites entreprises sont aussi fournisseurs des grandes sociétés qui reçoivent des contrats fédéraux.

ASC a lancé, en 1986, un plan d'action pour les petites entreprises dans le but d'améliorer leur accès aux contrats du gouvernement. Ce plan d'action prévoit un système d'enregistrement des fournisseurs à guichet unique et un contrat abrégé pour les achats de moins de 25 000 $, afin d'encourager les petites entreprises à présenter des soumissions pour obtenir leur part des contrats fédéraux.

ASC et ISTC ont annoncé, en 1988, le lancement du programme Accès Petite Entreprise, qui comporte une série d'initiatives destinées à améliorer l'accès des petites entreprises aux marchés publics. Dans le cadre de ce programme, ASC et ISTC collaborent étroitement avec l'Agence de promotion économique du Canada atlantique et le ministère de la Diversification de l'économie de l'Ouest pour permettre aux petites entreprises en région de profiter des marchés fédéraux.



Faire affaire avec ASC, est autre chose que de transiger avec une société privée. Dans la plupart des cas, ASC invite les entreprises ou les particuliers qui sont enregistrés comme fournisseurs éventuels à présenter des soumissions. Dans le cas des acquisitions qui relèvent du GATT ou de l'Accord de libre-échange, les soumissions sont annoncées dans une nouvelle publication hebdomadaire intitulée *Marchés publics*. Les petites entreprises qui désirent vendre aux ministères et organismes fédéraux doivent commencer par s'enregistrer à leur bureau régional d'ASC qui les renseignera sur les produits que l'État achète dans leur région. ASC tient compte des facteurs de développement régional dans ses politiques et mécanismes d'achat. En vertu de la politique des achats locaux, les bureaux régionaux d'ASC lancent des demandes de soumission au sein de leur secteur géographique, afin d'assurer une concurrence adéquate, un niveau acceptable de service aux clients et une juste valeur des achats publics. Les petites entreprises sont les principaux bénéficiaires de la politique des achats locaux.

ASC offre des publications et des séminaires de formation visant à renseigner les fournisseurs sur l'accès aux marchés de l'État. Pour s'informer sur les procédures ou encore sur les biens achetés, il suffit de s'adresser en personne ou par téléphone au bureau régional d'ASC le plus proche.

VENDRE À L'ÉTRANGER

Les perspectives offertes par l'exportation sont alléchantes pour la plupart des entrepreneurs dynamiques. Toutefois, le secteur de la petite entreprise contribue peu aux exportations canadiennes. Avec la mise en œuvre de l'Accord de libre-échange et d'autres mesures de libéralisation du commerce international, les petites entreprises du Canada auront plus d'occasions d'exporter. Mais elles auront aussi à affronter une concurrence plus vive de l'étranger sur les marchés intérieurs qu'elles avaient pris l'habitude de considérer comme leur propriété exclusive.

Le gouvernement fédéral s'est engagé à améliorer le potentiel d'exportation des PME canadiennes et leur offre une foule de programmes à cette fin.

On retrouve dans toutes les régions du Canada des Centres du commerce international. Ceux-ci constituent le premier point de contact pour les entreprises intéressées à exporter. Situés dans les bureaux régionaux de ISTC, les Centres relèvent de la direction fonctionnelle des Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC). Ils offrent une gamme complète de services commerciaux. Ainsi, ils aident les entreprises à déterminer si elles sont prêtes ou non à exporter, et à effectuer des études de marché. Ils appuient les mesures de sensibilisation aux exportations comme les conférences et les ateliers et assurent l'accès à une série de programmes gouvernementaux de promotion des exportations. Les Centres font partie d'un réseau étendu de délégués commerciaux qui se trouvent partout au Canada, dans des services géographiques et sectoriels à Ottawa, et dans plus de 110 bureaux à l'étranger.

Le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) qui vise à accroître les exportations en partageant le coût des efforts de développement des marchés d'exportation lancés par l'industrie est sans doute l'un des plus importants programmes liés à l'exportation (tableau 3.3). AECEC parraine cependant plusieurs autres programmes qui visent à familiariser les entreprises canadiennes avec les mécanismes d'exportation sur divers marchés américains et étrangers. On trouvera plus de détails sur ces programmes à l'annexe B.

Le financement des exportations : Le gouvernement fédéral a plusieurs façons d'aider les exportateurs à financer leurs activités. La Société pour l'expansion des exportations (SEE) est une société d'État fédérale qui offre aux exportateurs canadiens et aux acheteurs étrangers une large gamme de garanties d'assurance et de services de financement dans le but de faciliter les exportations canadiennes. La SEE offre :

- de l'assurance contre le non-paiement par des acheteurs étrangers;
- des garanties aux banques ou aux autres institutions financières qui offrent de financer des exportations canadiennes;
- huit modes de financement des exportations avec taux d'intérêt fixes et variables aux acheteurs étrangers de biens et de services canadiens.

En 1988, la SEE a financé 1 922 transactions pour une valeur de 5,5 milliards de dollars. Il convient d'ajouter que les PME constituent 81 pour 100 de sa clientèle.

Le programme de financement des comptes clients à l'exportation de la Banque fédérale de développement offre aux PME de financer leurs comptes clients à l'exportation. La BFD fournit ainsi une garantie complète aux institutions financières qui accordent une marge de crédit aux entreprises approuvées dans le cadre du programme. Cette marge de crédit-garantie peut couvrir de 60 à 90 pour 100 de la valeur des comptes clients à l'exportation utilisés comme nantissement. Normalement d'un an, cette garantie est renouvelable.

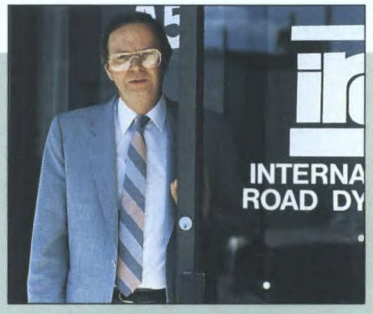
Marchés d'exportation publics : Plusieurs organismes fédéraux passent des marchés d'exportation avec des entreprises canadiennes. La Corporation commerciale canadienne (CCC) a été créée pour agir comme organisme contractant lorsque des gouvernements étrangers et des organismes internationaux veulent acheter des biens ou des services du Canada en vertu de marchés inter-États. La CCC s'assure que le fournisseur canadien est financièrement et techniquement capable de respecter le cahier des charges, les modalités contractuelles et les garanties de fournisseur.

Jusqu'à maintenant, les ventes de la CCC ont couvert un large éventail d'exportations canadiennes, allant des articles commerciaux et de défense

Tableau 3.3 Activités lancées par l'industrie et le PDME, 1988 - 1989

Province	Petites entreprises*	Grandes entreprises*	Total
T.-N.	29	9	38
N.-É.	73	12	85
Î.-P.-É.	23	2	25
N.-B.	42	13	55
Québec	322	164	486
Ontario	555	210	765
Manitoba	60	17	77
Sask.	84	10	94
Alberta	254	65	319
C.-B.	303	40	343
Total	**1745**	**542**	**2287**

Source : Affaires extérieures et Commerce international Canada.
* Petites entreprises : ventes annuelles de moins de 5 M$.



International Road Dynamics Inc.

International Road Dynamics de Saskatoon (Saskatchewan), a inventé un système qui permet de peser les véhicules pendant qu'ils roulent à vitesse normale. Les camionneurs ne sont donc plus obligés de perdre du temps pour s'arrêter aux postes de pesée ce qui permet aux gouvernements de faire des économies sur les coûts de surveillance des poids lourds. Le système peut aussi trier à l'avance les camions surchargés avant leur arrivée à un poste de pesée et comporte également d'autres dispositifs : système de contrôle de la circulation, identification automatisée des véhicules et détecteur de charge excessive ou de mauvaise voie. Mis au point au Canada, leur système de pesée donne un excellent rendement quelles que soient les conditions climatiques. Grâce à ses efforts de R-D, un groupe d'ingénieurs dévoués dirige la société vers de nouveaux produits, de nouvelles technologies et de nouveaux débouchés. International Road Dynamics Inc. compte parmi ses clients des administrations publiques et des entreprises privées, et a déjà installé ses systèmes au Canada, aux États-Unis, en Chine et en Égypte. Très compétitive sur le marché international, elle détient la totalité du marché canadien pour ce genre de système et environ 45 pour 100 du marché mondial. Cette entreprise emploie 30 personnes et ses recettes annuelles atteignent près de 2 millions de dollars.

nationale de quelques milliers de dollars à des équipements et systèmes de haute technologie de plus de 50 millions de dollars. À date, la CCC a conclu pour plus de 15 milliards de dollars de marchés d'exportation de biens et de services pour le compte de milliers d'entreprises canadiennes.

L'Agence canadienne de développement international (ACDI) est chargée d'administrer environ 75 pour 100 de l'aide publique au développement du Canada. Au moins la moitié de l'aide bilatérale accordée par l'ACDI est liée à l'acquisition, à des prix compétitifs, de biens et de services provenant du Canada, produits en grande partie par des petites entreprises. L'ACDI peut acheter les biens et les services en question pour des projets précis ou en vertu de marges de crédit générales ou sectorielles accordées aux pays destinataires. Le Programme de coopération industrielle de l'ACDI vise à stimuler la présence du secteur privé canadien dans les pays en développement en appuyant les liens commerciaux à long terme tels que les entreprises en participation et les ententes concernant les licences de fabrication. Le Programme aide en outre les sociétés canadiennes désireuses d'entreprendre des études de définition de projet.

Enfin, le Réseau mondial d'information sur les exportations (WIN Exports) est un système informatisé d'information conçu pour aider les délégués commerciaux canadiens à l'étranger à faire le lien entre les besoins étrangers et les capacités canadiennes. En tant que système d'information sur les fournisseurs, WIN Exports fournit à ses usagers des renseignements précis et à jour sur les capacités, l'expérience et les intérêts de plus de 22 000 exportateurs canadiens. Les petites entreprises intéressées à exporter peuvent se renseigner à leur centre du commerce international le plus près sur la façon d'inscrire leurs produits dans ce système.

RÉSUMÉ

Le gouvernement fédéral a adopté une stratégie globale à l'égard des besoins des petites entreprises. En coordonnant les activités de divers ministères et en livrant des programmes et des services par l'intermédiaire des bureaux régionaux d'ISTC, il a pris des mesures pour que les entrepreneurs du Canada bénéficient d'une aide rapide et pertinente. Les entreprises peuvent ainsi profiter à fond d'un vaste éventail de programmes d'aide à n'importe quel moment de leur évolution, depuis leur création jusqu'à leur maturité.

NOTES

[5] Sondage effectué auprès de 1 000 petites entreprises par Decima Research pour la Banque fédérale de développement, 1986.

[6] La Chambre de Commerce du Canada, *OBJECTIF 2000 : Rapport du Groupe de travail sur l'accès au capital de risque* (Ottawa, août 1988).

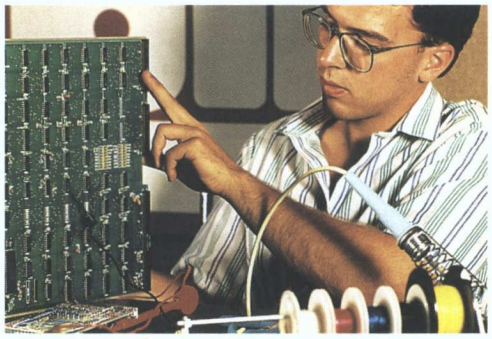
[7] La Chambre de Commerce du Canada, *OBJECTIF 2000 : Rapport du Groupe de travail sur la technologie et l'entreprise canadienne* (Ottawa, août 1988), p. 7.

[8] Albert Link et Gregory Tassey, *Strategies for Technology-Based Competition* (Lexington, Mass. : D.C. Heath, 1987).

[9] Les statistiques d'ASC sont basées sur la définition des petites entreprises selon ISTC : moins de 100 employés dans le secteur de la fabrication et moins de 50 dans les autres secteurs.

CHAPITRE 4

LES QUESTIONS D'ACTUALITÉ ET LES DÉFIS DE L'AVENIR



UN ENVIRONNEMENT EN MUTATION

Les petites entreprises modernes font face à des défis sans précédent qui recèlent toutefois d'innombrables possibilités. Pour relever les défis et profiter de ces possibilités , les entrepreneurs du Canada doivent adopter de nouvelles façons de penser afin de tirer parti des forces motrices de l'évolution économique.

TENDANCES ACTUELLES

L'économie canadienne a été considérablement transformée au cours de ces derniers vingt ans. Les changements suivants ont eu une incidence particulièrement importante sur les petites entreprises :

- Les femmes sont arrivées en force sur le marché du travail, avec des compétences et des perspectives nouvelles. Plus elles créent d'entreprises, plus elles remettent en question les postulats traditionnels tout en insufflant une vie nouvelle à l'économie du pays.
- L'évolution démographique a provoqué, au cours des années 50, une explosion des naissances qui, dans les années 70, a été suivie d'un effondrement de la natalité. Ces phénomènes ont affecté le marché du travail actuel, les niveaux de chômage et la disponibilité de main-d'œuvre spécialisée.
- L'importance du secteur des services dans l'économie canadienne continue de croître. Les services représentent maintenant plus des deux tiers de l'activité économique du pays, même si la moitié d'entre eux sont liés à la production.
- Avec l'émergence de cette nouvelle économie de l'information, la capacité d'accumuler, de transformer et d'appliquer les connaissances est devenue un facteur déterminant pour la réussite des entreprises. La connaissance est aujourd'hui beaucoup plus que le simple pouvoir, elle est devenue l'assise même de l'activité économique.

Virtual Prototypes Inc.

Eugene Joseph était le propriétaire unique de Virtual Prototypes Inc. de Montréal lorqu'il a inventé une nouvelle technologie pour profiter d'un créneau de marché. M. Joseph attribue cependant sa réussite à la compétence exceptionnelle de son équipe. Le système Virtual prototyping (VAPS) sert à concevoir des logiciels pour les systèmes complexes de commandes et d'affichage utilisés dans les postes de pilotage d'avion, les tableaux de bord d'automobile et les postes de travail. Au lieu de passer des heures à programmer une fonction, l'usager peut simplement en choisir une en traçant un schéma ou en faisant ce choix à l'aide d'un menu. Le système VAPS, dont le développement s'est terminé en 1987, n'a aucun concurrent. Après avoir atteint presque 1,5 million de dollars en 1987, les ventes, dont 90 pour 100 ont été faites à l'étranger, sont passées à 3 millions en juillet 1988. Le développement a été rendu possible au début par des contrats des ministères de la Défense nationale et des Transports, et grâce au financement de l'Agence québécoise de valorisation industrielle de la recherche (AQVIR), société de capital-risque du gouvernement du Québec.

- Suite à l'émergence de cette économie de l'information, les progrès spectaculaires des technologies de l'informatique et des télécommunications ont amélioré l'efficacité des bureaux et la capacité des entreprises. Les économies d'échelle ne représentant plus un avantage décisif, les petites entreprises peuvent être plus facilement compétitives.

De tels changements ont stimulé l'esprit d'entreprise au Canada. De nouvelles entreprises font leur apparition à un rythme sans précédent et parviennent de plus en plus nombreuses à franchir le cap des premières années critiques, pour devenir des entreprises bien établies. Les petites entreprises constituent maintenant une force dynamique dans presque tous les secteurs de l'économie canadienne. Elles contribuent à l'innovation, créent des emplois et rehaussent la compétitivité globale du Canada.

TROIS DÉFIS

Pour continuer à croître et à prospérer au sein d'une évolution si rapide, les entrepreneurs canadiens doivent relever des défis majeurs. Trois d'entre eux méritent une attention particulière : la mondialisation, la technologie et les ressources humaines. Ce chapitre les examine et propose aux petites entreprises des moyens efficaces pour les vaincre.

LA MONDIALISATION

COMMERCE INTERNATIONAL

Les petites entreprises évoluent aujourd'hui dans une économie mondialisée. La technologie a supprimé les distances et éliminé certains des obstacles au commerce. Depuis la Seconde Guerre mondiale, les membres du GATT ont réussi, au moyen de négociations commerciales multilatérales, à éliminer des barrières tarifaires faisant obstacle au commerce international. Des accords commerciaux bilatéraux comme l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis et l'apparition de nouveaux marchés unifiés comme la Communauté économique européenne sont venus consolider efforts.

En conséquence, on a aussi assisté à l'émergence de multinationales poursuivant une stratégie commerciale mondialisée et à l'expansion rapide des échanges commerciaux internationaux qui ont atteint, en 1988, le chiffre astronomique de 3 billions de dollars canadiens. De fait, depuis les années 60, le commerce des marchandises a augmenté régulièrement et plus rapidement que la production mondiale. Entre 1980 et 1988, les exportations de marchandises ont augmenté de 3,5 pour 100 par année (4,5 pour 100 dans le cas des produits manufacturés), en comparaison d'une augmentation moyenne de 2,5 pour 100 de la production mondiale.

Au cours des quinze dernières années, le commerce mondial des services a aussi connu une augmentation spectaculaire, particulièrement frappante dans les secteurs du tourisme, du transport, des services financiers et des autres services commerciaux. Les services constituent maintenant presque 30 pour 100 du total des échanges mondiaux, par rapport à 23,7 pour 100 en 1976. La valeur des échanges mondiaux des services a dépassé le billion de dollars canadiens en 1988.

L'accélération de la croissance des échanges financiers internationaux est une autre preuve de l'expansion du phénomène de la mondialisation. La valeur des échanges financiers mondiaux excède maintenant plus de 20 fois celle des échanges commerciaux.

ÉVOLUTION DU RÔLE DE L'INVESTISSEMENT

Le rôle de l'investissement dans l'économie internationale a grandement évolué ces dernières années. Au cours des années 60 et 70, l'investissement était vu comme un substitut au commerce. Les sociétés qui se voyaient interdire un marché désirable par des mesures protectionnistes allaient y investir afin d'y avoir accès. Toutefois, au cours des années 80, l'investissement international est devenu l'un des catalyseurs du commerce international. Les pressions de la concurrence mondiale incitent les sociétés à profiter au mieux de leur situation géographique pour améliorer leurs activités internationales.

Dans cette nouvelle économie mondialisée, l'investissement ne se cantonne plus exclusivement aux aspects traditionnels comme les immobilisations, l'infrastructure et l'équipement. Il comprend maintenant un mélange complexe de R-D dynamique, de technologies novatrices, de connaissances techniques, de procédés de production perfectionnés et de compétences en gestion.

Grandes ou petites, les entreprises utilisent l'investissement comme moyen d'élargir leur capacité technologique, d'améliorer leur accès aux débouchés, de contenir les coûts de la R-D avancée et de réduire le risque global. Elles investissent en adhérant à divers mécanismes de coopération industrielle internationale : partenariats entre sociétés pour des entreprises en participation, coproduction et commercialisation en partenariat, consortiums de R-D, alliances stratégiques et licences de fabrication.

PARTENARIAT

Les entreprises en participation, les alliances stratégiques ou les consortiums sont des moyens efficaces d'accéder à la technologie, de se lancer dans la R-D, de trouver du soutien financier, d'acquérir des compétences en commercialisation, ou de pénétrer rapidement de nouveaux marchés. Ces partenariats ne se limitent pas aux grandes sociétés. Un nombre croissant de petites entreprises canadiennes ont recours à ces méthodes pour améliorer leur compétitivité.

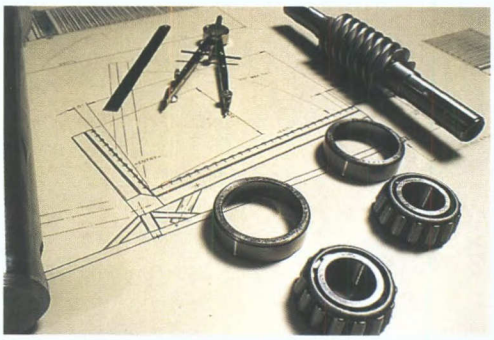
Les partenariats internationaux présentent certains risques, mais offrent aussi des avantages considérables. Ils permettent à la petite entreprise canadienne de comparer ses stratégies à celles de sociétés déjà actives sur les marchés internationaux et de se brancher à un réseau international. Ces partenariats peuvent aussi aider la société intéressée à obtenir plus d'information, à suivre l'évolution de la technologie et à tirer parti des occasions.

La concurrence mondialisée ne peut que s'amplifier. Les négociations actuelles de l'Uruguay Round en vertu du GATT déboucheront en 1991 sur d'autres réductions de tarifs et d'autres formes de protection. Un énorme marché européen unifié fera son apparition en 1992. Les changements spectaculaires qui s'effectuent dans le bloc soviétique modifieront ses relations avec l'économie mondiale, et les pays de la Ceinture du Pacifique représentent déjà un des marchés les plus dynamiques du monde.

Face à cette évolution, le ministère des Affaires extérieures a élaboré une stratégie de mondialisation conçue pour aider les entreprises canadiennes à pénétrer les marchés étrangers. Il offre des programmes destinés à aider les entreprises canadiennes à tirer parti de l'Accord de libre-échange conclu avec les États-Unis. Des initiatives connues sous le nom d'Europe 1992 et Ceinture du Pacifique 2000 aident les entreprises canadiennes à profiter des débouchés que commencent à offrir ces marchés.

Cette évolution offre des possibilités excitantes de croissance et de bénéfices aux petites entreprises canadiennes qui ne sont plus confinées à un marché intérieur relativement restreint. En accordant la priorité aux exportations, le secteur de la petite entreprise peut recueillir d'énormes bénéfices sur les vastes marchés du monde entier.

LA TECHNOLOGIE



Pour exporter avec succès, il faut être compétitif à l'échelle internationale. Dans l'économie d'aujourd'hui, la technologie est un facteur déterminant de la compétitivité, mais sa complexité pose à chaque petite entreprise un défi individuel.

La technologie permet aux entreprises de se placer sur un terrain concurrentiel tout à fait nouveau, celui d'une qualité supérieure, d'une conception fonctionnelle et de l'opportunité. La technologie n'est plus uniquement confinée aux laboratoires spécialisés ou aux industries de « haute technologie »; elle est devenue vitale tant pour les industries bien établies que pour celles du secteur primaire et est aujourd'hui indispensable à la compétitivité.

La technologie peut contribuer à étendre les réseaux d'approvisionnements des entreprises et leur permettre d'utiliser de nouvelles techniques comme celle de la livraison juste à temps. Elle fournit aux entreprises de puissantes sources d'information tant au sujet de leurs marchés qu' au sujet de leur concurrence et sera d'une efficacité sans précédent si elle est appliquée à la promotion et à la vente des produits. Les technologies de pointe améliorent en fait toutes les facettes du monde des affaires d'aujourd'hui.

La technologie d'aujourd'hui ne connaît aucune frontière. Les découvertes effectuées dans une région du monde donnent rapidement naissance à un produit quelque part ailleurs et les solutions techniques novatrices retiennent l'attention internationale dès qu'elles sont annoncées. Les entreprises doivent alors faire place à l'innovation si elles ne veulent pas risquer de se faire dépasser par leurs concurrentes qui s'y mettront avant elles.

TENDANCES ACTUELLES DE LA TECHNOLOGIE

En évoluant à une vitesse vertigineuse, la technologie impose des défis importants aux petites entreprises canadiennes :

- Plus la technologie est complexe, plus la R-D coûte cher. Pour pénétrer les grands marchés mondialisés, il faut, au départ, investir des capitaux considérables. Dans un contexte très instable et compétitif, une société risque davantage aujourd'hui de voir ses produits dépassés par ceux de la concurrence. Les petites entreprises peuvent ne pas avoir les ressources nécessaires pour jouer efficacement à ce niveau. Même en disposant le ressources, elles peuvent ne pouvoir développer qu'une seule me de produits et se voir ainsi obligées de miser sur la réussite d'un produit.
- n temps où l'on pouvait surveiller la concurrence au Canada sans cuper du reste du monde. Tout évoluait si lentement qu'on ours le temps de s'ajuster. De nos jours, même les plus petites doivent suivre l'innovation à l'échelle mondiale. Plus autrement, elles n'ont malheureusement ni le temps ni les écessaires pour dépouiller toutes les publications assister à toutes les expositions commerciales et utiliser es de données.
- rie à forte concentration technologique, les entreprises lientèle de près afin d'identifier ses besoins et ses attentes. plique bien plus encore dans une économie mondiale ntèle se trouve à quelques milliers de kilomètres.

- L'accélération de l'évolution technologique a raccourci le cycle de vie des produits. Avec l'évolution rapide de la technologie et l'intensification de la concurrence mondiale, le cycle de vie d'un nouveau produit s'est grandement raccourci. De nouvelles versions, améliorées ou meilleur marché, peuvent rapidement rendre l'original désuet, ce qui réduit de plus en plus le temps nécessaire à la récupération de l'investissement de départ dans une technologie donnée.
- Les grands organismes disposent la plupart du temps des ressources nécessaires pour financer l'acquisition et l'implantation de technologies nouvelles, même lorsqu'ils ne les développent pas eux-mêmes, ce qui est rarement le cas pour les petites entreprises.

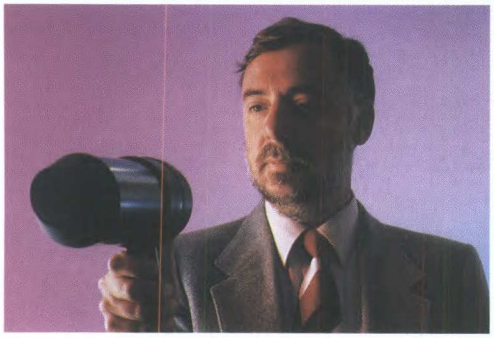
COLLABORATION ENTRE LE MONDE DES AFFAIRES ET LES UNIVERSITÉS

Les défis sont de taille, mais les petites entreprises canadiennes ont accès à de nombreuses sources d'aide. Le monde universitaire est parmi les plus importantes. Les exemples de collaboration entre le secteur des affaires et celui des universités ne manquent pas au Canada. L'Institut canadien de recherche sur les pâtes et papiers - Paprican - qui réunit les sociétés productrices de pâtes et papiers et l'Université McGill est parmi les premiers puisque sa fondation remonte aux années 20. L'Association pour la recherche préconcurrentielle, PRECARN, est une des plus récentes associations de ce genre. Elle regroupe plus de 20 entreprises et universités qui s'intéressent à l'intelligence artificielle et à la robotique.

L'Université de Calgary exploite un incubateur de petites entreprises de technologie. L'Université McGill a créé un centre de l'entrepreneurship et l'Université McMaster a participé à la création de l'Institut de gestion de la technologie.

Kadem Technology Inc.

Bien avant ses concurrents Glenn Dennis de Windsor, en Ontario, s'est rendu compte que la conception et la fabrication assistées par ordinateur, la CFAO, allait révolutionner l'industrie de la conception et du développement des produits. Après une planification minutieuse, il a lancé Kadem Technology Inc. pour profiter de ces nouvelles technologies. Il a dû à cette fin établir un plan de commercialisation détaillé qui prévoyait la mise sur pied d'un bureau de vente aux États-Unis, la construction d'une nouvelle usine à Windsor et la formation permanente des préposés à la CFAO. Le tout a été financé par son argent personnel, des fonds de la société et l'argent des membres de sa famille et de ses amis. Kadem est passée de la conception des produits à la fabrication et à l'usinage de moules, et de 6 employés en 1983 à 56 en 1989. Les ventes annuelles atteignent maintenant 5 millions de dollars. Le président de Kadem s'est aussi efforcé de constituer une équipe de gestionnaires dévoués en offrant des actions de la société aux principaux employés et en leur déléguant la responsabilité des services. Kadem est aujourd'hui un des principaux fournisseurs canadiens de produits et de services industriels dans le monde de l'automobile.



LE CONSEIL NATIONAL DE RECHERCHES DU CANADA

Il existe bien d'autres fournisseurs de compétences et d'aide technologiques. Par exemple le Conseil national de recherches du Canada (CNRC) exploite avec succès le PARI. Par l'intermédiaire de ce programme les entreprises peuvent obtenir de l'aide afin de payer les salaires portant sur des projets de R-D. Le PARI peut les aider à trouver et à accéder à la technologie dont elles ont besoin. Le CNRC administre de plus l'Institut canadien de l'information scientifique et technique (ICIST). Cette bibliothèque de publications scientifiques et techniques constitue l'une des plus importantes bases de données du genre en Amérique du Nord.

PROGRAMME DES TECHNOLOGIES STRATÉGIQUES

Ce Programme est conçu pour renforcer la capacité de l'industrie à développer et à utiliser des technologies importantes pour assurer la compétitivité canadienne dans trois domaines stratégiques : la biotechnologie, les matériaux industriels de pointe et la technologie de l'information. Ce qui intéresse particulièrement les PME, c'est l'appui que le programme accorde aux alliances entre les sociétés, les universités et des partenaires étrangers pour effectuer la R-D préconcurrentielle sur des projets d'application de technologies de pointe.

PROGRAMME D'APPLICATION DES TECHNOLOGIES DE POINTE DANS LE SECTEUR MANUFACTURIER (PATPSM)

Le PATPSM est conçu pour améliorer la compétitivité internationale de l'industrie canadienne en préconisant l'utilisation plus efficace des technologies de pointe dans le secteur manufacturier. Livré par l'entremise des bureaux régionaux d'ISTC, le Programme offre aux entreprises de les aider financièrement à évaluer la possibilité de moderniser leurs procédés de fabrication. L'annexe B contient plus de détails sur ce programme et sur d'autres mesures axées sur la technologie.

En outre, il y a prolifération de bases de données nationales et internationales traitant de technologie, de capital-risque et d'information économique. Le progrès implacable de la technologie des télécommunications met aujourd'hui toute cette information, à portée de téléphone, à un coût très raisonnable.

LE PARTENARIAT, SOURCE DE TECHNOLOGIE

Les petites entreprises ont à leur disposition une autre source de technologie par le truchement du partenariat entre les grandes sociétés bien établies et les entreprises émergentes, ou encore entre des petites entreprises canadiennes et des partenaires internationaux. Les grandes sociétés peuvent fournir aux petites entreprises des capitaux, de l'expertise et de la technologie ainsi qu'un débouché pour leurs produits et leurs services. Ce genre de relation peut aider les petites entreprises à venir à bout des pressions causées par le raccourcissement du cycle de vie des produits en leur permettant de démarrer plus rapidement tout en conservant souplesse et indépendance.

NOUVELLES STRATÉGIES D'AFFAIRES

La mondialisation force les entreprises à aborder la question des débouchés et des concurrents internationaux beaucoup plus tôt dans le processus de développement des produits et des affaires. Habituellement, les petites entreprises s'assuraient un créneau solide sur un marché local avant de s'aventurer à l'extérieur. Elles pouvaient ainsi atteindre une taille raisonnable et acquérir une expérience donnée avant d'essayer de faire concurrence à de plus grosses entreprises sur un marché plus vaste.

Cette stratégie n'est peut-être plus viable. Les entreprises peuvent de moins en moins s'offrir le luxe de se concentrer sur le marché intérieur pour asseoir leur croissance à long terme. Celui-ci n'assure plus la sécurité de l'isolement, car le marché mondial est effectivement à nos portes. Ainsi, dès leur lancement, les petites entreprises risquent de faire face à la concurrence de grandes entreprises en pleine ativité sur les marchés internationaux.

Une stratégie purement défensive peut ne pas suffire à assurer la survie d'une entreprise. Plusieurs sociétés découvrent que le seul moyen de protéger un marché intérieur est d'attaquer leurs concurrents étrangers sur leur propre territoire. Pour un nombre toujours croissant de petites entreprises canadiennes, la question n'est plus de savoir s'il faut ou non exporter mais plutôt de déterminer à quel rythme elles doivent s'équiper pour réussir sur les marchés étrangers.

LE DÉFI DES EXPORTATIONS

Dans cette économie internationale si compétitive, l'exportation est devenue un véritable défi pour la petite entreprise. Les possibilités sont nombreuses, comme le sont aussi les problèmes et les risques :

- Bon nombre de petites entreprises n'ont ni le temps ni les ressources nécessaires pour faire des études de marché à l'étranger. Elles ne comprennent pas toujours quels sont les meilleurs marchés pour leurs produits ou ne savent pas comment les y positionner.
- Les petites entreprises peuvent avoir de la difficulté à acquérir ou à conserver des compétences en gestion et en commercialisation internationales.
- Même si une entreprise trouve un acheteur pour son produit, elle court à un échec si elle est incapable de l'expédier. Car l'exportation exige la connaissance des nombreuses procédures administratives et douanières, peut-être même des canaux de distribution, et sûrement des méthodes de perception des paiements. Dans certains cas, le paiement peut se faire sous forme de commerce de contrepartie, ce qui complique plus encore le défi.
- La langue peut s'avérer un obstacle majeur quels que soient les débouchés. En effet, il est difficile de négocier et de conclure un marché ou de faire affaire régulièrement dans un pays dont on ne connaît ni la langue, ni la culture et encore moins les pratiques commerciales.

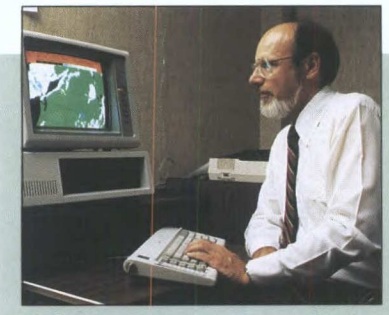
Les grandes sociétés font elles aussi face à plusieurs de ces défis mais ignorent les difficultés que connaissent les petites entreprises qui, le plus souvent, sont à court de ressources et de renseignements pertinents. Dans l'économie mondialisée d'aujourd'hui, très peu d'entrepreneurs peuvent se permettre de négliger l'exportation. Beaucoup de petites entreprises canadiennes exportent déjà et profitent de l'aide mise à leur disposition. Ainsi, Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) offre à la petite entreprise toute une gamme de services et de programmes d'aide à l'exportation. Les annexes ci-jointes donnent plus de détails sur les programmes en question.

MAISONS DE COMMERCE

Le Canada dispose également d'un réseau national de maisons de commerce qui aident les entrepreneurs à trouver des acheteurs étrangers de biens et de services canadiens. Le Conseil canadien des maisons de commerce assure la liaison entre quelque 300 entreprises qui aident activement les sociétés canadiennes à vendre et à exporter leurs produits. Ces organismes sont particulièrement utiles aux petites entreprises qui se destinent à l'exportation.

MULTICULTURALISME

Dans une société multiculturelle comme l'est le Canada, on trouve facilement des gens qui parlent n'importe quelle langue et, nombreux sont les Canadiens qui ont une excellente connaissance des us et coutumes des pays étrangers. Les petites compagnies à la recherche de compétences linguistiques ou culturelles spécifiques consulteront le *Répertoire des associations d'affaires ethniques et organismes commerciaux bilatéraux* récemment publié par le Secrétariat au multiculturalisme du Secrétariat d'État.



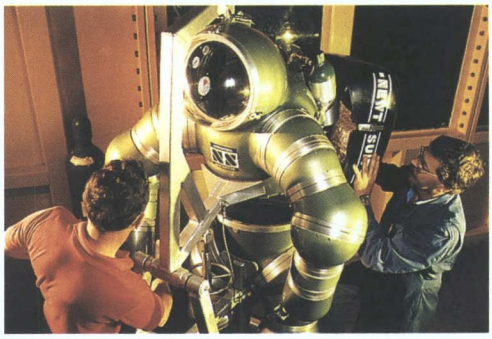
Pelorus Navigation Systems Inc.

Ed Fitzhenry cherche avant tout à élaborer et à exploiter des occasions de conception, de fabrication et d'installation de systèmes novateurs de navigation et de météorologie. En 1982, il a mis fin à une carrière couronnée de succès dans l'industrie de l'énergie et a hypothéqué ses biens personnels pour fonder Pelorus, qui au début ne distribuait qu'un seul système de navigation aérienne. Cette société de Calgary conçoit et fabrique une large gamme de systèmes d'avionique avec de nouveaux projets toujours en préparation. Elle vise un marché précis qui offre un fort potentiel de croissance, celui de 14 000 aéroports à travers le monde qui n'ont pas encore d'équipement de navigation adéquat. Pelorus, avec 28 employés, est la seule société canadienne et l'une des rares au monde à satisfaire ce marché. Ses ventes annuelles ont atteint 3 millions de dollars. Avec des bureaux à Calgary, à Toronto, à Halifax, à Tucson et à Dublin, elle se livre à une vigoureuse campagne de commercialisation internationale en Chine, dans les pays de la Ceinture du Pacifique, en Europe et aux États-Unis. Pour Pelorus, l'année 1989 est celle d'une réussite spectaculaire, avec un projet en participation aux États-Unis et de nouveaux contrats importants en Europe et dans le Sud-Est asiatique.

ADAPTATION AU CHANGEMENT

La gamme des produits offerts aux consommateurs change rapidement par suite de la brièveté du cycle de vie des produits et de la vitesse à laquelle les exportateurs internationaux peuvent envahir un marché. Les consommateurs exigent de plus en plus de produits partiellement faits sur mesure au lieu de produits standards. Les sociétés doivent donc pouvoir réagir rapidement à leurs demandes en se spécialisant davantage dans des créneaux particuliers.

Les petites entreprises peuvent prétendre à la réussite si elles sont très compétentes dans un domaine particulier plutôt que de s'attaquer à des marchés trop vastes. La même technologie qui semble poser un tel défi peut aussi devenir le levier qui leur permettra de faire concurrence aux grandes entreprises. Leur taille réduite leur donne plus de souplesse, l'automatisation réduit l'importance des économies d'échelle et la technologie peut leur ouvrir des créneaux dans des domaines que ne desservent pas les grandes entreprises.



TROUVER UN CRÉNEAU

Nombreux sont les exemples de réussite d'entreprises canadiennes qui ont pu définir et occuper un créneau particulier. Ce genre d'opération les oblige souvent à exporter afin de mieux exploiter une gamme de produits hautement spécialisés. Les petites entreprises qui veulent s'installer sur les marchés mondiaux devront à cette fin être très motivées et offrir des produits supérieurs dans des domaines négligés par les grandes entreprises.

LES RESSOURCES HUMAINES

Les entrepreneurs ont besoin de ressources humaines pour réaliser leur objectif. Dans l'économie d'aujourd'hui où priment les connaissances, la compétence est l'une des plus précieuses ressources. Beaucoup d'entreprises échouent parce qu'elles n'ont pu attirer et conserver les compétences appropriées dont elles avaient besoin. De graves pénuries de ressources spécialisées affectent déjà certains secteurs de l'économie et si les sociétés canadiennes ne peuvent recruter les travailleurs qualifiés dont elles ont besoin, elles ne pourront pas davantage pénétrer de nouveaux marchés ou conserver ceux qu'elles occupent déjà.

TENDANCES DÉMOGRAPHIQUES

Selon les projections actuelles, les entreprises canadiennes devront accorder plus d'attention à leurs ressources humaines.

- Moins de jeunes se joignent à la population active alors qu'augmente la proportion des travailleurs plus âgés.
- Les travailleurs qualifiés sont l'objet d'une concurrence internationale de plus en plus vive.
- La croissance régulière du secteur des services provoquera une plus grande demande de gestionnaires et de professionnels qualifiés dont on risque d'être à court d'ici la fin du siècle.
- Le monde des affaires se complique. Aussi les entrepreneurs, les propriétaires et les gestionnaires ont-ils besoin d'une gamme plus étendue de compétences spécialisées ne serait-ce que pour conserver le contrôle de leur entreprise. Les bonnes idées ne suffisent plus. Pour réussir, l'entrepreneur doit aussi avoir aujourd'hui des notions de planification des affaires, de comptabilité, de fiscalité, de bureautique et de gestion du personnel, sans parler de la connaissance approfondie de ses produits.

Seagull Pewterers & Silversmiths Limited

Les employés de Seagull sont l'un des rouages essentiels de l'entreprise. Les propriétaires, John Caraberis et Bonnie Bond, misent sur la gestion collégiale et sur la formation du personnel, sans toutefois sous-estimer l'importance du développement des produits et des études de marché. C'est grâce à ces efforts de formation qu'ils ont augmenté leur production de plus de 35 pour 100. L'entreprise doit une bonne partie de sa réussite à l'engagement et à la fierté de ses employés, ainsi qu'à la qualité de leur travail. En 1979, lorsqu'ils lancèrent leur entreprise, John Caraberis avait l'expérience du marketing et Bonnie Bond avait le don de concevoir des modèles artistiques et de prévoir les tendances des consommateurs. Ils ont fondé Seagull Pewterers & Silversmiths dans leur ville natale de Pugwash, en Nouvelle-Écosse, avec de l'équipement usagé et trois employés. Seagull se spécialise dans la conception d'objets en étain qui sont de véritables œuvres d'art et les écouler sur le marché des cadeaux. Après avoir passé plusieurs années à consolider la société, celle-ci est maintenant en plein essor. Les profits ont presque doublé depuis 1982, le nombre d'employés est passé de 20 à 115 et la société offre maintenant plus d'un millier de produits contemporains. En 1987, Seagull a recruté un directeur du télémarketing pour attaquer le marché lucratif des articles cadeaux d'entreprises et, en 1988, les exportations aux États-Unis ont représenté environ 70 pour 100 de ses recettes.

Ces tendances semblent indiquer qu'il y aura pénurie sous peu dans certains domaines de compétence. On estime par exemple que la moitié des emplois créés d'ici la fin du siècle exigeront 17 années de scolarité ou plus. En 1986, moins du quart des emplois au Canada exigeaient un tel niveau de scolarité.

L'IMPÉRATIF DE LA FORMATION

Pour répondre aux nouvelles demandes de compétences spécialisées, les travailleurs devront posséder une meilleure instruction avant d'entrer sur le marché du travail et auront besoin de formation continue dans de nouveaux domaines de compétence. Mais on constate que, l'industrie canadienne dispense peu de formation formelle à ses employés. Statistique Canada estime que, per capita, les entreprises canadiennes offrent deux fois moins de formation à leurs employés que ne le font les entreprises aux États-Unis.

Les programmes de formation spécialisées peuvent avoir une incidence positive considérable sur la productivité d'une entreprise. La formation renforce le moral et l'estime de soi des employés, améliore leur flexibilité, élargit leurs choix et leur permet de réaliser tout leur potentiel tout en améliorant la productivité globale de l'entreprise. C'est pourquoi les grands pays industrialisés mettent l'accent sur l'amélioration des programmes de formation comme moyen de hausser la productivité et d'assurer la compétitivité des entreprises. En vertu de son programme de Planification de l'emploi, Emploi et Immigration Canada (EIC) offre des cours de formation dans les spécialisations où il y a pénurie, et de l'aide aux entrepreneurs dans le cadre de toute une gamme de programmes. Le ministre d'Emploi et Immigration vient de lancer une nouvelle Stratégie de mise en valeur de la population active qui portera davantage sur la préparation à donner à la population active du Canada pour lui permettre de relever le défi de la prochaine décennie.

STRATÉGIE DE MISE EN VALEUR DE LA POPULATION ACTIVE

Cette stratégie vise à encourager le secteur privé à participer plus activement à la formation des travailleurs et à assurer que les programmes de formation répondent davantage aux besoins du marché du travail. La responsabilité première de la formation spécialisée des travailleurs actifs incombe aux employeurs et aux travailleurs. Le gouvernement cherche à encourager les employeurs à s'engager dans la voie de l'excellence professionnelle en offrant des programmes qui favorisent et renforcent la formation dans le secteur privé et, par le fait même, la compétitivité des entreprises canadiennes.

Au Canada, la planification des ressources humaines devrait être un volet commun à la culture de l'emploi dans tous les secteurs. EIC offrira à cette fin des budgets et des compétences techniques accrues qui serviront à :

- organiser des réseaux d'organismes (associations industrielles, syndicats et établissements de formation) qui s'intéressent aux questions relevant des ressources humaines;
- fournir de l'aide financière et technique pour analyser les problèmes de ressources humaines auxquels font face les secteurs, les industries et les entreprises, et en particulier les petites entreprises;
- aider à l'élaboration et à l'implantation de programmes d'équité en matière d'emploi pour satisfaire aux exigences du Programme de contrats fédéraux et de la Loi sur l'équité en matière d'emploi;
- fournir les capitaux de départ nécessaires à certaines initiatives particulières issues de ces plans.

QUELQUES INITIATIVES RÉCENTES

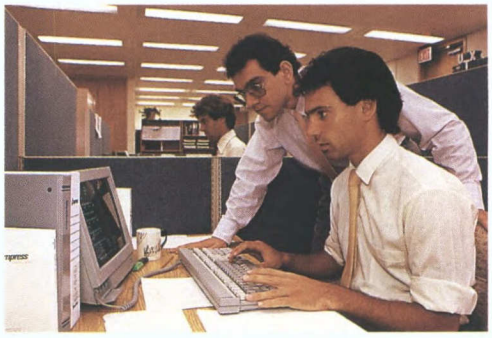
Certaines sociétés canadiennes collaborent déjà étroitement avec des collèges communautaires, des universités et même des écoles secondaires tant pour exercer leur influence sur l'élaboration de programmes d'études que pour lancer de nouveaux programmes de formation. Des représentants du monde des affaires conseillent les autorités scolaires au sujet des futurs besoins de la main-d'oeuvre afin de s'assurer que les travailleurs posséderont dans l'avenir une formation plus appropriée. Les établissements d'enseignement consultent de plus en plus le monde des affaires dans le but d'y trouver des façons d'améliorer l'expérience des étudiants par la formation en cours d'emploi, l'apprentissage et les programmes coopératifs entre les universités et l'industrie.

Un nombre important de grandes entreprises bien établies ont en outre mis au point des programmes très poussés de formation interne. Du fait de leur taille, elles possèdent les ressources nécessaires à cette fin. Pour la grande majorité des petites et des nouvelles entreprises, la formation interne et le recyclage technique permanent de leurs effectifs demeurent cependant difficiles. Toutefois, les petites entreprises ont elles aussi besoin d'actualiser les connaissances techniques de leurs employés si elles veulent s'initier aux nouvelles technologies et pouvoir les maîtriser. Dans le milieu compétitif d'aujourd'hui, et quelle que soit la taille de l'entreprise, rien ne peut remplacer le perfectionnement continu des ressources humaines.

Les ressources humaines peuvent, en fait, devenir une source d'avantages concurrentiels pour les très petites entreprises qui n'ont guère d'autres moyens d'être compétitives. Sans avoir, par exemple, les laboratoires et les antécédents de R-D de ses grandes concurrentes, une petite entreprise peut quand même entrer dans la course grâce à l'excellence de son service ou à sa capacité de répondre avec souplesse aux besoins des clients.

Dans un monde basé sur le savoir et axé sur la technologie, les aptitudes compétitives des petites entreprises dépendent de plus en plus de leur capacité d'instruire, de former et de garder leurs travailleurs. Les sociétés d'aujourd'hui exigent de leurs employés un éventail sans précédent de connaissances techniques très spécifiques en même temps qu'une grande polyvalence. Si elles réussissent à recruter et à perfectionner des ressources humaines appropriées, les petites entreprises pourront les mettre à contribution pour créer et conserver un avantage compétitif sur les marchés mondiaux.

RÉSUMÉ



Le gouvernement fédéral est conscient des grands défis que doit relever la petite entreprise à qui il fournit une aide concrète dans tous les domaines.

Les programmes canadiens d'aide à l'exportation couvrent tous les aspects de la vente à l'étranger, des études de marché au financement des exportations. Le service de délégués commerciaux est inégalable et le nouveau réseau de centres de Commerce international situé dans chaque bureau régional d'ISTC assure aux entrepreneurs de toutes les régions du Canada un accès direct et immédiat à l'aide spécifique dont ils ont besoin pour relever le défi de la mondialisation.

Le gouvernement fournit de l'aide spécialisée et individuelle en ce qui concerne l'acquisition et l'application des connaissances techniques. Que la technologie soit d'origine canadienne ou étrangère, le petit entrepreneur peut se faire aider pour trouver et utiliser la technologie de pointe qui améliorera sa compétitivité. Dans ce cas aussi, le réseau canadien des bureaux locaux d'ISTC et du CNRC garantira à toutes les entreprises canadiennes la chance de bénéficier de l'information technique la plus récente.

Enfin, comme une population active bien formée et adaptable deviendra essentielle à la compétitivité future du Canada, le gouvernement a annoncé une hausse importante des budgets de formation. En vertu de sa nouvelle Stratégie de mise en valeur de la population active, il consacrera près de 800 millions de dollars de plus par année aux programmes de formation sur le marché du travail[10]. De plus grandes ressources seront affectées aux nouveaux programmes de formation dans les secteurs de services en pleine expansion, aux projets de planification des ressources humaines au niveau des entreprises et des industries, ainsi qu'aux nouveaux programmes de formation destinés aux bénéficiaires de l'assurance-chômage. Cette mesure du gouvernement devrait inciter le secteur privé à apporter une contribution semblable, ce qui porterait le total des budgets consacrés à la formation et au perfectionnement de la population active à un niveau per capita comparable à celui des États-Unis et de nos autres partenaires commerciaux industriels.

Dans tous ces programmes et toutes ces initiatives, le gouvernement fédéral adopte une nouvelle orientation qui consiste à se rapprocher de sa clientèle. Comme les bureaux régionaux d'ISTC et les nouveaux services de développement régional constituent les principaux points de livraison des services et des programmes, le gouvernement tend à en faciliter l'accès à toutes les petites entreprises du Canada.

Le gouvernement met l'accent sur les services et l'aide qui répondent le plus aux besoins réels des petites entreprises. Il a simplifié et rationalisé ses programmes, et renforcé le réseau de ses agents chargés de les livrer dans les régions. Par sa compréhension des défis que doivent relever les petites entreprises, les mesures concrètes qu'il a prises et sa nouvelle stratégie orientée sur le service, le gouvernement est disposé et prêt à aider les petites entreprises à demeurer l'un des rouages le plus dynamique et le plus résistant de l'économie canadienne.

NOTE

[10] Emploi et Immigration Canada, *Le nouveau mode d'emploi : énoncé de politique* (Ottawa, avril 1989).

ANNEXE A

MINISTÈRES ET ORGANISMES FÉDÉRAUX AYANT DES RESPONSABILITÉS À L'ÉGARD DE LA PETITE ENTREPRISE

INDUSTRIE, SCIENCES ET TECHNOLOGIE CANADA

Administration centrale

235, rue Queen
Ottawa (Ont.)
K1A 0H5
Téléphone : (613) 995-5771
Télécopieur : (613) 954-1894

Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC) s'est vu confier un mandat très large : améliorer la compétitivité de l'industrie canadienne. Dans le secteur de la petite entreprise, le Ministère assume les responsabilités spécifiques suivantes :

- élaborer, réaliser et valoriser les objectifs d'une politique nationale propre à favoriser la compétitivité de l'industrie canadienne sur le plan international, le développement industriel, scientifique et technique, et l'amélioration de la productivité et de l'efficacité de l'industrie;
- favoriser la circulation des biens, des services et des facteurs de production au Canada;
- élaborer et réaliser les objectifs d'une politique nationale propre à favoriser l'esprit d'entreprise et la création de petites entreprises, ainsi que leur croissance et leur expansion;
- élaborer et réaliser les objectifs d'une politique nationale visant à promouvoir et à développer le tourisme;
- assurer l'élaboration, la coordination et la promotion d'objectifs et de programmes de mise en oeuvre d'une politique nationale de nature à procurer des avantages industriels par la passation de marchés de fournitures et de services par le gouvernement du Canada;
- fournir des services d'aide à la commercialisation des biens, des services et de la technologie canadiens, et en encourager la fourniture;
- favoriser les investissements dans l'industrie, les sciences et la technologie canadiennes.

BUREAU RÉGIONAUX D'ISTC - POINTS SAILLANTS

Objectifs

- Collaborer directement avec les entreprises canadiennes à la promotion du développement industriel, scientifique et technologique;
- aider les clients à saisir des occasions sur un marché international compétitif;
- offrir des services d'information commerciale, de développement technologique et industriel, et d'expansion du commerce et des marchés;
- promouvoir et gérer un portefeuille limité de programmes et de grands projets.

Compétences spéciales

- Accès à des renseignements et à des compétences dans les domaines du commerce et de la technologie;
- points d'accès à des réseaux nationaux et internationaux;
- base de connaissances des secteurs industriels;
- centres du commerce international en liaison avec les postes de l'AECIC à l'étranger;
- service à la clientèle axé sur les entreprises émergentes et en croissance.

BUREAUX RÉGIONAUX D'ISTC

Terre-Neuve

Parsons Building
90, avenue O'Leary
C.P. 8950
St. John's (T.-N.)
A1B 3R9
Tél. : (709) 772-4884

Île-du-Prince-Édouard

Mail Confederation Court
Bureau 400
134, rue Kent
C.P. 1115
Charlottetown (Î.-P.-É.)
C1A 7M8
Tél. : (902) 566-7400

Nouvelle-Écosse

1496, rue Lower Water
C.P. 940, succ. M
Halifax (N.-É.)
B3J 2V9
Tél. : (902) 426-2018

Nouveau-Brunswick

770, rue Main
C.P. 1210
Moncton (N.-B.)
E1C 8P9
Tél. : (506) 857-6400

Québec

Bureau 3800
Tour de la Bourse,
800, Place Victoria
C.P. 247
Montréal (QC)
H4Z 1E8
Tél. : (514) 283-8185

Ontario

4e étage
1, rue Front ouest
Édifice de l'Est
Toronto (Ont.)
M5J 1A4
Tél. : (416) 973-5202 (Ang.)
Tél. : (416) 973-5161 (Fr.)

Manitoba

330, avenue Portage
Bureau 608
C.P. 981
Winnipeg (Man.)
R3C 2V2
Tél. : (204) 983-6182

Saskatchewan

6e Étage
105, 21e Rue est,
Saskatoon (Sask.)
S7K 0B3
Tél. : (306) 975-4400

Alberta

Place Canada
Bureau 540
9700, avenue Jasper
Edmonton (Alb.)
T5J 4C3
Tél. : (403) 495-2944

Colombie-Britannique

900-650, rue Georgia Ouest
C.P. 11610
Vancouver (C.-B.)
V6B 5H8
Tél. : (604) 666-0434

Yukon

Bureau 301
108, rue Lambert,
Whitehorse (Yuk)
Y1A 1Z2
Tél. : (403) 668-4655

Territoires du Nord-Ouest

Precambrian Building,
Sac postal 6100
Yellowknife (T.-N-O)
X1A 2R3
Tél. : (403) 920-8568

ISTC-DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL-POINTS SAILLANTS

Ontario (administration centrale du FedNor)

Bureau 106
Queenscentre
473-477, rue Queen Est
Sault-Sainte-Marie (Ont.)
P6A 1Z5
Tél. : (sans frais) 1-800-461-6021

Québec

Bureau 3800
Tour de la Bourse
800, Place Victoria
C.P. 247
Montréal (QC)
H4Z 1E8
Tél. : (514) 283-8185

Objectifs

- Promouvoir le développement économique des régions défavorisées du Québec et de l'Ontario à revenus et croissance économique faibles ou n'ayant pas suffisamment de possibilités d'emplois productifs;
- mettre l'accent sur le développement économique à long terme et sur la création d'emplois et de revenus durables;
- concentrer les efforts sur les petites et moyennes entreprises et sur la valorisation des capacités d'entreprise.

Exemples de programmes de capitalisation à l'intention des petites et moyennes entreprises :

- Le Programme d'aide aux petites entreprises rurales du Nord de l'Ontario
- Le Programme industriel de base du Nord de l'Ontario
- Le Programme d'assurance prêts FedNor
- Le Programme de développement des entreprises dans les régions de ressources du Québec
- Le Programme de renforcement de la productivité manufacturière des régions centrales du Québec
- Le Programme de relance industrielle de l'Est de Montréal

DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE DE L'OUEST

Administration centrale

Bureau 1500, Place du Canada
9700, avenue Jasper
Edmonton (Alb.)
T5J 4H7
Téléphone : (403) 495-4164
Télécopieur : (403) 495-4557

Mandat

- Subventionner les projets qui contribuent à la diversification de l'économie de l'Ouest;
- Agir comme éclaireur pour le compte des entreprises de l'Ouest afin d'assurer qu'elles connaissent les sources de financement fédérales ou autres qui conviennent le mieux à leurs projets et qu'elles reçoivent l'aide appropriée;
- Défendre les intérêts de l'Ouest dans la prise de décisions économiques d'envergure nationale;
- Coordonner les activités fédérales qui ont des répercussions sur la croissance économique de l'Ouest.

Aide à la petite entreprise

Environ les deux tiers des projets financés par le MDEO étaient inférieurs à 100 000 $ et les fonds ont servi à aider les petites entreprises à mettre en oeuvre leur stratégie de diversification. Les petites entreprises ont de plus accès aux marchés fédéraux grâce à l'Initiative d'acquisitions de l'Ouest. En vertu de ce programme, le gouvernement fédéral achètera d'ici 1992 pour 600 millions de dollars de plus de biens et de services dans l'Ouest.

Niveaux d'aide

Entre août 1987 et mars 1989, 690 projets de petites entreprises, soit 84,4 pour 100 du total des projets approuvés, ont reçu des subventions s'élevant à 104,6 millions de dollars.

Les demandes de renseignements au sujet du MDEO peuvent être adressées à l'un des bureaux suivants:

Winnipeg

Bureau 712, Édifice Cargill
240, avenue Graham
Winnipeg (Man.)
R3C 0J7
Téléphone : (204) 983-4472

Saskatoon

Bureau 601, Édifice S.J. Cohen
119, 4e Avenue sud
C.P. 2025
Saskatoon (Sask.)
S7K 5X2
Téléphone : (306) 975-4373

Edmonton

Bureau 1500
Place du Canada
9700, Avenue Jasper
Edmonton, (Alb.)
T5J 4H7
Téléphone : (403) 495-4164

Vancouver

C.P. 49276
Tour Bentall 4
1200-1055, rue Dunsmuir
Vancouver (B.-C.)
V7X 1L3
Téléphone : (604) 666-6256

AGENCE DE PROMOTION ÉCONOMIQUE DU CANADA ATLANTIQUE

Siège social

Blue Cross Building
644, rue Main
C.P. 6051
Moncton (N.-B.)
E1C 9J8
Tél : (sans frais) 1-800-561-7862

Énoncé de mission

L'Agence de promotion économique du Canada atlantique est un partenariat stratégique conclu avec la population locale en vue de promouvoir l'esprit d'entreprise dans la région de l'Atlantique.

La stratégie de l'APECA est articulée sur les principes du partenariat, du risque partagé, de l'investissement dans l'avenir économique de la région de l'Atlantique, ainsi que sur l'importance d'une collaboration pour la promotion de la région à tous les niveaux des secteurs public et privé.

Créée en vertu d'une loi du Parlement, l'APECA est en opération depuis juin 1987. En plus de son mandat de conception et de mise en oeuvre de programmes contribuant au développement économique à long terme de la région de l'Atlantique, l'Agence a également le mandat de coordonner toutes les activités fédérales qui ont des répercussions sur la croissance économique de ce secteur.

Mandat:

Action : risque partagé avec les entrepreneurs;
Coopération : partenariat avec les provinces;
Coordination : orientation des politiques et des programmes fédéraux sur les perspectives économiques de la région de l'Atlantique;
Intervention : promotion des intérêts de la région de l'Atlantique dans les politiques et programmes d'envergure nationale.

Niveaux d'aide

Entre le 15 février et le 4 août 1989, l'APECA a reçu 12 816 demandes dont 6 016 ont été approuvées. Elle a accordé près de 600 millions de dollars de subventions et de contributions qui ont servi à lever 1,7 milliard de dollars de plus directement du secteur privé. Ces subventions ont aidé à créer 15 000 emplois et à en préserver 18 000. Elles ont aussi permis de créer plus de 800 nouvelles entreprises dont 50 pour 100 ont été lancées par de nouveaux entrepreneurs.

BANQUE FÉDÉRALE DE DÉVELOPPEMENT

Administration centrale:

800, Tour de la Bourse
Montréal (QC)
H4Z 1L4
Téléphone : (sans frais) 1-800-361-2126

Principal organisme fédéral qui répond aux nombreux besoins financiers des petites et moyennes entreprises, la BFD offre de l'aide concrète dans quatre grands domaines :

Aide financière

La BFD offre des prêts à terme pour des projets d'investissement, l'achat d'une entreprise, le refinancement et les fonds de roulement.

Par l'entremise de son programme de Financement des comptes clients à l'exportation, la BFD garantit aux institutions financières les marges de crédit accordées aux exportateurs. Cette garantie peut couvrir jusqu'à 90 pour 100 de la valeur des comptes clients à l'exportation qui servent de nantissement.

La BFD peut acheter des actions dans une entreprise ou collaborer avec des institutions financières du secteur privé pour réunir du financement par actions. Elle peut agir comme investisseur unique ou chercher à mettre à contribution des organismes de capital-risque du secteur privé. La Banque demeure actionnaire minoritaire et se départit éventuellement de ses actions.

Gestion-conseil

Le programme CASE met à contribution des gens d'affaires souvent retraités, qui ont réussi et possèdent une vaste expérience dans divers domaines. Il sont chargés de conseiller les entreprises de moins de 75 employés. La BFD offre aussi des services de préparation de demandes de financement et de planification stratégique.

Formation en gestion

En collaboration avec les ministères provinciaux et territoriaux de l'Éducation, la BFD offre des cours de 30 heures conçus pour perfectionner les connaissances en gestion et en affaires des participants. Elle offre aussi aux entrepreneurs des séminaires d'une journée et d'une demi-journée.

Par son programme Initiatives locales pour le développement d'entreprises, la Banque offre des ateliers spécialisés à des groupes composés d'environ 30 PME. Un coordonnateur de projet visite ensuite les entreprises pour discuter de leurs besoins particuliers.

Publications

Votre affaire, c'est notre affaire : série de livres de poche exposants les points essentiels au succès de la gestion d'une petite entreprise.

Assistance et information pour le développement de l'entreprise (AIDE) : service de référence complet sur les programmes d'aide fédéraux, provinciaux et territoriaux à l'intention des petites entreprises.

Guides d'autoplanification financière : aident les usagers à comprendre les principes fondamentaux des affaires et à les mettre en pratique. Y sont annexés, des feuilles de travail, des graphiques de planification, des listes de vérification et des formulaires d'états financiers.

AFFAIRES EXTÉRIEURES ET COMMERCE EXTÉRIEUR CANADA

Administration centrale

125, promenade Sussex
Ottawa (Ont.)
K1A 0G2
Téléphone : (613) 996-8713*
Télécopieur : (613) 996-8688

Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada dessert les Canadiens tant au pays qu'à l'étranger et se fait le porte-parole du Canada sur la scène internationale. Pour atteindre ses objectifs, le Ministère :

- appuie les efforts des entreprises canadiennes en matière de commercialisation par l'intermédiaire de son Service des délégués commerciaux, et améliore l'accès aux biens et aux services canadiens sur les marchés mondiaux;
- favorise les intérêts économiques, politiques, sécuritaires et autres du Canada tant sur le plan bilatéral que par l'intermédiaire d'institutions internationales;
- favorise l'investissement étranger et le tourisme au Canada et aide aussi les Canadiens à accéder aux technologies étrangères dans le but d'améliorer leur compétitivité;
- fournit de l'aide au développement et des secours d'urgence aux pays en voie de développement, en collaboration avec l'Agence canadienne de développement international (ACDI);
- gère les programmes d'immigration et de réfugiés du Canada pour le compte de la Commission de l'emploi et de l'immigration du Canada;
- aide les Canadiens qui voyagent ou vivent à l'étranger en fournissant des secours d'urgence dans les cas de détresse;
- conseille le gouvernement sur l'évolution de la conjoncture internationale et sur les répercussions internationales des politiques intérieures;
- appuie, sur la scène internationale, les intérêts de 30 ministères et organismes fédéraux ainsi que les gouvernements provinciaux;
- assure le soutien administratif aux ministères fédéraux qui ont du personnel à l'étranger : Défense nationale, Gendarmerie royale du Canada et Revenu Canada, notamment.

L'AECEC administre un certain nombre de programmes d'aide à la petite entreprise. Les plus importants sont les suivants :

- les centres de Commerce international forment un réseau de bureaux régionaux qui partagent des locaux avec les services d'ISTC. Leur rôle est de fournir des conseils, de l'information et de l'aide financière aux entreprises en vue de les aider à augmenter leurs exportations;
- le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) prend à sa charge une partie du coût des missions commerciales à l'étranger;
- le Programme d'aide aux nouveaux exportateurs vers les états frontaliers, vers les états du sud des États-Unis et sur les marchés étrangers (NEEF, NEXUS, NEXOS) exposent les sociétés canadiennes aux procédures d'exportation et aux formalités douanières dans diverses régions des États-Unis et des pays étrangers;
- le Programme d'apports technologiques identifie les occasions de transferts de technologie et fournit aux chercheurs et aux ingénieurs canadiens l'aide financière dont ils ont besoin pour maîtriser des technologies étrangères;
- le Service des délégués commerciaux est un réseau d'agents information installés partout au Canada, à Ottawa, et dans plus de 110 bureaux à l'étranger;
- le Réseau mondial d'information sur les exportations (WIN Exports) est une banque de données sur les capacités des sociétés canadiennes utilisée par les délégués commerciaux à l'étranger pour trouver des fournisseurs canadiens de biens et de services;
- des services d'information sur les marchés étrangers et les projets multilatéraux financés par des institutions internationales de développement comme la Banque mondiale, la Banque africaine ou la Banque asiatique.

* Centre de commerce international et opérations régionales.

CONSEIL NATIONAL DE RECHERCHES DU CANADA

Administration centrale

Conseil national de recherches du Canada
Ottawa (Ont.)
K1A 0R6
Téléphone : (613) 993-9101

Le Conseil national de recherches du Canada (CNRC) collabore directement avec des entreprises canadiennes de toutes tailles au développement et à l'utilisation de technologies qui ont des retombées économiques. A cette fin, le CNRC offre le Programme d'aide à la recherche industrielle (PARI), réseau national de diffusion et de transfert de technologies.

Ce réseau de technologie a aussi des mailles outre-mer. En alliant le PARI et le Programme d'apports technologiques (PAT) d'AECEC, les ambassades et les consultats du Canada à l'étranger aident les entreprises à identifier et à acquérir les technologies étrangères utiles.

La livraison des services du PARI est assurée par des conseillers en technologie industrielle du CNRC, des organismes de recherche provinciaux, des centres de technologie, l'Association des ingénieurs-conseils du Canada, l'Association canadienne de la construction et des chargés de projet du CNRC, d'autres ministères et des universités. Il ne faut pas oublier les agents de liaison avec l'industrie du CNRC, les conseillers en sciences et en technologie d'AECEC et les agents de développement de la technologie en poste à l'étranger. Le PARI comprend les services suivants :

- service consultatif local - service confidentiel «sur place» à l'intention des sociétés qui ont des ressources techniques limitées;
- projets de niveau préuniversitaire - compétences techniques mises à contribution pour la solution de problèmes techniques à court terme;
- projets à court terme - aide financière aux sociétés qui ont besoin de services techniques extérieurs;
- projets à moyen terme - subventions salariales pour les employés de la compagnie ou leurs sous-traitants chargés de projets de R-D précis à moyen terme;
- projets à long terme - projets de collaboration avec des administrations publiques et des universités, ou des laboratoires étrangers ou des sociétés canadiennes.

EMPLOI ET IMMIGRATION CANADA

Administration centrale

Place du Portage
Phase IV
140, Promenade du Portage
Hull, (QC)
K1A 0J9
Tél. : (613) 994-7141

Emploi et Immigration Canada est chargé d'administrer le programme de la Planification de l'emploi, qui fournit des connaissances spécialisées et de l'expérience pratique à quelque 400 000 Canadiens par année. Ce programme offre en outre des services de soutien aux petites entreprises et à l'entrepreneurship dans les domaines de la formation et de la gestion-conseil en affaires. Il offre aussi certaines formes de soutien financier dans les petites localités.

Le ministère a récemment annoncé la Stratégie de mise en valeur de la population active qui augmentera l'aide accordée au secteur privé pour la planification et la formation des ressources humaines, pour les travailleurs âgés qui sont déplacés, pour les programmes de formation au travail des jeunes, ainsi que pour des programmes de soutien de la relance économique à long terme des petites localités.

Emploi et Immigration Canada est en contact direct avec les Canadiens par l'intermédiaire des centres d'Emploi du Canada. Les petits entrepreneurs peuvent se prévaloir des services d'aide suivants au Centre d'emploi du Canada le plus proche :

- des services d'aide au recrutement d'employés permanents qualifiés sur le marché du travail local ou par l'entremise de la Banque nationale d'emplois;
- des services de référence aux bureaux du Service d'emploi agricole qui aident à recruter des travailleurs agricoles occasionnels, saisonniers ou permanents;
- des services d'aide à la sélection et à l'interview des étudiants et diplômés d'université;
- des coordonnateurs des services à la petite entreprise qui peuvent fournir des renseignements sur les programmes, des services de gestion-conseil et des séminaires aux sociétés de moins de 100 employés;
- un service de Planification des ressources humaines qui peut aider les entreprises à planifier leurs besoins futurs en travailleurs afin qu'elles disposent du nombre approprié de travailleurs possèdant les compétences requises au moment opportun;
- des services d'aide au dépistage et au recrutement de travailleurs étrangers s'il n'existe pas de travailleurs canadiens possédant les compétences techniques appropriées;
- des conseils sur la meilleure façon de structurer les prestations d'assurance-chômage et les prestations supplémentaires d'une entreprise;
- des programmes de formation en cours d'emploi.

ANNEXE B

PROGRAMMES D'INTÉRÊT À LA PETITE ENTREPRISE

RENSEIGNEMENTS D'AFFAIRES

RADAR

Banque de données informatisée exploitée par ISTC en collaboration avec les gouvernements provinciaux participants, le Réseau d'approvisionnement et de débouchés d'affaires contient des renseignements sur les entreprises canadiennes des secteurs de la fabrication et des services. Utilisé par les délégués commerciaux du Canada à l'étranger, RADAR est aussi accessible aux usagers canadiens désireux de trouver des fournisseurs canadiens appropriés, de se renseigner sur les marchés ou de repérer des débouchés. RADAR compte maintenant plus de 25 000 entreprises et 6 500 usagers actifs.

RENSEIGNEMENTS COMMERCIAUX

Le Service de renseignements commerciaux fournit aux entrepreneurs canadiens de l'information commerciale détaillée sur des produits en particulier. Celle-ci porte principalement sur les importations. En plus d'offrir de l'information sur une partie importante du marché canadien, ce service sert aussi d'indicateur pour tout un ensemble de produits compétitifs sur les marchés internationaux. Depuis quelques années, le Service a étendu ses rapports aux marchés canadien et nord-américain. Il a cessé ses activités au niveau des importations de remplacement pour se tourner vers une information qui aidera les entreprises à exploiter les possibilités canadiennes, les exportations, les transferts de technologie et les possibilités d'investissements frais dans le domaine de la fabrication. Les petites entreprises constituent les deux tiers de la clientèle du Service.

COMPARAISONS INTER-ENTREPRISES

Ce service appuie les efforts que déploie l'industrie pour améliorer sa compétitivité en évaluant le rendement relatif d'entreprises qui fabriquent le même genre de produits ou qui se livrent à des activités semblables. Le programme aide les entreprises à améliorer leur productivité et leur rentabilité en analysant leurs points forts et leurs faiblesses par rapport à d'autres entreprises du même secteur. La clientèle du Service est constituée en majorité de petites entreprises.

PROGRAMMES D'AIDE À L'EXPORTATION

Programme de développement des marchés d'exploitation (PDME):

Administré par Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), le programme vise à accroître les exportations en partageant les coûts des mesures prises par l'industrie pour élargir les marchés d'exportation. Les activités admissibles à l'aide financière du PDME, qui peut atteindre 50 pour 100 des coûts, comprennent notamment :

- la participation à des foires commerciales reconnues à l'étranger;
- les voyages de repérage de débouchés à l'étranger et les visites d'acheteurs étrangers au Canada;
- la présentation de soumissions ou la préparation de propositions au stade précontractuel à l'égard de travaux à l'étranger;
- l'établissement à l'étranger, sauf aux États-Unis, de bureaux de vente permanents dans le but d'entreprendre des campagnes de commercialisation soutenues;
- les activités spéciales pour le compte d'organismes sans but lucratif, autres que ceux des secteurs de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche, les offices et agences de commercialisation : expositions commerciales, essais techniques et démonstrations de produits, par exemple.

Le PDME appuie aussi certaines activités organisées par le gouvernement telles que des missions commerciales à l'étranger constituées de représentants d'entreprises canadiennes et des missions commerciales au Canada constituées de représentants d'entreprises et de gouvernements étrangers qui peuvent avoir un impact sur les exportations.

Autres mesures d'appui aux missions d'exportation :

En plus de l'aide financière accordée par l'entremise du PDME, l'AECEC parraine plusieurs programmes d'aide aux entreprises prêtes à exporter.

Programme d'aide aux nouveaux exportateurs vers les états frontaliers (NEEF) :

Ce programme organise des missions qui ont pour but d'initier des groupes d'entrepreneurs à tous les mécanismes d'exportation : documentation, procédures de dédouanement, transactions bancaires, assurance, agents et distributeurs, sans oublier une visite à un poste frontière américain.

Programme d'aide aux nouveaux exportateurs vers les États américains du Sud (NEXUS) :

Aide les compagnies qui ont exporté vers les Etats frontaliers à étendre leurs activités sur d'autres marchés régionaux américains en les amenant à participer à des missions sectorielles, à des expositions commerciales et à des séances d'information.

Programme d'aide aux nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers (NEXOS) :

Encourage de la même façon les sociétés qui ont toujours exporté vers les États-Unis à envisager de se lancer sur les marchés outre-mer.

QUELQUES PROGRAMMES FÉDÉRAUX EN MATIÈRE DE TECHNOLOGIE

Programme de mise en valeur de la technologie (ISTC) :

Accélère l'acquisition, la diffusion et le développement de la technologie et des connaissances techniques, spécialement dans les PME. Appuie la création de centres de technologie administrés par des organismes à but non lucratif du secteur privé. A déjà aidé à créer l'Institut canadien de gestion de la technologie, l'Institut canadien du plastique, l'Institut du soudage du Canada, le Forum canadien des matériaux industriels de pointe et le Centre d'innovation de Waterloo et de Montréal.

Programme d'aide à la recherche industrielle (CNRC) :

Le plus ancien programme de développement industriel au Canada et celui qui a connu le plus de succès, le PARI aide les entreprises à améliorer leur capacité en R-D et en technologie. Il dessert 5 000 entreprises par année et en a aidé 75 000 depuis sa création. Le PARI offre de l'aide par l'intermédiaire de bureaux locaux et par le truchement de subventions à des étudiants et à des spécialistes travaillant à des projets à court terme. Le programme vise principalement les petites entreprises — plus de 80 pour 100 des entreprises qui ont reçu de l'aide comptaient moins de 200 employés. Il contribue aux salaires du personnel technique des petites entreprises, jusqu'à concurrence de 100 000 $ par projet Les petites entreprises admissibles doivent être constituées en société et compter moins de 200 employés.

Direction de la liaison de la technologie (ISTC) :

Cette direction aide les entreprises à identifier les débouchés pour des gammes de produits et de procédés nouveaux issus d'innovations technologiques canadiennes et internationales.

Programme d'apports technologiques (ISTC, AECEC et CNRC) :

Ce programme est conçu pour aider les entreprises canadiennes à trouver, acquérir et adopter des technologies étrangères. Comme le Canada ne produit que 2 pour 100 de la technologie mondiale, il doit absolument adopter de nouvelles technologies étrangères pour demeurer compétitif. Plus de 30 agents formés à cette fin, affectés dans 24 missions diplomatiques et commerciales aux États-Unis et à l'étranger, répondent aux demandes d'identification de sources de technologie et d'occasions de collaboration entre des entreprises canadiennes et étrangères. Le Programme finance aussi des visites d'exploration effectuées à l'étranger par des entrepreneurs canadiens désireux d'identifier des technologies étrangères ou d'en négocier l'acquisition.

Programme d'application des technologies de pointe dans le secteur manufacturier (ISTC) :

Livré par l'entremise des bureaux locaux d'ISTC, ce programme offre de l'aide financière aux entreprises désireuses d'évaluer leurs capacités sur les plans de la fabrication et de la technologie et de concevoir des façons d'appliquer les technologies avancées pour améliorer leur compétitivité.

Programme d'aide aux technologies stratégiques (ISTC) :

ISTC offre de l'aide financière afin de renforcer la compétitivité des entreprises dans trois grands domaines technologiques prioritaires, soit la technologie de l'information, les matériaux industriels de pointe et la biotechnologie. Le Programme vise à appuyer les alliances entre sociétés, universités et instituts de recherche dans le but d'effectuer de la R-D préconcurrentielle ou du développement précommercial d'applications de technologies de pointe.

Programme d'exploitation des informations contenues dans les brevets (Consommation et Corporations) :

Ce Programme est conçu pour rendre plus accessible l'information technologique contenue dans le réseau des brevets dans le but d'assurer la rapidité et l'efficacité des transferts de technologie, de promouvoir l'innovation industrielle et d'éliminer les dédoublements d'efforts. Il offre des services de recherches et de prévisions technologiques basées sur les renseignements contenus dans les brevets. Ces deux services sont utiles aux petites entreprises.

Revenu Canada (Impôt)

- a produit de nouveaux guides et formulaires plus faciles à utiliser et conçus pour les petites entreprises;
- a renforcé la consultation avec les associations de petits entrepreneurs.

Statistique Canada

- a remplacé les données de sondage par les données fiscales, ce qui a réduit considérablement la paperasserie;
- a permis aux petites entreprises de répondre aux sondages par téléphone;
- en 1988, les entreprises dont le revenu d'affaires brut était inférieur à 250 000 $ n'étaient plus obligées de fournir des données financières annuelles.

Emploi et Immigration du Canada

- a modifié la réglementation régissant la perception des primes d'assurance-chômage afin de simplifier la paperasserie pour les employeurs;
- a simplifié la paperasserie requise dans le cas du programme de la Planification de l'emploi.

Transports Canada

- a simplifié et réduit les formulaires et les procédures qui concernent les petites entreprises dans le secteur de l'aviation;
- a simplifié les baux et les licences d'exploitation pour les petites entreprises dans les aéroports.

Approvisionnements et Services Canada

- a implanté un babillard électronique sur les besoins de services d'impression de l'État;
- a adopté un nouveau contrat abrégé dans la plupart des marchés;
- a implanté un système d'enregistrement desfournisseurs uniques;
- a établi un centre de contrôle des questionnaires et de la collecte de l'information afin d'éviter aux entreprises le dédoublement des renseignements.

Douanes et Accise

- a simplifié et accéléré la procédure de demande de remboursement de droits de douane;
- a introduit de nouveaux formulaires qui ont simplifié la fourniture de renseignements comptables sur les biens importés;
- a porté le plafond des rapports sur les exportations de 900 $ à 2 000 $.

Diversification de l'économie de l'Ouest

- a supprimé les demandes officielles - les requérants n'ont plus qu'à soumettre une brève description écrite de leur projet.

HD2346/.C2/A35214
Canada. Ministre d'État,
La petite entreprise au
Canada : rapport sur la
AGXQ 1989 c.2

DATE DUE - DATE DE RETOUR

MAR 16 1990	

ISTC 1551 (8/88)

INDUSTRY CANADA/INDUSTRIE CANADA
67833