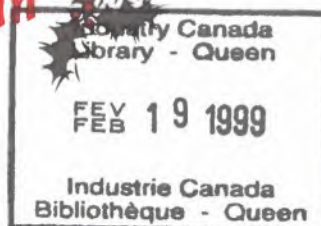


Hiver 1997

Accès Ouest

Diversification de l'économie de l'Ouest Canada - Bulletin



Les petites entreprises s'affairent dans l'Ouest

Vous êtes-vous jamais demandé quelle place occupaient les petites entreprises dans l'économie de l'Ouest canadien? Eh bien, voilà la réponse! Diversification de l'économie de l'Ouest a préparé un rapport dans lequel il donne un aperçu des activités des petites entreprises de la région.

Dans ce rapport, que vous pouvez consulter sur le site Web de DEO (www.deo.gc.ca), les petites entreprises sont décrites comme étant l'un des principaux catalyseurs de l'économie de l'Ouest. En effet, plus de 900 000 petites entreprises (de moins de 50 employés rémunérés) et entrepreneurs (travailleurs autonomes) fournissent 51 pour cent de tous les emplois de la région. Leur nombre est nettement supérieur à celui des moyennes et grandes entreprises (11 750 et 616 respectivement). On constate cette tendance à la croissance du nombre de petites entreprises et de travailleurs autonomes dans toutes les provinces de l'Ouest, tendance qui témoigne de leur importance pour l'économie.

Plus de 80 pour cent des petites entreprises et travailleurs autonomes se regroupent dans quatre industries : services aux entreprises et aux particuliers, vente en gros et au détail, agriculture et construction. L'entrepreneuriat est de plus en plus populaire, à tel point que les travailleurs autonomes fournissent de l'emploi à 948 000 personnes - 235 000 de ces emplois ont été créés au cours des cinq dernières années. On peut facilement considérer que ce groupe est le plus actif parmi l'ensemble des petites entreprises de l'Ouest.

La Colombie-Britannique et l'Alberta, les plus peuplées des provinces de l'Ouest, comptent plus des deux quarts des petites entreprises de la région. Ce sont également elles qui enregistrent le plus d'exportations. Ainsi, elles ont vu naître plus de 8 000 nouveaux petits et moyens exportateurs entre 1990 et 1995, ce qui a fait monter la valeur des exportations à environ deux milliards de dollars. Bien que les grandes entreprises continuent d'assurer la majorité des exportations, les PME peuvent, grâce à divers programmes de marketing conçus expressément pour répondre à leurs besoins, être compétitives sur les marchés internationaux.

DEO et son réseau de partenaires (les SADC, les bureaux de l'Initiative pour les femmes entrepreneurs et les Centres de services aux entreprises du Canada) offrent ensemble une vaste gamme de produits et services aux petites entreprises et aux travailleurs indépendants éventuels dans plus de 100 points de services dans l'Ouest. Pour en savoir davantage, vous pouvez appeler DEO au 1-888-338-9378.

Dans ce numéro

- Programme de prêt pour la valeur ajoutée
- Un message du secrétaire d'État
- Comment faire le marketing de son entreprise
- Parole au public



*Message de
Ronald
Duhamel*

**Secrétaire
d'État de
Diversification
de l'économie
de l'Ouest
Canada**

« J'accueille favorablement l'idée d'inclure dans chaque numéro du bulletin Accès Ouest une rubrique où j'aurai l'occasion de vous faire part de certaines de mes opinions sur les travaux en cours et de vous donner une idée des projets d'avenir de DEO. »

Je voudrais commencer par réaffirmer que la mission de DEO est de fournir aux petites entreprises l'accès à des services et d'appuyer la création d'un réseau de partenaires. Parmi ces services figurent l'accès amélioré au capital et à des renseignements commerciaux, l'élaboration et la prestation de services ciblés aux entreprises, ainsi que la représentation des intérêts économiques de l'Ouest du Canada.

Dans le discours du Trône de septembre ouvrant la première session de la 36^e Législature du Canada, le gouverneur général Roméo Leblanc a annoncé que « le gouvernement explorera des politiques et des mesures innovatrices destinées à élargir les possibilités des Canadiens des communautés rurales. Il adaptera ses programmes afin de refléter les réalités socio-économiques des milieux ruraux du Canada. Il redoublera d'efforts afin que les communautés rurales et toutes les régions du Canada profitent des avantages d'une économie mondiale fondée sur le savoir. » DEO jouera un rôle clé dans la réalisation de ces objectifs dans l'Ouest du pays.

La stimulation de la création d'emplois et de la croissance économique a été, demeure et continuera d'être l'un des principaux objectifs du gouvernement du Canada. Pour sa part, DEO veillera à ce que cet objectif s'étende aux petites entreprises de l'Ouest. Nous possédons la technologie et les compétences nécessaires, et, en mobilisant bien nos ressources, nous pouvons contribuer à l'essor de l'Ouest canadien.

Les petites entreprises étant le catalyseur de la croissance économique du Canada, le gouvernement fédéral a fait de la prestation de services aux PME une priorité. Le défi pour DEO est de fournir des services améliorés et plus accessibles,

dans un contexte de compressions budgétaires.

C'est dans cette optique que DEO a formé le Réseau de services aux entreprises de l'Ouest. Grâce à ce réseau de cent points de service, DEO a transformé les partenariats avec les Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC), les Sociétés d'aide au développement des collectivités (SADC) et les Centres de services pour les femmes entrepreneurs. Désormais, les services offerts par ces partenaires sont accessibles à partir d'un guichet unique et l'accent est mis sur les besoins des petites entreprises de l'Ouest.

J'ai la conviction que DEO continuera d'exceller dans la prestation de services aux PME de l'Ouest canadien. Pour DEO, il est primordial de maintenir un processus continu de communication avec les clients et de consultations dans le but d'améliorer les services et d'élaborer de nouveaux produits.

Articles vedettes de la dernière édition d'Accès Ouest

Qui est qui dans le Réseau de services aux entreprises de l'Ouest

DEO célèbre sa 10^e année au service de l'Ouest

Le Planificateur d'entreprise interactif (PEI)
est très utilisé en C.-B. - www.sb.gov.bc.ca

Programme d'infrastructure - Soutenir la croissance
des collectivités locales

Le MERX remplace le SIOS - www.merx.cebra.com

Premiers emplois en sciences et technologie offre des débouchés
importants aux petites entreprises et aux diplômés récents

Un projet de préparation à l'exportation source de succès
nous conduit vers l'an 2000

Quoi de neuf sur le Web?

On vient de créer trois nouveaux sites Internet pour fournir aux petites entreprises les outils, les compétences et les connaissances nécessaires pour innover, croître et créer des emplois.

Ces nouveaux sites viennent enrichir la mine de renseignements à l'intention des petites entreprises sur les diverses sources de financement, l'expansion par le recours à des investisseurs de l'extérieur et l'acquisition de compétences clés en matière de gestion. On peut consulter ces sites à partir du site Web d'Industrie Canada, à l'adresse suivante : Strategis.ic.gc.ca.

Sources de financement - strategis.ic.gc.ca/sources - Il s'agit d'un site à la fine pointe de la technologie qui offre un moteur

Parole au public

Où les petites entreprises trouvent-elles du financement?

L'élaboration d'un bon plan d'affaires est un facteur déterminant dans la réussite d'une entreprise et l'accès au capital. Le type et le montant du financement nécessaire varient d'une entreprise à l'autre, mais la plupart des stratégies de financement comportent diverses sources combinées, dont les capitaux propres, l'emprunt et d'autres mécanismes de financement.

1. Financement par capitaux propres

C'est le fait, pour une entreprise, de se procurer des capitaux en émettant des actions. L'investisseur devient ainsi propriétaire d'une partie de l'entreprise. Toutes les entreprises ont recours à ce genre de financement; les sommes investies peuvent provenir du propriétaire, de ses partenaires, de ses amis, des membres de sa famille, ou encore de sociétés financières d'innovation. Avant d'opter pour le financement par capitaux propres, on doit déterminer quel pourcentage de son entreprise on est prêt à céder en échange d'un investissement, dans quelle mesure l'investisseur veut jouer un rôle actif dans la gestion de l'entreprise, la pertinence de l'expérience et des contacts de l'investisseur ainsi que la « stratégie de sortie » ou le coût de remboursement de l'investisseur.

2. Financement par emprunt

C'est l'action, pour l'entreprise, d'obtenir des fonds en contractant des engagements financiers. Le prêt doit être remboursé dans son intégralité, accru des intérêts, selon les modalités stipulées dans le contrat d'emprunt. Puisque le contrat d'emprunt est en quelque sorte un contrat de « location », le prêteur exige que l'emprunteur affecte un bien destiné à garantir le remboursement de la dette. Il peut s'agir d'une machine, de stocks, de sommes à recouvrer ou de garanties personnelles. Bien qu'avec le financement par emprunt on risque d'avoir des problèmes de liquidités si les recettes chutent, cette méthode de

financement est avantageuse dans la mesure où elle permet au propriétaire de garder le contrôle de l'entreprise et de ses capitaux propres.

3. Autres modes de financement

La recherche de financement n'est complète que si l'on étudie toutes les autres sources de financement disponibles. Les gouvernements fédéral et provinciaux offrent de l'aide financière à certaines petites entreprises pour contribuer à la réalisation d'objectifs précis, notamment le développement régional, la création d'emplois et la contribution à la satisfaction des besoins des industries en financement. Les entreprises peuvent également considérer d'autres options, dont le crédit commercial, la location, le crédit à l'exportation, les crédits d'impôt pour la R-D et les garanties de prêts commerciaux.

La recherche de financement pour son entreprise peut être difficile. C'est pourquoi DEO et le Réseau de services aux entreprises de l'Ouest (les Sociétés d'aide au développement des collectivités, les bureaux de l'Initiative pour les femmes entrepreneurs (IFE) et les Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC)) offrent un vaste éventail de produits et services commerciaux pour aider l'entrepreneur à élaborer un plan d'affaires, à obtenir des capitaux et à déterminer quel mode de financement convient le mieux à son entreprise. Pour en savoir davantage, composer le 1-888-338-WEST (9378).

*Envoyez les questions et commentaires
de votre petite entreprise à :*

Accès Ouest
Diversification de l'économie de l'Ouest Canada
9700, avenue Jasper, bureau 1500
Edmonton (Alberta) T5J 4H7

Téléphone : (403) 495-4164 Télécopieur : (403) 495-6223
Adresse électronique : access.west@wd.gc.ca

de recherche puissant et perfectionné. Ce site permet aux petites entreprises d'obtenir des informations sur les sources de financement traditionnelles et nouvelles, du notoire financement par emprunt auprès des banques à charte aux services offerts par les micro-prêteurs ou les sociétés financières d'innovation.

Étapes vers le capital de croissance - strategis.ic.gc.ca/croiss

Ces étapes aident les entreprises axées sur la croissance à se préparer à trouver des investisseurs et à conclure des ententes. Le site décrit huit étapes se rapportant à diverses questions liées aux fonds d'investissement, de la détermination des besoins financiers à la gestion de la relation avec l'investisseur.

Étapes vers la compétitivité – Ce site offre de l'aide en direct pour définir les besoins commerciaux. Il comprend différents modules qui traitent notamment du marketing, des ressources

humaines et des alliances commerciales. Il propose également plusieurs outils d'auto-évaluation aux petites entreprises pour leur permettre de mesurer leur rendement.

En accédant à ces nouveaux sites, vous devriez également consulter le site existant strategis.ic.gc.ca/contact. Celui-ci décrit plusieurs ressources électroniques mises à la disposition des entreprises, notamment des données complètes sur 1 500 organisations canadiennes d'aide aux petites entreprises; 450 publications pratiques en direct; des forums de discussion pour les entreprises; plus de 300 outils informatiques de gestion et des renseignements sur des personnes-ressources et d'autres liens pertinents.

Comment accroître la valeur

Vous voulez optimiser le potentiel de vos champs agricoles ou de votre ferme d'élevage de bisons ou d'autruches? Peut-être que les Programmes de prêts aux entreprises de produits agricoles à valeur ajoutée financés par Diversification de l'économie de l'Ouest vous apporteront-ils la solution.

DEO a annoncé dernièrement le lancement de deux nouveaux programmes avec le concours de la Banque royale et de la Banque TD, pour compléter le Programme de prêts aux entreprises de produits agricoles à valeur ajoutée, offert conjointement avec la CIBC et la Société du crédit agricole. On pourra désormais accéder au financement pour divers types de projets ayant trait notamment à la transformation des légumes à des fins de vente ou d'exportation. Les fonds offrent aux petites entreprises qui transforment des produits agricoles primaires et leur ajoutent de la valeur, que ce soit dans le secteur alimentaire ou non, des prêts aux modalités flexibles qui varient entre 50 000 dollars et 1 000 000 de dollars. Si DEO contribue à tous les fonds de prêts et détermine l'admissibilité des demandes durant la première étape, c'est à chaque banque qu'appartient la décision finale d'approuver ou non les prêts.

S'il est vrai que les modalités des prêts varient quelque peu d'une banque à l'autre, il n'en demeure pas moins que les fonds sont suffisamment souples pour garantir aux petites entreprises un flux de trésorerie suffisant durant les premières années. Selon le type de prêt, on peut choisir de capitaliser les intérêts pour une durée maximale de deux ans, de reporter le remboursement du principal pour un maximum de deux tiers de l'échéance du prêt et de rééchelonner la dette sur une période pouvant atteindre dix ans. De

Les marchés de l'exportation récoltent aussi le fruit du travail des arboriculteurs de la C.-B.

Sis à Kelowna en C.-B., le groupe Appleberry Farms Ltd. a utilisé le Programme de prêts aux entreprises de produits agricoles à valeur ajoutée pour accroître sa production, élargir son usine de transformation des fruits et intégrer les marchés d'exportation. À titre d'arboriculteur et de fabricant canadien de produits agricoles à valeur ajoutée, notamment les confitures, les fruits confits, les sauces piquantes, les chutneys et les sirops, il fabrique suffisamment de produits pour répondre à la demande du Canada, des États-Unis, du Japon et de l'Allemagne.

Selon la direction d'Appleberry, « DEO cherche essentiellement à trouver des solutions qui sont pertinentes pour notre petite entreprise, du genre : quelle est la meilleure façon d'obtenir un prêt, compte tenu de notre situation commerciale, ou comment échelonner le remboursement du prêt de manière à satisfaire notre entreprise et la banque? »



Aquaculture : les fermiers albertains mordent à l'hameçon

Une nouvelle vague, l'aquaculture, également appelée l'élevage d'espèces aquatiques, déferle sur les fermes de l'Alberta, et Diversification de l'économie de l'Ouest entend aider les fermiers à en profiter. En effet, l'aquaculture est l'un des secteurs les plus prometteurs. Les fermiers albertains peuvent se positionner tôt et se tailler une part du marché.

Steve Mackenzie-Grieve, président de l'Alberta Fish Farmers Association et propriétaire de Chincoulee Trout Farm, près de Lethbridge en Alberta, sait pertinemment comment le programme peut contribuer à l'expansion des entreprises. Et d'ajouter, « si vous possédez les installations nécessaires, vous pouvez vous lancer dans le domaine progressivement, vous mettre au courant, réduire les risques et accroître vos activités à votre guise ». Il produit environ 50 000 livres de poissons par année, en plus de s'occuper de ses céréales et de ses autres tâches sur la ferme.

ur de sa petite entreprise

même, les taux d'intérêt peuvent s'élever jusqu'à la barre des 6 p. 100 au-dessus du taux préférentiel. Pour la majorité des entrepreneurs, ce mode de financement est moins coûteux que le financement par capitaux propres, option qui s'accompagne du risque de perdre la propriété et le contrôle de l'entreprise.

Les programmes de prêts aux entreprises de produits agricoles à valeur ajoutée mettent également à la disposition des petites entreprises, à titre gracieux, de l'information et des services d'aiguillage vers d'autres modes de financement. De plus, DEO les aidera à déterminer quels programmes répondent le mieux à leurs besoins. En intégrant les services d'information, de soutien et d'aiguillage aux capitaux, DEO a fait en sorte que ses programmes soient supérieurs à la plupart des programmes de prêts aux petites entreprises existants « Les producteurs de légumes de l'Ouest canadien ont de nombreuses occasions de diversifier leurs activités pour passer à la transformation des produits agricoles, et ce, en tirant avantage de ce programme », explique Ronald J. Duhamel, secrétaire d'État de Diversification de l'économie de l'Ouest. « Au-delà de la congélation et de la mise en conserve, les producteurs pourraient se mettre à l'heure de la transformation spécialisée et de la commercialisation des légumes sur le marché florissant des services de restauration et d'alimentation de l'Ouest. Les producteurs de légumes pourraient, par exemple, transformer une vieille recette familiale de cornichons marinés en une entreprise commerciale viable. L'éventail des possibilités et des occasions est vaste pour ces producteurs. »

Du colza en or ou l'histoire d'un fermier de la Saskatchewan

Quand Sydney Palmer a eu récemment l'idée originale de mettre sur pied une minoterie, EXL Milling, pour transformer le colza canola échantillon ou de seconde catégorie en protéines digestibles pour l'intestin grêle – supplément alimentaire pour les vaches laitières et le bétail –, il s'est adressé à DEO pour des conseils sur la manière d'obtenir une aide financière.

M. Palmer avait déjà préparé un plan d'entreprise pour EXL Milling, mais les préposés au service à la clientèle de DEO lui ont fourni des renseignements supplémentaires sur les sources de financement et se sont mis en rapport avec divers organismes de financement dont la Société du crédit agricole et la Border Credit Union, à Lloydminster.

La minoterie de Lloydminster, qui a coûté trois millions de dollars, emploie sept personnes. On y transforme une quarantaine de tonnes de colza par jour, ce qui profite aux cultivateurs de cette plante de la région qui ne peuvent vendre leur produit de qualité inférieure pour la production alimentaire.



Une ferme manitobaine épice ses affaires

Pour Pizzey's Milling & Baking Company, entreprise de transformation des aliments située sur une ferme d'une superficie de 80 hectares près d'Angusville, l'argent ne pousse pas seulement dans les champs, mais aussi dans les usines de transformation. Grâce au Programme de prêts aux entreprises de produits agricoles à valeur ajoutée de DEO, cette entreprise a pu prendre de l'expansion pour diversifier et fabriquer ses produits. L'entreprise achète, lave et broie des graines de lin, de carvi et de coriandre en vue de les revendre ensuite à des grossistes et à des détaillants. Grâce à la contribution de DEO, elle ne manque plus de travail. « Le Programme de prêts nous a vraiment aidés et nous sommes très satisfaits de l'aide que nous avons reçue. Nous avons un bon plan d'entreprise et un bon produit. Nous n'avons besoin que de la contribution du Programme pour pimenter nos affaires », explique Linda Pizzey, présidente de Pizzey's Milling & Baking Company.

Comment faire le marketing de son entreprise avec les moyens du bord!

En tant qu'entrepreneur, vous avez travaillé très fort pour mettre sur pied votre entreprise ou pour élaborer un produit. Vous connaissez sa valeur et vos clients la connaissent aussi. Mais pour trouver de nouveaux clients et garder la clientèle actuelle, aucune entreprise, y compris la vôtre, ne peut se permettre de lésiner sur les moyens, et ce, même quand les temps sont durs. La clé du marketing avec les moyens du bord, c'est de faire autant de choses que possible pour augmenter vos activités ET D'ASSURER UN SUIVI. Maintenant, analysons ensemble les trois concepts ci-dessous, qui nous donnent une idée de ce qu'il faut faire du point de vue argent pour accroître la clientèle de l'entreprise.

Promotion réciproque

La plupart des entreprises florissantes comprennent la valeur de la promotion réciproque. En termes simples, c'est le fait pour deux entreprises ou plus de se faire mutuellement de la publicité, sans avoir à dépenser de l'argent. Si vous devez proposer à une entreprise de conclure une entente de promotion réciproque, essayez de faire ressortir d'abord les « avantages pour cette entreprise. » Faites preuve de transparence dans vos négociations, et si vous ne pouvez aboutir à un compromis satisfaisant, n'abandonnez pas, mais cherchez plutôt une autre entreprise. Si, par exemple, votre travail consiste à préparer des gâteaux de mariage, vous pourrez alors conclure une entente de promotion réciproque avec un fleuriste de votre région. Vous pourriez convenir d'acheter chez celui-ci toutes les fleurs ... dont vous avez besoin pour décorer vos gâteaux, à condition qu'il vous recommande aux nouveaux couples qui vont le voir. Vous pourriez aussi lui proposer d'échanger vos albums photo ou de le recommander à vos clients, à condition qu'il vous renvoie l'ascenseur.

Présentations

Avant de faire des présentations, il est impératif de cibler des groupes d'utilisateurs. Pour ce faire, vous devez déterminer quels magasins, groupes de loisirs et clubs locaux pourraient s'intéresser à votre entreprise ou produit, puis proposer de leur faire une présentation.

Ainsi, si votre entreprise oeuvre dans le secteur du tourisme et offre à ses clients des voyages attrayants pour découvrir la nature dans l'Ouest canadien, vous pourrez peut-être vous mettre en rapport avec des magasins qui vendent des produits de plein air, des clubs de photographie, des groupes de célibataires, et ainsi de suite. Si vous êtes propriétaire d'un magasin de vente au détail, vous pourriez organiser une soirée spectacle ou une dégustation de vins et fromages à l'intention de vos clients pour faire votre présentation. Évidemment, votre magasin étant un lieu de commerce, vous devez agir en commerçant.

Prospectus

La préparation d'un prospectus captivant et professionnel peut se faire facilement, rapidement et à des coûts très faibles. En effet, vous pouvez les concevoir sur votre ordinateur personnel et en faire des photocopies. Au besoin, utilisez des graphiques

et essayez d'être concis dans votre description. Soyez bref! Pour faciliter la diffusion des prospectus, vous pouvez les remettre à vos livreurs, les insérer dans des journaux de quartier ou des bulletins d'affaires ou les distribuer à la main.

Articles

L'une des méthodes que l'on néglige le plus souvent dans la recherche de nouveaux clients est la rédaction d'articles informatifs. Vous pouvez soumettre des articles à des bulletins, des journaux locaux ou d'autres types de publications accessibles à votre clientèle cible.

Pour certains, la difficulté principale est de trouver une idée de base pour écrire un article. Mais si vous réussissez à penser à des sujets se rapportant à votre industrie, entreprise ou produit, vous n'aurez que l'embarras du choix. Par exemple, si vous possédez une entreprise de nettoyage, vous pourrez parler d'un produit sans danger pour l'environnement dont vous vous servez. Si vous travaillez dans le secteur du chauffage et de la ventilation, vous pourrez renseigner sur la façon d'accroître la durée de vie de vos chaudières. Si, en revanche, vous êtes décorateur intérieur, vous pourrez donner des conseils ou faire des suggestions sur la décoration.

Pourvu que votre article fasse du sens, les publications, toujours en quête d'articles, l'accepteront volontier. En lisant votre article, les clients potentiels pourraient se décider à vous appeler, puisque ce qu'ils recherchent dans le fond, c'est une confirmation de ce qu'ils savent déjà au sujet de votre produit ou service. Si vous recevez un appel, dites-vous que la plupart des clients potentiels ont déjà pris la décision de faire affaire avec vous.

Organismes de bienfaisance

En offrant votre produit ou vos services à un organisme de bienfaisance, vous vous assurez un excellent moyen d'acquérir de l'expérience, de vous faire connaître et d'aller chercher de nouveaux clients. Avant de choisir un organisme, tâchez de savoir si ses membres, ses commanditaires et son public correspondent à votre clientèle cible. Une fois votre choix arrêté sur deux ou trois organismes, essayez d'apprendre quel genre de manifestations ils organisent, combien de personnes y participent, qui sont leurs commanditaires, quel type de publicité ils font, etc. Grâce à cette information, vous pourrez déterminer ce que vous pouvez offrir à ce groupe et ce que vous aimeriez avoir en échange. Soyez précis et juste. Prévoyez une réunion avec des représentants du groupe concerné et faites leur part de votre proposition.

Prêt et fort d'idées sur la façon dont vous pourrez attirer de nouveaux clients avec les moyens du bord, vous ne devez pas oublier de faire un suivi auprès de vos clients. Ne faites surtout pas tout ce travail pour ensuite rompre tout contact avec eux. Essayez plutôt de cultiver vos relations d'affaires. Rappelez-les et demandez-leur ce qu'ils ont pensé de votre proposition; consignez leurs idées et intégrez-les au besoin; remerciez-les et mentionnez-les dans ce que vous faites (dans le cadre d'une présentation, d'un article ou dans des conversations) ou encore donnez-leur un échantillon de votre produit en guise de cadeau. Soyez aux petits soins pour votre clientèle : vos clients et vos relations d'affaires parleront de vous en bien et vous seront loyaux.

Le Programme d'aide aux entrepreneurs ayant une incapacité

Dorénavant, les entrepreneurs des régions rurales ayant une incapacité pourront non seulement cerner, mais aussi surmonter les difficultés uniques auxquelles ils font face lorsqu'ils songent à travailler de façon autonome. Investis du désir de se lancer en affaires, ils prennent d'assaut les bureaux des Sociétés d'aide au développement des collectivités (SADC) pour en savoir davantage au sujet du **Programme d'aide aux entrepreneurs ayant une incapacité (PAEI)**.

Ce programme représente une nouvelle source d'aide pour les personnes handicapées. DEO a créé ce programme en offrant 200 000 \$ à chaque SADC, afin de donner aux personnes handicapées accès à du capital pour démarrer leur entreprise ou prendre de l'expansion le cas échéant.

Presque toutes les SADC de l'Ouest canadien ont recruté des coordonnateurs du PAEI pour aider les entrepreneurs handicapés à utiliser les ressources qu'offre ce programme. En plus d'accorder des prêts et de fournir des services de consultation individuelle et de mentorat, ces coordonnateurs offrent de l'information sur toute une gamme de sujets intéressant les entreprises comme l'élaboration d'un plan stratégique, la préparation au monde des affaires et la définition des besoins en équipement spécialisé.

Depuis le lancement du programme en avril 1997, le personnel et les bénévoles ne cessent de répondre chaque mois aux innombrables questions des entrepreneurs des régions rurales qui ont une incapacité. Selon Elvira Smid, coordonnatrice du PAEI pour l'Entre-Corp Business Development Centre, « ce qui fait de ce programme une véritable réussite, c'est qu'il répond aux besoins particuliers de cette catégorie d'entrepreneurs et les aide à réaliser leur rêve de devenir des travailleurs indépendants. L'entrepreneur doit avoir au départ une idée, puis nous l'aidons à réaliser une étude de marché et à élaborer un plan d'entreprise. »

La société Paals Accessibility, exploitée par Al et Pat Schafer, a été la première à bénéficier d'un prêt approuvé par l'Entre-Corp Centre dans le cadre du programme. Elle a ouvert ses portes en septembre 1997 et se spécialise dans la vente et l'entretien d'équipements adaptables usagés pour les personnes handicapées. Elle offre donc un second souffle au matériel qui ne correspond plus aux besoins de l'entreprise.

Le PAEI offre un autre exemple de la façon dont l'administration fédérale établit ses priorités pour mieux servir les Canadiens et les Canadiennes et utiliser à bon escient l'argent des contribuables. Les entrepreneurs ayant une incapacité ont

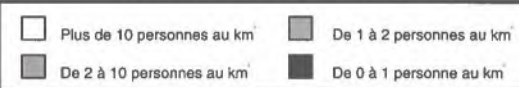
maintenant accès à un programme qui les aide à travailler de façon indépendante et qui contribue de ce fait à diversifier l'économie de l'Ouest. « Ce programme garantit des règles du jeu équitables et permet aux entrepreneurs ayant une incapacité d'élargir leurs horizons, de mettre à contribution leurs connaissances et leur savoir-faire, ainsi que d'avoir le plaisir d'améliorer eux aussi l'avenir économique de leur collectivité », explique le secrétaire d'État de DEO, Ronald Duhamel.

L'OUEST ET SA POPULATION

Notre plus grande ressource - Les gens



Densité de la population



- En 1996, l'Ouest du Canada comptait 8,5 millions d'habitants, soit un tiers de la population du pays.
- Plus de la moitié des habitants de l'Ouest vivent à l'extérieur des grandes villes.
- Le Réseau de services aux entreprises de l'Ouest compte 100 points de services qui répondent aux besoins des petites entreprises quel que soit leur emplacement géographique.
- En 1926 la Saskatchewan avait la plus grande population des provinces de l'Ouest; sa population est maintenant la plus petite.
- Au cours de la dernière décennie, plus de 1,4 million de personnes ont quitté leur province pour déménager en C.-B.

INDUSTRY CANADA / INDUSTRIE CANADA



228889

Retourner le courrier non distributable à :
DEO Edmonton
Bureau 1500, Place du Canada
9700, avenue Jasper
Edmonton (Alberta) T5H 4H7



*Une
nouvelle
sous-ministre
pour
DEO*

Oryssia Lennie
Sous-ministre

« Par leur coopération, leurs partenariats et leur esprit d'entrepreneuriat, bon nombre de petites entreprises canadiennes, notamment dans l'Ouest, contribuent grandement à l'essor du pays. C'est grâce à cette coopération que DEO est en mesure de mettre les forces et la richesse de l'Ouest au service de la création d'emplois et de la croissance à l'échelle de la région. En effet, nous tablons sur cette relation pour pouvoir continuer de fournir le soutien adéquat, au moment opportun. C'est également ce qui nous permet d'aider les petites entreprises à combler leurs besoins et, ce faisant, à croître et à prospérer. »

La nouvelle sous-ministre de DEO, Oryssia Lennie, s'intéresse fortement à la petite entreprise et est bien déterminée à continuer de soutenir sa croissance et à maintenir son rôle dans le développement économique de l'Ouest du Canada. En mai 1997, Mme Lennie faisait une fois de plus une forte impression sur un groupe de gens d'affaires influents en recevant le prix décerné par le Y.W.C.A. à la femme s'étant distinguée pour ses réalisations dans les domaines des affaires et de la gestion.

Mme Lennie s'est jointe à Diversification de l'économie de

l'Ouest le 14 avril 1997 en tant que sous-ministre déléguée. Le 11 novembre 1997, à la suite d'une annonce faite par le premier ministre Jean Chrétien à l'occasion du départ à la retraite de John McLure, elle hérite du poste de sous-ministre. Née à Edmonton en Alberta, où elle a grandi d'ailleurs, Mme Lennie s'engage à poursuivre le développement économique de l'Ouest. « Pour bien représenter mes concitoyens de l'Ouest, il m'a semblé indispensable d'élire domicile dans l'Ouest. C'est pourquoi, j'ai décidé d'établir mon bureau à Edmonton », a-t-elle déclaré.

Mme Lennie a plus de 26 ans d'expérience évolutive. En effet, elle est passée par divers postes de direction au sein de l'administration publique de l'Alberta. Avant de se joindre à DEO, elle a occupé le poste de sous-ministre des Affaires fédérales et intergouvernementales de l'Alberta durant sept ans. En cette capacité, elle a supervisé des travaux portant sur les importantes questions de l'unité nationale, de la réduction du chevauchement et du dédoublement des tâches aux niveaux fédéral et provincial, de l'élimination des barrières commerciales nationales et internationales, de la consolidation de la présence de l'Ouest du Canada sur la scène internationale, ainsi que de la coordination de la réforme fédérale-provinciale de la politique sociale.

Mme Lennie a toujours eu à coeur la promotion des intérêts de l'Ouest au sein de l'appareil fédéral et de la communauté internationale. « L'ouest du Canada a beaucoup de potentiel pour jouer un rôle influent sur la scène internationale, et je suis certaine qu'il l'assumera. » Mme Lennie a fait partie de la mission commerciale d'Équipe Canada qui s'est rendue, en janvier 1997, sous la direction du premier ministre Jean Chrétien, en Corée, aux Philippines et en Thaïlande. Elle a également participé aux premières conférences réunissant des ministres et des premiers ministres, ainsi qu'aux missions commerciales des premiers ministres provinciaux en Asie et au Moyen-Orient et à

1-888-338-9378 www.deo.gc.ca

Colombie-Britannique
Bureau 1200, tour Bentall 4
1055, rue Dunsmuir
Vancouver (Colombie-Britannique)
V7X 1L3

Alberta
Bureau 1500, Place du Canada
9700, avenue Jasper
Edmonton (Alberta)
T5J 4H7

Saskatchewan
Bureau 601, Éd. S.J. Cohen
119, 4e avenue South
Saskatoon (Saskatchewan)
S7K 3S7

Manitoba
Bureau 712, éd. The Cargill
240, avenue Graham
Winnipeg (Manitoba)
R3C 2L4



Ce Bulletin de nouvelles est publié par Diversification de l'économie de l'Ouest Canada. Si vous désirez contribuer à cette publication ou si vous avez des questions, veuillez s'il-vous-plaît communiquer avec la direction des communications de DEO ou communiquer avec Accès Ouest aux numéros suivants : Téléphone : (403) 495-4164 Téléc. : (403) 495-6223 Adresse électronique : access.west@deo.gc.ca. Also available in English