

Accès Ouest

Diversification de l'économie de l'Ouest Canada

Les entreprises à domicile – Réfuter le mythe

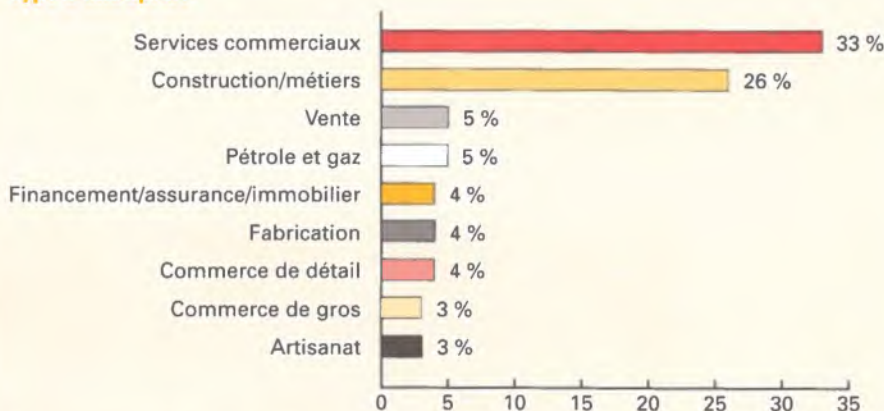
Par Angie Driscoll, Marketing et Recherche sur l'opinion publique, DEO-Alberta

Profil des entrepreneurs à domicile

Le cliché habituel veut que les entrepreneurs à domicile soient des femmes qui pratiquent à temps partiel une activité artisanale à la maison dans le but d'en tirer un revenu supplémentaire. Ce stéréotype sur les entreprises à domicile est toutefois non fondé.

L'étude récente de Leslie Roberts sur la démarche commerciale des entrepreneurs à révélé que les Canadiens offrent, depuis leur domicile, des services commerciaux, professionnels et personnels variés, ainsi que divers services de santé; ils travaillent de façon autonome dans les domaines de la vente, du journalisme, des beaux-arts ou des arts graphiques ou visuels; ils exploitent des commerces de gros ou de détail, des entreprises de fabrication (aliments, textiles, arts, artisanat), des entreprises de construction (et métiers connexes), des sociétés de crédit, des compagnies d'assurance et des sociétés immobilières; ils gèrent des exploitations agricoles, forestières et minières et des pêcheries.

Type d'entreprise



Les personnes âgées de 25 à 40 ans sont plus susceptibles que d'autres de se lancer en affaires. En effet, elles ont accumulé suffisamment d'expérience, de compétences, de confiance en soi et d'argent pour faire le saut, sans être encore tenues par des obligations financières et familiales ou sans avoir encore occupé un poste de prestige ou de responsabilité dans une grande organisation.

Suite page 3

Industry Canada
Library Queen

JUL 28 1999

Industrie Canada
Bibliothèque Queen

JUILLET-SEPTEMBRE 1999

VOLUME NUMÉRO 2 ÉDITION NUMÉRO 3

Message de Ronald Duhamel

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

« J'apprécie d'avoir l'occasion d'écrire un article dans chaque numéro d'Accès Ouest pour vous faire part de mes réflexions sur les activités du Ministère et sur ses projets à venir. »

En tant que ministre chargé de la croissance et du développement économique des petites entreprises dans l'Ouest canadien, DEO comprend depuis longtemps jusqu'à quel point il importe de concilier les besoins sociaux et économiques des Canadiens de l'Ouest aux impératifs de protection de l'environnement. Récemment, le Canada a ratifié le protocole de Kyoto, s'engageant à favoriser la réduction des émissions de gaz à effet de serre qui sont responsables des changements climatiques.

Bien qu'on ne puisse déterminer avec certitude l'ampleur des changements climatiques qui se produiront dans l'avenir, le fait reste que notre climat change et que nous commençons déjà à en ressentir les effets. Nous devons commencer à réduire ce phénomène et apprendre comment nous y adapter.

Ce que nous savons des changements climatiques suscite certaines inquiétudes qui sont scientifiquement fondées; en effet, l'influence humaine sur le climat semble être détectable. Notre climat manifeste des changements qui vont au-delà de la variabilité naturelle. Par conséquent, la voie à suivre est claire.

La protection de l'environnement est un défi mondial qui nécessite une collaboration sur tous les fronts. DEO, en collaboration avec d'autres ministères fédéraux, travaille activement en vue de mieux sensibiliser les Canadiens de l'Ouest aux questions environnementales et de leur fournir assez d'information pour qu'ils puissent prendre des décisions éclairées. Nous voulons permettre aux petites entreprises de l'Ouest canadien de profiter des occasions économiques engendrées par ces changements climatiques.

DEO travaille en collaboration avec le programme de Mesures précoces en matière de technologie (TEAM) pour veiller à ce que les entreprises canadiennes aient accès aux fonds que l'administration fédérale consacre aux projets de démonstration de la technologie dans les secteurs urbains et ruraux. TEAM soutient les programmes fédéraux qui financent des projets technologiques visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre, tant au Canada qu'à l'échelle internationale, tout en appuyant le développement économique et social.

En plus de collaborer avec TEAM, le Ministère mène d'autres activités. En voici quelques-unes :

- parrainage dans l'Ouest canadien de quatre conférences consacrées aux divers éléments du changement climatique;
- campagne de sensibilisation visant à fournir aux Canadiens de l'Ouest un accès facile aux renseignements sur les changements climatiques;

- dans le cadre de l'Entente de partenariat pour le développement économique de l'Ouest canadien et d'autres mécanismes, nous travaillons de concert avec les administrations provinciales pour veiller à la création d'installations de recherche capables d'explorer l'incidence des changements climatiques dans l'Ouest canadien et de développer des technologies susceptibles de réduire les émissions de gaz à effet de serre.

Au cours de l'année qui vient, DEO se joindra à TEAM pour exposer certains projets de démonstration dans l'Ouest. Une des forces de DEO réside dans sa capacité de faire ressortir les possibilités économiques du phénomène des changements climatiques grâce à des mécanismes de prestation reliés à plus de 100 points de service dans les régions rurales et urbaines de l'Ouest canadien. DEO est en mesure d'aider les entreprises de l'Ouest canadien à adapter, à intégrer et à développer des technologies et des pratiques ainsi qu'à entreprendre des projets relatifs aux changements climatiques.

Que ce soit entre les ministères, les trois ordres de gouvernement ou même entre les secteurs, la collaboration est un des principaux facteurs qui aident tous les intervenants à élever le degré de sensibilisation aux changements climatiques. Aucune organisation, aucun organisme n'a les ressources ou le savoir-faire pour entreprendre seul cette tâche; nous devons travailler ensemble pour réussir.

DEO s'est engagé à travailler en partenariat avec Industrie Canada, Environnement Canada et le Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada en vue de fournir aux Canadiens de l'Ouest les renseignements les plus récents sur les changements climatiques. En travaillant ensemble, nous serons en mesure d'aborder cet énorme changement horizontal et d'améliorer la situation dans l'Ouest.

Pour plus de renseignements sur les changements climatiques, il suffit de visiter l'un ou l'autre des sites Web suivants :

Gouvernement du Canada	http://climatechange.gc.ca http://canada.gc.ca/othergov/prov_f.html
Environnement Canada	http://www.ec.gc.ca/fenvhome.html http://www.mb.ec.gc.ca
Ressources naturelles Canada	http://www.NRCan.gc.ca
Industrie Canada	http://strategis.ic.gc.ca

Changements climatiques : Les gaz à effets de serre s'accumulent dans l'atmosphère à une vitesse inégale et engendrent une hausse des températures du globe. Les scientifiques estiment que le réchauffement du globe aura de vastes répercussions, y compris une élévation du niveau de la mer, des phénomènes météorologiques plus fréquents et plus intenses ainsi que des températures saisonnières plus extrêmes. Les principales causes de ces changements climatiques sont les activités industrielles à l'échelle mondiale ainsi que l'utilisation d'énergie. Les mesures visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre sont, par conséquent, une importante étape vers la résolution du problème.

Principales conclusions de l'étude

Dans son étude, Roberts a examiné les différences entre la démarche commerciale des entrepreneurs à domicile et celle des propriétaires de petites entreprises non domiciliaires.

- Les entrepreneurs à domicile y sont définis comme des personnes qui possèdent et exploitent une entreprise indépendante à but lucratif à partir de leur lieu principal de résidence.
- Les propriétaires d'entreprise non domiciliaire sont des personnes qui possèdent et exploitent une entreprise indépendante à but lucratif dans des locaux commerciaux.

On peut conclure d'après les résultats des recherches de Roberts que les entrepreneurs à domicile conçoivent l'entrepreneuriat avec la même conviction que ceux qui choisissent d'assumer des obligations financières plus lourdes en devenant propriétaires d'une petite entreprise commerciale non domiciliaire.



En outre, toujours en ce qui a trait à la conduite des affaires, les entrepreneurs à domicile s'apparentent davantage aux propriétaires de petites entreprises commerciales qu'aux employés d'une organisation. L'étude révèle que, bien qu'ils soient parfois « poussés vers l'entrepreneuriat » par un événement comme la perte d'un emploi, ils ont en affaires un comportement semblable à celui des entrepreneurs « attirés » par l'entrepreneuriat.

Fait important à noter, les entrepreneurs à domicile semblent avoir tout aussi à cœur que les autres les aspects suivants de l'entrepreneuriat :

Réussir en affaires

Les propriétaires d'entreprises à domicile souhaitent réussir pour le sentiment de satisfaction personnelle que cela leur procure. Ils trouvent valorisant le fait de voir leurs travaux figurer parmi les meilleurs et tirent une fierté légitime de leurs réalisations. À leur avis, les ingrédients de la réussite en affaires consistent en ceci : éviter de faire traîner les choses; utiliser son temps efficacement; s'efforcer consciencieusement de tirer le maximum des ressources commerciales à sa disposition; et s'obliger à poser quotidiennement un geste important et significatif.

Les entrepreneurs à domicile estiment qu'il est capital d'utiliser son temps à bon escient et consacrent beaucoup de temps à planifier l'avenir de leur entreprise. Ils adoptent

aussi une attitude proactive en ceci qu'ils pensent davantage aux possibilités de demain qu'aux réalisations d'hier.

Faire preuve d'innovation dans la conduite des affaires

Pour les entrepreneurs à domicile, rien n'est plus stimulant que de faire preuve d'innovation et d'ingéniosité en appliquant de vieux concepts. Ils aiment : mettre en doute des postulats; contester le bien-fondé de procédures établies; chercher constamment de nouvelles manières de faire des affaires; et trouver des collègues enthousiastes à l'idée d'innover. Ils sont d'avis que, pour réussir, il leur faut recourir à des pratiques pouvant paraître inusitées à première vue.

Ces entrepreneurs croient en outre qu'ils doivent passer du temps chaque jour à explorer de nouvelles possibilités. Ils s'affairent à étudier plusieurs idées à la fois et aiment être les instigateurs de changements dans la conduite des affaires.

Ils estiment que les entreprises qui n'intègrent de changements radicaux de temps à autre ont tendance à s'enliser.

Prendre de l'expansion

Les entrepreneurs à domicile souhaitent faire grossir leur entreprise, en accroissant tant les recettes que le nombre d'emplois. Toutefois, une orientation plus forte sur l'accroissement des recettes plutôt que sur le nombre d'emplois suggère que les entrepreneurs à domicile ne souhaitent pas agrandir beaucoup leur entreprise (moins de 5 employés).

La conclusion voulant que les entrepreneurs à domicile aient un sens des affaires aussi aiguisé que celui des propriétaires de petites entreprises commerciales contredit diverses conceptions, non scientifiques, que l'on a généralement sur entrepreneurs à domicile, que beaucoup de gens ne considèrent pas comme de « vrais entrepreneurs ». Les constatations de Roberts semblent démentir l'idée que les entreprises à domicile sont de type artisanal et exploitées essentiellement par des femmes comme source de revenu supplémentaire.

Les résultats de l'étude portent à conclure également que certaines organisations, dont Diversification de l'économie de l'Ouest, les Sociétés d'aide au développement des collectivités, les Centres de services aux entreprises du Canada et les Centres de services pour les femmes entrepreneurs, pourraient jouer un rôle davantage proactif dans le développement des entreprises à domicile. On devrait offrir aux entrepreneurs des programmes d'études ou des services de consultation sur l'exploitation au quotidien d'une entreprise afin de les aider à accroître leurs connaissances à ce chapitre.

Leslie Roberts est chargée de cours à la School for Business & Entrepreneurial Studies du Mount Royal College. Elle a passé récemment son doctorat à l'Université de Calgary.

Le commerce électronique : une solution d'affaires

par Carla Boudreau

Alors que le Canada se prépare à aborder le nouveau millénaire, le nombre de petites entreprises et d'entrepreneurs qui choisissent le commerce électronique pour leurs entreprises commerciales croît sans cesse. Cette croissance, de même que l'augmentation soudaine du nombre de petites entreprises qui se lancent dans le commerce international, pourraient devenir des facteurs considérables sur le plan du renforcement de l'économie de l'Ouest. Le commerce électronique est un moyen efficace de pénétrer dans de nouveaux marchés et offre de nombreux avantages aux petits entrepreneurs tout en leur permettant de mieux contribuer à l'économie croissante de l'Ouest.

Voici certains avantages du commerce électronique :

1. Il ouvre des marchés supplémentaires où votre entreprise peut vendre ses produits et ses services.
2. Les clients ont accès aux produits 24 heures par jour.
3. Les procédures des petites entreprises sont simplifiées et rationalisées grâce à la réduction des retards causés par les fonctions auxiliaires puisqu'une grande partie de la paperasserie comme les rapports administratifs, la facturation et la correspondance peuvent être effectués par voie électronique. Ce phénomène, à son tour, permet de réduire l'utilisation des modes traditionnels d'échange de renseignements, comme les documents et les transactions sur papier. En outre, les petites entreprises peuvent ainsi réduire leur consommation de papier et réduire les rebuts qui aboutissent dans l'environnement. UNE PETITE ENTREPRISE EST BONNE POUR L'ENVIRONNEMENT.
4. Le commerce électronique permet d'accélérer les négociations relatives aux contrats et aux lettres de crédit puisque les parties qui évaluent les documents ont des mots de passe de sécurité pour obtenir des documents spécifiques et faire rapidement des modifications.
5. L'information circule plus rapidement, elle est plus coordonnée et plus précise lorsqu'elle est traitée par voie électronique. Ainsi, les entreprises sont plus efficaces. L'entrepreneur sait exactement quelle proportion de ses ventes proviennent du commerce électronique puisqu'il peut évaluer tous les renseignements énoncés ci-dessus.

Qu'est-ce que tout ceci change pour vous et votre petite entreprise? La réponse est bien simple : DIVERSIFICATION. Il suffit de quelques démarches pour que votre entreprise puisse profiter des avantages du commerce électronique.

Voici un scénario qui illustre comment une petite entreprise installée dans un secteur rural de l'Ouest canadien peut se lancer dans le commerce électronique.

Il y a cinq ans, Mme X a lancé une entreprise à domicile dans sa collectivité rurale. Son entreprise a eu du succès, produisant chaque année un petit bénéfice. Cependant, depuis trois ans, le bassin de clientèle et la marge de profit de l'entreprise de Mme X sont restés les mêmes. Son entreprise n'a connu aucune croissance. Bien qu'ayant une entreprise stable, Mme X se rend compte qu'elle dépend trop d'un nombre restreint de clients et, même si elle n'a encore aucun concurrent, elle estime que l'arrivée de la concurrence n'est qu'une question de temps.

Mme X veut attirer une nouvelle clientèle pour élargir son entreprise. Par contre, son emplacement pose un problème. Où pourra-t-elle trouver de nouveaux clients dans une si petite région? Consciente qu'elle ne peut pas déménager l'entreprise et qu'elle n'est pas disposée à se déplacer pour mettre sur pied un nouvel emplacement, Mme X se demande comment continuer à exploiter son entreprise à domicile tout en lançant son produit dans d'autres régions.

La technologie lui offre une solution. Mme X pourrait examiner la possibilité de commercialiser son produit sur Internet grâce au commerce électronique. En établissant un site Web pour son entreprise, Mme X peut conserver son entreprise à domicile et néanmoins offrir son produit sur d'autres marchés. Elle peut toujours gérer ses nouveaux marchés à partir de son domicile et limiter les frais généraux supplémentaires.

Les personnes qui achètent sur Internet sont-elles réellement nombreuses? Les économistes de l'Organisation mondiale du commerce estiment qu'à l'échelle mondiale, il y aura plus de 300 millions d'internautes d'ici l'an 2000. Un sondage effectué en juin 1998 par Ekos Research Associates a révélé que plus d'un Canadien sur trois prévoit faire des achats sur Internet au cours des trois prochaines années. Il ne fait aucun doute qu'il existe un marché pour la vente sur Internet. Pourquoi ne pas en profiter?

Lorsque vous décidez de vous lancer dans le monde du commerce électronique, il importe de ne pas négliger la recherche. Examinez toutes les options dont vous disposez pour la vente de vos produits sur Internet et la conception d'un site Web. Consultez des experts pour des questions comme l'emballage, le transport, la manutention, les formalités douanières, les aspects juridiques, etc. Vous aurez besoin d'information sur les ventes internationales. Après tout, le marketing sur Internet ne connaît pas de frontières.

Si vous voulez vendre vos produits ou vos services sur Internet, vous avez trois choix :

1. Vous procurer des logiciels spécialisés, concevoir votre propre site Web et veiller vous-même à la publicité et à la vente de vos produits. Cependant, si vous n'êtes pas parfaitement à l'aise avec la technologie informatique et l'Internet, cette option n'est peut-être pas pour vous.



2. Engager une entreprise spécialisée pour la conception de votre site Web. Assurez-vous que votre spécialiste comprend votre la nature de votre entreprise et vous fournit un site convivial que vous pourrez gérer et mettre à jour.
3. Si vous êtes tout à fait indécis sur la marche à suivre pour vous lancer dans le commerce électronique, vous pouvez communiquer avec Industrie Canada (<http://strategis.ic.gc.ca/cs>) et profiter du projet **Comptoirs commerciaux communautaires**. On vous apprendra comment gérer votre marketing sur Internet et exploiter votre site. Si vous n'avez pas de site, le projet Comptoirs commerciaux communautaires peut, pour la somme de 300 \$ (250 \$ pour les organisations à but non lucratif), vous aider à créer un site de deux pages contenant tous les éléments nécessaires, y compris des paniers pour les achats électroniques, des procédures de sécurité pour les transactions par carte de crédit et même des opérations bancaires.

Si votre entreprise possède déjà un site Web, mais que vous ne vendez pas vos produits ou vos services en direct, vous devriez peut-être communiquer avec Comptoirs commerciaux communautaires ou engager une entreprise spécialisée qui vous aidera à modifier votre site actuel pour y inclure des capacités de commerce électronique.

Le projet Comptoirs commerciaux communautaires gagne rapidement en popularité. Depuis novembre 1998, 100 commerces et 32 organisations à but non lucratif ont été établis et on travaille actuellement à mettre 50 nouveaux commerces sur pied.

Le commerce électronique offre une solution à un problème commercial. Il peut aider à réduire les frais généraux, à entretenir de bonnes relations avec les clients et à renforcer votre clientèle. Tout ceci devient possible grâce à la technologie.

Faits – Cartes de Crédit Le saviez-vous?...

- En 1998, 47 p. 100 des petites et moyennes entreprises se sont servies de cartes de crédit pour obtenir du financement alors qu'elles n'étaient que 34 p. 100 en 1997.
- 43 p. 100 d'entre elles affirment qu'elles continueront à utiliser des cartes de crédit en 1999.
- En 1998, 38 p. 100 des petites et moyennes entreprises ont remboursé chaque mois l'ensemble de leurs soldes au lieu de 59 p. 100 en 1997.
- 18 p. 100 des entreprises interrogées possèdent deux ou trois cartes; elles sont 5 p. 100 à en posséder plus de quatre.
- 49 p. 100 des entreprises qui comptent moins de 20 employés font un usage fréquent des cartes de crédit alors que seulement 27 p. 100 des entreprises qui comptent plus de 20 employés sont dans cette situation.

(Source : sondage mené auprès des petites et moyennes entreprises par l'Enterprise Group and National Small Business United d'Arthur Andersen)

Sept termes de commerce électronique qu'il faut connaître :

Si vous contemplez la possibilité de brancher votre entreprise sur Internet ou même si vous faites des achats sur Internet, voici quelques termes qu'il est important de connaître :

1. **Fonds électroniques** : Permet aux clients de payer pour des biens et des services en transmettant un numéro d'un ordinateur à un autre. Chaque numéro est émis par une banque et représente une somme d'argent réel. Ce numéro est anonyme, réutilisable et ne permet absolument pas au vendeur d'avoir accès aux renseignements sur le client.
2. **Certificats numérisés** : Annexe à un message électronique utilisée pour des raisons de sécurité. On l'utilise souvent pour vérifier que l'utilisateur qui envoie le message est bel et bien celui ou celle qu'il prétend être. Le destinataire peut également s'en servir pour encoder une réponse.
3. **Portefeuille électronique** : Il s'agit d'un logiciel d'encodage qui sert de portefeuille lors des transactions de commerce électronique. Le portefeuille peut contenir les renseignements de paiement du client, un certificat numérique pour identifier l'utilisateur et des renseignements relatifs à l'expédition. Ce logiciel facilite la rapidité des transactions et protège les consommateurs contre la fraude.
4. **EED** : Échange électronique de données désigne tout simplement l'échange de données entre diverses entreprises qui utilisent des réseaux comme Internet.
5. **SET** : Secure Electronic Transaction est une nouvelle norme qui permet d'effectuer en toute sécurité des transactions par carte de crédit sur Internet. En utilisant des signatures numérisées, le SET vérifie l'identité d'un acheteur et protège ce dernier en effectuant les vérifications directement auprès de l'institution émettrice afin que le commerçant ne puisse pas voir le numéro.
6. **Cartes à mémoire** : Cartes semblables aux cartes de crédit qui contiennent de la mémoire électronique et souvent un circuit intégré (CI). Parfois appelées cartes à microcircuit, ces cartes peuvent être utilisées pour stocker des dossiers médicaux, de l'argent numérique et pour générer des identifications de réseau.
7. **Cookies** : Désigne un message transmis à un navigateur par le serveur Web. Ce message sera conservé dans un fichier texte appelé cookie.txt et renvoyé au serveur chaque fois que le navigateur demande une page de ce serveur. Ce message a pour but d'identifier les utilisateurs et, parfois, d'aider à élaborer des pages Web susceptibles de mieux leur convenir.

Tribune libre

J'exploite avec succès ma propre entreprise depuis un an et demi, et je suis maintenant prêt à engager mon premier employé. Puisque je n'ai jamais engagé personne auparavant, pourriez-vous m'indiquer comment procéder pour engager la personne la plus qualifiée pour le poste?

Nous avons présenté cette requête à Sue Gingerich, conseillère en entreprise de la Yellowhead East Business Development Corporation, qui appartient au Réseau de services aux entreprises de l'Ouest canadien.

Voici quelques conseils très simples qui vous aideront lorsque vous engagerez un nouvel employé :

1. D'abord, évaluez les besoins de votre entreprise. Quelles sont les tâches à accomplir? Quelles sont les compétences nécessaires pour accomplir ces tâches?
 2. Rédigez une description de travail. Énumérez toutes les tâches que votre nouvel employé devra accomplir. Mettez-y également les compétences nécessaires pour s'acquitter de ces tâches ou les types de formation préalable qui seraient utiles pour ce poste.
 3. À partir de votre description de travail, effectuez des recherches pour trouver l'employé qui vous convient. Voici quelques endroits où effectuer vos recherches :
 - Bureaux de placement, professeurs et enseignants dans les établissements d'enseignement locaux (universités, collèges, écoles secondaires), bureaux d'emploi locaux, vos propres dossiers, services de placement privés, personnes recommandées par des amis, par d'autres entreprises ou par d'autres employés.
 4. Faites une sélection parmi les candidats. Commencez par l'ensemble des demandes d'emploi, et comparez les demandes ou les curriculum vitae à votre description de travail. Vous pouvez les regrouper ainsi : a) excellents candidats qui correspondent de près à la description de travail, b) bons candidats, mais qui ne possèdent pas toutes les qualifications requises, c) candidats non qualifiés ou qui ne conviennent pas pour le poste.
 5. Menez des entrevues avec les candidats. Faites d'abord subir des entrevues à tous les candidats du groupe A. Si aucun d'entre eux ne semble convenir ou n'est disponible, passez au groupe B. Si personne dans ce groupe ne convient, il ne faut pas avoir recours au groupe C. La plupart du temps, vous perdrez moins de temps en cherchant à obtenir de nouvelles candidatures.
- C'est à l'étape de l'entrevue que vous déterminez si les candidats conviennent à votre entreprise. Utilisez un agencement de questions ouvertes et fermées comme :
- Selon vous, quelles compétences avez-vous à nous offrir?
 - Qu'avez-vous le plus apprécié ou détesté dans votre dernier emploi?
 - Quelles sont vos ambitions professionnelles?
 - Nommez trois adjectifs que vos amis utiliseraient pour vous décrire?
- La mise en situation est une autre technique d'entrevue très courante.
- Il est parfois nécessaire de mener une deuxième série d'entrevues lorsque le nombre initial de candidats est très élevé. Si le nouvel employé sera placé sous la direction d'un tiers, il pourrait être avisé d'inviter cette personne à assister à la première ou à la deuxième série d'entrevues. Veillez à établir clairement la date où l'employé commencera à travailler, les conditions salariales et vos attentes.
6. Vous pouvez vérifier les références lorsque vous avez choisi un candidat. Il est inutile de vérifier les références de plusieurs candidats alors qu'un seul d'entre eux obtiendra le poste, à moins, bien sûr, que vous soyez indécis sur ce point. Le fait de vérifier les références peut alors vous aider à faire votre choix.
 7. Appelez le candidat de votre choix et offrez-lui le poste.
 8. L'étape suivante est l'orientation : les rouages du bureau ou de l'atelier, à qui s'adresser pour obtenir de l'aide, les règles tacites de l'entreprise, où se renseigner lorsqu'il n'y a personne au bureau pour aider le nouvel employé.
 9. Formation. À ne pas confondre avec l'orientation. Il faut toujours donner le temps à un nouvel employé de sentir qu'il sait s'orienter avant d'entreprendre sa formation. Une formation commencée trop vite ne donnera pas des résultats satisfaisants. Tout est alors trop nouveau et trop confus. Selon le type d'emploi, il faut attendre plusieurs heures ou plusieurs jours avant que le nouvel employé ne soit prêt à commencer sa formation.
 10. Il faut toujours assurer un suivi auprès du nouvel employé. Quels aspects de son poste préfère-t-il? Quels sont les éléments qui se sont avérés plus difficiles que prévu? Dans quelle mesure l'employé répond-il à vos attentes?
- Il ne faut surtout pas croire que, parce que vous avez engagé le meilleur candidat possible, vous n'aurez plus jamais à vous en préoccuper. Pour chaque type d'employé, il faut utiliser une technique de gestion différente. Il importe donc de connaître votre employé ainsi que son degré d'enthousiasme et d'aptitudes avant de pouvoir le laisser voler de ses propres ailes.



Soyez prêt... l'offensive est la meilleure défense

Préparez votre ferme ou votre entreprise pour le problème de l'an 2000

Les derniers rapports sur l'an 2000 laissent entendre qu'il n'y aura aucune interruption du courant électrique et des communications, et que le degré de préparation au problème de l'an 2000 dans des secteurs comme l'industrie du pétrole et du gaz, les transports et les banques a beaucoup progressé. Les problèmes d'infrastructures ne dureront que quelques heures ou, tout au plus, quelques jours. Cependant, nous savons très bien que pour certains dans le secteur agricole, même une interruption de quelques heures présente des risques considérables.

Selon les études d'Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC), le secteur agroalimentaire s'est bien préparé pour l'arrivée de l'an 2000. Dans l'ensemble, la plupart des entreprises en sont à l'étape « des réparations et de la mise à l'essai ».

Par contre, ces études, et quelques autres, ont révélé que les agriculteurs et les entrepreneurs auraient avantage à améliorer leurs plans d'urgence.

D'après AAC, les producteurs et les entreprises agroalimentaires semblent rassurés par le fait qu'ils sont conscients du problème et qu'ils s'y préparent quand ils le jugent nécessaire. Cependant, ils n'envisagent peut-être pas clairement comment ce problème pourrait avoir des répercussions tout à fait hors de leur contrôle.



Comment élaborer votre plan d'urgence

Les plans d'urgence établissent les mesures à prendre lorsque les infrastructures font défaut (p. ex. les pannes de courant, la perte de l'eau courante, la pénurie de fourrage pour les animaux) pour veiller à ce que l'entreprise ou l'exploitation agricole continue à fonctionner. Ils proposent des solutions utiles si les services fournis par d'autres sont interrompus.

L'élaboration d'un plan d'urgence est relativement simple. Vous n'avez qu'à suivre ces quelques étapes :

1. Premièrement, **déterminez les systèmes critiques** – cernez les activités que vous ne pouvez effectuer sans : ventilation, réfrigération, renseignements budgétaires ou relatifs à la livraison, etc.
2. Deuxièmement, **déterminez ce qu'il faut faire pour régler le problème** – trouvez des exemples du type d'urgences auxquelles vous aurez à faire face et déterminez comment procéder pour régler la situation. Déterminez tout ce qui peut être fait manuellement et pour combien de temps, s'il convient d'acheter une génératrice, etc.
3. **Déterminez le nombre de personnes dont vous aurez besoin pour mettre votre plan à exécution.** Demandez-vous si vous aurez besoin d'employés supplémentaires pour exécuter la charge de travail accrue.
4. **Mettez votre plan par écrit.** Si vous n'êtes pas sur les lieux lorsqu'une urgence survient, ceux qui s'y trouvent auront besoin de savoir comment procéder. Expliquez votre plan d'urgence à votre conjoint(e) ou à vos employés. N'oubliez surtout pas de ranger votre plan d'urgence à un endroit visible et facile d'accès.
5. **Mettez votre plan à l'essai** pour vous assurer qu'il est complet et qu'il répond à tous vos besoins. Communiquez avec l'autorité locale en matière d'urgence; cette personne pourra vous donner des conseils précieux et professionnels.

N'oubliez pas les ramifications d'ordre juridique. Vous et votre entreprise pourriez faire l'objet de poursuites judiciaires de la part de clients, de fournisseurs ou d'associés pour ne pas avoir respecté les conditions de votre contrat ou de votre entente avec eux. Il est impératif que vous fassiez preuve de toute la « diligence voulue » quant au respect des exigences en matière de conformité au problème de l'an 2000. Le fait d'avoir élaboré un plan d'urgence vous aidera sur ce point.

Vous pourriez trouver utile d'avoir un plan d'urgence s'il survenait d'autres problèmes comme une tempête, une inondation ou un autre désastre du même genre. Chose certaine, vous ne pouvez pas rester à rien faire ou faire comme si le problème n'existait pas. Malheureusement, les désastres naturels deviennent de plus en plus fréquents au Canada et les conséquences sont parfois coûteuses, perturbantes et stressantes.

« Toujours prêts » est peut-être une devise bien connue des enfants, mais elle est tout aussi valable en affaires. Prévoir, planifier et prendre des dispositions pour votre ferme ou votre entreprise pourrait vous permettre de vous en sortir indemne s'il survenait une urgence.

Information disponible

Pour plus de renseignements sur le problème de l'an 2000, visitez le site Web d'AAC à l'adresse suivante : <http://laceis.agr.ca/policy/y2k> ou appelez la ligne d'information sur le problème de l'an 2000 au 1-800-270-8220.

Pour une copie de la brochure publiée conjointement par la Fédération canadienne de l'agriculture et le Conseil canadien de la gestion d'entreprise agricole sur les moyens de se préparer au problème de l'an 2000, communiquez avec AAC au 613-759-1000.



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

Quoi de neuf sur le Web

La grande nouvelle est que vous découvrirez bientôt le nouvel aspect du site Web du Ministère www.deo.gc.ca. En effet, nous restructurons actuellement le site de façon à le rendre plus convivial et plus sûr aussi bien pour les employés que pour les clients de DEO. Le contenu ne subira aucune modification, mais la présentation et les outils de navigation feront l'objet d'améliorations. L'une des importantes nouveautés de ce site est l'introduction d'une politique relative à la protection de la vie privée. Et pour cause, l'augmentation des activités sur Internet au cours des deux dernières années a mis au jour la nécessité de protéger la vie privée. Vu le nombre impressionnant de données qu'il est possible d'obtenir et de transmettre sur ce réseau, les utilisateurs d'Internet se font de plus en plus de soucis pour leur vie privée. La majorité des problèmes de ce type concernent les consommateurs ou les visiteurs d'Internet. Il est donc grand temps que nous mettions en œuvre des mesures efficaces pour assurer le respect de la vie privée sur les sites Web.

La protection de la vie privée

En règle générale, le public se sert souvent d'Internet pour communiquer ou obtenir des données. Dans le domaine du marketing, par exemple, il permet à ses utilisateurs de rassembler et de conserver une plus grande quantité de données et leur donne la possibilité d'entrer chaque jour en communication avec de nombreuses personnes. En dépit de tous ces avantages, le public ne cache pas son inquiétude en ce qui concerne les méthodes de traitement des données personnelles et commerciales. Bien que les renseignements commerciaux n'aient pas le même caractère privé, ce sentiment de crainte touche aussi bien les particuliers utilisateurs d'Internet que les entreprises qui se servent du réseau pour leurs transactions commerciales.

Les directives relatives à la protection de la vie privée

On-line Privacy Alliance, un groupe bénévole d'entreprises et d'associations internationales, conscient de l'ampleur du problème, élabore des initiatives d'autoréglementation ainsi que des directives pour assurer le respect de la vie privée.

Hewlett-Packard et la société IBM ont largement contribué à la création de l'Alliance qui a pour mandat d'empêcher la violation du droit à la vie privée. Ils espèrent que les démarches de l'Alliance

calmeront les inquiétudes du public concernant la sécurité des informations et des techniques de rassemblement des données.

En effet, les visiteurs qui communiquent des renseignements sur un site Web ont le droit de savoir si les données sont protégées ou si elles vont être échangées ou vendues à une autre organisation.

Aux États-Unis, l'équivalent du Conseil du Bureau d'éthique commerciale, BBBOnline à <http://bbbonline.org>, a élaboré un programme à l'intention des personnes soucieuses du respect de leur vie privée et offre son aide aux gens dont les droits ont été violés dans ce domaine.

Présentation de la politique relative à la protection de la vie privée

Une politique sur le respect de la vie privée assure à tous les utilisateurs de sites Web la protection de leur vie privée. Les utilisateurs d'Internet, qui diffusent et reçoivent instantanément des données informatiques détaillées et accessibles à l'échelle internationale, s'inquiètent à juste titre de la destination des données soumises et de l'utilisation qui en sera faite.

Selon BBBOnline, il est important de mettre en œuvre des politiques qui assurent aussi bien la protection des entités accessibles en direct que celle des particuliers qui utilisent le réseau. Des procédures de communication des renseignements faciles à trouver et à comprendre nous permettront de gagner la confiance des consommateurs et de créer avec eux des relations solides. Parallèlement, il convient d'offrir aux utilisateurs des moyens d'évaluer les sites, de faire des choix et de contrôler la destination des données ainsi que l'utilisation qui sera faite des informations personnelles qu'ils ont soumises.

Une politique de ce genre doit être mise en évidence et communiquer clairement auprès de tous les utilisateurs, qu'ils reçoivent des données ou non, quels types de renseignements sont recueillis et de quelle façon ils le sont, comment ces renseignements seront utilisés, qui sera autorisé à y accéder et, point essentiel, comment le consommateur pourra contrôler ces renseignements.

Les Services d'information élaborent actuellement une politique de protection de la vie privée servant à protéger le nouveau site Web de DEO. Nous espérons pouvoir la mettre en œuvre dans un avenir proche.

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

Colombie-Britannique
Éd. Price Waterhouse
601, rue Hastings Ouest
Bureau 700
Vancouver (C.-B.) V7X 1L3
(604) 666-6256

Alberta
Place du Canada
9700, avenue Jasper
Bureau 1500
Edmonton (Alberta) T5J 4H7
(780) 495-4164

639, 5^e Avenue S.-O.
Bureau 400
Calgary (Alberta) T2P 0M9
(403) 292-5458

Saskatchewan
C. P. 2025
Éd. S.J. Cohen
Bureau 601
Saskatoon (Sask.) S7K 3S7
(306) 975-4373

2^e étage
1925, rue Rose
Regina (Sask.) S4P 3P1
(306) 780-8080

Manitoba
C. P. 777
Éd. The Cargill
240, avenue Graham
Bureau 712
Winnipeg (Man.) R3C 2L4
(204) 983-0697



Si vous désirez contribuer à cette publication ou si vous avez des questions, veuillez s'il-vous-plait communiquer avec la directrice de la rédaction d'Accès Ouest, Johanna MacDonald, aux numéros suivants : Téléphone : (780) 495-4320
Télécopieur : (780) 495-6223 Adresse électronique : access.west@wd.gc.ca

Canada