

Accès Ouest

Diversification de l'économie de l'Ouest Canada

La réussite de votre entreprise

À mesure que votre entreprise vieillit et progresse, elle change et se perfectionne grâce à l'expérience acquise par l'équipe dirigeante et à votre connaissance du marché. Plus elle gagne en maturité et devient rentable, plus elle gagne en stabilité.

Mais la progression n'est jamais garantie. Beaucoup d'entreprises ne dépassent jamais le stade du lancement. Les propriétaires passent la majeure partie de leur temps à surmonter une crise après l'autre, à réagir à ce qui arrive à leur entreprise, au lieu d'élaborer et d'appliquer des stratégies minutieuses.

Il est vital de faire passer les entreprises aux stades de développement suivants. Une stagnation à l'un ou l'autre stade entraîne généralement un état d'épuisement chez les propriétaires, suivi de la fin ou de la vente de la société.

Voyez dans les stades suivants des marchepieds vers l'édification d'une entreprise forte et rentable, qui comblera vos rêves de succès. Vous pouvez déterminer clairement chaque stade en procédant à des mesures dans des domaines tels que le style de gestion et la régularité des bénéfices.

Stade 1 : le lancement

À ce stade, vous avez besoin d'un style de gestion très orienté vers les résultats et motivé par le succès. Vous devez être prêt et apte à courir des risques et à prendre rapidement des décisions, même dans les domaines où vous avez peu ou pas d'expérience. C'est à ce stade que vous commettrez et réparerez le plus d'erreurs.

Votre entreprise est-elle embourbée au stade du lancement? Passez en revue la liste de vérification n° 1 ci-dessous.

Liste de vérification n° 1

- ☐ Les ventes et les bénéfices sont irréguliers ou même inexistants.
- ☐ Les sommes investies sont supérieures à celles que vous en retirez.
- ☐ Vous n'avez pas de systèmes ou de travaux répétitifs dans votre entreprise. Tout est fait et décidé au fur et à mesure.
- ☐ Vous voyez les documents s'accumuler sur votre bureau non seulement parce que vous manquez de temps pour vous en occuper, mais aussi faute d'avoir un endroit ou un système qui vous permette de traiter chaque donnée d'information.
- ☐ Les tâches et les responsabilités ne sont ni séparées ni attribuées à des personnes séparées.

Suite page 3

Nouveau

**Sondage auprès
des lecteurs inclus**

Industry Canada
Library Queen

AVR 11 2000
APR

Industrie Canada
Bibliothèque Queen

JANVIER-MARS 2000

NUMÉRO 3 ÉDITION NUMÉRO 1

Message de Ronald Duhamel

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



Au cours des dix dernières années, le secteur de la petite entreprise a enregistré une croissance record dans l'ensemble du pays.

Depuis toujours, la mission de DEO consiste à promouvoir la création de partenariats judicieux et à aider les entrepreneurs et les petites entreprises à bénéficier des services dont ils ont besoin. Ces services ont, entre autres, pour objectifs de faciliter l'obtention

des capitaux nécessaires, d'étendre l'accès aux renseignements pertinents, d'assurer la mise sur pied et l'offre d'une aide ciblée, et de défendre, à Ottawa même, les intérêts des petites entreprises de l'Ouest canadien.

Au seuil du nouveau millénaire, nous cherchons à rééquilibrer l'ensemble de nos activités de manière à pouvoir surmonter plus efficacement les obstacles auxquels les entrepreneurs sont confrontés et qui freinent la croissance des PME. Pour ce faire, DEO a élaboré une stratégie qui nous permettra de restructurer nos services, de respecter les nouvelles priorités et de relever les nouveaux défis du XXI^e siècle.

Nous avons l'intention de rationaliser notre réseau de prestation des services actuel ainsi que l'affectation des fonds de prêt et d'investissement. Nous solliciterons la collaboration d'autres organisations gouvernementales afin de permettre à nos clients d'accéder plus facilement à d'autres marchés publics.

Notre travail consistera également à améliorer l'utilisation des programmes et des services d'expansion du commerce et des exportations. À cet égard, DEO s'est donné pour mission d'abattre les dernières barrières qui empêchent encore les entrepreneurs de l'Ouest canadien d'obtenir les capitaux dont ils ont besoin et d'aider les diplômés de niveau postsecondaire à obtenir un emploi ou à bénéficier d'un stage de formation à la hauteur de leurs compétences.

Nous mettons tout en œuvre pour élargir les possibilités d'exportation et de débouchés commerciaux des petites entreprises. De surcroît, DEO s'est engagé à maintenir des partenariats éprouvés avec des organisations financières et

communautaires clés qui peuvent nous aider à offrir plus efficacement nos programmes et nos services.

Au mois d'octobre, lors de son Discours du trône, la gouverneure générale, Adrienne Clarkson, a affirmé que la nouvelle économie, le savoir et l'innovation représentent la pierre angulaire de l'amélioration de la qualité et du niveau de vie. La recherche et le développement forment la base de l'innovation.

Notre gouvernement s'est fixé l'objectif ambitieux de constituer, en collaboration avec ses partenaires de l'ensemble du Canada, une infrastructure de pointe qui servira à perfectionner les compétences des travailleurs et à promouvoir la recherche et l'innovation.

À l'heure actuelle, DEO s'emploie à renforcer les activités qui permettent aux entreprises et aux institutions de l'Ouest canadien d'accroître leurs compétences et leurs capacités dans les domaines des technologies novatrices et des industries axées sur le savoir. Les programmes que nous élaborons et que nous mettons en œuvre ont pour objectif d'encourager les entrepreneurs de l'Ouest canadien à s'orienter vers l'innovation.

Conscient du fait que l'un des principaux problèmes qui se posent aux petites entreprises est leur incapacité à réaliser, dans le domaine de la recherche-développement, des investissements aussi importants que ceux consentis par les grandes entreprises, DEO joue un rôle de catalyseur en favorisant la collaboration des entreprises, des gouvernements provinciaux et d'autres partenaires dans le cadre de projets de recherche de pointe. À partir de l'an 2000, nous consacrerons des fonds plus importants à l'innovation et à la recherche-développement dans des secteurs axés sur la technologie et nous encouragerons la création de liens entre les entreprises et les institutions de l'Ouest et les initiatives et les programmes nationaux.

L'économie du savoir influence tous les secteurs. Des projets de recherche de grande envergure et le développement de technologies novatrices créent des débouchés pour les PME. Ce n'est pas par hasard que les quatre provinces de l'Ouest ont délivré un nombre de brevets par travailleur supérieur à celui de toutes les autres régions ou provinces du pays.

Actuellement, les petites entreprises de l'Ouest du Canada connaissent une croissance beaucoup plus importante que celles de toutes les autres régions du pays. Le rôle de DEO est d'aider les entreprises à se préparer pour le XXI^e siècle en améliorant leur productivité, leur compétitivité et leurs capacités d'innovation et de réseautage.

Suite de la page couverture

- ☐ Vous ne faites pas appel à des spécialistes de l'extérieur.
- ☐ Vous manquez chaque jour de temps pour faire ce que vous avez à faire.
- ☐ La direction porte tout son attention sur la recherche de clients et la création de produits et de services.
- ☐ Les résultats se font attendre bien plus longtemps que vous ne le pensiez au départ.

Si cette liste décrit assez bien où en est votre entreprise, vous pourriez peut-être analyser la situation et voir comment la consolider. Voici quelques-uns des aspects de votre entreprise sur lesquels vous devriez porter votre attention :

- Rédigez un plan d'entreprise, ventilé par mois et activités hebdomadaires.
- Prévoyez du temps entre vos tâches habituelles hebdomadaires pour examiner vos progrès et vos stratégies et les comparer à votre plan d'entreprise.
- Réparez correctement vos erreurs sans tarder. Vous n'avez pas assez de temps pour vous permettre de faire deux fois la même erreur.
- Profitez de l'expérience des autres. Entourez-vous d'un réseau d'entreprises plus solides et plus mûres.
- Envisagez votre entreprise sous l'angle d'un « rendement d'investissement ». Chaque dollar et chaque heure que vous y consacrez devraient vous apporter des profits supérieurs à ce que vous y avez mis.
- Prenez dès maintenant de bonnes habitudes de gestion; vous en aurez besoin à chaque étape, tout au long de la route.

Stade 2 : la croissance

Vous ne réagissez plus à ce qui arrive dans votre entreprise. Vous avez vu se concrétiser un grand nombre de vos attentes. Vous gagnez des parts de marché, mais pas assez pour que vos concurrents se manifestent. Vous avez maintenant plus de tâches répétitives qu'au stade du lancement, bien que vous ayez encore besoin d'avoir des compétences très générales et d'être capable de vous adapter à une vaste gamme de sollicitations. Vous avez commencé à détecter les bons plans et les mauvais. Vous constatez à présent un net rendement d'investissement, mais pas aussi élevé ni aussi régulier que prévu.

Passez en revue la liste de vérification n° 2 pour voir si votre entreprise a atteint le stade de la croissance.

Liste de vérification n° 2

- ☐ Elle se maintient au seuil de rentabilité et fait même à l'occasion un petit bénéfice.
- ☐ Vous mettez encore partout en place des systèmes et des stratégies.
- ☐ Vous commencez juste à vous faire des clients réguliers.
- ☐ Vous avez maintenant un marché ou une clientèle qui vous relance.

L'équipe dirigeante se consacre maintenant en grande partie au marketing bien que quelques problèmes de personnel commencent à apparaître.

Si vous voulez que votre entreprise dépasse le stade de la croissance, vous devez chercher des moyens de la rendre plus efficiente. Vous devriez peut-être aussi consulter des entrepreneurs qui ont louvoyé avec succès tout au long du stade de la croissance. Voici quelques mesures que vous pourriez prendre :

- Déléguez des tâches à la personne la plus compétente et non à celle qui a le plus de temps.
- Mettez au point des systèmes de marketing qui vous aideront à affronter vos concurrents; ils vont bientôt s'apercevoir de votre présence.
- Analysez les produits et services sous l'angle de leur rentabilité et renoncez à ceux qui ne vous donnent pas de bénéfices.
- Commencez à créer des fonctions de « spécialistes ». Établissez des plans de formation du personnel et des descriptions de travail pour chaque spécialiste, même si certaines personnes cumulent plusieurs postes.
- Créez un « comité consultatif » à partir de votre réseau pour vous maintenir dans l'axe de votre plan.

Stade 3 : le confort

C'est maintenant que vous obtenez pour presque chacune de vos activités un rendement d'investissement. Vous n'avez plus seulement à produire un chiffre d'affaires, mais plutôt à le faire grossir. Une grande partie de votre clientèle est maintenant composée d'acheteurs fidèles ou de personnes envoyées par vos clients actuels. Votre personnel connaît son travail et ses membres travaillent pour la plupart de façon autonome. Vous passez plus de temps chaque jour à vous occuper des ressources humaines et à planifier le trimestre suivant qu'à vous soucier des ventes quotidiennes et de la paperasserie de la veille.

Voir la liste de vérification n° 3 qui vous indiquera les signes prouvant que vous avez atteint le stade du confort.

AIDEZ-MOI! Je veux lancer mon entreprise sur Internet, mais je me sens complètement dépassé. Par où dois-je commencer?



Pour éviter toute cette confusion, je vous suggère de chercher et de choisir une entreprise (appelées parfois des administrateurs de site Web) qui pourra concevoir et héberger votre site Web selon vos spécifications.

L'entreprise que vous choisirez devra concevoir pour vous un site Web facile à télécharger sur les systèmes de la majorité

des utilisateurs et adapté à vos besoins. Elle devrait aussi vous offrir la possibilité d'annoncer votre site Web sur un des moteurs de recherche et fournir un rapport exhaustif des statistiques relatives à votre site.

Avant même de commencer à chercher un concepteur de site, nous vous suggérons cependant de vous familiariser avec ce domaine de sorte que vous sachiez bien dans quoi vous vous engagez si vous signez un contrat avec un administrateur de site Web. Une compréhension de base vous permettra de mieux travailler avec votre administrateur de site Web et d'obtenir un site taillé sur mesure pour vous et votre entreprise.

Huit choses que tous les sites Web devraient avoir

1. Carte du site

Même le site Web le plus simple devrait avoir une structure organisée. Une des meilleures façons de retenir l'attention de vos visiteurs est de leur offrir un lien évident vers une carte détaillée du site. Celle-ci doit être organisée de manière à leur permettre d'accéder rapidement au secteur qui les intéresse.

2. Barre de navigation

La barre de navigation doit inclure un bouton pour la page principale, un autre pour les personnes-ressources, encore un pour la page de commentaires ainsi que des boutons pour les principaux sujets traités dans le site. En outre, ces secteurs d'intérêt doivent correspondre aux sujets figurant dans la carte du site.

La barre de navigation est plus facile à utiliser si elle est placée dans la partie supérieure de la page et si elle reste pareille sur toutes les pages du site. Certains concepteurs placent leur barre au haut de chaque page, alors que d'autres préfèrent la méthode des écrans séparés.

Selon cette dernière méthode, les boutons sont affichés sur le côté de la page, dans un écran ou dans un cadre indépendant. Lorsqu'on clique sur un bouton, la page

correspondante s'affiche dans l'écran principal, généralement sur le côté gauche, ce qui facilite l'exploration du site.

3. Page des personnes-ressources

Les visiteurs aiment savoir que les renseignements qu'ils consultent proviennent de personnes en chair et en os. Il importe donc d'inclure des renseignements supplémentaires sur les personnes-ressources étant donné que la communication par courriel décourage certaines personnes, particulièrement les visiteurs qui n'ont pas de courriel à leur nom pour recevoir les réponses. Ainsi, il est préférable d'inclure une adresse postale et un nom de personne-ressource, ainsi que des numéros de téléphone et de télécopieur.

4. Formulaires de commentaires

Comme un grand nombre d'internautes naviguent sur Internet après les heures ouvrables, il est important d'inclure des formulaires de commentaires. Les visiteurs peuvent s'en servir pour demander des renseignements sans avoir à noter un numéro de téléphone et téléphoner plus tard. Ce genre de formulaire aide aussi les visiteurs qui n'ont pas de courriel à leur nom.

5. Contenu intéressant

Lorsque les visiteurs arrivent, ils s'attendent à apprendre tout ce qu'ils veulent savoir au sujet d'un site Web et des produits et services connexes. Un site qui vaut la peine d'être visité offre un contenu intéressant et pertinent à chaque page. Le truc consiste à éviter de transformer son site Web en une version en direct d'un document imprimé.

Pour attirer les clients, il importe d'adapter le niveau de la langue utilisé, en expliquant les termes techniques et le jargon. On peut également avoir recours aux encadrés pour expliquer séparément les points importants et ainsi garder la page nette et accessible.

6. Graphiques de qualité

Les images, les logos et les graphiques contribuent beaucoup à l'intérêt du site. Par contre, il ne faut pas exagérer. La meilleure option est d'afficher des graphiques éloquents qui aident à faire passer le message sans pour autant surcharger la mémoire ou allonger indûment les temps de chargement. Les graphiques doivent être petits et se charger rapidement, car les gens n'aiment pas attendre.

Un truc consiste à utiliser une coordination des couleurs dans tout le texte, jusqu'au moindre lien hypertexte. Évitez les couleurs bizarres pour les liens; bornez votre palette à des couleurs sobres mais attirantes.

Vous avez enfin votre site Web!

et maintenant ... ?

Faites-le savoir!

Lorsque la conception de votre site Web est terminée et que vous êtes prêt à le lancer, il est temps de faire connaître votre présence sur Internet. Le Web vous permet de faire connaître votre entreprise aux personnes qui recherchent le produit ou le service que vous offrez. Il vous permet de présenter, sur votre site, les mêmes renseignements que dans une publicité dans le journal, à la télévision, à la radio, par coupon-réponse ou sur une carte, et vous pouvez y inclure des articles téléchargeables. Il vous permet également d'accéder au plus grand bassin de clients au monde. Grâce à une publicité efficace sur votre site Web, votre entreprise pourrait connaître une importante croissance. Faites des offres gratuites ou organisez un concours sur votre site Web et les visiteurs afflueront.

Votre administrateur de site Web aura sûrement des choses intéressantes à vous proposer, dont les suivantes :

- annoncez votre site Web sur des moteurs ou des portiques de recherche (des moteurs de recherche plus grands et utilisés plus fréquemment) et dans des groupes de discussion ayant un lien avec vos produits ou vos services;
- affichez des avis dans les infogroupes;
- assurez-vous que vos pages Web contiennent un bon nombre de mots-clés;
- pour attirer un plus grand nombre de visiteurs sur votre site Web, envoyez un bulletin mensuel ou bimensuel par courriel à vos meilleurs clients;
- insérez votre nouvelle adresse Web sur vos cartes d'affaires, votre papier à en-tête ou d'autres formes de publicité que vous utilisez;
- faites annoncer votre site Web par les médias locaux si ce site mérite leur attention;
- essayez d'obtenir des liens ou des bannières hypertextes avec d'autres sites Web déjà populaires;
- soumettez votre site Web à d'autres sites qui évaluent des sites comme le vôtre.

Pour annoncer votre site Web par un lien ou une bannière hypertexte sur d'autres sites, ou pour le faire inclure sur un site évaluant les sites comme le vôtre, vous devez demander l'autorisation de ces sites. Habituellement, on exige certains frais minimaux, souvent un taux mensuel ou annuel.



En annonçant votre site de façon efficace, vous pouvez vous attendre à des résultats dans les premières semaines ou le premier mois. Souvenez-vous que l'Internet est vaste et que vos clients auront peut-être besoin d'un peu de temps pour vous trouver.

Lorsque votre site Web sera en fonction et que vous aurez commencé à l'annoncer, vous pouvez vous attendre à ce que des personnes d'un peu partout au monde désirent en savoir plus sur le produit que vous offrez, ou qu'ils aient envie de vous parler.

Vous devez vous attendre :

- à recevoir des messages par courriel ou par la poste régulière;
- à recevoir par courriel des réponses à vos formulaires de la part de clients intéressés à vos produits ou vos services;
- à recevoir des commandes;
- à devoir vérifier votre courriel tous les jours pour répondre rapidement aux demandes des clients puisque ces derniers s'attendent probablement à une réponse rapide;
- à recevoir des commentaires positifs et négatifs;
- à recevoir des appels téléphoniques si vous inscrivez un numéro de téléphone sans frais sur votre site;
- à recevoir des messages de publicistes qui veulent travailler avec vous;
- à recevoir des demandes d'emploi de personnes qui veulent travailler pour vous;
- à avoir des périodes où vous serez débordé et d'autres plus tranquilles;
- à devoir fournir une livraison rapide et opportune de vos produits ou de vos services;
- à recevoir des compliments pour un bon service à la clientèle ou des plaintes pour un service médiocre;
- à faire des profits comme n'importe quelle entreprise;
- à devoir améliorer votre site de façon continue si vous désirez continuer à attirer la clientèle.

Quelle que soit la page affichée, le bouton correspondant doit être en gris, éclairé ou mis en évidence d'une façon ou d'une autre. En fait, le bouton est inactif, mais il doit être mis en valeur d'une façon quelconque afin que le visiteur puisse se situer. Lorsque le visiteur quitte cette page vers une autre, le bouton redevient actif et celui de la nouvelle page doit être mis en valeur de la même façon.

7. Mécanismes de recherche

Ajouter un mécanisme de recherche à un site Internet est toujours une bonne idée. Les outils de recherche permettent aux utilisateurs de taper des mots clés ou une locution puis, en cliquant sur un bouton, d'obtenir une liste de toutes les pages du site contenant ces mots. Plus le site est grand, plus les visiteurs apprécieront cette fonction.

8. Liens pertinents

Tout site Web qui se respecte doit contenir des liens menant à d'autres sites connexes. Le World Wide Web est ainsi nommé en raison de l'interconnectivité de ses sites. Les meilleurs sites sont ceux qui offrent des liens vers d'autres sites contenant des renseignements sur un sujet connexe.

Liste de vérification n° 3

- ☐ Vos revenus et bénéfices sont réguliers et stables.
- ☐ Les tâches à exécuter sont pour la plupart routinières et répétitives.
- ☐ Des systèmes sont en place pour exécuter toutes les tâches et répondre aux besoins d'informations.
- ☐ Vous faites appel à des spécialistes extérieurs dans certains domaines, tels que la gestion juridique et financière.
- ☐ Les membres de votre personnel ont des attributions et des fonctions indépendantes les uns des autres.
- ☐ Votre société fonctionne en appliquant les stratégies définies dans son plan d'entreprise et propres à assurer un rendement d'investissement régulier.
- ☐ L'équipe dirigeante porte maintenant l'essentiel de son attention sur les ressources humaines en cherchant à donner à chaque personne exactement l'emploi qui convient.
- ☐ Chaque membre de l'organisation applique régulièrement les manuels des opérations et des politiques.
- ☐ Les nouveaux membres du personnel ont chacun un plan de formation et d'orientation pour leur poste.

C'est aussi le stade où beaucoup d'entre eux se demandent à nouveau jusqu'où ils veulent amener leur société et quelle est la dose de travail qu'ils sont prêts à fournir pour y parvenir. Si vous voulez rester à ce stade de rentabilité et de stabilité, vous devriez procéder comme suit :

- Acquérir des compétences en gestion pour analyser chaque domaine de votre société : finances, ressources humaines, marketing et exploitation.
- Comparer les réalisations de votre société avec votre plan d'entreprise.
- Ne créer de nouveaux produits et services que si la société en a réellement besoin.
- Vous assurer que tous les membres de votre équipe travaillent en harmonie les uns avec les autres et qu'aucun d'entre eux n'est indispensable.
- Consacrer un certain temps à étudier et à mettre au point les mesures à prendre par la suite dans votre société.

Stade 4 : l'expansion

Votre société fait maintenant régulièrement des bénéfices beaucoup plus élevés qu'au stade du confort. Au stade de l'expansion, vous ajoutez à nouveau des systèmes et du personnel à votre société. Ce stade ressemble beaucoup à celui de la croissance, car il fourmille de changements et regorge d'énergie créatrice. La plus grande différence entre les stades d'expansion et de croissance, c'est que dans le second, on parle de succès planifiés en fonction d'un rendement antérieur éprouvé, tandis que dans le premier les succès étaient le résultat d'erreurs et d'essais.

Votre style de gestion doit être à présent celui du coordonnateur et du visionnaire de l'équipe, capable de mener l'entreprise dans l'arène de la croissance rapide et du haut rendement d'investissement.

Voir la liste de vérification n° 4 pour déterminer si votre entreprise en est déjà au stade de l'expansion ou sur le point d'y parvenir.

Liste de vérification n° 4

- ☐ Vous avez régulièrement des bénéfices de plus de 20 p. 100 par an.
- ☐ Vos revenus proviennent de marchés et de clientèles diversifiés.
- ☐ Des systèmes efficaces et efficients sont en place dans toute la société.
- ☐ Chaque emploi est bien défini et assumé par un spécialiste.
- ☐ La direction porte l'essentiel de son attention sur l'augmentation des bénéfices de la société grâce à la diversification des marchés ou des emplacements.
- ☐ La direction est composée d'une équipe de spécialistes dans chaque service de l'entreprise.

Si vous êtes décidé à aller de l'avant, ayez présent à l'esprit ce qui suit :

- Apprenez à nouveau à prendre des risques, mais pas avant d'en avoir fait une solide analyse.
- Élaborez un plan d'expansion et ne vous en écarter pas.
- Assurez-vous que l'expansion complète et consolide les points forts de votre société telle qu'elle est.
- Maintenez l'expansion à un niveau compatible avec la demande du marché et les talents de votre équipe.
- Écoutez ce que votre équipe a à vous dire et faites-lui confiance. Donnez-lui plus de pouvoirs.

Savoir à partir de quand il faut lâcher prise est tout un art pour les propriétaires d'entreprises. Il arrive trop souvent que l'expansion soit bloquée parce que les propriétaires refusent de céder à d'autres certaines commandes. En se plaçant un peu en retrait par rapport aux tâches quotidiennes, ils peuvent se consacrer à la société et la mener à travers le stade de l'expansion jusqu'à la croissance et à la richesse réelles.

La croissance et le profit font l'entreprise ... Le personnel lui donne vie!

Le CD Go West lancé à temps pour le nouveau millénaire

Dans un flot de banderoles de couleur et devant une foule de 350 amateurs de musique surexcités, le nouveau double disque compact intitulé « **GO WEST : A Vital Collection of Western Music** » a été lancé le 14 octobre par Oryssia Lennie, sous-ministre de Diversification de l'économie de l'Ouest. « Je voudrais féliciter l'équipe des associations de l'industrie du disque de l'Ouest canadien ainsi que DEO pour avoir réussi à donner vie à cette merveilleuse idée grâce à un partenariat efficace entre le secteur public et le secteur privé », a déclaré M^{me} Lennie. « Ce disque témoigne de notre fantastique talent musical et il aidera à promouvoir l'industrie du disque de l'Ouest canadien. » Le lancement officiel a eu lieu pendant les cérémonies d'ouverture de la Semaine de la musique des Prairies au Pantages Playhouse Theatre, haut lieu historique de Winnipeg.

Le CD présente un échantillon de musiciens de talent de l'Ouest avec les mélodies de Jann Arden, les guitares endiablées de Huevos Rancheros, les « prairie-rockers » Wide Mouth Mason et les sons délicieux du jazz de Jennifer Janson. Le projet, financé par DEO pour le millénaire, a été coproduit par les associations de l'industrie du disque des quatre provinces de l'Ouest.

Des dispositions avaient été prises pour que le CD sorte dans divers magasins de musique, dont HMV, Music Baron et Sam The Record Man, à temps pour la période des achats de Noël. Vous pouvez aussi l'acheter en ligne à www.gowestcd.com. Le produit de la vente de ce CD permettra de créer un nouveau fonds pour financer les futurs projets de développement de la petite entreprise envisagés par les associations de l'industrie de la musique de l'Ouest canadien.

George Skinner, directeur général, de DEO – Manitoba, et Joyce Bateman Hancock, agente principale de projet, ont pris la direction des opérations et travaillé avec les associations à la production du CD. L'idée a été choisie au début de l'année par l'équipe chargée du projet du millénaire de DEO parmi toute une série de propositions.

L'équipe chargée du projet du millénaire de DEO est dirigée par Marcel Préville et Don LaBelle et elle comprend Joyce Bateman Hancock - Manitoba, Dale Nave - Saskatchewan, Lyn Bilida - Alberta et Kandice Johnson - Colombie-Britannique.



En octobre, à Winnipeg, la sous-ministre Oryssia Lennie (au centre) a présidé au lancement officiel du disque compact **GO WEST** édité spécialement par DEO, dans le cadre des cérémonies d'ouverture de la Semaine de la musique des Prairies. Joyce Bateman Hancock (à droite) et George Skinner (à gauche) se sont consacrés au projet depuis le début.

Note de la rédaction:

DEO Edmonton a récemment accueilli cinq élèves de 9^e pour une journée de la Semaine « Invitons nos jeunes au travail », afin de leur faire voir quel était le rapport entre leurs études et le monde du travail.

En ma qualité de rédacteur d'Accès Ouest, je n'ai pas perdu mon temps en les recrutant comme rédacteurs adjoints. Je voudrais remercier tout particulièrement Monika, Chris, Mathew, Jason et Kyle pour l'aide colossale qu'ils ont apportée en décidant quels articles devaient être publiés dans ce numéro, pourquoi et à quel endroit il fallait les mettre.

Ils ont trouvé que ma note devait être l'article-vedette, mais j'ai réussi à les convaincre du contraire.

Bonne chance à vous tous dans vos études et au plaisir de vous voir bientôt dans le monde du travail.



Aux côtés de Gary Webster, sous-ministre adjoint de DEO (au centre), se trouvent, de gauche à droite : Kyle Lickacz-Wood, Jason Faber, Mathew Brisbois, Chris Lennie et Monika Lang.



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

Nous avons révisé notre liste de diffusion pour mieux cibler notre public et pour mieux servir nos clients.

Si vous désirez vous abonner à cette publication gratuite ou vous faire rayer de la liste des abonnés, veuillez envoyer un courrier à l'adresse ci-dessous, ou bien télécopier ou laisser un message aux numéros qui suivent : access.west@wd.gc.ca Télécopieur : (780) 495-6223
Téléphone : (780) 495-4320 ou 1-800-338 9378

Prêts, 1 - 2 - 3, Faites une analyse comparative!

À l'attention des entrepreneurs et propriétaires de petites entreprises du Canada :

Cherchez-vous des outils pour vous aider à aller de l'avant dans cette économie où l'adrénaline coule à flot?

Voulez-vous savoir où se situe votre société par rapport à ses concurrents?

Êtes-vous en train d'établir un plan d'entreprise sans savoir par où commencer?

Dans Performance Plus, Industrie Canada donne la réponse à ces questions et bien plus encore.

Performance Plus se sert des Profils des petites entreprises de Statistique Canada pour vous donner des informations approfondies et détaillées sur plus de 600 secteurs d'activité de l'ensemble des provinces et territoires du Canada.

Tous les secteurs y sont représentés, de l'industrie laitière jusqu'aux chantiers navals, des télécommunications jusqu'aux services de soudage. Les données proviennent d'une série de déclarations d'impôts et elles comprennent une trentaine d'analyses comparatives du rendement sur toutes sortes de points, de la variation de vos dépenses selon les niveaux de revenu jusqu'à la prévision de la rentabilité.

Performance Plus, système convivial en ligne et totalement gratuit, est pour vous l'outil idéal pour vous aider à mettre votre entreprise sur la bonne voie et à prendre les meilleures décisions opérationnelles - rapidement, simplement et efficacement, à tout moment et n'importe où.

Performance Plus n'est pas un site Web ordinaire. Outre qu'il vous fournit l'information dont vous avez besoin pour faire vos analyses comparatives, il contient également un glossaire complet de termes, de données de base, d'options de recherche commodées, de témoignages d'utilisateurs de produits et de liens dynamiques avec toute une série de sites d'entreprises connexes.

Pour les 2,5 millions de petites et moyennes entreprises (PME) canadiennes et les 250 000 entrepreneurs qui se lancent en affaires tous les ans dans le pays, Performance Plus représente une véritable innovation.

« Les Profils des petites entreprises sont un élément utile de plus dans la boîte à outils du petit entrepreneur actuel ou en puissance. Les trouver sur Internet, c'est vraiment la cerise sur le gâteau. »

Oliver Bernuetz

Centre de services aux entreprises Canada/Manitoba - Winnipeg

Prenez dans votre ligne de mire l'amélioration de VOTRE rendement!

Performance Plus: <http://pme.ic.gc.ca>

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