

COIN DES PETITES ENTREPRISES

DÉFINITION : EN-TRE-PRE-NEUR

« **ENTREPRENEUR** » EST UN TERME COMMUNÉMENT UTILISÉ AUJOURD'HUI DANS LE MONDE DES AFFAIRES, EN CONSTANTE ÉVOLUTION ET INNOVANT. CE TERME ÉVOQUE L'IMAGE D'UNE PERSONNE QUI A DES IDÉES ET UNE VISION – QUI SAIT CE QU'ELLE VEUT ET RÉUSSIT À L'OBTENIR, UN PROPRIÉTAIRE D'ENTREPRISE. C'EST VRAI, MAIS EST-CE QUE CELA DÉFINIT VRAIMENT CE QU'EST UN ENTREPRENEUR? QUELS SONT LES TRAITS DE CARACTÈRE ET LES COMPÉTENCES NÉCESSAIRES? QUE CELA SIGNIFIE-T-IL D'AVOIR L'ESPRIT ENTREPRENEURIAL? POSSÉDEZ-VOUS LES QUALITÉS REQUISES?

Suite page 2

**Définition :
en-tre-pre-neur**
> pages 1-2

Message du ministre
> page 2

**Des missions
commerciales
renforcent les
liens avec l'Inde
et le Pakistan**
> page 3



**Investir dans les
jeunes entrepreneurs**
> page 4

**Le nombre
de femmes chefs
d'entreprise
augmente**
> page 5

**Comment devient-on
entrepreneur?**
> page 6



**Affronter les dragons
de l'industrie :**
nouvelle émission
de télé réalité de
la CBC
> page 7

**Les entrepreneurs de
demain aujourd'hui**
Un concours
national récompense
les étudiantes et
étudiants innovateurs
> page 8



**Prêt à faire des
sacrifices**
Un récipiendaire
du Prix d'excellence
en commerce
international a pris
un « risque calculé »
> page 9



**Une entreprise
d'Ottawa réussit
grâce au Centre
d'entrepreneuriat**
> page 10

**TurnAround
Couriers :**
« Livrer plus que
des paquets »
> page 11



Open Door Designs :
transformer
une entrée de porte
en théâtre
> page 12

**Entreprise d'été 2007 –
s'appliquer maintenant**
voir page 4

Suite de la page 1

Le terme « entrepreneur » vient du verbe « entreprendre », dont la première signification est « se mettre à faire », « commencer » et c'est exactement ce que font les entrepreneurs. Beaucoup veulent inventer le gadget parfait, rêvent de créer une entreprise. Les entrepreneurs vont au-delà de leurs rêves, ils les réalisent. **Comme le dit le slogan de Nike : Fais-le!**

Cela fait 17 ans que Bryan MacKay coordonne le programme d'entrepreneuriat au Collège Confederation de Thunder Bay (www.confederationc.on.ca). Il considère que les entrepreneurs voient le monde différemment.

« Les entrepreneurs sont capables de saisir les occasions. Ils sont constamment à la recherche de moyens d'améliorer les choses ou de créer de nouveaux produits ou services capables de résoudre un problème particulier, dit-il; Ils ont aussi de la suite dans les idées. Ils s'adressent aux bonnes personnes, font des études de faisabilité, élaborent des plans, obtiennent des fonds et se dotent de toutes les ressources nécessaires pour concrétiser un projet et le poursuivre jusqu'au bout. »

Les entrepreneurs sont des gens à part et ceux qui réussissent ont généralement des traits de personnalité et des compétences similaires. Ils sont créatifs, optimistes et savent s'adapter. Ils sont déterminés, passionnés et motivés. Ils savent résoudre les problèmes et sont des décideurs et des chefs de file. Ils sont généralement très indépendants et capables de prendre des risques.

Puis, une fois leurs idées commercialisées, ils appliquent leurs compétences en gestion. Bryan MacKay souligne que si de nombreux entrepreneurs savent très bien exploiter leur entreprise, d'autres préfèrent s'en remettre à des partenaires lorsque les choses fonctionnent bien pour se lancer dans une autre entreprise.

Il fait aussi la distinction entre être un entrepreneur et avoir l'esprit d'entreprise. « Tout le monde ne possède pas les qualités requises pour exploiter une entreprise, affirme Bryan MacKay, mais tout le monde peut avoir l'esprit entrepreneurial. Ils ont une façon de penser que les employeurs apprécient énormément et ces compétences que sont la pensée créative, la prise de décisions et le leadership se transposent très bien en milieu de travail et en cheminement de carrière positif. » En fait, le terme « entrepreneurial » a été inventé pour les gens qui font preuve d'esprit d'entreprise dans un contexte commercial, combinent leurs compétences aux ressources de l'entreprise pour créer de nouveaux produits pour leur employeur ou apporter des améliorations dans divers domaines, comme la qualité, la productivité ou la prestation de services.

Une personne peut-elle acheter une entreprise ou en hériter et demeurer un entrepreneur? Le simple fait de se lancer en affaires dénote évidemment un esprit entrepreneurial. En outre, si une entreprise établie ne nécessite pas autant de qualités entrepreneuriales au départ, ces dernières sont essentielles pour que l'entreprise continue de prospérer.

La définition d'entrepreneur s'applique également aux dirigeants des petites entreprises. Ces deux termes sont souvent interchangeables et malgré l'association habituelle, beaucoup d'entrepreneurs se servent de leurs compétences pour transformer de petites entreprises rentables et prospères en des sociétés de taille moyenne et plus grande et souvent en multinationales.

Pour savoir si vous possédez l'esprit entrepreneurial, il existe de nombreux tests de personnalité en ligne, notamment sur le site de la Banque du développement du Canada à www.bdc.ca.



Les entrepreneurs sont les bougies du moteur économique de l'Ontario. Ils sont des innovateurs, des créateurs et des preneurs de risque qui comblent le fossé entre les besoins des consommateurs et ce que le marché fournit; et utilisent leur considérable énergie et leur motivation pour créer des produits et des services qui répondent à ces besoins. Les entrepreneurs se mettent au défi et mettent leurs concurrents au défi de trouver continuellement des idées nouvelles et meilleures. Ils créent des emplois, des débouchés et la prospérité dans toute la province. Tout le monde peut en faire partie!

Quelles sont les qualités requises? Si vous êtes optimiste et orienté vers l'avenir, créatif et déterminé, souple et persévérant? vous avez ce qu'il faut pour être un entrepreneur. Beaucoup de chefs d'entreprise utilisent ces aptitudes pour créer leur propre entreprise. D'autres deviennent des employés « entrepreneuriaux », donnant vie à leurs idées avec l'aide et les ressources de leur employeur. Notre gouvernement est déterminé à favoriser et à appuyer l'esprit entrepreneurial à tous les égards. Nous reconnaissons cette capacité inégalée à renforcer nos gens, notre économie et notre province.

Dans ce numéro du *Coin des petites entreprises de l'Ontario*, il est question d'entrepreneuriat. On y parle des qualités et des compétences requises pour s'embarquer dans cette voie gratifiante. On y explique comment notre gouvernement encourage l'esprit entrepreneurial en Ontario, et la façon dont certains collèges et universités incorporent l'entrepreneuriat dans leurs curriculums pour aider les étudiantes et les étudiants à acquérir des compétences en prise de décision et leadership. L'entrepreneuriat y est décrit comme une option de carrière viable. On y présente également certains des nombreux chefs d'entreprise de la province, qui ont pris des risques et réalisé leur rêve et qui réussissent.

Notre gouvernement a donné la preuve de son engagement envers l'entrepreneuriat et de la place importante qu'il lui donne lorsque le premier ministre Dalton McGuinty a créé le ministère des Petites Entreprises et de l'Entrepreneuriat. En ma qualité de ministre et d'ancien entrepreneur, je connais bien les défis, les possibilités et le sentiment de satisfaction qui sont associés à ce périple unique. Notre gouvernement continuera d'instaurer les programmes, les services et le climat commercial requis pour aider les chefs d'entreprise et les petites entreprises à prospérer pour le bien de tous.

Harinder S. Takhar

Ministre des Petites Entreprises et de l'Entrepreneuriat

Des missions commerciales renforcent les liens avec l'Inde et le Pakistan



Le premier ministre Dalton McGuinty, la ministre du Développement économique et du Commerce Sandra Pupatello et le ministre des Petites Entreprises et de l'Entrepreneuriat Harinder Takhar, se rendront en Inde et au Pakistan du 14 au 26 janvier 2007 afin de stimuler le commerce et les investissements et d'ouvrir des débouchés aux entreprises et organismes ontariens. Ils seront accompagnés d'une délégation composée de ministres provinciaux et de dirigeants du monde des affaires, de l'éducation et de la recherche.

En Inde, la mission commerciale, qui est organisée par le gouvernement de l'Ontario, se rendra à New Delhi, à Bangalore, à Mumbai et à Chandigarh, en Inde. Ensuite, la délégation officielle ontarienne retrouvera la mission commerciale Canada-Pakistan – sur l'initiative du Conseil commercial – au Pakistan. Elle visitera alors Lahore et Islamabad.

Ces missions renforceront les liens étroits que l'Ontario entretient déjà avec deux nations en plein croissance dont les populations totalisent plus d'un milliard de personnes.

Au cours des cinq dernières années, les échanges commerciaux entre l'Ontario et l'Inde et le Pakistan, et inversement, se sont accrus de plus de 50 pour 100, atteignant 1,2 milliard de dollars en 2005.

Les principaux objectifs de ces missions sont les suivants :

- rehausser l'image de l'Ontario comme producteur de biens et de services innovateurs et lieu propice aux investissements;
- faire connaître aux exportateurs ontariens les possibilités qu'offre le marché indien et se faire leur porte-parole;
- promouvoir la collaboration entre l'Ontario et l'Inde dans le domaine de la recherche et de l'innovation;
- prôner les liens et la coopération en éducation;
- promouvoir le savoir-faire de l'Ontario en matière de technologie de l'information et des communications (TIC) sur les marchés pakistanais.

En Inde, la mission se concentrera sur les secteurs de l'infrastructure, notamment les technologies en matière de transport et d'environnement, la collaboration dans le domaine de la recherche et de l'innovation, dont les sciences de la vie et le secteur pharmaceutique, la technologie de l'information et des communications (TIC), les services financiers, l'éducation, et les industries culturelles dont les nouveaux médias.

Au Pakistan, la mission, qui a été organisée par le Haut-Commissariat du Canada et le Conseil commercial Canada-Pakistan, se concentrera sur le secteur de la technologie de l'information et des communications (TIC).

Les secteurs visés sont des domaines dans lesquels les entreprises, industries et organismes ontariens excellent et que l'Inde et le Pakistan développent et renforcent à mesure qu'ils s'accroissent et modernisent leurs économies. La mission a pour objet de donner aux délégués ontariens la possibilité d'établir des réseaux et des partenariats fortement susceptibles d'aboutir à des contrats commerciaux tangibles.

Ces dernières années, les rapports commerciaux entre l'Ontario, l'Inde et le Pakistan ont atteint un niveau inégalé, créant un cadre propice à la croissance et aux investissements pour les entreprises. Ces dernières et les organismes d'éducation et de recherche qui participeront aux missions commerciales apprendront comment les secteurs en plein essor de la recherche et de l'innovation, de l'infrastructure, les secteurs culturels et les services financiers indiens et pakistanais peuvent leur être bénéfiques.

« Pour soutenir la concurrence sur le marché mondial, les entreprises doivent faire du réseautage, proposer des produits innovateurs et s'adapter au changement, a déclaré le ministre Harinder Takhar. Nous renforçons les liens commerciaux bilatéraux que l'Ontario entretient avec l'Inde et le Pakistan, afin de donner aux entreprises ontariennes de petite, moyenne et grande envergure la possibilité d'élargir leurs activités et d'investir sur un marché en plein essor. »

Pour plus de détail sur les missions, veuillez visiter leur site Web à www.sbe.gov.on.ca/ontcan/indiapakistan/en/home_en.jsp.

En 2005, les participants à la mission commerciale ontarienne en Chine ont rencontré plus de 600 gens d'affaires chinois et signé une trentaine de contrats avec des partenaires chinois.

Investir dans les **jeunes** entrepreneurs

L'esprit entrepreneurial apparaît souvent à un jeune âge. Qu'ils aient vendu de la limonade dans leur rue ou aient tondu les pelouses de leurs voisins, la plupart des entrepreneurs qui réussissent vous diront qu'ils ont attrapé le virus à un jeune âge. Afin d'assurer que la province profite du potentiel exceptionnel que représente la jeunesse, le gouvernement investit dans divers programmes qui encouragent et appuient les jeunes entrepreneurs.

« Investir dans nos jeunes, c'est investir dans l'avenir de notre province, affirme Harinder Takhar, ministre des Petites Entreprises et de l'Entrepreneuriat. Nos jeunes ont le talent, l'énergie et les idées nouvelles nécessaires pour aider notre province à croître et à prospérer. »

Le gouvernement a récemment versé la somme de 1,723 million de dollars à la Fondation canadienne des jeunes entrepreneurs (FCJE) afin de consentir des prêts à 282 jeunes pour qu'ils puissent créer des entreprises. Le partenariat avec la FCJE appuiera ces nouvelles entreprises grâce à des fonds de lancement et à un d'encadrement. La FCJE estime que le programme générera quelque 3 500 emplois en Ontario et plus de 50 millions de dollars en revenus bruts.

« Le gouvernement prouve son engagement envers les jeunes qui aspirent à devenir des entrepreneurs, indique Vivian Prokop, chef de la direction, Fondation canadienne des jeunes entrepreneurs. Ces initiatives font une différence réelle pour l'économie ontarienne et aident les jeunes – notre plus grande ressource – à réaliser leurs rêves. »

Inculquer aux jeunes les connaissances nécessaires pour réaliser leurs rêves est le but de Futurs entrepreneurs, programme du ministère des Petites Entreprises et de l'Entrepreneuriat qui initie les élèves de 7^e et de 8^e année à l'esprit d'entreprise et aux compétences nécessaires pour être entrepreneur. Ce programme comporte un curriculum interactif qui encourage les jeunes à faire carrière comme entrepreneurs et les aide à développer les aptitudes à la création, la planification et la prise de risque nécessaires pour être entrepreneurs.

Deux autres programmes jeunesse du ministère ont attiré un nombre record de participants en 2006. Le programme Entreprise d'été, qui offre une formation pratique et des bourses de jusqu'à 3 000 \$, a permis à 370 jeunes entrepreneurs de lancer et de gérer leur propre entreprise. Le concours ontarien d'élaboration

des plans d'affaires à l'intention des élèves du secondaire a attiré plus de 850 participants. Des élèves des quatre coins de la province y ont participé pour recevoir des bourses qui les aideront à poursuivre leurs objectifs en matière d'éducation et de carrière.

En juin 2006, le gouvernement a annoncé qu'il avait consenti la somme de 673 000 \$ pour appuyer six projets entrepris dans le cadre du programme Partenariat entrepreneuriat jeunesse. Ces fonds sont versés à des organismes sans but lucratif afin d'aider les jeunes en leur offrant des programmes et des débouchés en matière d'éducation et d'entrepreneuriat. Les projets financés vont d'une entreprise de peinture en bâtiment qui aide les jeunes défavorisés à acquérir des compétences d'entrepreneur à un programme interactif de simulation en ligne qui enseigne le sens des affaires en salle de classe.

« Tous nos programmes jeunesse ont le même objectif, déclare M. Takhar. Ils illustrent la confiance de notre gouvernement envers la prochaine génération d'entrepreneurs et sa volonté de les aider à se créer de nouveaux débouchés. »

Le gouvernement de l'Ontario fait des investissements ciblés dans les jeunes entrepreneurs qui porteront leurs fruits pendant de nombreuses années à venir.



Entreprise d'été 2007

La période d'inscription au programme est ouverte!

Le nombre de subventions est limité. Envoyez votre demande dès maintenant en cliquant ici : www.sbe.gov.on.ca/summercompany et devenez un entrepreneur l'été prochain.

En 1997, Ruth Bastedo et quatre collègues ont créé Medium One, entreprise de conception de sites Web, à Toronto. Lorsqu'elle a été vendue quatre ans plus tard, l'entreprise avait 50 employés, une liste de clients comprenant de grandes sociétés comme RBC, PBS, Cinar, Microsoft et Alias Wavefront – et valait 10 millions de dollars.

Le nombre de **femmes** chefs d'entreprise augmente

Ruth Bastedo a pris une pause de quelques années pour avoir une famille puis, en 2005, elle a créé toute seule une société de formation en ligne, Continuum Media Inc.

Elle fait partie d'un nombre croissant de femmes entrepreneurs qui réussissent en Ontario et ne craignent pas de prendre des risques et les choses en mains.

Certaines, dont Ruth Bastedo, décident de créer une entreprise toutes seules. D'autres, comme Janis Grantham, présidente et chef de l'exploitation de l'entreprise d'Ottawa, Eagle Professional Resources, ont des associés. D'autres encore, comme Linda Hasenfratz, présidente et chef de la direction de Linamar Corp., dont le siège social se trouve à Guelph, reprennent l'entreprise familiale.

Quel que soit le cas, les femmes possèdent, seules ou avec des associés, une PME sur deux en Ontario et dirigent quatre nouvelles entreprises sur cinq.

Pourquoi de plus en plus de femmes se lancent-elles en affaires? Selon Kristina Depencier, directrice nationale, Petites entreprises et Marchés des femmes pour RBC Banque Royale, c'est en partie parce que les femmes ont plus d'assurance que jamais et parce qu'elles cherchent un moyen de concilier vie professionnelle et vie personnelle.

« Elles constatent aussi que posséder sa propre entreprise peut être très gratifiant », dit-elle.

Ruth Bastedo qui, en plus de diriger son entreprise, est également présidente de Women Entrepreneurs of Canada (WEC), en convient. (WEC est un organisme national qui encourage et appuie les femmes chefs d'entreprise).

« La recherche montre que les femmes ont également souhaité se lancer en affaires pour les mêmes raisons que les hommes : parce qu'elles veulent être indépendantes et avoir un travail plus intéressant », dit-elle.



Le nombre de femmes chefs d'entreprise a progressé au rythme phénoménal de 200 pour 100 au cours des vingt dernières années, et selon Kristina Depencier, qui rappelle que RBC se concentre sur les marchés des femmes depuis plus de dix ans, cette progression ne semble pas ralentir, bien au contraire, elle semble s'accélérer.

« Il y a un courant certain, dit-elle. Au niveau local, provincial et national, les femmes chefs d'entreprise se rencontrent et s'associent et lorsqu'elles se rendent compte des possibilités qu'offre l'entrepreneuriat – et que les femmes peuvent autant réussir que les hommes – elles sont de plus en plus nombreuses à se lancer. »

Comme le souligne Ruth Bastedo, la recherche montre que si beaucoup de femmes chefs d'entreprise sont actuellement des jeunes femmes en début de carrière, nombreuses sont celles ayant un niveau d'éducation supérieur et occupant des emplois de cadre supérieur qui décident aussi de se lancer en affaires à la fin de la trentaine et dans la quarantaine.

La recherche révèle en outre que les femmes entrepreneurs diffèrent de leurs collègues masculins à divers points de vue.

« Les femmes ont généralement tendance à créer des entreprises à propriétaire unique et sont moins enclines à prendre de l'expansion, contrairement aux hommes, affirme Ruth Bastedo. Elles sont trop nombreuses à ne pas vouloir élargir leurs activités et nous devons faire de la recherche pour en déterminer la raison car les répercussions sur l'économie et les chefs d'entreprise eux-mêmes sont importantes. »

« Cela aidera également des entreprises comme la nôtre à faire ce qu'il faut pour s'adapter à la croissance », ajoute Ruth Bastedo.



Comment devient-on entrepreneur?

Si on examine les programmes de formation en entrepreneuriat du Collège Canadore, de North Bay, et de la Richard Ivey School of Business, de London, on s'aperçoit qu'il s'agit de deux programmes différents qui ont le même objectif : produire des diplômés épanouis prêts à réussir dans divers cadres.

« Notre programme s'adresse aux personnes qui envisagent de créer une petite entreprise », déclare Bob Walpole, professeur des affaires au Collège Canadore de North Bay. Nous constatons qu'un tiers de nos diplômés créent une

petite entreprise, qu'un tiers se joignent à l'entreprise familiale et que les autres vont travailler comme cadre pour des sociétés. Quel que soit le cas, ils appliquent les compétences qu'ils ont acquises dans le programme. »

Bob Walpole souligne qu'en raison de leur jeune âge, beaucoup d'étudiants ne créent pas leur entreprise tout de suite, mais attendent d'avoir les capitaux et l'expérience nécessaires. « Nous semons véritablement les graines de l'entrepreneuriat, dit-il. Les compétences en planification que doit posséder un directeur sont identiques à celles dont a besoin un entrepreneur. Les similitudes sont considérables. »

Au Collège Canadore (www.canadorec.on.ca), 21 étudiants seulement sont inscrits au programme Small Business Management Co-op pour l'année 2006. Cela signifie que Bob Walpole, qui dirige le programme depuis 1989, connaît personnellement chacun de ses étudiants. Du fait de ses caractéristiques uniques, le Collège Canadore attire des étudiants des quatre coins de l'Ontario. Ses diplômés se sont lancés en affaires, travaillent pour des entreprises familiales ou font carrière comme agents de développement économique dans diverses villes et localités de la province.

« Nous préférons ne pas avoir trop d'étudiants car cela présente des avantages et nous permet de faire beaucoup de choses que nous ne pourrions pas autrement. La part d'éducation coopérative est très importante; les étudiants font un stage de travail pendant deux trimestres d'été. Le dernier semestre, tous les étudiants créent une petite entreprise qu'il exploite pendant huit semaines. Ils font des études de faisabilité, élaborent un plan d'affaires et font une présentation à ACE Canadore (club d'entrepreneurs) afin d'obtenir des capitaux. En 15 ans d'existence du programme, aucun étudiant n'a manqué de rembourser son financement initial. »

Le programme universitaire est différent mais les résultats visés sont similaires. Le Institute for Entrepreneurship de Richard Ivey School of Business (www.ivey.ca/entrepreneurship) décerne un certificat d'entrepreneuriat aux étudiants qui suivent le programme Honours Business Administration (HBA) et Master of Business Administration (MBA). Pour obtenir leur certificat, les étudiants doivent avoir remis les travaux théoriques, participé à divers séminaires et événements de réseautage et réalisé un stage d'été ou acquis une expérience de travail

équivalente. Eric Morse, directeur exécutif du programme, affirme que ce dernier permet aux étudiants d'acquérir les connaissances, les compétences et les attitudes nécessaires pour réussir dans un environnement entrepreneurial.

« Beaucoup de gens souhaitent s'inscrire mais le nombre d'étudiants est limité à 50, explique Eric Morse. Les étudiants obtiennent d'excellents résultats dans de nombreux domaines et sont très motivés. »

Comme celui du Collège Canadore, le programme d'entrepreneuriat d'Ivey concilie cours théoriques et cours pratiques afin de produire des diplômés bien équilibrés prêts au monde des affaires. En plus des cours théoriques, les étudiants travaillent généralement sur un nouveau projet dans le cadre du Ivey Client Field Project, rédigent un plan d'affaires pour le concours de l'école et adhèrent au club d'entrepreneuriat. La faculté a des Entrepreneurs in Residence qui font office de mentors.

« La différence entre les étudiants du programme de HBA et de MBA est assez importante, explique Eric Morse. Les deuxièmes ont déjà acquis beaucoup d'expérience dans l'industrie ou le commerce et sont souvent prêts à créer une entreprise après l'obtention de leur diplôme. Nous encourageons les étudiants du programme de HBA à travailler dans l'industrie ou le commerce avant de se lancer. Nous essayons de leur inculquer des connaissances et de leur donner une expérience dans le cadre du programme, mais il est tout aussi important de les aider à déterminer les compétences et l'expérience qu'ils doivent acquérir à l'extérieur avant de se lancer. »

Eric Morse estime à environ 10 pour 100 la proportion d'étudiants de la Ivey School qui créent leur entreprise à la fin du programme et à quelque 25 pour 100 le pourcentage de ceux qui le font à une date ultérieure. L'école procède à une enquête afin d'établir le nombre de nouvelles entreprises qui ont été créées grâce à elle.

« Il ne suffit pas de suivre des cours pour devenir entrepreneur, ajoute Eric Morse. Cela ne se limite pas non plus à apprendre à rédiger un plan d'affaires. Il faut un programme varié et complet pour produire de véritables entrepreneurs. »

C'est exactement ce que font le Collège Canadore et la Ivey School et les nombreux autres collèges et universités de la province qui offrent des programmes similaires, faire en sorte que les futurs entrepreneurs ontariens détiennent les outils et l'expérience nécessaires pour réussir.

Robert Herjavec
Propriétaire du
Herjavec Group

Kevin O'Leary
Co-présentateur des émissions
SqueezePlay et High Profile
Investor à la chaîne ROB TV

Jim Treliving
Propriétaire de
Boston Pizza

Jennifer Wood
Présidente et chef des opérations
Two Cattle Companies

Laurence Lewin
Co-fondateur et
président de La Senza



Affronter les dragons de l'industrie : nouvelle émission de télé réalité de la CBC

Lorsque Jennifer MacDonald, qui exploite une entreprise à Strathroy, a reçu un courriel du Centre d'encadrement des petits entrepreneurs de London l'informant d'une nouvelle possibilité de financement, elle n'a pas hésité une seule seconde.

Il s'agissait d'auditionner pour Dragons' Den, nouvelle émission de télé réalité de la CBC qui offre aux entrepreneurs la possibilité de présenter leurs idées commerciales à cinq industriels canadiens afin de les convaincre d'investir dans leur entreprise.

Les auditions de la première saison, qui vient de se terminer, se sont déroulées dans 17 villes du Canada, dont six en Ontario. Plus de 1 700 entrepreneurs se sont portés candidats et 800 ont été sélectionnés. Au final, 110 entrepreneurs ont été choisis pour présenter leurs idées aux Dragons; Jennifer MacDonald fait partie des personnes sélectionnées.

Son entreprise, Cenabal [www.cenabal.com], qui fabrique des vinaigrettes et des trempettes à l'huile biologiques, était à un tournant critique et Jennifer avait besoin de capitaux pour la hisser au niveau supérieur.

« Je me suis présentée à l'émission bien préparée, explique Jennifer. Je connaissais mon plan d'affaires par cœur. J'avais fait ma présentation aux producteurs de la CBC et l'avais modifiée en tenant compte de leurs commentaires. Mais j'avais tellement le trac que j'en ai presque oublié le nom de mon entreprise! »

Rien de surprenant à cela puisque les Dragons sont tous des gens d'affaires qui enregistrent des chiffres d'affaires de plusieurs millions de dollars – et leur décision d'appuyer ou non une nouvelle entreprise peut avoir des conséquences positives ou négatives déterminantes. Les voici : Laurence Lewin, co-fondateur et président de La Senza Corp, Jim Treliving, propriétaire de Boston Pizza, Robert Herjavec, dirigeant de l'une des sociétés informatiques les plus prospères au pays, Kevin O'Leary, homme d'affaires devenu une vedette de télévision grâce à Squeeze Play de ROB TV et Jennifer Wood, dirigeante d'entreprise dans le bétail.

Globalement, ils ont investi 1 million de dollars de leur propre argent dans les nouvelles entreprises.

Au cours des six premiers épisodes, les Dragons ont assisté à des présentations portant sur toutes sortes de sujets, allant des vinaigrettes et huiles de Jennifer à un tracteur électrique, en passant par une bûche en mousse flottante, une machine portable à désinfecter les mains, des jumelles électriques et une brosse pour douche du sol au plafond. L'entrepreneur le plus jeune était un étudiant en affaires de l'Université Western Ontario de 19 ans et le plus âgé, un homme de 77 ans originaire de Brighton, en Ontario.

« L'invention, la création et l'inspiration se portent très bien au Canada, a déclaré Laurence Lewin, qui a accepté de se faire Dragon après avoir vu la version britannique de l'émission. Les gens ont plein de bonnes idées, mais ils ne savent pas comment les développer. Le Dragon's Den les aide à préparer un plan d'affaires et une présentation. »

Celle de Jennifer l'a remporté sur cinq autres au cours du premier épisode et lui a permis d'obtenir la somme de 200 000 \$ pour son entreprise.

« J'étais prête à céder 40 % s'ils acceptaient d'investir, indique Jennifer. Lorsque Jim Treliving et Jennifer Wood ont demandé 50 %, j'ai dû me décider rapidement – et j'ai accepté. Je détiens toujours une participation de 50 % dans mon entreprise et j'ai pu obtenir les capitaux nécessaires. »

« Il est réconfortant de savoir que des entrepreneurs aussi talentueux jugent que mon affaire vaille la peine qu'on y investisse. »

Si vous possédez une entreprise prometteuse – ou avez une idée commerciale fantastique – et avez besoin de capitaux, rendez-vous sur le site <http://www.cbc.ca/dragonsden/> pour savoir comment vous pouvez vous porter candidat et préparer votre présentation.

Les entrepreneurs de demain aujourd'hui

Un concours national récompense les étudiantes et étudiants innovateurs



Les fondateurs de Foxy Originals, Jen Kluger et Suzie Orol

Certaines personnes sont des entrepreneurs nés – mais elles ne le savent pas. Voyez par exemple Jen Kluger, co-fondatrice de Foxy Originals, entreprise torontoise qui vend aujourd'hui des bijoux « ludiques et abordables » dans toute l'Amérique du Nord et compte parmi ses clients Nelly Furtado, Sienna Miller et Paris Hilton. En 2001, pour Jen et sa partenaire, Suzie Orol, faire des bijoux était un passe-temps seulement; leurs créations se vendaient seulement aux membres de leurs familles et à leurs camarades de l'Université Western Ontario. Puis, les deux jeunes femmes ont remporté le prix national aux jeunes entreprises de Advancing Canadian Entrepreneurship's (ACE), un concours particulièrement difficile.

« Ce prix nous a donné confiance en nous et nous nous sommes rendu compte que nous avions une entreprise viable, explique Jen Kluger. La crédibilité et la rétroaction positive qui en ont découlé nous ont permis de hisser notre entreprise au niveau supérieur. »

Le prix annuel est l'un de programmes de base de ACE (www.aceubc.ca), organisme sans but lucratif créé en 1997 pour prôner les principes et les valeurs de l'entrepreneuriat auprès des étudiants des universités et des collèges. Les entreprises qui participent à ACE viennent du secteur privé et comprennent Magna, John Dobson, HSBC, Groupe Financier Banque TD, Nortel et en particulier Services à la PME CIBC, qui se font un point d'honneur d'appuyer le programme.

Pour pouvoir participer au concours, il faut exploiter une entreprise depuis au moins six mois et poursuivre des études à plein temps. Le programme est maintenant offert sur 48 campus universitaires, soit plus des deux tiers des campus du pays. Les collègues sont moins nombreux à participer mais leur participation s'accroît.

Deux entreprises de chaque région sont primées au niveau provincial et régional avant de concourir au niveau national. « Mais cela n'a rien à voir avec l'émission de Donald Trump *The Apprentice*, affirme Kimberly Dickinson, directrice du programme d'étudiants entrepreneurs. Personne n'est renvoyé et les juges [des hauts dirigeants d'entreprises et d'anciens lauréats] n'en reviennent souvent pas de la qualité des présentations. »

Les concurrents sont évalués selon cinq critères :

- Détermination et persévérance
- Capacité de communiquer efficacement une vision
- Principaux commerciaux comme le rendement financier, les normes déontologiques et l'innovation
- Leçons apprises
- Croissance et futurs plans

Le lauréat de l'an dernier est Joseph Fung, étudiant à l'Université de Waterloo, créateur d'une entreprise de création Web, qui permet aux propriétaires de sites Web d'actualiser leurs sites sans avoir à payer un webmestre. La société, qui se trouve à Waterloo et s'est agrandie pour employer aujourd'hui 14 personnes, a fait l'objet d'une couverture médiatique nationale.

Ben Barry Agency, agence de mannequins qui s'est créé un créneau en représentant des modèles de tous âges, races et tailles, est une autre entreprise de la province à avoir été récemment primée. Depuis que Ben Barry a remporté le prix en 2002, les mannequins de cet ancien étudiant de l'Université de Toronto ont fait les couvertures de magazines de mode d'Amérique du Nord et d'ailleurs. Ben Barry emploie aujourd'hui une cinquantaine de personnes dans ses bureaux d'Ottawa et de Toronto.

Pour Kimberly Dickinson, Joseph Fung et Ben Barry incarnent l'image parfaite de l'entrepreneur. « Ils visent haut – et n'ont pas de limite. »

ACE appuie également l'entrepreneuriat au moyen d'un programme appelé Students in Free Enterprise (SIFE), qui encourage les étudiants à aider les groupes défavorisés comme les prisonniers et les autochtones à acquérir des compétences en entrepreneuriat et le sens des finances. Le programme SIFE fait partie intégrante de la mission de ACE de mettre l'accent sur la responsabilité sociale des entreprises. Voici ce qu'en dit Kimberly Dickinson : « Nous souhaitons que les étudiants atteignent leur plein potentiel en aidant d'autres personnes à réaliser le leur. »

Promouvoir l'entrepreneuriat auprès des étudiants, c'est les aider à devenir des citoyens épanouis et à renforcer la société canadienne. « Nous estimons que le système de libre entreprise est le meilleur qui soit pour aider les gens à réaliser leur plein potentiel, explique Kimberly Dickinson. « L'entrepreneuriat contribue au progrès économique et social. »

Oz Optics Limited (www.ozoptics.com) fête son 21^e anniversaire cette année, mais en dépit de son âge relativement jeune, Oz est l'une des plus anciennes sociétés, dans le monde, de l'industrie révolutionnaire de la fibre optique. Récipiendaire de trois Prix ontariens d'excellence en commerce international au printemps dernier, Oz Optics a été fondée en 1985 dans le sous-sol de la maison de Omur Sezerman.



Omur Sezerman de Oz Optics

Prêt à faire des sacrifices

Un récipiendaire du Prix d'excellence en commerce international a pris un « risque calculé »

Aujourd'hui, la société compte des milliers de produits novateurs – dont le nombre dépasse largement celui de ses employés – et plus de 10 000 clients dans 60 pays. Son siège social est situé à Ottawa dans un complexe de 24 acres comprenant des terrains de tennis et de basket-ball, une piscine intérieure, une salle d'exercices entièrement équipée et des terrains de soccer intérieurs et extérieurs.

L'une des toutes dernières innovations de M. Sezerman est un produit qui utilise la fibre optique – un moyen de transmission à haute vitesse d'énormes quantités de données numériques par des brins en verre pur au diamètre avoisinant celui d'un cheveu – pour surveiller à distance des installations de transmission comme les pipelines et les lignes de télécommunications. Ce télédéTECTEUR, qui a valu à Oz Optics un Prix Argent d'excellence en commerce international dans la catégorie Innovation, réduit considérablement les coûts d'entretien et permet de mesurer de manière économique la chaleur et la tension sur toute la longueur des lignes.

L'année prochaine, M. Sezerman prévoit conditionner certains de ses produits dans des systèmes à valeur ajoutée pour ses clients de premier ordre, allant du ministère de la Sécurité intérieure des États-Unis aux plus grandes compagnies pharmaceutiques mondiales. D'après lui, cette innovation pourrait doubler ou tripler, d'ici deux ou trois ans, ses ventes annuelles qui se chiffrent actuellement à 25 millions \$.

« La concurrence, c'est nous », déclare M. Sezerman, notant que les nouveaux produits dans le secteur de la fibre optique, caractérisé par une évolution rapide, durent dix ans, tout au plus. « Notre réussite dépend de notre rapidité à créer des produits et à les améliorer. »

Originaire de Turquie, M. Sezerman est arrivé au Canada en 1978 pour faire des recherches de troisième cycle en physique. « Venir au Canada a été la meilleure décision de ma vie », précise-t-il.

Pendant ses études de doctorat, M. Sezerman a créé un dispositif de couplage bon marché pour capter la lumière et la transmettre à une fibre. Le couplage existait déjà, mais partout dans le monde, les ingénieurs se butaient au problème de son coût élevé. M. Sezerman a compris qu'il était à un tournant décisif de sa vie.

« J'avais deux choix : finir mon doctorat et laisser passer cette occasion sachant que mon travail serait bientôt reproduit par d'autres, ou bien déposer des demandes de brevets et me lancer en affaires. » Il a opté pour les demandes de brevets, d'abord au Canada et aux États-Unis, puis en Europe, en Australie et au Japon. La suite, on la connaît.

M. Sezerman a pris la courageuse décision de renoncer à ses études et à une offre d'emploi lucratif en Californie, à cause de son esprit d'entrepreneur. « J'étais prêt à prendre un risque calculé et à faire des sacrifices », explique-t-il. Dans son cas, cela signifiait travailler seul pendant trois ans, dans le sous-sol de sa maison d'Ottawa et faire vivre sa femme et son enfant avec un salaire inférieur à ce qu'il aurait pu gagner comme étudiant.

« Les entrepreneurs ne sont pas plus intelligents que les autres », précise M. Sezerman. « En fait, ils ont une intelligente moyenne, mais ils sont prêts à saisir les occasions qui se présentent. Lorsqu'on croit à quelque chose, il faut travailler dur et persévérer. Les gens sceptiques ne seront jamais des entrepreneurs. »

Une entreprise d'Ottawa réussit

grâce au Centre d'entrepreneuriat

Stephen Daze, directeur général du Centre d'entrepreneuriat d'Ottawa, sait qu'au fil des ans, lui et ses employés, ont aidé des milliers d'entrepreneurs à réussir.



**Brenda Adams et
Ron Jette**

Pourtant, rares sont ceux qui lui envoient des lettres de remerciement, encore moins dix ans plus tard.

Or, c'est ce qu'a fait Ron Jette récemment. Il est partenaire de Adams Jette, sociétés de marketing et de communications d'Ottawa.

Il y a onze ans, il s'est retrouvé sans travail lorsque l'agence de santé nationale qui l'employait dans le domaine des relations publiques et de la défense des droits l'a licencié pour des raisons de réductions budgétaires.

Il s'est alors dit qu'il pourrait peut-être devenir rédacteur pigiste.

« J'avais un certain nombre de contacts grâce au travail que j'avais fait pour l'agence de santé et, très vite, j'ai commencé à avoir du travail régulièrement, dit-il. J'ai également découvert que j'aimais travailler seul. » Un entretien d'embauche pour un poste à plein temps l'a convaincu qu'il était temps de devenir son propre patron.

C'est à ce moment qu'il s'est présenté au Centre d'entrepreneuriat d'Ottawa, qui fait partie d'un réseau de 44 Centre d'encadrement des petits entrepreneurs à l'échelle de la province.

« J'avais des compétences en marketing grâce à mon poste précédent et j'avais besoin d'aide pour créer mon entreprise; c'est pourquoi je me suis adressé au Centre d'entrepreneuriat, dit-il. On m'a recommandé un consultant qui m'a expliqué comment je devais procéder, étape par étape. »

C'est ainsi que s'est créée Tristan Creative Writing Inc., sa toute première entreprise. Il a réuni un groupe de sous-traitants fiables et offert des services de rédaction – des discours aux

articles en passant par les rapports annuels – à une liste croissante de clients comprenant des ministères, Bell Canada, le Collège royal des médecins et chirurgiens du Canada et le Conseil canadien sectoriel des plastiques.

« Tristan est devenue une entreprise très prospère », selon Ron.

Il y a un an, lors d'un déjeuner avec Brenda Adams, cliente qui travaillait pour une entreprise de conception locale, ils se rendirent compte qu'ensemble, ils pouvaient avoir plus d'impact. Il s'associa avec Brenda en août 2006 pour former Adams Jette, firme offrant des services complets de marketing et de communications.

« Il faut prendre toutes sortes de décisions lorsque vous lancez une entreprise, dit-il. Je me suis rendu compte que j'appliquais les principes qui m'avaient été enseignés dix ans auparavant au Centre d'entrepreneuriat lorsque j'ai créé ma première entreprise. C'est la raison pour laquelle je leur ai écrit pour les remercier. »

La nouvelle entreprise allie les compétences en rédaction et en marketing de Ron au savoir-faire de Brenda en matière de service à la clientèle et de conception; c'est cette alliance qui les a convaincus qu'ils se distingueraient de la concurrence. Ils ont également à leur disposition une équipe de 14 rédacteurs, traducteurs, graphistes, chercheurs et photographe.

« Le but est de vendre et de faire bouger les gens, déclare Ron, ce que nous savons très bien faire. »

Il y a cinq ans, Richard Derham gagnait bien sa vie comme consultant en gestion auprès de sociétés du classement Fortune 500. Mais il avait le sentiment que quelque chose lui manquait. Il souhaitait posséder sa propre entreprise – tout en offrant quelque chose à la société.

« Lorsque je rentrais chez moi à pied le soir, je passais devant un grand nombre d'adolescents et de jeunes adultes sans abri, dit-il. J'avais remarqué que beaucoup étaient intelligents et s'exprimaient très bien et je me disais qu'ils avaient tout simplement besoin qu'on les aide à s'en sortir. »

Richard Derham décida donc que c'est ce qu'il allait faire. Il allait offrir à ces jeunes le petit coup de pouce dont ils avaient besoin. En octobre 2002, il lança TurnAround Couriers, « entreprise sociale » qui emploie des jeunes à risque pour livrer des paquets à bicyclette au centre-ville de Toronto.

Comme la plupart des entreprises sociales, TurnAround Couriers fonctionne comme une société ordinaire, mais accorde autant d'importance au changement social qu'aux résultats nets.

« Une entreprise peut avoir une vocation sociale et faire des profits, affirme Richard Derham. Les deux idées ne sont pas mutuellement exclusives. Notre entreprise marche bien et depuis quatre ans, nous avons aidé 76 jeunes gens à changer de vie. »

John Saunders en fait partie. Âgé de 23 ans seulement, il vivait à Covenant House lorsqu'on l'a recommandé à TurnAround. Il a été engagé comme messenger en juillet 2005. Deux mois plus tard, il était promu chef de service.

« Cet emploi m'a donné un avenir, déclare John Saunders. Après avoir vécu six ans dans la rue, j'ai aujourd'hui un appartement et une famille. Je travaille et je suis des cours de comptabilité et de gestion commerciale le soir. Mon objectif est de créer ma propre entreprise sociale. »

Pour Richard Derham, John Saunders est typique de la plupart des employés de TurnAround qu'il recrute auprès des organismes sociaux qui aident les jeunes. « Cela leur permet de s'insérer sur le marché du travail. »

Il est clair que TurnAround aide les jeunes à risque, mais qu'en pensent les clients?

Nous en avons plus de 350, dont la Banque Royale et George Weston/Loblaws. À l'évidence, ils estiment obtenir un service satisfaisant tout en appuyant une bonne cause.

« Nous avons été parmi les premiers à faire appel à TurnAround, déclare Domenic Porfido, superviseur des services de bureau pour George Weston/Loblaws. Nous avons besoin d'un service de messagerie spécialisé dans la livraison au centre-ville de Toronto et Richard m'a assuré que son entreprise était performante. Le fait qu'en utilisant ses services j'aidais aussi la collectivité me plaisait. »

« Les messagers de Richard sont formidables, ajoute Domenic Porfido. Ils sont rapides, fiables et polis. Je n'hésite pas à recommander TurnAround. »

Richard Derham tient à souligner qu'il s'agit bien d'une entreprise commerciale et non d'un organisme de bienfaisance. Il n'accepte pas de fonds publics.

« Nous offrons des tarifs très intéressants et un excellent service; alors, si vous faites appel à nous, vous recevez un service tout en aidant une société innovatrice qui a une conscience sociale. De plus, nous reversons 50 pour 100 de nos bénéfices à des œuvres de bienfaisance. »

TurnAround Couriers :

« Livrer plus que des paquets »



Open Door Designs : **Lorsqu'une amie lui a demandé de créer un théâtre de marionnettes pouvant être transporté dans les écoles et les bibliothèques, Joanne Bigham a dit oui. Jamais cette peintre, sculptrice et imprimeur accomplie n'aurait imaginé qu'une simple faveur se traduirait un jour par une petite entreprise prospère.**

transformer

une entrée de porte

en théâtre



Son entreprise s'appelle Open Door Designs dont le produit phare est le théâtre de marionnettes portable que sa propriétaire a créé à l'origine. Ingénieux par sa simplicité, ce théâtre consiste en un simple panneau de tissu de la largeur d'une entrée de porte et tenu par une tringle, de sorte qu'il peut s'ajuster à toutes les hauteurs. Le marionnettiste se tient derrière le panneau, tire sur une corde et un store de style romain se lève pour dévoiler la scène.

« Je croyais avoir inventé le concept, dit-elle en riant, mais j'ai appris par la suite que ce genre de théâtre existait depuis des siècles. »

Malgré la concurrence que lui mènent les fabricants en série, l'entreprise de Joanne Bigham s'est régulièrement agrandie depuis sa création en 2001, en partie, croit-elle, parce qu'elle est pratiquement la seule à fabriquer des théâtres de marionnettes sur mesure.

Tous ses théâtres sont produits en éditions limitées. Ils coûtent entre 80 \$ pour du coton aux motifs ludiques et 150 \$ pour les modèles de luxe en tissus somptueux comme le velours, le brocart et la soie décorés avec des pampilles, des babioles et des perles. Open Door Designs fabrique aussi des théâtres pour les passages et les portes à deux battants.

De plus, puisqu'un théâtre de marionnettes ne peut exister sans marionnettes, Joanne Bigham propose également un vaste éventail de figurines attrayantes et amusantes, conçues pour stimuler l'imagination des enfants. Elles coûtent entre 10 \$ et 50 \$ et, comme les théâtres, elles sont lavables.

Outre les parents et les grands-parents, sa clientèle comprend des pédagogues et des thérapeutes.

« Les marionnettes n'ont pas leur pareil pour aider les enfants à se débarrasser de leurs inhibitions, explique cette chef d'entreprise torontoise; c'est pourquoi mes théâtres sont si populaires auprès des éducateurs et des thérapeutes professionnels. »

Son dernier produit – résultat d'une commande de la Cardinal Carter Academy for the Arts de Toronto – est un théâtre portable sur pied qui peut être utilisé par les artistes enfants et adultes. Il s'assemble en moins de 10 minutes et se transporte dans un sac à roulettes assez grand pour contenir toutes les marionnettes.

« Je pense que ce produit va constituer le clou de ma future entreprise », dit-elle.

Quel est le principal défi qu'elle doit surmonter pour que son entreprise prenne de l'expansion?

« Communiquer le concept, dit-elle. Les gens ont du mal à visualiser ce qu'est un théâtre dans une entrée de porte. »

Joanne Bigham a su surmonter ce défi, cependant, comme le montrent son carnet de commandes et son chiffre d'affaires. Elle est aujourd'hui prête à passer au niveau supérieur en élargissant ses marchés et en créant de nouveaux produits.

« Open Door Designs me permet de faire ce que j'aime plus que tout : créer pour les enfants », affirme Joanne Bigham, qui a passé six ans sur les routes avec les chanteurs pour enfants Sharon, Lois et Bram comme décoratrice et accessoiriste avant de devenir chef d'entreprise.

« Connaître mes clients et savoir ce qu'ils veulent m'aide à rester créative et à développer mon entreprise. »

ONTARIO

COIN DES PETITES ENTREPRISES

Coin des petites entreprises de l'Ontario

Ministre des Petites Entreprises
et de l'Entrepreneuriat
Direction des communications et des
relations publiques
Édifice Hearst, 8^e étage
900, rue Bay
Toronto (Ontario) M7A 2E1, Canada
Téléphone : 416 325 6666
Télécopieur : 416 325 6688
www.sbe.gov.on.ca

Ministre : L'honorable Harinder Takhar
Sous-ministre : Fareed Amin

Éditeur : Robert D. Mikel
E-mail : ontario.smallbusinessbeatsbe@sbe.gov.on.ca

Ce bulletin est axé sur les affaires en Ontario et vise à dégager les tendances, les possibilités, les défis et les questions qui influent sur le climat économique de la province. Les renseignements qu'il contient proviennent de ministères et d'organismes gouvernementaux et de diverses sources du secteur public jugées fiables. Tous les efforts ont été faits afin d'assurer l'actualité et l'exactitude des renseignements publiés.

The English version of the *Coin des petites entreprises de l'Ontario* is available under the title *Ontario Small Business Beat*.

Nous vous invitons à nous communiquer vos commentaires et projets de collaboration, par la poste ou par télécopieur.

