

# COIN DES PETITES ENTREPRISES

## Le paysage cybercommercial de l'Ontario



**Une planification prudente est gage de l'expansion d'une entreprise. Pour les propriétaires d'entreprise, les affaires électroniques (ou cyberaffaires) occupent de nos jours une place de plus en plus importante dans cette équation.**

C'est quoi les cyberaffaires? Cela fait tout simplement référence à l'utilisation d'Internet et de technologies informatiques dans le but de créer ou de renforcer des activités commerciales. Les cyberaffaires dépassent le simple fait d'avoir un site Web d'entreprise. Il s'agit de l'utilisation de technologies pour acheter, vendre, faire de la publicité ou gérer; afin de faire baisser les coûts et accroître sa compétitivité; de communiquer avec des partenaires commerciaux, des fournisseurs et le gouvernement; et faire bien d'autres choses. Des études ont démontré une hausse constante de l'importance que l'on accorde aux affaires électroniques par rapport au résultat, et de plus en plus d'entreprises de l'Ontario les adoptent comme un moyen incontournable de faire des affaires.

*Suite page 2*

**Le paysage  
cybercommercial  
de l'Ontario**

**> pages 1 et 3**

**Message du ministre**

**> page 3**

**En quête d'information  
sur les affaires  
électroniques?**

La trousse d'outils de commerce électronique de l'Ontario est l'endroit par lequel commencer

**> page 4**



**Une entreprise  
d'Ottawa s'empare du  
marché de la location  
en ligne de DVD**

**> page 5**

### D'AUTRES NOUVELLES



**Le ministre contribue  
au resserrement des liens  
entre l'Inde et l'Ontario**

**> page 6**

**La Foire aux idées  
aide les PME dynamiques  
à prendre encore plus  
d'expansion**

**> page 7**

**L'avenir s'annonce  
bien pour une  
entreprise d'Hamilton**

**> page 8**

Suite de la page 1

« **Les cyberaffaires** viennent **modifier** la manière de faire des **affaires**, autant au niveau **local** qu'au niveau **mondial**, » a déclaré Harinder Takhar, ministre des Petites Entreprises et des Services aux consommateurs. « J'encourage toutes les jeunes entreprises à se renseigner sur la manière dont cela peut leur être utile. » »



Le Canada est l'un des pays comptant le plus de personnes branchées sur Internet au monde. La majorité de la population du Canada et de l'Ontario se servent d'Internet. Par ailleurs, d'après un récent sondage réalisé par EKOS Research Associates, près de 96 pour cent des petites et moyennes entreprises de l'Ontario utilisent Internet pour des raisons professionnelles. En 2007, environ 61 pour cent des entreprises de la province avaient leur site Web, et près de 31 pour cent des entreprises de l'Ontario avaient une stratégie cybercommerciale en place ou en préparation, et ce pourcentage augmente rapidement — jusqu'à 5 pour cent en un an.

« La technologie d'Internet met tout le monde au même niveau, » de dire le ministre Takhar. « Elle donne aux entreprises de plus petite taille comptant moins d'employés et disposant de moins de ressources les mêmes possibilités qu'aux plus grandes sociétés ». La preuve en est le gain d'efficacité et l'amélioration des relations commerciales à

l'échelle de la province. Près de la moitié des entreprises de l'Ontario qui se sont dotées d'une stratégie cybercommerciale attestent que les résultats obtenus répondent à leurs attentes, alors qu'un autre 15 pour cent indiquent que leurs attentes ont été dépassées. Elles citent en exemple le resserrement des communications avec leurs clients et leurs fournisseurs, l'augmentation de leur chiffre d'affaires, l'amélioration des communications à l'interne, et la diminution des coûts de vente et d'administration.

Les entreprises qui ne font pas appel aux affaires électroniques disent principalement qu'elles n'en n'ont pas besoin. Les questions de sécurité semblent restreintes, avec 82 pour cent des personnes interrogées estimant qu'Internet est un moyen sûr pour faire des affaires, pour autant que des mesures de protection existent. Ce nombre est en hausse de 59 pour cent en à peine six ans, ce qui confirme une plus grande acceptation et compréhension d'Internet en tant que cyberoutil.



L'accessibilité à Internet est une autre question suscitant de moins en de moins de préoccupation, vu que le gouvernement de l'Ontario veille à ce que les petites et moyennes entreprises situées dans des collectivités rurales puissent participer entièrement à l'économie numérique. On dénombre actuellement 29 pour cent des entreprises rurales qui ont une connexion téléphonique, par rapport à 6 pour cent des entreprises en milieu urbain. Le gouvernement de l'Ontario va consacrer 40 millions de dollars sur cinq ans afin d'améliorer l'accès à large bande dans les régions rurales. Selon M. Takhar, « Notre objectif n'est pas seulement d'encourager l'entrepreneuriat et l'innovation, mais également de veiller à ce que les entreprises rurales aient la possibilité d'être compétitives sur les marchés mondiaux ».

Le gouvernement vient aussi en aide aux propriétaires d'entreprise qui tâtent le terrain. Le ministère des Petites Entreprises et des Services aux consommateurs propose de l'information, des séminaires et des ateliers présentant aux entrepreneurs les possibilités que recèlent les cyberaffaires dans l'ensemble de ses trois grandes catégories (entreprise-consommateur, entreprise-entreprise, entreprise-gouvernement) et les aide à entamer les démarches pratiques pour pouvoir aller de l'avant.

Alors que de plus en plus d'entreprises réussissent à franchir ce cap, des études confirment l'expansion rapide des affaires électroniques dans toute une gamme d'applications. À titre d'exemple, le nombre d'entreprises ontariennes qui utilisent les services bancaires en ligne est passé de 21 pour cent en 2001 à 59 pour cent six ans plus tard. Statistique Canada signale aussi que le cybercommerce, ou la vente de biens et services en ligne, connaît une croissance à deux chiffres. En 2007, les ventes des secteurs privé et public sur Internet au Canada avaient atteint la somme estimée de 62,7 milliards de dollars, en hausse de 26 pour cent par rapport à 2006.

Les cyberaffaires ont indéniablement trouvé leur place. Si l'on se transporte cinq ans dans l'avenir, au moins 83 pour cent de toutes les entreprises de l'Ontario estimeront que les cyberaffaires, et le vaste recours aux activités électroniques qu'elles engendrent, auront une importance modérée à une grande importance par rapport au succès global de leur entreprise. Le gouvernement de l'Ontario en convient. « Notre gouvernement considère les affaires électroniques comme un prolongement naturel de l'innovation entrepreneuriale grâce à laquelle les petites entreprises prospèrent, » a déclaré le ministre Takhar.



« Elles proposent des solutions commerciales de pointe pouvant aider les entrepreneurs de l'Ontario à lancer leur entreprise, être compétitifs, créer des emplois et prospérer. »



Lorsqu'on veut en savoir plus sur une entreprise, on se dirige souvent vers son ordinateur pour faire des recherches sur Internet. De plus en plus de petites et moyennes entreprises de l'Ontario ont leur propre site Web et utilisent la technologie non seulement pour renseigner les gens sur leurs activités, mais aussi pour faciliter la communication, la productivité et la croissance.

Dans ce numéro du bulletin *Le Coin des petites entreprises de l'Ontario*, il est question du commerce électronique (ou cybercommerce) et de la façon dont les chefs d'entreprise avisés incorporent les outils et techniques électroniques à leurs activités. On y présente les ressources que le gouvernement offre aux chefs d'entreprise pour qu'ils se familiarisent avec le cybercommerce et ses possibilités et décrit une entreprise qui tire parti du commerce électronique.

Le commerce électronique contribue à la réussite de certaines des entreprises les plus performantes de l'Ontario.

On apprend également dans ce numéro que notre gouvernement a organisé la 14<sup>e</sup> édition annuelle de la Foire aux idées, qui a connu un grand succès et a réuni des décideurs afin qu'ils partagent leurs expériences et leurs idées, écoutent des chefs de file de l'industrie et fassent des rencontres.

Ce type de rencontres peut aider les entreprises à prospérer. C'est la raison pour laquelle notre gouvernement juge extrêmement important d'aider les propriétaires d'entreprise à élargir leurs réseaux.

Plus tôt cette année, j'ai dirigé une mission commerciale en Inde pour donner à des entreprises ontariennes et indiennes la possibilité de se rencontrer et pour faciliter la coopération économique, notamment dans les secteurs de l'automobile, de l'information et des technologies de communication. Une autre mission commerciale au Moyen-Orient s'est déjà traduite par la décision de S.S. Lootah, conglomerat commercial basé à Dubaï, d'ouvrir un bureau en Ontario.

Notre gouvernement est déterminé à aider le secteur des petites entreprises de l'Ontario à prospérer et à croître. Nous continuerons de diriger des missions commerciales, de fournir des services consultatifs aux entreprises – cybercommerce et soutien compris – et de promouvoir la diversité et le caractère innovateur de nos entreprises partout dans le monde. Nous sommes à vos côtés à chaque instant.

Le ministre des Petites Entreprises et des Services aux consommateurs,

**Harinder S. Takhar**



Les propriétaires de petites entreprises qui se demandent où se procurer des renseignements sur les affaires électroniques n'ont pas besoin d'aller voir plus loin que le gouvernement de l'Ontario. Qu'il s'agisse d'obtenir une réponse à la simple question « C'est quoi les cyberaffaires? » ou encore d'élaborer une stratégie cybercommerciale, le gouvernement fournit de l'information aux entrepreneurs et les aide à bien utiliser les affaires électroniques afin de contribuer à la croissance de ces entreprises.

## En quête d'information sur les affaires électroniques? La trousse d'outils de commerce électronique de l'Ontario **est** l'endroit par lequel commencer



« Un grand nombre de petites entreprises ont un site Web et utilisent les courriels électroniques. Notre objectif est de faire en sorte que les entrepreneurs soient au courant de toutes les possibilités que revêtent les affaires électroniques et de les aider à mieux les utiliser, pour pouvoir tirer parti de tout ce qu'elles ont à offrir sur le plan de la création d'entreprise, » a déclaré Douglas Bower, responsable de l'Unité des affaires électroniques du ministère des Petites Entreprises et des Services aux consommateurs.

Le ministère a créé une trousse d'outils de commerce électronique complète destinée aux propriétaires de petites entreprises, et son premier produit – un guide d'initiation de 50 pages intitulé *Comment profiter des affaires électroniques* – est désormais accessible sur le site Web du ministère ([www.sbe.gov.on.ca](http://www.sbe.gov.on.ca)). Conçu dans un format facile à utiliser et comprenant des listes de vérification et des questionnaires, ce guide prouve que les activités liées aux affaires électroniques n'ont pas besoin d'être compliquées ou coûteuses pour être synonymes d'avantages pour une entreprise. Il aide les propriétaires à évaluer leur état de préparation à ce sujet, à apprendre à minimiser les risques sur le plan de la protection des renseignements et de la sécurité, à comprendre comment commercialiser leur site Web, et bien davantage. Il dresse aussi le portrait de plusieurs petites entreprises de la province qui ont adopté avec succès des solutions cybercommerciales.

« La trousse d'outils de commerce électronique répond à un besoin cerné lors de nos propres recherches et par les centres d'encadrement des petits entrepreneurs dans toute la province, » de dire Bower. « Elle a été conçue à la suite de vastes consultations réalisées notamment auprès de propriétaires de petites entreprises ». Plusieurs autres brochures qui sont actuellement en préparation et seront disponibles sur le site Web du ministère plus tard cette année porteront sur des sujets intermédiaires ou plus poussés, notamment le cybercommerce, l'optimisation des moteurs de recherche, et la cyberpublicité.

D'après un récent sondage d'EKOS Research Associates, les propriétaires de petites entreprises ont besoin d'aide dans trois grands domaines : la conception d'un site Web, la commercialisation sur Internet, et le service à la clientèle en ligne. Les 56 centres d'encadrement des petits entrepreneurs de l'Ontario ont proposé plus de 100 cyberséminaires et ateliers ciblant ces domaines. Les commentaires des participants à ces séances ont été positifs, grâce auxquelles ils ont pu se familiariser avec les possibles avantages des affaires électroniques et savoir si c'était une bonne chose pour eux de poursuivre dans ce domaine.

Les propriétaires d'entreprise font aussi appel aux centres d'encadrement des petits entrepreneurs afin d'obtenir des conseils sur l'élaboration de stratégies cybercommerciales. « Une stratégie peut être aussi simple que le fait de savoir si votre entreprise a son propre site Web et si vous souhaitez y ajouter certaines caractéristiques avec le temps, » a précisé Bower. « Le réel avantage des affaires électronique repose sur sa faculté d'adaptation, mais il est important d'avoir en place un plan d'utilisation des techniques qui soit le plus efficace possible. »

Le gouvernement de l'Ontario va continuer à évaluer les besoins en matière d'affaires électroniques dans l'ensemble du milieu des petites et des moyennes entreprises, ce qui comprendra notamment un prochain sondage visant à cerner les possibilités et les enjeux du secteur, ce qui pourrait donner lieu à l'avenir à de nouvelles initiatives du gouvernement dans ce domaine, telles que des programmes et des séminaires propres à l'industrie.

# Une entreprise d'Ottawa S'EMPRE DU MARCHÉ de la location en ligne de DVD

ZIP.CA SE DÉCRIT COMME « LA MEILLEURE  
FAÇON DE LOUER DES DVD, » ET IL EST  
DIFFICILE DE LES CONTREDIRE.



Cette compagnie d'Ottawa constitue le plus important service de location de DVD en ligne au Canada, avec plus de 72 000 titres, des nouvelles sorties aux documentaires peu connus, en DVD, HD-DVD et Blu-Ray.

En activité depuis 2004, Zip a récemment célébré un événement important : l'expédition de sa dix millionième location!

Le service est on ne peut plus simple. En fonction de leur type d'abonnement, les membres peuvent louer jusqu'à huit vidéos à la fois, qui leur sont ensuite expédiées chez eux par Postes Canada, qui les renvoient gratuitement à l'expéditeur. Il n'y a aucuns frais de retard ni de date limite, et si un membre souhaite avoir un titre qui n'est pas disponible, Zip l'obtiendra pour ce dernier.

C'est sans conteste un service qui séduit de plus en plus de Canadiens. Zip compte actuellement 36 000 membres – et ce nombre ne cesse d'augmenter. Son chiffre d'affaires et ses activités connaissent aussi une hausse soutenue de près de 25 à 30 pour cent par an, grâce à son activité principale de location – un partenariat avec Rogers (dont le programme de location en ligne Video Direct est assuré par Zip) – et son service Zip.tv, conjuguant des caractéristiques interactives comme des critiques transmises par des utilisateurs et des forums contenant des séquences vidéos avec support publicitaire.

Mais tout n'a pas toujours été rose pour cette entreprise qui a eu son lot de difficultés.

La première difficulté portant sur la conception d'un système d'expédition efficace avec Postes Canada garantissant la livraison le jour suivant, ce qui a été en fait le problème le plus facile à résoudre en créant un système mixte permettant à Zip d'expédier en express de gros paquets d'enveloppes directement aux centres de tri de Postes Canada dans les grandes villes, où le tri se fait de nuit. La compagnie compte aujourd'hui quatre centres de distribution à travers le pays.

Il a fallu ensuite convaincre les consommateurs de vouloir louer des DVD en ligne plutôt que dans un club vidéo.

« Les gens sont tellement habitués au fait de se rendre dans un club vidéo, » de dire la directrice des Communications de Zip, Shelagh O'Connor. « Or, les clubs vidéos ont en moyenne en stock 3 000 titres tout au plus, et le coût moyen de location n'est pas vraiment inférieur au nôtre, soit d'environ 3 \$ par DVD. »

Il a fallu aussi convaincre une population canadienne quelque peu réticente à commercer sur Internet.

« Les Canadiens vont consulter leur compte en banque en ligne, mais ils sont moins rapides à se faire à l'idée d'effectuer des achats en ligne, » a ajouté O'Connor. « Nous avons dû avoir recours à des partenariats en marketing créatifs pour pouvoir atteindre les consommateurs. »

Il y a aussi eu un problème avec Pizza Pizza – un film et une pizza! – des pizzas ont été livrées accompagnées d'un coupon Zip. Et un avec Hewlett Packard qui a constaté que des ordinateurs avaient été expédiés avec un lien vers Zip.ca installé sur leur bureau. Zip a, par ailleurs, récemment conclu un partenariat avec HBC de sorte que la compagnie de location de DVD fera la promotion de ses services sur le site Web de la Compagnie de la Baie d'Hudson. Zip fait aussi beaucoup de publicité en ligne sur des sites qui correspondent à son marché, notamment sur celui de la Société Radio-Canada et du *Globe and Mail*.

Grâce à la hausse des recettes des abonnements en ligne en Amérique du Nord (aux États-Unis, ces recettes augmentent au taux annuel composé de 88 pour cent), par rapport au marché de location de vidéos domestiques (qui y croît au taux de croissance annuel composé de 4,4 pour cent), Zip s'est trouvé un créneau très lucratif.

**Site Web : [www.zip.ca](http://www.zip.ca)**

# Le ministre contribue au resserrement des liens entre l'Inde et l'Ontario

**Harinder Takhar fait appel à ses talents relationnels et à sa vaste expérience commerciale mondiale pour resserrer les relations professionnelles croissantes entre l'Inde et l'Ontario. Le ministre des Petites Entreprises et des Services aux consommateurs s'est rendu plus tôt cette année en Inde.**



« Le gouvernement de l'Ontario est conscient des solides liens culturels, spirituels et économiques qui unissent l'Inde et l'Ontario, » de dire Takhar, l'un des membres fondateurs de la Chambre de commerce punjabi internationale. « Et nous nous engageons à resserrer ces liens afin d'accroître le commerce bilatéral et de faire prospérer l'Inde et l'Ontario ».

L'Ontario compte plus de 570 000 personnes d'origine indienne, ce qui en fait l'une des plus importantes communautés sud-asiatiques de l'hémisphère occidental. La communauté indo-canadienne a aussi l'un des taux les plus élevés de propriétaires d'entreprise de la province. Les exportations de l'Ontario vers l'Inde ont triplé pour atteindre 276 millions de dollars depuis 2003, tandis que les exportations de l'Inde vers l'Ontario ont augmenté de près de 70 pour cent, soit près du double pour la même période, pour s'établir à environ 1,2 milliard de dollars en 2007.

Selon M. Takhar, il existe de nombreuses possibilités de faire grossir davantage ces chiffres, en particulier dans les secteurs à fort potentiel comme celui des pièces d'automobiles, de la fabrication de pointe, et des technologies de l'information et des communications (TIC). Le programme de cette mission de 8 jours en Inde a été bien rempli, comprenant des réunions et des discussions avec des responsables du gouvernement et des chefs d'entreprise. Les points forts ont été les réunions tenues avec des responsables du secteur des TIC à Bangalore.

« Bangalore est le centre national des TIC de renommée mondiale, tandis que l'Ontario est le chef de file des TIC au Canada, » a déclaré Takhar. « La mise en commun de nos forces est aussi l'occasion d'accroître non seulement nos échanges commerciaux, mais aussi de renforcer notre collaboration et nos partenariats. L'Ontario est un lieu de prédilection pour les entreprises indiennes souhaitant s'ouvrir au marché nord-américain ».

Le ministre a également assisté à Auto Expo India à New Delhi pour épauler la délégation ontarienne composée de 12 entreprises et a rencontré Ratan N. Tata, le président de Tata Group. Le principal constructeur automobile en Inde, Tata Motors, a volé la vedette en dévoilant la Nano, la « voiture la moins chère au monde », dont le prix de vente est estimé à 2 500 \$. Cette bonne nouvelle pour le secteur automobile indien s'est vite répandue en Ontario : quelques semaines plus tard, la compagnie Samco Machinery Limited de Scarborough a annoncé la conclusion d'une entente de 3 millions de dollars avec Tata Ryerson Ltd. en vue de la fabrication de pièces de châssis pour la Nano. Le ministre Takhar a visité l'usine Samco au moment de l'annonce de l'entente conclue entre Tata et Samco.

« Samco est un très bon exemple d'une petite entreprise s'ouvrant à des partenariats mondiaux et décrochant des contrats, » de dire M. Takhar. « Pour reprendre les propos de Joe Repovs (PDG de Samco, « Attendre que le monde vienne frapper à notre porte n'était pas une option ». Nous proposons l'innovation et la compétitivité de l'Ontario à cet important marché et nous aidons nos entreprises à conclure des ententes créatrices d'emplois et d'investissements en Ontario ».

Les efforts déployés par le ministre Takhar en vue de consolider les liens entre l'Inde et l'Ontario se poursuivent ici, en Ontario. Ces derniers mois, il a assisté à de nombreux événements faisant la promotion des relations entre l'Inde et l'Ontario, notamment à la conférence de la Prospectors and Developers Association (délégation minière de l'Inde), aux célébrations de la 59<sup>e</sup> Journée de la République de l'Inde (gala culturel), au Telfer India Forum (un partenariat avec l'Indo-Canada Ottawa Business Chamber), ainsi qu'au premier gala annuel de la Canada India Foundation.

« Nos efforts seront récompensés de très nombreuses façons » de dire le ministre Takhar. « Il s'agit d'un processus de longue haleine qui profitera à tout l'Ontario ».

(parti et centre) **Le ministre Takhar à la Voiture l'Expo l'Inde à New Delhi.**  
(droite) **La compagnie Samco Machinery Limited, située en Ontario, fabrique des pièces destinées à la voiture la moins chère au monde, à savoir la Nano. Le ministre Takhar visite l'usine Samco ou Scarborough en compagnie du PDG de Samco, Joe Repovs.**



Le ministre Takhar souhaite la bienvenue aux délégués de la Foire aux idées, précisant que les entreprises novatrices en Ontario sont très bien placées pour tirer parti des possibilités offertes sur la scène internationale et élargir leurs marchés.

(droite) Linda Hasenfratz, présidente et chef de la direction de Linamar, a été la conférencière d'honneur lors de la Foire aux idées de 2008 à Ottawa.



# La Foire aux idées aide les PME dynamiques à prendre encore plus d'expansion

**Les entreprises à croissance exceptionnelle de l'Ontario créent chaque année 60 pour cent des nouveaux emplois de la province. La Foire aux idées sert de tribune aux dirigeants de ces entreprises essentielles pour mettre en commun leur savoir et leur expérience. Toute l'économie de la province en retire des avantages.**

« Ce que nous qualifions d'entreprises à croissance exceptionnelle constitue en fait une toute petite partie du milieu des PME en Ontario, » de dire Bob Marrs, directeur des services consultatifs aux entreprises au sein du ministère des Petites Entreprises et des Services aux consommateurs de l'Ontario. « Or, quand on examine les résultats, on constate aisément que leur réussite et leur croissance sont très importantes pour l'économie. Ce sont des entreprises qui peuvent passer de 7 à 25, puis à 125 employés en à peine trois ans. On compte un large éventail de ces entreprises dans chaque secteur et dans toute la province. »

En 2008, la Foire aux idées célèbre 14 années au service des dirigeants d'entreprise de l'Ontario dans le but de mettre en commun leur savoir, d'apprendre des pratiques exemplaires, et d'établir d'importants liens de réseautage. Cet événement de deux jours, proposant des conférenciers inspirants, des ateliers pratiques et des réunions sans caractère officiel, a eu lieu cette année à Ottawa. Parmi les conférenciers invités, il faut souligner la présence de Linda Hasenfratz, chef de la direction de Linamar Corporation, géant des pièces d'automobile; celle de Larry Keeley, spécialiste en innovation, et président et cofondateur de Doblin Group; ainsi que la présence du ministre des Petites Entreprises et des Services aux consommateurs, Harinder Takhar. Les ateliers animés par des experts en la matière ont porté sur différents thèmes représentant un intérêt particulier pour les chefs de direction et les fondateurs, notamment le leadership, l'art du recrutement et du maintien en poste, la croissance financière, et la mise à profit des nouvelles conjonctures.

« Il est de notoriété publique que les petites et moyennes entreprises (PME) représentent 99 pour cent de l'ensemble des entreprises de la province, » a déclaré le ministre Takhar. « Ce que l'on sait moins, c'est l'importance des entreprises à croissance exceptionnelle qui constituent à peine 2,8 pour cent de ces PME. La plupart des délégués présents à la dernière Foire aux idées à Ottawa m'ont dit que cela leur apportait le soutien qu'ils ne pouvaient pas obtenir ailleurs. »

L'histoire de la réussite de Research in Motion (RIM) en Ontario est un très bon exemple de l'importance et du potentiel de ces entreprises à croissance exceptionnelle. Faisant partie du portefeuille de la Foire aux idées à ses débuts, RIM est devenu un chef de file mondial dans un secteur où la concurrence est très féroce. Sa réussite et sa croissance soutenue sont attribuables à de nombreux éléments, mais elles prouvent aussi qu'il est important d'identifier les entreprises à croissance exceptionnelle et de les aider à se réaliser.

« Les entreprises de la Foire aux idées sont celles qui dictent la manière de faire des affaires, » de dire Marrs. « Ce sont des chefs de file sur le plan de l'innovation, de la création de nouvelles entreprises, et de la mondialisation, et leur importance ne cesse de croître. La Foire aux idées regroupe les chefs de direction, les fondateurs et les présidents de ces entreprises au sein d'un réseau d'homologues où ils peuvent en toute confiance mettre en commun leurs pratiques commerciales. »

**Pour en savoir plus sur la Foire aux idées et télécharger les rapports sur les entreprises à croissance exceptionnelle en Ontario, consultez le site Web suivant : [www.lafoireauxidees.ca](http://www.lafoireauxidees.ca).**

# L'avenir s'annonce bien pour une entreprise d'Hamilton

NIMESH BAH L A BESOIN DE  
3 MILLIONS DE DOLLARS POUR  
LANCER LE PRODUIT DE SA  
COMPAGNIE DANS LE COMMERCE.



Il y a fort à parier que, lui comme ses associés, n'auront pas trop de difficultés à ce niveau-là. Leur entreprise, Liquid Fiber Displays Inc., a créé une technologie inédite de panneaux d'affichage à diodes électroluminescentes qui allie un réseau de fibres optiques entrecroisées et une technologie d'affichage à cristaux liquides et à diodes électroluminescentes.

Le résultat obtenu est un panneau d'affichage à diodes électroluminescentes qui a une plus forte capacité de résolution, coûte moins cher, est plus incandescent et plus fiable que les panneaux d'affichage traditionnels. Il s'encastre aussi facilement dans un mur d'images vidéo et fonctionne dans un contexte Windows.

S'il est vrai qu'aucun brevet n'a encore été déposé et que le produit n'en est qu'à la phase d'essai – Liquid Fiber ayant tout de même un prototype en place au Student Centre de l'Université McMaster à Hamilton – cette entreprise a déjà remporté le concours d'entreprises commerciales TiEQuest 2008 (devant 90 autres entreprises) et s'est classée parmi les 10 premières entreprises spécialisées dans la technologie au Canada en 2007–2008.

Le récit sur la manière dont cette entreprise s'est forgée est tout aussi intéressant que la technologie ayant servi à la création de son produit.

Deux ans et demi plus tôt, Bahl vient tout juste de s'inscrire au Xerox Centre for Engineering Entrepreneurship and Innovation de l'Université McMaster. Le programme d'études comprend la découverte ou la création d'une nouvelle technologie, son élaboration ainsi que sa commercialisation.

« J'étais à la recherche d'une nouvelle technologie quand quelqu'un m'a parlé des travaux de recherche du professeur de génie Adrian Kitai dans ce domaine, » de dire Bahl. Il a pris contact avec Kitai pour en apprendre davantage sur le sujet.

« J'ai été impressionné par le prototype, et Adrian et moi, nous nous sommes tout de suite bien entendus, » d'ajouter Bahl.

Lorsque Bahl a sondé le marché, il s'est vite rendu compte que ce dernier renfermait d'immenses possibilités.

« Les panneaux d'affichage à diodes électroluminescentes servent partout à l'extérieur, » de déclarer Bahl, « dans les aéroports, les centres commerciaux, les centres sportifs, les casinos, les salons professionnels, les écoles – et j'en passe – et parce que nos coûts de fabrication sont d'environ 80 pour cent inférieurs, cela suscite beaucoup d'intérêt. » Prenant conscience de l'envergure des activités, Bahl a persuadé un ami étudiant, Cristian Nunez, de se joindre à lui.

À présent que les trois associés disposent d'un plan financier et d'un plan d'activités, ce dont ils ont besoin, c'est d'argent pour passer de la phase d'essai à celle de validation commerciale.

« Nous avons besoin d'amasser suffisamment d'argent pour pouvoir fabriquer les tout premiers panneaux d'affichage que nous placerons dans des endroits stratégiques, » de dire Bahl. « Grâce à cela, nous devrions être en mesure de passer à l'étape de production d'ici quelques mois. »

Cristian Nunez, Adrian  
Kitai et Nimesh Bahl

Site Web : [www.liquidfiberdisplays.com](http://www.liquidfiberdisplays.com)

## ONTARIO COIN DES PETITES ENTREPRISES

### Coin des petites entreprises de l'Ontario

Ministre des Petites Entreprises  
et des Services aux consommateurs  
Direction des communications et des  
relations publiques  
Édifice Hearst, 8<sup>e</sup> étage  
900, rue Bay  
Toronto (Ontario) M7A 2E1, Canada  
Téléphone : 416 325 6666  
Télécopieur : 416 325 6688  
[www.sbe.gov.on.ca](http://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](mailto: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.

