

AVANT-GARDE

LE MAGAZINE D'AFFAIRES ACADIENNE ET FRANCOPHONE

Les visages de
l'entrepreneuriat
en Nouvelle-Écosse

ON PARLE DE:

CULTURE ACADIENNE
REPRENEURIAT
FEMMES
JEUNES
NOUVEAUX ARRIVANTS
DES RESSOURCES POUR ENTREPRENDRE

VOLUME 1, NUMÉRO 1, NOVEMBRE 2024

ISSN 2818-8179



LE COURRIER
DE LA NOUVELLE-ÉCOSSE

L'ÉQUIPE
NICOLAS JEAN
Directeur général
dg@lecourrier.com

JEAN-PHILIPPE GIROUX
Rédacteur en chef
nouvelles@lecourrier.com

CHRISTIAN ALLAIRE
Conception graphique

MELISSA COMEAU
Agente Communication
et Communauté numérique
agente@lecourrier.com

SHANNON NICKERSON
Journaliste
journaliste@lecourrier.com

YVETTE COMEAU
Journaliste d'affaires
affaires@lecourrier.com

FARIDA AGOGNO
Journaliste politique
politique@lecourrier.com

2-795, route 1, Saulnierville
(Nouvelle-Écosse) B0W 2Z0
Téléphone : 902-769-3078

www.lecourrier.com

Toute reproduction, en tout ou en partie,
d'un texte ou d'une photo est interdite
sans la permission écrite du
Courrier de la Nouvelle-Écosse.
Toute personne qui envoie une lettre ou une photo
pour être publiée dans le magazine *Avant-Garde*
assigne implicitement et sans appel ses droits
d'auteur au *Courrier de la Nouvelle-Écosse*.
Veuillez noter que les chroniques et les lettres
à l'éditeur publiées dans *Avant-Garde* reflètent
l'opinion de leurs auteur(e)s et pas forcément celle
du magazine.

Impression : Advocate Printing
© 2024 *Le Courrier de la Nouvelle-Écosse*.
Tous droits réservés.



AVANT-GARDE

LE MAGAZINE D'AFFAIRES ACADIEN ET FRANCOPHONE

- 03 DEMEUREZ À L'AVANT-GARDE!
- 04 L'ENTREPRENEURIAT AU COEUR DE NOS COMMUNAUTÉS
- 05 UNE ENTREVUE AVEC NOËL DESPRÉS

06 ENTREPRENEURIAT ET ACADIE

- 07 GNOMIE AND ME ACADIAN TEAS: INFUSER SA CULTURE DANS SON THÉ
- 08 CAFÉ L'ACADIE, DE TRURO À PEGGY'S COVE

12 REPRENEURIAT

- 13 CHEZ L'AMI: D'UN CLIENT AU PROPRIÉTAIRE DE L'ENTREPRISE
- 15 BOULANGERIE AUCOIN, UN PAIN AVEC UNE HISTOIRE INTERGÉNÉRATIONNELLE

18 ENTREPRENEURIAT ET FEMMES

- 19 WILD ROOTS: UN EXEMPLE DE COOPÉTION DANS LE SECTEUR DE LA RESTAURATION
- 20 JOA LA DOULA VEUT «REDONNER LE POUVOIR À LA FEMME»

23 ENTREPRENEURIAT ET JEUNES

- 25 CRYSTAL CORE JEWELLERY: OÙ L'ART ET L'ENTREPRENEURIAT SE FUSIONNENT
- 26 IL N'EST JAMAIS TROP TÔT POUR DEVENIR ENTREPRENEUR

28 ENTREPRENEURIAT ET NOUVEAUX ARRIVANTS

- 29 LA NATURE, UN MODÈLE D'ENTREPRISE
- 31 DE SCIENTIFIQUE À PROFESSEUR DE FRANÇAIS: UN PARCOURS PARTICULIER POUR SOPHIE HUBERT
- 32 L'ENTREPRENEURIAT, C'EST OSER RÊVER

Il est à noter que les ressources présentées dans ce numéro ne sont pas exhaustives.

La Société de presse acadienne tient à remercier les partenaires de la première édition d'Avant-Garde:



Ce projet a été rendu possible grâce au Fonds d'appui stratégique aux médias communautaire, offert conjointement par le Gouvernement du Canada et le Consortium des médias communautaires de langues officielles.

Financé par le
gouvernement
du Canada



CONSORTIUM
des médias communautaires
de langues officielles
en situation minoritaire
of Official Language Minority
Community Media



DEMEUREZ À L'AVANT-GARDE!

Nicolas Jean

En tant que directeur général de la Société de presse acadienne et du *Courrier de la Nouvelle-Écosse*, c'est avec beaucoup de fierté et d'enthousiasme que je vous présente la première édition de notre magazine d'affaires: Avant-Garde. Publié par la Société de presse acadienne, maison d'édition du seul média francophone de la Nouvelle-Écosse, ce magazine a pour ambition de mobiliser la communauté d'affaires acadienne, francophone et francophile autour des grands mouvements qui l'animent. Un observatoire à l'avant-garde des tendances!

Avant-Garde, c'est avant tout une aventure entrepreneuriale. Dès mon arrivée au *Courrier* en 2022, l'idée d'une telle publication a germé dans mon esprit. Face à l'absence manifeste d'une telle publication au sein de notre province, j'y ai vu l'opportunité de mettre de l'avant les actrices et acteurs du développement économique en Nouvelle-Écosse. La position minoritaire a ses défis et nous invite souvent à raisonner en termes de diffi-

cultés et de freins. Cette revue a pour objectif de prendre le contrepied de cet état d'esprit en offrant à la communauté d'affaires un espace pour réfléchir, un espace pour construire et surtout, un espace pour s'inspirer les uns les autres. Ancien alumni d'HEC Montréal, titulaire d'un MBA, j'ai eu la chance de rencontrer des dizaines d'entrepreneur(e)s et de chef(fe)s d'entreprise au cours des dernières années, et je sais à quel point le développement économique est un levier et un moteur pour nos communautés. Avec Avant-Garde, nous souhaitons nous rapprocher d'un journalisme de solutions qui vise avant tout à faire avancer la société.

La genèse et le parcours de ce magazine ont ensuite été jalonnés de défis des étapes qui sont le lieu commun de toute personne qui souhaite se lancer en affaires: prise de risque, incertitude de savoir si le projet allait pouvoir aller de l'avant, recherche de collaborateurs, recherche de financement, ciblage, positionnement, différenciation, mise en production,... Il s'agit d'un ex-

ercice d'humilité. C'est pour cette raison que nous avons souhaité rendre hommage avec ce numéro aux petites et moyennes entreprises (PME). En décembre 2021, on comptait environ 1,2 million de PME au Canada (dont près de 30 000 en Nouvelle-Écosse), ce qui représente 99,8 % de toutes les entreprises employant des salariés. Les PME étaient responsables de 88,2 % de tous les emplois du secteur privé en 2021 et représentaient environ 53,2 % du PIB en moyenne entre 2015 et 2019.* La philosophie entrepreneuriale n'est pas réservée au domaine des affaires. L'entrepreneuriat a de quoi inspirer bien au-delà des sphères d'affaires.

Merci à nos partenaires, la Chambre de commerce francophone de Halifax et le Conseil de développement économique de la Nouvelle-Écosse (CDÉNÉ), et merci aux entrepreneuses et entrepreneurs qui ont participé à cette édition inaugurale dont la seconde édition est prévue pour le mois de mars 2025. Merci à nos alliés qui ont soutenu la production de cette publication et enfin, un

merci tout particulier à Yvette Comeau, journaliste d'affaires, qui a porté la réalisation d'Avant-Garde. Un titre d'ailleurs choisi pour sa résonance positive et visionnaire et parce qu'il est bilingue comme l'ensemble du magazine.

Pour terminer, un message pour notre communauté d'affaires néo-écossaise. Que vous soyez jeune entrepreneur, nouvel arrivant au Canada, femme d'affaires ou chef d'entreprise chevronné: vous n'êtes pas seul(e)s. La possibilité d'un réseau d'affaires acadien, francophone et francophile fort et solidaire au sein de notre province n'est pas un rêve, c'est une possibilité et cette publication en est la preuve.

Bonne lecture et demeurez à l'avant-garde!

Nicolas Jean
Directeur général

La Société de presse acadienne - Le Courrier de la Nouvelle-Écosse

*Statistique Canada





L'ENTREPRENEURIAT AU COEUR DE NOS COMMUNAUTÉS



Dès le début, Comeau's Sea Foods Ltée était en bonnes mains avec Bernardin Comeau. Connu comme un Acadien très vaillant, il avait une vision de bâtir une entreprise de pêche diversifiée qui allait grandement contribuer à l'essor économique et culturel de la Baie Sainte-Marie en Nouvelle-Écosse.

Malgré des débuts modestes en 1946, Bernardin était toujours à la recherche de défis. En 1955, Comeau's Sea Foods Ltée débutait la pêche aux pétoncles. Même avec un esprit visionnaire, il aurait été difficile d'imaginer le parcours de Comeau's Sea Foods Ltée dans cette industrie.

Trouver un moyen de placer une petite entreprise de Saulnierville, en Nouvelle-Écosse, sur la scène nationale et internationale n'a pas été une mince affaire. Au cours des 60 prochaines années, Bernardin a fait construire et a acquis des bateaux et des usines afin de permettre à l'entreprise d'être productive, tout en considérant les effets sur l'environnement et sur la vie marine.

Aujourd'hui, l'héritage de Bernardin se perpétue. Comeau's Sea Foods Ltée est une entreprise maritime prospère qui se démarque par la qualité de ses produits et services. Elle continue d'évoluer et de se développer, tout en de-

meurant fidèle à sa mission et à sa vision.

En tant qu'Acadiens, nous avons une opportunité que beaucoup de gens n'ont pas. Nous sommes conscients que l'habileté de survivre et le succès sont entre nos mains, et que c'est à nous de créer notre futur. L'entrepreneuriat, quelle que soit la forme qu'il prend, nous permet d'aller de l'avant et de créer ce futur pour nous, pour nos familles et pour nos communautés.

Noël Després
Président et directeur
général, Comeau's Sea
Foods Ltée

Une entrevue avec Noël

Yvette Comeau: Qu'est-ce qui, d'après toi, explique le succès de Comeau's Sea Foods ou d'autres entreprises acadiennes?

Noël Després: Bernardin, quand il a commencé, il avait des défis. Mais je pense que les défis sont une clé de la persévérance. Puis d'où est-ce que ça vient? Moi je crois que c'est un atout des Acadiens. Tout le monde a pas eu des grosses fermes comme à Grand-Pré, ici. Ils ont pas tous eu des gros vergers. Mais ils ont persisté à faire des choses qui ont pu leur donner du succès. Et qu'est-ce qui explique ça? C'est la persévérance. Et je crois que c'est une force du peuple acadien. Oui, ça se développe ailleurs, mais on le voit chez les gens qui sont venus ici. Moi je le vois certainement dans le succès que Bernardin a eu.

Y: Comeau's Sea Foods est une grande entreprise d'envergure mondiale. Est-ce qu'elle a quand même un rôle ici, à l'échelle locale?

N: On est ici pour aider le monde de Clare, et du sud-ouest de la province. [...] On veut bénéficier à la compagnie, mais aussi au public. Si on prend garde à la communauté, la communauté va grandir, et la compagnie va aussi continuer à grandir. On a besoin du monde local.

Y: Comment te sens-tu par rapport à l'avenir de l'entreprise?

N: Il y a beaucoup de compagnies qui sont en train de vendre, pour différentes raisons. Ce n'est pas tout le monde qui veut continuer à mettre l'effort. On a pris une différente direction ici. [...] Notre focus asteur

– surtout dans les trois dernières années – c'est de faire la compagnie assez solide que, peu importe ce qui arrive, ça peut continuer. La compagnie peut continuer. Comment ça va continuer? Puis qui ce qui va gérer? Faut-il que ce soit un membre de la famille? On a besoin de quelqu'un qui veut réussir. On a besoin d'une personne intelligente, qui prévoit et qui le fait arriver.

Ça que moi j'ai été donné pour gérer était solide. J'espère que ça devient plus solide. Et puis si ça peut continuer, et bien, ça va se pren-

dre garde, parce que les paramètres vont être solides assez pour continuer.

Y: Puis comment te sens-tu par rapport à la relève en général?

N: Je suis optimiste. Je suis encouragé par la jeunesse. Je crois que la jeunesse est vraiment intelligente. Je le vois à l'Université Sainte-Anne. Puis je le vois dans les enfants, les petits enfants. Moi je suis encouragé. Je crois qu'il y a beaucoup de *brain power* qui s'en vient. On va voir comment ça va aller.

Que t'aies une petite compagnie ou une grande compagnie, la question c'est: comment vas-tu passer au travers des défis qui se présentent?



PHOTOS PAGES 4 ET 5 DE GRACIEUSETÉ - COMEAU'S SEA FOODS LTÉE



E N T R E P R E N E U R I A T E T

ACADIE



PHOTOS PAGES 6 ET 7 : VANESSA WILSON

GNOMIE AND ME ACADIAN TEAS: infuser sa culture dans son thé

Paula Steenken a toujours été attachée à sa famille et à ses racines acadiennes, même si elle a passé une bonne partie de sa vie à l'étranger. Aujourd'hui, vivant en Nouvelle-Écosse et remise de problèmes de santé, elle vit et partage sa culture acadienne à sa façon – par le thé. Et son inspiration vient en grande partie des femmes fortes qui sont ses ancêtres.

Yvette Comeau

Paula a grandi dans différents pays, puis a travaillé dans le domaine humanitaire pendant 32 ans.

Lorsque la covid a frappé en 2020, elle a emménagé chez ses parents à Halifax. Elle se remettait d'une greffe de reins, et son père souffrait aussi d'une insuffisance rénale.

Pendant le confinement pandémique, Paula et ses parents ont passé de nombreuses heures à se plonger dans l'histoire de leur famille et de leurs ancêtres, son père étant un Deveau et sa mère, une Poirier. Elle a appris toutes sortes de choses, en particulier sur les rôles importants que jouaient les femmes de sa famille, rôles qui étaient souvent négligés.

Un jour, alors qu'ils étaient assis autour d'une tasse de thé, elle et ses parents se sont interrogés sur la sorte de thé que buvaient leurs ancêtres. Ils se sont donc mis à faire des recherches sur le sujet.

Quand les restrictions liées à la covid ont commencé à être levées, Paula se sentait beaucoup mieux. Ayant retrouvé son énergie et sa joie de vivre, elle s'est posé la question: «Que puis-je faire pour redonner à la communauté, à ma communauté, tout en améliorant l'éducation sur le peuple acadien?»

«Je voulais laisser un héritage à mes petites-filles – j'en

ai quatre. Je viens d'une famille de femmes très fières, de femmes entrepreneures, qui remonte aux années 1800. Il y a quelque chose en moi qui me disait: Je veux être une de ces femmes. Je peux être résiliente comme mes ancêtres, gérer une entreprise, maintenir un style de vie et soutenir ma communauté. Et comment faire? Et je me suis dit: Je vais revenir à l'un de mes premiers amours. Et c'était le thé. Et c'est comme ça que c'est né», explique Paula.

Elle a ainsi commencé à faire des mélanges dans l'appartement de ses parents. Son père et sa mère, âgés de plus de 90 ans, sont devenus les goûteurs de thé. Selon Paula, cette expérience a transformé quelque chose de très triste – le fait que son père était mourant et qu'ils étaient confrontés à la covid – en l'une des plus belles bénédictions de sa vie.

À partir de là, son entreprise a commencé à prendre forme. Elle a officiellement lancé Gnomie and Me Acadian Teas (Gnomie est le nom que lui donnent ses petites-filles) en octobre 2020. Plus tard, elle a transféré ses activités sur sa propriété à Upper Clements, d'où elle travaille toujours.

Paula offre présentement 86 mélanges de thé différents, et elle se procure tout ce qui peut l'être localement.

Lorsqu'il s'agit de nommer ses thé, elle essaie de

mettre en valeur les communautés acadiennes, les noms acadiens et l'endroit où les ingrédients sont obtenus. Elle nomme également des thé en l'honneur de personnes qu'elle considère des trésors de la communauté. C'est ainsi qu'il y a un thé appelé French Shore, un thé appelé Deveau



Pina Colada, un thé nommé Bear River Cherry et un thé nommé Melanson Raspberry Leaf, pour ne donner que quelques exemples.

«Lorsqu'une personne voit son nom sur un paquet de thé, cela la rend très heureuse», déclare Paula.

L'une des choses que Paula apprécie le plus dans son travail, c'est le fait qu'elle peut parler de l'histoire des Acadiens à travers les thé. Après tout, le thé a toujours été très populaire dans la culture acadienne. Et pour les ancêtres

acadiens, le thé était un élément de communication très important.

Aux dires de Paula, les gens adorent en apprendre sur l'histoire des Acadiens, sur les communautés et sur les fermes locales d'où viennent les ingrédients. Et par les activités entrepreneuriales de Paula, ses enfants et ses petites-filles ont également appris beaucoup de choses sur leur histoire acadienne, ce qui lui apporte beaucoup de joie.

«L'entreprise elle-même est basée sur l'héritage et l'histoire de la famille. Il est facile de parler du patrimoine et de l'histoire, mais la composante familiale est tout aussi importante pour moi», dit-elle.

Et pour ce qui est de l'histoire familiale, c'est le vécu des femmes qui revêt d'une importance particulière pour Paula. «Il se trouve que, des deux côtés de ma famille, il y avait des femmes très fortes qui possédaient des entreprises et qui n'ont jamais été reconnues pour cela. Je suis très fière de ces femmes. Et si je peux suivre leurs pas et montrer la même chose à mes petites-filles, je pense que c'est très important. Et il y a une vie après l'insuffisance rénale et une greffe! Et à l'âge de 63 ans! Tous ceux qui pensent qu'ils n'ont rien à offrir à la communauté ont encore beaucoup à offrir», ajoute-elle pour conclure.

CAFÉ L'ACADIE, DE TRURO À PEGGY'S COVE

Café l'Acadie a ouvert ses portes en mai 2012. Douze ans et trois emplacements plus tard, le restaurant connaît toujours un grand succès, surtout en raison de l'authenticité de la cuisine acadienne et de l'expérience que Gary LeBlanc, le propriétaire, offre à sa clientèle.



Yvette Comeau

Gary LeBlanc a été élevé à Halifax, par deux parents acadiens originaires de Chéticamp. La langue, la nourriture et la musique acadienne, de même que les rassemblements de famille et d'amis, ont joué un rôle important dans son enfance. «J'ai été très exposé à tout cela, et j'en suis très reconnaissant», indique-t-il.

Gary n'avait jamais travaillé dans le secteur alimentaire, et n'avait jamais pensé ouvrir un restaurant. Toutefois, quand une occasion s'est présentée à Truro en 2012, il savait qu'il ne pouvait pas rater sa chance. Il avait quelque chose d'unique à offrir – des mets acadiens.

«L'histoire de cette culture a toujours été profondément ancrée en moi. Mais ce qui m'a vraiment donné envie de préparer et de cuisiner des plats acadiens, c'est qu'on pouvait aller à tous les coins de rue et trouver des plats d'une cul-

ture du monde entier, mais pas d'une culture qui est née dans cette province. Et je ne comprenais pas pourquoi, tu sais?», remarque Gary.

Pour ce dernier, ouvrir son restaurant à Truro était idéal, non seulement en raison de l'histoire riche des Acadiens dans la région, mais aussi parce que c'était moins intimidant que de se lancer en affaires à Halifax. «Truro m'a toujours semblé être un endroit sûr pour commencer. Et pour apprendre ce que j'avais besoin d'apprendre. Et je pensais que ce serait plus indulgent que d'être au cœur de Halifax. J'avais toutes ces choses en tête», explique-t-il.

Malgré cela, Gary a toujours su qu'un jour, il voudrait déplacer son commerce à Halifax, en grande partie pour se rapprocher de son domicile à Peggy's Cove.

Ainsi, en 2014, lorsqu'une occasion s'est présentée de déménager Café l'Acadie à côté d'un motel sur l'autoroute de Bedford, il l'a saisie.

Gary a exploité son

restaurant ici, pendant cinq ans environ. Puis pour différentes raisons, la principale étant la fermeture du motel, il s'est retrouvé à devoir déménager une deuxième fois.

C'est alors qu'il a trouvé un bâtiment vacant à Indian Harbour, près de chez lui.

«Je suis tombé amoureux de l'endroit. Il est proche du tourisme, ce qui m'attirait vraiment, car je sais que les touristes aiment découvrir la culture locale. Et il n'y avait rien comme ça ici», se remémore Gary.

Donc, en mai 2019, Café l'Acadie a ouvert ses portes à l'endroit où il se trouve encore aujourd'hui. Et Gary n'a

pas l'intention de déménager à nouveau : lorsque la propriété a été mise en vente en 2023, il l'a achetée.

Selon Gary, la fréquentation de son restaurant a décuplé depuis ce dernier déménagement, grâce aux gens locaux qui reviennent toujours et, bien sûr, aux touristes, qui constituent sa plus grande clientèle.

Il est très important pour Gary d'être présent et de partager l'histoire et la culture acadienne avec ses clients. Il organise aussi des soirées de musique acadienne car, selon lui, la musique est un autre aspect très important de la culture.

«...on pouvait aller à tous les coins de rue et trouver des plats d'une culture du monde entier, mais pas d'une culture qui est née dans cette province. Et je ne comprenais pas pourquoi...»



« Nous devenons en quelque sorte un morceau de la mémoire des touristes qui viennent ici. Et ces choses-là sont vraiment importantes pour moi... »

«La musique est tout aussi importante que la nourriture dans la culture. Tout va de pair. Et de pouvoir partager cela, cette histoire dramatique, mais résistante et riche de notre culture, il y a juste ce désir brûlant en moi de vraiment partager cette histoire. Et c'est ce que je fais. Je passe beaucoup de temps dans la salle à manger. Les gens veulent savoir», exprime Gary.

Tout cela contribue à une expérience client très positive. «Tous ceux qui viennent ici ressentent quelque chose lorsqu'ils franchissent la porte. Je l'entends tout le temps. Ils aiment que je prenne le temps de m'asseoir avec eux et de leur parler de ce que nous faisons. De la façon dont nous prépar-

ons nos aliments. Et qu'ils aient l'occasion de goûter à la nourriture culturelle de la Nouvelle-Écosse. C'est difficile à expliquer, mais c'est comme s'il y avait de la magie dans cet endroit», dit Gary.

«Nous devenons en quelque sorte un morceau de la mémoire des touristes qui viennent ici. Et ces choses-là sont vraiment importantes pour moi», ajoute-t-il.

Pour Gary, chaque jour où il peut partager sa culture acadienne est une expérience enrichissante. Même si le travail est dur et qu'il est épuisé à la fin de la journée, il avoue qu'il a toujours hâte au lendemain, pour refaire la même chose.



PHOTOS PAGES 8 ET 9 : NICOLAS JEAN

Une chambre de commerce, C'EST QUOI ÇA?

Laurence Berge, Chambre de commerce francophone de Halifax

En quelques mots, une chambre de commerce c'est un réseau d'entreprises locales. Cette organisation joue un rôle crucial dans le soutien au développement économique de sa communauté. Bien que les services offerts puissent être variés d'une chambre à une autre, on retrouve fréquemment des activités de réseautage, des opportunités de formation et des services de soutien aux entreprises.

Du point de vue des entreprises, rejoindre une chambre de commerce représente un atout important. En effet, les chambres ont les intérêts des entreprises membres au cœur de leurs actions et interventions. C'est donc l'occasion pour les entreprises de se faire des contacts et d'avoir accès à des ressources dédiées qui peuvent contribuer à la croissance et à la réussite de leur entreprise. Alors, soyez curieux et allez jeter un coup d'œil à la chambre de commerce dans votre région.



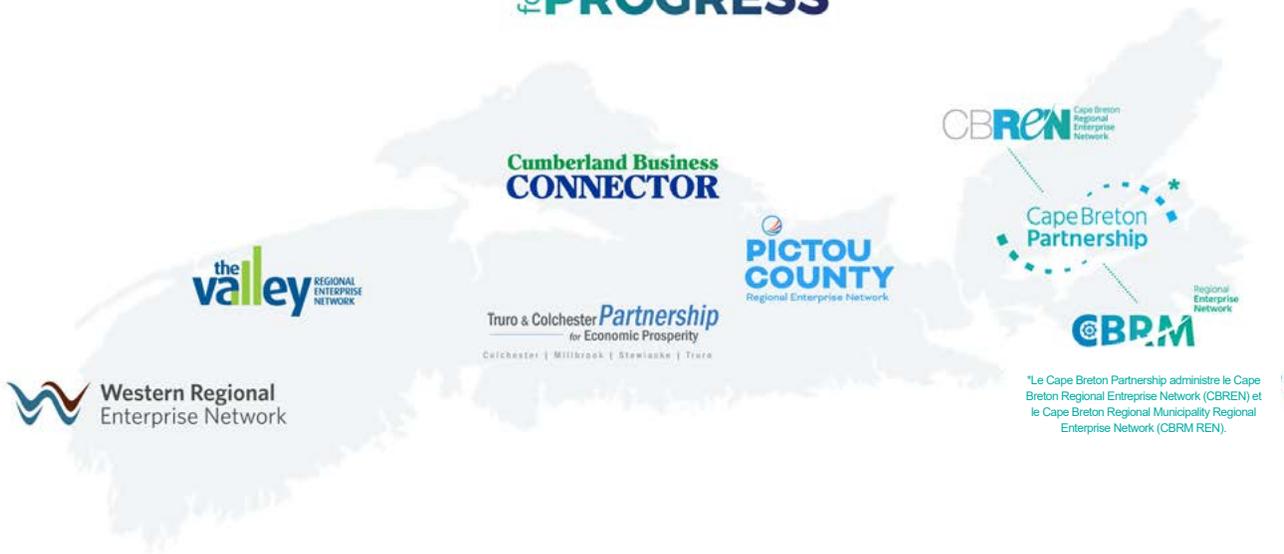
Corporations au bénéfice du développement communautaire



Agence de
promotion économique
du Canada atlantique



NOVA SCOTIA REGIONAL
ENTERPRISE NETWORKS
**PARTNERS
PROGRESS**



Nova Scotia Regional Enterprise Networks

<https://nsrens.ca/> (site Web en anglais seulement)

En Nouvelle-Écosse, les Regional Enterprise Networks (REN) mènent une approche collaborative du développement économique et soutiennent la croissance des entreprises à l'extérieur de la capitale (Municipalité régionale d'Halifax).

Les programmes spécifiques varient selon le REN. Toutefois, tous les REN partagent le même mandat et les mêmes activités de base.

MANDAT:

- Guider et orienter le développement économique régional tout en soutenant les entreprises;
- agir en tant que connecteur entre les partenaires du développement économique;
- soutenir la croissance et le maintien des entreprises;
- assurer un leadership régional sur les priorités économiques.

ACTIVITÉS DE BASE:

- Services de maintien et d'expansion des entreprises
- Recherche économique régionale
- Données sur le climat des affaires
- Profils communautaires
- Ateliers
- Analyses de l'environnement
- Sites Web et médias sociaux
- Répertoires de renseignements commerciaux et liens
- Bulletins d'information

Contactez le REN dans votre région pour de plus amples renseignements!

REPRENEURIAT

PHOTO: VANESSA WILSON

CHEZ L'AMI:

d'un client au propriétaire de l'entreprise

Cette année, le casse-croûte Chez l'Ami à la Pointe-de-l'Église fête son 30^e anniversaire. Aldric Comeau, qui a acheté l'entreprise il y a 16 ans, nous parle de son expérience et de son parcours en tant que propriétaire de cet établissement bien connu à la Baie Sainte-Marie.



PHOTOS: NICOLAS JEAN

Yvette Comeau

En fait, c'est le jour de son 20^e anniversaire, en 2008, qu'Aldric a acheté Chez l'Ami des anciens propriétaires, Annette et Norbert Comeau. Il a signé les documents d'achat chez l'avocat, le jour après sa fête.

Il aimait l'idée d'avoir une petite entreprise – vendre un produit pour faire du profit l'avait toujours intéressé. Donc, à son retour d'un séjour à Calgary, lorsqu'il a vu une annonce dans le *Clare Shopper* indiquant que Chez l'Ami était à vendre, il a saisi l'occasion.

Il avoue qu'il ne savait pas trop dans quoi il s'embarquait. Mais, il n'avait pas peur. Il est parti avec l'attitude «si ça marche, ça marche, si ça ne marche pas, ça ne marche pas.»

N'ayant aucune formation en affaires ni en entrepreneuriat, Aldric s'est fié à son bon sens et à l'aide des anciens propriétaires, de son père et d'employées de Chez l'Ami, qui sont restées travailler pour lui après que l'entreprise a changé de main.

«Quand j'y pense asteur, je savais point quoi je me foudrais dedans, honnêtement, mais ça toute bien travaillé.»

Il a appris toutes les facettes de la gestion de son entreprise, a ajouté quelques éléments au menu et, dans les 16 ans depuis qu'il possède l'entreprise, la clientèle n'a fait qu'augmenter chaque année.

«Ça rinqe agrandit tous les ans. Ça rinqe monté. Tous les ans, depuis que je l'ai acheté», avoue Aldric.

Et qu'est-ce qui est attribuable à ce succès? Selon Aldric, il y a quelques facteurs, comme l'emplacement physique de l'entreprise et la consistance des produits qu'il propose (par exemple, il ne change pas les recettes, ni les portions, donc les clients savent exactement à quoi s'attendre).

Mais plus important encore, c'est le fait qu'il s'occupe bien de ses clients. Pour lui, la chose la plus importante, c'est que la clientèle soit heureuse. Il forme tous ses employés avec ceci en tête – c'est la valeur fondamentale de son entreprise.

Et ce ne sont pas seulement ses clients qui sont fidèles, mais ses employés aussi. Il avoue ne jamais éprouver de difficultés à trouver des travailleurs, et certains employés travaillent pour lui depuis des années, même depuis plus de 10 ans. «Moi

je les prends garde, z'eux me prenont garde. C'est de même moi je le vois», explique-t-il.

Après de nombreuses années de travail acharné, Aldric fait maintenant confiance à sa sœur, qui est gérante de Chez l'Ami, et à ses 11 employés pour assurer le bon fonctionnement de l'entreprise. Il est encore très présent et se rend sur les lieux presque tous les jours, mais son rôle dans l'entreprise a changé et il ne sert pas les clients comme avant.

Travailler dans sa communauté est très précieux pour Aldric. Le fait de penser au nombre de personnes qu'il a appris à connaître simplement en les servant, et au nombre d'enfants qu'il a vus

grandir lui donne le sourire.

Et d'être aujourd'hui propriétaire d'une entreprise qu'il fréquentait pendant son enfance? Ça aussi, ça lui donne le sourire. «Quand j'étions petits, moi et ma sœur, j'allions marcher dans le P'tit Bois, j'allions Chez l'Ami. [...] Asteur, c'est à nous autres! Chez l'Ami, j'y allions comme des *customers* avant, en tant qu'enfants, et asteur c'est nous autres qui travaillent là. C'est drôle.»

Peut-être trouve-t-il quelque chose de surprenant dans le fait de diriger une entreprise dont il était client lorsqu'il était jeune. Mais grâce aux valeurs communautaires et familiales qu'il inculque à Chez l'Ami, Aldric semble avoir trouvé la recette du succès.



Qu'est-ce que le repreneuriat?

Adèle LeBlanc,

agente de projets Solution Repreneuriat et Carrefour Relève PME, CDÉNÉ et RDÉE-NB

Le repreneuriat est un style d'entrepreneuriat dans lequel l'entrepreneur achète une entreprise plutôt que d'en créer une à partir de zéro. Il s'agit essentiellement d'une acquisition par voie de succession (la relève d'une entreprise).

Ce type d'entrepreneur a de nombreuses motivations et d'objectifs - par exemple, la poursuite de ses activités professionnelles au sein de l'entreprise, le désir de devenir son propre patron, et de racheter une entreprise pour en assurer sa continuité, son évolution ou de l'intégrer dans une en-

treprise beaucoup plus grande.

La relève peut être familiale (on achète une entreprise d'un membre de notre famille), interne (le propriétaire de l'entreprise où tu travailles songe à vendre), une reprise collective (l'achat de l'entreprise pour laquelle tu travailles avec tes collègues), ou externe (l'achat d'une entreprise sur le marché libre).

Les risques avec le repreneuriat sont souvent moins élevés que ceux avec la création d'une nouvelle entreprise parce qu'on a déjà accès aux chiffres d'affaires et revenu généré par l'activité

de l'entreprise. Cela aide avec les demandes financières des banques et avec les applications aux programmes gouvernementaux pour des subventions.

Tout bien considéré, le parcours du repreneuriat inclut des défis aussi: l'intégration dans l'entreprise, une adoption (ou parfois l'évolution progressive) de la culture du business, le besoin d'être professionnelle et opérationnelle dès l'entrée en fonction, la nécessité d'être capable de pouvoir gérer les ressources humaines et d'être en mesure d'établir sa crédibilité

auprès des clients, etc.

Un(e) repreneur(e) bénéficie immédiatement d'un outil de travail opérationnel, d'un personnel formé, de partenaires commerciaux, et d'une clientèle acquise. Souvent, cette personne est également appuyée par le ou la cédant(e) (vendeur) qui reste dans l'entreprise afin de passer le flambeau. Avec environ 76% des entreprises canadiennes prêtes à changer de main d'ici 10 ans*, le repreneuriat est un type d'entrepreneuriat très intelligent, innovant, et demandé partout au Canada.

*FÉDÉRATION CANADIENNE DE L'ENTREPRISE INDÉPENDANTE



Business Transition Program

Entretien avec Angélique LeBlanc, directrice générale du WREN

Yvette Comeau. En quelques mots, qu'est-ce que le *Business Transition Program*?

Angélique LeBlanc. C'est un programme qui appuie les propriétaires d'entreprises dans la vente éventuelle de leur entreprise.

Y. La demande pour ce programme est-elle élevée?

A. Nous avons travaillé avec une cinquantaine d'entreprises dans les quatre dernières années, ce qui démontre une demande forte pour le programme.

Y. De quoi la clientèle a-t-

elle besoin pour pouvoir participer à ce programme?

A. Un désir d'être bien préparé pour la vente éventuelle de son entreprise. La clientèle doit prioriser le processus pendant l'engagement. Elle doit prendre le temps nécessaire pour répondre à des questions et rencontrer le consultant en personne ou virtuellement, et elle doit respecter les échéanciers pour la documentation requise, y inclut les états financiers des trois dernières années. Cela étant dit, c'est commun que notre clientèle ait besoin d'aide avec la préparation des états finan-

ciers - nous pouvons les appuyer dans le cadre du programme.

Y. Qu'est-ce qui semble être le plus gros défi pour les personnes qui souhaitent vendre leur entreprise?

A. Trouver un acheteur, ce qui peut prendre plusieurs années. Ce ne sont pas toutes les entreprises qui sont transmises à la famille, alors dans ce cas, il faut considérer d'autres options, comme vendre à un employé ou à une personne de l'extérieur. Aussi, beaucoup de clients surestiment la valeur de leur entreprise, et cela a un impact sur leur plan de

retraite. Pour ces raisons, il est tellement important de commencer la planification bien à l'avance de la vente - même lors du démarrage de l'entreprise.

Y. Qu'est-ce que vous souhaitez accomplir avec ce programme?

A. Nous souhaitons voir les propriétaires ressortir la valeur maximale de leurs entreprises, et voir la relève reprendre et même développer ces entreprises. Cela assure une stabilité et une croissance à notre économie locale, qui, à son tour, a un impact sur la qualité de vie collective.

BOULANGERIE AUCOIN, un pain avec une histoire intergénérationnelle

Justin Aucoin a toujours pensé qu'il prendrait un jour les rênes de l'entreprise familiale. «C'est de quoi qui m'a toujours intéressé», avoue-t-il. Dès un jeune âge, il regardait son grand-père et son père travailler, et vers l'âge de 15 ans, il est devenu employé lui-même, travaillant après l'école et pendant les congés d'été. Lorsqu'il était en 12^e année, il manquait des journées d'école pour aller travailler à la boulangerie quand ses parents ne pouvaient y être à cause de maladie. Et depuis qu'il a obtenu son diplôme d'études secondaires de l'école NDA en 1995, il travaille à la boulangerie à temps plein. Aujourd'hui, il est propriétaire et chef boulanger.



Yvette Comeau

Ce sont les grands-parents de Justin, Alex et Annie Blanche Aucoin, qui ont ouvert la boulangerie en 1959. À partir de là, l'entreprise s'est transmise de couple en couple - d'abord aux parents de Justin, Leonard et Pauline, en 1987, puis ensuite à Justin et à son épouse Jenny. Cette dernière transition «s'est vraiment faite par les petits», à tel point qu'il est difficile pour Justin et Jenny de donner une date à laquelle la transition a été achevée. «C'est ça, une entreprise de famille», dit Jenny en riant.

Pour Justin et Jenny, l'apprentissage s'est vraiment fait par la pratique. Une chose qu'ils admirent des générations précédentes, c'est leur éthique de travail. «Ils travail-

laient vraiment dur, souligne Jenny. Je suis sûre que c'est une des raisons pourquoi la boulangerie est encore ici.»

La boulangerie a connu des changements au fil des ans. Par exemple, Justin se rappelle qu'elle offrait 11 produits différents; aujourd'hui, elle en offre 50. Toutefois, il est important pour lui de maintenir les recettes et le niveau de qualité établis par ses prédécesseurs. En fait, il utilise la même recette de pain blanc que celle utilisée par son grand-père, le jour de l'ouverture de la boulangerie! Pour lui, «faire un produit que le monde aime» est essentiel et lui procure une grande satisfaction.

Avec leurs produits, Jenny et Justin ont le sentiment de redonner à leur commu-

nauté. «Oui, je *feel* comme je donnons *back rinque* en faisant *c'te business-icette*, je donnons *back* à la communauté. Parce que le monde apprécie assez à avoir du pain frais et de la douceur et ça. Ils nous disent des choses comme: *J'avons* jamais mangé du pain de même. Des fois je m'en vais pour une semaine *icette* et là, pis ils croyent que c'est la fin du monde parce qu'ils avont *rinque* du pain de la semaine passée. Ça fait vraiment chaud au cœur une fois que le monde peut nous dire ça. *Pis* ils nous le disent tout le temps, tous les jours», indique Jenny.

Et ce ne sont pas seulement les gens locaux qui profitent des délices de la boulangerie. La région de Chéti-

camp est très touristique et, en été, ils peuvent réaliser de 300 à 400 transactions par jour. «La porte ferme pas!», déclarent Justin et Jenny en riant. Et ça, c'est sans compter les ventes qui se font ailleurs sur l'île du Cap-Breton, dans les différents lieux de vente de leurs produits.

Et quand est-il de l'avenir? Est-ce que la quatrième génération reprendra l'entreprise? Il est encore trop tôt pour le dire, puisque les filles de Justin et Jenny n'ont que 14 ans et 10 ans. Mais, si elles le souhaitent, elles auront la possibilité de suivre les traces de leurs arrière-grands-parents, de leurs grands-parents et de leurs parents pour maintenir l'entreprise familiale.



CARREFOUR RELÈVE PME

une nouvelle option pour acheter et vendre des entreprises

- les vendeurs d'entreprises
- les acheteurs potentiels
- les experts en transfert commercial

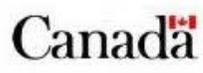
CARREFOUR RELÈVE PME offre la **neutralité**, la **confidentialité** et la **transparence** tout en facilitant la vente et l'achat d'entreprises partout en Nouvelle-Écosse !

Il offre également un répertoire d'experts qui aident les vendeurs et les acheteurs à naviguer dans cette transaction. Nos services sont bilingues et offerts gratuitement !

www.carrefourrelvepme.ca

Toutes questions peuvent être adressées à
adele.leblanc@cdene.ns.ca
902.224.3952

Des vendeurs, des acheteurs et des experts peuvent s'inscrire GRATUITEMENT aujourd'hui !



VOUS VOULEZ EN SAVOIR PLUS SUR LE REPRENEURIAT?

Visionnez la série Planification de la succession d'entreprise, composée des trois vidéos suivantes:

- Planification des entreprises familiales - implication de taxes
- Considérations juridiques relatives à la succession d'une entreprise
- Coopératives et autres options d'acquisition pour les transferts d'entreprises

cdene.ns.ca/fr/ressources/ateliers-virtuels



Solution REPRENEURIAT | SUCCESSION



**COMMENCEZ MAINTENANT
C'EST GRATUIT !**

Pour en savoir plus !



FEMMES ENTREPRENEURS **Voulez-vous acheter une** **entreprise néo-ecossaise ?**

- Explorez l'acquisition d'une entreprise avec un programme en ligne autodirigé
- Suivez une formation à votre propre rythme tout en complétant trois niveaux de formation
- Recevez des conseils d'experts professionnels pendant que vous vous intégrez à votre nouvelle entreprise

**RENCONTREZ L'UNE DE VOS
MENTORS DÈS AUJOURD'HUI !**

adele.leblanc@cdene.ns.ca | 902.224.3952

www.solutionrepreneuriat.ca

Voici d'autres organisations qui soutiennent les propriétaires d'entreprises et les entreprises dans la province:

VOLTA

IGNITE

(Yarmouth et New Glasgow)

**CREATIVE LAB
DESTRUCTION**

(Atlantic)

propel

Emera
ideaHUB

Invest
NOVA SCOTIA

**HALIFAX
PARTNERSHIP**
CONNECT. COLLABORATE. PROSPER.

Guysborough District Business Partnership

ENTREPRENEURIAT ET
FEMMES



PHOTOS PAGES 18 ET 19 : VANESSA WILSON

WILD ROOTS:

un exemple de coopétition dans le secteur de la restauration

Kylie Brownell, qui est originaire de Pubnico, a ouvert Wild Roots Restaurant à Tusket en 2021. Bien qu'il y ait de nombreux établissements alimentaires dans la région, celui-ci se différencie de ses concurrents, notamment en raison du style de gestion de Kylie. En fait, pour la propriétaire et chef cuisinière du restaurant, il n'y a pas de concurrence, seulement des possibilités de collaboration.

Yvette Comeau

Avant d'ouvrir son restaurant, Kylie a travaillé pendant une quinzaine d'années dans divers établissements, à Halifax et en Alberta. Cette expérience lui a apporté beaucoup de choses. Elle a appris ce qu'elle aimait et ce qu'elle n'aimait pas en tant qu'employée, et a pu réfléchir à la façon dont elle gèrerait sa propre entreprise.

Au fil des ans, elle a aussi participé à l'ouverture de six établissements de restauration, ce qui lui a permis de voir l'ensemble du processus, du début à la fin. «Je me suis dit : j'ai aidé tout le monde, je peux le faire moi-même!»

Elle s'est donc fixée comme objectif personnel d'ouvrir un restaurant dans sa région natale pour plusieurs raisons, notamment pour pouvoir mettre en œuvre ses nombreuses idées et s'en attribuer le mérite, et faire les choses à sa façon. Ceci inclut la coopétition, c'est-à-dire la collaboration avec des entreprises qui seraient normalement des concurrents.

En plus de proposer au menu des aliments et des pro-

duits locaux et d'essayer de les mettre en valeur, Kylie travaille aussi beaucoup avec des entreprises locales. Selon elle, c'est très amusant, et c'est bon pour la communauté de voir qu'ils ne sont pas en concurrence. «Nous sommes concurrents, dans un sens, mais je ne vois pas les choses comme ça. Je pense que nous pouvons nous aider mutuellement et qu'il y a de la place pour tout le monde. Collaborer ensemble est passionnant. Cela aide tout le monde», explique-t-elle.

Jusqu'ici, Kylie a collaboré avec d'autres restaurants, des brasseries et des cafés de la région, et organise parfois des ateliers et des événements dans son restaurant.

En général, c'est elle qui tend la main, mais les entrepreneurs qui ont entendu parler de ses collaborations ont commencé à la contacter, et cela lui apporte beaucoup de plaisir. «J'aime travailler avec les autres. Je pense qu'il y a un sens de la communauté parmi les chefs d'entreprise, et que nous pouvons nous entraider. Et j'aime cela.»

« J'aime travailler avec les autres. Je pense qu'il y a un sens de la communauté parmi les chefs d'entreprise, et que nous pouvons nous entraider. Et j'aime cela. »

Joa la Doula veut «redonner le pouvoir à la femme»

Joannie de Grasse-Verreault est doula, c'est-à-dire une accompagnatrice à la naissance. Depuis un peu plus d'un an, elle offre un soutien aux femmes de Chéticamp et des régions environnantes. Par ses services, elle souhaite nourrir la transition vers la parentalité.

Yvette Comeau

L'accompagnement féminin a toujours occupé une grande place dans la vie de Joannie. Ainsi, lorsqu'elle a appris l'existence du métier de doula, elle savait que c'était pour elle.

«J'ai toujours adoré la périnatalité, dit Joannie. Mais j'ai jamais pensé m'en aller là-dedans, nécessairement. Mais là, c'est une amie qui m'a dit, "Joannie, tu sais, tu pourrais te former en tant que doula. T'as été la doula de toutes tes amies. T'es encore ma doula." J'étais comme "Une doula, c'est quoi ça?" Puis là, j'ai été me renseigner. Puis j'ai vu c'était quoi. Puis j'étais comme "Oh mon doux! C'est magnifique ça. C'est exactement ce que je veux faire".»

Elle a donc suivi une formation dans sa province natale, le Québec, puis a commencé à pratiquer son métier là-bas. Quelques années plus tard, quand elle et son conjoint ont déménagé à Chéticamp, elle s'est lancée en affaires et a commencé à desservir la population du nord de l'île du Cap-Breton. Aujourd'hui, elle est la seule doula dans les environs de Chéticamp et la seule doula bilingue en Nouvelle-Écosse.

Même si les choses se passent généralement bien, Joannie fait face à certains obstacles. Son plus grand défi, souligne-t-elle, est que beaucoup de gens ne savent pas ce qu'est une doula. «C'est difficile d'arriver avec ça parce que c'est un peu nouveau, j'ai l'impression, pour les gens d'ici. Il y en a qui savent c'est quoi, il y en a qui savent pas.»

Donc pour informer les gens sur ce qu'elle fait, Joannie fait aussi beaucoup de travail de sensibilisation. Elle organise des mini-conférences, offre des ateliers, se rend aux écoles pour la journée des carrières, distribue des cartes et des dépliants un peu partout et parle de ce qu'elle fait, chaque fois qu'elle en a l'occasion.

«J'aime voir la doula comme étant le phare pour les bateaux en mer, le phare pour les pêcheurs ou les marins qui vont en mer. La doula, elle guide», explique Joannie, pour décrire son métier.

Comme son rôle est d'informer, d'accompagner et de guider, Joannie doit toujours adapter ses services en fonction de ce que la mère, ou les parents, veulent. Chaque expérience avec chaque cliente est donc unique.

Toutefois, s'il y a un élément en commun avec toute sa clientèle, c'est le désir, voire le besoin, de plus de bienveillance et de douceur dans le passage à la périnatalité.

«Sérieusement, dans notre monde, en 2024, je trouve

qu'on manque fermement de douceur et de bienveillance. Ça fait que mon accompagnement est vraiment ancré dans la bienveillance, dans la douceur, puis dans redonner le pouvoir à la femme [...] pour qu'elle puisse sépanouir là-dedans, puis émerger en tant que maman», déclare Joannie.

Joannie est présentement formée pour accompagner les femmes, ou les couples, à la période de fertilité, de grossesse et d'accouchement, en postnatal et jusqu'à six mois d'âge du bébé. Mais elle étudie pour se certifier en tant que naturopathe en périnatalité, ce qui lui permettra d'élargir ses services et de travailler avec des enfants jusqu'à l'âge de cinq ans.



PHOTOS: MICHEL SOUCY

CWB

Les nouveaux sommets de croissance



Rejoignez une communauté de femmes à forte croissance partageant les mêmes idées

Partisan platine



Partisan fondateur



Le programme **De nouveaux sommets de croissance** a été financé en partie par la Stratégie pour l'entrepreneuriat des femmes administrée par Innovation, Sciences et Développement économique.

D'une entreprise d'un million de dollars à une entreprise de plusieurs millions de dollars. Conçu spécifiquement pour les femmes entrepreneures visionnaires, le programme Les nouveaux sommets de croissance du @Centre for Women in Business est un voyage transformatif qui répond à vos enjeux d'affaires uniques. Il est parfait pour celles qui recherchent une croissance stratégique innovante et une excellence opérationnelle dans des marchés compétitifs. Notre programme offre un cadre soutenant où des femmes ambitieuses collaborent et progressent ensemble, transformant les défis en opportunités pour atteindre une croissance commerciale majeure.

Apprenez-en davantage et rejoignez la prochaine cohorte en remplissant le formulaire :

www.centreforwomeninbusiness.ca/learning/greater-heights-of-growth/



FÉDÉRATION DES FEMMES
ACADIENNES DE LA
NOUVELLE-ÉCOSSE

Découvrez les capsules «Devenir entrepreneure», disponibles sur le site Web de la Fédération des femmes acadiennes de la Nouvelle-Écosse (FFANÉ)!

Cette formation consiste en dix capsules et un glossaire au format PDF.

ffane.ca/entrepreneuriat/



CWB

Grandir maintenant



Rejoignez notre incubateur pour les entreprises technologiques dirigées par des femmes

GRANDIR MAINTENANT

Êtes-vous prête à propulser votre entreprise technologique plus haut? Le programme Grandir maintenant du @Centre for Women in Business aide les jeunes entreprises technologiques dirigées par des femmes à faire passer leurs entreprises à la prochaine étape de croissance. Le programme aide les fondatrices à établir des liens et des introductions critiques au sein de l'écosystème à travers le Canada. Que vous cherchiez à entrer sur le marché en toute confiance ou à accélérer votre croissance, nous vous épaulons à chaque étape.

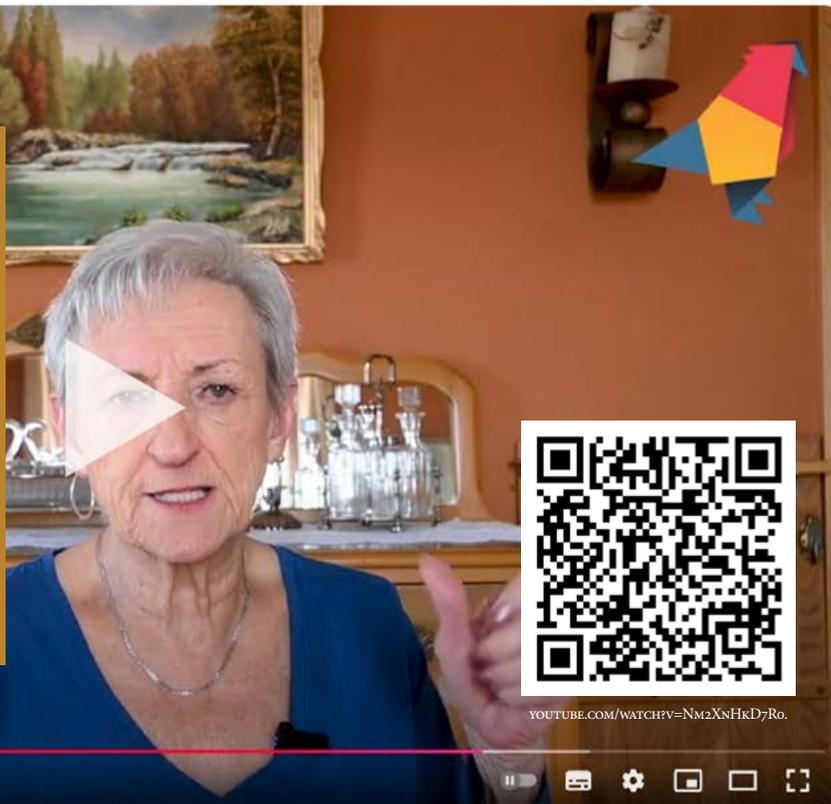
Canada

Le programme **Grandir maintenant** a été financé en partie par la Stratégie pour l'entrepreneuriat des femmes administrée par Innovation, Sciences et Développement économique.

Apprenez-en davantage sur le programme et postulez ici

www.centreforwomeninbusiness.ca/learning/grow-now-for-female-tech-founders-in-atlantic-canada/

Renette LeBlanc-Cormier, du Petit-Ruisseau, à la Baie Sainte-Marie, est une femme d'affaires acadienne. Elle possédait son propre salon de coiffure pendant 34 ans et, depuis 2004, elle exploite un gîte touristique bien connu de la région, Su Ben. En plus d'être entrepreneure, Renette a également été la première femme célibataire de la Nouvelle-Écosse à obtenir un prêt hypothécaire pour la construction d'une maison, en 1976. Pour en savoir plus sur son histoire, regardez cette vidéo sur la chaîne YouTube du *Courrier de la Nouvelle-Écosse*:



YOUTUBE.COM/WATCH?v=Nm2XnHrD7Ro.

youtube.com/@lecourrierdelanouvelle-ecosse

ENTREPRENEURIAT ET
JEUNES



PHOTOS PAGES 23 ET 25 : NICOLAS JEAN



Prêt jeune entrepreneur CBDC

Nous savons que se lancer en affaires peut parfois se révéler une étape intimidante pour nos jeunes. C'est pour cette raison que les CBDC se consacrent à vous guider dans la bonne direction et, ainsi, garantir l'avenir de votre entreprise. Si vous êtes âgés de 18 à 34 ans et que vous recherchez une aide financière pour créer votre entreprise, veuillez communiquer avec nous.

Les principaux objectifs du Prêt jeune entrepreneur CBDC sont de :

- faciliter l'accès à du capital ainsi qu'à des leviers financiers pour le démarrage, l'expansion ou la modernisation d'une entreprise, pour les jeunes âgés de 18 à 34 ans;
- créer et assurer la rétention des emplois au Canada atlantique.

Laissez-nous vous aider!

Le Prêt jeune entrepreneur CBDC peut offrir de l'assistance financière aux requérants admissibles, sous la forme d'un prêt personnel remboursable, offert à des taux d'intérêt et des modes de remboursement concurrentiels. Le financement peut être offert sous la forme d'un prêt à terme, d'un prêt remboursable sur demande, d'une garantie de prêt ou d'une participation en capital. Nous pouvons également vous aider à couvrir les frais de formations pertinentes qui vous permettront de bien démarrer.

Lancer son entreprise avec du soutien en français, c'est possible!

Entrepreneurs 15-30 est le site dédié aux jeunes francophones de 15 à 30 ans du Canada pour

- Découvrir l'entrepreneuriat
- Éclairer chaque étape de l'idée au lancement
- Présenter des ressources en français

Les équipes du RDÉE Canada, les équipes de ses organismes membres et ses partenaires sont là partout au Canada (hors Québec) pour soutenir une aventure entrepreneuriale unique : La vôtre!

Consultez le site Web

<https://www.entrepreneurs1530.ca> pour en savoir plus!



Entrepreneurs **15**
30

Une initiative du **RDÉE**
Canada

Crystal Core Jewellery:

où l'art et l'entrepreneuriat se fusionnent

Pour Charlotte Salley, deux choses lui viennent très naturellement depuis qu'elle est toute petite: les arts et l'entrepreneuriat. D'ailleurs, elle est très artistique - elle danse, fait du dessin, de la peinture et de la photographie, entre autres - et est issue d'une famille d'entrepreneurs - son père est entrepreneur, tout comme l'étaient ses grands-parents.



Yvette Comeau

Il n'est donc pas surprenant que, lorsqu'elle a commencé à fabriquer des bijoux il y a deux ans, elle ait tout de suite pensé, «Pourquoi pas commencer une petite entreprise?» C'était le début de Crystal Core Jewellery.

Charlotte était en 11^e année à l'École secondaire Mosaïque quand elle s'est mise à faire des bagues. Encouragée par les résultats, elle a commencé à expérimenter avec différents matériaux et différents types de bijoux, pour développer sa collection.

Depuis le début, elle utilise des matériaux métaphysiques comme des cristaux et des pierres semi-précieuses, car, à travers ses bijoux, elle souhaite sensibiliser les gens aux propriétés de ces matériaux et aux bienfaits qu'ils procurent. Ainsi, pour chaque bijou fabriqué, Charlotte crée une fiche détaillée contenant des informations sur les propriétés, les avantages ou les qualités thérapeutiques du cristal ou de la pierre utilisée. Elle distribue ces fiches avec les bijoux qu'elle vend. Selon elle, c'est un des principaux éléments qui la différencie de ses concurrents.

Actuellement, Charlotte rejoint ses clients en ligne, par le biais d'Instagram, et en personne, à des marchés locaux, à Dartmouth et dans les environs. Selon elle, les deux méthodes se complètent: sur Instagram les gens peuvent la contacter et passer des commandes personnalisées, tandis qu'aux marchés elle établit des liens avec les gens et se constitue une clientèle fidèle. Pour elle, cette présence aux marchés est très importante, car elle souhaite «devenir un visage familier parmi la communauté».

Pour l'instant, Charlotte est la seule personne derrière son entreprise et s'occupe de

tout - de la prise de photos et de vidéos, de la conception graphique, du marketing, et de tout le reste. Mais son travail a porté fruit, et en 2023, alors qu'elle était en 12^e année, elle était lauréate du Prix ministériel d'excellence en entrepreneuriat du ministère de l'Éducation et du Développement de la petite enfance, pour la catégorie d'entreprise sociale, ce qui lui a valu un prix de 1 000 \$.

Crystal Core Jewellery évoluera sûrement, car Charlotte a entamé cet automne des études en beaux-arts au Nova Scotia College of Art and Design. Elle apprendra certainement de nouvelles techniques

qu'elle pourra appliquer à la fabrication des bijoux, et peut-être qu'elle développera même une nouvelle passion qui n'a rien à voir avec la joaillerie. Quoi qu'il en soit, elle est impatiente de voir où ses études la mèneront, et elle n'a pas l'intention de quitter le monde des affaires. «Personnellement, je vois Crystal Core comme une entreprise de pratique. Donc, à long terme, comme dans 10 ans de maintenant, j'aimerais avoir ma propre entreprise plus élaborée. Un peu plus grande. Et en faisant ceci maintenant, j'ai de la pratique, et j'apprends des choses fondamentales en affaires, en entrepreneuriat.»



Il n'est jamais trop tôt pour devenir entrepreneur

On pourrait dire que Zachary Laberge a l'entrepreneuriat dans le sang. Il a commencé avec de petits projets entrepreneuriaux à l'âge de 10 ans et, en 2020, à l'âge de 14 ans, il a commencé à travailler sur Frenter, l'entreprise pour laquelle il travaille aujourd'hui à temps plein - à l'âge de 18 ans - en tant que fondateur et directeur général.

Yvette Comeau

Zachary a déménagé à Halifax à l'âge de 7 ans, et est diplômé de l'École secondaire du Sommet. En 11^e et 12^e année, il suivait un programme d'enseignement à domicile, ce qui lui a permis de travailler à temps plein sur son entreprise.

Il est «très reconnaissant» au CSAP de lui avoir offert cette possibilité, par le biais de l'école virtuelle. «J'ai beaucoup de chance qu'ils [le CSAP] m'aient donné la possibilité de choisir une voie différente et de ne pas suivre le chemin que tout le monde suivait. C'était vraiment génial et ça m'a permis d'avoir une belle expérience de vie. J'ai beaucoup appris jusqu'à présent», déclare Zachary.

L'entreprise de Zachary s'est transformée au fur et à mesure de son apprentis-

sage. Frenter, qui a commencé comme une entreprise de location d'outils et d'équipement de construction, a évolué pour devenir une entreprise d'intelligence des données qui se concentre sur l'équipement lourd.

En gros, au moyen de capteurs et d'une plateforme spéciale, Frenter recueille des données utiles au suivi, au maintien et à l'analyse de pièces d'équipement de machineries lourdes. L'entreprise compte aujourd'hui 15 employés et des clients de partout dans le monde.

D'après Zachary, le succès de son entreprise est en grande partie attribuable au fait qu'au début, il était assez acharné et il voulait que ça marche. «Je ne me souciais pas vraiment de la version qui fonctionnait. J'étais ouvert au changement, à la re-

cherche d'une solution.»

Il ajoute qu'il a aussi fait preuve de beaucoup de résilience au cours des deux dernières années. Cette résilience - c'est-à-dire la capacité de faire face aux hauts et aux bas, de persister, d'aller au bout des choses et de trouver des solutions - est, selon lui, la qualité la plus importante d'un entrepreneur.

Pour le moment, Frenter est la seule entreprise de Zachary. Il est de l'avis que lorsque les gens travaillent sur plusieurs choses en même temps, ils finissent par faire une injustice à tous leurs projets.

D'après lui, il n'est pas juste de faire travailler ses employés à temps plein sans s'engager pleinement soi-même. Il est donc entièrement dévoué à son entreprise et se concentre sur des objectifs à court et à long terme, tant pour son en-

treprise que pour lui-même.

Zachary souhaite que Frenter devienne l'entreprise qui permet la construction guidée par les données. Ainsi, tout projet de construction serait bien planifié et prémédité, et réalisé de la manière la plus rapide, la plus simple, la plus sûre et la plus intelligente.

Et personnellement? «J'ai des objectifs à court terme, c'est certain. Des objectifs monétaires à court terme, des objectifs à court terme de ce que je veux accomplir. Mais nous faisons juste de commencer. Je veux donc mettre en œuvre ce projet et faire en sorte qu'il soit couronné de succès pour les membres de mon équipe et toutes les personnes impliquées. Ensuite, je veux trouver des problèmes vraiment intéressants sur lesquels je veux travailler», conclut-il.

PHOTO PAGE 26 : DAN FROESE

Qu'est-ce que le CUBE?

Le CUBE est utilisé à diverses fins, notamment des ateliers pour étudiant.e.s portant sur le développement des compétences entrepreneuriales, des séances de réseautage et d'information sur des sujets commerciaux et des projets d'étudiant.e.s avec des entreprises et des organisations locales. Le but du CUBE est d'être le catalyseur qui stimule la créativité et l'innovation en renforçant les capacités d'idéation et d'entrepreneuriat chez la population étudiante de l'Université Sainte-Anne.

En plus du site à l'Université Sainte-Anne, il y a trois autres sites CUBE dans le sud-ouest de la Nouvelle-Écosse: NSCC Digby, NSCC Burridge et NSCC Shelburne.



Pour plus d'information:

innovationcube.ca/espace-dinnovation/

futurpreneur

Démarrez, achetez ou développez votre petite entreprise!

Prêts + Mentorat + Ressources



futurpreneur.ca
@futurpreneur
f y t i x



Steph McNair,
Propriétaire de Maneland Hair

Futurpreneur aide les jeunes entrepreneur.e.s de divers horizons à démarrer, acheter ou développer leur petite entreprise, partout au Canada. L'offre de Futurpreneur comprend le Programme de démarrage, qui propose un prêt, du mentorat et des ressources, ainsi que nos Programmes de démarrage pour entrepreneur.e.s noir.e.s et autochtones, menés par des équipes issues de ces communautés, qui offrent des prêts, du mentorat et des soutiens adaptés. Pour celles et ceux qui concilient l'entrepreneuriat avec un emploi à temps plein, le Programme pour les flexipreneur.e.s est une autre voie pour transformer vos passions en profits, tandis que notre initiative #ObjectifRepreneuriat peut vous aider à comprendre comment acheter une petite entreprise existante.

Vous avez entre 18 et 39 ans et vous êtes prêt.e à lancer une entreprise?

connect.futurpreneur.ca/3SwGhJp

ENTREPRENEURIAT ET
NOUVEAUX ARRIVANTS



LA NATURE, un modèle d'entreprise

«Dans la nature, il y a question d'adaptation, de diversification. C'est ça qui fait qu'un écosystème fonctionne très bien. Et dans les affaires, c'est pareil. J'ai toujours pris ces deux mots-là comme modèle.»



Yvette Comeau

Les activités professionnelles de Frédéric Dardenne l'obligent à passer beaucoup de temps à l'extérieur. Outre la distribution de produits fins, Fred fait la cueillette de produits naturels/sauvages, offre des écotours, et construit des structures en bois, surtout dans le but d'aider les gens à démarrer des permacultures sur leurs terrains.

D'après Fred, «tout ce qu'on peut apprendre de la nature, c'est bénéfique pour l'entreprise». Il n'est donc pas surprenant qu'il s'inspire de la nature – et particulièrement de ses capacités d'adaptation et de diversification – pour gérer ses affaires. Nous le voyons déjà à travers la variété de produits et de services qu'il propose. Mais ces qualités sont également présentes dans de nombreux autres aspects de son entreprise.

Originaire de la Belgique, Fred a créé FD Wild Foods and Fine Products à Pros-

pect Bay lorsqu'il s'est installé ici avec sa famille en 2008. Ce type de commerce n'était pas nouveau pour lui, car il avait aussi une petite compagnie de distribution et de construction sur sa terre natale. Il s'agissait donc plutôt d'une continuation naturelle de ses activités.

Toutefois, même s'il a appris à cueillir en Belgique, il a dû se familiariser avec le sol néo-écossais et les différentes espèces locales, comme les algues et les champignons. Mais avec toutes les ressources à sa disposition, ses connaissances se sont complétées au fil des ans.

Aujourd'hui il peut identifier environ 300 produits comestibles différents ici en Nouvelle-Écosse – soit une vingtaine d'espèces de champignons, une dizaine d'espèces d'algues, de 20 à 30 espèces de baies différentes, et plus ou moins 200 espèces de plantes.

Pendant de nombreuses années, Fred se concentrait beaucoup sur la cueillette et sur les produits locaux et naturels. Il y avait même, pendant un certain temps, une centaine de cueilleurs qui travaillaient pour lui.

«...si on a résisté puis qu'on est toujours là, qu'on parvient à gagner des parts du marché d'année en année, ben c'est parce qu'on s'est beaucoup adaptés...»

Juste avant la pandémie, cependant, une nouvelle réglementation a été mise en place et posait des problèmes pour l'exportation. Donc la cueillette a fortement diminué et, après la COVID-19, Fred s'est tourné davantage vers la distribution de produits fins, comme la charcuterie, le fromage et la viande.

Toutefois, cela s'accompagne également de ses propres défis: les coûts de transport sont élevés, les restaurateurs hésitent à s'engager dans des commandes à long terme, la concurrence peut être forte avec les produits importés, et il peut être difficile de trouver de nouveaux clients et délaborer de nouveaux produits.

Mais malgré ces défis, l'entreprise est toujours là et progresse de 10 à 15% chaque année. Selon Fred, le succès de

son entreprise est attribuable, entre autres, à la qualité des produits, aux prix attractifs, au respect des délais, à une bonne communication avec les clients, et à la capacité de satisfaire aux exigences de tout le monde puis de s'adapter au marché. «Ben, si on a résisté puis qu'on est toujours là, qu'on parvient à gagner des parts du marché d'année en année, ben c'est parce qu'on s'est beaucoup adaptés, tu vois.»

Il peut être stressant de gérer une entreprise avec tous les défis que cela comporte. Même si Fred avoue être tendu par moments, d'après lui, ça ne se montre jamais, car la forêt et tous ses bienfaits n'est jamais loin. «Il y a parfois des clients qui sont un peu plus stressés, tu vois, puis je leur dit: Écoute, tu devrais sortir de ton business puis venir faire quelques pas avec moi en forêt.»





Services de développement des entreprises de l'ISANS

L'ISANS dispose d'une équipe dévouée de professionnels des affaires pour aider les nouveaux entrepreneurs à comprendre ce qu'ils doivent savoir pour démarrer ou développer leur entreprise en Nouvelle-Écosse. Nous les mettons en contact avec la communauté et leur fournissons des ressources et des outils pour les aider à créer une entreprise prospère. Les nouveaux arrivants peuvent bénéficier de conseils individuels, participer à des ateliers et à des événements de réseautage, et accéder à d'autres services de l'ISANS, tels que les cours de langue.

L'équipe des services de développement des entreprises de l'ISANS aide et soutient les clients de l'idéation au démarrage, en passant par le développement et la croissance de leur entreprise. Quel que soit le stade de croissance de leur entreprise, les clients servis par l'équipe se sentent mieux préparés et mieux informés pour relever les défis uniques auxquels sont confrontés les nouveaux entrepreneurs.

Pour plus d'informations: www.isans.ca

isans | Immigrant Services
Association of Nova Scotia

PROGRAMME DE PRÊT AUX IMMIGRANTS

CBDC Blue Water et ISANS ont créé le prêt aux immigrants pour aider les immigrants qui démarrent une entreprise dans la municipalité régionale d'Halifax (MRH). Nous proposons également des services de conseil et de formation pour vous aider à devenir un homme d'affaires rentable, autonome et prospère. Des prêts allant jusqu'à 5 000 \$ peuvent être disponibles pour les candidats éligibles. Tous les prêts sont remboursables et offrent des conditions de remboursement et des taux d'intérêt compétitifs. Des prêts qui vous donnent la chance de développer votre entreprise!

Pour savoir si vous êtes admissible, consultez le

bluewatercbdc.ca/fr/pages/immigrant-loan

VOUS ÊTES IMMIGRANT FRANCOPHONE...

...en Nouvelle-Écosse et vous aimeriez démarrer une entreprise ou prendre en main une entreprise existante? Les services pour les entrepreneurs immigrants du CDÉNÉ vous offriront tout l'appui nécessaire pour vous lancer en affaires.

SERVICES OFFERTS

- Sessions individuelles de conseils en affaires
- Préparation de plans d'affaires
- Préparation de plans de marketing
- Accès à des ateliers de formation pour appuyer votre cheminement entrepreneurial (marketing, création et gestion d'un site web, import-export au Canada, gestion des opérations, impôts et ressources humaines, croissance des opérations, etc.)
- Orientation vers les sources de financement

cdene.ns.ca/fr/entrepreneurs-immigrants

DE SCIENTIFIQUE À PROFESSEURE DE FRANÇAIS:

un parcours particulier pour Sophie Hubert

Parfois, la vie nous conduit ailleurs. Derrière The French Doctor, l'entreprise à succès de Sophie Hubert, se cache une histoire de découverte et de curiosité, mais aussi de revirement.

Yvette Comeau

Sophie Hubert, qui est d'origine française, est arrivée en Nouvelle-Écosse en 2007, pour effectuer un contrat de recherche scientifique. En 2011, elle a démarré sa propre entreprise de formation linguistique, The French Doctor. Ce grand changement de carrière a été le résultat de circonstances et, bien sûr, du fait que Sophie est francophone.

En 2010, à la fin de son contrat de recherche, Sophie a décidé de chercher un emploi dans un autre secteur, car son mari venait de décéder. Elle trouvait difficile de faire de la recherche scientifique tout en s'occupant de deux enfants en bas âge.

Elle s'est présentée à une agence d'aide à l'emploi et, comme elle parlait français, on lui a demandé si elle voulait être professeure de langue. Ce fut le début de son parcours en tant qu'institutrice.

Sophie a travaillé dans différents milieux et, un peu insatisfaite de ses expériences,

elle a décidé de lancer sa propre école, même si elle n'avait jamais pensé qu'elle serait un jour entrepreneure. «L'idée est venue de la demande et puis de mes frustrations de travailler dans les écoles de langue. Moi, je suis ancienne scientifique, donc j'aime bien organiser et planifier. Comme y'avait pas ça, j'ai décidé que j'allais le faire moi-même. Et ça été un peu une aventure, en fait», souligne-t-elle.

Une chose que Sophie a trouvée difficile, comme entrepreneure, c'était d'avoir du soutien de la communauté anglophone. Mais elle a trouvé de l'appui au sein de la communauté francophone. Le CDÉNÉ l'a beaucoup aidée, et la Chambre de commerce francophone de Halifax aussi.

The French Doctor a bien changé au fil des ans, pour s'adapter à la demande et aux projets de Sophie. De 2011 à 2014, c'était une école à temps partiel, qui offrait seulement des cours de tutorat

de français généralement pour les enfants. En 2014, c'est devenu une école à temps plein, qui offrait des cours de français pour adultes – des fonctionnaires, majoritairement, pour les préparer pour leur examen de bilinguisme.

Sophie a aussi offert, pendant six ans, un service de garde après l'école. Elle a dû arrêter la garderie, quand la demande de formation pour adultes est devenue trop grande.

Et pendant la pandémie, Sophie n'a pas flâné. Elle a beaucoup augmenté sa présence sur les réseaux sociaux, avec l'aide de Kerra Aucoin (KA Social Media), et elle et son équipe ont développé des ressources pédagogiques pour cibler la préparation à l'examen de français de la Commission de la fonction publique.

Sophie a pris un peu de recul de son entreprise, mais ne cessera pas toutes ses activités, car, selon elle, elle et ses employés y ont investi trop de temps et d'efforts. Tout simplement, l'entreprise se modifiera encore une fois, et fera un tournant pour s'orienter plus sur la publication des ressources de français pour la formation de français pour adultes. Elle aimerait que toutes les ressources qu'ils ont créées puissent être utilisées.

Et elle maintiendra la présence de l'école sur les réseaux sociaux. «Ça ne va pas générer beaucoup de revenu, mais le mandat, la vision de l'entreprise, c'était d'aider les personnes à faire leur apprentissage du français et à aimer le français, à réussir dans leurs objectifs d'examen. Donc je pense que ça, je continuerai», conclut-elle.



PHOTOS PAGES 31: NICOLAS JEAN

« C'a été un peu une aventure, en fait. »

L'ENTREPRENEURIAT, C'EST OSER RÊVER



Yvette Comeau

Pour ce premier numéro d'Avant-Garde, j'ai eu la chance d'interviewer des entrepreneur(e)s issu(e)s de milieux divers et travaillant dans des domaines très variés. Même si, en apparence, toutes ces personnes semblent si différentes, elles ont de toute évidence un point en commun: elles ont eu une idée et en ont fait quelque chose.

Passer à l'action sur une idée demande du courage. Il y a une certaine vulnérabilité dans l'entrepreneuriat, car typiquement celles et ceux qui se lancent en affaires font face à l'incertitude et à l'inconnu, voire au doute de soi et à la peur. Les défis sont omniprésents. La prise de risques est souvent inévitable.

Par contre, il y a quelque chose à dire sur se faire confiance, suivre son intuition et croire en ses rêves. Ce sont des thèmes récurrents chez les gens que j'ai interviewés, et je suis persuadée qu'ils contribuent grandement au succès des

entreprises, quel que soit leur type. Les entrepreneur(e)s que j'ai interviewés en sont également convaincu(e)s. D'ailleurs, c'est le conseil qu'ils prodiguent aux aspirant(e)s entrepreneur(e)s: Ne doutez pas de vous, essayez-le!

La Nouvelle-Écosse est petite. Et sa population acadienne et francophone est encore plus petite. Mais malgré ceci, nos régions regorgent de gens qui ont des idées et qui osent prendre ces idées et les transformer en quelque chose de plus grand. Et le fait d'oser – c'est-à-dire d'entreprendre une action avec audace – fait en sorte que le monde des affaires acadien et francophone de la Nouvelle-Écosse est unique, novateur et prospère.

J'espère que ce numéro vous a inspiré, tout comme il m'a inspiré.

Yvette Comeau
Journaliste d'affaires
Le Courrier de la Nouvelle-Écosse

