Le No 1 de la finance et de l'économie au Québec
LES AFFAIRES
Montréal, samedi 20 décembre 1986 40 pages

CAHIER SPÉCIAL

La Chambre de commerce de Montréal

100 ans

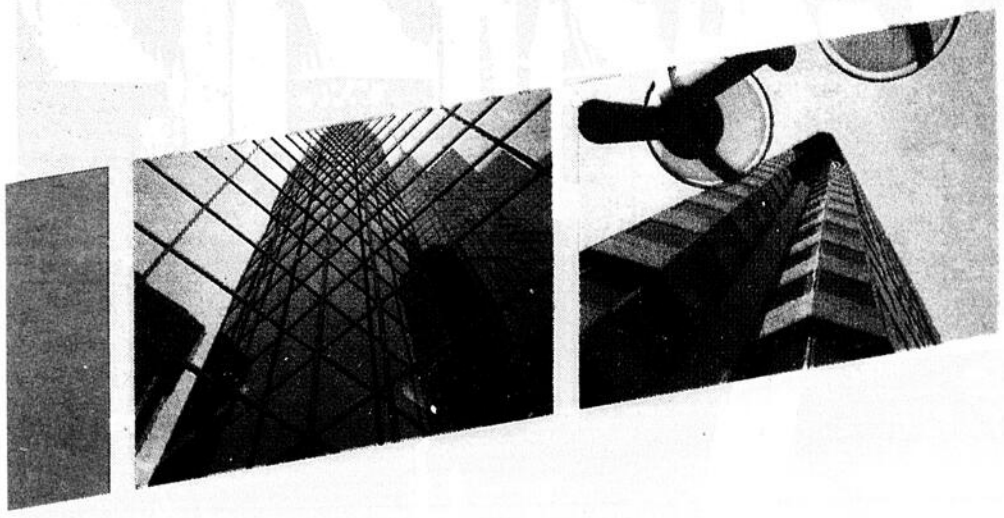
Montréal au tournant du siècle

- Son économie
- Sa presse d'affaires
- Sa vie quotidienne

Six entreprises centenaires

Montréal: an 2000

- biotechnologie
- informatique
- aéronautique



Montréal en 1886
Montréal en l'an 2000

En 1886, les hommes d'affaires de Montréal préparaient le Carnaval

■ En décembre 1886, les hommes d'affaires de Montréal, regroupés au sein de différents comités de travail, sont fort occupés à préparer le quatrième Carnaval d'hiver de la ville, qui aura lieu quelques semaines plus tard.

Pour eux, cette manifestation n'est pas seulement une occasion de réjouissances: elle vise surtout à stimuler l'activité économique, très ralentie en hiver, et à attirer des milliers de touristes américains. Montréal est alors une ville importante en Amérique du Nord et la métropole incontestée du Canada. Au recensement de 1881, elle comptait 140 247 habitants, et 30 000 de plus dans la banlieue. Vers 1866, sa population était redevenue majoritairement canadienne-française, après 35 ans pendant lesquels l'origine britannique avait prévalu.

La situation économique

En 1886, l'avenir de Montréal paraît brillant. La grave crise économique des années 1870 est maintenant chose du passé et on vient tout juste de terminer la réalisation du méga-projet du siècle: la voie ferrée du Canadien Pacifique, qui relie la métropole à Vancouver et en fait la tête de pont du développement de l'Ouest. S'ajoutant au Grand Tronc, le CP confirme le rôle de Montréal comme capitale du réseau ferroviaire canadien; son port est le plus important du Canada et bourdonne d'activité, d'avril à novembre.

Montréal est aussi, depuis une quarantaine d'années, le principal centre industriel du Canada. La production de biens de consommation domine déjà sa structure industrielle: la chaussure, le textile, le vêtement, le tabac et les produits alimentaires emploient des milliers d'ouvriers. Cependant, on y trouve aussi un important secteur de biens d'équipement: en particulier, le fer et l'acier et le matériel roulant de chemin de fer.

La métropole, enfin, est le centre financier principal du Canada, alors dominé par la toute puissante **Banque de Montréal.** Banques et compangies d'assurance se sont multipliées au cours des décennies précédentes et même les Canadiens français se sont aventurés dans ce secteur, en mettant sur pied des institutions comme la **Banque d'Hochelaga** ou la **Banque Jacques-Cartier.**

La grande expansion

Les années 1890 sont d'abord marquées par une certaine stagnation économique, mais à partir de 1896, Montréal, tout comme l'ensemble du Canada, connaît l'une des plus importantes phases de croissance de son histoire, qui se poursuit jusqu'à la veille de la Première Guerre mondiale. Au recensement de 1911, la population atteint 467 986; en y ajoutant la banlieue, elle dépasse le demi-million. Le moteur de cette croissance est le peuplement rapide de l'Ouest canadien, alimenté par la venue au pays de trois millions d'immigrants. L'Ouest devient le "grenier à blé" et Montréal son principal port d'exportation. Il faut investir massivement dans la modernisation des installations portuaires et construire en toute hâte de vastes élévateurs à grain. De nouveaux chemins de fer transcontinentaux sont mis en chantier et l'un d'eux, le Canadien Nord, doit construire un tunnel sous le Mont-Royal pour accéder au centre-ville sans procéder à de coûteuses expropriations.

L'industrie manufacturière montréalaise profite de l'accroissement rapide de la demande pour des produits de toute sorte. Pour y répondre, les usines doivent être agrandies et parfois même relocalisées dans les banlieues industrielles, comme Maisonneuve ou Saint-Henri. Entre 1900 et 1910, la valeur de production manufacturière de Montréal passe de 71 M$ à 166 M$ et le nombre d'emplois industriels, de 54 000 à 80 000. Plusieurs entreprises, jusque-là d'envergure modeste, connaissent une croissance proprement fulgurante. Ainsi, par exemple, la fonderie Warden King and Son, créée en 1852, n'a que 40 employés lorsqu'elle déménage à Maisonneuve, en 1903, et elle prévoit augmenter ce nombre à 100; elle en a 550 en 1913.

La finance

Les changements les plus spectaculaires surviennent dans le monde financier, alors que le Canada connaît la première vague de concentration de son histoire. Le nombre de banques à charte au pays passe de 37 à 22 et celui de leurs succursales, de 533 à 3 049. La concentration bancaire donne naissance à la **Banque Royale** qui prend le second rang au Canada, derrière la **Banque de Montréal.** Le mouvement de fusions et d'acquisitions déborde bientôt dans d'autres secteurs. C'est par exemple en 1905 qu'est formée **Dominion Textile,** à la suite du regroupement de plusieurs filatures, situées principalement au Québec. Derrière ces fusions, on retrouve une poignée de puissants financiers, qui mettent sur pied des maisons de courtage et qui collectionnent par dizaines les postes d'administrateurs.

Le commerce est lui aussi en pleine expansion. Les maisons de gros connaissent une hausse appréciable de leurs affaires; c'est d'ailleurs un secteur dans lequel les Canadiens français ont réussi à prendre pied au cours du demi-siècle précédent. Dans le commerce de détail, les grands magasins prennent de plus en plus d'importance, mais le petit commerce reste encore dominant.

Montréal attire alors comme aimant les nouveaux venus. Des milliers d'immigrants-- Britanniques, Juifs d'Europe de l'Est, Italiens--, mais aussi des Canadiens français originaires des campagnes, viennent y chercher un emploi. Cela provoque un véritable boom de la construction. Les promoteurs fonciers font des affaires d'or et lancent des projets de développement, auxquels ils donnent des noms alléchants.

Les villes de banlieue poussent comme des champignons, dans toutes les directions. Montréal cherche à les annexer: entre 1883 et 1918, elle en absorbe 22, multipliant par 5 son territoire, qui va maintenant de Notre-Dame-de-Grâce à la Longue-Pointe et qui s'étend au nord jusqu'à la rivière des Prairies.

La croissance démographique

La croissance démographique entraîne un essor de la demande de services publics. A une époque où la privatisation est la norme, ceux-ci sont assurés par des entreprises privées qui ont obtenu de la ville un contrat exclusif d'exploitation: **Montreal Light Heat and Power,** pour l'électricité et le gaz, **Montreal Street Railway,** pour les tramways, et **Montreal Water and Power,** pour la distribution de l'eau dans les banlieues. Ces compagnies détiennent un monopole de fait et enregistrent des profits qu'un économiste réputé a décrit comme "fabuleux". Elles sont d'ailleurs contrôlées par les plus grands financiers montréalais.

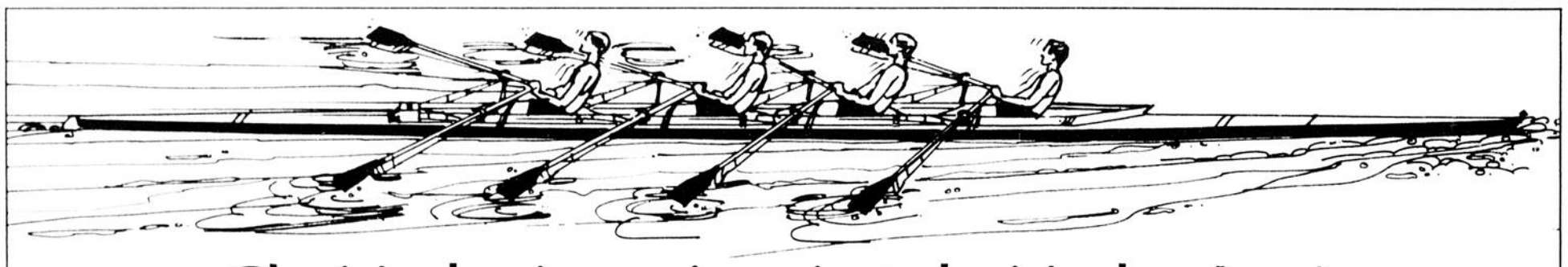
Du point de vue économique, la période de 1896-1914 apparaît donc comme un véritable âge d'or pour Montréal. La prospérité qui règne alors permet l'enrichissement rapide d'un grand nombre d'hommes d'affaires qui font ériger sur les flancs du Mont-Royal de somptueuses résidences à l'allure de châteaux. La masse de la population en profite cependant beaucoup moins et vit dans des conditions difficiles. Aux prises avec des salaires très bas et un travail irrégulier, les ouvriers, en particulier les Canadiens français, ne sont guère en mesure de consommer, et encore moins d'épargner. Cette situation réduit le potentiel de croissance des entreprises francophones qui ont dans ces milieux leur principale clientèle.

L'expansion s'arrête en 1913, avec l'effondrement du marché foncier et la hausse du chômage. La guerre, déclenchées en 1914, vient confirmer que c'est bien la fin d'une époque, marquée par une croissance rapide et incontrôlée et par un optimisme et une foi en l'avenir qui paraissaient sans bornes.

PAUL-ANDRÉ LINTEAU

M. Paul-André Linteau est historien et co-auteur de l'ouvrage intitulé "Le Québec depuis 1930".

Le document reproduit en page couverture fait partie de la collection de photos anciennes appartenant au journaliste Cyrille Felteau. Il s'agit de l'Hôtel St. Lawrence Hall qui fut, jusqu'en 1878, le lieu favori des hommes d'affaires de Montréal. L'inauguration de l'Hôtel Windsor, attira ensuite une bonne proportion de la clientèle vers l'ouest de la ville.



Choisir de s'associer, c'est choisir de réussir.

Vous le prouvez depuis 1886!

Maheu Noiseux

Comptables agréés

Les associés de votre gestion

Parrain d'honneur des Fêtes du Centenaire

La Chambre de commerce de Montréal est née d'une opposition au Board of Trade

A la fin de novembre 1886, **J.-X. Perrault** écrit au **Moniteur du commerce** pour déplorer le manque d'influence des hommes d'affaires canadiens-français dans les questions économiques. Le **Montreal Board of Trade** ne représente pas du tout les Canadiens français parce que tout s'y passe en anglais et parce que les anglophones y accaparent tous les postes importants.

"Nous avons, poursuit Perrault, nos banquiers, nos marchands de gros, nos détailleurs, nos agents de change, nos entrepreneurs, nos industriels et nos hommes d'affaires, tous à la hauteur des plus hautes positions, et dont l'influence doit se faire sentir dans le règlement de toutes les questions qui nous intéressent. Il est temps que nous prenions dans Montréal la position qui nous appartient." Perrault en appelle donc à la fondation d'une Chambre de commerce distincte pour les hommes d'affaires francophones, proposition que le Moniteur du commerce endosse immédiatement.

Un bon nombre d'hommes d'affaires étaient déjà convaincus puisque, dès le 10 décembre, une trentaine d'entre eux convoquent une réunion de fondation pour le 15 décembre 1886. Parmi les signataires de cette convocation, on retrouve le sénateur **Alfred Thibaudeau,** les présidents des banques francophones, c'est-à-dire **Jacques Grenier,** de la **Banque du peuple, Alphonse Desjardins,** de la **Banque Jacques-Cartier**, et **F.-X. Saint-Charles**, de la **Banque d'Hochelaga.** On y retrouve aussi les propriétaires d'importantes maisons commerciales canadiennes-françaises, de même que quelques manufacturiers.

Joseph-Xavier Perrault, agronome, a contribué à la fondation de la Chambre de commerce de Montréal, en 1886, mais il n'a pas été le seul fondateur.

La réunion du 15 décembre 1886

La réunion du 15 décembre 1886 suscite un débat sur l'opportunité de créer un organisme à part plutôt que de tenter de se tailler une place au Board of Trade. Tous les intervenants soulignent que les intérêts des hommes d'affaires francophones et anglophones ne sont pas opposés. Mais la majorité soutient que ces intérêts sont tout de même distincts et que, dans cette circonstance, le meilleur moyen d'assurer l'harmonie est, pour chaque groupe, de posséder sa propre organisation afin qu'aucun des deux ne se sente lésé.

Il est remarquable de constater à quel point l'on évite tout ce qui pourrait faire croire à une quelconque animosité ethnique. On optera tout de même à la très grande majorité pour la fondation de la Chambre de commerce du district de Montréal, fondation qui deviendra officielle en février 1887.

Ces premiers débats nous révèlent l'orientation que l'on veut donner à la Chambre et le sens de cette fondation. Les opposants à la création d'une deuxième Chambre affirment qu'une Chambre de commerce est essentiellement un lieu de réunion où l'on établit des contacts en vue d'augmenter ses affaires; et dès lors, bien sûr, mieux vaut une seule organisation, la plus large possible. Mais les autres répliquent qu'une Chambre est plus qu'un lieu de réunion; c'est aussi un lieu de délibération où l'on peut exprimer une opinion collective et éventuellement agir pour que cette opinion prévale dans la société. La langue anglaise qui domine au Montreal Board of Trade représente alors un obstacle à l'expression des francophones et l'association unique risque de noyer les intérêts minoritaires.

C'est donc plus qu'une amélioration ou une augmentation de leurs affaires que recherchent ces Canadiens français. Ils veulent aussi davantage de pouvoir. Ils veulent se faire entendre, participer à la prise de décision, influencer l'orientation de ce développement économique qu'ils admirent. Pour les leaders, la nouvelle Chambre de commerce est l'instrument nécessaire qui permettra aux Canadiens français de prendre leur place dans ce monde des affaires. Par ailleurs, cette fondation révèle aussi qu'ils y sont déjà.

Et les fondateurs se feront fort de faire taire les sceptiques qui doutent des chances de survie d'une Chambre de commerce canadienne-française. Ils refuseront aussi les propositions tardives du Montreal Board of Trade, comme par exemple celle de traduire en français le rapport annuel. En soi, la création de leur propre organisme de pression manifeste une prise de conscience collective de la montée des hommes d'affaires francophones à Montréal.

Dans ce sens, il nous semble inexact d'attribuer la fondation de la Chambre de commerce à un seul homme, soit F.-X. Perrault, soit **Charles Savary.** Perrault rédige un premier appel, mais il n'est pas seul comme le montre le court laps de temps, à peine deux semaines, entre sa lettre et la première convocation d'une réunion. Savary, alors rédacteur en chef du Moniteur du commerce, appuie fermement l'initiative, mais on ne retrouve même pas son nom parmi les listes de membres de la Chambre. Il serait sans doute plus juste de dire que ces deux hommes ont provoqué l'éclosion d'un projet déjà mûr.

Réactions de la presse

Généralement approuvée par la presse francophone, la fondation de la Chambre suscite peu de commentaires dans la presse anglophone de Montréal. Plus désobligeant, le **Mail** de Toronto y voit la main du clergé catholique hostile aux anglophones; le Moniteur du commerce réplique en conseillant au rédacteur du Mail de consulter un médecin.

Pour sa part, le **Monetary Times** déplore l'initiative et tente de la discréditer en affirmant qu'elle n'a pas l'appui de la "better class French Canadian". Le Moniteur du commerce est, au contraire, tout fier d'annoncer que les 136 fondateurs, parmi lesquels on retrouve les "sommités de la finance et du commerce" francophones, ont obtenu une charte de Québec et mis en place la nouvelle institution au début de février 1887, sous la présidence du banquier Jacques Grenier. Parmi les premières décisions figure celle de choisir le Moniteur du commerce comme organe officiel de la Chambre, fonction que le journal assumera jusqu'en 1899, date à laquelle la Chambre se dote de son propre **Bulletin** mensuel.

D'un petit groupe de 136 au moment de la fondation, les membres de la Chambre de commerce sont 251 un an plus tard. Vers 1900, le nombre de participants a doublé et, à la veille de la Première guerre mondiale, plus de 1000 personnes sont membres de la Chambre de commerce. La Chambre de commerce est loin de connaître la force du Montreal Board of Trade, dont le membership est deux fois plus élevé, sans tenir compte des niveaux d'activité économique.

Mais il reste qu'à la fin de la première décennie du XXe siècle, la Chambre de commerce du district de Montréal apparaît comme un organisme qui a réussi à s'implanter comme porte-parole de la communauté d'affaires francophone de Montréal, rassemblant des représentants de chacun des secteurs économiques. Dans les premières années, 50 % des membres proviennent du secteur commercial. Mais, vers 1906, cette proportion tombe au tiers du membership. Environ 10 % viennent alors du secteur financier, 10 %, du secteur industriel, 14 % proviennent du secteur de l'immeuble et de la construction, 18 %, des professions libérales et 6 %, du monde de la presse et de l'imprimerie (8 % = divers).

Au niveau des dirigeants, on constate toutefois une sur-représentation importante des commerçants grossistes (par rapport à ce qu'ils représentent comme membres) et une sous-représentation du secteur de l'immeuble et de la construction.

Dominant la communauté d'affaires francophone à Montréal, la Chambre prend aussi le leadership des associations patronales dans l'ensemble du Québec, en mettant sur pied, en 1909, la **Fédération des Chambres de commerce de la province de Québec,** projet qu'elle préconisait depuis 1894. La Chambre maintient ainsi des relations étroites avec les autres associations, y compris le Montreal Board of Trade. La Chambre entretient aussi tout un réseau de relations avec l'extérieur, en particulier avec le monde politique, celui de l'enseignement, celui des associations nationales et celui de la presse.

Malgré des débuts difficiles, la Chambre de commerce devient rapidement un groupe de pression avec lequel il faut compter: à preuve, l'obtention d'un siège à la **Commission du Havre** et, surtout, la réalisation de l'**École des HEC**. L'organisme, qui regroupe les hommes d'affaires francophones, apparaît à la fois comme un témoin et un atout dans la progression de ce groupe social.

FERNANDE ROY

Mme Fernande Roy est historienne.

DISCUTEZ AUJOURD'HUI AVEC LA BANQUE TD D'UN PRÊT ADAPTÉ À VOS BESOINS.

A la Banque TD, nous comprenons les besoins financiers des petites entreprises. Nous sommes prêts à aider votre entreprise à se développer... grâce à un prêt aux petites entreprises TD.

Quels que soient vos projets, nous pouvons concevoir un prêt qui répondra à tous points de vue à vos besoins particuliers. Et le représentant avec qui vous traiterez comprend les réalités financières des petites entreprises.

Un prêt aux petites entreprises TD vous offre: un taux d'intérêt bas; nos taux sont très concurrentiels, ce qui est la preuve que nous voulons vraiment faire affaire avec vous; un taux fixe ou un taux variable; et nous vous aiderons à déterminer ce qui convient le mieux dans votre cas; des tables de remboursement adaptées; nous adapterons vos remboursements aux mouvements de votre trésorerie et vous pouvez étaler le remboursement sur une période allant jusqu'à 10 ans; une demande de prêt facile; nos formalités de demande de prêt sont simples, rapides, et vous recevrez probablement l'approbation en quelques jours.

Venez nous voir dès aujourd'hui. Passez à la succursale TD la plus proche et demandez à voir le directeur. Nous avons déjà donné des «coups de pousse» à des milliers de petites entreprises et nous les avons aidées à augmenter leur rentabilité. Notre compréhension de la situation et notre expérience vous aideront.

BANQUE TD

le personnel fait toute la différence

La presse d'affaires francophone au tournant du 20ème siècle

Les années 1880 voient l'implantation à Montréal de deux hebdomadaires destinés aux hommes d'affaires canadiens-français: **Le Moniteur du commerce**, en 1881, et **Le Prix courant**, en 1887.

C'est dans un contexte de reprise économique que les fondateurs du Moniteur du commerce, les frères **Clément-Arthur** et **Edmond Dansereau**, se donnent la mission de favoriser le développement des entreprises à caractère économique des Canadiens français.

La récente crise des années 1870 a touché particulièrement ces derniers, estime-t-on. En outre, déjà avantagés par un accès plus facile aux capitaux, les anglophones disposent aussi de deux journaux commerciaux. Il faut donc suppléer à ce manque chez les francophones, que la presse quotidienne, trop absorbée par la politique, ne saurait combler.

Le Moniteur du commerce

Le Moniteur du commerce se veut neutre en politique et entend plutôt se consacrer à encourager, par tous les moyens, le "progrès", c'est-à-dire le développement matériel. Les Canadiens français doivent rattraper leur retard, reprendre une position et une influence proportionnelles à leur population, mais c'est dans la participation au développement économique général du pays qu'ils pourront s'épanouir en harmonie avec leurs compatriotes anglophones.

Pour accroître leurs chances, ils doivent augmenter leurs connaissances sur les questions économiques en général et se tenir à la fine pointe de l'information relative au commerce, à l'industrie et à la finance. Le Moniteur du commerce entend justement leur servir de guide. En 1884, la publication passe aux mains de **Trefflé Berthiaume** et de **F.-D. Shallow**; puis trois ans plus tard, Shallow rachète les parts de Berthiaume et reste l'unique propriétaire de ce journal d'affaires dont il confiera la rédaction à **Stanislas Côté.**

Le Prix courant

Fondé en 1887 par **J.-B. Monier** et **Jules Helbronner**, le Prix courant devient la propriété des frères **Henri** et **Alfred Lionais** en 1893. A partir de 1901, le journal appartient à la **Compagnie de publications commerciales,** avant de devenir, en 1911, la propriété de la **Société de publication des marchands-détailleurs du Canada.** Le Prix courant ne diverge pas du Moniteur du commerce quant aux objectifs; il croit seulement être en mesure de mieux les atteindre. En dépit de son caractère acerbe, l'opposition entre les deux journaux demeure superficielle. D'abord querelle d'individus, cette rivalité entre deux entreprises se disputant le même public s'estompe avec le temps... et avec la réussite des deux publications. Au point de vue idéologique, les deux journaux partagent le même libéralisme.

Durant les premières années, les marchands de campagne et les détaillants en général forment nettement la clientèle cible du Moniteur du commerce; par la suite, le journal élargit son public et s'adresse de plus en plus à l'ensemble des milieux d'affaires, aux agriculteurs et même, prétend-il, aux ouvriers. Le Prix courant recherche également la clientèle des commerçants, mais il vise aussi particulièrement les hommes d'affaires intéressés par le secteur de la propriété foncière: investisseurs, entrepreneurs en construction, architectes, ingénieurs civils, agents d'immeuble.

Les deux hebdomadaires font souvent allusion à leur clientèle croissante, mais sans être très précis sur leur tirage. Pour le Moniteur du commerce, le tirage doit sans doute osciller autour de 2 000 à 3 000 durant les années 1880, et entre 3 000 et 4 000 par la suite. Le Prix courant conteste ces chiffres et affiche, pour sa part, un nombre d'abonnés variant entre 200 et 2 500. Pour ce type de publication, le tirage et le rayonnement sont fort respectables.

La diffusion des deux hebdomadaires s'étend à toute la province et même au-delà. A certains moments, le Moniteur du commerce emploie des agents en Ontario, à Chicago et dans l'État de New York, à Londres et à Paris. En 1912, le Prix courant a des représentants à Toronto, à Chicago et à New York.

Les contenus

La publicité est abondante dans cette presse spécialisée: un bon tiers du contenu pour le Moniteur du commerce et près de la moitié pour le Prix courant. La partie rédactionnelle du Moniteur du commerce comprend de brefs commentaires de l'actualité locale, nationale ou internationale et des articles plus longs sur les questions économiques de l'heure (protectionnisme, loi des faillites, grèves, etc.), des articles d'information sur les banques et les compagnies d'assurances, sur des produits de commerce ou sur des innovations scientifiques, des comptes-rendus des réunions d'associations patronales, des conseils aux hommes d'affaires, des discussions sur l'économie politique. La chronique "notes commerciales" constitue un fourre-tout de nouvelles brèves touchant les questions économiques. Parmi les chroniques régulières, on retrouve aussi la liste des prix et son commentaire hebdomadaire dans "la revue des marchés" de Montréal, de Québec et de Boston.

La section rédactionnelle du Prix courant est, plus encore que celle du Moniteur du commerce, axée sur l'information plutôt que sur le commentaire ou la réflexion. Les informations sont présentées dans des rubriques spécialisées: la semaine financière, la semaine commerciale, la revue immobilière. Le Prix courant accorde, bien sûr, beaucoup d'importance aux prix du marché, en insistant sur deux secteurs auxquels il consacre des chroniques spéciales, soit le commerce d'alimentation et celui de la ferronnerie. Ce journal possède aussi sa "chronique de Québec" et, tout comme le Moniteur, il publie de courtes nouvelles diverses dans une rubrique nommée "actualités".

La compétence professionnelle de ces journalistes est impressionnante. Les plus connus d'entre eux disposent d'une bonne formation et d'une grande expérience, tant du journalisme que des affaires. Signalons aussi que ces journalistes sont très près des associations d'hommes d'affaires où certains d'entre eux assument d'importantes fonctions de secrétaire: c'est le cas de Stanislas Côté, de **J.-B. Monier** et de **J.-A. Beaudry.**

Avec ténacité, propriétaires et journalistes ont réussi à prouver que leur entreprise était non seulement utile, mais aussi rentable, démentant ainsi certains pessimistes qui leur prédisaient la faillite à brève échéance, sous prétexte que les affaires étaient une spécialité anglaise. Cette presse spécialisée et les associations patronales francophones se manifestent et croissent en même temps sur la scène montréalaise de l'époque. Ce n'est pas un hasard, mais un signe: celui de la montée relative des hommes d'affaires canadiens-français dans l'économie. Pour s'établir et persister dans ce monde de la presse et dans ce monde des affaires, il fallait en effet qu'existe, de façon durable, une clientèle particulière à desservir, d'une part, et à développer, d'autre part. C'est à ces deux fonctions que s'emploie la presse d'affaires francophone.

FERNANDE ROY

BGO
Brault, Guy, O'Brien inc.
UNE VALEUR SÛRE

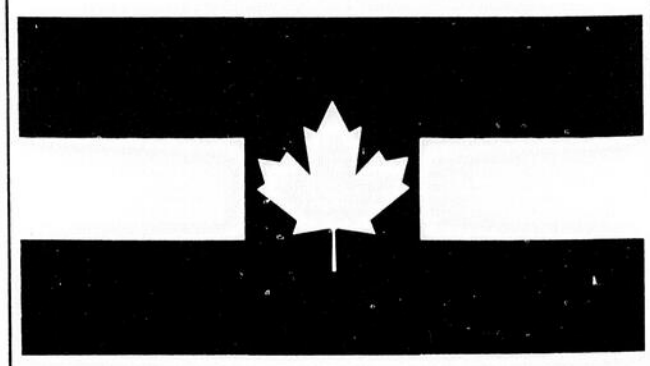
PLUS QU'UN CENTENAIRE... UN ÉVÉNEMENT DE TRÈS GRANDE VALEUR!

Spécialisée en valeurs mobilières, la maison de courtage BGO tient à souligner l'apport de très grande valeur fourni par la Chambre de Commerce à l'économie montréalaise. Bravo à tous les hommes et toutes les femmes qui ont su bâtir au fil des ans un organisme digne de toute notre admiration.

MONTREAL
QUEBEC
TROIS-RIVIERES
HULL
TORONTO

Courtiers
en valeurs mobilières

Félicitations à la Chambre de commerce de Montréal pour son centième anniversaire!



Canada Steamship Lines Inc.

Au tournant du siècle, le revenu familial moyen était de 10 $ par semaine

Dès 1896, l'importante étude de **Herbert Brown Ames,** "The City Below the Hill", caractérisait la géographie économique de Montréal. Tout comme à Québec, on y retrouve une haute et une basse ville, l'une logeant les bien nantis, l'autre les salariés moyens, les travailleurs industriels et "les économiquement pauvres".

Les villes indépendantes de Westmount et d'Outremont, rejointes bientôt par The Town of Mount Royal et Hamstead forment la haute ville. Ces quartiers sont proprement résidentiels et abritent "les barons de l'industrie, les grands propriétaires terriens et les travailleurs intellectuels". L'époque est assez prospère; les matières premières se vendent bien et la petite industrie écoule bien ses stocks. Les souvenirs persistants d'une Belle Époque, située aux alentours de 1900 hantent peut-être encore les résidents de ces municipalités.

La partie est de l'Ile de Montréal et des quartiers comme Pointe Saint-Charles et Saint-Henri constituent la basse ville. Dès le début du siècle, la croissance urbaine s'accélère à un point tel que tout le tissu urbain est bouleversé. Les équipements physiques et sociaux sont rendus inadéquats. Trois secteurs sont particulièrement touchés: le travail et les revenus, le logement et le domaine de la santé.

Industries et salaires

Les industries cantonnées à Pointe Saint-Charles et à Saint-Henri donnent une assez bonne idée de la vie économique de Montréal de la fin du XIXe siècle.

Les activités de production se rencontrent principalement dans l'industrie de gros du vêtement, de la chaussure, de l'agro-alimentaire, du textile, du tabac, du fer, de l'acier, du bois et du matériel de transport. A cela s'ajoutent une quantité de boutiques et de services.

Ces entreprises font travailler 16 237 personnes, parmi lesquelles on dénombre 12 511 hommes, 3 266 femmes et 460 enfants.

Le revenu familial moyen était de 10 $ par semaine. Ce revenu représentait les salaires combinés de plus d'un travailleur et "on estimait qu'en fixant à 8,25 $ pour un homme, à 4,50 $ pour une femme et à 3 $ pour un garçon, les salaires hebdomadaires moyens, on n'était pas trop loin de la réalité". Un homme pouvait gagner annuellement près de 428 $!

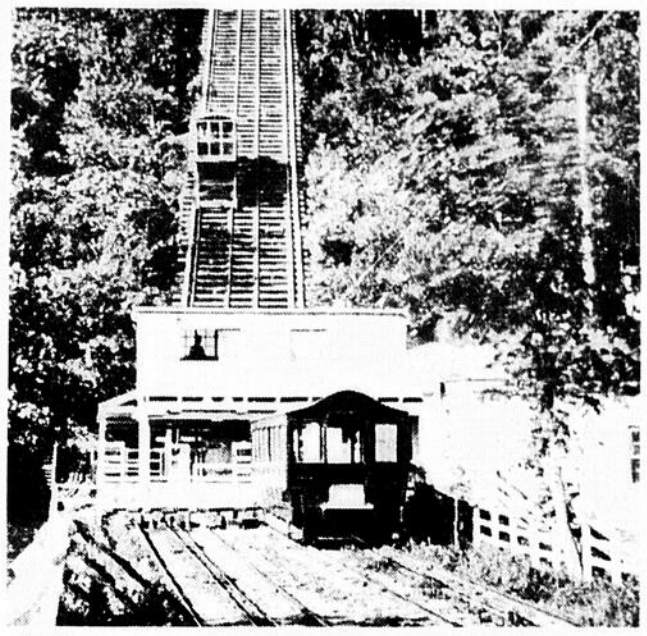
Mais les statistiques démontraient que 23 % seulement des travailleurs industriels avaient un revenu sur lequel "ils pouvaient compter à longueur d'année". Environ une famille sur quatre était sans travail régulier. Il en découlait, pour un milieu social, un climat de pauvreté générale.

Le logement

Dans les quartiers de Pointe Saint-Charles et de Saint-Henri, en 1887, la qualité des logements était dans un état déplorable. Il faudra attendre 1888 pour que la province de Québec crée un conseil de l'hygiène. Et en 1901, une loi viendra structurer tous les règlements en un code général.

En ce qui concerne l'espace, la famille moyenne habitait un plain-pied de 5 pièces. Environ 30 % des logements comptaient six pièces, 40 %, cinq pièces, et 30 %, quatre pièces. Le loyer mensuel se plaçait à 8,75 $ par mois ou 18 % du revenu mensuel. "Les pauvres et les gens à l'aise" consacraient de 20 à 25 % de leur revenu au logement et la classe industrielle, près de 16 %.

Le boom du blé, au début du XXe siècle apporte une certaine prospérité à Montréal. La population double durant les années qui précèdent la Première guerre mondiale et vers



Autre temps, autre moeurs! Au début du siècle, un funiculaire grimpait sur le Mont-Royal, dans l'axe de la rue Duluth (du côté de l'avenue du Parc). On l'appelait à l'époque "inclined railway".

1927, la ville, qui comptait au siècle précédent moins de 250 000 habitants est devenue une métropole d'un million d'âmes. Mais cette vague de prospérité crée une nouvelle crise du logement. En 1904, il manquait à Montréal de 800 à 1000 logements.

En matière de logement, il n'existait pas de code d'habitation clair et concis. Le parlement de Québec avait revisé la Charte de la Cité de Montréal. Mais les normes concernant l'habitation n'avaient pas été mentionnées parmi les sujets de compétence municipale.

Pour les auteurs de **l'Histoire du Québec contemporain,** "l'insalubrité des logements et de l'environnement est une des causes majeures du mauvais état de santé de la population."

L'état de santé des Montréalais

"La relation qui existait entre les bas salaires, les logements insalubres et un taux de mortalité important" classait Montréal parmi les villes les plus malsaines en Occident. Le taux de mortalité est deux fois plus élevé dans les quartiers ouvriers surpeuplés que dans les quartiers bourgeois.

La médecine était pourtant capable dès ce moment de faire baisser le taux de mortalité. La gastro-entérite, la tuberculose, la diphtérie, la typhoïde et la variole décimaient la classe ouvrière. Depuis longtemps, ces maladies avaient régressé dans d'autres villes d'Amérique du Nord et d'Europe. L'épidémie de variole de 1885-1886 fit plus de 2500 victimes chez les Montréalais. "On croyait que la maladie était causée par des miasmes émanant de matières végétales ou animales en décomposition; aussi essayait-on de lui faire échec en luttant contre l'humidité, en améliorant les systèmes d'égout et de plomberie et en enlevant rapidement les déchets."

Déjà en 1880, on connaissait les travaux de **Robert Koch** en bactériologie. Mais il faudra attendre 1901 pour que la loi permette aux municipalités de rendre obligatoire le vaccin contre la variole. Et une Commission d'enquête royale du gouvernement québécois faisait remarquer concernant cette maladie "qu'il y eut seulement un décès après 1918 à Montréal".

La mortalité infantile est certes le trait marquant de la mortalité à Montréal. Près d'un enfant sur trois meurt avant d'avoir atteint l'âge d'un an.

La mauvaise qualité de l'eau et du lait sont ici particulièrement en cause. Les Montréalais ne seront alimentés en eau filtrée qu'à partir de 1914. En cette même année, seulement le quart du lait consommé à Montréal est pasteurisé. La pasteurisation obligatoire date de 1926.

L'action positive, dans le domaine de la santé, est presque abandonnée au secteur privé et aux communautés religieuses. En 1907, un groupe de femmes, sous l'initiative de **Justine Lacoste-de-Gaspé-Beaubien,** crée l'**Hôpital Sainte-Justine**. Le **Royal Institute** et l'**Institut Bruchési** pour le traitement de la tuberculose sont ouverts dans les années 1920.

C'est en 1921 que finalement le gouvernement s'implique vraiment dans le domaine de la santé. Le gouvernement **Taschereau** adopte une loi dans le secteur du bien-être. Cette loi "stipule que les coûts d'hospitalisation des indigents seront partagés, à parts égales, entre les institutions, les municipalités et le gouvernement". Mais aussitôt, on proteste contre "la menace d'étatisme et de laïcisme".

Encore en 1930, la Commission des assurances sociales "montrera que les progrès de 1920 sont terriblement insuffisants".

Au tournant du siècle, Montréal, comme presque toutes les grandes villes d'Occident, traversent une crise de croissance. Leur population, comme leur géographie économique, se partage en deux zones, l'une de bien-être et de santé, l'autre de pauvreté et de maladie. Ce n'est qu'aux années d'après-guerre que l'on parlera vraiment de "santé mondiale".

LOUIS BAZINET

100 bonnes tables du midi Nouveau

à Montréal

Un lunch d'affaires important ce midi?
100 bonnes tables du midi à Montréal est un guide qui répond à vos questions:
-à quels prix sont proposés les menus de table d'hôte?
-quels restaurants disposent de salons privés?
-y a-t-il un téléphone portatif à table?
-le stationnement est-il proche et gratuit?
-de quelle qualité est la cuisine?
Un guide de Martine Ousset (15 ans d'expérience en restauration) pour tous ceux qui cherchent des bons et des nouveaux restaurants pour les repas du midi.
Des lunchs d'affaires à moins de 10 $ dans les plus grands restaurants de Montréal .
De nouveaux restaurants de qualité connus des seuls initiés.
Un guide indépendant, fiable et factuel.

BON DE COMMANDE

■ **100 bonnes tables du midi à Montréal**
100 best lunches in Montreal
5,95 $ Format: 11 x 15 cm — 216 pages

Spécial:
10 ex. 5.50 $
50 ex. 5.00 $
100 ex. & + 4.50 $

PAIEMENT PAR CHÈQUE OU MANDAT-POSTE (Les compagnies peuvent être facturées.) Ajouter 1.00 $ pour frais de port et manutention

NOM _____

ADRESSE _____

VILLE _____ *CODE POSTAL* _____

AGENCE D'ARC INC.

6872, RUE JARRY EST, MONTRÉAL (QUÉBEC) H1P 3C1 - (514) 321-0241

TECHSEL

FÉLICITATIONS,

TECHSEL se joint au monde des affaires pour féliciter la Chambre de commerce de Montréal à l'occasion de son centenaire.
En affaires, depuis près de quinze ans, TECHSEL est en mesure d'apprécier le dynamisme constant de la Chambre de commerce de Montréal.
Nous profitons de l'occasion afin de vous souhaiter nos meilleurs voeux à l'occasion de la période des Fêtes.

IBM Distributeur agréé Machines à écrire

555, boul. Dorchester O. Bureau 700, Montréal
(514) 879-1410

olivetti

La Chambre de commerce à l'origine de l'École des Hautes Études Commerciales

Depuis sa fondation en 1907, l'**École des Hautes Études Commerciales** (HEC) a largement contribué à façonner le visage économique du Québec. Mais au-delà de ce fait bien établi, il n'en demeure pas moins que c'est grâce à la volonté et à l'acharnement de plusieurs personnes, appuyées par la **Chambre de commerce de Montréal**, si les HEC ont pu voir le jour.

Dès 1846, **Etienne Parent** attribuait à l'absence d'un enseignement commercial de qualité, l'infériorité économique des Canadiens français. Autour de lui, une poignée d'hommes, des visionnaires de la nation francophone, allait entreprendre de sérieuses démarches pour instituer une "école de comptabilité".

Quarante ans plus tard, le tout jeune journal **Moniteur du Commerce** fixait à la Chambre un projet et l'objectif de seconder le "mouvement en faveur de l'enseignement professionnel". Il est donc normal que la Chambre de commerce de Montréal, dès sa naissance, ait cherché des moyens de développer l'enseignement commercial et technique.

Des petits moyens d'abord: organisation de conférences, concours pour les finissants des collèges (1889), médaille d'or de la Chambre à l'élève le plus méritant des écoles du soir (1890), projet d'une bibliothèque municipale (1892), comité sur l'instruction commerciale (1893), mémoire au Conseil de l'Instruction publique (1895), convocation des collèges à une "convention" (1895), appui aux projets de développement de l'enseignement technique (1896), création d'une bibliothèque scientifique (1903). Et, finalement, la vraie victoire de la Chambre: création de l'école des HEC, première école d'administration de niveau universitaire au Canada, et troisième en Amérique après **Wharton** (Philadelphie) et **Harvard** (Boston).

Selon **Jacques N. Tremblay**, chargé de recherches, "l'idée de créer à Montréal l'école des HEC, sur le modèle de celle créée par la Chambre de commerce de Paris, est avancée par **Joseph-Xavier Perrault**, dès 1892. Mais les circonstances ne sont pas favorables: l'Université de Montréal est une succursale de l'Université Laval, l'école Polytechnique n'existe pas encore et, au niveau secondaire, l'enseignement commercial est écrasé sous le prestige de l'enseignement classique. On est loin de penser à élever l'enseignement commercial à la dignité universitaire".

Le rôle de la Chambre de commerce de Montréal a donc été de premier plan dans l'histoire des HEC. Les deux institutions ont une commune origine dans la volonté de certains, vers la fin du 19e siècle, de donner aux francophones une voix dans l'économie du Québec.

N'eût été aussi de la conviction d'un jeune journaliste et écrivain du nom d'**Édouard Montpetit**, le rêve de l'Ecole ne se serait peut-être pas matérialisé. Par ses actions et ses écrits, il a réussi à canaliser tous les efforts pour favoriser le progrès économique du Canada français. On peut facilement imaginer les sentiments qui animent Montpetit, ce 4 octobre 1910, alors qu'il donne aux 32 premiers étudiants des HEC son cours d'économie politique.

L'autorité

A cette époque, les HEC sont supportées financièrement par le gouvernement provincial mais sont liées à l'autorité de la Chambre de commerce de Montréal, qui doit agir avec l'assentiment du principal bailleur de fonds. La première loi de l'École prévoit même que l'édifice construit par la corporation est la propriété de la Chambre, qui doit l'utiliser pour "développer davantage le haut enseignement commercial". L'intention initiale de la loi est donc claire: l'Ecole est liée d'abord et avant tout à la communauté des affaires de Montréal.

L'École suivra sa propre route. La corporation de l'École sera dissoute en 1926 et, jusqu'en 1957, les HEC dépendront directement du **Secrétariat de la Province**. En 1957, le gouvernement crée à nouveau une corporation composée de neuf membres dont deux sont désignés par la Chambre de commerce.

Les directeurs

Auguste-Joseph de Bray, originaire de Belgique, est le premier directeur des HEC (1907-1916). Licencié ès sciences commerciales et consulaires, docteur ès sciences politiques et diplomatiques, il est diplômé de Louvain.

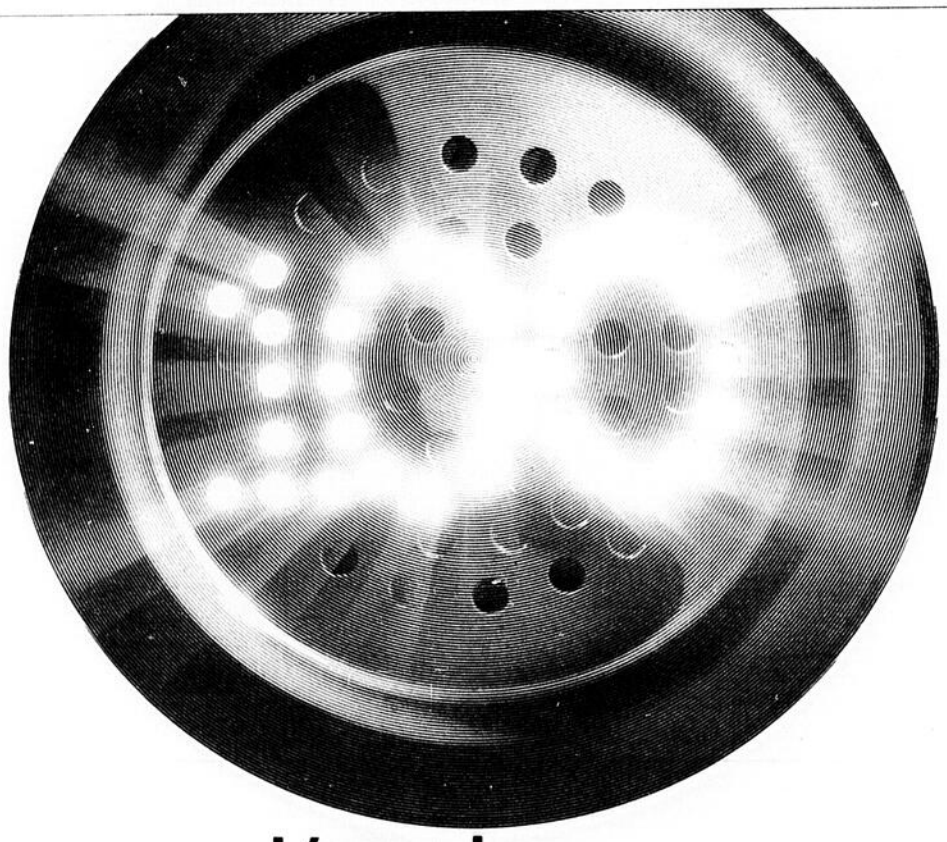
Recruté par Edouard Montpetit, de Bray donne à l'École sa marque universitaire. S'appuyant sur le modèle des grandes écoles européennes, il milite en faveur d'un enseignement à caractère général et forme à cette fin un corps professoral de qualité. Fait à remarquer: il contribue très tôt dans l'histoire des HEC à étendre sa portée internationale, insistant sur la situation mondiale de Montréal comme port de commerce et prédisant même la canalisation du Saint-Laurent.

Son successeur est **Henry Laureys** (1916-1938), originaire lui aussi de Belgique. Sous sa direction, l'établissement apprend la discipline au travail. Secondé par de Bray, il fonde un "Bureau commercial", sorte de maison d'affaires simulée où les étudiants s'initie à la pratique. Quelques années plus tard, c'est l'introduction de la méthode de cas, inspirée du Graduate School de l'université Harvard.

De 1938 jusqu'à 1962, un diplômé des HEC, **Esdras Minville**, prend la direction. Ardent promoteur de la culture économique québécoise, il intensifie le rôle de l'École dans l'économie du Québec. Il s'attache en outre à la dimension recherches et met sur pied les "études sur notre milieu", collection aujourd'hui défunte présentant une synthèse des grandes données de la vie économique et sociale au Québec.

Sous Minville, on assiste à une importante réforme des programmes d'enseignement par la création d'un premier cycle en sciences commerciales et la mise sur pied de programmes de perfectionnement à l'intention des cadres supérieurs d'entreprises.

PAUL-A. GIRARD



L'appel de l'excellence

C'est la volonté de faire plus. De faire mieux. C'est ce qui fait bouger Montréal. C'est surtout ce qui, depuis 1886, anime la Chambre de commerce.

Bell est fière de participer aux célébrations de ce Centenaire.

Bell

Le Port de Montréal s'est développé grâce à la Chambre de commerce

L'importance stratégique du **Port de Montréal** a depuis toujours fasciné la communauté économique. Le port est à la base de la richesse de Montréal. Et personne n'en doute au début du 19e siècle.

Dans un texte publié par le journal **Le Négociant canadien**, le 29 février 1872, **L.E. Morin** écrit: "Deux choses sont d'une indispensable nécessité pour assurer la prospérité de Montréal. Etre le terminus du chemin de fer du Pacifique, et être le terminus de la navigation océanique. Si l'une ou l'autre de ces conditions manque, adieu grandeur, prospérité, richesse; mais si elles se rencontrent toutes les deux, cette ville peut défier toute concurrence".

Quatorze années après la publication de ce texte, la **Chambre de commerce de Montréal** a officiellement vu le jour. Et l'une de ses principales préoccupations a été le développement du Port de Montréal et de son administration locale que l'on jugeait incompétente à l'époque.

C'est ainsi que la Chambre de commerce de Montréal s'est associée au projet de ports nationaux canadiens mis de l'avant par **Israel Tarte**, celui-là même qui allait devenir, quelques années plus tard, ministre des Travaux publics à Ottawa. Dans un premier temps donc, la Chambre a mis toutes ses énergies pour que le Port de Montréal fasse son oeuvre. C'est-à-dire qu'il facilite le trafic océanique, qu'il développe le réseau de transport, qu'il apporte protection contre les inondations, qu'il améliore le chenal, qu'il procure un remède à l'incurie administrative et qu'il prolonge la saison de navigation.

Au tout début des années 1900, le Port de Montréal a apporté de nombreuses améliorations à ses infrastructures et ce, avec l'assentiment de la Chambre de commerce. Puis, avec le renouveau de l'industrie mondiale, soit à la fin de la Première Guerre, la Chambre a repris son dossier du Port pour, cette fois-ci, tenter de ramener l'administration à Montréal.

"Ce que les dirigeants de la Chambre ne pouvaient pas souffrir, raconte **Gilbert Latour**, ancien directeur général de

Scène du port de Montréal vers le milieu du 19ème siècle.

l'organisme, c'est que le Port de Montréal faisait maintenant des profits qui servaient à renflouer les déficits des autres ports du Canada. C'était là une conséquence du projet des ports nationaux".

La Chambre de commerce de Montréal a donc lutté pendant plus d'une dizaine d'années pour finalement ne jamais atteindre l'objectif de ramener l'administration du port à Montréal. "Tout ce qu'elle a réussi à obtenir, poursuit Gilbert Latour, c'est un représentant sur le comité de gestion; structure tout à fait consultative puisque le fonctionnaire fédéral demeurait maître après Dieu". Il faut se rappeler que cette époque se situe à la fin de la Crise des années '30 et au début du projet de canalisation de la voie maritime du Saint-Laurent.

Le succès de l'oeuvre

Si l'on s'en tient uniquement aux déclarations et témoignages généraux concernant l'oeuvre de la Chambre dans et pour le Port de Montréal, il faudrait conclure logiquement non seulement au rôle primordial qu'elle y a joué mais aussi au succès de toutes les initiatives qu'elle y a prises en vue de son développement et de son expansion.

De part et d'autre dans les rapports annuels, déclarations et discours des présidents, on peut lire en effet nombre d'énoncés qui convainquent de la part importante de la Chambre dans le développement du port, et du succès de son oeuvre.

Mais selon **Renée Lescop Baudoin**, auteure d'un volumineux ouvrage sur la Chambre de commerce, "il ne faut pas oublier que son homologue anglais, le **Board of Trade**, ainsi que la **Halle aux blés**, ont été des organismes qui ont joué un rôle équivalent dans le développement du Port de Montréal.

PAUL-A. GIRARD

1987-2087

Un objectif et un défi pour
la Chambre de Commerce de Montréal.

Un projet qui nous concerne
tout autant.

Samson Bélair
Comptables agréés

La fusion de trois entreprises en 1905

La compagnie **Dominion Textile** que nous connaissons aujourd'hui, communément appelée **Domtex** sur le marché financier, est née en 1905 de la fusion de plusieurs entreprises plus anciennes. Les textiles sont fabriqués au Canada depuis la Nouvelle-France. Cependant la fabrication de lainages en usine ne commença qu'en 1820 et la production industrielle de tissus en coton ne fut tentée qu'en 1845 lors de la fondation de la **Sherbrooke Cotton Factory**.

Les soixante années qui suivirent furent marquées par un dynamisme qui engendra à la fois réussites et désastres. L'industrie du coton faisait ses premiers pas et ne pouvait rivaliser avec l'industrie du lainage. Elle était plutôt destinée à remplacer les importations de tissus en provenance de l'Angleterre et des jeunes et dynamiques états du sud des États-Unis qui cultivaient leur propre coton.

Lors de la guerre de sécession, de 1860 à 1865, les Américains détournèrent leur industrie textile vers le secteur militaire. Quelques Canadiens entreprenants s'empressèrent de construire les usines nécessaires à filer et à tisser les produits de coton dont le Canada avait besoin.

Une deuxième expansion importante suivit la politique nationale des textiles décrétée en 1879 par le premier ministre **McDonald**, qui octroyait une protection tarifaire à l'industrie textile. De 1879 à 1885, 17 usines surgirent dans les Maritimes, au Québec et en Ontario. Ces usines résultaient en général d'initiatives locales et individuelles. Une désastreuse compétition les opposait; chacune produisait de nombreux produits en petite quantité et maintenait son propre système d'achats et ventes. Les coûts d'exploitation étaient énormes. L'amalgamation d'usines infructueuses en organisations de plus grande envergure était la seule solution aux nombreux échecs et en 1890 huit usines de coton de l'est du Canada se fusionnèrent pour former la **Dominion Cotton Mills Co. Ltd**.

Dominion Textile

En 1905 la Dominion Cotton Mills, qui exploitait des usines dans les maritimes, au Québec et en Ontario, se fusionna à trois autres compagnies: la **Montmorency Cotton Mills**, la **Merchants Cotton Co.**, de Montréal, et la **Colonial Bleaching and Printing**, aussi de Montréal, pour former la **Dominion Textile Co. Ltd**. La clé du succès de cette nouvelle compagnie allait être la présence en son sein de la **Magog Cotton and Printing**, qui a produit la première pièce de tissu teint au Canada et est devenue une importante usine de finition.

La période qui suivit l'amalgamation de 1905 fut marquée par une adaptation continuelle aux changements incessants dans l'industrie du textile. Des usines ont fermé ou ouvert leurs portes au gré des hauts et des bas du marché, des contrecoups du commerce international, des guerres mondiales et des vagues de dépression et de prospérité.

Les hommes qui ont participé à cette aventure par la fusion des entreprises et les levées de fonds nécessaires pour affronter les vicissitudes du marché provenaient des deux communautés anglophone et francophone de Montréal. **David Yuile**, financier alors bien connu à Montréal, et l'honorable **L. J. Forget** devinrent les premiers président et vice-président de la Dominion Textile.

M. Forget fut asssez tôt remplacé par M. **Charles B. Gordon**, administrateur de la **Standard Starch Co.**, qui allait se gagner la renommée d'être le père de la Dominion Textile. Nommé président en 1909, ce jeune homme d'affaires mis sur pied une entreprise solide capable de s'adapter au comportement changeant de l'industrie.

En 1907-1908 la compagnie eut à faire face à une dépression économique et financière. Certains détenteurs d'actions des compagnies Dominion Cotton Mills et Merchants Cotton avaient refusé de céder leurs actions lors de la fusion de 1905 et poursuivirent la nouvelle compagnie en justice. Ce n'est qu'en 1912 qu'une décision du Conseil privé donna raison à la Dominion Textile.

Première guerre

L'importance de l'industrie textile canadienne se manifesta à la veille de la première guerre mondiale. Les usines produisaient jour et nuit et la Dominion mit les services de M. Gordon à la disposition des gouvernements britannique et canadien. Son poste de responsable de l'approvisionnement militaire aux »tats-Unis valut à Sir Charles sont titre honorifique.

A la fin de la guerre la position financière de la société était rétablie mais les usines devaient être remises à neuf. Dans les années '20 Domtex s'afféra à améliorer ses usines et ses procédés de fabrication. En 1922, pour la première fois depuis sa fondation, on injecta de nouveaux capitaux dans la société. Les actionnaires se virent accorder le privilège d'acheter 25 000 actions supplémentaires, au pair, pour un montant de 2,5 M$, ce qui devait augmenter le capital-actions de 75 000 actions ordinaires. Une nouvelle compagnie fut formée, Dominion Textile Co. Ltd (1922) dont on augmenta le capital durant les années suivantes.

L'entreprise devait demeurer au faîte des progrets technologiques et des changements dans l'industrie. Comme il devenait évident que l'industrie automobile était solidement établie, Domtex fit l'acquisition en 1928 de deux usines de toile pour pneus à Drummondville et Sherbrooke.

Au cours de la seconde guerre mondiale la société a fabriqué un grand nombre de produits textiles à des fins militaires, allant des filets de camouflage aux lacets des bottes militaires, tout en continuant à répondre à la demande domestique.

Nouvelle orientation

En 1975, une transaction importante a modifié l'orientation de Domtex. L'entreprise ne possédait plus d'usine hors du Canada mais gardait un certain nombre de filiales dont un acheteur de coton dans le sud des États-Unis (le coton représente près de 60 % des fibres utilisées par les usines canadiennes de Domtex et cette matière provient en majeure partie des États-Unis) et quelques bureaux de vente en Nouvelle-Angleterre et en

→

UN NOUVEAU SIÈCLE À ENTREPRENDRE ENSEMBLE!

La Chambre de commerce de Montréal

MOLSON 1786·1986 200 ans d'excellence

MOLSON 1786·1986 200 ans d'excellence

MOLSON 1786·1986 200 ans d'excellence

est à l'origine de la Dominion Textile

Grande-Bretagne. Domtex se porta acquéreur de **DHJ Industries,** importante entreprise américaine qui regroupait huit usines aux États-Unis ainsi que des filiales, des compagnies associées et des distributeurs sur les cinq continents.

C'était un coup de dé, la compagnie américaine était criblée de dettes et enregistrait des pertes importantes. Domtex réussit à renverser la situation et se retrouva à la tête d'un réseau de ventes et d'installations manufacturières fabriquant un éventail de produits nouveaux et prometteurs. Dominion poursuivit sa politique d'expansion internationale en acquérant une cinquième usine européenne en 1980, la SENFA.

En 1982, pour contrer les effets de la récession, Dominion Textile a adopté une stratégie de développement fondée sur la rationalisation et la modernisation de ses usines les plus modernes et les plus compétitives. Elle a procédé en 1985 et 1986 à des fermetures d'usines à Montréal, Valleyfield, Beauport et Magog, pendant que les activités d'autres usines étaient rassemblées à l'intérieur d'une usine très moderne à Cambridge en Ontario.

HENRI THIBODEAU

Domtex: des débuts modestes

Malgré ses débuts modestes, **Domtex** s'est développée en une multinationale qui exploite 31 usines dont 18 au Canada, 7 aux États-Unis, 5 en Europe et 1 à Hong Kong. Elle regroupe près de 10 500 employés, dont 7 750 au Canada, 2 250 aux États-Unis et 500 en Europe ou ailleurs. Sa production est distribuée sur les marchés canadien (62 %), américain (27 %) et international (11 %).

Domtex compte 17 000 actionnaires, dont 99 % au Canada, et de ceux-ci 75 % demeurent au Québec. Son actionnaire principal est la **Caisse de dépôt et placement du Québec**, qui détient 13 % des actions ordinaires. Domtex a versé un dividende sur ses actions chaque année depuis 79 ans.

Au Canada, Domtex exploite dans six secteurs: les tissus vestimentaires, les tissus industriels, les produits pour consommateurs, les fils **Dominion,** le **Groupe Mode Dominion** et **Wabasso Canada**. Sur 7 750 emplois canadiens, on en retrouve 5 300 au Québec, 2 000 en Ontario et 425 en Nouvelle-Écosse, avec 10 usines au Québec, 7 en Ontario et 1 en Nouvelle-Écosse.

Domtex est l'une des 10 plus importantes entreprises de textile en Amérique du Nord en terme de volumes de ventes. Au cours de la dernière décennie, elle a investi près de 400 M$ en additions aux immobilisations. Pour les 5 années à venir, les investissements devraient atteindre 200 M$.

En 1986, le chiffre d'affaires de Domtex a été de 927 M$ et son actif de 738 M$. Les ventes des usines canadiennes ont atteint 572 M$, dont 32 M$ en exportation, alors que les ventes des usines américaines ont atteint 252 M$ en 1985-86, contre 102 M$ pour les ventes du groupe international, sans compter les ventes des compagnies associées (91 M$) qui ne sont pas consolidées.

En 1985, Domtex, par l'acquisition de deux usines et de la marque Wabasso, a créé la filiale Wabasso qui s'occupe de la conception, de la production et de la mise en marché des produits Wabasso. La même année, la Société s'est associée à **Canderel**, un gérant et promoteur d'immeubles, dans une entreprise en participation, les **Immeubles Candertex**, dans le but de recycler les propriétés de Domtex qui ne sont pas utilisées à pleine capacité.

Conformément à ses politiques de consolidation, Domtex à fermé de nouvelles usines à Montmorency, Saint-Jean et Valleyfield à l'été 1986. La machinerie moderne de ces usines a été redéployée dans d'autres usines canadiennes. Par le biais d'une de ses compagnies associées en Europe, **Swift Textiles International**, la Société a accepté au mois de juin dernier de participer au financement d'un programme de modernisation, évalué à 23 M$, de deux usines de la Société **Sitex** en Tunisie, le plus important producteur tunisien de denim.

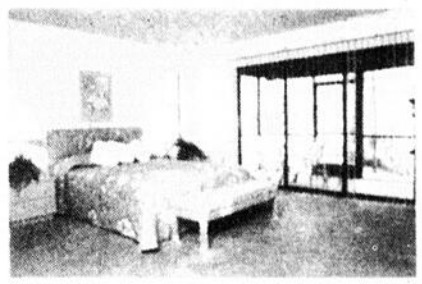
Vacances au Soleil

Village des Pins,
Sarasota, Floride

À des prix défiant toute compétition, voisin d'un terrain de golf de calibre professionnel, Village des Pins vous offre ses villas de premier choix. Un aménagement de grand luxe à coût abordable, dans un cadre conçu pour des vacances familiales.

Au VILLAGE, rien ne manque:

- Piscine géante chauffée, avec bain giratoire
- Deux tennis
- Pêche dans le lac privé
- Jeux de galets
- Jeux de société
- TV par satellite (2 canaux canadiens)
- Tricycles et bicyclettes
- Mini golf



Les Villas

Climatisées et meublées avec goût pour votre plus grand confort. Avec 2 chambres et 2 salles de bain, une véranda grillagée et un garage à ouverture télécommandée, les grandes villas ont une surface de 1400 pi. ca.

- Complètement meublées
- Lave-vaisselle
- Cuisinière auto-nettoyante
- TV par satellite • Téléphone
- Laveuse-secheuse
- Garage
- Mobilier de véranda

Village des Pins
Location de Villas Vacances
Sarasota, Floride

Composez Sans Frais:
Au Canada: 1-800-624-6333

7964 Timberwood Circle
Sarasota,
Floride 33583

agropur

Sincères félicitations à la Chambre de commerce de Montréal à l'occasion de sa centième année de progrès au sein de notre communauté

Yoplait · Les Fromages Monts St-Hilaire St-Hyacinthe · OKA · YOP · Mont St-Bruno · Laiterie Lavallée · KIK Cola · Orange Maison · Crino · Maître glacier · Québon · dalpé · Vaudreuil · Purfruit · Rivella · Granger

Il y avait, en 1879, 49 banques au Canada, sommet inégalé dans l'histoire

En raison d'un encadrement réglementaire restrictif, le nombre de banques n'a jamais été très considérable au Canada, nonobstant l'ampleur de leur réseau de succursales. En 1980, seulement 11 banques à charte desservaient une population de plus de 25 millions d'habitants.

Pourtant, les statistiques du siècle dernier nous indiquent qu'en 1879, on recensait chez nous 49 banques, un sommet dans l'histoire du système bancaire canadien. Dix-huit d'entre elles avaient leur siège social au Québec, à commencer par la **Banque de Montréal,** formée dès 1817.

Mais, de 1879 à 1900, une demi-douzaine de banques établies au Québec font faillite. Ainsi, disparaîtra la **Banque du Peuple,** la toute première institution bancaire francophone au Canada. Elle avait été fondée en 1835 par une poignée d'hommes d'affaires proches du Parti Patriote.

Egalement francophone, la **Banque Jacques-Cartier** devra suspendre ses activités en 1899, à la suite d'un "run" bancaire, mouvement généralisé de retrait. Elle se réorganise l'année suivante sous le nom de **Banque Provinciale.**

La période 1900-1925 se déroule sous le signe de la concentration. Au Québec, la Banque de Montréal de même que la **Banque Royale,** dont le siège social quittait Halifax en 1907 pour s'installer à Montréal, absorbent alors une série de petites institutions d'envergure souvent régionale.

En 1924, la **Banque Nationale,** située à Québec, évite de justesse la faillite en se fusionnant avec la **Banque d'Hochelaga,** pour devenir la **Banque Canadienne Nationale.** En 1925, on ne compte plus que 11 banques au Canada, dont quatre sont basées à Montréal.

Alphonse Desjardins avait ouvert en 1900 à Lévis sa première caisse populaire. Un réseau allait bientôt s'élaborer avec l'appui déterminant du clergé. Le mouvement tend à rejoindre les petits épargnants, clientèle alors négligée par les banques à charte, de tradition commerciale.

En marge des caisses et des banques, évoluent deux institutions dont la création remontre au milieu du XIXe siècle: la **Banque d'Epargne de la Cité et du District de Montréal** et la **Caisse d'économie de Notre-Dame de Québec.** Leurs actifs, en 1929, totalisent 77,6 M$.

En 1935, les banques et le ministère fédéral des Finances perdent aux mains de la **Banque du Canada,** de fraîche date, le privilège d'émettre de la monnaie. Ce "banquier des banques" sera en outre l'agent financier du gouvernement canadien, rôle jusqu'alors dévolu à la Banque de Montréal.

La Banque Provinciale et la Banque Canadienne Nationale qui ensemble détiennent seulement 7 % de l'actif bancaire total canadien, ouvrent néanmoins le plus grand nombre de succursales au Québec. Vers 1950, les banques anglophones commenceront à s'intéresser aussi à la clientèle francophone.

Ce n'est qu'en 1954 que les banques seront autorisées à offrir du crédit à la consommation et dans certaines limites, des prêts hypothécaires. A la même époque, les grandes banques torontoises se fusionnent: la **Banque de Toronto** avec la **Banque du Dominion** en 1955 et la **Banque Canadienne de Commerce** avec la **Banque Impériale du Canada** en 1961.

En 1967, des modifications législatives sont apportées, permettant désormais aux banques de mieux concurrencer d'autres institutions financières. Les restrictions touchant le crédit hypothécaire s'estompent et le plafond de 6 % que les banques pouvaient exiger sur leurs prêts est aboli. L'effet sera que les banques verseront davantage sur les dépôts.

Félicitations

À la Chambre de Commerce de Montréal pour ses

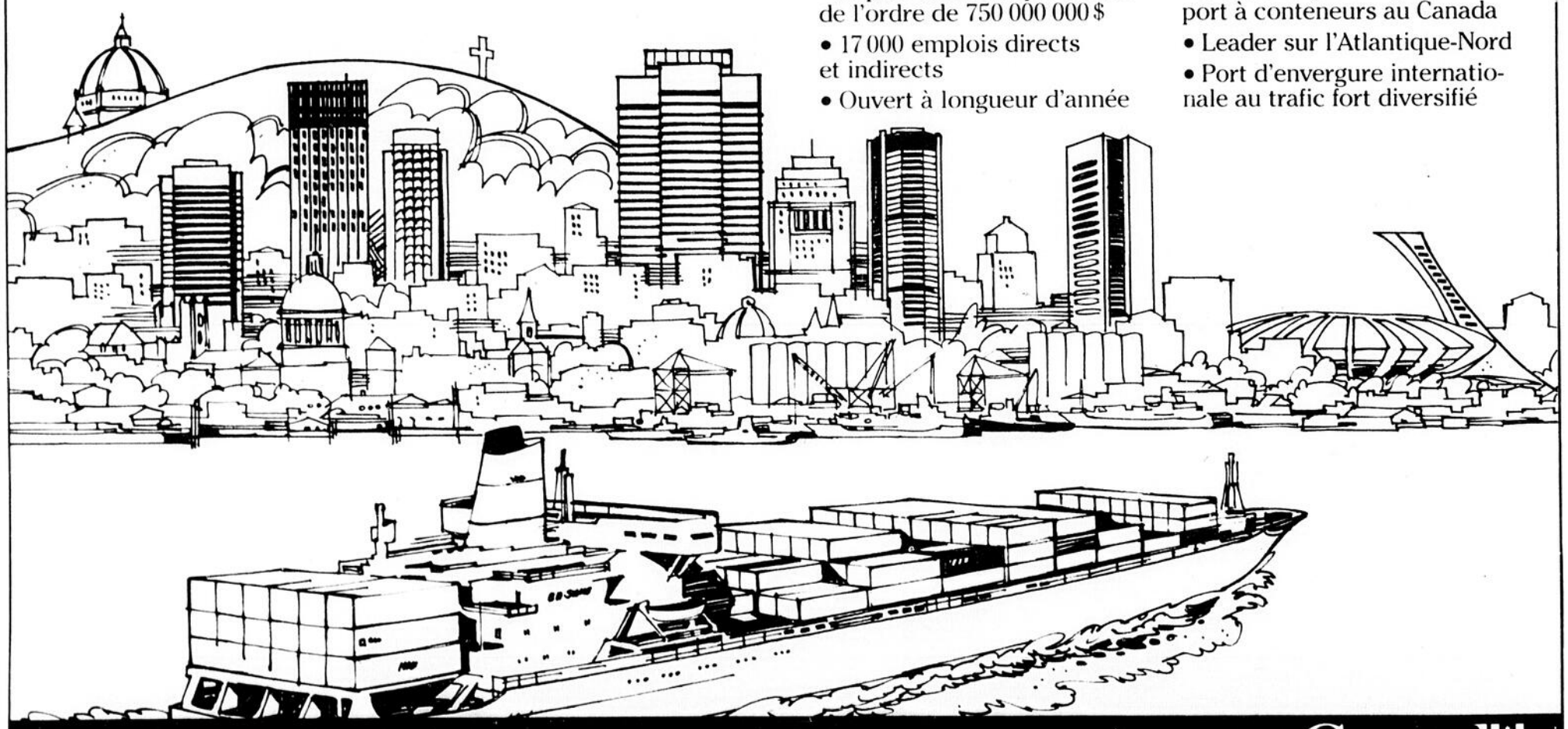
100 Ans de succès...

SOCIÉTÉ IMMOBILIÈRE DU CANADA (MIRABEL) LIMITÉE
CANADA LANDS COMPANY (MIRABEL) LIMITED

Sincères félicitations et meilleurs voeux de succès à la Chambre de Commerce de Montréal à l'occasion de son 100e anniversaire

Le port de Montréal

- Impact économique annuel de l'ordre de 750 000 000 $
- 17 000 emplois directs et indirects
- Ouvert à longueur d'année
- De loin le plus important port à conteneurs au Canada
- Leader sur l'Atlantique-Nord
- Port d'envergure internationale au trafic fort diversifié



Port de Montréal Port of Montreal

Canada

Des assureurs faisaient affaires à Montréal dès le début du XIXe siècle

Quant au volume de primes encaissées, le Canada se classe parmi ls huit pays les plus assurés du monde. Au Québec seulement, on dénombre 501 sociétés exerçant dans le domaine de l'aassurance en 1984.

La grande majorité d'entre elles, incluant les sociétés étrangères, sont enregistrées en vertu des lois fédérales et seulement 34 compagnies ont une charte du Québec, dont l'**Industrielle** et la **Laurentienne**, créées à Québec au tout début du siècle.

Malgré leur petit nombre, les sociétés à charte du Québec voient grandir, de 1945 à 1980, leur part du marché québécois, qui passe de 11 à 20% au chapitre des assurances de personnes et de 10 à 25% pour les assurances IARD (incendie, accidents et risques divers).

L'assurance générale

Les toutes premières compagnies d'assurances à s'implanter au Québec seront de type IARD. La **Phoenix** de Londres ouvre un bureau à Montréal en 1804. La première société fondée chez nous, la **Québec Fire Insurance**, date de 1818; on la connaît aujourd'hui sous le nom de **Compagnie d'Assurance du Québec** et son siège social se trouve à Montréal.

En 1870, le marhé canadien est dominé par les sociétés britanniques et ce n'est pas avant la fin de la Seconde guerre mondiale que cette prépondérance s'estompe au profit d'autres sociétés, principalement américaines.

A partir de 1970, les compagnies canadiennes gagnent le haut du pavé. En 1982, elles souscrivent 70% des primes en assurance de biens au Canada, contre seulement 8% aux sociétés britanniques.

L'assurance-vie

La **Standard Life** d'Edimbourg sera la première compagnie d'assurance-vie à s'installer au Canada, lorsqu'elle ouvre à Québec une agence en 1833.

MARIO CYR

FAITES CONNAÎTRE VOS BONS COUPS!

MERCURIADES 87

Date limite pour soumettre les dossiers: le 24 Décembre 1986

POUR INFORMATION:
Chambre de commerce du Québec
(514) 844-9571 **1-800-361-2688**

Le Journal Les Affaires et Bell Canada se sont retirés volontairement des Mercuriades afin d'accorder leur appui au concours.

LAURÉATE AUX MERCURIADES 86
DIGITECH INC.
MERCURE DU PRODUIT DU QUÉBEC

de gauche à droite:
M. Jean Pierre Garand, ex-doyen de la faculté d'administration de l'Université de Sherbrooke, président du jury et M. Bernard Chabot, président, Digitech inc.

PROFIL D'ENTREPRISE:
Président: M. Bernard Chabot
Année de fondation: 1975
Siège social: Ste-Foy
Nombre d'employés: 34
Activités: entreprise de fabrication, et d'entretien d'équipement électronique et service de billeterie

LE CHOIX DU JURY:
Lors des dernières Mercuriadres, le jury a décerné le "Mercure du produit du Québec" à Digitech inc. pour la conception et le développement d'un système de saisie de données, notamment pour son micro-ordinateur portatif MEMO d'une technologie très avancée et d'une robustesse éprouvée. Digitech inc. est reconnue depuis 11 ans par les grandes sociétés de fabrication d'équipement informatique pour la qualité de ses services d'entretien et de réparation dans l'Est du Québec.

organisé par: CHAMBRE DE COMMERCE DU QUÉBEC

Avec les compliments de
CODORNÍU
Méthode champénoise
Les sélections François Frechette

"L'activité aéronautique: un domaine important pour la création d'emplois"

A l'occasion d'un long entretien accordé au journal **LES AFFAIRES**, le nouveau président de la **Chambre de commerce de Montréal**, M. **Marcel Daoust**, a exprimé ses positions aussi bien sur des dossiers ponctuels comme le Centre de commerce mondial que sur des dossiers de nature plus globale comme l'emploi ou le libre échange.

Avant toute chose, M.Daoust a qualifié l'état actuel de la vie économique montréalaise dans son ensemble. "Il est évident que le regain d'énergie observé depuis plusieurs mois se poursuit. Il n'y a pas un secteur d'activités dont on peut dire que ça va mal, que ça va vraiment mal".

Centre de commerce mondial

L'implantation d'un **Centre de commerce mondial** permettrait de mieux "sensibiliser le milieu d'affaires québécois à l'international", a souligné M. Daoust. Ce dernier a rappelé, par ailleurs, que le réseau des Centres existants à travers le monde a beaucoup de crédibilité.

D'ores et déjà, des outils sont en voie de création comme, par exemple, des banques de données sur les agences gouvernementales. Le comité responsable de ce dossier étudie, d'autre part, la possibilité d'intégrer un tribunal d'arbitrage international.

Pour l'instant seule actionnaire du Centre, la Chambre de commerce cherchera éventuellement des partenaires. Quant au lieu physique, au bâtiment, il devrait, en théorie, voir le jour dans quatre ou cinq ans.

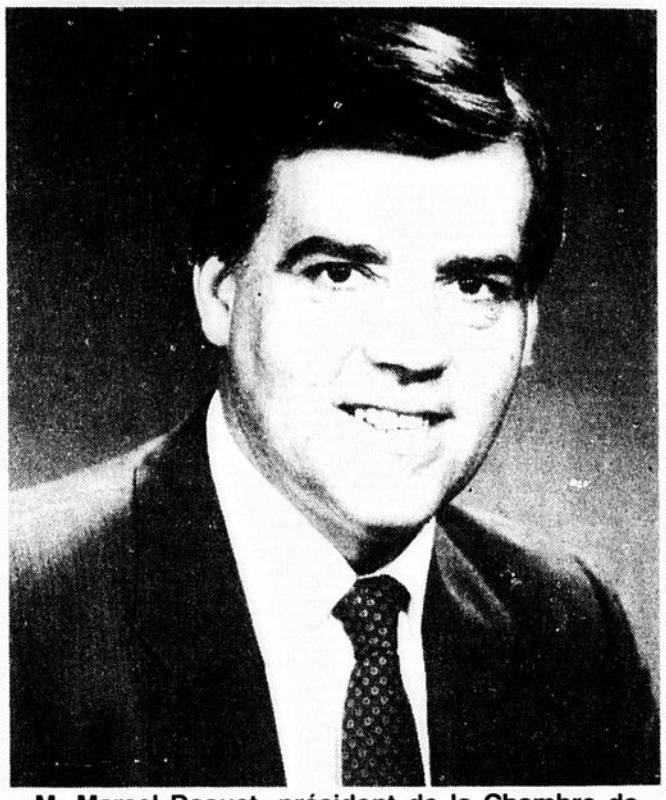
Emploi

L'introduction permanente des nouvelles technologies au sein des entreprises transforme radicalement la division du travail et donc, en corollaire, la gestion globale des ressources humaines. Reconnus pour être traditionnellement de grands utilisateurs de main-d'oeuvre, les secteurs mous, en appliquant des techniques modernes de robotisation, posent un défi énorme.

"C'est le cas de l'industrie du textile, qui, en se robotisant, devient une industrie mature, a expliqué M. Daoust. Il va donc falloir recycler la main-d'oeuvre, trouver des moyens concrets pour que ces travailleurs soient absorbés par d'autres industries".

Pour le président de la Chambre, il ne fait aucun doute que les nouvelles technologies sont appelées à jouer un rôle prépondérant à cet effet.

"L'activité aéronautique, par exemple, est un domaine qui offre un



M. Marcel Daoust, président de la Chambre de commerce de Montréal;"Il est évident que le regain d'énergie observé depuis plusieurs mois se poursuit. Il n'y a pas un secteur d'activité dont on peut dire que ça va mal, que ça va vraiment mal".

→

La Chambre de commerce de Montréal

Les Trois Arches
1976 10 1986
RESTAURANT FRANÇAIS

Félicitations!
À la Chambre de Commerce de Montréal
* * *

Une somptueuse demeure où la gastronomie française fait le délice des gourmets

Situé à 20 minutes du centre-ville
10 Salles pour séminaires, réunions
conventions & banquets
pouvant accommoder de 10 à 300 personnes

11,131 Boul. Gouin Ouest, Tél.: 683-8200

GRANDS FRÈRES DEMANDÉS

Qualités requises: principes solides, disponibilité, générosité, honnêteté.
Rémunération: satisfaction de contribuer à l'épanouissement d'un jeune... et au vôtre.
À Montréal en ce moment, plus de 300 jeunes garçons attendent un Grand Frère... peut-être vous.
N'hésitez plus, posez votre candidature en composant le
842-9715
En devenant un Grand Frère vous avez tout lieu d'être fier, car **un Grand Frère, c'est quelqu'un.**

Les Grands Frères et Grandes Soeurs de Montréal inc.

THIBAULT MARCHAND PEAT MARWICK

rend hommage à

la Chambre de Commerce de Montréal

pour
cent ans d'excellence.

THIBAULT MARCHAND PEAT MARWICK
Comptables agréés
1155, boul. Dorchester ouest
Montréal (Québec) H3B 2J9
(514) 879-3300

potentiel de création d'emplois important. Comme l'a mentionné le premier ministre **Brian Mulroney**, le contrat des **F-18** n'est pas la fin du monde, mais le transfert technologique permettra certainement l'émergence d'entreprises''.

La Chambre de commerce compte bien, par ailleurs, intensifier les liens entre les universités et l'industrie privée, comme cela s'est fait à Boston. ''La synergie université-entreprise, a précisé M. Daoust, a permis l'exploitation de nouvelles découvertes ayant débouché, entre autres, sur la création d'emplois. L'avenir de Montréal passe par les nouvelles technologies''.

Tout ce qui a trait à l'emploi et au travail en général fera l'objet d'un colloque organisé par la Chambre de commerce au cours de l'année prochaine.

Libre-échange

Le Japon exporte 5% de son PIB, les États-Unis 8%, et le Canada...30%! Sur la base de ces données, la position de la Chambre est limpide. ''Si on n'obtient pas un accord de libre-échange avec les États-Unis, on aura de sérieux problèmes. D'autant plus que notre décroissance démographique réduit notre marché intérieur d'année en année''.

Pour M. Daoust, non seulement une entente avec nos voisins du sud est vitale, mais il faudrait aussi obtenir des concessions importantes dans les négociations du GATT. ''Si on veut que nos entreprises soient concurrentielles, il faut absolument déborder le Québec, sinon notre croissance en souffrira''.

Certains secteurs d'activités ne voient pas d'un bon oeil un accord de libre-échange parce que celui-ci, prétend-on, les défavoriserait. A ce propos, M. Daoust estime que les compagnies éventuellement touchées, ''devraient songer dès aujourd'hui à devenir plus efficaces, à devenir de grosses entreprises quitte à procéder à des regroupements''.

''Si, d'une part, on n'obtient pas un accord de libre-échange, et si,d'autre part, les États-Unis continuent sur la voie du protectionnisme, il faudra réduire notre capacité de vendre ou alors trouver d'autres marchés qui seront plus chers à développer. De toute manière, il faut qu'on soit plus efficace''.

SERGE TRUFFAUT

Le service WATS de Bell, une raison payante de passer ses grandes journées au téléphone.

«Pour une entreprise étroitement liée au monde de l'imprimerie et, par extension, à tout le domaine des communications, le téléphone est un outil de première importance.

«Les délais serrés, les multiples confirmations, vérifications et contre-vérifications exigent un service à la clientèle de premier ordre. Lorsque, de plus, cette clientèle est répartie sur un territoire géographique étendu, et que votre propre entreprise possède des bureaux à Montréal, Québec et Toronto, il devient nécessaire de faire circuler continuellement un flot important d'informations. Les lignes WATS* sont alors la solution tout indiquée.

«L'utilisation de lignes WATS en fonction de territoires à couvrir permet d'effectuer plus d'appels pour chaque dollar. En d'autres mots, d'être plus efficace.»

Jacques Denault, Vice-président
Litho Acme Inc.

Pour obtenir plus de renseignements sur le service WATS de Bell Canada, composez sans frais le 1 800 361-3050.

L'efficacité passe par Bell[MC]

Bell

Membre du réseau national Telecom Canada

*Marque de commerce de Bell Canada

Le Centre d'initiatives de Montréal verra le jour dans les prochains mois

Mis de l'avant par **M. J.V. Raymond Cyr**, président et chef de la direction de **Bell Canada**, le **Centre d'initiatives de Montréal** sera opérationnel au cours des prochains mois. L'incorporation de cet organisme à but non lucratif est prévue, en effet, pour le mois de janvier, février au plus tard.

Objectif

Selon un document remis au journal LES AFFAIRES, "le but du Centre d'initiatives est de favoriser l'émergence de nouvelles entreprises de haute technologie à Montréal".

"Parmi les moyens à mettre en oeuvre, le Centre entend promouvoir des rapports plus étroits entre équipes de chercheurs des universités et de l'industrie, dans les secteurs où Montréal compte des forces appréciables. L'action du Centre portera, entre autres, sur les applications industrielles et commerciales de la recherche".

A l'instar de ce qui a été réalisé dans la région de San Francisco et de Boston, on espère, par l'entremise du Centre d'initiatives, créer un "foyer technologique" ici même, à Montréal.

Lors de l'allocution lui ayant permis de faire publiquement sa proposition, M. Cyr a souligné que dans les deux villes américaines, "ces centres d'initiatives illustrent les bienfaits économiques d'une collaboration entreprises-universités efficace".

A moyen terme, les activités de cet organisme pourrait déboucher sur deux changements. Ainsi que l'a noté, lors d'une entrevue, **M. Claude Beauregard,** vice-président de Bell Canada, "un tel centre peut amener un changement de culture dans les rapports entreprises-universités et, par ailleurs, générer de l'emploi dans la haute technologie. Nous en sommes convaincus".

Pour arriver à de tels résultats, "il faudra multiplier les possibilités d'échanges, a continué M. Beauregard, établir une gare de triage de relations multiples assez délibérément incontrôlée. Il faudra être très créatif".

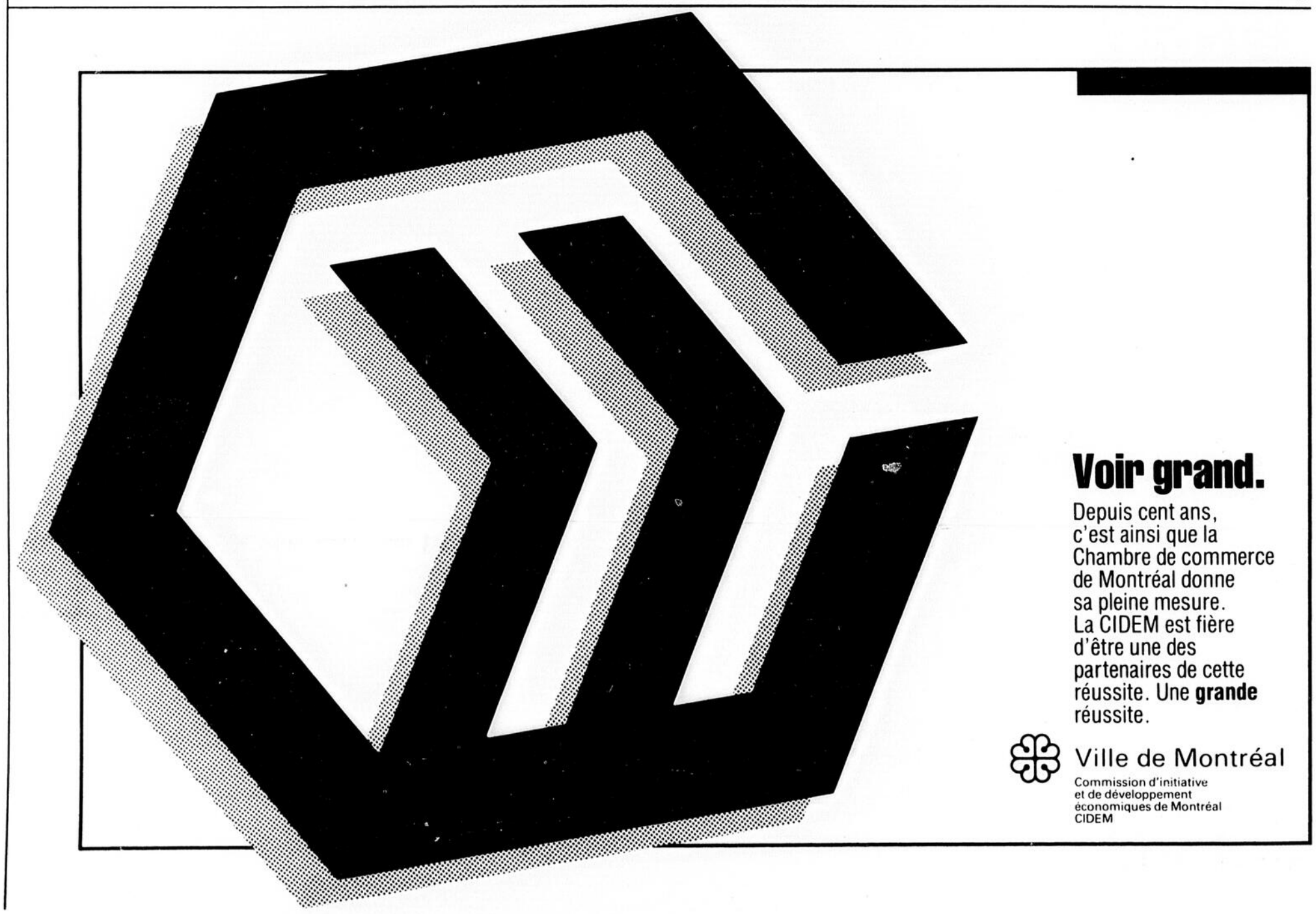
M. J.V. Raymond Cyr, président de Bell Canada: "Un seul écueil nous guette: la tentation constante d'atomiser la recherche en dispersant les efforts et les initiatives à gauche et à droite, aux quatre coins du territoire".

Définition

Ce Centre ne sera pas un lieu physique, mais bien un lieu de rencontre. En ce sens, il se différencie des centres d'incubation. Il ne s'agit pas non plus d'un centre d'excellence qui concerne des foyers de spécialisation en recherche et développement au niveau universitaire.

La Chambre de commerce de Montréal, lors du sommet économique tenu en juin dernier, en a fait une description dans sa proposition. "Les activités de ce Centre seraient multiples et pourraient toucher l'orientation de la recherche en fonction des marchés à exploiter, l'inventaire des créneaux d'excellence en recherche universitaire à Montréal, d'une part, et en recherche industrielle d'autre part,

→



en vue d'un arrimage productif des deux secteurs (...)''

''En plus, ces activités devraient recevoir une portion appréciablement plus grande des fonds de recherche gouvernementaux.

A ce propos, M. Beauregard a confié qu'un ''groupe comme le centre d'initiatives pense que, fondamentalement, le saupoudrage de subsides gouvernementaux en recherche et développement à travers le pays pour des considérations politiques n'est pas une solution''.

''Si, dans un dossier spécifique, on estime que Montréal a les ressources nécessaires, il se ferait une sensibilisation du public et, par la suite, des représentations auprès des gouvernements. Mais, attention! On ne voudrait pas faire des pressions à tous les coups. Si, par exemple, l'implantation d'un Centre de recherches sur le pétrole était envisagé, on sait pertinemment que cela devrait se faire dans l'ouest du pays''.

''En fait, nous disons aux gouvernements: ''Essayez donc d'être plus rationnels''. De toute manière le focus principal actuellement, c'est la dynamique locale entreprise-université''.

Biotechnologie et micro-électronique

Dans son allocution, M. Cyr a prévenu. ''Un seul écueil nous guette: la tentation constante d'atomiser la recherche en dispersant les efforts et les initiatives à gauche et à droite, aux quatre coins du territoire''.

''Pour tirer le maximum des investissements consentis en recherche-développement, la grande entreprise a appris qu'il faut réunir sous un même toit une masse critique de chercheurs''.

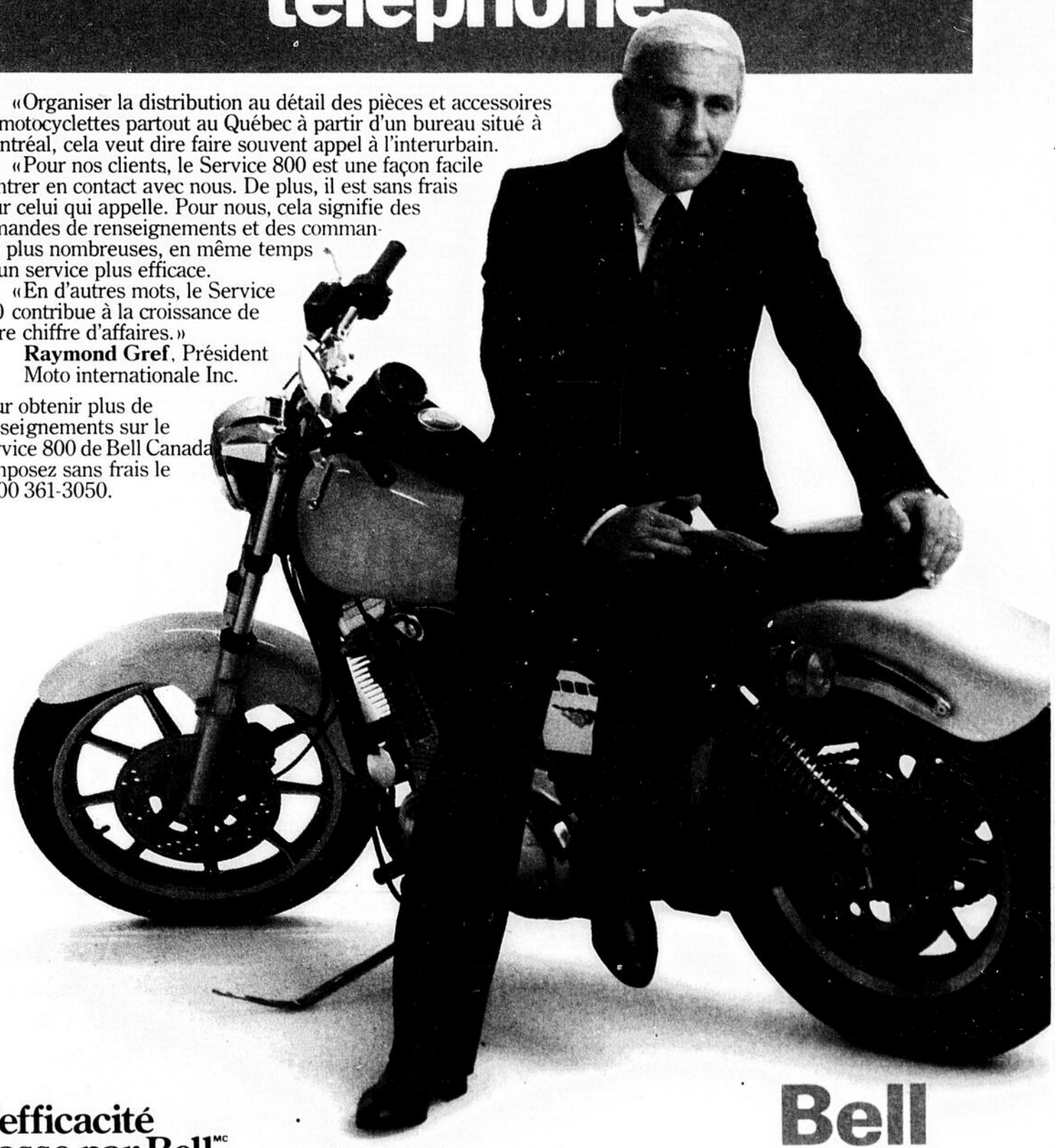
''C'est précisément cette masse critique qu'il faut atteindre pour faire de Montréal une véritable métropole de la haute technologie. Déjà deux secteurs de développement s'imposent à l'évidence: la micro-électronique et la biotechnologie''.

Vice-président, politique de la recherche, au sein du **Forum entreprises-universités**, pendant canadien du Centre et qu'anime d'ailleurs M. Cyr, **M. Donald P.Assaf**, a certifié au journal LES AFFAIRES que Montréal avait tous les éléments requis pour être un lieu dynamique et reconnu comme tel dans les deux secteurs choisis.

Par ailleurs, M. Assaf, qui est membre du Centre d'initiatives, a estimé qu'il fallait compter de 5 à 10 ans pour qu'une idée passe du stade conceptuel au stade production.

SERGE TRUFFAUT

Le Service 800 de Bell, une raison payante de passer ses grandes journées au téléphone



«Organiser la distribution au détail des pièces et accessoires de motocyclettes partout au Québec à partir d'un bureau situé à Montréal, cela veut dire faire souvent appel à l'interurbain.

«Pour nos clients, le Service 800 est une façon facile d'entrer en contact avec nous. De plus, il est sans frais pour celui qui appelle. Pour nous, cela signifie des demandes de renseignements et des commandes plus nombreuses, en même temps qu'un service plus efficace.

«En d'autres mots, le Service 800 contribue à la croissance de notre chiffre d'affaires.»

Raymond Gref, Président
Moto internationale Inc.

Pour obtenir plus de renseignements sur le Service 800 de Bell Canada, composez sans frais le 1 800 361-3050.

L'efficacité passe par Bell[MC]

Bell

Membre du réseau national Telecom Canada

Un comité de la Chambre prépare ce que sera "l'entreprise du troisième type"

Un comité de **La Chambre de commerce de Montréal**, baptisé "Entreprise du 3e type", organisera une série de séminaires débouchant sur la tenue d'un important colloque, probablement à l'automne 1987, qui permettra la diffusion des idées et des valeurs de l'entreprise du 3e type.

L'entreprise du 3e type, du titre d'un livre écrit par MM. **Georges Archier** et **Hervé Sérieyx**, paru aux éditions du Seuil, est celle qui cherche à atteindre la qualité totale.

L'objectif de la Chambre, tel que l'a décrit **M. Jean-Claude Savard**, responsable de ce comité, "consiste à favoriser et promouvoir un nouvel esprit d'entreprise à Montréal, esprit qui prévaut chez les entreprises qui réussissent, autant chez nous qu'au plan mondial".

Lors de ce congrès, les notions de qualité totale, recherche de l'excellence, cercles de qualité, responsabilisation des employés de base et partage des bénéfices seront discutés et vulgarisés. Des conférenciers versés dans ces questions seront invités.

Si, de prime abord, ces notions apparaissent trop subjectives, il ne faut surtout pas en conclure qu'elles sont contournables et qu'en conséquence leur intégration au sein de l'entreprise est inutile.

Par contre, rien n'indique qu'elles soient toutes absolument nécessaires à la vie quotidienne d'une entreprise. D'autant plus que la frontière, par exemple, entre cercles de qualité et recherche de l'excellence n'est pas des plus limpide.

Quoiqu'il en soit, pour les sceptiques, M. Savard a des arguments de poids. D'une manière ou d'une autre, des changements dans la gestion globale d'une entreprise trop conservatrice finiront par s'imposer.

Pour donner une idée des enjeux économiques en présence, un autre argument de poids. "Au Québec, la non-qualité de la production par le travail coûte au bas mot 12 milliards $ du PIB; 12 milliards qui ne produisent rien", a souligné M. Savard.

Autre façon de décrire la problématique: "Nous évoluons dans un contexte de production à 2% de défectuosité". En clair, "si une entreprise de presse a besoin de 100 feuilles pour imprimer son journal, elle achètera 102 feuilles. Et que se passe-t-il? On régularise cette situation, en l'intégrant dans les budgets. C'est seulement si ce cap de 2% est dépassé que cette entreprise se plaindra auprès de son fournisseur".

Changement du contexte mondial

Pour M. Savard, il est vital de bien saisir le contexte mondial dans lequel nous évoluons, important de rappeller que le Japon a dépassé depuis 1977 les nations occidentales en matière de qualité. Important également de souligner l'émergence de nouvelles puissances industrielles, comme la Corée, dont on n'a pas soupçonné à temps la venue.

"De 1945 à 1975, nous avons vécu dans un contexte où la demande mondiale était plus forte que l'offre. On ne se souciait pas de la qualité parce qu'il y avait toujours des marchés prêts à absorber le surplus de la production".

Cette insouciance additionnée à l'émergence de ces nouvelles puissances industrielles ont radicalement transformé l'économie. "D'une phase où la demande était plus forte que l'offre, on est passé à l'inverse".

"Pourtant, et malgré les chocs pétroliers des années 70, on s'est aperçu que des entreprises, surtout japonaises, ont su passer au travers de ces obstacles et connaître une expansion foudroyante en ayant adopté des méthodes où la qualité est privilégiée sur la quantité. Chez nous, trop d'entreprises correspondent encore au schéma taylorien de la quantité".

Entreprise du 3e type

Reprenant la définition qu'en a faite l'**Association française des cercles d'excellence et de recherche de qualité**, M. Savard a expliqué que "la qualité totale est un ensemble de principes et de méthodes, organisés en stratégie globale visant à mobiliser toute l'entreprise pour obtenir une meilleure satisfaction du client au moindre coût".

Ce principe s'articule autour de cinq absolus. Premièrement, la conformité aux besoins de l'utilisateur; deuxièmement, la prévention en éliminant des causes de défaillance; troisièmement, l'excellence afin d'en arriver au "zéro-défaut", bien faire du premier coup à tout coup; quatrièmement, la mesure, c'est-à-dire le contrôle opérationnel de la qualité; cinquièmement, la responsabilisation individuelle et collective.

Indépendamment de ce schéma, M. Savard a confié que "si nos entreprises ne prennent pas les tournants nécessaires, il y aura de plus en plus de difficultés".

SERGE TRUFFAUT

Gilbert Latour, un pilier de la Chambre

Gilbert Latour est un personnage... dans le sens littéral du mot. Agé de 80 ans, expressif, très éveillé, il est bien connu du monde des affaires pour avoir été pendant plus de 30 ans directeur général de la **Chambre de commerce de Montréal**.

En fait, Gilbert Latour est entré à la Chambre comme secrétaire-adjoint le 19 mars 1934 à un salaire mensuel de 50 $.

Diplômé de l'**École des Hautes Études Commer-**

→

POUR UN SERVICE À LA pointe DE VOS BESOINS

Le Groupe Coopérants, une force dans le secteur de l'assurance et des services financiers

- Les Coopérants, société mutuelle d'assurance-vie
- Les Coopérants, compagnie d'assurance générale
- Les Coopérants, gestion de placements inc.
- Les Coopérants, compagnie immobilière inc.
- Guardian Trustco inc.
- Coopdev ltée

Coopérants

ciales, Gilbert Latour n'a pratiquement connu qu'un seul employeur: la Chambre de commerce de Montréal, qu'il a quittée en janvier 1967 pour des raisons de santé. Mais il se souvient, comme si c'était hier, de certaines anecdotes et des grands moments de sa carrière.

"Je ne savais pas dactylographier, dit-il, et c'était important pour mon travail de secrétaire-adjoint. Alors, j'ai engagé une femme qui savait le faire. Tous les jours, à l'heure du dîner, en cachette de mon patron, elle venait faire cette partie du travail pour 12,50$ par mois... de ma poche".

Presque 20 mois après son entrée à la Chambre, Gilbert Latour prend la direction de l'organisme en raison du départ du secrétaire de l'époque (poste équivalent à celui de directeur général).

Les grandes décisions qui ont marqué le mandat de Gilbert Latour sont nombreuses. Parmi celles-ci, il y a l'augmentation graduelle des cotisations puis la création d'une nouvelle catégorie de membres, mieux connue sous l'appellation de membres corporatifs, qui ont grandement aidé la Chambre à financer ses activités courantes.

Il y a également eu la publication de la revue **Commerce**, aujourd'hui propriété de **Publications Les Affaires**, et l'établissement d'un lien étroit avec la Chambre de commerce des États-Unis et la **National Association of Chamber of Commerce Organisation**.

Mais ce dont Gilbert Latour est le plus fier, c'est la formation de comités d'études sur les sujets d'actualité, la création des congrès annuels et la mise en place des cours de relations industrielles et de relations d'affaires.

A l'époque de la construction du chemin de fer transcontinental, dans le nord du Québec, la Chambre de commerce de Montréal, avec Gilbert Latour en tête, s'est particulièrement impliquée dans le développement économique de l'Abitibi, terre d'une activité minière florissante. De nombreuses délégations d'hommes d'affaires allaient régulièrement sur place.

Il faut dire que la Chambre de commerce connaissait alors une croissance jamais vue. Lorsque le directeur général Gilbert Latour est entré en fonction, il y avait 300 membres à 15$ la cotisation. A son départ, en 1967, il y en avait 4 500 à 65$ la cotisation.

PAUL-A GIRARD

Les services de téléconférence de Bell, une raison payante de passer ses grandes journées au téléphone.

«Dans le domaine de la gestion financière, conseillers, clients et courtiers doivent se consulter plusieurs fois par jour. Dans un tel contexte, l'utilisation de la téléconférence s'impose d'elle-même.

«Les téléconférences permettent une participation instantanée de tous les intervenants-clés. Les informations s'échangent rapidement, les décisions sont prises sur-le-champ et les discussions inutiles sont laissées de côté.

«En deux mots, les téléconférences signifient pour nous des rencontres réussies et productives, et beaucoup de temps gagné sur les déplacements de toutes sortes.»

Robert Lafond, Président, Consortium Dimension 4 Inc.

Pour obtenir plus de renseignements sur les services de téléconférence de Bell Canada, composez sans frais le 1 800 361-1423.

Accès 51: des ressources féminines pour la communauté d'affaires de Montréal

Le pari a été tenu. Sous l'impulsion de Mme **Lorraine Duguay, La Chambre de commerce de Montréal** mettra à la disposition de la communauté d'affaires aussi bien que des gouvernements, organes de presse ou associations diverses, une banque de données de ressources féminines.

Baptisé Accès **51**, ce nouvel outil d'information sera opérationnel en février 1987. Il permettra à ceux qui en font la demande, d'identifier une ou plusieurs femmes pouvant siéger à un conseil d'administration, donner une conférence, participer à un groupe de travail ou à une commission.

En aval, Accès 51 permettra aux femmes d'accéder à des postes de prestige et à se donner plus de visibilité sur la place publique. C'est suite à des demandes de plus en plus nombreuses, du milieu des affaires notamment, que s'est articulée une telle idée.

Bénéficiant d'une subvention de 79 000 $ du Secrétariat d'État fédéral, le comité que préside Mme Duguay a pu compter sur l'appui tangible d'une cinquantaine de bénévoles pour procéder à la maîtrise d'oeuvre d'un projet qualifié d'unique en Amérique du nord et, peut-être, dans le monde.

Lors d'une entrevue accordée au journal LES AFFAIRES, Mme Duguay et M. **Louis Roquet**, vice-président du comité ont spécifié, "il faut bien comprendre tout d'abord qu'il ne s'agit pas d'une banque de curriculum vitae; Accès 51 n'est pas un service de dotation".

La marche à suivre s'est clarifiée au moment, "où nous avons commencé à nous poser les bonnes questions. C'est-à-dire pas tellement ce qu'on cherche mais plutôt comment on le cherche. Quand une entreprise compose son conseil d'administration, comment procède-t-elle?".

Dans une première étape, le comité directeur, avec le support des sous-comités, a déterminé la motivation qui était à la base des besoins, a identifié les critères employés ainsi que les réseaux utilisés pour recourir aux candidatures et les techniques qui validaient ces candidatures.

Suite à ce travail de débroussaillage, "nous avons commencé à définir un projet qui a calqué le plus fidèlement possible le mode de fonctionnement des gens. Il n'y a personne, par exemple, qui va dire: "Je voudrais un membre au conseil d'administration qui a son MBA et cinq ans d'expérience en tant que directeur du personnel".

Ce type de procédure, s'il est bien entendu valable pour remplir un poste précis, a été jugé nul et non avenu en regard des objectifs poursuivis par le comité de la Chambre.

Selon Mme Duguay et M. Roquet, également vice-président, développement corporatif, chez **Steinberg**, "à l'intérieur même du champ de recherche de membres d'un conseil d'administration, les besoins sont très différents, s'il s'agit d'une PME ou d'une grande entreprise".

Ainsi, les PME désirent avant tout des expertises techniques qui soient complémentaires à celles de ses propres cadres, donc de l'exécutif. "Par contre, une banque n'a pas besoin de banquiers experts, ils sont à l'intérieur. Elle sera plutôt très sensible à la représentation régionale, ce qui ne signifie pas que ce sera son seul critère".

A la différence des besoins selon la taille de l'entreprise, il s'est ajouté un deuxième constat. On souhaite des personnes qui ont des réalisations à leurs actifs et qui n'ont pas encore de visibilité suffisante.

Que demande-t-on à un conseil d'administration? "On s'attend à ce qu'il ait du jugement plutôt que de l'imagination. Qu'il soit en mesure d'évaluer la qualité de la direction, de pouvoir évaluer l'orientation qui est donnée à l'entreprise et les résultats, de poser un jugement sur la croissance".

Pour qu'un mandat soit mené à bien, "il faut que les expertises des membres soient complémentaires et surtout qu'ils soient capables de travailler ensemble. Et normalement ce que cherche une entreprise c'est l'inter-action".

Que ce soit pour siéger à un conseil d'administration, pour donner une conférence ou pour être membre d'une commission, "le profil du candidat, a-t-on assuré, va être un profil qui comportera comme clef de sélection des réponses aux catégories des demandeurs".

SERGE TRUFFAUT

CHIC! UN CADEAU SMAQ

Un cadeau SMAQ, c'est chic, c'est beau, c'est fou comme c'est de bon goût!

Un cadeau SMAQ, c'est un cadeau du SMAQ, le Salon des Métiers d'Art du Québec. Un salon qui présente plus de 300 mini-boutiques dans une joyeuse atmosphère.

Cette année aux Fêtes, distinguez-vous: offrez un cadeau SMAQ qui plaît à tout coup.

Entrée		Hall d'exposition ouest
Adultes	2,75 $	Place Bonaventure
Étudiants/âge d'or	1,75 $	Du 5 au 21 décembre
Enfants 6-12 ans	1,00 $	De midi à 22 heures
Passeport	6,00 $	Le 21 jusqu'à 18 heures

SALON DES MÉTIERS D'ART DU QUÉBEC
Place Bonaventure

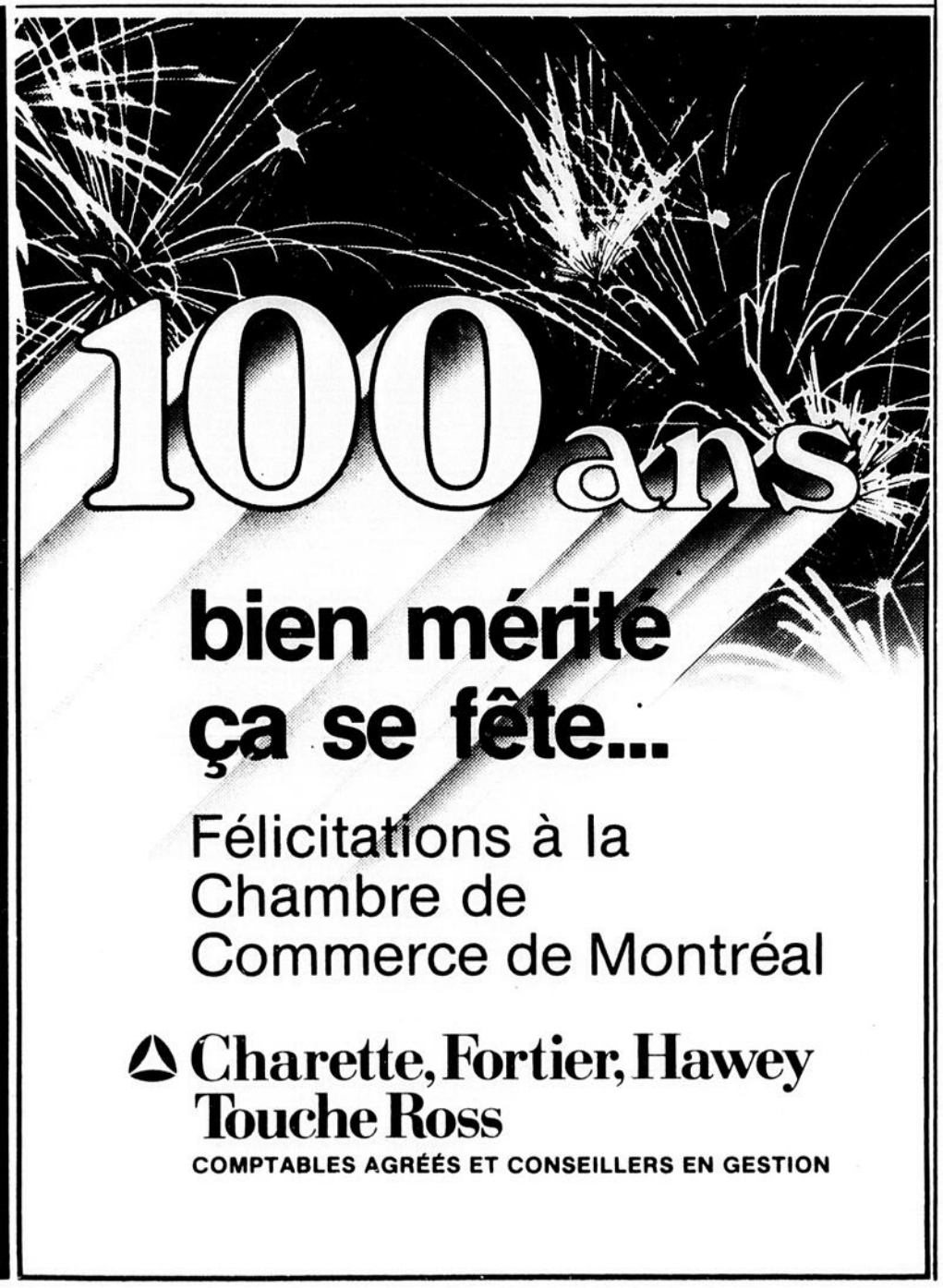
DU **5** au **21 décembre 1986**

L'Énergie Atomique du Canada, Limitée félicite la **chambre de commerce de Montréal,** à l'occasion de son centenaire et la remercie de ses efforts constants et réussis pour soutenir les entreprises québécoises et, particulièrement, montréalaises.

L'Énergie Atomique du Canada, Limitée

1155, rue Metcalfe, 2e étage
Montréal, Québec
H3B 2V6

Bureau du Québec



Félicitations à la Chambre de Commerce de Montréal

Charette, Fortier, Hawey Touche Ross
COMPTABLES AGRÉÉS ET CONSEILLERS EN GESTION

Avec une liste de quelque 12 000 employés

En l'an 2000, Canadair pourrait avoir un chiffre d'affaires de 2 milliards de $

Dans l'analyse particulière qu'il fait de l'industrie aéronautique, le **Comité consultatif sur le développement de la région de Montréal,** le **Comité Picard**, indique: "D'après les prévisions conjointes du gouvernement et de l'industrie, une croissance réelle de 65% serait réalisable au cours de la période 1985-1989".

Si cette évaluation s'avère fondée, le nombre d'emplois directs des 9 plus importantes entreprises montréalaises passerait de près de 19 000 maintenant à 25 000 en 1990.

Pour sa part, le nouveau président de **Canadair, M. Donald Lowe,** a fait le pronostic suivant au journal LES AFFAIRES, "il se pourrait bien qu'en l'an 2000, Canadair soit une entreprise ayant un chiffre d'affaires de 2 milliards $ et de 12 000 à 13 000 employés".

Contexte

Ces informations sont encourageantes. Il ne fait aucun doute que Montréal va être le principal centre nerveux de l'activité aéronautique au pays. Mais, à l'aube de l'an 2000, la métropole québécoise ne pourra pas se contenter de rester un gros poisson dans un petit lac.

Si n'est pas amélioré l'environnement dans lequel évolue l'aéronautique montréalaise, et à fortiori l'aéronautique canadienne, on risque de perdre le titre de cinquième puissance mondiale en ce domaine névralgique.

Il est d'ailleurs remarquable de constater qu'en regard du contexte international, cette 5ème place est toute une prouesse. Le rapport Picard rappelle: "Historiquement, les entreprises canadiennes n'ont pas bénéficié d'une aide gouvernementale aussi importante que leurs concurrentes étrangères".

Or, phénomène unique au monde, le Canada écoule 80% de sa marchandise à l'étranger. Une proportion qui, comparativement à ce qui se passe ailleurs, est énorme. États-Unis, Grande-Bretagne, France et RFA, jouissent d'un marché intérieur (défense et compagnies de transports nationales) somme toute appréciable. Dans ces pays, 60% de la production est achetée par les divers gouvernements.

Selon les plus récentes statistiques, la ventilation des expéditions des entreprises canadiennes en 1985 a été la suivante: 10% en achats du gouvernement fédéral; 15% en exportations de matériel militaire; 10% en achats civils domestiques; et...65% en exportations civiles.

Et ce n'est pas tout. Le comité Picard, qui confirme par ailleurs bien des constatations faites par le **Comité consultatif du développement de l'industrie aérospatiale**, qu'avait présidé **M. Jacques M.Desroches** en 1983, et le document synthèse d'un colloque organisé en 1983 sur ce sujet, relève deux faits troublants.

Premièrement: "Dans le cas de la production civile, l'aide financière atteint en moyenne 72% aux États-Unis et environ 75% en Grande-Bretagne, en France et en Allemagne".

Deuxièmement: "L'aide fédérale à la recherche et au développement des plus grandes entreprises correspond en moyenne à 35% des coûts totaux et est octroyée sous forme de versements remboursables".

Canadair vient d'obtenir le contrat d'entretien des CF-18 dont on en voit deux, ci-haut, en vol près du centre d'essai aéronautique de Cold Lake, en Alberta.

Capacité de production

Les entreprises de la région montréalaise ont à leur actif d'être en mesure de fabriquer tout ce qui est principalement nécessaire au montage d'un avion. Cette capacité est qualifiée de rare au niveau mondial, par le comité Picard.

Une bonne proportion des 100 firmes montréalaises ont non seulement percé le marché international, elles ont surtout réussi à s'y maintenir. Autre force notable, l'implantation de **Bell Helicopter Textron** à Mirabel élargit la gamme des produits offerts.

Les faiblesses qu'il faudrait corriger s'articulent autour de trois axes: le marché intérieur, la recherche-développement et l'éducation. En ce qui concerne ce dernier aspect, M. Lowe a indiqué qu'il n'existait pas au Canada de programmes universitaires en aéronautique, contrairement aux Etats-Unis et à l'Europe.

D'ailleurs, dans ses recommandations, le Comité Picard estime "qu'une université ou école affiliée de la région de Montréal devrait être incitée à fournir un programme d'études supérieures en génie aéronautique".

"Il faudrait aussi envisager l'implantation par le secteur public, le secteur privé et les universités d'un centre de recherche qui répondrait aux besoins des petites entreprises en matière de recherche-développement".

Enfin, il y aurait lieu de modifier l'accord canado-américain de partage de la production de défense dont le Canada n'a pas reçu tous les bénéfices escomptés.

Ainsi, le comité consultatif rapporte: "D'aucuns estiment que l'industrie canadienne n'a tiré de cet accord que la possibilité de travailler sur du déjà vu et que les perspectives de développement envisagées à l'origine se sont rarement concrétisées".

Plus dramatique, les auteurs poursuivent: "Si les États-Unis continuent d'abuser de barrières tarifaires, l'accord pourrait même devenir inopérant".

SERGE TRUFFAUT

Une Chambre avec vue sur la ville

Si l'expérience permet d'avoir une vision d'ensemble, ses cent années d'existence offrent à la Chambre de commerce un panorama unique sur Montréal.

Nous sommes fiers de travailler avec des gens qui voient loin.

S.T.C.U.M.

La Chambre de commerce de Montréal

Un siècle au diapason de la communauté d'affaires de Montréal

Bravo !

PROVINCES UNIES
Compagnie d'assurances
Société membre du Groupe AXA

2020, rue Universite
Bureau 600
Montréal (Quebec)
H3A 2A5
Tel. : (514) 282-1914

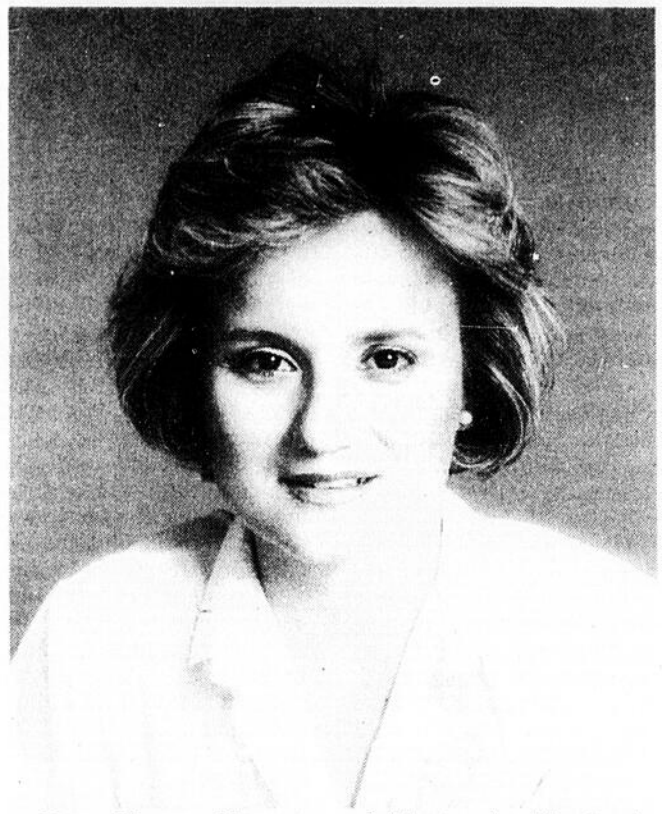
Le secteur privé doit travailler à la

"Le secteur privé doit travailler à la renaissance du centre-ville de Montréal", a déclaré récemment Mme **Manon Vennat**, présidente du **Bureau de Commerce** de Montréal, au cours de la dernière d'une série de conférences d'**Hydro-Québec** sur la renaissance des centres-villes.

Comme l'explique au journal LES AFFAIRES M. **Paul Faucher**, architecte associé chez **Blouin & associés**, "Montréal souffre d'un retard accumulé dans les champs essentiels du design urbain. Le correctif le plus urgent à apporter et à mettre en action est d'améliorer de manière générale et objective la qualité du cadre de vie, tant au niveau des grands projets que de l'animation et du rajeunissement des quartiers, comme l'a fait **Oriol Bohigas** à Barcelone".

Plusieurs intervenants à la conférence sur la renaissance des centres-villes ont déploré que le service d'urbanisme ait été baillonné à Montréal au cours des dernières années. "Les méga-projets des années 60 et 70 étaient dissociés du tissu urbain public et privé, dissociés les uns des autres. La "ruelle" **Président-Kennedy** en est un des plus tristes exemples. Puis nous avons assisté à des micro-tentatives d'aménagement urbain qui nous ont laissé un catalogue ahurissant de lampadaires d'opérette coûteux et étrangers à l'environnement", déplore M. Faucher.

"Un climat de rigueur et de justice doit remplacer la complaisance, l'opportunisme et la manie du secret qui ont dominé trop longtemps à Montréal. Aujourd'hui nous faisons face à l'obligation de mettre sur pied un mécénat de type corporatif, comme cela a été fait avec succès dans certaines villes américaines. Ensuite, il faudra que les interventions gérées par l'État, nécessairement plus légères, soient plus sensibles à leurs implications dans le milieu".



Mme Manon Vennat, présidente du Montreal Board of Trade.

Mécénat corporatif

"Le temps de l'État nourricier terminé; le mécénat corporatif doit s'organiser. Les développeurs et les promoteurs devront cependant éviter le cynisme et l'indifférence, le vandalisme par petit bout qui a entraîné la destruction de toute une section de la rue Sherbrooke. Il faut évaluer l'incidence des grands projets parachutés de l'étranger sans perception du milieu et sans respect pour celui-ci, affirme M. Faucher. C'est ce genre de projets qui a réduit l'homogénéité du tissu urbain montréalais au cours des dernières décennies".

"La vanité des promoteurs a créé à Montréal un catalogue assez particulier d'immeubles à bureaux, né d'une tendance à vouloir impressionner, à dominer. Le mouvement moderniste, avec sa démarche fonctionnelle et objective, désintéressée du milieu, a été poussé à l'extrême. En réaction à cette approche devenue stérile, apparaît une tendance naïve au pseudo-romantisme dans les formes, un lyrisme gratuit et sans âme qui se contente d'habiller les édifices et d'être à la mode. A l'autre extrémité nous retrouvons une envie pontifiante de pseudo-classicisme formel, trop déterminé et rigide, donc sans coeur. Est-ce que le refus de ces nouvelles valeurs doit mener à l'"anarchitecture"? En tous cas l'époque n'est plus à la glorification individuelle mais à la restructuration collective du milieu urbain, à sa réparation".

LAVERY, O'BRIEN

AVOCATS

1 PLACE VILLE MARIE
40ième ÉTAGE
MONTRÉAL
H3B 4M4

155, RUE QUEEN
14e ÉTAGE
OTTAWA
K1P 6L1

1-(514) 871-1522

1-(613) 238-2229

Le plus grand navigateur des Maritimes

Plus de vols vers plus de destinations.

Nul autre ne dessert mieux la côte est que Canadien Pacifique. Avec le concours d'Air Atlantic, notre horaire affiche 16 destinations et plus de vols que tout autre transporteur. Notre service vers Halifax assure 4 fois par jour des liaisons rapides avec Montréal, toutes sans escale sauf une. Aucun autre navigateur aérien n'est si bien ancré dans les Maritimes.

a renaissance du centre-ville de Montréal

"Au cours des deux dernières décennies, les ingénieurs plutôt que les architectes ont planifié le développement de Montréal. Ils étaient aveugles à l'environnement dans lequel ils ont parachuté des projets étrangers comme les autoroutes Métropolitaine et Ville-Marie. Nous avons assisté à la dissémination ponctuelle généralisée de projets. Il faudra maintenant procéder à un colmatage lent et évolutif qui sera sans résultat sans une structure d'intervention cohérente. D'où l'importance d'établir un plan de développement urbain".

Le "danger technocratique"

"Pendant plusieurs années Montréal a été gérée par des quincaillers qui risquent d'être remplacés par des technocrates sociaux. Les gens qui ne savaient pas seront-ils remplacés par ceux qui savent trop?", demande M. Faucher. Comme le soulignait la journaliste **Lysiane Gagnon** à la conférence d'Hydro-Québec, "il faut éviter de tomber dans le piège de la réglementation excessive, le "danger technocratique".

Le nouveau président de la commission d'aménagement de la CUM, M. **Hubert Simard**, s'est dit d'accord pour travailler avec le milieu montréalais et mettre au point des regroupements. Selon M. Simard, le service de design urbain de Montréal pourra bénéficier des expériences d'autres villes et s'en inspirer pour développer des pratiques convenables.

Cependant, ajoute M. Faucher, "il faut établir des priorités pour les grands projets et éviter l'éparpillement dans une ville de grandeur moyenne découpée en plusieurs secteurs distincts. Il faut fournir des règles du jeu claires, établir des objectifs pour les promoteurs, dans le refus de la médiocrité individuelle, la promotion de la qualité d'ensemble et la diffusion des enjeux. Il faut éviter la confusion comme pour le projet de la salle de concert. Il faut dispenser de l'aide pour développer la conscience du lieu, encourager la compétence et promouvoir la qualité, du plus petit au plus grand projet".

"Il faut en ce sens éviter une politique de contrôle restrictif qui punit, pour développer une politique de collaboration ouverte qui récompense. La ville doit justifier la fierté de ceux qui auront participé à la parfaire, dans le respect du patrimoine, le respect des citoyens puissants et faibles, la défense et la promotion des dimensions humaines de la cité qui garantissent l'amélioration générale et concertée du tissu urbain. Il faut intégrer le patrimoine, ne pas l'isoler sous une cloche de verre mais le rentabiliser, dans le respect des structures et des individus".

Exil intérieur

"Le développement de la ville a été marqué ces dernières années par l'exil intérieur causé par le départ des classes défavorisées de leurs lieux traditionnels d'habitation, soit parce qu'ils sont privés de services ou à cause de l'obligation qui leur est faite de partir par la transformation accélérée de larges secteurs du cheptel bâti, entraînant une polarisation entre riches et pauvres".

Selon M. **Pierre Paquette**, du conseil central de la CSN-Montréal, la vocation résidentielle du centre-ville doit répondre aux besoins de la population, aux clientèles plus et moins fortunées. "Il faut cesser d'utiliser les équipements culturels de prestige pour attirer des investisseurs de l'extérieur et développer de nouveaux secteurs répondant plus aux aspirations des populations".

Une vue en plongée de "l'anarchitecture" du centre-ville de Montréal.

Comme l'explique M. Faucher, la restauration de certains secteurs du centre-ville a entraîné le retour d'une élite mobile jeune et disposant de gains en croissance, qui déloge les occupants traditionnels. "La transformation de blocs à appartements en condominiums en réaction à la réglementation (régie des loyers) s'est faite par une course à la relance économique à tout prix au détriment du développement harmonieux et partagé, par le bâillonnement du service d'urbanisme".

HENRI THIBODEAU

Comme toujours, vous avancez à plein régime vers des voyages gratuits grâce aux Bonis-Voyages.

Voilà un service véritablement attentif au voyageur. Le service des Lignes Aériennes Canadien Pacifique.

Lignes Aériennes Canadien Pacifique

Un déficit qui croît au taux de 20 % par année

Il faut redresser le déficit commercial du Canada en microélectronique (826 M$)

La dépendance du Canada à l'égard de la microélectronique étrangère, et en conséquence son déficit commercial, est dramatique. A l'horizon de l'an 2000, si l'indifférence, au premier chef celle des gouvernements, se perpétue, bien des secteurs vitaux à l'économie montréalaise, voire canadienne, vont vivre un cauchemar.

Selon une étude du **Consortium montréalais de microélectronique**, "en 1982 le déficit commercial du Canada en composantes électroniques était de 826 M$ et celui des produits électroniques de 2,9 milliards de $. Ces deux déficits croissent au taux de 20% par année!".

Au-delà de ces chiffres, il est primordial de souligner que la place de la microélectronique n'est ni en aval, ni en amont d'un nombre sans cesse croissant d'activités économiques; elle est bel et bien au coeur de celles-ci.

Dans le préambule au chapitre qu'il consacre à cette industrie, le **Comité consultatif sur le développement de la région de Montréal**, le **Comité Picard**, indique que "les gains spectaculaires de la micro-électronique (...) imposent cette technologie dans tous les secteurs de l'économie".

"La micro-électronique est le dénominateur commun de certains axes de développement privilégiés par la région de Montréal (télécommunications spatiale, aéronautique et informatique) et, en plus, elle engendre des retombées économiques dans d'autres secteurs d'activités".

L'influence de la microélectronique est telle, que le Consortium a calculé que d'ici 1990 le marché mondial pourrait fort bien doubler pour atteindre les 52 milliards de $ et que la consommation de produits électroniques serait de 1 600 milliards de $!

Au chapitre de la main-d'oeuvre, cet organisme rappelle que d'ores et déjà, aux États-Unis, l'industrie électronique arrive en tête des plus importants pourvoyeurs d'emplois. Pas moins de 10% de croissance annuelle. Si au Canada rien n'est fait pour modifier la tendance actuelle, 55 400 emplois potentiels seront perdus d'ici 1990.

D'après le comité Picard, "à cause des problèmes de sécurité nationale et de concurrence commerciale, l'accès aux technologies étrangères peut s'avérer difficile. Certaines firmes canadiennes éprouvent des difficultés d'accès au savoir-faire développé par les joueurs les plus importants".

En février 1986, le Consortium montréalais de microélectronique qui regroupe des intervenants tant de l'industrie que des universités et du gouvernement provincial, proposait dans un rapport la création d'un centre de micro-électronique à Montréal. Il y a peu, le Comité Picard endossait cette idée dans ses recommandations.

Sur la base de leurs expériences respectives au sein des compagnies et des universités et de leur savoir-faire scientifique, la vingtaine de chefs de file qui composent ce consortium privilégie l'édification d'un centre concentré sur l'arséniure de gallium, l'AsGa.

Pourquoi l'AsGa et pas le silicium? "Les frais d'entrée dans les nouvelles technologies à base de silicium sont exorbitants à cause de la puissance inégalée et omnipotente des très grands producteurs aux États-Unis et au Japon".

"Par contre, en technologie de l'AsGa, les firmes canadiennes sont déjà assez concurrentielles par rapport aux firmes étrangères et certaines d'entre elles ont même une longueur d'avance sur leurs concurrents. Pour bien relever le défi, cependant, il faut que la concertation axée sur l'AsGa soit à toute épreuve".

Il se trouve que Montréal posséde, plus que les autres villes canadiennes, tous les facteurs nécessaires à l'implantation d'un tel centre. En tout premier lieu, la matière grise. C'est à Montréal, a souligné au journal LES AFFAIRES, **M. Arthur Yelon**, de l'**Université de Montréal** et membre du consortium, qu'il y a la plus forte concentration, au Canada, de chercheurs en microélectronique (40).

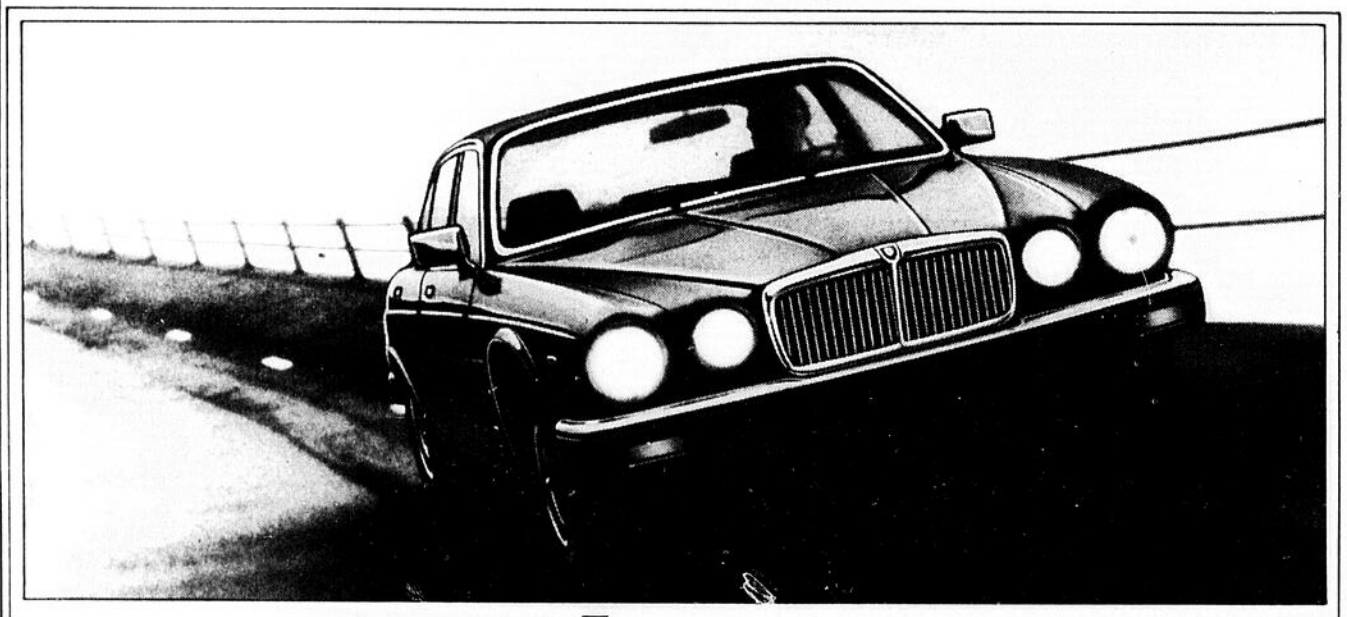
De plus, le rapport du Consortium indique que l'Université de Montréal, "offre gratuitement un terrain pour l'installation d'un tel centre". Terrain qui repose, "sur le roc solide, d'origine ignée, du Mont-Royal, condition essentielle à une installation de ce genre".

Si le Canada parvenait à augmenter légèrement sa part de marché, il pourrait se créer 134 500 emplois d'ici 1990. A lui seul, le centre, avec un personnel de 35 chercheurs, aiderait au maintien de 11 000 postes.

Pour l'instant, "il semble que le projet est mort, a confié M. Yelon, les autorités concernées (c'est à dire le gouvernement fédéral) privilégie la formation de réseau entre intervenants comme cela se fait aux États-Unis".

Voilà où on en est: on veut copier nos voisins du sud qui ont investi 1 milliard $, dès 1980 . Le centre, lui, aurait entraîné un investissement de 45 M$. Or, faut-il le rappeller, la rentabilité publique des sommes versées en R-D peut atteindre 55%!. Ce n'est pas le consortium qui a fait ce calcul, mais bien les experts de **Statistiques Canada** et du ministère des Finances.

SERGE TRUFFAUT



Jaguar
La recherche de la perfection.

Les ingénieurs, concepteurs et artisans de Jaguar sont depuis toujours en quête de la perfection automobile. Leurs efforts ont abouti à la création des Jaguar les plus fiables jamais construites.

Aussi les Jaguar portent-elles maintenant une garantie d'usine de 3 ans ou 60 000 kilomètres. C'est notre meilleure garantie de tous les temps et l'une des meilleures du monde. Votre concessionnaire se fera un plaisir de vous l'expliquer en détail.

Nous sommes convaincus que les Jaguar restent les voitures les plus avantageuses de leur classe. Comparez-les pour l'élégance, les performances, le prix et la garantie. Et concluez par une randonnée d'essai.

JAGUAR
L'ACCORD PARFAIT DE L'ART ET DE LA TECHNIQUE

Montréal: **Automobiles Élégante** 4747, est Jean-Talon St-Léonard, Qué. (514)374-6550

Montréal: **Les Moteurs Décarie** 55, rue Gince Ville St-Laurent, Qué. (514)334-9910

Québec: **Automobiles Guillot Enr.** 8550, boul. Cloutier Charlesbourg, Qué. (418)627-0040

Ottawa: **Jaguar of Ottawa** 1450, ch. Merivale Nepean, Ont. (613)723-0300

En plus des concessionnaires indiqués ici, Jaguar dispose d'un réseau national d'autres professionnels de la vente et du service après-vente.

BG CHECO

BG CHECO INTERNATIONAL Limitée

- Montage électrique et mécanique d'installations industrielles et de postes et centrales électriques;
- Entretien préventif ou d'urgence d'équipement industriels, commerciaux et navals, et d'installations électriques et mécaniques;
- Construction au Canada et à l'étranger de réseaux de transport et de distribution d'énergie électrique;
- Construction de gazoducs et de systèmes auxiliaires de distribution d'hydrocarbures;
- Fabrication et installation d'équipements électriques, électroniques et électromécaniques.

110, boul. Crémazie Ouest
Montréal (Québec) H2P 1B9
Téléphone: (514) 382-3030

Montréal développe une cité de la mode pour prendre sa place internationale

Bien sûr Toronto possède des réseaux de détaillants importants, mais attention, c'est à Montréal qu'on vit et qu'on fabrique la mode... et le vêtement. Le Québec abrite 70% des entreprises canadiennes de la mode.

La compétence de la main-d'oeuvre québécoise à l'intérieur de cette industrie est reconnue partout. Depuis de nombreuses années déjà, la production des collections sous étiquettes exclusives en plus des collections saisonnières des manufacturiers sont expédiées vers les Etats-Unis. Le marché mondial commence à reconnaître le Québec pour sa grande qualité de confection.

Les 600 confectionneurs à forfait dont 60% sont de la région montréalaise, permettent aux manufacturiers d'être présents en qualité comme en quantité sur le marché, à point nommé. Leur structure de production offre une grande flexibilité, une efficacité et une rapidité d'exécution à court terme.

On achète beaucoup les produits de la mode au Québec. Il faut avoir quitté Montréal, Québec ou Chicoutimi pendant un certain temps pour être frappé par la diversité qui s'affiche dans leurs rues. Majoritairement à Montréal, mais aussi à travers toute la province, quelque 250 créateurs/designers de mode reconnus travaillent soit en atelier soit en industrie.

Marché éclaté

Le marché est éclaté, certains manufacturiers l'ont compris et le dominent, d'autres pas encore. Avant que les conséquences ne se fassent sentir, ils devront avoir appris à aller au-devant des désirs de la clientèle pour rester concurrentiels sur un marché de plus en plus compétitif.

Parce que les textiles et le vêtement, c'est une grosse machine, une grande industrie, il faut devenir assez souple pour produire des collections de vêtements différentes pour les six saisons de l'année: automne/hiver I et II, fêtes/croisières et plage, printemps/été I et II et été.

Vêtements pour femmes, pour hommes, pour enfants, fourrures, lingerie, vêtements de sport, vêtements d'extérieur, de cuir, et tous les accessoires (bijoux, parfums, cosmétiques, bottes et chaussures): c'est l'industrie de la mode avec ses 125 000 emplois directs et indirects au Québec. De ce nombre, 87 300 sont à Montréal, ce qui représente 16,9% de la main-d'oeuvre montréalaise regroupés dans 2 000 entreprises de fabrication.

L'importance des vêtements québécois diminue dans nos grandes surfaces en même temps qu'elle pénètre davantage les boutiques. Les manufacturiers de Hong Kong, de la Chine, de la Corée du Sud et de Taïwan occupent le tiers du marché canadien d'un produit bas de gamme très

Un commerce audacieux

Les rues Meilleur, Chabanel et St-Laurent, ont été désignées "Cité de la mode" par la **Commission d'initiative et de développement économique de Montréal** (CIDEM).

Bien qu'on ne puisse clairement identifier une zone géographique définie à cette industrie, il demeure que ce secteur vibre du bruissement des machines à coudre.

La Cité de la mode et les promenades du Mart A de la Place Bonaventure sont les véritables scènes de la mode à Montréal. Les boutiques qui diffusent les vêtements des designers regorgent de ces collections signées.

Les créateurs proposent aux boutiquiers une mode progressive où les "coordonnées" permettent de construire sa garde-robe comme on investit. Le cycle de mode se répète à nouveau après un certain temps et se transforme graduellement.

Encore considéré comme un investissement de risque par la plupart des investisseurs, ceux qui se sont aventurés sur un titre REA comme San Francisco (Paul Roberge), ont connu jusqu'à maintenant des résultats très positifs avec l'industrie de la mode.

Mode Montréal

Créé en 1984 pour venir à l'aide de la diffusion de la mode québécoise, Mode Montréal termine une première année d'opérations.

Mode Montréal, c'est un point de ralliement promotionnel des produits mode. Le centre de promotion de la mode à l'étranger doit encourager la seule coopération capable de faire connaître la mode québécoise auprès des acheteurs locaux et étrangers.

A la suite de la Conférence socio-économique de mars 85, l'industrie accepte graduellement de considérer une nouvelle approche du marché, de la gestion et de la technologie.

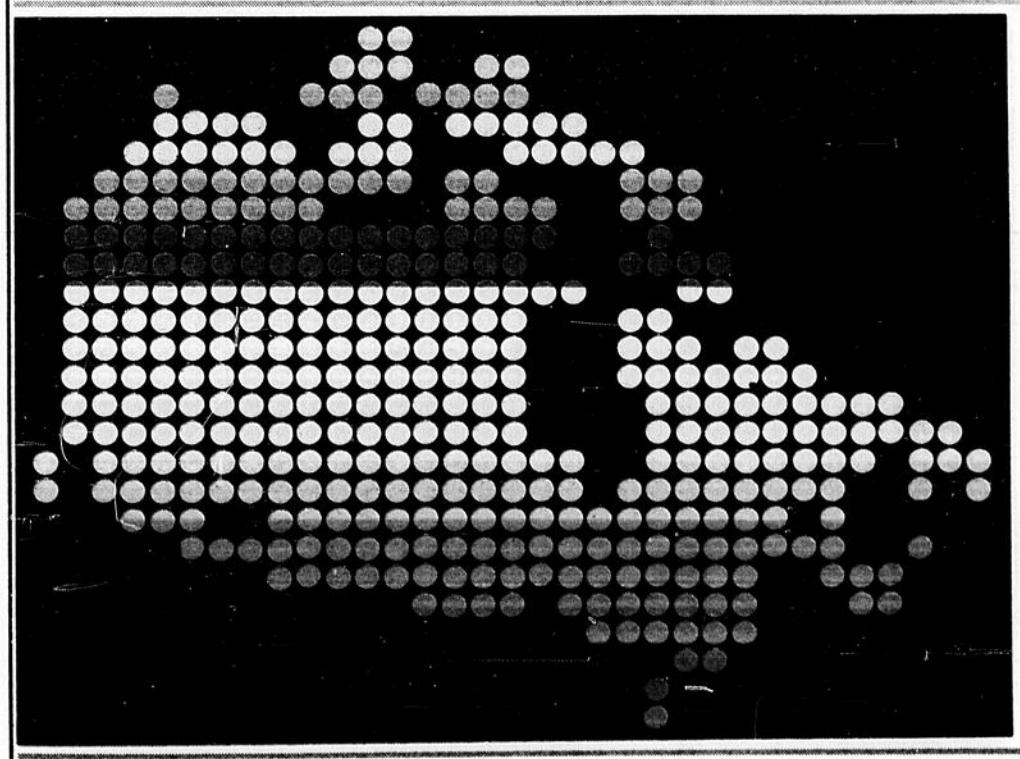
Le développement d'une plus grande capacité exportatrice axée sur les forces du design pourrait relever le défi posé par la conjoncture du commerce international.

PIERRE VAILLANCOURT

Quelque 250 créateurs/designers de mode reconnus travaillent soit en atelier soit en industrie.

Groupe Transcontinental G.T.C. ltée

Le groupe intégré des communications



IMPRIMERIE TRANS-CONTINENTALE INC.
IMPRIMERIE TRANSMAG INC.
IMPRIMERIE CHARTIER
Perry Graphics Ltd.
composition contact inc.
Typographie Métro
contact couleur
GRAPHIQUES T.P.S. INC.
LES AFFAIRES
REVUE COMMERCE
LE MAGAZINE AFFAIRES +
QUÉBEC YACHTING VOILE & MOTEUR
INFORMATIQUE & BUREAUTIQUE
QUÉBEC CONSTRUCTION
TOURISME +
MARKETING VOYAGES
VOYAGES plus
The Hockey News
MESSAGERIES PUBLI-MAISON
viaposte
viapost

Une société publique dont les actions se transigent aux bourses de Montréal et de Toronto.

Les biotechnologies seront aux années

Qu'on se le dise, "les biotechnologies seront aux années 90 ce que l'informatique est aux années 80", a déclaré au journal LES AFFAIRES, **M. Bernard Coupal**, nouveau directeur de l'**Institut de recherche en biotechnologie**, de Montréal.

Si cette alchimie de sciences diverses qu'on appelle biotechnologie s'apprête d'ici l'an 2000 à envahir, notamment, l'industrie agro-alimentaire, environnementale, pharmaceutique et des pâtes et papiers, bien des obstacles restent à surmonter. D'autant plus que le temps presse.

Il est vrai que les biotechnologies sont en force, à Montréal plus qu'ailleurs au Canada. Montréal est, et demeurera jusqu'au tournant du siècle, la capitale des biotechnologies au pays. Mais il ne faudrait pas se complaire dans ce constat qui relève plus de la théorie du pire que d'une juste appréciation de la situation.

En regard de ce qui se fait aux États-Unis, au Japon et, dans une moindre mesure il est vrai, en Europe, beaucoup de terrain reste à défricher. Après tout, le Canada, comparativement aux autres nations industrialisées, persiste dans l'avarice en matière d'investissements en recherche et développement.

Selon l'**OCDE**, le Canada consacre un maigre 1% de son PNB au domaine scientifique. Aux États-Unis et au Japon, c'est plus du double; en Europe, en règle générale, c'est presque le double.

Or, quels seront les enjeux au tournant du siècle? Le rapport du comité consultatif sur le développement économique de Montréal, le **Comité Picard,** note dans son analyse, "qu'on estime entre 15 et 100 milliards de dollars US la valeur marchande des produits "bio" qui seront vendus dans le monde vers l'an 2000".

"Le Canada ne devrait pas échapper à cette vague biotechnologique, puisque d'autres estimations portent jusqu'à 70% la part du PNB canadien qui sera touché par la biotechnologie vers l'an 2010".

En ce qui concerne plus précisément Montréal, voici un constat, toujours du Comité Picard, qu'il faut méditer. "Si la région montréalaise ne souffre pas de lacunes importantes en biotechnologie "traditionnelle", il en va tout autrement pour les procédés utilisés en "nouvelle" biotechnologie".

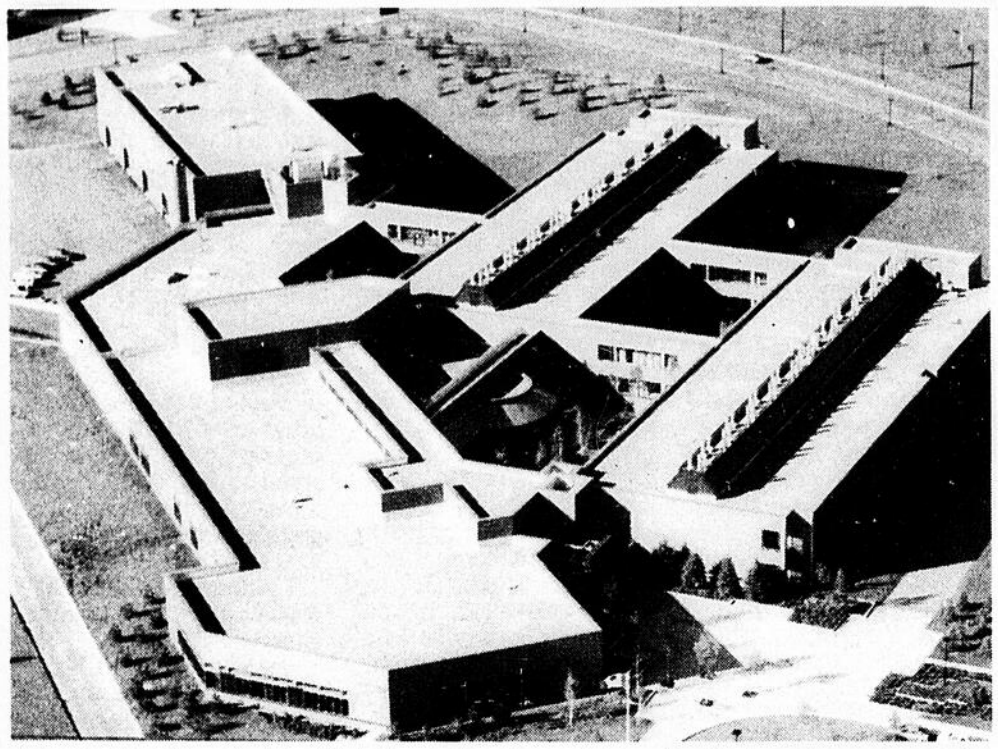
"Or, si la biotechnologie a acquis tant d'importance au cours des dernières années et si elle représente tant de potentiel pour les prochaines décennies, c'est grâce aux nouvelles technologies".

Application et marché: industrie pharmaceutique

Selon les indications du comité Picard, l'industrie pharmaceutique fournissait de l'emploi à 6 800 personnes en 1982. Le volume des expéditions était de 626 M$, toujours en 1982, soit 42 % des emplois et des livraisons au Canada.

D'après les calculs effectués par l'Institut de recherche en biotechnologie, il est prévu que les marchés des produits pharmaceutiques, biologiques et diagnostiques atteindront, en 1995, un chiffre d'affaires de plus de 2 milliards $ au Canada.

Le comité consultatif estime que Montréal possède tous les atouts, surtout institutionnels, pour que l'activité dans ce secteur s'intensifie. Cependant, M. Coupal est plus sceptique. "Dans cette industrie, les grandes sociétés installées à Montréal sont en majorité des filiales de compagnies qui font leurs recherches à l'extérieur. Il sera difficile de compétitionner".



La construction de l'Institut de recherche en biotechnologie est en phase de parachèvement. L'immeuble est situé au 6100, avenue Royalmount, à deux pas de la route transcanadienne et du boulevard Décarie.

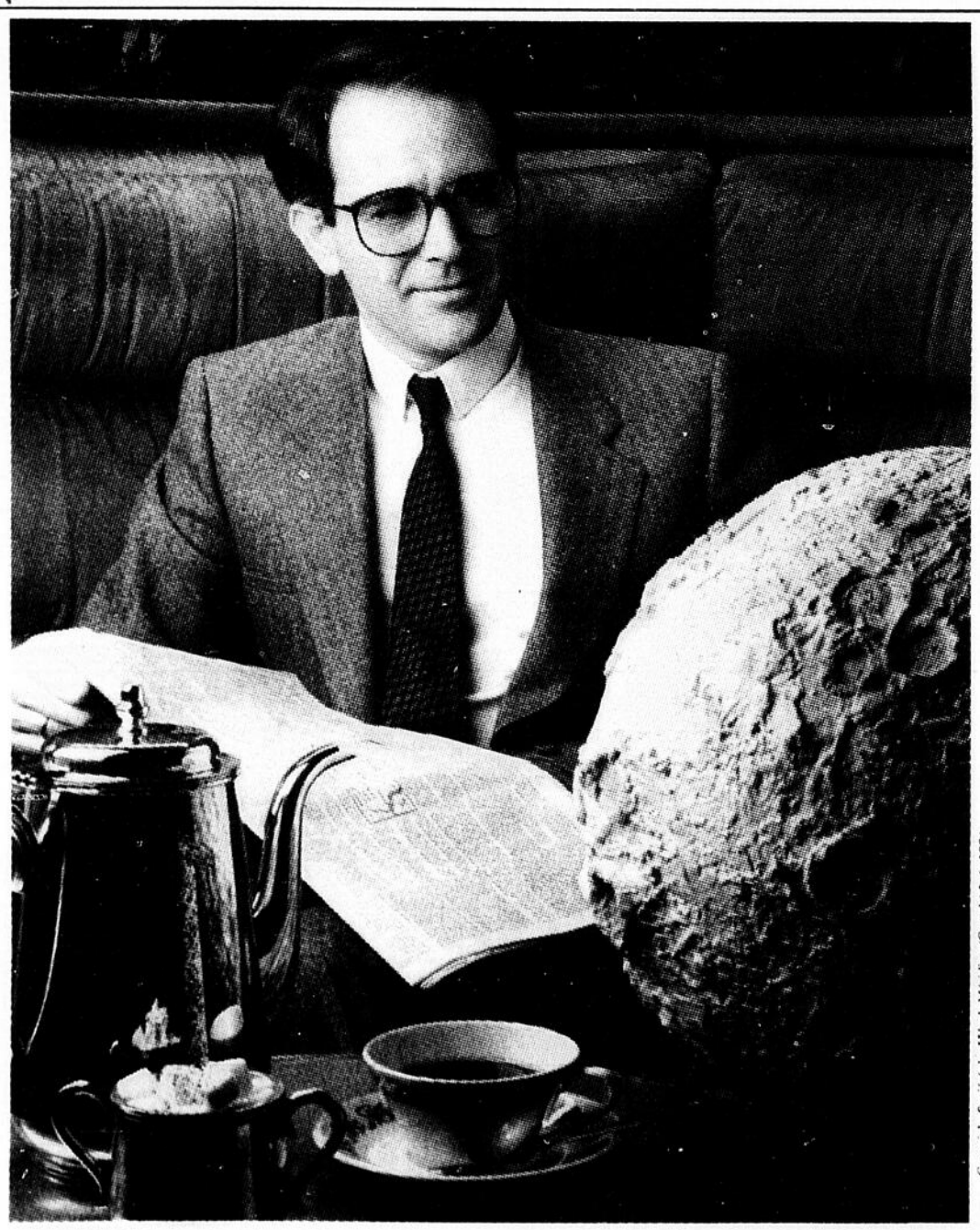
Industrie agro-alimentaire

En 1995 et pour l'ensemble du pays, la production alimentaire concernée directement par les biotechnologies atteindrait les 12 milliards $, prévoit l'Institut.

Malgré des infrastructures de qualité comme la faculté d'agriculture de l'**Université McGill**, le **Centre de recherches en alimentation de St-Hyacinthe**, (le CRASH), le comité Picard regrette que des entreprises d'ici fassent réaliser leurs recherches en Ontario.

Autre regret: "Les sociétés québécoises, qui pourraient faire de la recherche en biotechnologie, ne sont pas suffisamment intéressées par la recherche-développement, l'étant davantage par la ré-

→



Copyright Société des Hôtels Méridien (Canada) Ltée 1984

Le monde des affaires a son hôtel

Parlons des industriels de Paris et des entrepreneurs de Chicoutimi.
Des banquiers de Genève et des fiscalistes de Québec.
Des investisseurs de New York et des prospecteurs de Sept-Iles.
Les gens d'affaires du monde entier convergent vers Montréal.
Ils demeurent à l'Hôtel Méridien.
Intégré au Complexe Desjardins, l'Hôtel Méridien est au carrefour du nouvel élan de Montréal.
Son savoir-faire de grande réputation, l'aménagement soigné de ses chambres et son authentique cuisine française en font le seul hôtel "Quatre étoiles" situé au nouveau coeur de la cité.
Gens d'affaires, vous apprécierez aussi ses tarifs bien de ce monde.
En affaires, il n'y a qu'un hôtel qui puisse satisfaire toutes vos exigences.
L'Hôtel Méridien.
Venez là, où le marché est à la hausse.

Réservations: (514) 285-1450
En province, composez sans frais
1-800-543-4300

Le monde des affaires demeure ici

HOTEL MERIDIEN MONTREAL

COMPAGNON DE VOYAGE D'AIR FRANCE

4 COMPLEXE DESJARDINS, C.P. 130, MONTREAL, QUEBEC H5B 1E5

90 ce qu'est l'informatique maintenant

duction des coûts''.

Industrie du traitement des déchets

Il se fait, pour l'instant, très peu de choses dans l'industrie du traitement des déchets. Mais voilà un domaine qui s'annonce, par défaut, extrêmement prometteur. D'ailleurs, le docteur Coupal a souligné aux Affaires que, ''ce sera fort probablement le secteur qui percera le premier; il y a un marché considérable, notamment dans le traitement des eaux''.

D'autant plus que les techniques conventionnelles qui sont actuellement employées, ''demandent des investissements et des espaces plus importants que si on utilisait un traitement biotechnologique. D'ailleurs, nous évaluons, de concert avec des compagnies privées, une alternative qui va déboucher, je crois''.

La décontamination des sols par les recettes de la biotechnologie sera également prépondérante. ''Les méthodes chimiques que nous utilisons aujourd'hui permettent d'isoler le problème mais pas de détruire tout ce qui entraîne la contamination des sols''.

L'industrie des pâtes et papiers est révélatrice de deux phénomènes. D'une part, et à l'exception de **Domtar** et de la **Consolidated Bathurst**, voilà un milieu jugé conservateur tant par M. Coupal que par le comité Picard .

''L'un de nos grands défis, a noté M. Coupal, sera de convaincre l'industrie que la biotechnologie peut leur offrir des éléments de solution et de rentabilité accrue. Ce qui ne sera pas facile car la grosse industrie est encarcanée dans un mode de pensée conservateur''.

D'autre part, tout le monde s'accorde pour affirmer que les biotechnologies auront un impact très positif pour cette activité, dont la part canadienne a baissé de 20% au cours des vingt dernières années.

Forces et faiblesses de Montréal

Les forces: une meilleure concentration à Montréal qu'ailleurs au Canada en recherche biomédicale; de bons programmes universitaires; une volonté gouvernementale d'aider le secteur biotechnologique de Montréal; la présence d'infrastructures dans presque tous les secteurs et, surtout, la création de l'Institut de recherche en biotechnologie.

En ce qui concerne les faiblesses, le comité Picard a relevé le manque de ressources humaines et financières; l'absence de grandes entreprises montréalaises; le fait que beaucoup de dirigeants d'entreprises québécoises sont peu portés vers la recherche; la coopération déficiente entre centres de recherche, universités et entreprises ainsi que l'inertie des universités à s'engager dans la voie industrielle, et, en dernier lieu, la désintégration à Montréal des efforts des différents décideurs économiques. Cette désintégration se reflète par le manque d'esprit de corps lié au développement de secteurs et projets prometteurs.

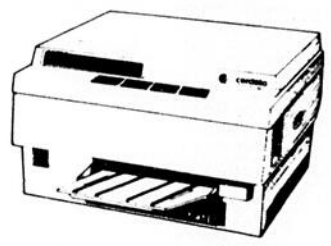
SERGE TRUFFAUT

UNE BONNE AFFAIRE!

ORDINATEUR PORTATIF CORDATA À DISQUE RIGIDE

L'ordinateur personnel portatif Cordata est avantageux, à la fois par son prix et par ses caractéristiques. Son entraînement à disque rigide 20 MB permet d'épargner du temps et sa mémoire standard de 512K, que l'on peut augmenter au besoin, facilite le travail. De plus, le superbe moniteur assure une résolution supérieure de 640 x 400 lignes (200 de plus que l'IBM!) et affiche des caractères plus nets et des graphiques plus précis.

DU BON BOULOT!



IMPRIMANTE CORDATA DE TABLE, AU LASER

L'imprimante au laser Cordata se relie à tout ordinateur compatible (IBM PC ou AT). Elle est jusqu'à 10 fois plus rapide que les meilleures imprimantes à marguerite et offre une qualité de résolution nettement supérieure à celle des imprimantes à impact. Comme atout supplémentaire, elle comprend 38 jeux de caractères.

Examinez ces appareils Cordata sans tarder! cordata

POUR CONNAÎTRE VOTRE MARCHAND, ADRESSEZ-VOUS AU DISTRIBUTEUR CORDATA EXCLUSIF DE CDI-CANADA.

CDI COMPUTER DISTRIBUTION

MONTRÉAL (514) 333-8280/TORONTO (416) 495-1817

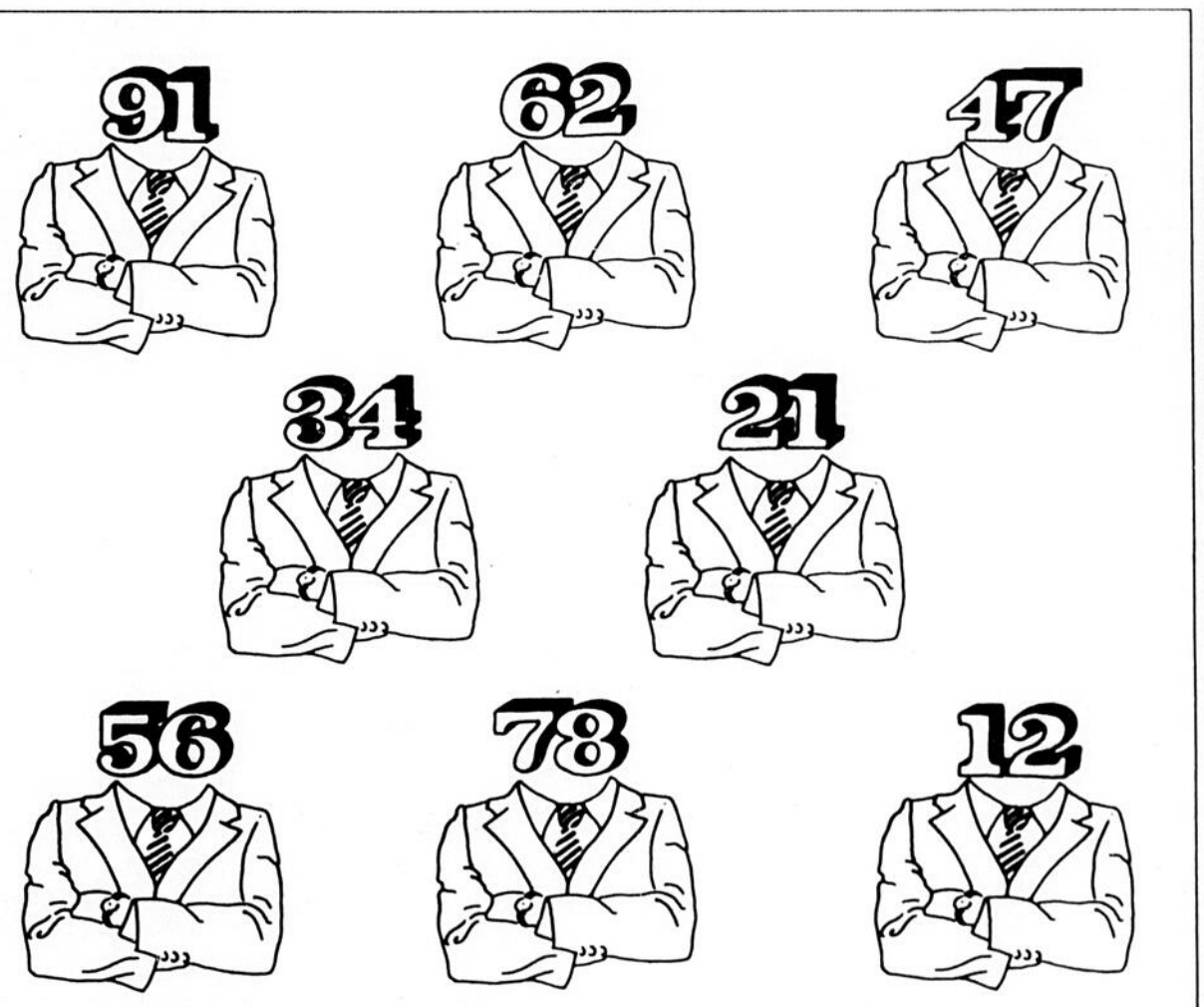
HILTON INTERNATIONAL QUÉBEC

3, Place Québec (Québec)

Rares sont les domaines aujourd'hui qui échappent à la «numéromanie». Tellement qu'en certains établissements, on a souvent l'impression d'être traité soi-même comme un numéro! Heureusement, il existe encore des hôtels comme le Hilton International Québec. Où le service ressemble à du sur-mesure. Où le personnel, formé à une longue tradition d'hospitalité, est courtois, professionnel, serviable. Alors si vous n'avez pas encore fait l'expérience Hilton International Québec, appelez-nous au... numéro ci-dessous. Parce que le seul numéro chez nous est celui du téléphone. C'est toute la différence.

Réservations: (418) 647-2411 ou le service de réservations Hilton, 1-800-268-9275.

Il y a une différence...



L'ACCUEIL, ON PREND ÇA À COEUR.

Un atout pour la promotion internationale de Montréal

Les immigrants investisseurs apportent

"Les immigrants investisseurs amènent avec eux des liens qui n'ont pas de prix au sein de la communauté internationale et qui permettent à notre communauté d'affaires de créer des liens internationaux", affirme M. **Daniel Malette**, directeur des services aux investisseurs du ministère des **Communautés Culturelles et de l'Immigration** (MCCI).

"Plusieurs immigrants investisseurs agissent comme des multinationales. Souvent des familles envoient des jeunes en éclaireurs, qui lancent une entreprise au Québec tout en gardant des liens très étroits avec leur pays d'origine". Cela a été le cas de **Vittforge**, qui vend des pièces forgées au Canada et aux États-Unis. M. **Adriano Vittone**, fils d'une famille de Turin dans le nord de l'Italie qui est dans l'industrie des pièces métalliques forgées depuis plusieurs générations, a été délégué par sa famille pour ouvrir une tête de pont en Amérique, au Québec.

"Des gens comme les Chinois ou les Libanais, font du commerce international depuis des siècles. Ils apportent au Québec leur expérience, leur savoir-faire dans le commerce international. Leur connaissance du transport maritime et leurs réseaux de distribution sont des atouts pour notre économie. Ils constituent un dividende à long terme pour le Québec. Un tel mouvement contribuera à mettre Montréal sur la carte internationale".

M. Malette est d'avis que 85 % des données concernant les immigrants investisseurs s'appliquent à Montréal où la plupart choisissent de s'installer, surtout parmi ceux qui ouvrent un commerce ou se lancent dans le secteur manufacturier. A l'extérieur de la métropole, nous retrouvons principalement des projets en agriculture ainsi que des investissements dans la restauration, l'hôtellerie et le tourisme.

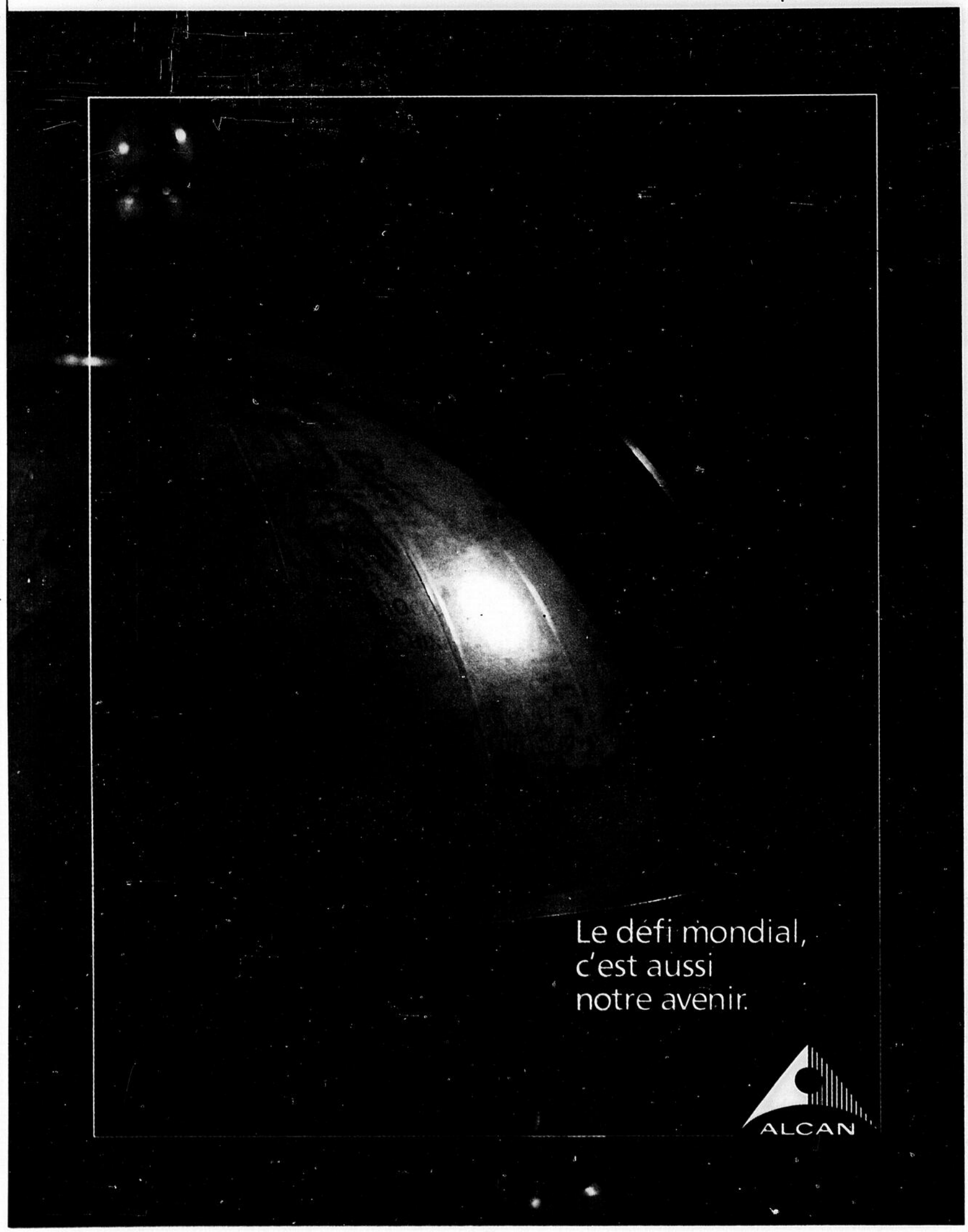
Selon une étude réalisée pour le compte du MCCI auprès de 1000 immigrants investisseurs qui se sont installés au Québec en 1983 et 1984, ceux-ci ont investi des sommes totalisant près de 308 M$ en deux ans dans l'économie du Québec. Le MCCI considère que dans son ensemble l'apport de ces immigrants investisseurs dans l'économie du Québec s'est soldé par la création ou le maintien de plus de 23 000 emplois et que les retombées directes et indirectes de leurs activités économiques approchent le milliard de dollars en deux ans.

Au cours des prochaines années, le nombre d'immigrants investisseurs qu'accueillera le Québec est appelé à croître. "Nous n'imposons pas de limites quant au nombre dans le cas des immigrants investisseurs, déclare M. Mallette. Ils sont un apport économique pour la province et permettent, par leurs réseaux d'affaires, d'intégrer le Québec sur la scène internationale. Le nombre d'immigrants investisseurs est en forte croissance, à tel point que nous avons dû récemment ralentir nos efforts de promotion. En 1985, nous avions analysé et accepté 623 dossiers, comparativement à 615 pour les six premiers mois de 1986! Non seulement le nombre d'immigrants investisseurs est-il en croissance mais la moyenne de leurs investissements est passée de moins de 200 000 $ en 1982 à plus de 600 000 $ en 1986".

Acceptation

L'acceptation des immigrants investisseurs par les milieux d'affaires locaux varie en fonction de la nationalité et de la culture des immigrants. "Certains, comme les Libanais, sont très proches de notre culture, ont étudié en Europe ou aux États-Unis et disposent de moyens financiers considérables. Ceux-là s'intègrent assez rapidement, s'associent à des financiers montréalais, s'impliquent dans des associations d'affaires. C'est plus difficile pour les petits investisseurs qui arrivent seuls et partent un commerce ou une opération

→



plus que des capitaux à Montréal

manufactière, un restaurant ou un dépanneur".

"Nous retrouvons plusieurs classes d'immigrants investisseurs. Plusieurs gros investisseurs disposent de moyens financiers considérables et veulent acquérir une entreprise ou s'associer à des promoteurs canadiens. Les plus petits investisseurs partent une entreprise dont ils s'occuperont eux-mêmes. Ceux-ci rencontrent habituellement plus de difficultés: ils ne disposent pas de moyens financiers leur permettant de faire appel à différents types de conseillers".

"Il faut vraiment établir une distinction entre les immigrants investisseurs très riches et les autres. Certains possèdent des fortunes considérables et des investissements dans plusieurs régions du globe. En venant s'installer au Québec, ils apporteront une partie de ces capitaux avec eux mais habituellement ils conservent des investissements et des liens d'affaires à l'étranger. Ils apportent avec eux tous leurs réseaux d'affaires, ce qui est un atout formidable pour une ville comme Montréal qui veut s'internationaliser".

"Les Libanais, les Palestiniens et les Égyptiens se sont constitués des fortunes considérables lors de l'expansion des pays producteurs de pétrole du Moyen-Orient. Aujourd'hui leurs pays sont en guerre, ils sont apatrides et cherchent des endroits où s'installer avec leurs familles et investir leurs capitaux. C'est à nous de leur fournir au Québec les occasions d'affaires qu'ils recherchent".

Promotion du Québec

Entre 1974 et 1982, le Québec ne faisait pas de promotion auprès des immigrants investisseurs et avait une attitude passive face à la promotion de l'immigration. "Ce n'est que depuis 1984 qu'il est très actif et fait de la promotion à l'étranger afin d'attirer les gens d'affaires à venir s'installer au Québec", explique M. Malette.

"Le MCCI se veut le promoteur du Québec dans le monde, par l'établissement de contacts personnels avec les immigrants investisseurs potentiels. Il est aussi agent d'immigration et service d'accueil, puisqu'il faut nous occuper d'intégrer nos immigrants dans les structures du pays. Nous les aidons à trouver de bonnes occasions d'affaires, à établir des contacts avec les intervenants du développement industriel".

"Nous demandons aux immigrants investisseurs qu'ils fassent du Québec leur lieu permanent de résidence principale et qu'ils y demeurent au moins 6 mois par année sur une période minimum de 3 ans. Nous faisons une enquête bancaire complète pour chaque application. Souvent les capitaux déclarés ne sont pas les capitaux totaux dont dispose l'immigrant-investisseur, qui ne déclare que le minimum pour être accepté. Nous demandons aux candidats qu'ils disposent d'un minimum de 250 000 $ pour investissement, qu'ils aient une expérience valable dans le secteur où ils veulent investir et qu'ils démontrent une motivation suffisante à s'établir au Québec".

D'avril à novembre 1986, 900 projets ont été présentés au MCCI, dont 822 ont été recommandés, pour une valeur cumulative de plus de 420 M$ en investissements potentiels pour le Québec. Le plus grand nombre de demandes proviennent des bureaux d'immigration du Québec à Hong Kong (410 demandes), Rome (270) et Paris (95).

HENRI THIBODEAU

A l'instar des firmes d'ingénieurs depuis les années ''60

Les sociétés-conseils en informatique rayonneront à l'étranger en l'an 2000

L'essor des firmes québécoises de conseils en informatique se poursuivra et en l'an 2000 elles seront membres d'un groupe sélect d'une cinquantaine de grandes sociétés internationales rayonnant partout au monde dans ce créneau particulier de l'activité informatique.

Voilà, en substance, le pronostic risqué pour le journal LES AFFAIRES par **M. Alain Roy**, vice-président exécutif et cofondateur du **Groupe DMR**. ''Je vois, a précisé ce dirigeant, un parallèle assez fantastique avec ce que les firmes d'ingénieurs-conseils du Québec ont fait depuis les années 60''.

A l'instar des **Lavalin, SNC** et **Monenco**, les **DMR, CGI** et **LGS**, ''vont de plus en plus se positionner sur le marché international, après avoir démontré leur savoir-faire tant au Québec qu'au Canada''. Et ce, sans que les firmes concernées bénéficient d'une ''Baie James informatique''.

En ce qui concerne DMR, il faut remarquer qu'elle compte déjà des filiales aux États-Unis, en Europe et en Australie.

Si l'on se réfère au tout récent rapport **Picard** sur le développement économique de la région montréalaise, le positionnement futur des sociétés-conseils en informatique pourraient très bien s'articuler autour de trois axes.

En premier lieu, les services en consultation. ''L'essor des firmes de consultation est un potentiel qui pourrait, d'une part, être exporté, et, d'autre part, utilisé pour le développement de l'informatique appliquée''.

''A moyen terme, les pays en voie de développement présentent un marché potentiellement attrayant''. Ce marché est prometteur, ''car les pays francophones du tiers-monde recherchent de plus en plus une expertise de type américain disponible dans une région francophone''.

Ensuite, il y a l'informatique appliquée qui permettrait l'élaboration d'une expertise complémentaire pouvant être vendue séparément. Les auteurs du rapport Picard donnent l'exemple du système des résultats des Jeux Olympiques.

Troisième axe, les services spécialisés. Le rapport Picard fait le diagnostic suivant: ''Une orientation vers les marchés verticaux spécialisés tels que l'accès à des bases de données spécialisées, systèmes médicaux partagés, etc... constituent des créneaux intéressants''.

On assiste actuellement à un nombre grandissant d'acquisitions ou fusions, tant au Canada qu'aux États-Unis. Ces opérations ont un but précis: la consolidation. Au cours de l'année qui s'achève, M. Roy estime qu'il a dû y avoir environ 160 acquisitions-fusions.

D'ici l'an 2 000, ces dernières vont se multiplier à un rythme tel que seulement une cinquantaine survivront. Et, pour donner une idée de la compétition qui s'annonce, le vice-président de DMR a rappellé qu'il y avait actuellement près de 10 000 compagnies concurrentes en Amérique du nord.

Les firmes montréalaises qui auront réussi à éviter l'hémorragie annoncée seront celles qui, au premier chef, deviendront publiques. Telle est l'opinion de M. Roy qui a souligné, d'autre part, que ''c'était la solution à envisager afin de faire plus de recherches et mieux concurrencer les sociétés internationales qui dans bien des cas sont publiques''.

Les DMR, CGI et autres devront d'autant plus se donner ces moyens financiers, ''que les compagnies étrangères pensent également à l'exportation''.

Incidemment, le constat de M. Roy rejoint le propos des auteurs du rapport Picard qui estiment que ''le REA constitue un atout précieux pour les entreprises du Québec qui sont profitables et qui désirent effectuer une levée de capitaux''.

Le rapport Picard précise que ''dans un contexte mondial (...) la croissance annuelle prévue en dollars constants est de l'ordre de 9 à 13 % jusqu'en 1990 et de 7 à 11 % pour les années 1990 à 1995''.

''Il apparaît que les secteurs les plus prometteurs sont ceux du logiciel avec une croissance en dollars constants de 17 à 23 % par année jusqu'en 1990, suivi, dans le secteur du matériel, par les périphériques, avec une croissance de 10 à 14 %. Le logiciel continuera à être le secteur à plus grande croissance et devrait doubler sa part actuelle qui est de 11 %''.

Selon M. Roy, en regard de la place démesurée que prendra l'informatique dans la gestion d'une entreprise, on assistera, au cours de la prochaine décennie, à l'émergence d'un nouveau ''partnership''.

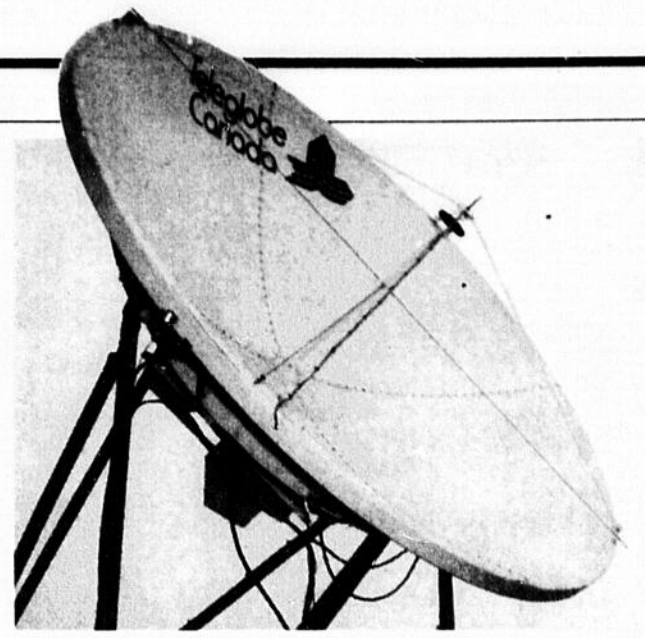
''Il y aura de moins en moins d'actions ponctuelles où une firme-conseil débarque dans une compagnie, réalise un contrat informatique et s'en va. En fait, ces compagnies auront tendance à établir des accords de partnership plus permanent afin que, par exemple, la formation ne soit pas toujours à refaire''.

Dans l'ensemble, les firmes québécoises en bénéficiant de la politique de plus en plus en vogue du ''faire-faire'', se sont positionnées dans le tertiaire, contrairement à l'Ontario qui est plus concentré dans la fabrication.

SERGE TRUFFAUT

Industrie des télécommunications

Priorité doit être donnée à la recherche



SERGE TRUFFAUT

L'industrie des télécommunications a des maux identiques à ceux des biotechnologies, de la micro-électronique et, dans une moindre mesure, de l'aéronautique.

Faiblesse des investissements en recherche et développement, étroitesse du marché intérieur, manque d'actualisation des programmes universitaires, dépendance technologique à l'égard des pays innovateurs, incohérence des programmes gouvernementaux, tels sont, en substance, les principaux problèmes identifiés par le **Comité consultatif sur le développement de la région de Montréal**, le **comité Picard**.

"C'est une priorité d'investir dès à présent en recherche et développement, si on ne veut pas rater le bateau des télécommunications en l'an 2000", a constaté **M. Jean-Claude Delorme**, président de **Téléglobe Canada**, lors d'une entrevue accordée au journal LES AFFAIRES.

La nécessité d'injecter des sommes en recherche et développement (R-D) est d'autant plus primordiale, pour l'avenir des entreprises en télécommunications, qu'on assiste actuellement à un tel positionnement des différents acteurs que le paysage de cette activité influente va sensiblement se modifier.

Ainsi, M. Delorme a constaté, que "les usagers institutionnels, comme les banques, se dotent de plus en plus en télécommunications. Ils reconnaissent les bénéfices qu'ils peuvent tirer de ces nouvelles technologies, alors ils se procurent des équipements numérisés et grugent, par le fait même, des parts de marché aux télécommunicateurs. Ils assument eux-mêmes des fonctions qui, auparavant, étaient dévolues aux communicateurs".

Ce positionnement entraînera que les usagers industriels feront appel aux entreprises pour les services de base, en particulier la transmission. Et, là encore, "on peut prévoir qu'au cours de la prochaine décennie les grands utilisateurs feront l'achat du matériel de transmission, comme cela se fera très bientôt aux États-Unis".

Tout en confirmant l'analyse de M. Delorme, le comité Picard indique: "Il est en effet devenu difficile d'établir une distinction précise entre les télécommunications et l'informatique".

"Cette disparition graduelle des frontières est due à la convergence de ces deux secteurs qui reposent sur les mêmes bases, soit les circuits intégrés et le logiciel. Cette interdépendance des techniques a créé un marché unique de l'information particulièrement difficile à circonscrire en raison de sa complexité et de son envergure".

Marché des télécommunications

Selon les indications du comité Picard, le marché mondial des équipements de télécommunications aura progressé de 100% entre 1980 et 1990. De 40 milliards $ US à 90 milliards $ US. Le domaine de la téléphonie monopolise 80% des activités, celui de la transmission 10%.

Quatrième plus gros fournisseur au monde avec des ventes de 2,66 milliards $ en 1985, le Canada verra sa part dépasser les 3,38 milliards $ en 1990. Le nombre de personnes employées au pays par les télécommunications est de 47 160.

Quant à Montréal, cette activité est ainsi résumée par le comité Picard: "Le marché des équipements de télécommunications est un des secteurs forts de l'industrie québécoise. De plus, il est pratiquement autosuffisant. Le niveau des livraisons atteint presque la valeur du marché".

"Dans le domaine de l'électronique, c'est le secteur dont le déficit de la balance commerciale est le plus bas, soit moins de 10%. La part de l'emploi québécois -concentré à Montréal- dans l'industrie canadienne de l'équipement de télécommunications est environ de 28% (Ontario: 62%)".

En ce qui concerne plus précisément l'emploi, le président du **Groupe Vidéotron**, M. **André Chagnon**, a estimé pour le journal LES AFFAIRES que, "le projet **Vidéoway**, dont l'implantation commencera en 1988, devrait entraîner la création de 20 000 emplois directs et indirects d'ici l'an 2000".

Problématique

En premier lieu, selon le comité consultatif l'étroitesse du marché, "rend difficile l'obtention de contrats d'envergure, lesquels permettent d'innover sur le plan des méthodes et des procédés".

Par ailleurs, problème spécifique à la région montréalaise, la localisation à Ottawa de **Bell Northern Research** et du **Centre de recherches en télécommunications** du fédéral a eu comme conséquence "d'inciter certaines grandes entreprises à se développer davantage en Ontario qu'au Québec".

Afin de pallier aux carences de l'activité en télécommunications, le comité Picard fait la recommandation suivante: "Éviter de disperser les ressources humaines et physiques dans les domaines des technologies spatiales et des télécommunications, et concentrer dans la région de Montréal toutes activités futures relativement à ces technologies".

Cette proposition est assortie d'un certain nombre de demandes. Tout d'abord, que soit installer à Montréal l'**Agence spatiale canadienne**. "Ces dernières années, nos industries reliées au domaine spatial ont connu dans l'ensemble une croissance supérieure à 50%". Chef de file en ce domaine, **Spar Aerospace** emploie 750 personnes à Montréal.

Ensuite, le comité espère une meilleure harmonisation, "de l'aide financière gouvernementale accordée aux entreprises montréalaises pour la prospection des besoins sur les marchés internationaux".

Enfin, il est demandé que le siège social de **Télésat** soit transféré d'Ottawa à Montréal, et qu'on s'assure que celui de Téléglobe demeure à Montréal après sa privatisation.

HEC

Heureux 100e

à la
Chambre de Commerce de Montréal

des gens d'action au service des milieux d'affaires

École des Hautes Études Commerciales
Affiliée à l'Université de Montréal

La Chambre de commerce de Montréal

Depuis 100 ans, vous avez montré votre volonté de faire.
Le siècle à entreprendre s'annonce encore plus prometteur.

ON APPUIE VOTRE ENTREPRISE

Banque fédérale de développement
Federal Business Development Bank

Canada

Quand on *bureautique,* on communique.

Vie Économ

Augmentation spectaculaire du taux d'échanges

Combien de fois avez-vous tenté, sans résultat, de rejoindre un client ou un de vos employés? Combien de fois encore avez-vous attendu en vain un appel important? Pour vous aider à stopper tout ce gaspillage de temps, Bell Canada met à votre disposition le nouveau service de Messagerie vocale intégrée (MVI).

Constant

Le service MVI permet l'envoi, la réception et même le stockage de messages vocaux. En fait, avec le service de Messagerie vocale intégrée, c'est comme si vous étiez constamment en ligne avec vos interlocuteurs, 24 heures sur 24!

Automatique

Et si, par exemple, vous voulez envoyer le même message à plusieurs personnes à la fois, rien n'est plus facile avec le service MVI. Vous n'avez qu'à dicter vos messages et à identifier les destinataires. Le service de Messagerie vocale intégrée fera le reste, automatiquement. Ainsi, vous gagnez du temps...du temps que vous pourrez utiliser à des tâches beaucoup plus profitables.

Profitable

Voilà comment le service de Messagerie vocale intégrée peut vous aider non seulement à améliorer mais à augmenter les échanges d'informations entre votre personnel, vos clients et vos fournisseurs.

Voilà aussi comment la bureautique intégrée de Bell Canada peut vous aider à faire de meilleures affaires!

Pour connaître toutes les possibilités du service de Messagerie vocale intégrée, composez le 1 800 361-8728.

L'efficacité passe par Bell

Bell

En l'an 2000, le tertiaire dominera le marché du travail

SERGE TRUFFAUT

"Toutes les projections le démontrent. Le tertiaire, le service aux entreprises et aux personnes, sera le plus gros pourvoyeur d'emplois en l'an 2000", ont assuré, au cours d'une entrevue accordée au journal LES AFFAIRES, les économistes **Diane Bellemare** et **Lise Poulin-Simon,** auteurs d'un livre qu'il faut disséquer et méditer, **Le défi du plein emploi**, aux éditions **Saint- Martin.**

De là à déterminer, plus précisément, quels seront les secteurs clés du travail, il y a un pas qu'il ne faut surtout pas franchir. "Les économistes, a confié Mme Poulin-Simon, ont entretenu des illusions avec leurs projections de modèles élaborés à partir de toutes sortes de variables et statistiques".

"Ils devraient faire preuve d'humilité. D'autant plus que la crise a démontré le contraire de bien des projections. De toute manière, il est inutile de demander à des spécialistes assis dans leurs bureaux de faire des pronostics".

Une chose cependant est sûre, et tous les organismes internationaux le confirment, d'ici les vingt prochaines années, c'est dans le secteur de la santé qu'il va y avoir la plus forte augmentation de l'emploi.

Et lorsqu'on parle de santé, il ne s'agit pas du seul réseau conventionnel. Il faut s'attendre à l'émergence de toute une panoplie de services spécialisés de prévention, notamment en gérontologie.

A ce vieillissement de la population vont s'ajouter les conséquences d'un autre phénomène social, l'éclatement de la structure familiale. Cette transformation, dont on ne soupçonne pas suffisamment l'influence, va avoir un impact énorme.

En modifiant l'organisation de la production qui se faisait au sein de la famille, toute une série de fonctions qui était assumée par celle-ci iront sur le marché. "Les services que l'on se rendait, comme la nourriture ou le nettoyage, en sont un exemple".

Précarité de l'emploi

Les stratégies d'emploi des entreprises, ont certifié les économistes, se sont énormément modifiées depuis la crise de 1975. "On a remarqué une extériorisation grandissante du travail par le biais de la sous-traitance, de l'emploi intérimaire et contractuel".

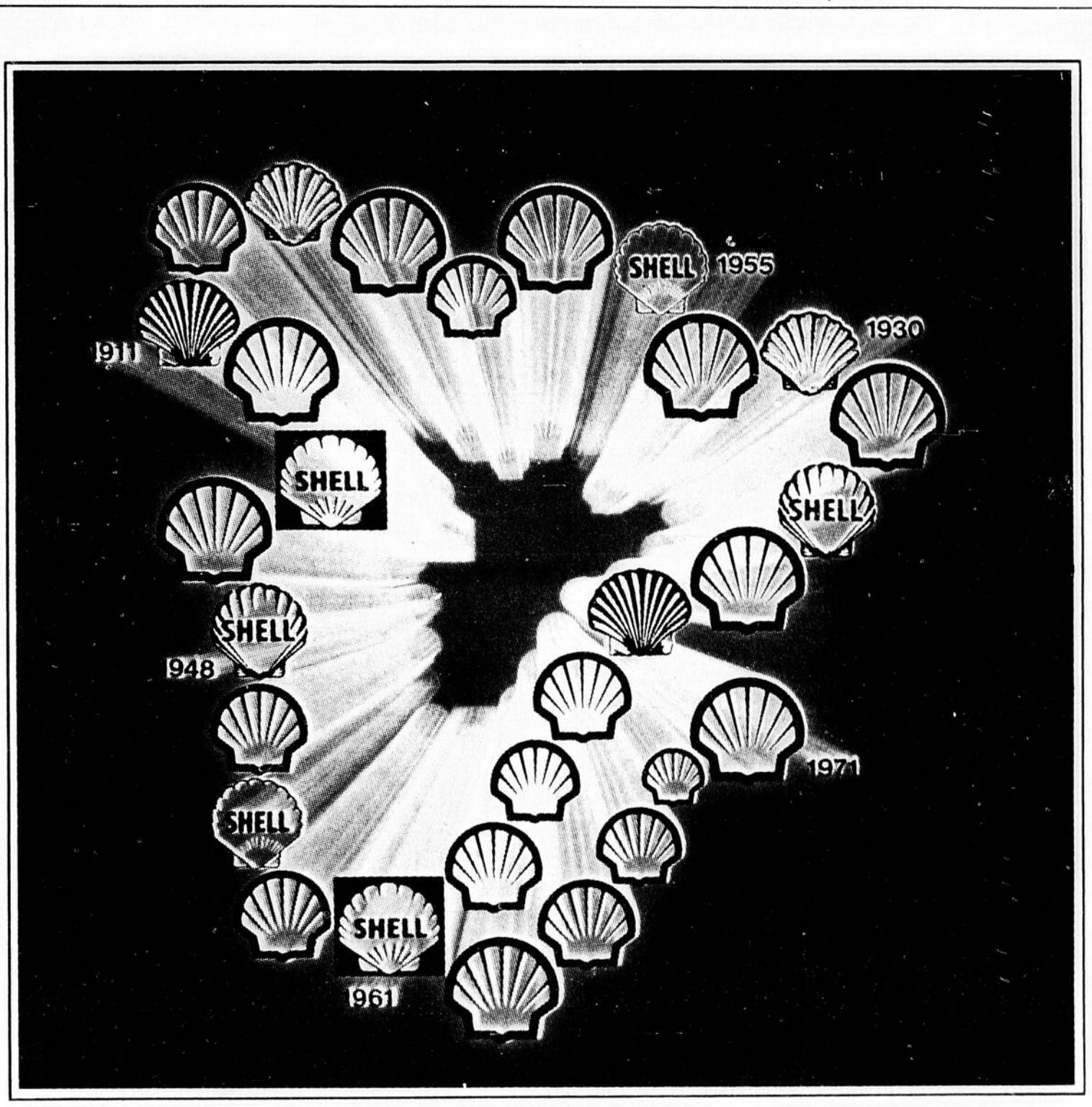
"Depuis le milieu des années 70, les grosses entreprises se départissent des fonctions à risques ou qui sont moins profitables. Même si ce sont les PME qui absorbent ces fonctions, ces entreprises conservent le contrôle. La précarisation de l'emploi s'est développée".

Actuellement, cette fragilité de l'emploi s'amplifie. "Nous sommes dans une phase d'accentuation de la précarité de l'emploi. Et si jamais la crise s'estompe, les gens vont essayer de réduire cette précarité, de réduire les risques. C'est toujours le même va et vient entre période de crise et de croissance".

"Dans notre livre, on propose justement une stratégie du plein emploi pour contrecarrer ces forces-là. Car si jamais celles-ci sont poussées à l'extrême, on va se retrouver dans une situation économique de dualité totale: des riches, des pauvres et disparition de la classe moyenne".

Tout récemment, lors d'une entrevue accordée à un hebdomadaire européen, la nouvelle vedette de l'économie américaine, **M. Lester Thurow**, du **Massachusetts Institute of technologie**, le MIT, faisait une mise en garde. Selon ce chercheur, il ne faut pas oublier que la classe moyenne est une zone tampon.

"Une zone tampon, ont ajouté Mme Bellemare et Poulin-Simon, qui garantit la stabilité d'un système politique. Si le chômage continue d'être élevé, il sera difficile d'aller à l'encontre de cette dualisation".



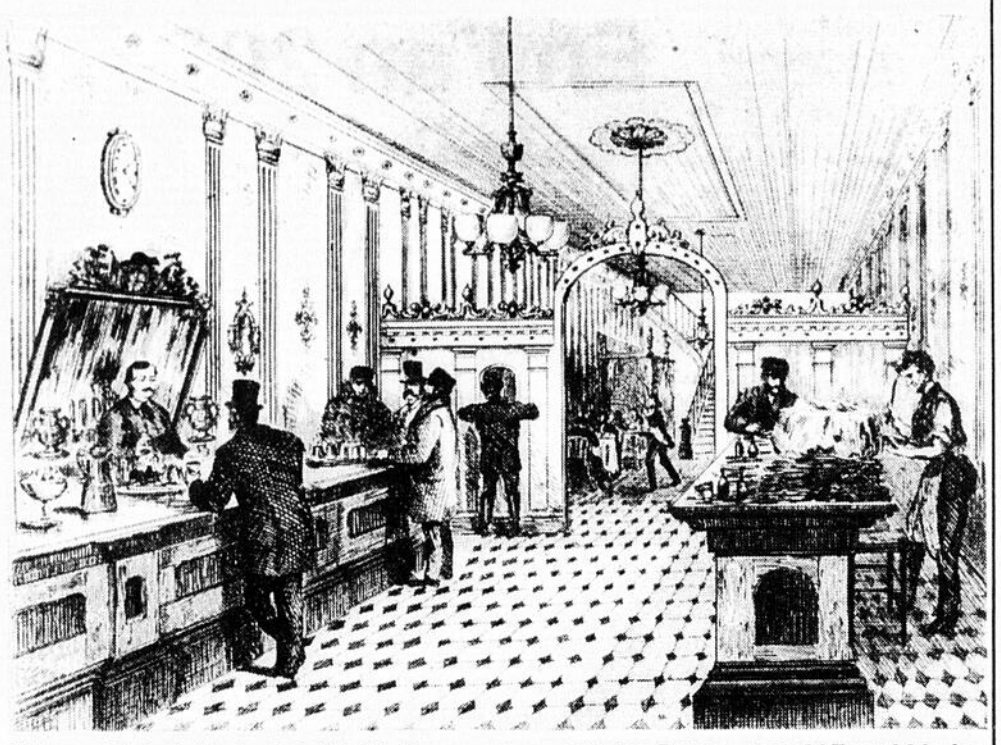
Au Québec, depuis 75 ans, des liens solides se sont établis

Tous les Québécois connaissent la qualité des produits et du service Shell.
Mais saviez-vous que :

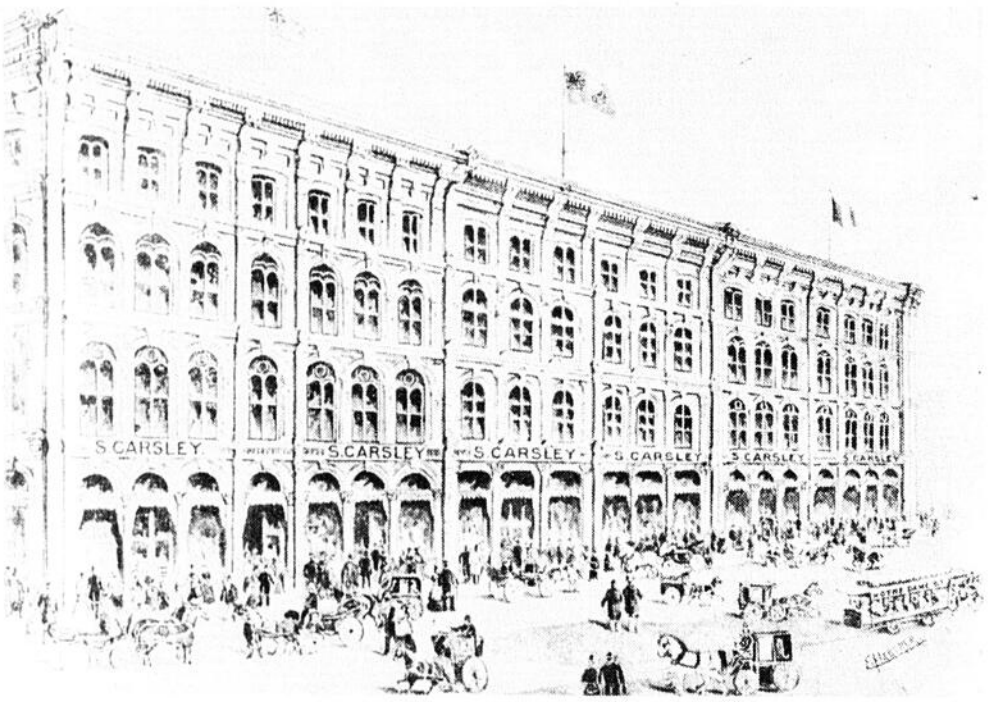
- ☑ Shell offre un réseau de 850 détaillants au Québec.
- ☑ Shell possède la plus grande raffinerie au Québec.
- ☑ Shell exploite la seule usine d'huiles de base pour lubrifiants au Québec.
- ☑ Shell est au Québec pour y rester.

Shell : là pour vous aider.

Richement lambrissée, la bijouterie E.G. Mellor, au 285 rue Notre-Dame, était le lieu de prédilection pour acheter montres, colliers et bagues.



Attenant à la bijouterie E.G. Mellor sur la rue Notre-Dame, aux 287 et 289, le restaurant Terrapin. On remarque, à droite de l'illustration, un employé qui découpe la glace au couteau.



Ci-haut, le plus grand magasin de détail du siècle dernier. Baptisé S. Carsley, du nom de son propriétaire, il était situé sur la rue Notre-Dame.

Meubles, pianos, livres et tableaux se côtoyaient chez le plus inmportant encanteur de l'époque, Henry J.Shaw. Cette immense salle était située sur la rue Craig, aujourd'hui rue Saint-Antoine.

Les parrains du 100ème anniversaire de la Chambre de commerce de Montréal

Agropur, Coopérative Agro-Alimentaire
Air Canada
Alcan
Banque de Montréal
Banque Fédérale de Développement
Banque Nationale du Canada
Bell Canada
Caron Bélanger Clarkson Gordon
CGI Conseillers en gestion et informatique
Charette, Fortier, Hawey/Touche Ross
Compagnie d'assurance Standard Life
Compagnie Marconi Canada
Compagnie Pétrolière Impériale Ltée
Coopers & Lybrand/Laliberté Lanctôt
Devencore Inc
Desjardins, Ducharme, Desjardins & Bourque
Domtar Inc
Gaz Métropolitain
Geoffrion, Leclerc Inc
Groupe DMR
Groupe La Laurentienne
Groupe Pharmaceutique Focus
Groupe Transcontinental GTC Limitée
Hydro-Québec
IBM Canada Ltée
Imasco
La Banque d'Epargne
La Banque de Nouvelle-Ecosse
La Banque Royale du Canada
La Brasserie Molson du Québec Limitée
La Compagnie d'assurances Provinces-Unies
Le Groupe CSL Inc
Le Groupe SNC
Le Mouvement Desjardins
Les Coopérants
Lévesque, Beaubien
Samson Bélair
Sobeco
Société des alcools du Québec
Steinberg
Sun Life du Canada
Télé-Direct (Publications Inc.)
Téléglobe Canada
Télé-Métropole
Trust Royal
UAP

1887,

une bonne année pour les bâtisseurs...

...le 13 septembre 1887, la Banque Royale ouvre sa première succursale à Montréal, rue Saint-François-Xavier. La même année, un groupe d'hommes d'affaires fonde la Chambre de Commerce de Montréal.

La Banque Royale se réjouit de cette heureuse coïncidence et rend hommage à tous ceux et celles qui ont fait de la Chambre de Commerce de Montréal un catalyseur économique de premier plan.

La Banque Royale, la plus importante banque à charte au Canada avec 37 000 employés, un actif de $100 milliards et un réseau de 1 680 établissements dans 44 pays...

...une institution montréalaise centenaire qui rayonne dans le monde entier.

BANQUE ROYALE

A Montréal depuis 1857

Canada Steamship Lines a vu le jour sur les rives du Richelieu en 1845

Le fleuve St-Laurent et le transport maritime sont depuis sa fondation au coeur de la vie économique de Montréal. De nombreuses entreprises de transport ont bénéficié de la position stratégique de son port. **Canada Steamship Lines** (CSL) demeure la plus importante compagnie de navigation sur les Grands Lacs. Sa flotte de 37 navires de différents types possède une capacité de port lourd globale de un million de tonnes.

Pendant les neuf mois de la saison de navigation sur les Grands Lacs, la flotte de la CSL transporte quelque 30 millions de tonnes courtes de marchandises composées de minerai de fer, de charbon, de grain, de sel, de pierre et de marchandises diverses, dont du ciment en vrac.

Les origines de la compagnie remontent à 1845. Un groupe de fermiers et de marchands du village de St-Charles décidèrent de lancer la **Société de Navigation de la Rivière Richelieu**, qui était à toutes fins utiles le seul moyen d'acheminer leurs marchandises vers le marché montréalais,.

Le premier navire de la société, le **SS Richelieu**, eut beaucoup de succès. A tel point qu'un groupe de fermiers décida de lancer sa propre entreprise, la **Société de Navigation du Saint-Laurent et du Richelieu**. Les deux compagnies se firent une concurrence acharnée jusqu'en 1847 puis elles s'unirent pour former la **Compagnie du Richelieu**.

En dépit de l'arrivée sur la scène de petites entreprises rivales, la nouvelle compagnie se développa rapidement et s'attaqua au marché montréalais en 1857. Elle s'incorpora avec un capital de 75 000 livres sterling et étendit ses activités à plusieurs autres circuits locaux.

De Toronto au Saguenay

La compagnie s'engagea dans une période d'expansion. Elle fit l'acquisition de meilleurs navires et se porta acquéreur de quelques entreprises de navigation. En 1875 elle s'unit à la **Canadian Navigation Co. of Ontario** pour devenir la **Richelieu & Ontario Navigation Co.** (R&O).

La compagnie, qui se trouvait alors à la tête d'une flotte de 18 navires répartis entre Toronto et la ville de Québec, fit en 1886 l'acquisition des vapeurs de la **Saguenay Line**. Elle possédait bientôt un réseau s'étendant sur 800 milles, de Toronto au Royaume du Saguenay.

L'entreprise poursuivit son expansion au cours des vingt-cinq années suivantes. Elle connut sa plus sérieuse transformation en 1913 lorsqu'elle s'unit à **Canada Interlake Lines, Ontario & Québec Navigation Co., Lake Ontario & Bay Quinte Steamboat Co., Québec Steamship Co.** et à un groupe de filiales de la R&O pour former la **Canada Steamship Lines Ltd**.

Au cours de la première guerre mondiale, CSL continua à prospérer. En 1915, seize de ses navires furent affectés au transport de fret sur l'Atlantique. L'année suivante, elle se porta acquéreur de toutes les actions en circulation de la **St.Lawrence & Chicago Steam Navigation Co. Ltd.**, dont quatre navires sillonnaient les Grands Lacs.

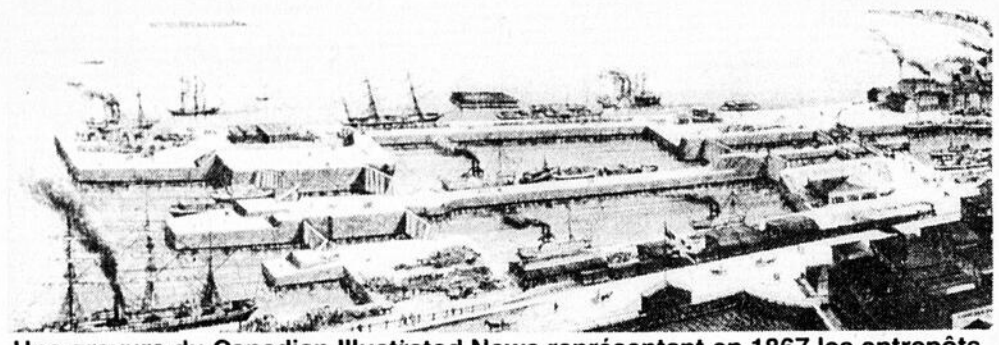
Construction navale

En 1925 la CSL se retira de la navigation océanique pour se concentrer sur ses circuits intérieurs. Elle fit l'acquisition d'autres compagnies de transport et de manutention de marchandises au début des années '20 et prit la décision d'acheter la **Davie Shipbuilding and Repairing Co.** en 1925. La compagnie possédait dorénavant le moyen de construire et de réparer ses propres navires.

En 1927 la flotte de la CSL comptait 115 navires, dont 23 paquebots, 23 navires des Grand Lacs, 49 navires pour canaux et 20 navires de fret. A cette époque les écluses de Sault-Sainte-Marie manutentionnaient un tonnage annuel supérieur à celui du canal de Panama.

La croissance de la CSL se poursuivit au cours de la décennie suivante. Malgré les répercussions de la Dépression, elle continua à battre la marche pendant la deuxième guerre mondiale, transportant de plus en plus de minerai de fer et de charbon. Elle entreprit aussi la conversion de certains de ses navires en auto-déchargeurs.

En 1941, CSL étendit ses activités au transport terrestre par le biais de l'acquisition de **Diamond Truck Division** de **Cunnigham & Wells**, rebaptisé **Kingsway Transport** en 1943. Trois ans plus tard, ses activités de construction et de réparation maritimes furent étendues par l'acquisition de la **Canadian Shipbuilding & Engineering Ltd.**



Une gravure du Canadian Illustrated News représentant en 1867 les entrepôts de la Richelieu & Ontario à l'entrée du canal Lachine.

Un siècle après la naissance de la Société de Navigation de la Rivière Richelieu, en 1945, les revenus bruts de la compagnie s'élevaient à 18 M$ après une année record pour le transport des passagers. Toutefois cette période de vaches grasses présageait le chant du cygne pour le transport de passagers sur les voies intérieures et le Saint-Laurent. Au cours des deux décennies qui suivirent, cette activité devint de moins en moins rentable et fut finalement abandonnée par la CSL en 1965.

Révolution

En 1958 la compagnie étendait ses activités de transport terrestre en faisant l'acquisition de **John N. Brocklesby Transport Ltd.** et se préparait à faire face à la révolution qu'allait causer l'ouverture de la Voie Maritime du Saint-Laurent dans le transport en eaux douces en Amérique du Nord. Maintenant les gros navires marchands pouvaient naviguer du bas du fleuve Saint-Laurent jusque dans les Grands Lacs. CSL entreprit un programme de construction navale étendu sur 20 ans, tout en continuant à transformer certains de ses navires existants en navires auto-déchargeurs. La flotte de la CSL qui en 1951 possédait 51 navires ayant une capacité totale de 306 000 tonnes passa à 43 navires ayant une capacité de 886 000 tonnes.

En 1976, la CSL vendit la Davie Shipbuilding à un groupe d'hommes d'affaires de la ville de Québec et fusionna les activités de Broklesby et Kingsway. Vers la fin de 1975, les actifs et les passifs de la CSL étaient acquis par **Power Corporation du Canada Ltée**. Une nouvelle compagnie, Canada Steamship Lines (1975) Ltd., fut mise sur pied pour assurer la gestion de tous les intérêts de la société mère en matière de transport. Puis en 1980 Canada Steamship Lines (1975) Ltd. est devenu le Groupe CSL.

L'année suivante le Groupe CSL passait aux mains de nouveaux propriétaires, M. **Paul E. Martin**, président et chef de la direction, et **FCN Holdings Inc.**, suite à une entente avec Power Corporation pour l'acquistion, à parts égales, de tous les intérêts de Power dans le domaine du transport.

Aujourd'hui, le Groupe est actif dans la navigation sur les Grands Lacs et sur les côtes (Canada Steamship Lines), la construction navale (Canadian Shilbuilding & Engineering Ltd.), le remorquage (**Les Remorqueurs du Québec ltée**), le transport de fret et le camionnage (Groupe Kingsway) et le transport par autobus (**Les Entreprises Voyageur ltée**). Les revenus bruts d'exploitation de CSL pour l'année 1985 ont été d'environ 500 M$ et ses actifs dépassent le cap des 250 M$.

CSL a récemment étendu ses activités à la côte Est des États-Unis, au Golfe du Mexique et aux Caraibes où ses vraquiers auto-déchargeurs transportent des cargaisons de gypse, de potasse, de sel et de charbon..

HENRI THIBODEAU

1911-1986

Un leader canadien du commerce international

Le Groupe SNC est l'une des plus dynamiques sociétés d'ingénierie-construction au monde, ce qui lui confère une expérience enviable en exportation de technologie et de matériel. Mais nous ne nous contentons pas de gérer la technologie.

Nous travaillons activement en recherche et développement, puis nous commercialisons nos technologies à l'étranger. Nous fabriquons des produits de haute technologie pour les marchés canadiens et étrangers, nous encourageons les hommes d'affaires canadiens à exporter leurs produits et leurs technologies pour nos projets, ce qui a résulté en plusieurs milliards de dollars d'exportations pour le Canada.

Voilà pourquoi le Groupe SNC est un leader canadien du commerce international

SNC

Ingénieur-constructeur

Montréal, Victoriaville, Toronto, Niagara Falls, Saskatoon, Edmonton, Lethbridge, Calgary, Vancouver

DES IDÉES NOUVELLES VENANT DE LA PLUS ANCIENNE COMPAGNIE D'ASSURANCE VIE AU CANADA

En 1833, le Standard Life était la seule compagnie d'assurance vie au Canada. Aujourd'hui, elles sont nombreuses. Mais, nous demeurons à l'avant-garde en modifiant sans cesse nos produits et services de façon à répondre à vos besoins changeants.

À ceux que la planification de la retraite intéresse, nous offrons notre Dépôts-rente idéals REÉR - aucuns frais, taux d'intérêt compétitifs et grande souplesse.

Pour répondre aux attentes du marché, nous avons mis au point l'Idéalvie, notre produit d'assurance vie universelle, ainsi que d'autres nouveaux produits dont, entre autres, la SecurIDÉALE, le ProtectIDÉALE et la SLT-100 qui, en offrant une gamme de protections, permettent de répondre à tous les besoins.

Depuis toujours le chef de file dans le domaine des rentes collectives, nous définissons la norme en matière de simplicité, de souplesse et de compétitivité avec le Tri-Plan II, notre régime de retraite s'adressant aussi bien aux grandes qu'aux petites collectivités.

Pour d'autres idées nouvelles en matière de sécurité financière, communiquez dès aujourd'hui avec un représentant de la Standard Life.

STANDARD LIFE

Vous ouvre la voie de la sécurité financière.

Imperial Tobacco: plus d'un siècle de tabac à Montréal et au Canada

A la fin du 19ème siècle, la cigarette était encore un phénomène nouveau. Le tabac à pipe, le tabac à mâcher et les cigares formaient l'ossature de l'industrie du tabac. Les archives de l'**Imperial Tobacco** font remonter ses origines à 1885. La société **D. Ritchie & Co.** dirigeait alors l'exploitation d'une manufacture de tabacs, rue Dalhousie, à Montréal. Cette entreprise, qui a été longtemps connue pour la marque de tabac **Old Chum**, fut l'une des premières dans l'industrie de la cigarette avec la marque **Derby**. A peu près à la même époque, l'**American Cigarette Co.** débutait la fabrication de ses cigarettes, rue Côté, à Montréal.

L'origine de la compagnie Imperial Tobacco remonte à l'achat, en 1895, de ces deux entreprises par une société américaine, l'**American Tobacco Co.**, qui constitua l'**American Tobacco Co. of Canada**. Celle-ci acheta de la société-mère américaine les actions qu'elle avait acquises dans D. Ritchie et l'American Cigarette Co.

Cette année-là, le Canada enregistrait une production totale de 66 millions de cigarettes. C'est peu si l'on compare ce chiffre aux ventes de 57,9 milliards d'unités enregistrées par l'industrie canadienne du tabac en 1986!

Tabac à priser

Désirant prendre de l'expansion, l'American Tobacco Co. of Canada fit l'acquisition, en 1899, de l'entreprise **Léon Larue fils**, spécialisée dans la fabrication de tabac à priser. Elle fit aussi l'acquistion de 80 % des actions de l'**Empire Tobacco**, qui fabriquait des tabacs hachés, des cigares et, surtout, des tabacs en tablette. Cette entreprise de Granby détenait aussi les actions d'une société opérant une usine de tabac à Joliette.

En 1903, l'American Tobacco s'étend dans la région de Québec par le biais de l'acquisition de la société **B. Houde Co.**, qui oeuvrait dans l'industrie depuis 1840 et se spécialisait dans le tabac à pipe fait de "tabac canadien" cultivé dans la région de Québec.

En 1907, l'American Tobacco Co. et l'**American Snuff Co. of New York** s'associèrent dans la création de la **National Snuff Co.**, devenue depuis la **National Tobacco Co.** La même année, l'American Tobacco Co. of Canada Ltd déménageait sur la rue Saint-Antoine ses installations de la rue Côté. Ce déplacement de la manufacture connue comme étant la fabrique des **Sweet Caporal** fit sensation à l'époque puisque la rue Saint-Antoine était alors située en dehors du quartier des affaires.

C'est en 1908 qu'apparait pour la première fois le nom de l'**Imperial Tobacco Co. of Canada**, prédécesseur immédiat de l'**Imperial Tobacco Company of Canada Limited**, constituée en société le 3 avril 1912. Entretemps, l'American Tobacco et Empire Tobacco cessèrent leurs opérations.

Jusqu'en 1921, l'Imperial Tobacco produisait essentiellement des cigarettes, du tabac à cigarettes, du tabac à mâcher et à chiquer, de même que de petits cigares. Cette année-là, elle se lança dans la fabrication des gros cigares en faisant l'acquisition de la **General Cigar Company**, qui possédait la firme **S. Davis & Son**, établie de longue date.

D'autres acquisitions suivirent. En 1930, l'Imperial pris le contrôle de toutes les actions ordinaires de la **Tuckett Tobacco Co.**, dont les origines remontaient à 1857. L'Imperial acquérait du même coup les sociétés **Tobacco Products Co. of Canada** et **Philip Morris Co.** La société fit ensuite l'acquisition de **L. O. Grothé** en 1942 et, dernière en date, de l'Imperial Tobacco Co. (Newfoundland) en 1949.

Imasco

Au fil des années, les activités de la compagnie ont dépassé le cadre de l'industrie du tabac. C'est ce qui a suscité la création d'une nouvelle société mère, l'IMASCO (IMperial and ASsociated COmpanies), qui est orientée vers l'industrie alimentaire et la vente au détail. Imasco exploite les restaurants **Hardee's** aux États-Unis, les réseaux de magasins au détail **Shoppers Drug Mart** au Canada et **Peoples Drug Mart** aux Etats-Unis de même que le groupe UCS (**United Cigar Stores**). Cependant, les produits du tabac constituent toujours la plus grande partie du chiffre d'affaires d'Imasco.

Imperial Tobacco, la plus importante compagnie de tabac au Canada, emploie près de 4 000 personnes et fabrique près de 75 produits différents dans ses usines du Québec et de l'Ontario. Les ventes de l'Imperial se sont chiffrées à 1,7 milliard de dollars en 1986, comparativement à 1,4 milliard en 1985 et 1,1 milliard en 1982.

En 1986, la compagnie a vendu un total de 30,7 milliards de cigarettes, une baisse de 2,5 % sur les ventes de l'exercice précédent. Entretemps, la part du marché canadien détenue par l'Imperial est passée de 51,3 % en 1985 à 52,9 % en 1986, une hausse de 1,6 point.

Les produits les plus populaires d'Imperial Tobacco sont la gamme **Player's** qui détient 22,8 % du marché canadien de la cigarette, la marque **du Maurier** qui détient 18,2 % du marché et la famille **Matinée** qui, avec 6 % du marché canadien, se place au sixème rang de toutes les marques vendues au Canada.

En 1986, l'Imperial a aussi vendu 3,2 millions de kg de tabac de coupe fine (tabac à rouler), une hausse de 23 % sur l'année précédente. L'Imperial détient 45,1 % de ce marché au Canada.

L'Imperial a aussi enregistré des ventes de gros cigares de l'ordre de 37 millions d'unités, une baisse de 18 % sur l'exercice précédent. Devant la baisse des ventes des gros cigares, la compagnie concentre ses efforts sur les petits cigares dont les ventes ont augmenté de 5 % en 1986 pour se chiffrer à 237 millions d'unités.

HENRI THIBODEAU

Bonne fête à toute la communauté d'affaires de Montréal!

Depuis 100 ans, la Chambre de commerce de Montréal véhicule les aspirations et le dynamisme de la communauté d'affaires montréalaise. Le travail accompli constitue un gage de réussite pour le "siècle à entreprendre". Nous sommes fiers d'appartenir à la Chambre et d'être des partenaires du développement économique de Montréal.

Jean La Couture, c.a.
Président et chef de la direction

Mallette Benoit Boulanger Rondeau & Associés
COMPTABLES AGRÉÉS

Conseillers et partenaires des gens d'affaires
Bureaux dans les principales villes du Québec

La plus vieille brasserie en Amérique du Nord

Molson a célébré en 1986 son 200e anniversaire d'activités à Montréal

■ Au mois de juillet 1986, **Molson** a célébré le 200e anniversaire de sa fondation. Au cours de ces deux siècles, ''une petite brasserie située sur les rives du fleuve St-Laurent à Montréal est devenue une société diversifiée et prospère avec des établissements dans 36 pays''.

Les **Compagnies Molson** oeuvrent aujourd'hui dans trois secteurs d'activités: les **Brasseries Molson** emploient 4 000 personnes et réalisent un chiffre d'affaires de 1 132 M$; dans le secteur des spécialités chimiques, **Diversey Corporation** exploite 52 compagnies dans 36 pays, emploie 5 700 personnes et fait un chiffre d'affaires de 567 M$; dans le secteur du commerce au détail **Beaver Lumber (Castor Bricoleur,** au Québec) exploite 162 magasins dans tout le Canada et emploie 1 300 personnes, avec un chiffre d'affaires de 577 M$ en 1986, dont 281 M$ sous franchise.

Les Brasseries Molson du Canada sont implantées dans sept provinces. Les usines de chaque région brassent leurs propres spécialités en plus des marques nationales (**Molson Canadian**, **Molson Export** et la **Molson Légère**). En 1985, Molson a vendu 6,4 millions d'hectolitres sur une capacité totale de production à l'échelle nationale de 10 millions d'hectolitres.

Molson produit annuellement l'équivalent de quelques deux milliards de bouteilles de bière, dont près de 350 millions sont exportées aux États-Unis. Molson est le principal exportateur de bière canadienne aux États-Unis et ses produits sont également disponibles au Royaume-Uni, dans les Caraibes, au Japon et à Porto Rico.

Le vice-président des Compagnies Molson ltée, dont fait partie les Brasseries Molson du Canada, M. **Eric Molson**, maître-brasseur lui-même, est l'arrière-arrière-arrière-petit-fils du fondateur de l'entreprise, **John Molson**.

John Molson

John Molson, né en 1763 à Snake Hall dans le Lincolnshire en Angleterre, est arrivé au Québec le 26 juin 1782 à l'âge de 18 ans. L'année suivante, Molson s'associe à **Thomas Loid** dans une petite fabrique de bière, située au pied du courant Sainte-Marie à l'extérieur de la citadelle de Montréal, dont il devient l'unique propriétaire en 1785.

En 1786, de retour d'un voyage en Angleterre, Molson entreprend son premier brassage avec l'achat de huit barils d'orge qui lui servent pour le maltage. Dans une saison de brassage de vingt semaines, il produira cette année-là 80 tonneaux, soit 4 320 gallons ou 53 000 bouteilles du format actuel. Deux ans plus tard, la production passe à 258 tonneaux. Lorsque la brasserie célèbre son 50e anniversaire en 1836, elle produit près de 100 000 gallons de bière tandis que la distillerie fondée en 1822 produit 60 000 gallons d'alcool.

Déjà en 1786, Molson remarquait: ''C'est ma bière qui se vend le mieux et déjà les ventes dépassent d'une fois et demi nos prévisions''. A un parent, il écrira: ''Ma bière est aimée universellement, au-delà même de toutes mes espérances''.

En 1797, première d'une longue série de diversifications, Molson ouvre un chantier de bois sur les terrains de la brasserie de façon à y entreposer les matériaux de construction qui manquent à Montréal.

En 1816, John Molson s'associe à ses fils **John, William** et **Thomas.** Avec la création de **John Molson & Sons** commence une longue tradition d'appartenance familiale. John fils, Thomas et William s'associeront en 1835 dans la **John Molson & Company**. John Molson s'éteindra l'année suivante, à l'âge de 86 ans.

1,10 $ par jour

En 1840, la brasserie emploie une vingtaine de personnes, dont des malteurs, des conducteurs de haquets, des ingénieurs, des techniciens et des contremaîtres. En 1889, le salaire moyen d'un employé du service de brassage sera de 1,10 $ par jour. Le salaire le plus élevé, versé au maître-brasseur **John Hyde**, est de 2 $ par jour.

En 1803, le service de livraison de la brasserie employait trois conducteurs d'atelage. Vers 1897, la bière sera livrée au moyen de haquets à quatre roues tirés par des chevaux alezans de couleur assortie à celle des véhicules. C'est en 1910 que le service de livraison se verra doté de son premier véhicule à moteur et en 1922 les charettes à chevaux seront remplacées par des véhicules motorisés.

En 1886, 100e anniversaire de la brasserie, le volume de production s'était accru de 175 % depuis la fondation. La bière vendue cette année-là produisait approximativement les mêmes profits après impôt que celle vendue la première année: 26 cents le gallon.

En 1900, la vapeur cède la place à l'électricité et la réfrigération fait son apparition, permettant de poursuivre le brassage toute l'année durant. L'implantation d'une usine équipée d'appareils automatisés, en 1913, permet d'éliminer la nécessité du lavage, du remplissage et du bouchage manuels des bouteilles, qui avaient été utilisées pour la première fois en 1800. En 1844, de 11 500 gallons produit pendant le mois de mai, 3 250 pintes avaient été livrées aux clients dans des contenants de verre.

Première annonce

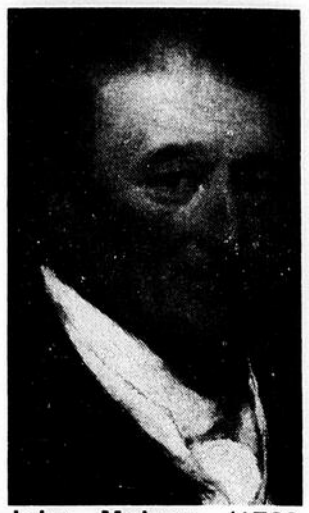
La première annonce publicitaire de Molson paraît en 1807, pendant 30 semaines consécutives, dans le **Canadian Courant**. Vers le milieu du XIXe siècle, les techniques de marketing sont en changement et on transforme l'empaquetage et l'étiquetage. Le service de vente au détail est mis sur pied en 1859 et les annonces de Molson réapparaissent dans la **Gazette** et d'autres journaux montréalais après une absence de plusieurs années.

En 1900, **H. E. Halde** devient le premier commis voyageur au service de la brasserie et en 1928 une agence de vente est créée pour mettre en marché les produits Molson en Ontario. C'est en 1930 que la brasserie retiendra pour la première fois les services d'une agence de publicité.

Ce n'est qu'en 1920 que la brasserie engagera une première femme secrétaire, bien que le service de l'embouteillage engageait des femmes dès 1870.

En 1945, l'entreprise devient une compagnie publique à responsabilité limitée, la Brasserie Molson ltée. Pour la première fois, il est possible de devenir propriétaire de l'entreprise sans être membre de la famille. On tient la première assemblée annuelle des actionnaires et le premier rapport des activités de la brasserie est publié.

C'est en 1957 que le sénateur Molson et **Thomas Molson** font l'acquisition de la **Canadian Arena Company** (le club de hockey **Canadien** et le **Forum**) et Molson devient co-commanditaire de la **Soirée du hockey**. En 1976, Molson devient le principal commanditaire de la Soirée du hockey puis en 1978 la compagnie achète le club de hockey Canadien.



John Molson (1763-1836) fut aussi un promoteur de la navigation à vapeur au Canada

En 1961, 175e anniversaire de l'entreprise, Molson affiche des ventes de 106,2 M$. L'année suivante, elle adopte la raison sociale Les Brasserie Molson ltée. En 1968, **Anthes Imperial Ltd** s'associe à Molson dont la raison sociale devient Molson Industries Ltd. C'est le début d'un vaste programme de diversification et le groupe de brasseurs devient connu sous l'appellation Les Brasseries Molson du Canada ltée. En 1972 Molson acquière la Beaver Lumber Company Ltd (Castor Bricoleur) et l'année suivante le nom de l'entreprise devient Les Compagnies Molson ltée.

HENRI THIBODEAU

EN COMPARAISON
avec d'autres régions,
le marché
de
L'OUTAOUAIS
est
EXCITANT!

POURQUOI?

Parce qu'il
reste FERME,
SOLIDE
et surtout
STABLE.

Trois éléments à considérer sérieusement durant cette période incertaine que tous nous vivons présentement.

Et qui, dans cette grande et belle région de l'Ouest du Québec et de l'Est ontarien, ou résident plus de 315,000 consommateurs d'expression française, rayonne par son IMPACT sur l'information?

LE DROIT, bien sûr!

LE DROIT est le seul quotidien français de la région d'OTTAWA-VANIER-GATINEAU-HULL-AYLMER.

Et seul, le quotidien français *LE DROIT* atteint autant de gens.

LE DROIT
375, rue Rideau, Ottawa, K1N 5Y7
Tél.: (613) 560-2747
Georges Mercier, représentant.

LOGIDEC

ÉDITION ÉLECTRONIQUE

355, rue d'Youville
Montréal
Québec
H2Y 2C4
(514) 288-0073

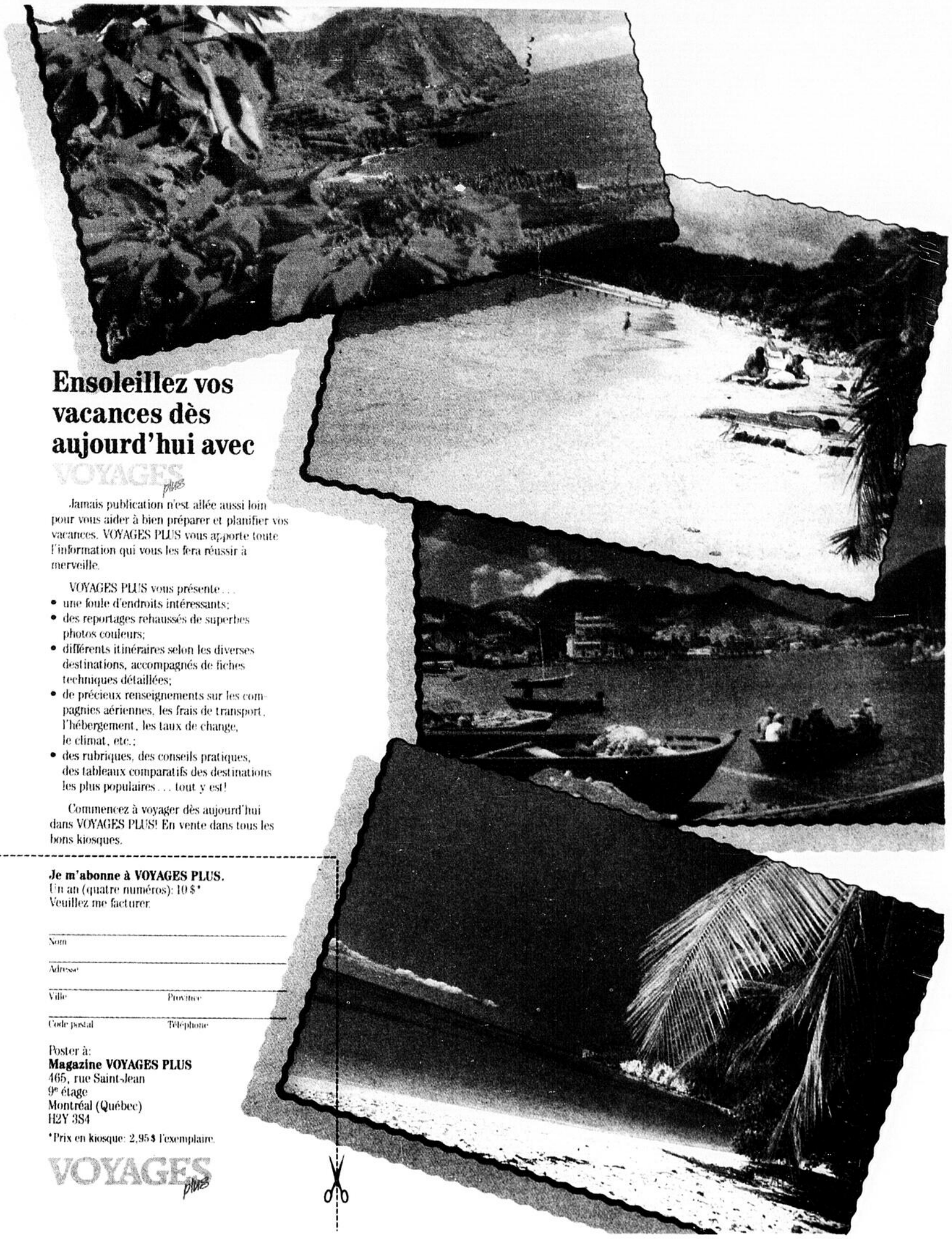
2025, Lavoisier
porte 154
Ste-Foy, Québec
G1N 4L6
(418) 683-3423

910 Rowntree Dairy Road
Unit 30
Woodbridge, Ontario
L4L 4T6
(416) 729-2110

Pionnier de l'édition électronique au Canada, LOGIDEC vous amène dans l'univers des **publications entièrement produites par ordinateur.**

Une équipe de programmeurs et de typographes aguerris aux nouvelles technologies utilise des logiciels sophistiqués et puissants, tels Logidec®, Logitex® et Logilaser®.

- Saisie et traitement de banques de données
- Création de formulaires
- Saisie de textes
- Composition typographique
- Impression laser
- Reprographie / Impression offset
- Conversion de disquettes et télécommunications
- Envoi postal personnalisé
- Numérisation de logos
- Traduction par ordinateur



Ensoleillez vos vacances dès aujourd'hui avec

VOYAGES plus

Jamais publication n'est allée aussi loin pour vous aider à bien préparer et planifier vos vacances. VOYAGES PLUS vous apporte toute l'information qui vous les fera réussir à merveille.

VOYAGES PLUS vous présente...

- une foule d'endroits intéressants;
- des reportages rehaussés de superbes photos couleurs;
- différents itinéraires selon les diverses destinations, accompagnés de fiches techniques détaillées;
- de précieux renseignements sur les compagnies aériennes, les frais de transport, l'hébergement, les taux de change, le climat, etc.;
- des rubriques, des conseils pratiques, des tableaux comparatifs des destinations les plus populaires... tout y est!

Commencez à voyager dès aujourd'hui dans VOYAGES PLUS! En vente dans tous les bons kiosques.

Je m'abonne à VOYAGES PLUS.
Un an (quatre numéros): 10 $*
Veuillez me facturer.

Nom

Adresse

Ville Province

Code postal Téléphone

Poster à:
Magazine VOYAGES PLUS
465, rue Saint-Jean
9e étage
Montréal (Québec)
H2Y 3S4

*Prix en kiosque: 2,95 $ l'exemplaire.

VOYAGES plus

Tees, Watson, Poitevin, Javet et Roberge

Un cabinet de notaire dont les origines remontent à 1872

Me **Herbert Tees** célébrait au mois de novembre son 50e anniversaire de pratique notariale. Il célébrait par la même occasion le 50e anniversaire de son arrivée chez **W. de M. and H. M. Marler**, aujourd'hui **Tees, Watson, Poitevin, Javet & Roberge**. Il se joignit à cette étude en 1936 à sa sortie de l'**Université McGill**, fraîchement reçu à la **Chambre des notaires du Québec**.

Me **William de Montmollin Marler**, décédé en 1929, célébra lui-même 50 années de pratique en 1922. Fondateur de l'étude, il avait été assermenté le 7 mai 1872 alors que la Chambre des notaires n'avait que deux ans. Me Marler exerça ses fonctions jusqu'en 1928, d'abord en pratique privée.

Son fils, **Herbert Meredith Marler**, se joignit à lui en 1898 après avoir été reçu à la Chambres des notaires. Sir Herbert Marler fut plus tard ministre et ambassadeur et passa peu de temps à l'étude même. Son demi-frère, **George C. Marler**, fut aussi notaire et membre de l'étude jusqu'à son décès en 1981. George avait été conseiller législatif et ministre, tant au fédéral qu'au provincial.

Pas de téléphone

''En 1880, nous n'avions pas de téléphone, pas de machine à écrire, rappelle Me Tees, mais Me Marler produisait le même nombre d'actes qu'un notaire aujourd'hui! Comme il n'y avait pas de téléphone, les gens ne prenaient pas de rendez-vous et se présentaient directement au bureau. Le notaire recueillait leur déclaration de vive voie et rédigeait ce qui constituait l'original de l'acte, que les deux parties signaient en sa présence. Il se rendait ensuite au greffe pour l'enregistrement de l'acte, ce qui était fait le lendemain si la transaction était acceptée''.

Aujourd'hui, le cabinet compte 23 notaires, probablement la plus grosse étude de notaires à Montréal. ''En 1936 le cabinet comptait 6 ou 7 notaires, se souvient Me Tees. Les affaires n'allaient pas très bien à l'époque; plusieurs propriétaires avaient dû hypothèquer leurs propriétés et faisaient face à des menaces de saisie''. Me Tees trouva un moyen de protéger ses clients en appliquant la loi qui interdisait de payer des intérêts supérieurs à 5 % sur une hypothèque, alors que plusieurs contrats portaient des intérêts de 7 ou 8 %. La différence entre les 5 % et le taux contractuel serait tout de même payée par l'emprunteur, mais appliquée au capital, ce qui permettait de satisfaire débiteurs et créanciers.

William Marler avait développé une expertise appréciable dans le domaine de l'immobilier, ce qui l'amena à enseigner à l'**Université McGill**. Il écrivit un livre sur la question qui servit de référence aux notaires pendant près de 25 ans, ''et que je consulte encore de temps à autre'', affirme Me **Pierre Venne**.

Anglophones et francophones

Depuis ses débuts, le cabinet a compté quelques notaires francophones dans ses rangs, bien que ses origines fussent anglophones et que sa clientèle eut d'abord été recrutée parmi les gens d'affaires anglophones de Montréal. Lorsque Me Tees se joignit à l'étude en 1936, Me **Edouard Cholette**, décédé en 1940, oeuvrait déjà à l'étude depuis le début du siècle. Me Tees, qui célèbre son cinquantième anniversaire de pratique notariale et est aujourd'hui doyen du cabinet, était alors le plus jeune notaire de l'étude.

Les bureaux de l'étude furent situés pendant près de 30 ans sur la rue St-Jacques, dans l'édifice de la **Banque Royale**, avant de déménager en 1962 sur le boulevard Dorchester, où elle est toujours. ''A l'époque, nous n'avions pas de photocopieuses: les documents devaient être recopiés à la main, raconte Me Tees. Nous engagions pour ce faire des jeunes gens d'Angleterre qui se spécialisaient en calligraphie. Avec l'apparition des machines à écrire, une partie du travail a pu être faite de cette façon, jusqu'à l'arrivée des machines **Xerox** et autres instruments de reproduction. A un moment, nous avions certainement une douzaine de personnes affectées au recopiage des documents''.

Me Tees ne peut dire avec certitude à quel endroit était située la première étude de Me Marler, mais il est certain que c'était sur la rue St-Jacques, dans le district des affaires. ''Notre clientèle a toujours été à majorité corporative, explique Me Venne. Cela était encore plus vrai du temps des Marler. Herbert et George, de par leurs fonctions sociales et politiques, étaient intimement impliqués dans les milieux d'affaires. Herbert siégeait sur les conseils d'administration de plusieurs compagnies. Quant à George, il fut un certain temps chef du parti libéral.

''Notre cabinet est toujours le plus gros à Montréal, avec 23 notaires, de dire Me Venne, dont 16 ou 17 sont francophones. Peu de cabinets reproupent plus d'une dizaine de notaires. Cela nous a permis de développer des spécialisations au cours des récentes années. Le cabinet a surtout grossi depuis les années '70. Lorsque je me suis joint au cabinet en 1972, nous étions une quinzaine. Entre les années 50 et 70, le cabinet comptait en moyenne une dizaine de notaires''.

''L'activité a beaucoup augmenté après la deuxième guerre, avec l'augmentation de la construction domiciliaire, ce qui nous a amené à engager de nouveaux notaires. L'abondance de lois nouvelles a aussi incité les notaires à se spécialiser. Le financement et le droit corporatif demeurent des secteurs d'activité très importants, comme la construction, la planification successorale et la copropriété. Le financement corporatif se fait surtout sous la forme d'émissions privées d'obligations corporatives et d'actes de fiducie''.

''Depuis 1970, le cycle économique a favorisé l'augmentation du nombre et de la valeur des transactions notariées. Le mouvement vers la copropriété a permis de développer un nouveau secteur d'activité très en demande. Le droit corporatif a aussi pris beaucoup d'importance depuis une vingtaine d'années. Évidemment, les transactions successoriales ont de tout temps constitué une part importante de l'activité du cabinet, qui aujourd'hui relève principalement de Me Tees''.

''Malgré les nouvelles technologies disponibles, le nombre de transactions effectuées par un notaire demeure constant; le stress demeure le même. Cependant, les copies se font plus rapidement. De nouveaux secteurs ont été développés, surtout ces dernières années. Et les notaires demeurent des gens discrets, de conclure Me Venne, discrets et conservateurs''.

HENRI THIBODEAU

Gagnez un condo de 100 000 $ en Floride

Sous la co-présidence de :
M. Roger D. Landry, président et éditeur, la presse
M. Pierre Arcand, vice-président et directeur général CKAC 73

La Chambre de commerce de Montréal vous offre la chance de gagner :

Un condominium d'une valeur de 100 000 $ entièrement meublé à Pompano Beach, Floride en collaboration avec les agents du Permanent

ou **Un portefeuille de valeurs mobilières de 10 000 $** offert par la maison de courtage Levesque, Beaubien inc.

ou **L'un des 5 séjours de deux (2) semaines au condominium « Floranada », Pompano Beach** offerts par les agents du Permanent

Seul ou avec d'autres

Chaque billet se vend 100 $. Le tirage est limité à seulement **5 000 billets** : vos chances de gagner sont excellentes !

Formez un groupe, partagez le coût avec votre conjoint, votre associé ou vos collègues de bureau.

COMPOSEZ immédiatement (514) 842-5656

VISA MasterCard et chèques acceptés

ou voyez un des agents du Permanent de la région metropolitaine.

Plus, si le billet gagnant du condominium a été acheté avant minuit, le 19 décembre 1986, **deux billets d'avion par année, Montréal/Floride/Montréal durant 5 ans,** offerts par Air Canada.

TIRAGE LE 27 JANVIER 1987, À L'HÔTEL REINE ELIZABETH
sous la surveillance de Samson Bélair, comptables agréés

La Chambre de commerce de Montréal

LE PERMANENT LEVESQUE BEAUBIEN AIR CANADA SAMSON BÉLAIR LES ROTISSERIES ST-HUBERT
LES ÉDITIONS TELEMEDIA INC. LA PRESSE CKAC/73 RADIO CITÉ LE DEVOIR LES AFFAIRES REVUE COMMERCE

Félicitations
à la Chambre de Commerce de Montréal
à l'occasion de son 100e anniversaire

25 ans de performance en
- *Actuariat et avantages sociaux*
- *Informatique*
- *Ressources humaines*

Groupe Sobeco Inc.
QUÉBEC (418) 529-4536
MONTRÉAL (514) 878-9090
TORONTO (416) 598-8140

Cent ans de présence à Montréal

La Banque Royale du Canada compte cent milliards d'actifs

La **Banque Royale** célébrera en 1987 cent années de présence à Montréal. C'est en effet le 13 septembre 1887 que la **Merchant Banks of Halifax**, qui deviendra plus tard la Banque Royale du Canada, ouvre sa première sucursale montréalaise en plein centre des affaires sur la rue Saint-François-Xavier. Elle était la quatorzième banque à s'établir dans ce centre financier important que devenait Montréal.

La Merchant Banks of Halifax vit le jour dans la capitale néo-écossaise en 1864. La guerre civile faisait rage au sud de la frontière et apportait une prospérité sans précédent à la ville portuaire et commerçante de Halifax. Un groupe d'éminents marchands de la ville en profita pour offrir des services bancaires en vue de répondre aux besoins d'une économie en effervescence.

Le 2 mai 1864, la nouvelle banque ouvrit ses portes et fit savoir dans les journaux qu'elle proposait de "faire l'escompte de billets à ordre et acceptations, accorder des avances sur des valeurs approuvées, acheter et vendre des lettres de change, recevoir de l'argent en dépôt et faire toutes affaires relevant d'un établissement commercial".

L'entrée de la Nouvelle-Écosse au sein de la Confédération canadienne en 1867 allait entraîner un changement dans la structure de la Banque, le nouveau parlement ayant juridiction exclusive sur le secteur bancaire. Le jeune gouvernement fédéral canadien octroya sa charte à la Merchant Bank le 22 juin 1869. La Confédération avait à peine deux ans et ne regroupait que l'Ontario, le Québec, le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse, soit environ 3,5 millions d'habitants. L'Ouest était en grande partie inoccupé et seuls quelques aventuriers s'étaient risqués vers l'Arctique.

Une seule succursale

Au début, la Banque n'avait qu'une seule succursale et son actif était de 729 000 $. C'est à partir de ces origines modestes que la Banque Royale du Canada s'est implantée dans tout le Canada et dans 44 autres pays. La Banque développa son réseau canadien au rythme de la colonisation tout en jetant les fondations de son réseau international. Déjà bien implantée à Londres, à New York et dans les Antilles avant la fin de la colonisation de l'Ouest, elle s'intéressait au financement du commerce, aux marchés des changes et aux affaires bancaires internationales.

Dès 1882, la Banque étendit ses opérations à l'étranger, mais d'une façon assez particulière. Le comptable de la Banque, qui souffrait de rhumatismes, reçut un congé pour aller aux Bermudes. C'est là que sur la recommandation du président de la Banque il ouvrit une agence - pour occuper son temps! Puis en 1899, la guerre hispano-américaine ayant prix fin l'année précédente, la Banque ouvrit un bureau à Cuba.

Au début du siècle, la Banque employait 629 personnes et comptait 39 succursales au Canada, dont 10 en Colombie-Britannique, 8 au Nouveau-Brunswick, 1 à Terre-Neuve, 14 en Nouvelle-Écosse, 1 en Ontario, 2 à l'Ile-du-Prince-Édouard et 3 au Québec, ainsi que 3 succursales internationales. Une promotion pour un jeune qui faisait de l'excellent travail lui valait alors un salaire de 100 $... par année!

Le 2 janvier 1901, pour se donner un nom décrivant mieux la portée internationale de ses opérations, la Banque adopta la raison sociale La Banque Royale du Canada. Elle progressait au même rythme que le Canada et offrait déjà des services aux consommateurs et aux entreprises ainsi que des services de financement international. En quatre ans, la Banque doubla à 95 le nombre de ses succursales au Canada et ses dépôts atteignirent 37 M$.

Rue St-Jacques

En 1907, en raison de la croissance rapide du centre du Canada, la Banque Royale déménagea son siège social de Halifax à Montréal où elle s'installa au 221 ouest St-Jacques, qu'elle occupa jusqu'en 1928. La Banque déménagea alors dans un nouveau siège social qu'elle fit ériger sur un lot historique situé au 360 St-Jacques ouest, où elle conserve toujours une importante succursale. C'était à l'époque l'édifice le plus haut à Montréal!

En 1910, la Banque ouvrit son premier bureau outre-Atlantique à Londres et fit l'acquistion de l'**Union Bank of Halifax** et de ses 35 succursales. D'autres acquisitons suivirent, dont la **Banque de Québec.**

Au cours de la première guerre mondiale, on nota la présence de 1 493 membres du personnels de gestion de la Banque Royale au sein des forces armées canadiennes. De ce nombre, 186 noururent au champ d'honneur et 47 furent décorés. En 1919, année de son cinquantenaire, la Banque possédait des actifs de 534 M$, avait un réseau de 662 succursales et employait 5 294 personnes.

Quand vint la seconde guerre mondiale, la Banque accorda des congés à 2 171 de ses employés masculins pour qu'ils puissent accomplir leur service militaire. Le ratio des ses employés allait passer de 4 065 hommes et 1 100 femmes en 1939 à 2 038 hommes et 4 639 femmes à la fin de la guerre.

Place Ville-Marie

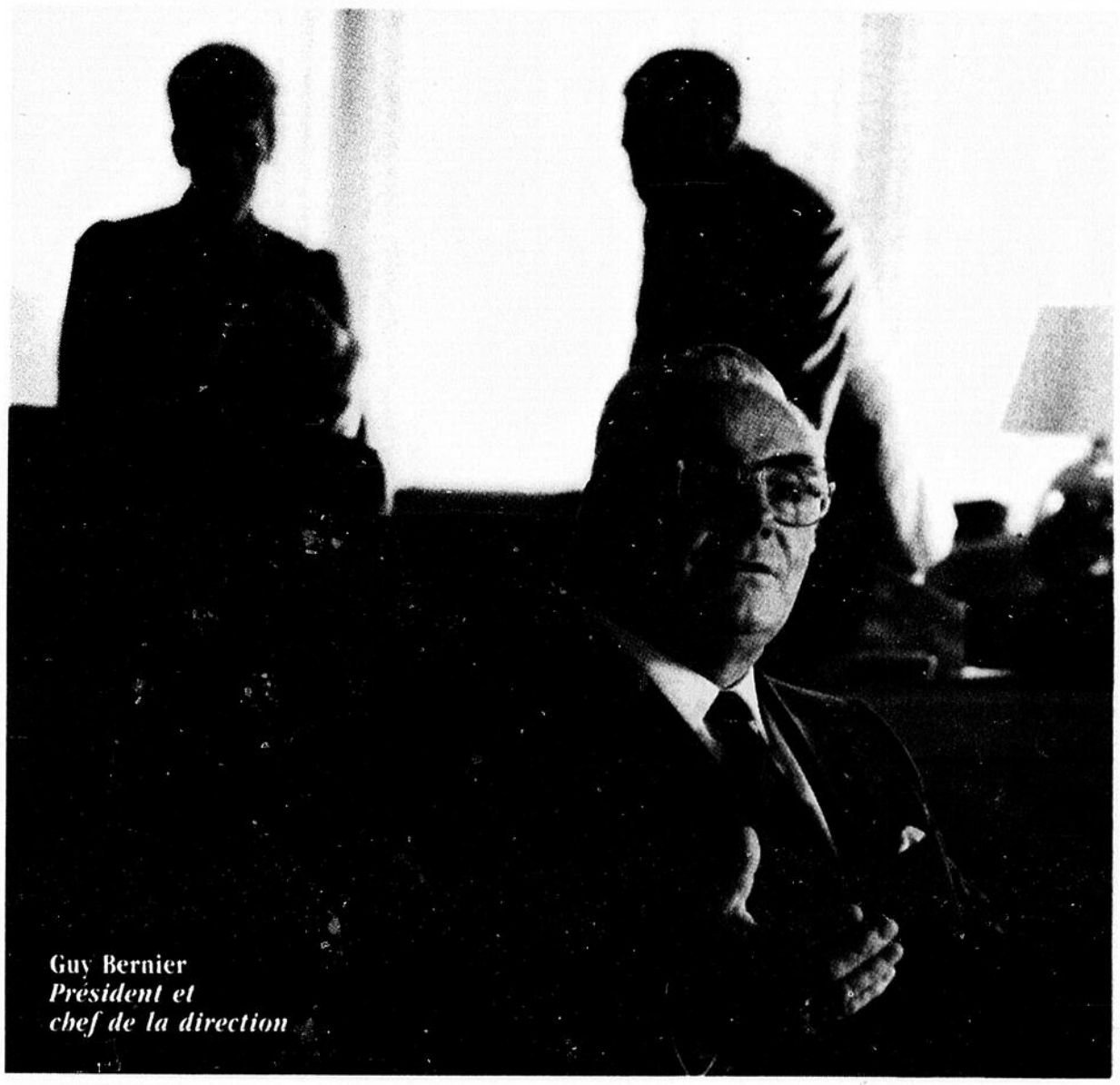
En 1962, la Banque Royale déménagea à nouveau son siège social pour s'installer dans un édifice qu'elle avait fait construire sur un terrain du centre-ville acquis du **Canadien-National**, la **Place Ville-Marie** (Edifice de la Banque Royale du Canada) où elle se trouve encore aujourd'hui. Elle poursuit depuis son expansion à l'étranger, de Paris jusqu'à Hong Kong et dans tous les coins du monde, "cherchant de nouveaux débouchés en concurrence avec les autres grandes banques mondiales".

La Banque Royale emploie 37 800 personnes au Canada et ailleurs dans le monde dans un réseau qui compte plus de 1 680 établissements répartis dans 44 pays. Au Canada, la Banque dispose d'un réseau de 1 440 succursales et 1 075 guichets automatiques. Elle opère 11 sièges régionaux créés pour décentraliser le plus possible ses niveaux de décision.

Plus importante banque à charte au Canada, la Banque Royale occupe le 5e rang de son secteur en Amérique du Nord.
Nord. Ses activités internationales comptent pour plus du tiers de son actif.

En 1986, l'actif de la Banque Royale s'est établit à 99,6 milliards, en hausse de 3,6 milliards ou 4 % par rapport à l'exercice précédent.

HENRI THIBODEAU



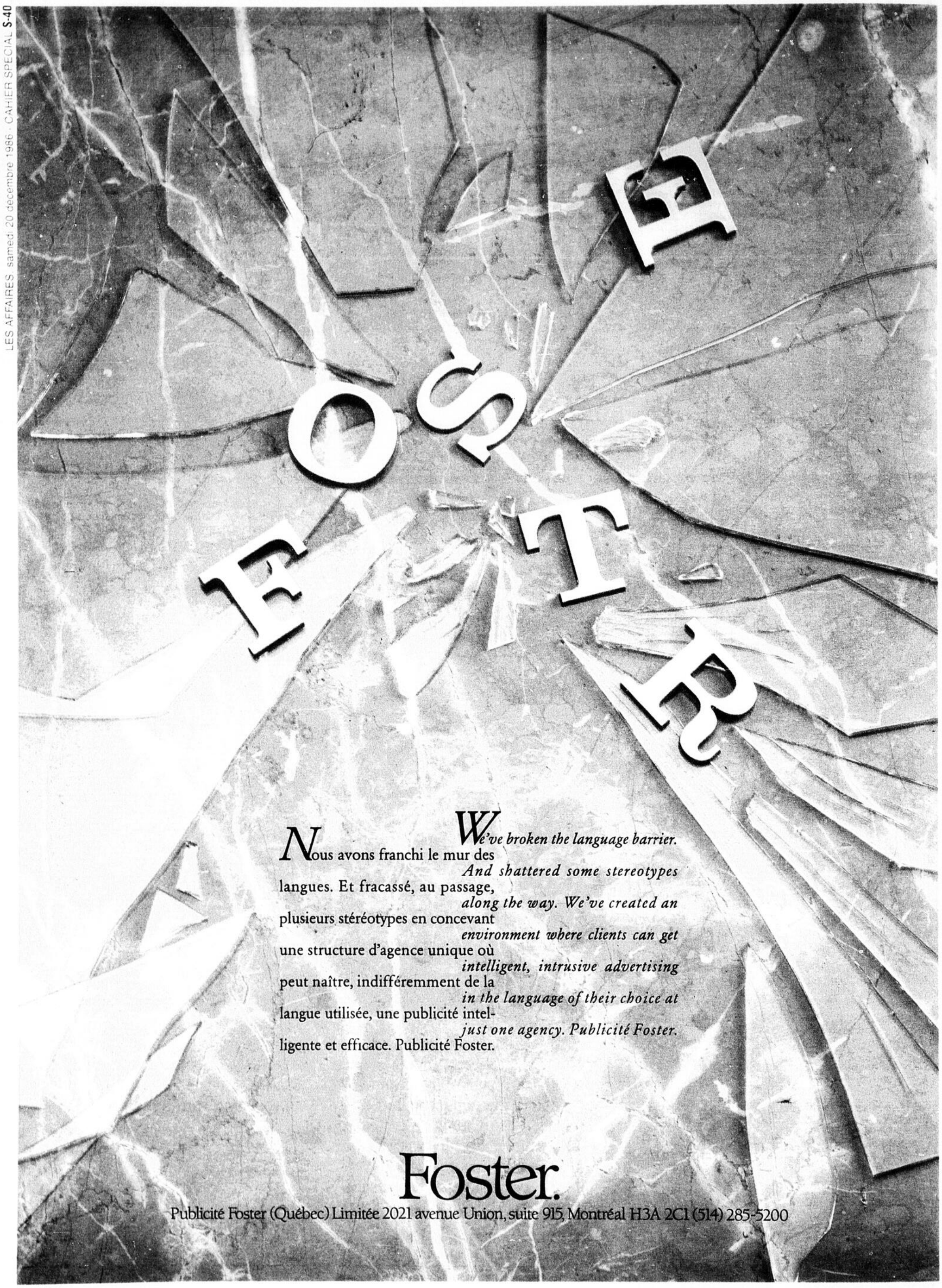
Guy Bernier
Président et chef de la direction

«Tout projet coopératif s'appuie, au départ, sur une volonté d'entraide autour d'un besoin commun. C'est ainsi que la détermination des nôtres à se concerter, à se mettre d'accord, à coordonner leurs énergies pour se donner des services financiers de qualité a fait surgir les caisses populaires Desjardins.

Le même esprit de concertation se perpétue dans leur dynamisme actuel et explique leur profond enracinement dans le milieu.»

Guy Bernier

Fédération des caisses populaires Desjardins de Montréal et de l'Ouest-du-Québec



We've broken the language barrier.
Nous avons franchi le mur des
And shattered some stereotypes
langues. Et fracassé, au passage,
along the way. We've created an
plusieurs stéréotypes en concevant
environment where clients can get
une structure d'agence unique où
intelligent, intrusive advertising
peut naître, indifféremment de la
in the language of their choice at
langue utilisée, une publicité intel-
just one agency. Publicité Foster.
ligente et efficace. Publicité Foster.

Foster.

Publicité Foster (Québec) Limitée 2021 avenue Union, suite 915, Montréal H3A 2C1 (514) 285-5200