

5888

com



Chambre de commerce
du Montréal métropolitain
Board of Trade
of Metropolitan Montreal

LEADERSHIP Montréal

SEPTEMBRE 2001

VOLUME 4

NUMÉRO 4

DOSSIER

Le prochain jalon important
en formation...

PAGE 10

PROFIL

Benoit Labonté, nouveau
vice-président exécutif
à la Chambre

PAGE 12

N.D.L.R.

page 4

PARTENAIRES

pages 8,9,14,17

AGENDA

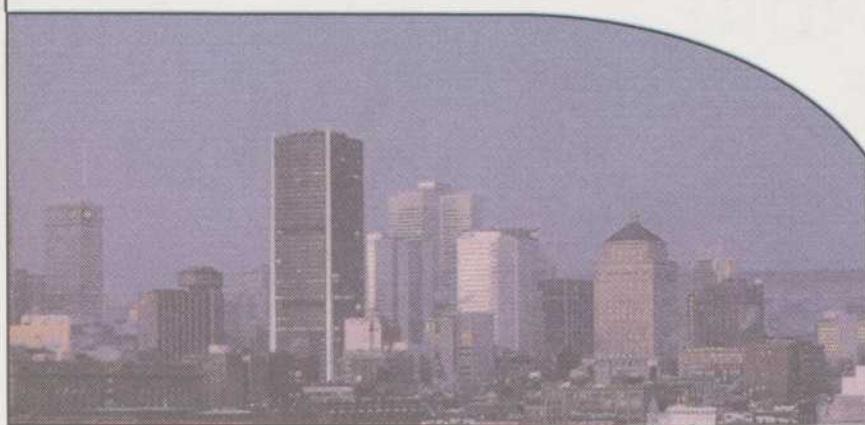
page 19

Publié par la Chambre de commerce du Montréal métropolitain



Le Tableau de bord
encarté dans ce
journal est réalisé en
partenariat avec





LE CHAMBRE PRÉSENTE LE DÉBAT DES CANDIDATS À LA MAIRIE DE MONTRÉAL

La Chambre présentera le débat des candidats à la mairie de la nouvelle ville de Montréal.

L'événement se tiendra le 10 octobre prochain à l'hôtel Hilton Montréal Bonaventure.

IL S'AGIT LÀ DE L'OCCASION PAR EXCELLENCE POUR PIERRE BOURQUE ET GÉRALD TREMBLAY DE DÉVOILER À LA COMMUNAUTÉ DES AFFAIRES DE MONTRÉAL LEUR VISION RESPECTIVE DES ENJEUX ÉCONOMIQUES DE LA NOUVELLE MÉTROPOLE...

comme les priorités de développement, de même que son dynamisme à soutenir les nombreux secteurs d'activité névralgiques de la nouvelle ville. En présentant ce débat, la Chambre jouera, une fois de plus, un rôle de premier plan dans l'avancement d'idées qui auront un impact déterminant pour la vitalité économique des milieux d'affaires montréalais. Les membres de la Chambre sont donc conviés aux premières loges d'un des moments forts de cette course à la mairie. Rendez-vous le 10 octobre prochain ! ■

Nous avons *essuyé* chacune des 18 598 feuilles

de ce sous-bois et balayé le sentier
pour agrémenter votre promenade.



Nous nous compliquons la vie... pour vous la simplifier !

Une bonne assurance collective s'adapte à vos besoins, afin de vous offrir un espace **libre de tout tracas**. C'est pourquoi, chez SSQ Groupe financier, nous mettons tout en œuvre pour vous offrir **des produits novateurs**, un service à la clientèle personnalisé, un traitement des réclamations d'une efficacité étonnante et des formulaires simplifiés. La qualité de nos services est d'ailleurs hautement reconnue : nous affichons **un taux de rétention** de la clientèle de 97,3 %, le plus élevé de l'industrie *. Le régime d'assurance collective SSQ : l'assurance d'être au bon endroit.

SSQ GROUPE
FINANCIER
Assurance
collective

Prendre les devantsSM

* Source : Group Universe Report (Fraser Group) 1999.

www.ssq.ca

RETOUR À L'HORAIRE NORMAL POUR LA CHAMBRE ET INFO ENTREPRENEURS

La saison estivale est terminée et nous revenons à l'horaire normal. À compter du mardi 4 septembre, nos bureaux sont ouverts du lundi au vendredi, de 9 h à 17 h.

Voici les différentes façons de nous joindre :
En personne : 5 Place Ville Marie,
1^{er} étage, bureau 140
Téléphone : (514) 871-4000
Télécopieur : (514) 871-1255
Courriel : info@cmm.qc.ca
Site Web : www.cmm.qc.ca
Au plaisir de vous servir !

LES ATELIERS «APPRENDRE ET ENTREPRENDRE»

PAR NADIA NADÈGE, PRÉSIDENTE DU COMITÉ «APPRENDRE-ENTREPRENDRE»

Vous voulez développer vos connaissances et mettre en situation vos pratiques professionnelles, réseauter activement dans un contexte pratique et interactif ? La Chambre offrira cette année aux décideurs, entrepreneurs et gestionnaires membres qui veulent ajouter des clés de succès à leurs affaires les nouveaux ateliers «Apprendre - Entreprendre». Les non-membres qui le désirent pourront s'inscrire et avoir ainsi un avant-goût de la valeur d'une adhésion à la Chambre.

OBJECTIF DES ATELIERS «APPRENDRE - ENTREPRENDRE»

C'est un programme d'ateliers qui, grâce à des mises en situation, permettront aux participants de mettre à jour leurs connaissances et d'appliquer leurs compétences professionnelles. Le partage d'expérience leur permettra d'élargir leur réseau et de mieux saisir les perspectives et les enjeux de leur milieu d'affaires.

Lancé et présidé par Nadia Nadège, présidente d'AADVENIR Marketing stratégique, le nouveau comité en pleine formation au sein de la Chambre n'est pas vraiment nouveau... (voir page 6). En effet, il découle du programme d'ateliers de formation que le comité Travailleurs autonomes et micro-entreprises (TAME) proposait aux membres de la Chambre durant les trois dernières années.

Prévus au départ pour les professionnels, travailleurs autonomes et entreprises de moins de 5 employés, ces ateliers de formation ont vu leur succès grandir d'année en année : on a, à plusieurs reprises, affiché «complet» et l'analyse des sondages basés sur cinq critères donnait un taux de satisfaction de près de 95 %, en évolution constante depuis trois ans (une moyenne de 92 % sur trois ans.) Certains animateurs ont dû offrir une deuxième session pour répondre à la demande qui provenait de tous les secteurs d'activité.

En plus du succès obtenu auprès de tous les secteurs, le type de participants a évolué vers une représentation de tous les membres de la Chambre — et non seulement de la catégorie TAME —, ce qui démontre un réel besoin d'actualisation des connaissances et des compétences des gestionnaires et des dirigeants d'entreprises. Les participants se répartissaient comme suit : 35 % d'entreprises de plus de 50 employés; 35 % de petites entreprises comptant de 5 à 49 employés; et 30 % de micro-entreprises et travailleurs autonomes.

LES SECRETS DE CE SUCCÈS

Les critères de réussite des ateliers ont été identifiés et ils constitueront la base du nouveau comité ATELIERS «APPRENDRE - ENTREPRENDRE» :

- La générosité des membres du comité et des animateurs : ils ne sont pas avares de leur temps, ont un sens de la promotion et de la valorisation de la Chambre.
- La fiabilité : ponctuels, rigoureux et directs dans leur communication.
- L'enthousiasme : ouverts d'esprit, passionnés de leur métier et aussi passionnés de servir la communauté d'affaires.
- L'entrepreneuriat : innovants, autonomes, prenant des décisions rapidement et sachant tenir leurs engagements. L'équipe développe et démontre le sens du concret, le sens des résultats et un leadership d'action.
- Des principes de gestion participative : pas de rapport de pouvoir ni de distinction hiérarchique, la responsabilité de tous pour que ça marche, et surtout une reconnaissance systématique des réussites et de la participation de chacun, ainsi qu'une communication constante entre les membres sur une base informelle.
- La priorité donnée à l'efficacité : une tenue rigoureuse des réunions avec ordre du jour et gestion du temps et

des délais, un suivi systématique des actions et des personnes, et le principe d'éviter de faire les choses à la dernière minute ou à moitié.

POURQUOI PARTICIPER ?

- Pour découvrir vos pairs aussi bien que des confrères qui oeuvrent dans des secteurs différents; partager vos expériences et en tirer profit pour vos affaires.
- Pour inviter vos relations, vos connaissances, vos collègues et même de vos contacts qui ne sont pas encore membres de la Chambre pour leur faire découvrir la richesse d'une expérience.
- Pour actualiser vos compétences avec des animateurs sélectionnés pour leur excellence, leur sens de l'écoute et de la participation, leur souci du service à la clientèle et leur passion pour leur communauté d'affaires.

Le cocktail de lancement aura lieu le 4 octobre prochain dans les locaux de la Chambre et les dates des prochains ateliers seront publiés dans le prochain numéro de ce journal.

LES FONDATEURS DU COMITÉ

Diane Côté, vice-présidente du centre d'affaires Liaisons - bureaux d'affaires et bureaux virtuels.

René Normand, président de Drakkar Marketing, développement de forces de vente au Canada et aux USA.

Mélanie Destrempes, relationniste à Bavota Communications.

Martine Chanier, conseillère en développement d'affaires Europe-Canada.

Jacqueline Joachim, présidente de Familles en Fêtes, organisation de mariages et de célébrations familiales.

Et moi-même, **Nadia Nadège**, présidente de AADVENIR Marketing stratégique Inc. - planification stratégique de développement d'affaires par le marketing opérationnel, la communication, le coaching et la formation. ■

Publié par :



Chambre de commerce
du Montréal métropolitain
Board of Trade
of Metropolitan Montreal

5, Place Ville Marie
Niveau plaza, bureau 12500
Montréal (Québec) H3B 4Y2
Tél. : (514) 871-4000
Téléc. : (514) 871-1255
Site Web : www.ccmm.qc.ca
Courriel : info@ccmm.qc.ca

Président
Normand Legault

**Éditeur délégué et
rédactrice en chef**
Madeleine Murdock

Collaborateurs
Nicole Beaudry
Sylvain Bouffard
Charles Bourgeois
Stephen Curran
Loïc Dehoux
Anick Hardy
Françoise Mommens
Nadia Nadège
Nicole Ranger
Rémi Thibeault
Éric Véronneau

**Secrétaire à la production et
à la publicité**
Sylvie Paquette

Publicité
Johanne Gagné
Muriel M. Mireur

Design et production
Talengo Design inc.

Impression
Imprimeries Transcontinental inc./
Division Transmag

Coût de l'abonnement
25 \$ (9 numéros) taxes en sus

Photo de la couverture :
Denis Demers
L'avenue McGill College, vue de
l'esplanade de la Place Ville Marie.

ISSN 1480-4638

Dépôt légal
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada

praxcim

l'ingrédient
qui fait toute la
différence

Outils d'apprentissage
pour l'engagement
et le passage à l'action
de vos gens

(514) 393-8026
www.praxcim.com

© Praxcim 2001

UNE RENTRÉE SOUS LE SIGNE DU CHANGEMENT

L'été s'achève à peine que la nouvelle saison 2001-2002 de la Chambre s'annonce déjà avec un agenda fort chargé. On se souviendra longtemps des grandes chaleurs d'août dernier. Mais l'automne montréalais, lui aussi, risque d'être des plus chauds, alors que le monde municipal se prépare à la naissance de la nouvelle ville le 1^{er} janvier 2002.

Au cours des mois à venir, la Chambre sera au cœur même de cette transition. Ainsi, deux de nos petits déjeuners Perspectives seront consacrés à la présentation du processus électoral, le 4 octobre, et le 15 novembre, à la présentation en primeur au grand public du premier budget de la nouvelle ville par l'équipe du Comité de transition de Montréal.

Le 10 octobre, les deux principaux candidats au scrutin du 4 novembre, MM. Pierre Bourque et Gérald Tremblay participeront à un débat midi au cours duquel ils auront l'occasion de partager leurs perspectives sur Montréal. Ce ne sont là que quelques-unes des activités que proposera la Chambre cette année à la communauté économique montréalaise.

Cette étape de transition coïncide également avec les transformations que vit elle-même la Chambre de commerce du Montréal métropolitain. La mise en place d'une nouvelle structure administrative pour la région ne peut se faire sans que l'organisme représentant son milieu économique ne se questionne sur la pertinence de son propre rôle, de ses actions et des services qu'elle propose à ses membres. C'est en ce sens que la Chambre sonde présentement l'opinion de ses membres sur leurs intérêts et leurs attentes.

La structure administrative de l'organisation a également subi un changement majeur. M. Benoit Labonté a pris la relève en juillet dernier de M. Luc Lacharité qui, après plus de quinze années à la Chambre, a amorcé une nouvelle carrière dans le secteur privé. Avant d'arriver aux commandes de la Chambre, M. Labonté a été successivement président-directeur général du World Trade Centre Montréal et conseiller spécial et chef de cabinet de

l'honorable Paul Martin. Un profil du nouveau vice-président exécutif vous est d'ailleurs proposé en page 12 de ce numéro. Il y est notamment question de l'importance du rôle de la ville-région comme intervenant majeur dans le développement économique sur la scène internationale.

Leadership Montréal en profite aussi pour se rajeunir un peu et resserrer ses colonnes. Vous aurez constaté tout d'abord le nouveau format du journal, ainsi qu'une nouvelle mise en page. Quant au contenu, nous tenterons toujours d'explorer les sujets se rapportant à l'actualité montréalaise. Ainsi, quoi de plus approprié, pour septembre, que de jeter un œil sur les besoins en formation de nos entreprises. Parmi les nouvelles rubriques, nous aurons grand plaisir à vous donner des nouvelles de nos membres et, à compter du mois prochain, nous publierons aussi le point de vue d'un de nos grands partenaires sur un sujet d'actualité.

Les lecteurs constateront également la participation de nos organismes affiliés, l'Institut du commerce électronique et le World Trade Centre Montréal, au nombre de nos chroniques régulières. Leur contribution permettra au lecteur de bien saisir l'importance des enjeux reliés aux secteurs de pointe que sont l'exportation et les nouvelles technologies de l'information et des communications.

Une chronique d'Info-entrepreneurs proposera également de l'information stratégique concernant les services gouvernementaux disponibles aux entreprises.

En terminant, nous vous donnons rendez-vous à l'assemblée générale annuelle des membres de la Chambre, qui, cette année, se tiendra le 2 octobre prochain à l'hôtel Le Reine Elizabeth. Ne tardez pas à vous inscrire.

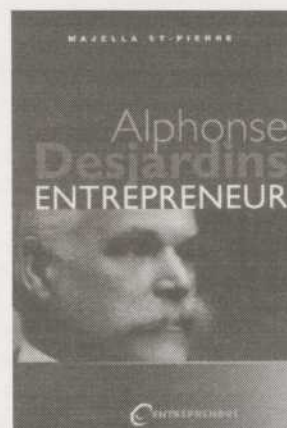
D'ici-là, bonne rentrée !

La Rédaction

FLASH : DES PETITES NOUVELLES DE NOS MEMBRES

La Fondation de l'entrepreneurship et les Éditions Transcontinental lançaient au début de l'été le 150^e titre de la collection *Entreprendre*, *Alphonse Desjardins, entrepreneur*. L'auteur, Magella Saint-Pierre, est diplômé en lettres de l'Université Laval et ancien gestionnaire au Mouvement Desjardins, retrace dans cet ouvrage les grandes étapes du parcours d'entrepreneur d'Alphonse Desjardins, ce visionnaire qui fut le principal promoteur du mouvement coopératif d'ici en plus d'être un génie du marketing et un fin gestionnaire. À l'heure de la communication et de la mondialisation, Alphonse Desjardins reste un modèle éminemment actuel... même avant-gardiste.

D'un grand intérêt de même qu'une source d'inspiration pour qui s'intéresse à la naissance de la coopération et des mouvements sociaux au Québec.



Le laboratoire de génie pharmaceutique **Wyeth-Ayerst Canada** vient de faire un don de 225 000 \$ — échelonné sur 3 ans — à l'École Polytechnique pour que cette dernière poursuive ses activités relatives à l'orientation en génie pharmaceutique. Polytechnique inaugurerait récemment un laboratoire de production de molécules dont l'aménagement et la modernisation ont été rendu possible grâce à la contribution de Wyeth-Ayerst, l'une des pionnières de l'industrie pharmaceutique au Canada et le principal exportateur de produits pharmaceutiques au pays.

À la fin de juin, le **Mouvement des caisses Desjardins** mettait en chantier la phase 1 du complexe immobilier de la **Cité du commerce électronique** à

l'angle René-Lévesque et de la Montagne, au centre-ville de Montréal. Desjardins a décidé d'innover dans le marketing immobilier en utilisant, pour annoncer le projet de construction, une affiche géante de 18 m de large sur 23 m de haut, plutôt que le traditionnel panneau de rue. L'affiche est apposée sur le mur extérieur de l'ancien Hôtel Montréal Crescent, situé sur le terrain où seront développées les diverses phases du projet de la Cité électronique.



Deux grandes sociétés québécoises de même que la **Ville d'Ottawa** signaient récemment d'importants contrats avec **SAP Canada Inc.** Ce sont **Domtar Inc.**, qui veut tirer partie de la puissance d'Internet pour atteindre ses objectifs d'affaires et **Pratt & Whitney Canada**, qui choisit cette solution de commerce électronique comme outil pour améliorer ses processus d'affaires. Pour sa part, la nouvelle **Ville d'Ottawa**, avec sa population d'après-fusion de 785 000 habitants et ses 17 000 employés, avait besoin de solutions pour relier les systèmes disparates des précédentes municipalités devenus incompatibles.

SAP est un chef de file mondial du marché de solutions logicielles inter-entreprises. La société, présente dans 50 pays répartis sur les cinq continents, a atteint, en 1999, un chiffre d'affaires de 5,11 milliards d'euros.

L'École des sciences de la gestion de l'**UQAM** célébrait en juin son 25^e anniversaire. Au cours du Gala donné à cette occasion, des Méritas ont été décernés dans deux catégories. Le Méritas Excellence MGP a été remis à

◀ page 4 - Flash...

M. Robert Abdallah, directeur principal, Projets et construction, à Hydro-Québec, pour souligner la carrière exceptionnelle de ce diplômé du programme. Le Méritas Reconnaissance MGP était destiné à un professionnel de la gestion de projet pour sa contribution importante à l'essor de cette discipline. Il a été remis à **M. Pierre-Michel Ménard**, cofondateur du programme de maîtrise en gestion de projet de l'UQAM et également professeur au Département de management et technologie de l'UQAM.

Vancouver. Des activités se déroulent pendant cinq jours dans les lieux choisis par les designers, les manufacturiers et les promoteurs.

L'industrie québécoise de l'habillement emploie quelque 50 000 travailleurs principalement dans le Grand Montréal qui se démarque avec près de 50 % de la production canadienne, contre 20 % pour Toronto. Une initiative qui augmentera la visibilité et la notoriété des produits de mode québécois et de son industrie.



Toutes les grandes capitales le font... Cette année, Montréal le fait aussi. Du 3 au 7 septembre, Montréal vivra au rythme de la mode montrealaise. Créateurs et manufacturiers profiteront de cette semaine pour faire découvrir leurs nouvelles collections 2002 aux acheteurs professionnels et aux médias. Une initiative de **Liaison Mode Montréal** et de sa coordonnatrice, **Mme Lynda Brault**, maître d'oeuvre de l'événement, la **Semaine de Mode de Montréal** ouvre le bal des collections en s'affichant la première sur le calendrier canadien, avant Toronto et

Le **Grand Prix de l'Entrepreneur de Ernst & Young** en est à sa 8^e année au Canada. Ce concours représente le plus important programme de récompenses au monde pour les entrepreneurs. En plus de rendre hommage aux grands entrepreneurs, il met en valeur

l'importance des incidences économiques découlant des initiatives industrielles.

Le banquet du Grand Prix de l'Entrepreneur 2001 du Québec se tiendra le 25 octobre à l'hôtel Le Centre Sheraton, à Montréal. Le public est invité à y assister. Les noms des lauréats des huit catégories seront divulgués le 25 octobre prochain au cours du banquet du Grand Prix de l'Entrepreneur du Québec.

Plusieurs membres de la Chambre se classent parmi les finalistes dans diverses catégories. Ce sont : John Houde, Robert Lacoste et Stéphane Lemieux, d'Ameublement de bureau Focus inc.; Madeleine Paquin, d'Ameublement de bureau Focus; André Boulay, de Boomerang Tracking Inc.; Richard Norman, de Hyperchip; Sébastien Demers et Alain Paquin, de Fokus-Group; Marcel Ostiguy, d'Aliments Carrière; Gilles l'Abbé, de Héroux-Devtek inc.; André Beauchesne et Michel Ostiguy, de l'agence BOS; Peter George et Réjean Laflamme, de Force Multimédia; Claude Lessard, de Groupe Cossette Communications. Félicitations et bonne chance aux finalistes.

Symbiose de plusieurs formes d'art, la mosaiculture puise ses origines dans les parterres tout en "broderie" de la Renaissance. Les **Mosaïcultures Internationales de Montréal** sont présentées au public jusqu'au 8 octobre, au Parc des Écluses dans le Vieux-Port de Montréal, juste au pied des anciens silos à grain. Vous avez jusqu'à cette date pour aller apprécier cet événement horticole de grande qualité. Des dragons, éléphants, pandas et autres... tout en mousse et en fleurs vous y attendent.



Faites-nous savoir ce qui arrive de nouveau dans votre entreprise : lancement d'un nouveau produit, nouvelles acquisitions, investissements récents... Nous en parlerons dans Leadership Montréal autant que l'espace le permettra... ■

ÉCOLE DE TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION



maîtrisez l'information. maîtrisez l'avenir.

AVEC UN PROGRAMME DE 2^e CYCLE
EN TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION,
OUVREZ-VOUS TOUS LES HORIZONS !

- Maîtrise en technologie de l'information (45 cr.)
- Diplôme d'études supérieures spécialisées (30 cr.)
- Programme court en technologie de l'information (15 cr.)

DEMANDE D'ADMISSION

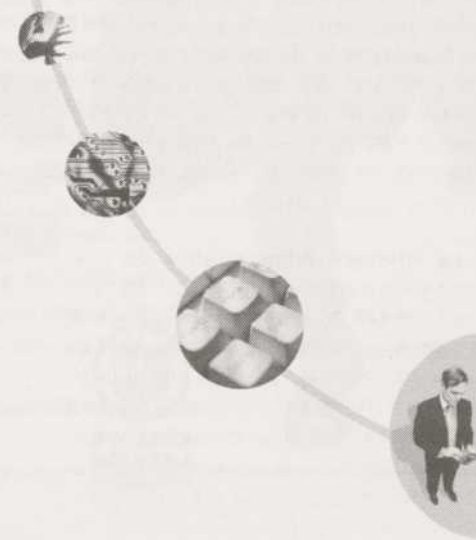
Hiver 2002 ➤ jusqu'au 1^{er} novembre 2001

POUR EFFECTUER VOTRE DEMANDE D'ADMISSION
OU POUR PLUS D'INFORMATION :

www.eti.quebec.ca
(514) 396-8618 • 1 888 394-7888 • eti@etsmtl.ca

L'ÉTI EST UN PARTENARIAT ENTRE QUATRE ÉTABLISSEMENTS DU RÉSEAU DE L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC.

 Université du Québec
École de technologie supérieure
Institut national de la recherche scientifique
Télé-université
Université du Québec à Montréal



CORRIDORS DE COMMERCE QUÉBEC - ÉTATS-UNIS - MEXIQUE

PAR ÉRIC VÉRONNEAU, CHARGÉ DE PROJETS À LA CHAMBRE

L'automne dernier, le comité Transport de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain formait un groupe de travail chargé de mettre en place une organisation de corridors de commerce pour le Québec et d'ouvrir la voie à des ententes avec des partenaires américains. Ce groupe de travail est dirigé par M. Albert Juneau, consultant en développement économique et membre du comité Transport; il est composé de représentants des ministères des Transports du Canada, du Québec, ainsi que des quatre modes de transport.

Cette démarche fait suite aux sept priorités retenues par le Comité interrégional pour le transport des marchandises (CITM), groupe mis sur pied par les Conseils régionaux de développement de l'île de Montréal (CRDIM), de Lanaudière, des Laurentides, de Laval et de la Montérégie, dans le cadre du Plan stratégique visant à permettre à la grande région montréalaise de renforcer sa position concurrentielle comme

plaque tournante du transport en Amérique du Nord. Une de ces priorités a particulièrement retenu l'attention de la Chambre, soit celle de la création des corridors de commerce entre le Québec, les États-Unis et le Mexique.

QU'EST-CE QU'UN CORRIDOR DE COMMERCE ?

Il s'agit essentiellement d'axes de transport et de communication spécifiques ayant des infrastructures et des systèmes de transport et permettant de générer un plus grand volume d'échanges commerciaux. Il existe, à l'intérieur de ces corridors, des législations et des règlements qui régissent la circulation et les échanges. Ces corridors de commerce sont soutenus par des organisations non gouvernementales (ONG) bi ou tri-nationales, réunissant des partenaires des secteurs privé et public et vouées à la promotion et au développement des échanges commerciaux à l'intérieur d'un corridor spéci-

fique. Il existe environ une vingtaine de corridors dans l'ALÉNA dont le plus important est le fameux *North America's Superhighway Coalition* (NASCO) qui traverse le centre du continent, de Winnipeg à Mexico, en passant par Laredo, le principal point de passage à la frontière américano-mexicaine.

Actuellement, le Québec est la seule province à ne pas faire partie d'un corridor canado-américain, malgré le fait que les États-Unis sont le principal partenaire économique de la province, et que les corridors de commerce entre le Canada, les États-Unis et le Mexique se multiplient rapidement depuis quelques années. Considérant le développement très rapide des nouvelles économies situées au sud de notre voisin, il est à prévoir que la croissance des échanges économiques des États-Unis sera de plus en plus orientée vers le Mexique et l'Amérique du Sud. Le Québec, et plus particulièrement la grande région de Montréal, doit mettre en place des mécanismes lui permettant de tirer profit de la croissance des échanges avec ces marchés émergents, si elle veut demeurer concurrentielle à l'échelle nord-américaine.

Puisque, dans la plupart des cas, ce sont les chambres de commerce qui sont les initiatrices de ces corridors, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, en coopération avec la Chambre de commerce du Québec, n'a

pas hésité à prendre le leadership du projet.

La Chambre entend développer deux corridors particuliers : un dans l'axe nord-sud reliant le Québec à l'État de New-York, et le corridor Montréal / Toronto / Détroit / Chicago dans l'axe est-ouest. Nous travaillons présentement à un projet de coopération avec le *Champlain Hudson Trade Corridor and Gateway Coalition*, une organisation de l'État de New-York, créée par la *Plattsburgh Chamber of Commerce*, dont la mission est de faire la promotion du corridor Québec / New-York qui sera vraisemblablement le premier à voir le jour.

De plus, des représentants de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain et la Chambre de commerce du Québec se rendront à Albany, les 24 et 25 septembre prochain, pour présenter le projet de corridor de commerce dans le cadre de l'événement Québec / New-York 2001. Cet événement est organisé par le Bureau des saisons du Québec afin de faire la promotion culturelle et économique du Québec dans l'État de New-York. L'occasion sera bonne pour les gens d'affaires de la grande région de Montréal et de l'État de New-York de prendre connaissance de l'énorme potentiel économique que peut offrir un tel corridor. ■

LA CROISSANCE DE VOTRE ENTREPRISE REPOSE SUR SON PERSONNEL. SA PERFORMANCE EN EST LA CLÉ !

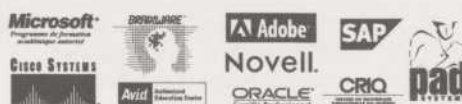
Chez ilasalle et Collège LaSalle-Industries, l'apprentissage est la condition à une meilleure performance. Chacun y trouve sa façon d'apprendre.

Plus de 500 formations et notre approche Brainware^{MD} exclusive.



- > Méthodes éprouvées
- > Meilleurs outils
- > Catalogue et inscriptions en ligne
- > Système de gestion des apprentissages en ligne
- > Formations en ligne, sur cédéroms ou en classe (partout au Québec)
- > Cours privés ou publics
- > Cours sur mesure

La référence en formation technique partout dans le monde !



Certains de ces ententes de partenariat sont avec d'autres membres du Groupe Collège LaSalle notamment le Collège LaSalle et le Collège Inter-Dec.



**COLLÈGE
LASALLE
INDUSTRIES**

une filiale de ilasalle inc.

Tél. : 1.866.896.3073 Téléc. : 514.876.8876
www.ilasalle.com
www.cli.qc.ca

UN NOUVEAU COMITÉ VOIT LE JOUR À LA CHAMBRE

Devant le succès remporté par les ateliers de formation offerts aux travailleurs autonomes et micro-entreprises au cours de l'exercice 2000-2001, la Chambre a décidé d'ouvrir ces ateliers également aux dirigeants des petites et moyennes entreprises.

Un comité a donc été formé - le comité «Apprendre-Entreprendre» - qui, entre autres, préparera la grille des ateliers et identifiera les animateurs. Le nouveau comité entend faire appel à d'autres comités (Travailleurs autonomes et micro-entreprises de même que Ressources humaines) pour les inviter à proposer des sujets d'ateliers et des noms d'animateurs.

Le comité «Apprendre-Entreprendre» sera présidé par Nadia Nadège, présidente de AADVENIR Marketing stratégique. Nadia Nadège œuvre depuis 25 ans dans le domaine du marketing et de la formation. Diplômée d'universités européenne et américaine en marketing, communication, relations



Nadia Nadège

publiques et journalisme, de même qu'en psychologie et éducation des adultes, son expérience internationale couvre tous les domaines du métier tels que planification stratégique, recherche et communication corporative, publications d'entreprises en ligne... Elle est de plus auteure de plusieurs ouvrages en français de même qu'une conférencière recherchée qui privilégie le réseautage pour développer sa clientèle d'entreprise.

Voir en page 3 pour plus de détails sur ces ateliers. ■

LES CHEFS D'ENTREPRISES ET LES DÉCIDEURS SONT-ILS CONVAINCUS DE LA NÉCESSITÉ DE LA FORMATION ?

PAR NADIA NADÈGE, PRÉSIDENTE DU COMITÉ «APPRENDRE-ENTREPRENDRE»

L'alphabétisation et la formation continue représentent aujourd'hui des besoins de plus en plus criants. La mondialisation des marchés et l'explosion de la technologie demandent de plus en plus de former une main-d'œuvre non seulement qualifiée, mais surtout capable de maîtriser la langue au-delà de la communication verbale, capable aussi de développer un esprit critique, une pensée logique et une capacité de décision.

En présentant un programme d'activités de formation comme celui du projet «Apprendre-Entreprendre» — des ateliers qui sont directement applicables à la réalité des gens d'affaires —, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain affirme son engagement à être un acteur sociétal majeur pour sa communauté professionnelle.

C'est aussi une façon de sensibiliser les entreprises et organisations, de les amener à avoir comme priorité de développer les compétences et les connaissances des ressources humaines qui constituent le cœur de leur survie économique. Sans employés, pas d'entreprises; sans employés bien formés, compétents, pas de croissance possible.

L'éducation continue doit exister au-delà des écoles, collèges ou universités.

J'ai participé à l'Opération Retour à l'école, une activité de la Chambre qui consiste à inviter les gens d'affaires à visiter des écoles secondaires pour témoigner auprès des jeunes de leur vie dans le monde du travail et des affaires, et ainsi lutter contre le décrochage scolaire. J'ai pu y observer ce que nous pensons généralement de l'éducation de base.

La plupart d'entre nous croient que l'éducation de base se limite à l'acquisition de compétences rudimentaires en lecture, en rédaction et en calcul : la démarche est beaucoup plus complexe, ne serait-ce que pour développer les aptitudes pour utiliser les outils informatiques et les réseaux Internet, des instruments aujourd'hui incontournables.

J'ai eu également l'occasion de préparer la planification stratégique de développement d'une fondation vouée à la promotion de la scolarisation autant en Afrique et en Haïti qu'en Amérique du Nord. À l'occasion de sondages et d'interviews, j'ai remarqué combien les entreprises privées autant que les individus — employés, gestionnaires, dirigeants ou retraités — affirmaient se sentir très peu concernés par l'avenir des enfants sans école.

Participer à élever continuellement le niveau d'éducation exige un engagement à long terme de tous les partenaires concernés : les commissions scolaires, les établissements collégiaux, le système universitaire et le secteur privé.

La réalité économique appelle une formation professionnelle pratique et surtout peu théorique.

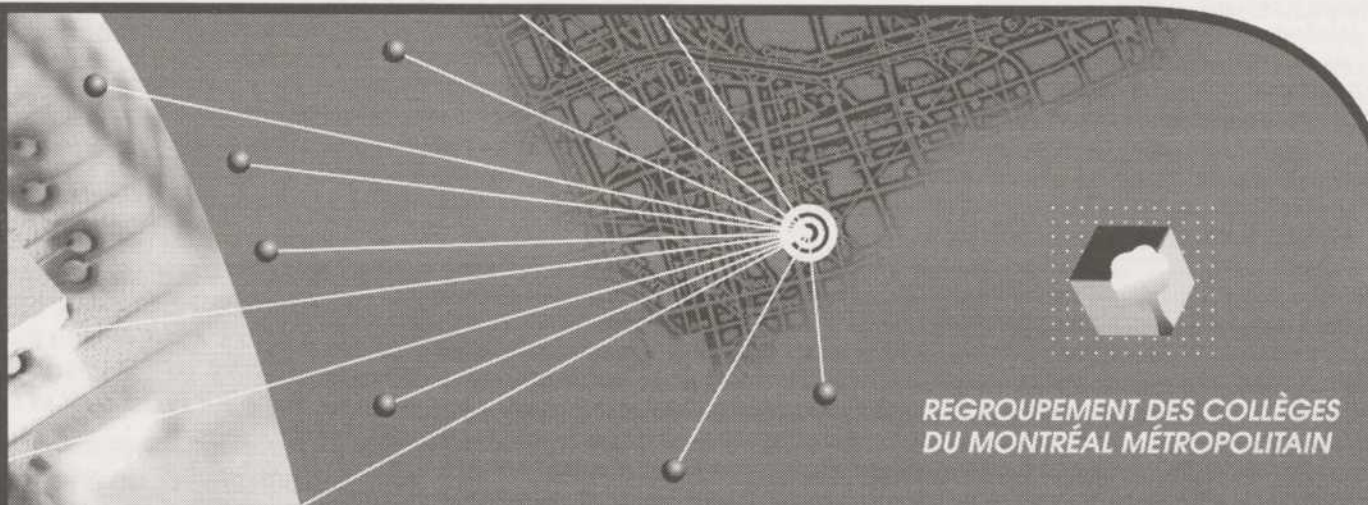
Parler d'éducation professionnelle continue est une chose et nous pouvons observer que les concepts sont acceptés par principe par les institutions gouvernementales ainsi que par le corps enseignant. Mais l'application très limitée de la Loi par les entreprises — et en particulier par les PME et les réseaux associatifs — démontre que, dans la réalité quotidienne, les chefs d'entreprises et les décideurs reconnaissent peu la nécessité de la formation continue et d'actualisation des connaissances.

Les décideurs et les entrepreneurs entendent seulement l'éducation formelle et théorique sanctionnée par un diplôme. Pourtant, si nous prenons la peine de sélectionner des critères de mesure, de questionner les personnes formées, d'analyser les réponses collectées et d'ajuster en permanence la formation délivrée, la formation professionnelle continue peut aussi bien être évaluée rigoureusement. Il est certain qu'il faut le courage de se remettre en question et d'exiger le meilleur pour son environnement.

Dans son dernier rapport sur le multiculturalisme canadien, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce

international annonçait qu'il existe au Canada plus de 70 collectivités ethnoculturelles et plus de 60 langues parlées, et que certaines écoles comptent dans leurs rangs des membres de plus de 20 groupes ethnoculturels. Comment ces différentes cultures vont-elles pouvoir travailler ensemble dans une contribution mutuelle... sinon en parlant la même langue ?

Encore faut-il que — par une formation professionnelle continue et un accès à l'éducation de base pour tous — chacun ait accès à des outils simples et concrets d'amélioration de ses connaissances et de ses compétences professionnelles. ■



REGROUPEMENT DES COLLÈGES DU MONTRÉAL MÉTROPOLITAIN

Le Regroupement des collèges du Montréal métropolitain (RCMM) rassemble tous les collèges publics francophones et anglophones de l'île de Montréal à des fins de concertation et de représentation dans le milieu.

Président
Keith W. Henderson
Directeur général, Collège John-Abbott

Directeur général
Michel Sylvestre, Ph.D.

Un imposant parc d'équipements technologiques d'avant-garde à la disposition de la population, des travailleurs et de l'industrie

Plus de 200 programmes d'études différents menant à une certification reconnue par le ministère de l'éducation

Plus de 7000 diplômés par année en formation technique

Les laboratoires et les équipements les plus modernes

- Nouvelles technologies de l'information et de la communication (ntic), dont informatique, génie électrique, télécommunication, multimédia
- Biotechnologie et santé
- Arts et communications
- Gestion : de la qualité, du transport, des finances, de l'environnement, etc.

Diplômes et attestations d'études collégiales

- Plus de 80 programmes d'études conduisant au DEC
- 150 programmes de formation courte menant à une AEC

Quelque 5000 DEC et 2000 AEC

5701, AV. CHRISTOPHE-COLOMB MONTRÉAL (QUÉBEC) H2S 2E9

TÉLÉPHONE : (514) 271.5508
TÉLÉCOPIEUR : (514) 271.4320
CEGEP@RCMM.SRAM.QC.CA

COLLÈGES MEMBRES DU RCMM

Ahuntsic • André-Laurendeau • Bois-de-Boulogne • Dawson • Gérald-Godin • John Abbott • Maisonneuve Marie-Victorin • Rosemont • Saint-Laurent • Vanier • Vieux Montréal

INFO ENTREPRENEURS, UN LIEN DYNAMIQUE ENTRE GOUVERNEMENTS, ORGANISMES ET ENTREPRENEURS

PAR NICOLE BEAUDRY, CHEF D'ÉQUIPE, CENTRE D'INFORMATION, INFO ENTREPRENEURS

Info entrepreneurs — un service public conçu pour aider les entrepreneurs du Québec — a été mis sur pied en 1994 dans un esprit de partenariat entre les gouvernements du Canada et du Québec et la Chambre de commerce du Montréal métropolitain. Fruit de plusieurs ententes formelles et informelles, il représente, pour les entrepreneurs, une porte d'entrée privilégiée dans la recherche d'information stratégique.

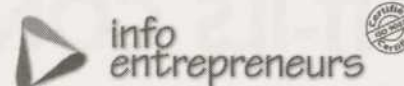
Il fait partie du réseau des Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC) qui compte treize centres principaux à travers le pays. Leur mandat est de fournir promptement et gratuitement aux entreprises de toutes les régions du pays des renseignements exacts d'ordre commercial sur les programmes, services et règlements des gouvernements provincial et fédéral. Dans un contexte de mondialisation et de révolution technologique continue, les gens d'affaires sont de plus en plus souvent confrontés à un important défi : où et comment trouver rapidement de l'information stratégique ?

Depuis 1994, l'équipe d'Info entrepreneurs a répondu à plus d'un million de demandes d'information provenant de gens d'affaires de partout au Québec. Nous pouvons donc parler d'un réel besoin des entreprises dans tous les secteurs et à tous les stades de leur

développement. Comment créer une entreprise ? Que doit inclure mon plan d'affaires ? Quelles sont les exigences en matière d'exportation ? Existe-t-il une subvention pour financer mon entreprise ? Qu'est-ce qu'une stratégie de commercialisation ? Où puis-je trouver un distributeur ? Y'a-t-il un marché pour mon produit dans tel ou tel pays ? Comment et où obtenir un brevet pour mon invention ?... Un bien mince échantillon des questions les plus couramment posées et qui trouvent réponse auprès des agents d'information.

Lucie Perrault est directrice générale d'Info entrepreneurs : « Dans notre société où le savoir a souvent pris la couleur du dollar, le rôle d'une organisation comme Info entrepreneurs est essentiel... et sans cesse en mouvance. Être leader d'une organisation d'information dans un tel contexte, c'est avoir la capacité de pouvoir s'adapter et se renouveler rapidement ! »

Selon Mme Perrault, le principal défi auquel font face les entrepreneurs lorsqu'ils entament une recherche, c'est la trop grande quantité d'information ! « Même si c'est facilement disponible, comment savoir ce qui est toujours exact ? Et, surtout, ce qui ne l'est plus ? On peut très facilement s'égarer ! Notre rôle consiste à nous assurer que l'information devienne intelligible et personnalisée pour les entrepreneurs. Géné-



ralement, une PME ne dispose pas du temps nécessaire pour effectuer une recherche exhaustive de tous les programmes qui pourraient satisfaire à sa demande. Info entrepreneurs est à leur service pour faciliter leurs démarches et les soutenir dans leurs recherches. Nous leur offrons donc des services d'information personnalisés et diversifiés. »

Les nouvelles technologies de l'information offrent des possibilités sans fin à ses utilisateurs. Elles peuvent être mises à profit dans l'accomplissement de la mission d'Info entrepreneurs. Lucie Perrault poursuit : « Traditionnellement, nous utilisons trois modes de communication pour rejoindre notre clientèle : une réponse en personne, le téléphone et l'Internet. Depuis sa création, notre site Web jouait principalement un rôle de soutien à nos services. Aujourd'hui, nous devons préparer l'avenir. Selon une étude réalisée récemment par le Secrétariat du Conseil du Trésor, 83 % des personnes de 18 à 34 ans ont un niveau de connaissance informatique intermédiaire

ou avancé. Par contre, 80 % des gens de 65 ans et plus utilisent peu ou pas du tout un ordinateur. L'écart est grand, mais il a tendance à s'amincir avec les années. Nous voulons être prêts pour ce virement majeur... et nous le serons ! Déjà, notre site Internet intègre davantage de nos services, en plus de l'option *Consultez-nous !* et des outils virtuels ! Il sera toujours tentant d'explorer les nombreuses possibilités offertes par les nouvelles technologies de l'information, mais nous devons toujours penser à la diversité des besoins de notre clientèle. »

Grâce aux outils de communication traditionnels et modernes dont Info entrepreneurs est doté, il pourra continuer à entretenir ce lien dynamique qui le relie aux différents ministères et agences gouvernementales. Nous souhaitons continuer à stimuler l'économie par de l'information pertinente et fraîche et à faciliter le parcours des entrepreneurs... et de nos partenaires.

Alors, seulement, nous pourrions clamer : mission accomplie ! ■

DES ÉCHOS :

DE L'OPÉRATION «RETOUR À L'ÉCOLE»

Des échos des nombreuses rencontres entre membres de la Chambre et élèves du secondaire qui ont eu lieu au printemps dernier, continuent de nous parvenir.

UN RAPPEL DU CONTEXTE

Depuis cinq ans, dans le but de contrer le décrochage et de stimuler la persévérance scolaire, la Chambre et son comité Éducation investissent du temps pour faire de cette opération un succès et susciter l'intérêt des membres à aller partager leur expérience avec des élèves de 3^e, 4^e et 5^e du secondaire. Cette année, 69 écoles y ont participé et plus de 500 femmes et hommes d'affaires membres de la Chambre s'y étaient inscrits.

UN EXEMPLE PROBANT

Le vice-président de la production au Cirque du Soleil, M. Luc Plamondon, nous faisait récemment parvenir ses commentaires sur son expérience : il faisait partie des personnes qui sont allées rencontrer les jeunes sur leur terrain, c'est-à-dire dans des écoles secondaires et des polyvalentes de la grande région de Montréal.

Il a retiré autant de cette expérience que ce qu'il a voulu faire partager à ces jeunes. Entre les murs de la polyvalente, a-t-il précisé, le premier contact n'est pas toujours facile à établir : parler de

rêve à des élèves de secondaire III sans offrir de référence visuelle correspondante lui semblait plutôt stérile. À deux pas de se demander s'il serait encore du nombre l'an prochain, il a eu l'idée heureuse d'aller plus loin, question de voir si, en modifiant le contexte, le contact pourrait être différent.

Il poursuit ses commentaires ainsi : « ... j'ai donc invité le groupe de secondaire III que j'avais préalablement rencontré à venir passer une journée avec nous au Cirque du Soleil et le résultat fut fort positif. [...] Nous avons regroupé les jeunes avec des gens de divers métiers qui leur ont expliqué le type de travail qu'ils effectuent et les bénéfices qu'ils en retirent. Ce projet remporta un fier succès, autant du côté des élèves que du côté des employés du Cirque, et nous considérons déjà répéter l'expérience l'an prochain. [...] »

De retour à leur école, les jeunes visiteurs fascinés se sont empressés de faire parvenir au Cirque des mercis par milliers, des « super » par dizaines, sans oublier les « bisous » de circonstance.

Merci, M. Plamondon ! Voilà de quoi inviter les troupes de la Chambre à investir de nouveau du temps pour la relève. Nous pourrions continuer à soutenir les jeunes dans leur cheminement scolaire et inciter encore plus de gens d'affaires à participer à l'édition 2002 de l'opération «Retour à l'école». ■

LA STRATÉGIE GAGNANTE POUR PRÉPARER LA RELÈVE

LE PROGRAMME DE PERFECTIONNEMENT DES CADRES CIREM-HEC ÉLARGIT LES PERSPECTIVES ET FORME LES DIRIGEANTS PROMETTEURS DES ENTREPRISES À LA PENSÉE ET L'ACTION STRATÉGIQUES.

CIREM



HEC

- Un ressourcement, un enrichissement en profondeur, une formation générale en gestion, dans une perspective nationale et internationale.
- Un tremplin vers de plus vastes responsabilités.
- Une formule intensive et toujours contemporaine, qui fait ses preuves depuis 25 ans.
- Un programme animé par des professeurs chevronnés, qui excellent tant dans les universités que les entreprises.

Les participants sont des gestionnaires d'expérience issus d'une grande variété de secteurs d'activités et d'entreprises.

SESSION 52

Du 16 au 29 septembre 2001
Du 28 octobre au 9 novembre 2001

SESSION 53

Du 10 au 23 mars 2002
Du 21 avril au 3 mai 2002

CIREM - CENTRE INTERNATIONAL DE RECHERCHES ET D'ÉTUDES EN MANAGEMENT
RENSEIGNEMENTS ET INSCRIPTION
Téléphone : (514) 935-4207
Télécopieur : (514) 932-1060
Site Internet : <http://www.cirem.ca>

MONTRÉAL - POUR UNE PRÉSENCE CONCERTÉE SUR INTERNET

PAR CHARLES S. BOURGEOIS, VICE-PRÉSIDENT EXÉCUTIF

Le processus d'intégration des nouvelles villes de Montréal et de Longueuil est maintenant bien engagé et la Communauté métropolitaine de Montréal (CMM) a pris forme et entrepris ses activités. La transition est exigeante pour tous les partenaires de la région, mais elle offre aussi des occasions à saisir. La concertation de la présence sur Internet en est une. Les sites qui présentent les villes du territoire ou qui mettent en valeur des facettes de la vitalité régionale sur Internet sont nombreux, de qualité variable et résultent souvent de peu de concertation.

Grâce à Internet, les services gouvernementaux en ligne progressent partout. Disponibles 24 heures par jour, ces services informatifs et de plus en plus transactionnels augmentent l'efficacité des gouvernements et réduisent les coûts tout en offrant de meilleurs services aux usagers. Des déclarations de revenu aux renouvellements de permis, du paiement des amendes à l'obtention de formulaires, les gouvernements du Canada et du Québec nous offrent un nombre croissant de services en ligne. Et le processus ne fait que commencer. Bientôt, ce seront les dossiers médicaux, académiques, la formation professionnelle, etc.

Le milieu municipal a lui aussi entrepris le virage des services en ligne et cette évolution devrait s'accélérer au cours des prochaines années. Montréal TechnoVision a étudié la question des services municipaux en ligne dans le cadre du projet «Ville ingénieuse» qui vise à offrir aux entreprises de pointe et à leurs employés un environnement qui optimise l'utilisation de l'autoroute de l'information. Nous vous résumons ici les résultats de cette étude ainsi que les recommandations qui en découlent.

PÔLE TECHNOLOGIQUE, INTERNET ET COMPÉTITIVITÉ

Lorsque nous avons lancé le projet «Ville ingénieuse» au début de l'an 2000, nous avons rassemblé plus de 200 dirigeants de l'industrie et des secteurs public et parapublic pour identifier des initiatives concrètes qui stimuleraient l'utilisation de l'autoroute de l'information et contribueraient à rendre notre région plus attrayante et plus compétitive à l'échelle nord-américaine et même globale.

Car il s'agit bien de globalité. L'avenir économique du Québec se joue dans toutes les régions, mais la région de Montréal demeure la locomotive de notre développement. Or, notre région est devenue un pôle technologique majeur avec plus de 160 000 emplois et 15 milliards d'exportations en 2000. Les secteurs de l'aérospatiale, des technologies de l'information et du biopharmaceutique ont connu un progrès considérable. Ce succès est notamment fondé sur notre capacité de recherche et d'innovation et sur la

présence du talent essentiel au développement de ces entreprises.

La vaste majorité des sociétés de haute technologie exploitent intensivement le potentiel d'Internet et les métropoles technologiques d'Amérique du Nord développent des concepts de ville ingénieuse pour offrir une gamme toujours plus étendue de services informatifs et transactionnels en ligne. Leur offre est concertée de manière à permettre à leurs citoyens et entreprises, comme aux visiteurs ou entreprises étrangères, d'accéder facilement aux renseignements ou aux services dont ils ont besoin. Cette approche des services municipaux et régionaux en ligne facilite les décisions et projette une impression favorable auprès des utilisateurs.

Une enquête récente — menée auprès de dirigeants d'une centaine de sociétés de haute technologie oeuvrant à l'échelle mondiale et de grands logisticiens — confirmait que malgré les efforts et les ressources majeures consacrées au positionnement international de Montréal depuis quelques années, le nom de Montréal n'évoque pas, encore aujourd'hui, une région prioritaire pour une expansion de leurs activités.

Le dynamisme qu'affichent les secteurs de pointe de la région de Montréal se retrouve moins au niveau des services municipaux en ligne, puisque plus de la moitié des villes de la région métropolitaine n'ont pas de site sur le Web et que les sites municipaux qui offrent un important volet transactionnel sont peu nombreux.

UN PORTAIL MUNICIPAL RÉGIONAL

C'est pourquoi les participants à la table ronde sur les services municipaux en ligne du projet «Ville ingénieuse» ont décidé d'étudier l'intérêt et la possibilité de réaliser un portail municipal régional. Un groupe de travail, formé des chefs des services informatiques des villes de Laval, Montréal, Saint-Laurent et Brossard, a établi le cadre de référence de l'étude d'opportunité.

L'étude a d'abord révélé que la majorité des métropoles d'Amérique du Nord comme Boston, New York, Toronto, Chicago, se sont dotées de vitrines technologiques percuteuses et transactionnelles. Ces sites d'avant-garde jouent trois rôles : améliorer l'accessibilité et l'efficacité des services, accroître le rayonnement de la métropole et créer un levier de développement économique.

Après une consultation importante auprès des cadres des villes de Laval, Montréal et Saint-Laurent, et à la suite d'une analyse approfondie des alternatives de structure, le groupe de travail a reconnu la pertinence de proposer la réalisation d'un portail régional d'information municipale. Le portail devrait favoriser l'accès aux sites des villes de la région qui demeureraient responsables de développer les services transaction-



Montréal TechnoVision inc.

nels sur leur territoire. Il devrait aussi orienter les usagers selon leurs besoins vers les sites d'organismes de prospection et de promotion internationale (Montréal International), de tourisme (Tourisme Montréal) ou de mise en valeur sectorielle (Biopharma-Montréal).

Le site portail envisagé pourrait initialement viser à répondre aux besoins des entreprises étrangères, des travailleurs stratégiques et des voyageurs, de manière à favoriser leur processus de décision commercial, d'investissement, d'immigration ou de séjour. Même si le site de Montréal International offre, dans sa version la plus récente, une partie importante du contenu recherché par ces clientèles, il n'existe présentement aucun site qui réponde à tous leurs besoins.

CONVERGENCE ET MISE EN VALEUR

Le nouveau site portail devrait éviter toute forme de duplication. Sa vocation serait centrée sur le développement économique, la qualité du milieu de vie et la vie culturelle et touristique. Il viserait à démontrer le dynamisme de toutes les villes de la région, à optimiser la capacité d'attraction de la région, à stimuler le développement économique, à attirer les travailleurs stratégiques et à augmenter les revenus touristiques.

Relativement peu coûteux, il serait doté d'une configuration souple et d'une infrastructure coopérative qui permettrait de favoriser l'accès aux

sites des villes, de la CMM et de Montréal International, de Tourisme Montréal, de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain et des autres organismes partenaires, et d'y puiser tous les renseignements pertinents pour le portail.

Le site proposé permettrait aussi aux plus petites municipalités de la région métropolitaine de se construire une présence sur le Web à peu de frais, en utilisant des gabarits préétablis.

Pour bien servir ses usagers, le site serait géoréférencé pour permettre de situer dans l'espace les données et les renseignements pertinents (parcs industriels, universités, routes, ports, aéroports, centres de recherche, hôpitaux, etc.) Il serait aussi doté de plusieurs autres fonctionnalités (personnalisation, pointeurs vers d'autres sites, envoi automatique d'information, liens verticaux vers les sites municipaux, etc.) et ferait l'objet d'un important travail de référence pour faciliter son repérage à l'aide d'un large éventail de moteurs de recherche.

Le développement d'un site portail de la région métropolitaine de Montréal permettrait de bâtir, pour toutes les municipalités de notre région, un positionnement concerté dans Internet, de faciliter la découverte des atouts de notre région et l'accès aux services offerts par tous les organismes.

Ce site constituerait un jalon dans la construction d'une ville ingénieuse et contribuerait à accroître la compétitivité de Montréal comme pôle technologique.

Montréal TechnoVision a présenté les paramètres de ce projet aux autorités municipales, à la CMM et à plusieurs autres partenaires de la région en vue de convenir avec eux des décisions à prendre quant à la suite de ce projet.

Montréal TechnoVision -
www.mtltv.org ou info@mtltv.org ■

BESOIN

?

D'ESPACE

1 800 463-5261

www.inalco.com/immobilier

Bureaux à louer
de 300 pi²
à 36 000 pi²

Montréal
Laval
Trois-Rivières
Québec
Chicoutimi

Montréal Laval Trois-Rivières Québec Chicoutimi Montréal
Laval Trois-Rivières Québec Chicoutimi Montréal Laval
Trois-Rivières Québec Chicoutimi Montréal Laval Trois-
Rivières Québec Chicoutimi Montréal Laval Trois-Rivières

INDUSTRIELLE ALLIANCE
ASSURANCE ET SERVICES FINANCIERS

L'Industrielle Alliance Compagnie d'Assurance sur la Vie

LE PROCHAIN JALON IMPORTANT EN FORMATION :

L'ARRIMER À UNE MEILLEURE IDENTIFICATION DES BESOINS

PAR RÉMI THIBEAULT



Aujourd'hui, plus personne ne met en doute le caractère essentiel de la formation continue et du développement des compétences des employés d'une entreprise. La formation est le meilleur moyen d'améliorer la compétitivité d'une entreprise, particulièrement pour faire face à la mondialisation croissante des marchés; car la zone de libre-échange des Amériques (ZLEA) prévue pour 2005 et la venue d'un accord de libre-échange Asie-Pacifique, prévu entre 2010 et 2020, contribuent à cette prise de conscience collective.

L'IMPACT DE LA LOI 90

Selon les plus récentes données compilées en vertu de la Loi sur le développement de la formation et de la main-d'œuvre du Québec, les progrès en matière de formation sont sensibles. Les entreprises se conforment majoritairement à la Loi 90. Trois employeurs sur quatre ont rempli leurs obligations légales, soit respectivement 78 % des entreprises en 1997 et 74 % en 1998. En 1998, 30 429 employeurs dont la masse salariale était supérieure à 250 000 \$ ont investi près de 1,1 milliard en formation. En moyenne, ils ont consacré 1,53 % de leur masse salariale à la formation.

Le bref historique de la participation des employeurs à la Loi 90 indique que le bassin d'employeurs a presque quadruplé depuis 1996. Rappelons que l'application de la Loi 90 a été progressive, ce qui incite à une certaine prudence dans l'interprétation des données. Un fait

demeure : la masse salariale totale assujettie à la loi a connu une augmentation importante de 52 G\$, en 1996, à 70,8 G\$, en 1998. De plus, quelques tendances générales se dégagent.

Les données compilées dans le Rapport d'activités 1999-2000 du Fonds national de formation de la main-d'œuvre indiquent que 1) plus la masse salariale est importante, plus l'investissement en formation est élevé; 2) plus la masse salariale est élevée, plus il y a d'employeurs qui se conforment à la loi en réalisant des dépenses de formation représentant l'équivalent d'au moins 1 % de leur masse salariale; 3) trois employeurs sur quatre remplissent leurs obligations légales; et 4) les employeurs dont la masse salariale se situe entre 250 000 \$ et 1 M\$ contribuent davantage au Fonds que ceux dont la masse salariale est supérieure à 1 M\$.

De plus, les données indiquent que cinq secteurs d'activité économique injectent en formation des montants nettement supérieurs à la moyenne. Avec des investissements variant entre 2,04 % et 2,66 % des masses salariales, ces secteurs sont les industries des produits textiles, les intermédiaires de dépôt, les services d'administration provinciale, les mines et les communications.

L'UNIVERS EN EXPANSION DE LA FORMATION

Maintenant que la valeur stratégique de la formation est reconnue, les formats se multiplient et les entreprises

peuvent sélectionner les types de formation qui leur conviennent le mieux : la formation au cégep et à l'université, la formation en entreprise par un formateur interne, la mise sur pied d'une formation «maison» donnée par un formateur, la formation externe spécialisée (comme celle offerte en exportation ou en cybercommerce) et les stages en entreprises. Les activités de formation sont à géométrie variable.

De la même façon, l'univers en expansion de la formation se déploie dans tous les domaines, dans toutes les industries. On peut former des vendeurs sur le contenu technique des produits, former des techniciens ou des stagiaires à de nouvelles technologies, former le personnel administratif à un logiciel, on peut s'initier à l'exportation, à une langue étrangère, à l'informatique ou au cybercommerce, ou encore s'inscrire à des cours dans les systèmes d'éducation public ou privé.

Coûteuses les formations ? Il faut plutôt les voir comme un investissement. Les aides financières existent et nul doute que les gouvernements sont et seront interpellés dans un proche avenir pour soutenir l'effort des entreprises. Dans le cas d'un stage, l'entreprise qui accueille un stagiaire bénéficie déjà d'un crédit d'impôt de 40 % des dépenses de stage, incluant le salaire du superviseur, celui du stagiaire, ainsi que les frais de déplacement.

LA FORMATION RECONNUE ET PROFITABLE

La formation permet au personnel d'effectuer le travail plus efficacement et d'avoir une plus grande maîtrise tant du travail que des changements. En ce sens, la formation continue est redevable aux «agents de formation initiale» que sont les établissements du réseau d'éducation. Ceux-ci contribuent à «l'acquisition des compétences de base», un incontournable. La formation continue, qui plonge ses racines dans le système d'éducation, devrait donc être officiellement reconnue, d'une façon ou d'une autre, ce qui aiderait à sa promotion.

La Société de formation et d'éducation continue (SOFEDUC) est l'organisme officiel au Canada qui accrédite les organisations et les entreprises pour l'émission des unités d'éducation continue (UEC). Elle s'assure par divers moyens que ses membres respectent des critères de haute qualité, tant pédagogiques qu'administratifs. Elle a également comme objectif de promouvoir la reconnaissance des apprentissages par les UEC. Ces unités d'éducation continue ouvrent la voie à une reconnaissance officielle de la formation.

Le critère essentiel de la valeur d'une formation étant qu'elle réponde aux besoins de l'entreprise... et aux motivations de l'employé, cette reconnaissance pourrait encourager la participation à des activités de formation pouvant être reconnues et comptabilisées. Mais pour être vraiment profitable, le besoin de formation devrait découler

des orientations du plan stratégique de l'entreprise et être tourné vers l'avenir et la formation, être pro-active plutôt que réactive et ne servant qu'à pallier des «lacunes».

ENCORE DU CHEMIN

Une étude du Conseil supérieur de l'éducation *La Formation continue du personnel des entreprises, un défi pour le réseau public d'éducation*, 1998 souligne que : «Au Québec, (...) seule une entreprise sur cinq détermine les besoins de formation de son personnel à partir du plan stratégique de l'entreprise; une entreprise sur deux n'a aucun plan de formation de ses ressources humaines.» Il reste donc beaucoup de pain sur la planche pour arriver à développer une véritable culture de la formation et créer un continuum

mordial que les entreprises soient bien préparées avant de penser à exporter. L'exportation engage des coûts importants et toutes les étapes doivent être soigneusement préparées», précise Mme Liette Lamonde, directeur général du World Trade Centre (WTC) Montréal. C'est dans cet esprit que le WTC a créé son programme de formation à l'exportation.

En matière d'exportation, le WTC Montréal a fait office de précurseur. Créé en 1984, l'organisme sans but lucratif est rattaché au réseau international des World Trade Centers. Au cours des deux dernières années, le WTC Montréal a aidé plus de 4 000 entreprises d'ici à exporter. Ses activités de formation visent à initier et à préparer les entreprises à l'exportation... et à tous ses tenants et aboutissants. «Nos missions ne sont pas que des activi-

niveau organisationnel, la mise en place des infotechnologies entraîne des changements dans les procédures de travail : des adaptations qui ont leur contrepartie en gain de productivité. Et qui dit changement, dit adaptation, nouveaux apprentissages et... formation.

Rappelons qu'en 1990, Internet était encore un projet futuriste, issu du domaine militaire. Aujourd'hui, le Canada est un des pays les plus branchés du monde au niveau des ménages (60 %), un pourcentage d'ailleurs plus élevé qu'aux États-Unis (59 %). Dans le domaine des affaires, l'accès des entreprises à Internet est de 59 % pour le Québec, comparative-ment à 69 % pour le Canada. Mais l'écart diminue : le taux de branchement des entreprises québécoises au «réseau des réseaux» croît de 10 % par année depuis les cinq dernières années.

des puissantes technologies de l'information (TI) dans les entreprises. Celles-ci vont transformer les modes d'échanges commerciaux et enrichir notre vocabulaire d'un nouvel argot techno : cybermarketing, B2B (*business to business*), B2C (*business to consumers*), veille stratégique, technologies transactionnelles... toutes des innovations qu'il faudra bien maîtriser un jour ou l'autre.

VERS UNE CULTURE DE LA FORMATION CONTINUE

Aujourd'hui, entreprises, syndicats et employés conviennent qu'une «culture d'apprentissage» favorise autant les employeurs que les employés. Il s'agit de la meilleure façon de préserver des emplois. Même si la Loi 90 ne fait pas l'unanimité, les principales divergences d'opinion concernent la façon d'atteindre cet objectif louable.



dynamique entre éducation et formation. Surtout entre besoins des entreprises, aspirations des employés et politiques du gouvernement.

D'une part, l'arrimage complexe entre les besoins des entreprises et le système d'éducation — comme dans le cas de la formation professionnelle — doit se poursuivre. D'autre part, les entreprises doivent améliorer la correspondance entre leur besoin de formation et un plan organisé de développement de ressources humaines; les formations doivent aussi être reconnues. Finalement, il y a la question du partage des responsabilités entre les entreprises et le gouvernement... un vaste débat.

Chose certaine, nous n'avons pas fini d'entendre parler de formation dans une société de l'information... où le changement est la seule chose qui soit vraiment permanente ! Voici deux domaines où la formation spécialisée a joué et jouera encore un rôle important au cours des prochaines années. Tout simplement parce qu'elles reposent sur des tendances de fond.

L'OUVERTURE DES MARCHÉS

Depuis 1991, la croissance des exportations au Québec a été trois fois plus rapide que le PIB de la province. Or, une stratégie d'exportation demande beaucoup pour les PME qui désirent s'ouvrir sur le monde, démarrer la prospection des marchés étrangers et faire un suivi adéquat, une fois le processus engagé : «Il est pri-

tés de formation dans la mesure où elles comportent également des activités de réseautage et des rencontres individuelles avec des partenaires et acheteurs potentiels locaux. Toutefois, la formation représente un aspect majeur de nos missions puisqu'elles visent à faire connaître les marchés explorés, leurs particularités et les meilleures façons de les aborder. D'ailleurs, la quasi-totalité des frais de participation à nos missions est admissible dans le cadre de la Loi 90 sur la formation en entreprise.»

La valeur stratégique d'une telle formation est encore plus grande dans le cas d'une entreprise nouvellement exportatrice. «Dans le cas de nouveaux exportateurs, nos missions sont précédées de séminaires introductifs qui permettent à l'entreprise de bien se préparer à entamer une démarche d'exportation», précise M. Loïc Dehoux, un conseiller du WTC Montréal qui contribue au contenu des activités de formation. «Dans le cas des entreprises qui décident d'entamer une démarche à l'exportation, nos activités de formation leur permettront d'acquérir des compétences et des connaissances précises qui faciliteront leurs démarches ultérieures de prise de contact avec d'éventuels acheteurs.»

LA SOCIÉTÉ DE L'INFORMATION

Parce que les entreprises évolueront dans une société de l'information, la formation dans le domaine du commerce électronique deviendra un enjeu majeur au cours des prochaines années. Au



La formation continue : des pas vers un travail plus efficace et une plus grande maîtrise tant du travail que des changements.

En excluant l'échange de documents informatisés (EDI), seulement 3 000 entreprises québécoises font du cybercommerce (soit 6 %), la moitié depuis moins d'un an. De plus, seulement 8 % des entreprises faisant du commerce électronique font des achats sur le Web. Plusieurs entreprises profitent de ce que le cybercommerce soit une activité encore marginale pour en maîtriser les rudiments. Voilà un exemple d'activités de formation pro-active puisqu'un grand nombre d'entreprises seront confrontées à l'impact d'Internet sur leurs processus d'affaires.

Quant à l'Institut du commerce électronique (ICE), lui aussi une filiale de la Chambre, il a pour mission de promouvoir, favoriser et accélérer l'utilisation du cybercommerce au sein des entreprises d'ici. L'ICE effectue lui-même une veille technologique continue pour faire profiter ses membres d'un accès privilégié à l'information stratégique. Les activités de formation de l'ICE ont rapidement constitué une solide base de références favorisant la maîtrise du commerce électronique par les entreprises. La grande variété d'activités de formation offerte par l'Institut s'adressent aussi bien au débutant qu'à l'expert, au gestionnaire comme à l'informaticien. (Voir autre article sur la question en page 16.)

Dans ce moment de fausse accalmie dans le secteur des entreprises point-com, nous n'avons encore rien vu des possibilités offertes par le déploiement

Les entreprises attendent de la part du gouvernement une écoute attentive dans le but de mieux arrimer leurs besoins spécifiques aux politiques énoncées il y a quelques années. Car toutes les entreprises n'ont pas les mêmes besoins, ni le même chemin parcouru, pas plus que les mêmes moyens. Une chose est sûre, grandes, moyennes et petites entreprises doivent veiller sans cesse à améliorer leur compétitivité dans une économie globale. Et le gouvernement doit être vu comme un partenaire.

Le défi actuel consiste aussi à évaluer plus précisément l'impact qu'a eu la formation, au fil des ans, sur la compétitivité de certains secteurs. Il s'agit d'enrichir la culture de la formation des expériences du passé et de corriger le tir, si nécessaire. Finalement, il faudrait peut-être aller voir du côté d'autres pays. Qui sait ! Ils ont peut-être des choses à nous apprendre dans le partenariat entre gouvernements et entreprises, en matière de formation.

En faisant la promotion d'une culture de la formation continue orientée vers l'avenir, en structurant leurs besoins de formation continue en fonction de leur développement et des aspirations de leurs employés, tous les intervenants dans le domaine de la formation y gagneront. Nous en sortirons mieux armés pour faire face à une concurrence accrue tout en préservant nos emplois. ■

BENOIT LABONTÉ, NOUVEAU VICE-PRÉSIDENT EXÉCUTIF DE LA CHAMBRE

UNE PASSION QUI SE CONTINUE

PAR ANIK HARDY



Benoit Labonté, nouveau vice-président exécutif de la Chambre

Benoit Labonté est un homme d'action. Il reconnaît les ressources actuelles et potentielles de la région métropolitaine et désire les faire valoir à l'échelle nationale et internationale pour y favoriser le développement économique. Au cours de sa carrière, il a hérité de projets et de responsabilités multiples. Grâce aux expériences variées qu'il a accumulées et à sa passion pour Montréal, il est prêt à faire face aux nombreux défis qui l'attendent à la Chambre.

UN CHOIX QUI ALLAIT DE SOI

Avant d'arriver aux commandes de la Chambre, Benoit Labonté a été durant près de cinq ans président-directeur général du World Trade Centre Montréal. Auparavant, il avait agi comme conseiller spécial auprès de l'honorable Paul Martin, ainsi que comme chef de cabinet de ce dernier au Bureau fédéral de développement régional (Québec). Ses multiples mandats ainsi que son implication dans diverses organisations telles que l'Institut du commerce électronique et le Conseil des relations internationales de Montréal, pour ne nommer que ces deux-là, lui ont permis de se bâtir une vision concrète du marché économique régional et mondial : «Mes antécédents professionnels m'aident aujourd'hui à effectuer une bonne lecture des enjeux et des acteurs impliqués ainsi qu'à tirer des liens entre tous les éléments pour sortir quelque chose de nouveau et permettre à la communauté d'affaires de se projeter en avant.»

UNE VISION STRATÉGIQUE

Benoit Labonté est un bâtisseur. Dès son arrivée à la Chambre, il analyse, il questionne, il crée. Il revoit les procédures et le pourquoi des choses.

«Notre rôle n'est pas seulement de rendre des services, mais plutôt de faire pression et d'alerter les décideurs sur les enjeux que nous jugeons importants et de favoriser la création de projets qui, s'ils sont bien appliqués, sauraient favoriser le développement économique de la région métropolitaine. Il est impératif d'intervenir sur certains enjeux comme notre compétitivité internationale ou le rôle de l'état dans l'économie et l'éducation.»

Il désire aussi amener le plus de monde possible à s'intéresser aux actions de la Chambre : «Plus il y aura de monde, plus la Chambre sera forte dans son rôle, ce qui lui donnera un poids d'influence. Les membres peuvent contribuer, par leurs suggestions et leurs réflexions, aux prises de position de la Chambre et aux dossiers qu'on veut faire avancer.»

Benoit Labonté explique d'ailleurs qu'il entend mesurer régulièrement la pertinence de ses actions au yeux de ses membres tout comme la crédibilité de la Chambre auprès des médias et son influence auprès des décideurs. Pour lui, l'évaluation fait partie intégrante de l'action. Connaître l'impact des interventions et des projets déployés par la Chambre est essentiel pour effectuer les ajustements requis au besoin.

LE SUCCÈS : L'AFFAIRE D'UNE ÉQUIPE

Pour arriver à tout résultat, quel qu'il soit, il faut une équipe dynamique et efficace : le nouveau vice-président exécutif y tient. La capacité de travailler en équipe est pour lui essentielle. «Il est rare qu'une seule et unique personne puisse faire en sorte que les choses arrivent; c'est une combinaison de personnes autant que de facteurs.» À cet effet, il cite l'expérience récente du World Trade Centre et le travail d'équipe d'une entreprise qui est rapidement passée de 5 à 22 employés.

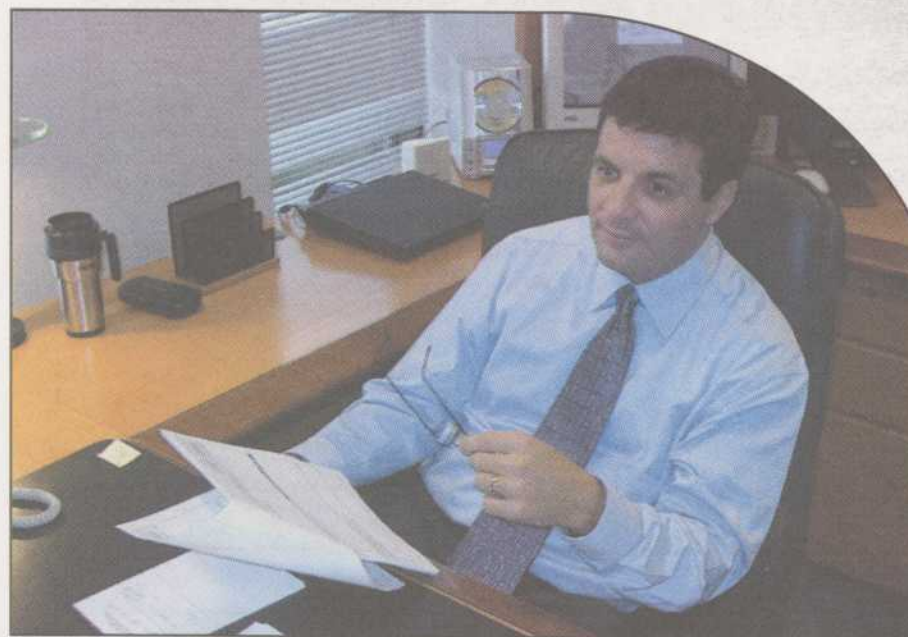
Pour arriver à de bons résultats, il faut miser sur une bonne attitude de la part de chacun. L'ouverture et l'adaptation aux changements sont des valeurs nécessaires. Il croit important d'avoir de

l'ardeur au travail ainsi que de la rigueur. «C'est essentiel, la rigueur, dans l'application des choses et dans la façon dont on conçoit les projets si on veut pouvoir atteindre nos objectifs.»

LES ENJEUX ACTUELS ET FUTURS

Il y aura beaucoup à faire si on veut se démarquer au niveau mondial. Benoit Labonté explique que nous devons faire face à un accroissement excessivement rapide des relations économiques entre les villes-régions dans le monde. «De

plus fort juste pour le plaisir. C'est une nécessité ! Nous n'avons pas le choix : sinon, les autres villes vont nous dépasser. Il faut rapidement mettre les joueurs ensemble pour renforcer notre position à l'international parce que c'est là que ça va se jouer.» Comme le mentionne Benoit Labonté, l'aide de la communauté d'affaires est primordiale : «Elle doit apporter sa contribution pour expliquer aux décideurs le contexte, les règles et les obstacles qu'ils doivent et devront affronter dans le quotidien. Finalement, ils doivent s'assurer que les



«Il est important de mesurer régulièrement la pertinence des actions de la Chambre et sa crédibilité auprès des médias» affirme Benoit Labonté.

plus en plus, les échanges économiques, les partenariats, les liens de coopération ne se feront pas uniquement entre pays mais directement entre les villes. C'est un phénomène qui est déjà lancé à l'échelle internationale et qui prendra une très grande ampleur. Pourquoi ? parce que les villes seront les seules institutions qui pourront amener une aide concrète et directe à leurs entreprises.»

La Chambre devra se pencher activement sur l'étude de ce phénomène afin d'identifier des façons de s'y adapter. «On ne veut pas devenir plus gros et

décideurs prennent les bonnes décisions afin de favoriser les entreprises d'ici.»

UNE NOMINATION APPRÉCIÉE

Malgré l'ampleur des défis à relever, Benoit Labonté est confiant et heureux dans ses nouvelles fonctions. Il réaffirme sa volonté de faire progresser les choses et de se donner les moyens d'y arriver.

Le meilleur reste à venir ! ■

SOIRÉE DE BIENVENUE DES NOUVEAUX MEMBRES

Le 30 mai dernier avait lieu, dans les locaux de la Chambre, la dernière rencontre d'orientation de la saison suivie d'une réception pour les nouveaux membres. Cette activité, à laquelle assistaient pas moins d'une centaine de nouveaux membres, était animée par M. Jean-Luc Géha, directeur général, Solutions Professionnels Bell, et bénévole à la Chambre depuis plusieurs années.

Les nouveaux membres ont pu obtenir beaucoup d'information sur la façon de rentabiliser leur investissement à la Chambre de même qu'ils ont pu rencontrer, dans une ambiance détendue, le personnel permanent de leur association.

Bienvenue à tous nos nouveaux membres et bon réseautage. ■



Les soirées de bienvenue des nouveaux membres sont des occasions privilégiées pour tisser de nouveaux liens d'affaires.



International Language Schools of Canada
Montréal - Vancouver - Toronto



**L'apprentissage d'une langue vous
ouvrira la porte sur le monde !**

ILSC est reconnue pour son excellence dans le domaine de l'éducation

- Des professeurs qualifiés et des horaires flexibles
- Une formation offerte à ILSC ou à vos locaux
- Cours spécialisés (ex. la grammaire, la lecture, l'écriture, l'écoute active, la prononciation, TOEIC)
- Programme des stages en entreprise
- Cours d'informatique offerts

INFO@ILSC.CA



Métro Peel
WWW.ILSC.CA

514-876-4572 1134 SAINTE-CATHERINE O. SUITE 310



Connaissez-vous
un site Internet
où l'on transmet
son numéro
de carte de crédit
sans faire
ses prières ?



Le mail virtuel Desjardins
s é c u r i t é g a r a n t i e

À l'enseigne Desjardins, la confiance règne ! Très important pour les acheteurs de connaître l'entreprise avec laquelle ils font affaire. Très simple pour vous de vous abonner au terminal de paiement Internet Desjardins. Votre marque de commerce : paiement en ligne cyber sécuritaire. Allez en paix !

www.solution.desjardins.com

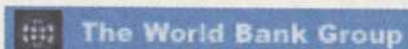
Les solutions d'expédition



clic.net



MISSIONS COMMERCIALES À LA BANQUE MONDIALE



PAR SYLVAIN BOUFFARD, CONSEILLER PRINCIPAL, ET STEPHEN CURRAN, CONSEILLER, WORLD TRADE CENTRE MONTRÉAL



World Trade Centre Montréal

ÉDUCATION ET FORMATION : UNE PRIORITÉ POUR LA BANQUE MONDIALE

L'éducation et la formation continuent d'occuper une place prépondérante dans les stratégies de développement de la Banque interaméricaine de développement et de la Banque mondiale. En effet, pour ces deux organisations multilatérales dont le mandat est de soutenir, par de l'assistance technique directe et des prêts (15 et 9 milliards de dollars US respectivement pour l'année 2000), des projets de développement dans les pays en émergence, l'éducation constitue l'un des éléments clés de leur stratégie de réduction de la pauvreté. Entre 1998 et 2000, ces deux banques multilatérales de développement ont investi plus de 5,5 milliards de dollars US dans ce secteur d'activité dans le but, notamment, d'améliorer la qualité, l'équité et l'accessibilité des systèmes d'éducation des pays emprunteurs. À titre d'exemple, les projets appuyés par ces institutions s'attaquent aux problèmes d'accès à l'éducation pour les filles, à la qualité des services, à la participation à l'éducation de base et à la réforme des systèmes d'éducation, le tout dans le cadre de stratégies d'interventions durables et à long terme, en collabora-

tion avec les intervenants locaux. À travers ses projets, la Banque mondiale est active dans de nombreux pays d'Afrique, d'Asie, d'Europe de l'est et des Amériques alors que l'action de la Banque interaméricaine de développement se concentre en Amérique latine et dans les Caraïbes (à l'exception de Cuba).

L'EXPERTISE CANADIENNE S'EXPORTE BIEN

L'expertise canadienne en éducation et formation présente de nombreux attraits pour les pays emprunteurs de la Banque mondiale et de la Banque interaméricaine de développement. Tout d'abord, le système d'éducation canadien incarne des valeurs qui sont habituellement au cœur des projets financés en éducation : accessibilité à tous et gratuité. De plus, les pays emprunteurs sont généralement plus à l'aise avec notre système où le secteur public occupe une place prépondérante. Le bilinguisme constitue également un avantage comparatif certain, non seulement auprès des différentes régions francophones et anglophones du monde, mais aussi dans d'autres environnements bilingues où une expérience de cohabitation linguistique constitue un atout, par exem-

ple pour le développement d'un curriculum de cours bilingue. Cet avantage s'applique également au domaine de l'édition de manuels scolaires où nous offrons des produits de qualité, généralement à meilleur prix que ceux produits en Europe.

En raison de son vaste territoire, le Canada a aussi développé une expertise en éducation à distance qui en fait l'un des leaders mondiaux dans le domaine. Cette expertise est particulièrement attrayante pour les projets des banques visant à rendre l'éducation de base accessible aux populations rurales éloignées des grands centres. Enfin, un autre domaine où l'approche canadienne en éducation se distingue est celui de la formation professionnelle et technique. En effet, l'expertise de formation technique que les cégeps, les collèges communautaires et les écoles professionnelles du pays ont développée au fil des ans, manque bien souvent à des systèmes d'éducation qui ont un réseau universitaire développé, mais qui ne sont pas en mesure d'offrir l'alternative d'une formation technique.

Compte tenu des nombreuses forces du secteur de l'éducation et de la formation au Canada, le World Trade Centre Montréal, en collaboration avec

Équipe Canada inc., était particulièrement heureux d'organiser, en mars dernier, une mission commerciale consacrée à ce secteur auprès de la Banque mondiale et de la Banque interaméricaine de développement, à Washington, D.C. Reflet du dynamisme à l'international de ce secteur, 22 représentants du milieu de l'éducation ont mis le cap sur Washington afin d'acquiescer des connaissances sur les principes, le fonctionnement, ainsi que les mécanismes d'affaires et d'attribution de contrats au sein des deux banques. Les délégués ont également eu l'occasion de rencontrer des décideurs et spécialistes sectoriels, en poste à la Banque mondiale ou à la Banque interaméricaine de développement, impliqués dans le développement et dans la gestion des projets financés. Ceux-ci les ont informés des perspectives d'affaires présentes et à venir.

UNE PROCHAINE MISSION EN AVRIL

À la suite du succès de cette récente mission, le World Trade Centre Montréal compte maintenant répéter l'expérience en avril prochain. Pour en savoir plus, vous pouvez communiquer avec Stephen Curran, au (514) 849-6695, ou encore visiter le site Web à l'adresse : www.wtcmontreal.com

FORMATION EN COMMERCE INTERNATIONAL LE SUCCÈS EN EXPORTATION PASSE PAR UNE BONNE PRÉPARATION

PAR LOÏC DEHOX, CONSEILLER, WORLD TRADE CENTRE MONTRÉAL



World Trade Centre Montréal

EXPORTER : UNE DÉCISION D'AFFAIRE IMPORTANTE

La décision d'exporter est une décision d'affaires importante, qui doit être prise sur la base d'une solide réflexion. Cette étape est l'aboutissement d'un travail de longue haleine, d'un accomplissement sur les marchés locaux. Que ce soit pour accroître son volume de ventes, augmenter ses bénéfices ou encore diversifier son risque commercial, la décision d'exporter doit nécessairement engager l'implication de tous les employés de l'entreprise. Toutefois,

bon nombre d'entreprises qui s'engagent dans un processus d'exportation, se retrouvent parfois en difficulté sur les marchés extérieurs par manque de préparation. L'entreprise doit être particulièrement attentive à sa préparation à l'exportation.

UN PROGRAMME CIBLÉ ET EFFICACE, DES INFORMATIONS PRATIQUES

Le World Trade Centre Montréal a mis sur pied des ateliers de formation pratiques d'une demi-journée, donnés par des conférenciers professionnels,

qui répondent concrètement aux questions des participants et qui offrent des solutions efficaces à leurs problèmes d'exportation. Sur une base de cinq thèmes reliés à l'exportation, le World Trade Centre Montréal traite de sujets tels que la réglementation douanière ou comment transiter outre-frontières des marchandises sans difficultés, l'estimation du prix d'un produit sur les marchés étrangers, le choix du réseau de distribution le mieux adapté aux besoins de l'entreprise, l'assurance crédit, le mode de financement qui répond aux priorités établies, etc. Qu'il

s'agisse d'une entreprise novice ou d'une entreprise aguerrie à l'exportation, les ateliers sont une étape incontournable dans la démarche de préparation à l'exportation.

Pour en savoir plus sur les ateliers de formation du World Trade Centre Montréal, vous pouvez communiquer avec Loïc Dehoux au (514) 849-0435 ou encore visiter le site Web à l'adresse : www.wtcmontreal.com

ASSEMBLÉE ANNUELLE DES MEMBRES

Comme à chaque automne, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain tiendra son assemblée générale annuelle au cours de laquelle le nouveau président partagera avec ses membres sa vision pour la prochaine année.

Au cours des années, la Chambre s'est positionnée comme étant une voix incontournable des milieux économiques de la région métropolitaine. Sous la gouverne de son prochain président, elle poursuivra ce rôle tout en s'assurant de la pertinence de ses services et des produits qu'elle offre à ses membres et à l'ensemble de la communauté d'affaires.

L'Assemblée annuelle se tiendra à compter de 11 h, le jeudi 2 octobre prochain, à l'hôtel Le Reine Elizabeth, boul. René-Lévesque, Montréal. Elle sera suivie d'un déjeuner-causerie.

Horaire
11 h - Assemblée annuelle
des membres

12 h - Déjeuner et présentation du
programme du président

Prix des billets

50 \$ - membre
75 \$ - non-membre
475 \$ - table de 10
(membres seulement)

Les membres peuvent bénéficier d'un
rabais en réservant leurs billets sur le
site Web de la Chambre :

45 \$ - billet individuel
430 \$ - table de 10
TPS (7 %) et TVQ (7,5 %) en sus

Un laissez-passer Paris-Montréal aller-
retour pour deux sera attribué par
tirage au cours du déjeuner. Les billets
sont une gracieuseté de

UNIGLOBE
Voyages Lexus

Renseignements et réservations :

Téléphone : (514) 871-4000
Télécopieur : (514) 871-5971
Site transactionnel :
ccmm.qc.ca/activites ■



SERVICE

LA VIDÉOCONFÉRENCE, POUR TRAVAILLER ENSEMBLE MÊME À DISTANCE

La Chambre met à votre disposition
une salle équipée pour la vidéocon-
férence — pouvant accueillir de 8 à
100 personnes — qu'il est possible de
réserver à l'heure ou à la journée.

AVANTAGES DE LA VIDÉOCONFÉRENCE

- Élimination des frais de voyage
- Facilité d'organisation
- Déplacements limités
- Diminution du temps improductif
- Augmentation de la performance
- Temps de réunion plus court
- Attention plus soutenue des participants

LA CHAMBRE VOUS OFFRE :

- Disponibilité 24 h par jour
- Pré-établissement des communi-
cations pour le démarrage à l'heure
- Assistance à la prise en main des
équipements
- Enregistrement de la conférence en
VHS

- Prolongation de la vidéoconférence
au-delà du temps réservé, le cas
échéant

OUBLIEZ LA TECHNIQUE

- Positionnement dynamique automa-
tique de la caméra sur l'orateur
- Pas de procédures de prise de parole
- Environnement naturel de transmis-
sion de l'écrit
- Document papier, tableau blanc,
magnétoscope
- Qualité son/image vidéo.

Pour obtenir de l'information sur la
location de notre salle de vidéoconfé-
rence, veuillez communiquer avec notre
représentant au 871-4000, poste 4051.

Un partenariat de la Chambre avec

VSPAN

Connaissez-vous
beaucoup de
commerçants
qui construisent
leur commerce sans
se faire suer ?



ruedesachats.com :
le mail virtuel Desjardins
assistance garantie

Pas besoin de bras. Pas besoin non plus
d'être un crack en informatique pour
faire des affaires dans le mail virtuel de
Desjardins. Profitez de l'expertise de notre
partenaire Clic.net qui vous guide pas
à pas dans la construction de votre
boutique. Pas de clous. Juste des clics.

www.solution.desjardins.com

Les solutions d'expédition



clic.net

Desjardins

affaires

TE INDUSTRIELLE ET COMMERCIALE • PRO
ONNEMENT • TÉLÉCOMMUNICATIONS • C
ERS MICRO-INFORMATIQUE • FORMATION
ALISATION DES COMPÉTENCES • ANGLAIS
GNOL • INFORMATIQUE • BIOALIMENTAIRE
CHNOLOGIE • DIÉTÉTIQUE • AUTOMATISA
SÛRETÉ INDUSTRIELLE ET COMMERCIALE
• MCSE • PROCÉDÉS CHIMIQUES • ACTU
LAIS • ENVIRONNEMENT • ATELIERS MICR
E • ACTUALISATION DES COMPÉTENCES
MATISATION • SÛRETÉ INDUSTRIELLE ET
S • CISCO • MCSE • ESPAGNOL • BIOTECH
OL • ATELIERS MICRO-INFORMATIQUE • S
IPÉTENCES • FORMATION EN ENTREPRISE
BIOTECHNOLOGIE • AUTOMATISATION • A
ALISATION DES COMPÉTENCES • ANGLAIS
TE INDUSTRIELLE ET COMMERCIALE • PRO
ONNEMENT • TÉLÉCOMMUNICATIONS • C
ERS MICRO-INFORMATIQUE • FORMATION
ALISATION DES COMPÉTENCES • ANGLAIS
GNOL • INFORMATIQUE • BIOALIMENTAIRE
CHNOLOGIE • DIÉTÉTIQUE • AUTOMATISA
SÛRETÉ INDUSTRIELLE ET COMMERCIALE
• MCSE • PROCÉDÉS CHIMIQUES • ACTU
LAIS • ENVIRONNEMENT • ATELIERS MICR
E • ACTUALISATION DES COMPÉTENCES
MATISATION • SÛRETÉ INDUSTRIELLE ET
S • CISCO • MCSE • ESPAGNOL • BIOTECH
OL • ATELIERS MICRO-INFORMATIQUE • S
IPÉTENCES • FORMATION EN ENTREPRISE
BIOTECHNOLOGIE • AUTOMATISATION • A
ALISATION DES COMPÉTENCES • ANGLAIS
TE INDUSTRIELLE ET COMMERCIALE • PRO
ONNEMENT • TÉLÉCOMMUNICATIONS • C
ERS MICRO-INFORMATIQUE • FORMATION
ALISATION DES COMPÉTENCES • ANGLAIS
GNOL • INFORMATIQUE • BIOALIMENTAIRE

LA FORMATION

LE MEILLEUR CONTACT DE VOTRE RÉSEAU

**COLLÈGE
DE MAISONNEUVE**

3800, rue Sherbrooke Est
Montréal (Québec) H1X 2A2
Tél. : (514) 254-7131

www.cmaisonneuve.qc.ca



Institut du commerce électronique



Pierre Langelier
Président-directeur général,
Institut du commerce électronique

L'INSTITUT DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE : DU NOUVEAU CHAQUE ANNÉE

Depuis plus de dix ans déjà, l'Institut du commerce électronique travaille étroitement avec les entreprises pour les aider à atteindre leurs objectifs en leur proposant des services de pointe et en les appuyant dans leurs démarches.

Jusqu'à présent, les entreprises au Québec ont adopté le commerce électronique lentement, mais sûrement. En 2000, 67 % étaient branchées, 32 % possédaient un site Web, et 19 % faisaient du commerce électronique, dont l'échange de documents informatisés (EDI). Cette évolution progressive vers l'adoption des affaires électroniques témoigne de la prudence des entreprises québécoises et de la minorité d'entre elles qui ont subi les aléas des point-com.

La dernière année en fut une de nouveautés pour l'Institut avec, entre autres, le lancement du programme de certification professionnelle en affaires électroniques à l'automne 2000 et de celui du service de veille stratégique au printemps 2001.

CERTIFICATION PROFESSIONNELLE EN AFFAIRES ÉLECTRONIQUES

Le programme mis au point par l'Institut permet :

- de développer des connaissances en analyse, planification et gestion stratégique des affaires électroniques;
- d'intégrer tous les aspects des affaires électroniques à tous les échelons de l'entreprise : stratégique, juridique, opérationnel, logistique, marketing de même qu'au service des ressources humaines.

Il comporte aussi de nombreux avantages :

- reconnaissance par plusieurs ordres professionnels et associations;
- accréditation en affaires électroniques (3 crédits universitaires);
- formation stratégique intensive (8 jours sur 6 semaines);
- adhésion au réseau des certifiés : activités, forum, actualisation, etc;
- inscription au répertoire des certifiés.

SERVICE DE VEILLE STRATÉGIQUE

L'Institut a aussi lancé un service complet de veille stratégique à haute valeur ajoutée pour aider les entreprises à mieux connaître leurs clients, les tendances de leurs marchés ou des TI, ainsi que le positionnement de leurs concurrents. Ce service est adapté aux besoins selon les secteurs d'activité

des entreprises (télécommunications, fabrication, transport et exportation, santé, finances et services).

Qu'elle soit concurrentielle, commerciale, sectorielle ou technologique, la veille stratégique permet, entre autres, de centraliser et de mieux partager l'information « critique » à l'entreprise et, en conséquence, d'offrir des produits et services adaptés aux marchés et aux besoins des clients.

L'Institut offre aussi des programmes spécialisés en entreprise pour former, entre autres, les équipes de ventes, de marketing ou des TI afin :

- de les outiller en stratégie et en intégration des TI au modèle d'affaires de l'entreprise;
- de développer le travail d'équipe multidisciplinaire;
- d'intégrer un modèle d'affaires à l'échelle de l'entreprise et auprès des clients et partenaires.

L'année 2001-2002 promet d'être tout aussi mouvementée grâce aux quatre nouvelles cohortes du programme de certification qui se tiendront à Montréal, Québec et Sherbrooke dès cet automne. Certains voudront profiter du ralentissement économique pour se ressourcer et planifier pour « la prochaine vague » !

De plus, une « Journée d'actualisation » servira de carrefour unique des affaires électroniques au Québec; elle sera réservée exclusivement aux certifiés du programme de l'Institut qui pourront partager et discuter des tendances et des perspectives d'avenir en affaires électroniques, en plus de profiter des échanges, conférences et ateliers pour se retremper dans la matière électronique avec leurs pairs !

Le grand événement de l'automne sera sans doute la « Semaine du commerce électronique », qui se tiendra du 29 octobre au 2 novembre. L'Institut sera au cœur des activités avec une journée d'ateliers, le 31 octobre, et agira comme membre du jury au grand Gala, le 2 novembre. Pour plus d'information, visitez notre site www.institut.qc.ca

C'est un automne qui promet ! L'Institut du commerce électronique souhaite une excellente rentrée à ses partenaires, clients et commanditaires, tout en les remerciant de leur appui. ■



UN SITE WEB D'ENTREPRISE : POURQUOI ? POUR QUI ? MAIS SURTOUT... COMMENT ?

PAR FRANÇOISE MOMMENS, ANALYSTE D'AFFAIRES ÉLECTRONIQUES

L'Internet et les technologies de l'information sont devenus des réalités quotidiennes. Malgré cela, nombreuses sont les entreprises qui tardent à en profiter pleinement pour lancer leur site Web et faire du commerce électronique.

Voici les raisons les plus souvent évoquées :

Pourquoi un site Web ?

- « Internet ! Je ne suis pas sûr que ça va marcher ! C'est juste une lubie passagère. »
- « Oh non, c'est trop de courrier à gérer ! »
- « La concurrence n'y est pas encore, on a bien le temps. »
- « Ça fait 20 ans que l'on vend des chaussettes comme ça, on va pas changer pour changer ! »
- « C'est trop cher. »
- « Internet ne rejoint pas mes clients. »
- « Notre produit ne s'adapterait pas à cette technologie. »

Au Québec, selon Jean-Guy Rens et Gil Tocco¹, à la question « Avez-vous développé un plan d'affaires, un plan directeur ou un plan stratégique de commerce électronique pour votre entreprise ? Si non, pourquoi ? », 49 % des PME ont répondu « pas nécessaire », soit presque une PME sur deux.

Donc, seulement le cinquième des entreprises faisant du commerce électronique ont planifié l'implantation de cette nouvelle manière de travailler, que l'on parle d'échange de documents informatisés (EDI) ou d'autres formes plus évoluées de commerce électronique sur Internet.

La moitié environ des entreprises qui n'ont pas planifié l'implantation du commerce électronique affirment que ce n'est pas nécessaire ou que le commerce électronique n'est pas une priorité. Près de 20 % disent qu'elles ne sont pas encore prêtes... qu'elles n'ont pas le temps... ou que la haute direction n'a pas encore pris de décision.

D'abord, un site Web, c'est un excellent média de promotion, de publicité, une vitrine virtuelle sur le monde entier. C'est une façon efficace de présenter ses produits et services, de valoriser ses ressources humaines, de développer de nouveaux marchés, de se lancer dans l'exportation et plus encore.

Il faut cependant s'assurer de bien planifier l'ouverture de cette nouvelle fenêtre sur le monde. Créer et lancer un site Web comprend, entre autres, des règles à suivre et une stratégie corporative dont nous tenterons de dresser un portrait.

PROFITER DU RALENTISSEMENT ÉCONOMIQUE POUR FAIRE (OU REFAIRE) SON SITE WEB

Après la chute et la débâcle de certains « point-com », la période est propice à la réflexion, mais aussi à la définition d'une nouvelle stratégie d'affaires électroniques.

MODE D'EMPLOI

Il existe différentes façons de planifier ses affaires électroniques, mais il n'y a cependant pas de recette miracle. La démarche que nous vous suggérons est similaire à celle de tout autre plan d'affaires structuré. Elle maximisera vos chances de réussite, si vous procédez par étapes bien planifiées et éprouvées.

1) Planification stratégique

Au départ, il faut définir ses objectifs et ses besoins selon les ressources humaines, financières et matérielles de l'entreprise. Il vous faut aussi définir le rôle que jouera le site Web auprès des clientèles cibles et de vos propres employés et l'impact sur votre réseau de distribution, le cas échéant, tout en tenant compte de vos concurrents, de votre secteur d'activité et des habitudes de vos clients et de vos fournisseurs.

Il vous faudra ensuite nommer un gestionnaire de projet, mettre sur pied une équipe multidisciplinaire, etc., en plus de préparer un plan de communication, tant interne qu'externe, et établir les différentes étapes d'implantation.

En l'absence de personnel qualifié pour réaliser ces tâches au sein de votre entreprise, il vous faudra faire appel à des ressources externes et choisir le bon fournisseur de services qui saura répondre à vos attentes, que ce soit pour développer votre site Web, ou pour l'héberger et le gérer.

Tous ces détails sont critiques, car d'eux dépendront les différentes actions que vous aurez à prendre plus tard en plus d'avoir un impact direct sur le succès du projet.

2) Créativité

La conception d'un site Web « accessible » n'oblige pas nécessairement à renoncer à la créativité, à l'innovation et à l'esthétisme. Il faut cependant respecter certaines consignes, comme le choix des navigateurs tolérés, la définition de l'écran (en pixels), le poids des images à télécharger, une certaine harmonie des couleurs, l'emploi des technologies Flash, Shockwave, etc., voire des fonctionnalités des plus conviviales.

Assurez-vous de bien respecter les droits d'auteur si vous venez à reprendre ou à copier des textes ou des images qui ne vous appartiennent pas.

3) Fidélisation

Qu'il soit question de « vieille » ou de « nouvelle » économie, la fidélisation des clients est une des caractéristiques majeures de toute activité commerciale. Le cybercommerçant se doit de mettre en place des outils et des méthodes pour fidéliser ses clients.

Cette fidélisation passe tout d'abord par la satisfaction du client. Pour la véri-

fier, nous suggérons l'envoi d'un courrier électronique faisant suite à la réception de sa commande lui demandant ses impressions, ses commentaires, ses suggestions. Ce type de sondage peut aussi prendre la forme d'un formulaire Web.

La mise en place d'un « Club de clients » peut également inciter le visiteur à passer une commande. En sachant qu'après son premier achat, il pourra bénéficier de bons de réduction ou de services supplémentaires (ex. : information, conseils, devis gratuit...), celui-ci sera peut-être plus enclin à renouveler son expérience auprès du même marchand.

Un autre mode de fidélisation très en vogue et qui offre d'excellents résultats (une méthode qui entre aussi dans la catégorie « Publicité et promotion »), c'est la lettre de diffusion électronique (newsletter). Par ce bulletin régulier, le client reste informé des dernières modifications au site, des actualités, des nouveaux produits et services, des promotions, etc.

Enfin, il y a la « Carte de fidélité » qui permet aux clients de gagner des points de fidélité à chaque achat (bonus). Le total des points peut lui donner droit, par exemple, à des cadeaux ou des réductions.

4) Publicité et promotion

Vous avez maintenant un site Web fonctionnel. Vos clients, partenaires et fournisseurs en connaissent l'adresse et les modalités. Il ne vous reste plus qu'à en avvertir tous les autres qui pourraient bénéficier de vos produits et services.

Il existe de nombreuses façons de faire la promotion de votre entreprise et de vos produits et services en ligne, dont voici quelques exemples non exhaustifs : le bouche à oreilles, l'échange de bannières publicitaires, une lettre de diffusion électronique, la création de communautés virtuelles de même qu'être répertorié auprès de bons nombres d'annuaires et de moteurs de recherche.

Une autre méthode consiste à publier sur son site des témoignages de clients satisfaits, ce qui rehausse sensiblement la perception d'authenticité et de crédibilité du site et de son contenu. Règle générale, les témoignages des clients ça fonctionne très bien, surtout si les commentaires sont signés et que les noms et les adresses sont mentionnés.

5) Contenu

Il vous faudra faire preuve de créativité et de rigueur pour alimenter vos pages avec de l'information pertinente, en faire la mise à jour très régulièrement et, surtout, gratuitement. Pensez toujours qualité du contenu, un contenu qui se décline selon le credo : utilité, originalité et mise à jour.

Mais auparavant, mettez-vous dans la peau de vos clients en vous demandant :

« Quel type d'information j'aimerais moi-même trouver sur ce site ? »

Sur Internet, même si l'espace est illimité, il faut savoir l'utiliser adéquatement. Mieux vaut moins d'information, mais plus pertinente, que trop d'information... inutile.

6) Transaction :

choisir le mode de paiement

Cybervendeurs : quel label de sécurisation en ligne choisir ?

Cyberacheteurs : à quel type de paiement en ligne faire confiance ?

Les sites marchands indiquent bien sûr aux internautes qu'ils évoluent sur un site sécurisé, mais qu'en est-il vraiment ? Comment en être vraiment sûr ?

Les internautes hésitent encore à laisser leurs coordonnées bancaires sur Internet. Leur confiance passe bien sûr par la réputation de l'entreprise et le paiement sécurisé, mais aussi par les assurances en ligne, susceptibles de couvrir les sinistres en cas de fraude. Qu'en est-il réellement ?

7) Sécurité (informatique et sécurité des données)

Selon un sondage international sur la fraude électronique, réalisé et publié en mars dernier par la firme KPMG, les dirigeants de quelques-unes des plus importantes entreprises du globe ne sont pas sensibilisés ou sont mal informés en ce qui concerne les véritables points de vulnérabilité de leurs réseaux informatiques.

Bien que peu d'entre eux aient mis en place des directives claires en matière de sécurité informatique et encore moins vérifient les antécédents des sociétés qui les aident à concevoir, à entretenir et à gérer leur système de commerce électronique, les répondants ont tous mentionné que la sécurité des numéros de cartes de crédit et des renseignements personnels constituait, pour eux, la principale préoccupation de leurs clients.

Pour prévenir et détecter la fraude électronique, il existe de nombreux programmes de sécurité que l'on désigne souvent comme modèles de sécurité à multiples niveaux en raison de leurs diverses couches protectrices. Ces modèles font appel à l'utilisation de technologie de cryptage, de pare-feu, de systèmes de détection d'intrusions, de procédures d'intervention face aux incidents, y compris des directives en matière d'enquête informatique, ainsi qu'un suivi et des vérifications externes.

8) Service à la clientèle

La « Gestion de la relation client »

1. « Le cybercommerce au Québec » - Ed. Isabelle Quentin, 2001

LA REPRÉSENTATION DES FEMMES DANS LES CONSEILS D'ADMINISTRATION DES ENTREPRISES ET INSTITUTIONS

• UN ATOUT • UNE FORCE • UN INCONTOURNABLE ÉGALITÉ 2005... À VOS MARQUES ! PRÊTES...

PAR NICOLE RANGER, DIRECTRICE DU PROJET ÉGALITÉ 2005



Madame Nicole Ranger, directrice du projet Égalité 2005. Directrice générale retraitée du Conseil scolaire de l'île de Montréal 1992-2000; présidente du comité des services de garde du Conseil régional de développement de l'île de Montréal et membre de conseils d'administration.

En créant Égalité 2005, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain s'est engagée à promouvoir la présence des femmes sur les conseils d'administration des entreprises et des institutions. Elle veut, par ce projet, mettre en évidence les femmes qui siègent déjà à des conseils d'administration et faire la promotion de celles qui souhaitent y accéder.

Pour atteindre son objectif, la Chambre procède présentement à la mise sur pied d'un Centre d'arrimage qui favorisera le maillage entre les femmes et les entreprises, offrira du mentorat ainsi que des ateliers de formation pour les femmes, sensibilisera les entreprises et fournira des occasions de réseautage.

Nous vous présenterons une chronique mensuelle, pour tenir les membres de la Chambre au courant des démarches et des résultats, qui mettra chaque mois en évidence des personnalités féminines de même que les diverses activités qui ont été organisées par le Centre d'arrimage.

Pour en savoir plus sur ce projet et sur l'engagement de la Chambre, reportez-vous à l'article sur le sujet publié en page 19 du numéro de juin 2001 de Leadership Montréal. Cet article est également disponible sur le site Web de la Chambre www.ccmq.ca. Vous y accédez par «Salle des nouvelles», Leadership Montréal, et dernier numéro.

FEMMES ET ENTREPRISES À L'HONNEUR

La Chambre félicite :



Mme Monique Leroux, récemment nommée présidente et chef de la direction des filiales à la Société Financière Desjardins-Laurentienne dont l'actif est de 11 milliards. Cette société chapeaute les compagnies d'assurances, de fiducie et de gestion de placements du Mouvement Desjardins.

Mme Christine Marchildon devient première vice-présidente et directrice générale, région du Québec, à la BMO Banque privée Harris. Ses responsabilités consistent à développer et à réaliser



le plan d'affaires de la banque au Québec et à offrir à une clientèle nantie des services intégrés dans le domaine bancaire, la gestion de portefeuille et la gestion de patrimoine.



Mme Lise Bastarache a été nommée au poste de vice-présidente régionale, Québec, RBC, Gestion privée. Les centres de Gestion privée domestiques et le groupe de la Gestion privée globale

Canada seront réunis sous sa responsabilité.

Félicitations également, pour ces judicieuses nominations, au Mouvement Desjardins et à son président et chef de la direction, M. Alban d'Amours; à la BMO Banque Privée Harris et à son premier vice-président et chef de la banque privés, M. Graham Parsons, et son vice-président et chef du mandat national, M. Robert Vickers; de même qu'à la Banque Royale et à Mme Micheline Martin, première vice-présidente, Québec.

FEMME DE MÉRITE

Mme Danielle Maisonneuve a reçu récemment le Grand prix de la Société des relationnistes du Québec 2001.



Mme Maisonneuve, professeure à la Faculté des langues, lettres et communications à l'UQAM, est directrice fondatrice du

Laboratoire d'analyse d'impact médiatique et du Centre de vigie planétaire; cofondatrice de l'Institut sino-canadien de communication de l'Université de Shanghai; elle mène de front plusieurs recherches en relations publiques, communications organisationnelles, gestion de crise, environnement et en santé publique.

À VENIR

Promotion prochaine de femmes nommées à des postes supérieurs ou à des conseils d'administration

- Rencontres avec des dirigeants d'entreprises pour la nomination de candidates pouvant siéger à des conseils d'administration
- Organisation d'activités de réseautage et de formation.

Vous êtes une femme et vous désirez vous inscrire à notre banque de candidates, ou encore vous êtes un dirigeant d'entreprise à la recherche d'une administratrice ? Communiquez avec nous : Nicole Ranger, directrice du projet : nranger@ccmq.ca, ou

Karine Bardier, adjointe administrative, au 871-4000, poste 4402. ■

Prochaine conférence :

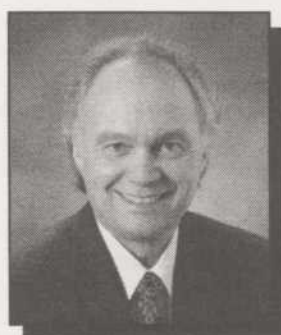
SÉRIE HAUTE TECHNOLOGIE

à la découverte de nouveaux leaders !

Sa conférence s'intitule :

«Politique québécoise de la science et de l'innovation :

Mise en valeur de ses impacts dans le développement économique des régions»



Monsieur David Cliche

Ministre délégué à la Recherche, à la Science et à la Technologie
Gouvernement du Québec

Date : Le jeudi 25 octobre 2001

Heure : de 7 h 30 à 9 h

Lieu : Hilton Montréal Bonaventure

Renseignements et réservations :

Téléphone : (514) 871-4000

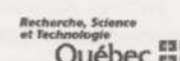
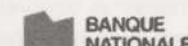
Télécopieur : (514) 871-5971

Inscription sur notre site transactionnel sécurisé :
www.ccmq.ca/activites

Commanditaire principal :



Banque de développement du Canada
Business Development Bank of Canada



◀ page 17 - un site Web...

(GRC) — ou *Customer Relationship Management* (CRM) — favorise la fidélisation à long terme de la clientèle. Elle fournit à l'entreprise une vue d'ensemble du client (ses besoins, ses habitudes d'achats, etc.) et lui permet ainsi d'optimiser son service à la clientèle, ainsi que ses produits et services pour la plus grande satisfaction du client.

La GRC permet de développer une stratégie de communications d'affaires en mettant l'accent sur tous les canaux de communication, tels que le contact personnel, les communications téléphoniques traditionnelles, les télécommunications sans fil, la messagerie électronique, Internet...

Aujourd'hui, avec la naissance de nouvelles solutions électroniques, on assiste à une convergence entre la GRC et les affaires électroniques. En colligeant divers renseignements sa clientèle, l'entreprise optimise son service de ventes ainsi que ses stratégies de marketing.

9) Logistique (transport, distribution et politique de retour des colis)

Le succès des transactions électroniques est déterminé, en partie, par la qualité, la rapidité de distribution et le coût de gestion des flux de services et de produits physiques.

Ceci implique une révision complète des fonctions traditionnelles des entreprises de transport, de messagerie, de logistique, etc. Ces dernières seront rapidement appelées à revoir et à considérablement élargir leur offre de services — à valeur ajoutée — afin de devenir partenaires privilégiés et indispensables des commerçants électroniques.

Aussi, en plus de devoir gérer la distribution et le transport de leurs marchandises, les cybercommerçants doivent mettre l'accent sur la politique de retour des colis qui, selon la firme de recherche Gartner, est le véritable talon d'Achille du commerce électronique.

Pour atténuer les pertes dues aux mauvaises politiques de retour de colis, on peut intégrer de manière plus étroite, par exemple, les infrastructures logistiques et le Web (processus qui semble faire défaut dans la démarche stratégique actuelle des entreprises concernées). En effet, moins d'un tiers des sites disposent présentement d'un système totalement unifié, qui gère tous les canaux de distribution d'une même entreprise, permettant de contrôler tous les envois de façon transparente.

Il existe cependant bien d'autres possibilités : site d'une meilleure ergonomie, information complète liée à la garantie et au mode de livraison, forum d'aide en ligne (FAQ), formulaire permettant aux clients de motiver la raison du renvoi, aiguillage des retours selon leur nature (ex. : réparation), automatisation de la fonction «retour», etc. sont autant de façons permettant d'éliminer toute une série d'échanges inutiles.

L'Institut du commerce électronique du Québec vous propose en octobre dans *Leadership Montréal*, de lire «La planification stratégique des affaires électroniques». C'est un rendez-vous ! ■

A G E N D A

OCTOBRE 2001

- | | | |
|---|--|---|
| <p>2 11 h à 14 h
Assemblée annuelle des membres
suivie d'un déjeuner-causerie
Hôtel Le Reine Elizabeth</p> <p>4 7 h 30 à 9 h
Perspectives
Le processus électoral
Monique Lefebvre
Présidente
Comité de transition de Montréal</p> | <p>4 17 h à 19 h
Cocktail de lancement
Ateliers «Apprendre-Entreprendre»
Locaux de la Chambre</p> <p>10 Débat des candidats à la mairie
suivi d'un déjeuner-causerie
Hôtel Hilton Montréal Bonaventure</p> | <p>16 12 h à 14 h
Déjeuner-causerie
Les choix énergétiques du Québec dans le contexte nord-américain
M. Robert Tessier
Président et chef de la direction
Gaz Métropolitain
Hôtel Le Centre Sheraton</p> |
|---|--|---|

Renseignements et réservations :

Tél. : (514) 871-4000
Téléc. : (514) 871-5971
Site transactionnel sécurisé :
www.ccm.qc.ca/activites

Les 5 à 7 du mardi :
Sonia Cloutier
Tél. : (514) 871-4000,
poste 4067



**Samson Bélair
Deloitte
& Touche**



BOMBARDIER



FRASER MILNER CASGRAIN s.e.é.



SNC-LAVALIN



Fiducie
Desjardins



Pratt & Whitney Canada
Une société de United Technologies



Développement économique Canada / Uniglobe Voyages Lexus

BILAN

CLINIQUE DE SANG : L'OBJECTIF DE 90 DONNEURS DÉPASSÉ !

Le 31 juillet dernier, la Chambre tenait une clinique de sang dans ses locaux de la Place Ville Marie — de même que sur la terrasse extérieure. Malgré le temps des vacances, la chaleur intense et toutes les excuses qu'on connaît dans ces circonstances... 109 donneurs se sont présentés, alors que l'objectif pour ce temps de l'année, avait été fixé à 90. Parmi les donneurs, nous avons accueilli des membres de la Chambre, des personnes travaillant dans les tours à bureau environnantes de même que des vacanciers de passage à Montréal.

Le besoin de sang et des produits du sang ne prend jamais de vacances et, chaque été, les réserves d'HÉMA-QUÉBEC diminuent au point que certaines interventions chirurgicales majeures doivent être retardées, sans compter que beaucoup d'accidents de la route surviennent en été. Le défi de l'organisme : toujours maintenir la réserve collective de sang à un niveau souhaitable.

Les résultats de la clinique de la Chambre ont été concluants et nous recommencerons l'expérience le jeudi 20 décembre prochain. Pourquoi dans le temps des fêtes ? Parce qu'il s'agit de l'autre période de l'année où les gens oublient de donner du sang !

Au plaisir de vous accueillir le 20 décembre ! Donner du sang, c'est plein de bon sens... ■



Mme Andrée Crevier, présidente de Visation, membre de la Chambre, donnait du sang pour la cinquantième fois !



M. Jean-Guy Delisle, bénévole à Héma-Québec complétant le thermomètre des résultats



Port de Montréal
Port of Montreal

GRAND PARTENAIRE ACTIF DU RÉSEAU DU LEADERSHIP MÉTROPOLITAIN

LES «GRANDS PARTENAIRES»

Pour **agir ensemble**
sur l'essor économique du **Montréal métropolitain!**



ABB • Aéroports de Montréal • Abitibi Consolidated Inc. • Agropur coopérative • Air Canada • Air France • Air Liquide Canada inc. • Alcan • Alstom Canada inc. • Andersen • Aramark Québec inc. • AstraZeneca Canada Inc. • AT&T Canada • Aventis Pharma • Avon Canada Inc. • AXA Assurances inc. • Banque CIBC • Banque de développement du Canada -

Siège social • Banque de Montréal • Banque Laurentienne

du Canada • Banque Nationale du Canada •

Banque Royale du Canada • Banque Scotia •

Banque Toronto-Dominion • Bell ActiMedia

• Bell Canada • Bell Helicopter Textron •

BMO Nesbitt Burns • Bombardier inc.

• Bourse de Montréal inc. • Brasserie

Labatt ltée • Bureau en Gros •

Cabinet de relations publiques

NATIONAL inc. (Le) • CAE •

Caisse de dépôt et placement

du Québec • Camco inc. •

Canac inc. • Canada 3000 inc.

• Canadien National • Cana-

dien Pacifique Ltd. • Cap

Gémini Ernst & Young

Canada inc. • Cascades inc. •

Ciment St-Laurent • Cirque

du Soleil • Cogeco inc. • Co-

gnicase • Commission scolaire

de Montréal • Communauté ur-

baine de Montréal / bureau du

président • Compagnie d'assu-

rance Standard Life (La) •

Computer Sciences Corporation •

Computershare • Costco Canada inc.

• CROP inc. • *Discreet Logic Inc. /

Autodesk Canada • Desjardins Ducharme

Stein Monast et Sogemis inc. • Dessau-

Soprin inc. • DICOM EXPRESS / GOJIT •

Domtar inc. • École des Hautes Études

Commerciales (HEC) • EDS Canada inc. • EDUMICRO inc.

• Eicon Networks • Emploi-Québec • EMS Technologies,

Space Electronics Group • Ericsson Canada inc. • Ernst &

Young • Fasken Martineau DuMoulin • Fédération des caisses

Desjardins du Québec • Fednav Limited • Fiducie Desjardins •

Financière Banque Nationale • Fonds de Solidarité des

Travailleurs du Québec (FTQ) • Fraser Milner Casgrain • FTM

Capital inc. • Gartner Group Canada • Gaz Métropolitain •

Glaxo Wellcome Inc. • Goodyear Canada inc. • Great West,

compagnie d'assurance-vie — London Life • Groupe CGI inc. •

Groupe Chagnon international ltée. • Groupe conseil DMR inc.

• Groupe Cossette Communication • *Groupe Créatech •

Groupe LGS inc. • Groupe L'ORÉAL • Groupe Optimum inc. •

Groupe Pharmaceutique Bristol-Myers Squibb • Groupe SNC-

Lavalin inc. • Financière Sun Life • Groupe Télécom • Groupe

TVA inc. • Groupe-conseil Aon inc. • Hewitt Équipement ltée •

*Hewlett Packard (Canada) ltée • Hydro-Québec • IATA -

International Air Transport Association • IBM Canada ltée •

Imperial Tobacco Canada ltée • Industrielle-Alliance Cie

d'Assurance sur la vie • Industrie C-MAC (Les) • Investissement-

Québec • Ivaco inc. • KPMG s.r.l. • Kruger inc. • Lafarge

Canada inc. • Le Groupe Jean Coutu (PJC) inc. • Le Groupe

Télé-Ressources ltée • Les Hôtels Fairmont • *Les produits

Bariatix International inc. • Loto-Québec • McCarthy Tétrault •

McGill University • Médias Transcontinental inc. • *MDS

Pharma Services Inc. • Médis Services Pharmaceutiques et de

santé inc. • Meloche Monnex inc. • Merck Frosst Canada inc. •

Métro inc. • Microcell Télécommunications inc. • *Mitel

Networks • Molson Canada, région du Québec •

*NexInnovations inc. • Noranda inc. • Nortel Networks • North

Star Ship Chandler inc. • Novartis Pharma Canada inc. •

Oberthur Jeux et Technologies • Office municipal d'habitation

de Montréal • Ogilvy Renault • Ouimet Cordon Bleu inc. •

Parmalat Canada • Petro-Canada • Pfizer Canada inc. • Pitney

Bowes du Canada ltée • Pomerleau • Port de Montréal • Postes

Canada • Power Corporation du Canada • Pratt & Whitney

Canada • PricewaterhouseCoopers • Produits forestiers

Alliance inc. • Provigo inc. • Quebecor Media inc. • Raymond,

Chabot, Grant, Thornton • Regroupement des collèges du

Montréal métropolitain • Réno-Dépôt inc. • Restaurants

McDonald du Canada ltée • Richter, Usher & Vineberg • Robert

Half International inc. • Rolls Royce Canada Ltd. • RONA inc. •

Samson Bélair/Deloitte & Touche • Schering Canada inc. •

Scotia Capitaux inc. • Shire BioChem inc. • SITQ immobilier •

Sobeys Québec • Société Compaq Canada inc. • Société con-

seil Mercer ltée • Société de transport de la C.U.M. • Société

des Alcools du Québec • Société du Groupe d'embouteillage

Pepsi • Société du Palais des Congrès de Montréal • *Société

du Vieux-Port de Montréal • Société générale de financement

du Québec • *Sprint Canada • *SSQ Groupe Financier •

*Stikeman Elliott • Sucre Lantic ltée • Système M3i inc. • Tec-

sult inc. • TELUS Mobilité • The Gazette • Transat A.T. inc. • UAP

inc. • *UBI Soft Divertissement Inc. • Université Concordia •

Université de Montréal • Université du Québec à Montréal •

Van Houtte inc. • VIA RAIL Canada inc. • Velan Inc. • Versalys •

Ville de Montréal - Service du développement économique •

Wyeth-Ayerst Canada Inc.

Les **leaders**
s'associent
aux **leaders!**

*BIENVENUE DANS LE CERCLE DES GRANDS PARTENAIRES
APPELEZ-NOUS AU (514) 871-4000, POSTE 4067