

**Cahier
spécial**

LES AFFAIRES

Semaine de la PME

PPP
PPP
PME



Les PME de la nouvelle économie: une gestion par la mobilisation

Les dirigeants sont omniprésents au sein de leur entreprise

Michel De Smet
On imaginait les PME de la nouvelle économie pratiquant une gestion plus

participative que les entreprises traditionnelles. Il faudra peut-être réviser cette perception et parler plutôt de gestion par la mobilisation. Spécialiste imminent de la

PME, Yvon Gasse a entrepris en mai dernier avec son collègue **Gérald d'Amboise**, tous deux professeurs en sciences de l'administration à l'Université Laval, une étude ap-

profondie d'envergure internationale sur les pratiques de gestion des PME appartenant à ce qu'il est convenu d'appeler la nouvelle économie. Il s'agit de firmes qui se retrouvent majoritairement dans les secteurs de l'informatique, des communications ou encore des biotechnologies.

Des dirigeants omniprésents

« Nous avons supposé au départ que les dirigeants de ces firmes devaient pratiquer une gestion par délégation de type participatif. Ce n'est pas vraiment le cas. Ainsi, les trois quarts de ceux que nous avons interrogés dans le cadre de notre recherche ont déclaré travailler entre 46 et 75 heures par semaine. Il s'en trouve même 17 % pour affirmer être présents dans leur entreprise au-delà de 76 heures », souligne M. Gasse.

Il note que la notion de gestion par la mobilisation se renforce davantage lorsqu'il s'attarde sur les critères qui sont à la base du processus décisionnel dans ces entreprises.

« Ici encore, on est loin de l'idée de partage. Quarante-huit pour cent de nos répondants déclarent y aller par leur *feeling* propre dans le processus décisionnel, ce qui ne les empêche pas de compter sur leur personnel pour les opérations de vérification des données sur lesquelles ils peuvent se baser pour arrêter leurs décisions. »

En revanche, l'idée de mobilisation s'affirme avec force, surtout lorsqu'il s'agit de choisir ses collaborateurs. Très scolarisés - 72 % des sondés possèdent un diplôme universitaire - les dirigeants des PME technologiques recrutent des travailleurs dont la matière grise constitue un apport indéniable pour l'entreprise.

« Parallèlement, on constate que, si les critères de scolarité et de compétences acquises de leur personnel sont importants, les chefs d'entreprise

manifestent clairement une exigence absolue : il faut qu'une chimie harmonieuse s'installe entre le travailleur fraîchement recruté, ses collègues et les valeurs de l'entreprise. Les patrons nous ont déclaré ne pas hésiter à congédier un salarié, même très compétent, si cette chimie ne se réalise pas rapidement », ajoute M. Gasse.

Créatifs plutôt que technologues

Paradoxalement, les dirigeants d'entreprises technologiques ne se valorisent guère avec leurs propres compétences technologiques. M. Gasse a relevé, au fil de ses entretiens, qu'ils ne font pas figurer leurs connaissances technologiques parmi les atouts majeurs qui ont mené au succès de leur firme. Ils n'hésitent pas également à reconnaître leurs carences au chapitre de leurs habiletés financières.

« Une grande majorité d'entre eux se décrivent comme des créatifs. Ils considèrent que c'est leur esprit d'innovation qui constitue l'apport déterminant à la réussite de leur entreprise. »

Outils de gestion

L'innovation et la flexibilité expliquent par ailleurs le paradoxe observé par les deux professeurs qui ont également tenté de recenser les outils de gestion utilisés par les chefs d'entreprise.

Yvon Gasse :
« Les dirigeants des PME technologiques sont très portés sur le réseautage; 44 % d'entre eux ont déclaré détenir une participation financière ou siéger au conseil d'administration d'autres entreprises. »

« Soixante-quinze pour cent d'entre eux ont une vision claire à terme du positionnement stratégique de leur entreprise. Pour ce faire, ils déclarent avoir recours à certains outils de planification. Mais là encore, il y a un écart considérable entre ce qu'ils ont à leur disposition et ce qu'ils utilisent réellement et régulièrement », note M. Gasse.

Selon lui, le plan d'affaires s'affirme, en ce domaine, le principal outil de référence. La planification s'étend toutefois rarement au-delà d'un an. Finalement, le paramètre principal qui guide le positionnement stratégique des entreprises demeure les contraintes budgétaires.

Présentement, 63 entreprises figurent déjà dans la base de données de MM. Gasse et d'Amboise, des entreprises québécoises, mais aussi canadiennes. Les plus importantes comptent jusqu'à 300 salariés, mais la plupart d'entre elles ne dépassent pas la centaine de travailleurs. L'étude englobera sous peu, pour fins de comparaison, des PME technologiques britanniques, australiennes, néo-zélandaises, américaines et mexicaines.

Cet échantillonnage relativement modeste est largement compensé par la profondeur de l'enquête : chaque dirigeant d'entreprise est interrogé par les chercheurs pendant plus de deux heures. ■

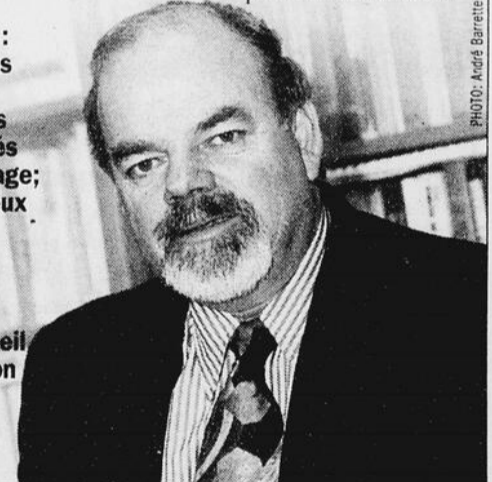


PHOTO: André Barrette

PPPPPPPPPPPP.32-33

Les PME de plus en plus tournées vers les marchés étrangers

Michel
De Smet

Les PME se montrent de plus en plus dynamiques sur les marchés internationaux. Elles se déclarent également beaucoup mieux renseignées que par le passé sur les occasions et les contextes d'affaires à l'étranger.

C'est ce qui ressort d'un sondage interne mené auprès de 1 332 entreprises québécoises par la **Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI)** en juin dernier.

Le document révèle que près de 13 % des entreprises sondées ont déjà réalisé des transactions avec des clients autres que des Canadiens et des Américains, principalement en Europe et en Asie.

« Ce qu'il est important de noter, c'est que lorsqu'on les interroge sur leurs objectifs par rapport à leurs marchés, plus de 20 % manifestent leur intention de tisser les liens d'affaires à l'extérieur du Canada et des États-Unis au cours des trois prochaines années », souligne **Pierre Cléroux**, vice-président pour le Québec à la FCEI.

Par ailleurs, le sondage montre également que l'internationalisation des affaires est désormais un phénomène bien implanté dans les stratégies de développement des

PME. Ainsi, 47,6 % des entreprises qui exportent ont déclaré que les marchés étrangers faisaient partie de leur plan d'expansion et de diversification.

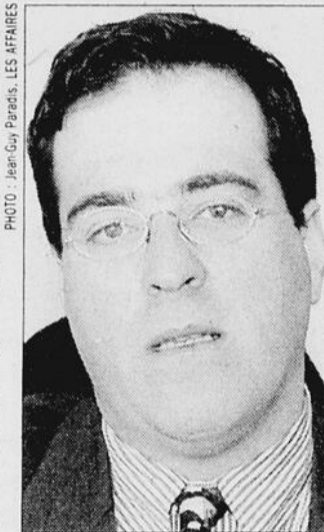
Trente-trois pour cent d'entre elles ont même affirmé avoir conclu leur première transaction internationale dans leurs premiers mois d'entrée en activité.

À noter également que le groupe d'entreprises exportatrices manifeste un taux de satisfaction remarquable face à leurs marchés étrangers : 81 % se disent énormément ou moyennement satisfaites des résultats de leurs efforts d'exportation contre à peine 8,5 % qui expriment plutôt leur déception.

En revanche, interrogées sur les principaux obstacles à surmonter lors des activités d'exportation, les entreprises, dans une proportion de 26,2 %, dénoncent les tracasseries des formalités douanières.

« Voilà un pourcentage beaucoup trop élevé dans un contexte de libéralisation des échanges. C'est une anomalie que nous relevons souvent lors des conversations avec nos membres et nous en faisons une priorité dans nos représentations auprès des pouvoirs publics », affirme M. Cléroux.

Quant aux interventions que



■ **Pierre Cléroux** : « On note une progression continue de l'appétit de nos membres pour les marchés étrangers. »

les entreprises souhaitent obtenir des différents paliers de gouvernement pour les aider dans leurs efforts d'exportation, les PME interrogées par la Fédération mentionnent en priorité des mesures à caractère financier. En particulier, 48,5 % d'entre elles souhaiteraient pouvoir faire admettre davantage de frais de développement des exportations comme montants déductibles aux fins d'impôt.

L'organisation de foires et de missions commerciales ainsi que la promotion des produits et des services cana-

diens à l'échelle internationale remportent également l'adhésion du tiers des répondants.

L'importance des sources informelles

Détail intéressant, lorsqu'on sonde les entreprises sur leurs sources les plus fiables en matière de conseils à l'exportation, on observe la prépondérance des sources informelles.

Ainsi, les PME ont bien davantage recours aux informations de leurs clients étrangers (43 %), des autres entreprises exportatrices (28 %) et de leurs fournisseurs (22 %) que des gouvernements (10,8 %) et des représentations commerciales canadiennes et québécoises à l'étranger (14 %).

Enfin, lorsqu'il s'agit de faire appel aux organismes ou aux programmes gouvernementaux d'aide à l'exportation, c'est la **Banque de développement du Canada (BDC)** qui se classe en tête puisque 19,8 % des répondants ont dit faire affaire ou avoir déjà fait affaire avec cet organisme fédéral.

La **Société pour l'expansion des exportations (SEE)** arrive en seconde position (19,4 %), précédant dans l'ordre le **Programme provincial de développement des marchés d'exportation (PDME)** et l'**Agence canadienne de développement international (ACDI)**. ■

Acton Vale lance un concours pour le démarrage de PME

40 000 \$ offerts en prix

Afin de promouvoir l'entrepreneuriat et de créer des emplois dans le secteur manufacturier, la région d'Acton Vale a lancé le concours *Gagnez votre entreprise*.

Parrainé par la **Commission de développement de l'économie et de l'emploi de la région d'Acton**, cette initiative s'adresse aux personnes de 18 ans et plus qui pourraient recevoir jusqu'à 30 000 \$ pour démarrer leur entreprise.

Martin Bousquet, commissaire industriel, se dit heureux de l'appui des gens du milieu qui ont offert une contribution financière.

« Le secteur manufacturier est dynamique dans la région, dit-il. Sur un total de 15 300 habitants, 3 500 emplois sont dans ce secteur. C'est un excellent ratio. Les dirigeants d'entreprises comprennent l'importance du développement et ont bien répondu à l'appel pour la mise en place du concours. »

Trois prix en jeu

Trois prix seront remis aux participants qui ont jusqu'au 1^{er} décembre pour soumettre leur projet. Le premier est de 30 000 \$, le deuxième, de 6 000 \$ et le troisième, de 4 000 \$.

Claude Mayer, président-directeur général de **Camoguid**, a accepté d'être le porte-parole du concours. En 1986, il démarrait son entreprise dans la région. Camoguid, fabricant de pièces de véhicules, est une entreprise en croissance à l'heure actuelle.

M. Mayer a accepté de faire la promotion du concours dans les dépliants promotionnels, dans les journaux de Sherbrooke, Granby, Drummondville, Saint-Hyacinthe et dans la publicité télévisée diffusée par *Télé-7*. La campagne durera deux mois.

Deux autres personnalités connues du milieu des affaires, **Jeffrey Casselman**, de la **Corporation des tapis Peerless**, et **Lyne Garner**, des **Entreprises Denis Garner**, associent également leur nom au concours dans la publicité télévisée.

« Tous les candidats intéressés à présenter une candidature devront suivre une formation de 15 heures dans le but de préciser leur plan d'affaires, explique M. Bousquet. Ce plan devra être présenté d'ici la fin avril. »

M. Bousquet a réussi à intéresser une douzaine de partenaires à son projet. (DT) ■



LA CORPORATION FINANCIERE BROME INC. A ÉTÉ FONDÉE POUR OFFRIR AUX ENTREPRISES EN CROISSANCE DES SERVICES DE FINANCEMENT IMAGINATIFS ET COMPLÉMENTAIRES À CEUX OFFERTS PAR LES BANQUES À CHARTE.

ACHATS À ESCOMPTÉ
DE COMPTES À RECEVOIR

FINANCEMENT DE COMPTES
À RECEVOIR

GESTION DES COMPTES
À RECEVOIR

FINANCEMENT PRÉ-LIVRAISON
EXPORTATION ET DOMESTIQUE

500, RUE SHERBROOKE OUEST, BUREAU 1200
MONTRÉAL (QUÉBEC) H3A 3C6

TÉLÉPHONE : (514) 842-2975 TÉLÉCOPIEUR : (514) 842-1852
SITE INTERNET : <http://www.bromeinc.com>

Mettez-vous un marché en main

Pour un exportateur, rien de mieux pour se mettre un marché en main que de faire affaire avec la Corporation commerciale canadienne (CCC). En tant qu'organisme de négociation de contrats à l'exportation du gouvernement du Canada, nous devons nous tenir au courant des changements constants du milieu des marchés étrangers. C'est bien pourquoi la CCC a mis sur pied toute une gamme de services qui sont là pour aider les exportateurs canadiens, tout au long du processus de vente à des acheteurs du monde entier.

Parmi ces services, la CCC offre un nouveau programme simplifié en direct, qui rend plus facile et plus rapide l'identification de possibilités d'exportation. Nous avons aussi développé le Programme de paiements progressifs, afin d'aider les entreprises à avoir accès à un fonds de roulement. En tant qu'entrepreneur principal, la garantie donnée par la CCC de la capacité d'une entreprise à répondre aux exigences d'un client étranger, entraîne le support du gouvernement du Canada. Ce partenariat non seulement soutient votre réputation dans les autres pays, mais il apporte à vos clients étrangers la tranquillité d'esprit.

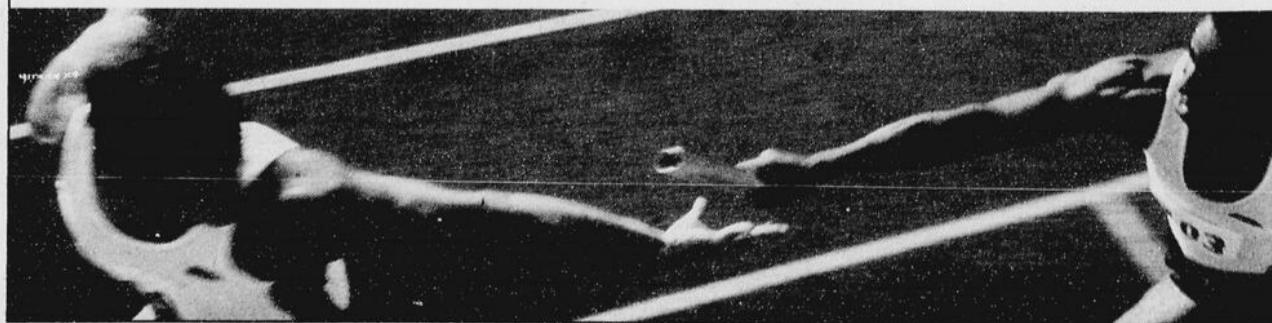
Depuis 1946, par ses connaissances et son expérience, la CCC a aidé des milliers d'entreprises canadiennes à assurer leurs exportations. Nous pourrions peut-être vous aider, vous aussi. Pour de plus amples renseignements, prière de communiquer avec Terry Scott, aux numéros indiqués ci-après.

avec un partenaire fiable.

50, rue O'Connor, Ottawa, Canada K1A 0S6 Tél. : (613) 996-2655 Téléc. : (613) 995-2121 cour. élec. : info@ccc.ca • site web : www.ccc.ca Propriété exclusive du gouvernement du Canada



CANADIAN
COMMERCIAL
CORPORATION
CORPORATION
COMMERCIALE
CANADIENNE



La France veut encourager les partenariats entre les PME françaises et québécoises

3 000 missions en France depuis l'entrée en vigueur du programme de partenariat franco-québécois il y a 30 ans

Madeleine

Guay

À la suite des décisions prises par le premier ministre du Québec, **Lucien Bouchard**, et le premier ministre de la République française, **Lionel Jospin**, au début octobre, **Marylise Lebranchu**, secrétaire d'État auprès du ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, chargé des PME, du Commerce et de l'Artisanat, est venue visiter le Québec pour réaffirmer, entre autres, la volonté de la France de promouvoir le partenariat entre les PME québécoises et françaises.

« Nous sommes communément attentifs, a déclaré la secrétaire d'État, autant sur le territoire de la France que sur celui du Québec, à accompagner les PME dans leurs démarches pour conclure des partenariats. »

On s'active donc, au sein des gouvernements français et québécois, à accélérer les actions pour augmenter la qualité du soutien aux PME des deux pays. « Nous voulons être plus efficaces, plus rapides, afin de faciliter la vie aux entreprises », a précisé M^{me} Lebranchu.

Et le premier soutien des gouvernements est sur le plan de l'information. Selon M^{me} Lebranchu, le rôle du gouvernement est de créer des réseaux pour que les entreprises aient la plus grande connaissance possible du marché avant même de se déplacer dans l'autre pays.

« Souvent, les petites entre-



■ **Marylise Lebranchu** : « Nos PME cherchent des occasions d'affaires. Les responsables de 40 d'entre elles ont fait le voyage avec nous dans l'intention de rencontrer de futurs partenaires au Québec. »

prises n'ont pas les moyens d'envisager plusieurs voyages en France avant de conclure un accord », a commenté **Roger Bertrand**, ministre délégué à l'Industrie et au Commerce, qui assistait à la rencontre avec LES AFFAIRES.

Pour permettre à ces jeunes entreprises de considérer le marché outre-mer, les gouvernements veulent offrir les moyens qu'elles n'ont pas. Par exemple mettre à leur dis-

position des salles télévision-conférence pour éviter les déplacements.

PME technologiques

Pour maximiser les résultats, des axes précis de développement ont été ciblés.

On parle bien sûr des domaines d'activité qui affichent les plus forts taux de croissance, comme celui de la haute technologie.

Le Groupe franco-québécois de coopération économique (GFQCE), dans le cadre duquel M^{me} Lebranchu et M. Bertrand ont tenu leurs discussions, a convenu de tenir des rencontres au cours des prochains mois pour favoriser l'échange entre les professionnels québécois et français oeuvrant dans des champs d'application liés à cinq secteurs clés : les technologies de l'information, l'aérospatiale, la santé, l'environnement et les technologies organisationnelles.

Pour stimuler les partenariats entre les entreprises des deux pays, le GFQCE a de plus identifié quatre sujets d'intérêt partagé, soit la télé-médecine, la reconnaissance de la parole, le traitement des déchets organiques d'origine animale et les énergies renouvelables.

Selon M^{me} Lebranchu, les marchés français offrent un fort potentiel pour les entreprises du Québec. Le problème actuel en France est sa difficulté à développer les technologies de l'avenir.

Porte d'entrée sur le marché européen

Selon la secrétaire d'État, l'idée de s'unir pour pénétrer les marchés internationaux est en voie d'être bien comprise parmi les gens d'affaires.

« En mettant en commun nos systèmes et les richesses

de notre savoir, il y a alors une plus grande possibilité d'étendre notre force pour percer les autres marchés d'envergure. »

La France peut servir de base aux PME québécoises, lesquelles, par la suite, peuvent songer à vendre leurs produits ailleurs en Europe, de la même façon

que les entreprises françaises, à l'aide d'un partenaire québécois, peuvent logner le marché américain.

Cela représente des avan-

tages pour tous, et peut-être beaucoup d'argent. Seulement pour les années 1995 et 1996, le programme *ACTIM-Québec*, qui encourage les PME québécoises à conclure des partenariats avec les entreprises françaises, a entraîné la conclusion de 25 accords de coopération industrielle (voir article en page B6).

Ces ententes ont engendré 13 M\$ d'investissements et la création de 142 emplois en haute technologie.

Dans le cadre de ce programme, on organisera au Québec des rencontres industrielles dans les secteurs de la santé et des équipements médicaux en 1998. ■

■ **Le problème actuel de la France est sa difficulté à développer les technologies de l'avenir.**

PARTIR EN AFFAIRES du bon pied

AVEC:

- PROGRAMME DÉMARRAGE D'ENTREPRISES (901.79) • A.E.C.
- PROGRAMME COMMERCE INTERNATIONAL (902.58) • A.E.C.
- PROGRAMME TECHNIQUES DE GESTION DES ORGANISATIONS DE SERVICES (901.29) A.E.C.
- FORMATION À LA CARTE

POSSIBILITÉ DE:

- Prêts et bourses
- Soutien financier de l'assurance-emploi
- SPRINT



ACADÉMIE DE
L'ENTREPRENEURSHIP
QUÉBÉCOIS INC.

(514) 676-5826 • Internet: www.aeq.qc.ca

Permis 294.901

4500, rue LaPénurie

B-56 site Base Militaire, St-Hubert, J3Y 9E1

COURS JOUR ET SOIR

Communication Imagex
2207, rue Sherbrooke Est
Montréal (Québec) H2K 1E2

Téléphone
(514) 598-9794
Télécopieur
(514) 598-8058

Gestion de travaux d'imprimerie

Chez PRIMONICS, nous sommes fiers d'être mandatés par SAP au titre de fournisseur exclusif des systèmes de gestion intégrée SAP R/3 auprès des firmes québécoises dont le chiffre d'affaires est inférieur à 250M\$.

Le système de gestion client-serveur R/3 de SAP englobe tous les processus d'affaires de l'entreprise dans un même logiciel centralisé : • comptabilités financière et analytique • gestions de projet et du personnel • planification de la production • approvisionnements • gestion des magasins • ventes et plusieurs autres fonctions spécifiques à votre industrie.

Avec cet outil de gestion, les PME du Québec pourront désormais être aussi concurrentielles que les grandes entreprises. Vous souhaitez mettre en place une gestion dynamique et rationnelle des informations cruciales pour le développement de vos affaires, communiquez avec nous dès maintenant au (514) 339-1998.



Certified Business Solutions

PRIMONICS inc.

10 000, boul. Cavendish, Ville Saint-Laurent (Qc) H4M 2V1 Tél. : (514) 339-1998

Télécopieur : (514) 333-0963 Courrier électronique : info.cbs@primonics.ca

Rendez-nous visite à : <http://www.primonics.ca/>



L'entreprise familiale : un modèle de solidité

Michel
De Smet

Les entreprises familiales vont bien, merci. Selon Pierre Hugron, professeur à l'école des Hautes Études Commerciales (HEC) de Montréal, elles se porteraient même mieux qu'il y a quatre ans.

« Récemment, avec le cours de collaborateurs, j'ai procédé à une mise à jour de ma banque de données. J'ai notamment remarqué que le nombre de faillites, qui était déjà faible dans le passé, a encore régressé. »

M. Hugron, qui préside également aux destinées du Groupe de recherche sur les entreprises familiales (GREF), s'intéresse depuis 20

ans à ce type d'entreprises. Patiemment, il a bâti une banque de données qui a connu sa première version informatisée en 1990, puis deux opérations de rafraîchissement, en 1993 et tout récemment, en septembre dernier.

« Actuellement, je dénombre environ 950 entreprises dans ma banque. Si vous me demandez la définition d'une

PHOTO : Jean-Guy Paradis, LES AFFAIRES



entreprise familiale, je serais bien embêté car ce n'est pas une catégorie statistique. Mais, dans leur immense majorité, ce sont des PME. D'ailleurs, parmi celles que j'ai recensées, 91 % comptent moins de 100 salariés. »

■ Pierre Hugron : « Dans l'entreprise familiale, le modèle père-fille s'avère moins conflictuel que celui qui implique le père et son ou ses fils. »

Très loin de Dallas

Tout de même, il a bien fallu que M. Hugron se donne des repères pour circonscrire l'objet de sa curiosité. Ainsi, sa définition de l'entreprise familiale repose sur trois critères.

La propriété de l'entreprise doit être contrôlée par au moins un membre de la famille; celui-ci en exerce également la gestion effective; et, critère beaucoup plus subjectif, l'entreprise doit faire preuve d'un esprit de continuité.

« Au fil des ans, ce qui a motivé ma recherche, c'est de dégager un modèle de réussite. L'entreprise familiale a, au sein de l'univers corporatif, la particularité d'articuler simultanément les valeurs de trois réalités différentes : celle de l'entreprise, celle des individus qui la dirigent et celle de la famille. »

Or, un bon scénario pour une série de télévision ne fait pas un *success story* commercial. Ainsi, pour M. Hugron, le célèbre feuilleton télévisé américain *Dallas* constitue l'exemple parfait de ce qui acculerait rapidement une société de type familial à la faillite.

« On y voit un affrontement constant entre les valeurs de la famille et le caractère des individus. Pauvre entreprise ! Tout au contraire, mes observations me poussent à un constat très simple : les entreprises familiales qui vont bien sont précisément celles qui réussissent à articuler harmonieusement l'ensemble de ces trois différentes composantes. »

M. Hugron est persuadé qu'une des explications les plus évidentes de la solidité des entreprises qu'il a étudiées réside dans le fait que valeurs familiales et corporatives se confondent.

« Lorsque votre entreprise va mal, vous vous mettez à la recherche d'un autre emploi. Au contraire, si vous en êtes le propriétaire, vous tentez par tous les moyens de redresser la barre. »

Pas québécois du tout

M. Hugron note également qu'on associe souvent l'entreprise familiale à des stéréotypes de société repliée sur elle-même, réfractaire à l'innovation et à l'introduction des nouvelles technologies.

« Pour tout dire, on leur attribue un côté *québécois*. C'est notamment dû au fait que les chercheurs ont historiquement concentré leur attention sur l'étude des modèles de gestion en place dans la grande entreprise. »

Pour M. Hugron, ces préjugés ne sont pas fondés. Par exemple, en se référant à sa banque de données, il s'est aperçu qu'en 1993, 13,25 % des entreprises familiales déclaraient avoir des activités internationales. En 1997, ce pourcentage atteint 16,5 %.

En outre, M. Hugron a relevé que, cette année, 21,4 % d'entre elles disposaient d'une adresse électronique et 16,42 % d'un site Internet.

Son échantillonnage montre également une présence significative des entreprises familiales dans toutes les régions du Québec ainsi que dans l'ensemble des secteurs d'activité économique.

« Tout au plus peut-on noter une surreprésentation dans le domaine agroalimentaire ainsi que dans des firmes de plomberie et d'installation électrique, c'est-à-dire là où l'idée de métier et de compagnonnage est particulièrement forte. » ■

Il faut avoir confiance en son entreprise pour s'aventurer en terrain inconnu. Et cette confiance, on l'obtient en sachant que les risques sont réduits au minimum.

À la Société pour l'expansion des exportations, une partie importante de notre travail consiste à assurer vos contrats à l'étranger contre les pertes financières. Notre engagement envers les petits exportateurs est tel que nous avons une équipe d'experts spécifiquement mise en place pour vous venir en aide. Elle offre un service rapide, personnalisé et adapté aux besoins des entreprises comme la vôtre.

Alors, avant de vous aventurer en terrain inconnu, appelez-nous. Et soyez tranquilles, nous connaissons le terrain.

Renseignez-vous davantage sur la SEE dès aujourd'hui : 1 800 377-1228.



Il exporte des fauteuils depuis 1992.
Grâce à notre aide,
il est enfin à l'aise.



Minimisez les
risques. Exportez en
toute assurance.

Des bourses, des conseils et de la formation pour soutenir l'entrepreneurship

Nouvelle aide pour les étudiants de l'Université de Montréal et de ses écoles affiliées

Danielle
Turgeon

Les étudiants des campus de l'École des Hautes Études Commerciales (HEC), de l'École Polytechnique et de l'Université de Montréal pourront profiter de conseils et de bourses s'ils veulent se lancer en affaires.

Le Centre d'entrepreneurship HEC-Poly-UdeM, fondé en 1996, vient d'annoncer que les gouvernements fédéral et provincial vont contribuer financièrement afin de soutenir les activités du Centre.

Le Bureau fédéral de développement régional (Québec) et le ministère de la Métropole offriront 300 000 \$ chacun, échelonnés sur trois ans.

« Si nos étudiants ont un intérêt pour l'entrepreneuriat, ils recevront l'aide nécessaire jusqu'au moment du démarrage, indique Alain Thériault,



directeur administratif du Centre.

« Par la suite, ils pourront

être pris en charge par des organismes voués à l'entrepreneurship tels qu'Inno-Centre

■ Pierre Jadoul est directeur général du Centre d'entrepreneurship HEC-Poly-UdeM.

et le Centre d'entreprise et d'innovation de Montréal. »

Le Centre offrira de la formation aux gens de la communauté universitaire. Les futurs entrepreneurs auront l'encadrement nécessaire pour définir et étoffer leur projet d'entreprise.

Des partenaires, déjà actifs dans le milieu des affaires, les aideront à préparer un plan d'affaires, à se trouver du financement, à établir des liens avec des experts disponibles dans différents domaines.

« Nous avons la coopération d'entreprises telles que la Banque Nationale, Meloche

Monnex, Leduc Leblanc avocats, dont les professionnels acceptent d'offrir leur temps. Des dirigeants d'entreprise issus de l'un des campus viennent aussi livrer des témoignages. C'est le cas des présidents de Machina Sapiens, de Dokubox et de la Société Immex. »

Tout au long de l'année, on y présentera des conférences et des témoignages, on y mettra des bases de données, des vidéos, des nouvelles fraîches à la disposition des étudiants.

Un concours annuel

Ce qui distingue le Centre d'entrepreneurship HEC-Poly-UdeM, c'est le concours *De l'idée au projet*, qui commande un budget de 500 000 \$ sur trois ans.

« Nous comptons attribuer des bourses de 10 000 \$ environ pour soutenir concrètement la création d'entreprises », souligne M. Thériault.

Pour se retrouver dans les finalistes, un étudiant inscrit à temps plein à la session d'automne 1997 devra avoir une idée originale qui répond à un besoin du marché.

Tous les étudiants qui participent déjà à des projets de recherche et qui aimeraient commercialiser leur trouvaille pourront profiter de cette rampe de lancement.

Précisons enfin que le Centre d'entrepreneurship, dont Pierre Jadoul est le directeur général, est né d'une idée de Louis Jacques Fillion, titulaire de la Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter de l'École des HEC.

M. Jadoul est également titulaire de la Chaire d'entrepreneurship J.V.R. Cyr de l'École polytechnique.

Cette chaire, créée par Bell Canada en 1991, compte aussi la société Nortel, qui s'y est jointe en 1996. Les deux entreprises y ont investi plus de 2 M \$. ■

SAVOIR DÉCIDER, C'EST SAVOIR S'ENTOURER

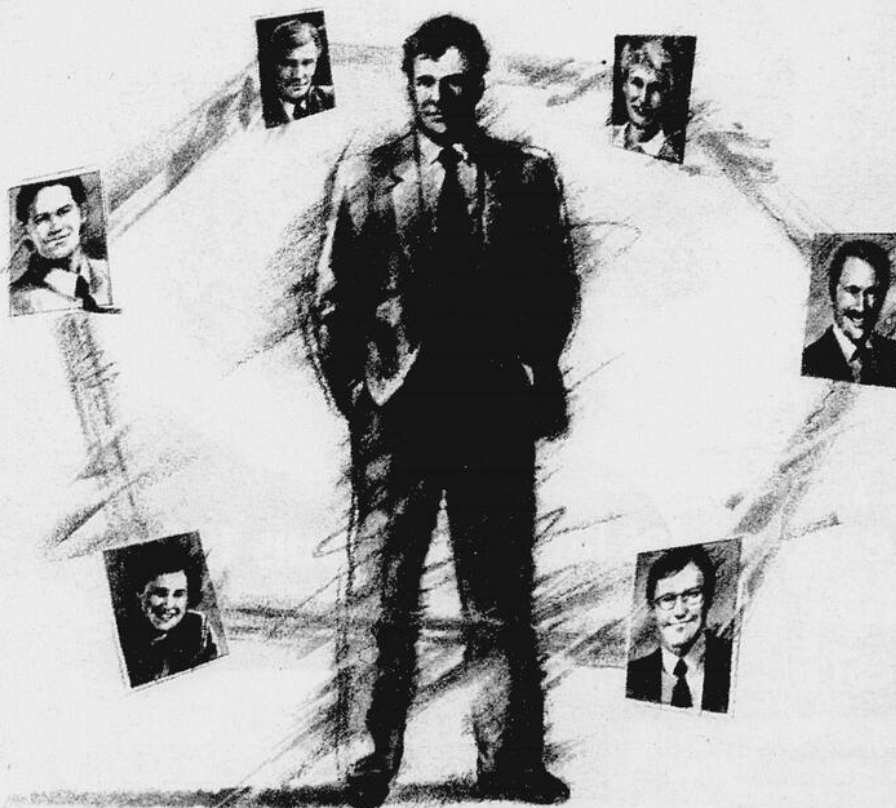
Votre gardien de titres est un élément clé de votre réussite. Optez pour l'excellence.

Vous mettez énormément de soin à choisir les experts qui vous feront atteindre vos objectifs. Vous voulez un gestionnaire de portefeuille de premier ordre. C'est primordial. Vous voulez que votre actuaire soit à la fine pointe. Il le faut. De la même façon, votre gardien de titres doit être rien de moins qu'excellent. C'est essentiel.

Dans le domaine de la garde de titres, la Fiducie Desjardins se distingue par la qualité supérieure de son service. Nous sommes là où nous devons être : près de nos clients. Vous avez accès à tous les responsables, en tout temps et rapidement. C'est ainsi que nous avons acquis notre solide réputation, notre position de meneur dans notre marché et un actif en garde de plus de 85 milliards \$.

Associés à un réseau international à la hauteur des standards mondiaux les plus élevés, nous pouvons contribuer à augmenter la rentabilité et la fluidité de votre actif. Nous vous offrons aussi la transmission électronique de l'information qu'il vous faut, sous de multiples formes, à des conditions concurrentielles.

Simple ou complexes, quels que soient vos besoins, nous savons et tenons à nous y adapter. Parfaitement.



**Fiducie
Desjardins**

SERVICES AUX ENTREPRISES

Parce que la qualité est un
avantage décisif.
(514) 286-5825
1 800 361-6840, poste 5825



Desjardins pour s'aider soi-même

ACTIM-Québec aide les PME d'ici à prospecter le marché français

Depuis la création du programme, près de 850 accords ont été signés

Isabelle
Chassin

Si, pour les entreprises françaises, le Québec constitue un tremplin vers les marchés de l'ALENA, la France peut ouvrir les portes du marché européen aux entrepreneurs québécois. Mais contrairement aux idées reçues, la France n'est pas un marché facile à conquérir. Pour s'y lancer, les accords franco-québécois peuvent faciliter les démarches.

Institué en 1964, le programme *ACTIM-Québec* est l'un des premiers accords bilatéraux signés entre le Québec et la France. Cette entente de coopération industrielle est administrée conjointement par le ministère de l'Industrie, du Commerce, de la Science et de la Technologie (MICST) pour le Québec et par l'Agence pour la coopération technique industrielle et économi-

que (ACTIM) pour la France. Le programme assiste les PME québécoises qui souhaitent négocier ou conclure des accords industriels en France. Il défraie l'essentiel des coûts (transports et frais de séjour) de missions de courte durée d'une PME sur le territoire de son éventuel partenaire.

Les accords doivent être de type cession ou acquisition de savoir-faire ou de procédés technologiques et industriels; partenariats industriels et technologiques; développement conjoint de produits ou création de filiales ou de sociétés mixtes.

Le partenaire doit avoir été identifié et contacté et les échanges doivent avoir mis en évidence un intérêt réciproque pour un accord industriel.

À Paris, l'ACTIM et la Délégation générale du Québec sont les premiers relais pour les prises de rendez-vous, la présentation de partenaires

potentiels et le suivi des dossiers.

Depuis sa création, près de 850 accords franco-québécois ont été signés. Selon Raymond Marcil, directeur des prêts ACTIM-Québec du MICST, en 1996, il y aurait eu près de 6,64 M\$ de retombées en prévisions d'investissements.

La France prévoyait d'investir au Québec 6,5 M\$ et le Québec 140 000 \$ en France.

« Les secteurs favorisés sont l'environnement, la santé, les biotechnologies et les technologies de l'information, notamment le multimédia. Ces dernières représentent entre 35 et 40 % de nos missions » précise M. Marcil.

Le programme ACTIM-Québec exclut la prospection de clientèle commerciale, l'import-export, l'achat de machinerie industrielle et la recherche de distributeurs. « Toutefois, il arrive qu'en cours de négociation, les en-

■ Les secteurs favorisés sont l'environnement, la santé, les biotechnologies et les technologies de l'information.

treprises décident de signer un accord de distribution. Dans ce cas-là, nous ne pénalisons pas l'entreprise, notre but étant de favoriser les échanges économiques. »

Aucun chiffre d'affaires minimum n'est exigé. Les entreprises doivent avoir une capacité financière et technique suffisante pour être admissibles. De part et d'autre de l'Atlantique, des enquêtes de notoriété sont effectuées sur les entreprises.

L'entreprise est tenue de rédiger un rapport de mission détaillé un mois après son retour sous peine de ne pas se faire rembourser les frais de transport. ■



IntelliBase : le dernier cri en convergence téléphonie-informatique

IntelliBase, une petite firme de conception de logiciels, déborde dans les plates-bandes des grands.

L'entreprise montréalaise vient d'accoucher d'une des technologies les plus récentes dans les domaines de la convergence téléphonie-informatique et de la distribution automatique d'appels. Cela lui donnera accès au marché immense et très concurrentiel des centres d'appels et des communications d'entreprises.

Le président d'IntelliBase, Gaston Beaulieu, est ce qu'on pourrait appeler un homme de solutions. Lorsque cet ingénieur de formation constate un problème, il est naturellement poussé à le résoudre.

« En 1994, nous avions vu que beaucoup de besoins restaient à combler dans le secteur de la téléphonie. C'est pourquoi nous y sommes lancés. »

Quatre années d'efforts ont été nécessaires pour la mise au point d'un logiciel qui simule le commutateur privé PBX, ce serveur largement répandu destiné exclusivement à la répartition et à la gestion des appels dans les grandes entreprises et les centres d'appels.

Un tel logiciel n'est pas sans intérêt, tant s'en faut. Il évite l'achat d'un équipement coûteux et, puisque les fonctions du commutateur sont transférées sur une plate-forme PC en réseau (Windows NT et Workstation ainsi que Macintosh), il permet une intégration accrue de la téléphonie et de l'informatique.

Ce logiciel peut fonctionner à partir des lignes analogiques NRIS et Centrex, et 96 lignes peuvent être

connectées au même serveur, qui fait la distribution automatique des appels.

Et ce n'est là qu'une partie d'un ensemble plus vaste d'applications qu'IntelliBase a mis au point. En fait, au départ, la firme a conçu des systèmes de gestion manufacturière, un créneau qu'elle a abandonné en 1994, lorsqu'elle effectua son virage vers la téléphonie.

Comme aux États-Unis, plus...

M. Beaulieu admet sans ambages qu'il s'est inspiré de ce qui avait déjà été accompli aux États-Unis pour peaufiner son produit.

« Nous nous sommes basés sur ce qui existait déjà et nous avons retenu les meilleurs aspects de chacun pour concevoir IntelliPhone. C'est pourquoi je pense que notre produit est le meilleur sur le marché. »

IntelliPhone est à peine entré dans sa phase de commercialisation. Un prototype est à l'essai au ministère de l'Industrie, du Commerce, de la Science et de la Technologie (MICST) et au ministère des Relations Internationales.

CRH Marketing, de Montréal, est la seule à ce jour à avoir acquis le logiciel.

IntelliBase s'attend à clore son exercice financier en cours avec un chiffre d'affaires d'un peu plus de 500 000 \$.

Selon son président, l'entreprise, qui compte sept employés, peut espérer réaliser des revenus 10 fois plus importants l'année prochaine. (DG) ■

Séjournes 15 fois chez Delta, Hôtels et centres de villégiature et obtenez 30 000 milles Aéroplan™.

Voilà ce qu'on appelle de l'aviation civile.



Delta, Hôtels et centres de villégiature célèbre avec Air Canada le lancement d'un nouveau partenariat prometteur.



Ce partenariat est une grande nouvelle pour les gens qui voyagent par affaires. Outre les avantages assurés par le programme Privilège Delta, séjourner chez Delta, Hôtels et centres de villégiature vous rapporte désormais encore plus grâce à Aéroplan. Si vous y effectuez 15 séjours* entre le 15 septembre 1997 et le

Séjours à l'hôtel	Milles de base (500 par séjour)	Milles-bonis	Total cumulatif
3*	1 500	1 500	3 000
6*	1 500	3 000	7 500
9*	1 500	4 500	13 500
12*	1 500	6 000	21 000
15*	1 500	7 500	30 000
Total après 15	7 500	+ 22 500	= 30 000

Le programme repose sur l'attribution de milles-bonis en fonction du nombre de séjours. Pour obtenir 30 000 milles Aéroplan, il suffit d'effectuer 15 séjours chez Delta, Hôtels et centres de villégiature.

Commencez à accumuler des milles Aéroplan aujourd'hui même. Faites une réservation en vue de votre prochain séjour en composant le

1 800 268-1133

Delta
Hôtels et centres de villégiature

Aéroport de Vancouver, C.-B. (2) • Centre-ville de Vancouver, C.-B. (déc. 97) • Whistler, C.-B. (2) • Edmonton, Alb. • Calgary, Alb. • Saskatoon, Sask. • Winnipeg, Man. • London, Ont. • Mississauga, Ont. • Aéroport de Toronto, Ont. • Toronto, Ont. • Ottawa, Ont. • Montréal, QC • Sherbrooke, QC • Trois-Rivières, QC • Saint John, N.-B. • Halifax, N.-É. • Sydney, N.-É. • St. John's, T.-N. • Orlando, FL

*Par «séjour», on entend l'hébergement pendant des nuits consécutives dans un même établissement, sans égard au nombre d'arrivées ou de départs effectués. Aéroplan est une marque déposée d'Air Canada.

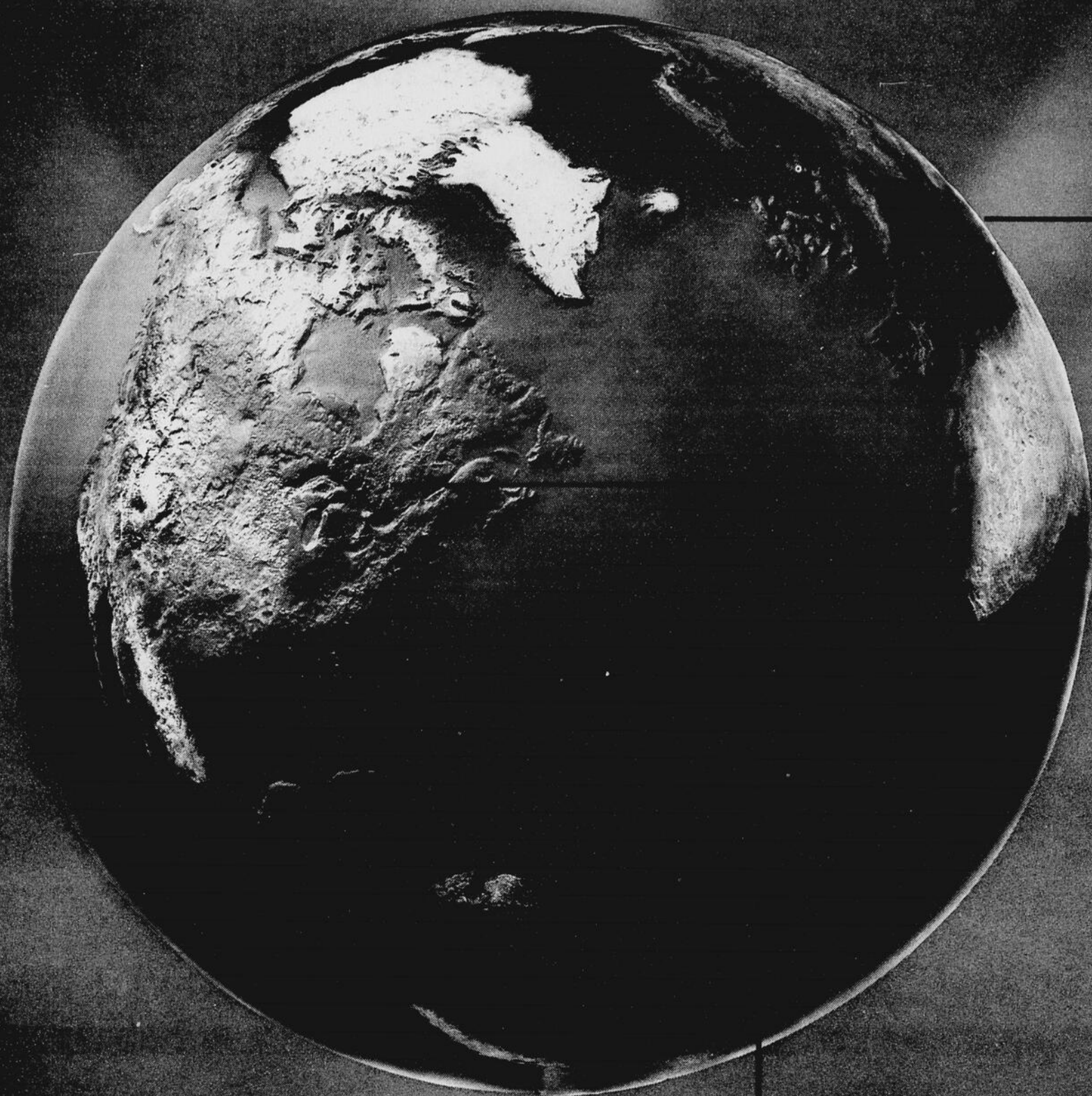
30 avril 1998, vous pouvez accumuler jusqu'à 30 000 milles Aéroplan, soit suffisamment pour un billet en classe Affaires vers n'importe quelle destination en Amérique du Nord.

Pensez-y, 30 000 milles uniquement en adoptant la chaîne hôtelière préférée des gens d'affaires.

Air Canada et Delta, Hôtels et centres de villégiature, des partenaires aérodynamiques!

AÉROPLAN





UNE CROISSANCE D'ICI À LÀ ET LE MONDE EST À VOTRE PORTÉE.



Banque de développement du Canada

À la Banque de développement du Canada, nous le savons bien. Nous savons aussi comment aider votre PME à se développer, ici comme ailleurs. Nous offrons un service de consultation individuelle pour vous aider à gérer votre croissance. Nous offrons aussi du financement non conventionnel adapté à vos besoins particuliers. Alors, avant de partir à la conquête du monde, passez-nous un coup de fil ou venez nous voir. Nous comptons plus de 80 succursales au pays.

NOUS FAISONS BANQUE À PART

Composez le 1 888 INFO BDC, ou visitez notre site Internet www.bdc.ca

MD, MC: Sprint, le logo Sprint, Maxi Affaires et le logo Maxi Affaires sont des marques de commerce de Sprint Communications Company L.P., utilisées sous licence par Sprint Canada Inc. ©1997. Sprint Canada Inc. Tous droits réservés.

**Maxi
Affaires™**

www.sprintcanada.ca



*Pourquoi payer des prix
différents pour deux services qui passent
par le même fil?*

**Enfin une solution simple: un même tarif économique
de 15¢ la minute, en tout temps, partout au Canada,
pour vos interurbains et vos appels sans frais.**

*Avec les nouveaux services d'interurbain et de numéro
sans frais à la minute Maxi Affaires^{MC} de Sprint Canada,
vous pouvez ainsi gérer et planifier vos frais de communi-
cations plus facilement que jamais. Sans compter les tarifs
à la minute très avantageux offerts pour les États-Unis
et à l'international.*

*Évidemment, ce plan vous donne accès à toute la
gamme de services d'affaires qui ont fait la réputation de
Sprint Canada, comme les rapports détaillés d'appels – qui vous
permettent d'analyser tous vos appels selon vos besoins – et les
rabais sur volume consolidé les plus complets de l'industrie.*

*De plus, notre service «contact unique» vous permet, en un
seul appel, d'avoir un spécialiste toujours à l'écoute pour trouver
les réponses à toutes vos questions, 24 heures sur 24, 7 jours sur 7.*

 **Sprint**
Canada

le maximum pour vos affaires

1 888 889-9339

Vision et optimisme, les clés du succès pour BHM Médical

La PME de Magog vient de décrocher le Prix aux jeunes entrepreneurs de la Banque de développement du Canada

Pascal
Boret

Pour la première fois depuis sa création en 1988, le Prix aux jeunes entrepreneurs de la Banque de développement du Canada (BDC) a dû faire l'objet d'une étape de sélection supplémentaire. Devant l'excellence de trois candidats québécois, la BDC a eu recours à une finale inédite pour les départager.

BHM Médical, une entreprise de Magog spécialisée dans la fabrication d'équipements de santé, a finalement décroché le trophée. Les deux autres prétendants, Rewind, de Laval, et Génération.Net, de Montréal, se partagent les honneurs.

BHM Médical fabrique des lève-patients, c'est-à-dire des leviers pour déplacer des convalescents en institution ou à leur domicile. Quoi de plus naturel dans un secteur aussi porteur que celui de la santé !

« Nos équipements sont évidemment très en demande, indique Christian De Grâce, copropriétaire de BHM. Entre



le virage ambulatoire, qui encourage les convalescents à rester chez eux, et le vieillissement de la population, notre marché ne cesse de croître. »

Grâce à un système de rails fixé à partir du plafond, BHM fait du maniement de patients : du lit au fauteuil et du fauteuil au bain, un palan enveloppe la personne dans une

toile confortable.

Christian De Grâce a 26 ans. Il a acheté une partie de BHM Médical en 1994, au temps où la compagnie réalisait un chiffre d'affaires de 400 000 \$. Elle est rendue aujourd'hui à plus de 2 M\$ et emploie 13 personnes.

« J'ai toujours eu une nature d'entrepreneur. À peine sorti

du cégep, j'avais déjà une entreprise de conception de feux de circulation temporaires. »

Vision et opportunisme, ces deux mots expliquent, selon

■ Christian De Grâce : « Nous ne voulons pas nous contenter d'être une PME. Nous cherchons à devenir un leader mondial. »

M. De Grâce, la récompense de la BDC. L'entreprise BHM était à vendre et son secteur était d'avenir. « Mais nous ne voulons pas nous contenter d'être une PME. Nous cherchons à devenir un leader mondial. »

La compagnie de l'Estrie vend actuellement 90 % de sa production au Québec et 10 % à l'étranger, un rapport qu'il faudra inverser dans les prochaines années pour remplir l'ambitieux projet.

« Nous mettons tous nos efforts pour trouver des distributeurs aux États-Unis, insis-

te M. De Grâce. Nous avons confiance dans notre produit et dans son prix. Il faut le mettre en marché. »

BHM a déjà gagné l'an dernier les Mercuriades pour la recherche et développement (R&D). Son propriétaire compte bien que le prix de la BDC serve de tremplin à la distribution de ses produits.

Si on se fie aux entreprises qui ont gagné le Prix aux jeunes entrepreneurs dans les années précédentes, BHM Médical peut être optimiste. La visibilité et la notoriété qui accompagnent cette récompense aident notamment à ouvrir certaines portes, celles des banques, d'ordinaire si réticentes à risquer du capital dans une jeune entreprise.

Or, les besoins de M. De Grâce ne sont finalement pas si différents de ceux de ses collègues : « Ça prend toujours plus d'argent pour continuer à créer et pour commercialiser les produits. » ■

DU NOUVEAU

au Centre de perfectionnement

HEC

Le défi de l'an 2000 : comment vous assurer que vos technologies vont passer le cap ? Une approche globale pour gestionnaires

24 et 25 novembre 1997 - 9h à 17h

Ce programme s'adresse à tout les gestionnaires préoccupés par la question de l'an 2000, que ce soit dans leurs entreprises qu'ils soient associés, fiduciaires, emprunteurs, clients, fournisseurs, etc. Vous y serez exposé à tous les aspects du sujet, afin d'évaluer le risque couru par votre entreprise. Ce programme vous aidera à prendre les mesures nécessaires afin de démarrer (avant qu'il ne soit vraiment trop tard) un projet pour convertir ou remplacer vos systèmes, tester les nouveaux systèmes, vous assurer de la formation des utilisateurs et de la conformité de vos technologies avant la date fatidique.

Animateur

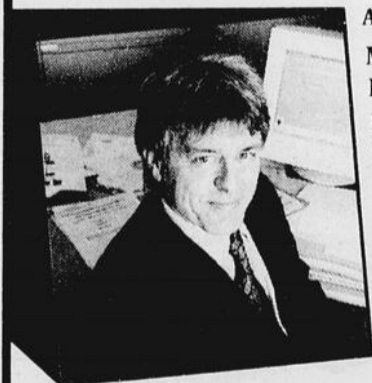
M. Yves Archer

L.Math.appl., D.E.A., Grenoble

M. Archer œuvre depuis 1968 dans le domaine des technologies de l'information. Il enseigne actuellement à l'École des HEC au niveau des cours spécialisés en technologies de l'information.

En collaboration avec :

M. André Pichet, vice-président Grands Projets - responsable An-2000.



Aucun préalable académique n'est requis.

Le Centre de perfectionnement de l'École des Hautes Études Commerciales
http://www.hec.ca/~cphec/da.htm (514) 340-6001

Sur mesure

Ce programme peut être adapté et offert dans votre entreprise ou votre association. Contactez-nous.

TIREZ PROFIT
DU COMMERCE
ÉLECTRONIQUE

LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE.

NOTRE SPHÈRE D'ACTIVITÉ.



SOCIÉTÉ D'INFORMATION
BANQUE NATIONALE INC.

Vision et optimisme, les clés du succès pour BHM Médical

La PME de Magog vient de décrocher le Prix aux jeunes entrepreneurs de la Banque de développement du Canada

Pascal
Boret

Pour la première fois depuis sa création en 1988, le Prix aux jeunes entrepreneurs de la Banque de développement du Canada (BDC) a dû faire l'objet d'une étape de sélection supplémentaire. Devant l'excellence de trois candidats québécois, la BDC a eu recours à une finale inédite pour les départager.

BHM Médical, une entreprise de Magog spécialisée dans la fabrication d'équipements de santé, a finalement décroché le trophée. Les deux autres prétendants, Rewind, de Laval, et Génération.Net, de Montréal, se partagent les honneurs.

BHM Médical fabrique des lève-patients, c'est-à-dire des leviers pour déplacer des convalescents en institution ou à leur domicile. Quoi de plus naturel dans un secteur aussi porteur que celui de la santé!

« Nos équipements sont évidemment très en demande, indique Christian De Grâce, copropriétaire de BHM. Entre



le virage ambulatoire, qui encourage les convalescents à rester chez eux, et le vieillissement de la population, notre marché ne cesse de croître. »

Grâce à un système de rails fixé à partir du plafond, BHM fait du maniement de patients : du lit au fauteuil et du fauteuil au bain, un palan enveloppe la personne dans une

toile confortable.

Christian De Grâce a 26 ans. Il a acheté une partie de BHM Médical en 1994, au temps où la compagnie réalisait un chiffre d'affaires de 400 000 \$. Elle est rendue aujourd'hui à plus de 2 MS et emploie 13 personnes.

« J'ai toujours eu une nature d'entrepreneur. À peine sorti

du cégep, j'avais déjà une entreprise de conception de feux de circulation temporaires. »

Vision et optimisme, ces deux mots expliquent, selon

Christian De Grâce : « Nous ne voulons pas nous contenter d'être une PME. Nous cherchons à devenir un leader mondial. »

M. De Grâce, la récompense de la BDC. L'entreprise BHM était à vendre et son secteur était d'avenir. « Mais nous ne voulons pas nous contenter d'être une PME. Nous cherchons à devenir un leader mondial. »

La compagnie de l'Estrie vend actuellement 90 % de sa production au Québec et 10 % à l'étranger, un rapport qu'il faudra inverser dans les prochaines années pour remplir l'ambitieux projet.

« Nous mettons tous nos efforts pour trouver des distributeurs aux États-Unis, insis-

te M. De Grâce. Nous avons confiance dans notre produit et dans son prix. Il faut le mettre en marché. »

BHM a déjà gagné l'an dernier les Mercuriades pour la recherche et développement (R&D). Son propriétaire compte bien que le prix de la BDC serve de tremplin à la distribution de ses produits.

Si on se fie aux entreprises qui ont gagné le Prix aux jeunes entrepreneurs dans les années précédentes, BHM Médical peut être optimiste. La visibilité et la notoriété qui accompagnent cette récompense aident notamment à ouvrir certaines portes, celles des banques, d'ordinaire si réticentes à risquer du capital dans une jeune entreprise.

Or, les besoins de M. De Grâce ne sont finalement pas si différents de ceux de ses collègues : « Ça prend toujours plus d'argent pour continuer à créer et pour commercialiser les produits. » ■

DU NOUVEAU
au Centre de perfectionnement

HEC

Le défi de l'an 2000 : comment vous assurer que vos technologies vont passer le cap ? Une approche globale pour gestionnaires

24 et 25 novembre 1997 - 9h à 17h

Ce programme s'adresse à tout les gestionnaires préoccupés par la question de l'an 2000, que ce soit dans leurs entreprises qu'ils soient associés, fiduciaires, emprunteurs, clients, fournisseurs, etc. Vous y serez exposé à tous les aspects du sujet, afin d'évaluer le risque couru par votre entreprise. Ce programme vous aidera à prendre les mesures nécessaires afin de démarrer (avant qu'il ne soit vraiment trop tard) un projet pour convertir ou remplacer vos systèmes, tester les nouveaux systèmes, vous assurer de la formation des utilisateurs et de la conformité de vos technologies avant la date fatidique.

Animateur

M. Yves Archer

L.Math.appl., D.E.A., Grenoble

M. Archer œuvre depuis 1968 dans le domaine des technologies de l'information. Il enseigne actuellement à l'École des HEC au niveau des cours spécialisés en technologies de l'information.

En collaboration avec :

M. André Pichet, vice-président Grands Projets - responsable An-2000.



Aucun préalable académique n'est requis.

Le Centre de perfectionnement de l'École des Hautes Études Commerciales
<http://www.hec.ca/~cphec/da.htm> (514) 340-6001

Sur mesure

Ce programme peut être adapté et offert dans votre entreprise ou votre association. Contactez-nous.

TIREZ PROFIT
DU COMMERCE
ÉLECTRONIQUE

La Société d'information Banque Nationale consacre tous ses efforts à développer des solutions de commerce électronique profitables pour les entreprises. Si vous désirez en connaître plus sur la gestion électronique de vos entrées et sorties de fonds, le dépôt direct, l'échange de documents informatisés (EDI) ou tout autre produit et service électronique, écrivez-nous à l'adresse Internet_sibn@bnc.ca ou composez le 1-800-488-8588.

LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE.

NOTRE SPHÈRE D'ACTIVITÉ.

SOCIÉTÉ D'INFORMATION
BANQUE NATIONALE INC.

Une entreprise de vêtements dans le sillage des Formule 1

Elle signe des contrats d'exclusivité avec les pilotes

Pascal
Boret

En habitué des podiums de la Formule 1, Marc Améziane sait bien qu'une seule place compte vraiment

à la fin d'une course, la première. C'est pourtant de la seconde *ex aequo* qu'il devra se contenter dans celle au Prix aux jeunes entrepreneurs, un concours organisé par la Banque de développe-

ment du Canada (BDC). Copropriétaire, avec son frère Claude et deux autres associés (Alessandro Cerundolo et Neal Levin) de Silver Formula 1 et des Vêtements Rewind, M. Améziane vient

de manquer d'un cheveu la lumière des projecteurs. Mais l'imagination commerciale qu'il déploie pour commercialiser ses lignes de vêtements aura forcé la tenue d'une finale québécoise inédite et lui évite de retomber dans l'ombre.

« Nous sommes la seule entreprise dans le monde de la Formule 1 à négocier des contrats d'exclusivité avec des pilotes. Et nous créons des collections de vêtements associés au nom d'une célébrité », explique-t-il.

Maintenant que Jacques Villeneuve a rendu la Formule 1 encore plus populaire auprès des Québécois, il est aisé de réaliser ce que signifie pour la vente des casquettes le nom d'un champion sur leurs visières.

Dans la Formule 1, ce type de contrat n'existait pas. Trop



■ Les propriétaires de Silver Formula 1 et des Vêtements Rewind (de gauche à droite) : Claude Améziane, Alessandro Cerundolo, Neal Levin et Marc Améziane.

risqué (le pilote peut arrêter à tout moment), trop compliqué, trop cher. Les compagnies de vêtements signaient plutôt avec les écuries.

Les jeunes entrepreneurs de Laval ont profité de leurs contacts dans l'univers fermé de la course automobile pour s'offrir des signatures avec des célébrités : Eddie Irvine, Jean Alési ou Rubens Barrichello, en plus de parier sur des talents à venir, Pedro Diniz ou Olivier Panis.

Un coureur comme Kataya-

ma ne vendrait peut-être pas une casquette au Québec. Il est par contre très populaire au Japon, pays dans lequel Marc Améziane développe ses ventes. « L'importance de ces contacts est telle que nous avons même monté une division de marketing qui s'occupe de mettre en relation des pilotes connus avec des entreprises qui désirent vendre des produits en association avec leur nom. »

Ne vous demandez pas d'où viennent ces contacts. Claude Améziane court en Formule 1600 et montera l'année prochaine en Formule Atlantique si les commanditaires le veulent bien.

Pourtant son entreprise a démarré bien loin des pistes surchauffées des grands prix. De retour d'un voyage dans les Alpes à la fin des années 1980, les deux frères ont ramené la piqure pour le surf des neiges en plus de quelques planches et vêtements à vendre. En 1994, Rewind a été fondée quand, de distributeurs de linge, les Améziane sont devenus créateurs.

Les entreprises de vêtements Rewind et Silver Formula 1 emploient 16 personnes à temps plein et 12 à temps partiel. Elles possèdent deux usines à Laval, une à Sorel et une autre en Beauce. Deux designers travaillent pour Silver, trois autres pour Rewind.

Le chiffre d'affaires était de 2,5 M\$ en 1996; 40 % était lié à l'exportation. Il devrait dépasser les 5 M\$ en 1997. ■

Centre de perfectionnement



Le budget : un outil pour gérer la rentabilité

19 et 20 novembre 1997 - 9 h à 17 h

Le contrôle budgétaire est un outil indispensable au gestionnaire. Ce programme traite de la prévision des revenus et des dépenses, de la préparation des budgets et de leur suivi. Son objectif est d'initier les gestionnaires qui doivent bâtir ou travailler avec un budget de même qu'avec les données financières qui en sont issues.



Animateur pour ces 2 programmes

Michel Vézina

M.Sc. (gestion), HEC - Montréal

D.Sc. (gestion), Université de Montpellier II; C.A.

M. Vézina est professeur au Service de l'enseignement des sciences comptables à l'École des HEC. Son enseignement porte sur le contrôle de gestion et sur le contrôle budgétaire.

Le participant peut suivre l'un de ces programmes ou les deux.

<http://www.hec.ca/~cphec/bogr.htm>

L'utilisation des technologies de l'information pour la budgétisation

21 novembre 1997 - 9 h à 17 h

Du nouveau

Ce programme présente une initiation à l'utilisation des tableurs électroniques Excel pour la préparation et le suivi des budgets. Il vous permettra d'acquérir une meilleure compréhension de l'impact des technologies de l'information sur le contrôle de gestion et de l'utilisation de tableurs électroniques pour la budgétisation.

<http://www.hec.ca/~cphec/utib.htm>

Le Centre de perfectionnement de l'École des Hautes Études Commerciales

(514) 340-6001

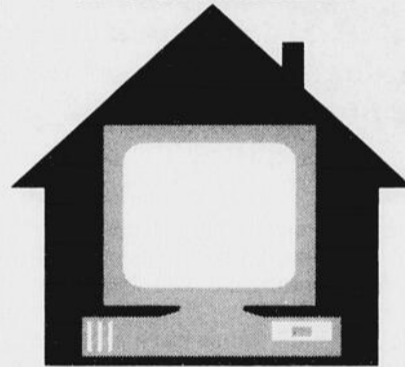
Sur mesure

Ce programme peut être adapté et offert dans votre entreprise ou votre association. Contactez-nous.

Rejoignez vos clients potentiels avec le

cahier spécial
LES AFFAIRES

L'ORDINATEUR À
DOMICILE



date de parution : 15 novembre 1997

Pour informations : (514) 392-9000

IMPORTEURS

L'avenir de Génération.Net : se brancher sur le contenu

La PME de Montréal compte maintenant 6 000 abonnés à son service Internet

Pascal
Boret

Finaliste au *Prix aux jeunes entrepreneurs* de la **Banque de développement du Canada** (BDC), **Pierre Vanacker**, vice-président et cofondateur de **Génération.Net**, hésite à s'attribuer les lauriers de la gloire.

« Je crois que le prix mettrait aussi l'accent sur les aides importantes qu'on a reçues d'organismes comme la BDC quand les portes des banques se fermaient devant nous », affirmait-il à quelques jours de la finale.

Modeste, Pierre Vanacker ? Sans doute. Pourtant, le bilan de ses affaires et de celles de son associé, **Garner Bornstein**, est impressionnant.

Fondée en 1995, Génération.Net emploie une trentaine de personnes dans le centre-ville de Montréal (tous des emplois hautement qualifiés) et atteint un chiffre d'affaires de 2 M\$.

La jeune équipe a pris le train d'Internet au moment où il sortait de gare. Elle peut se targuer aujourd'hui d'en connaître les moindres rouages, au moment notamment où s'y accrochent chaque jour davantage de wagons.

« Nous avons commencé par offrir un service de connexion qui a très bien fonctionné. Maintenant, nous proposons la mise au point d'applications pour les entreprises qui sont sur Internet », a expliqué M. Vanacker.

En 1995, Génération.Net inscrivait une vingtaine de nouveaux clients par jour.

Ce n'est peut-être pas grand-chose en comparaison d'un gros joueur comme **TotalNet**, mais c'est suffisant pour financer la progression de l'entreprise.

Avec environ 6 000 abonnés à son actif, M. Vanacker peut voir plus loin. « L'avenir n'est pas dans la connexion, il est dans le contenu. Ce n'est pas tout pour une entreprise d'avoir un site, elle doit être capable d'offrir de l'information pertinente à ses clients. »

Créer un système de vente

Génération.Net a travaillé avec la **Société des alcools du Québec** (SAQ) pour mettre son catalogue des vins en ligne. La prochaine étape consistera à créer un système pour vendre les produits. C'est toute la partie *extranet*.

Mais les entreprises ont aussi besoin de gérer et de faire circuler une masse d'informations à destination de leurs employés avec toutes les

contraintes de sécurité que cette mise en réseau suppose. Là encore, Génération.Net a l'ambition de devenir une compagnie ressource et de devenir maître dans les pro-

blématiques d'interfaces de sites *Web* avec des bases de données.

Ses récents contrats avec le groupe **Cascades**, le **Canadien National** ou **Alliance**

Communications semblent la situer dans cette catégorie.

Âgé de 26 ans seulement, M. Vanacker bénéficie d'un solide bagage universitaire garni d'un diplôme de l'**École**

des Hautes Études Commerciales (HEC), et d'un autre obtenu en France au cours d'études supérieures en finances et informations. De retour au Québec, M. Vanacker n'a

pas tardé à faire fructifier cette expérience.

Son entreprise a notamment bénéficié du *Plan Paillé* pour l'aide au démarrage des entreprises. ■



André est enchanté du régime
d'assurance collective
qu'il a choisi.

C'est la belle vie

Nulle part ailleurs que chez SSQ VIE André n'a trouvé autant d'avantages réunis. La précision et la clarté de la documentation l'ont tout de suite mis en confiance. Et la qualité du service à la clientèle l'a vraiment impressionné : pas de boîte vocale, mais plus de 50 préposés pour s'occuper de vous; sans compter la possibilité pour l'assuré de téléphoner lui-même s'il le désire.

Chez SSQ VIE, plus de 80 % de notre chiffre d'affaires provient de l'assurance collective et nous sommes passés maîtres dans l'art de bien servir notre clientèle. Plus d'un million de Québécois satisfaits en témoignent.

Notre premier souci, c'est que l'assurance collective n'en soit pas un pour vous. Communiquez sans tarder avec votre conseiller. Vous verrez.

SSQ
VIE
ASSURANCE COLLECTIVE



Ding, dong!

www.cplq.org

Une porte **ouverte** sur des logiciels d'avenir!

(514) 874-2667 • info@cplq.org



Prix aux jeunes entrepreneurs : un appui inestimable aux PME

La notoriété du Prix a propulsé Jitec à l'avant-scène

Pascal Boret

entrepreneurs de la Banque de développement du Canada (BDC).

Benoît Laliberté n'est pas prêt d'oublier le jour où il a gagné le Prix aux jeunes

« C'est un trophée qui m'a apporté beaucoup de notoriété. Il a fait connaître mon en-

treprise à la grandeur du Québec, m'amenant du même coup reconnaissance et crédibilité. » Le jeune président de la compagnie d'informatique Corporation Jitec a même été invité à la dernière tournée asiatique d'Équipe Canada, déclinant l'offre au dernier moment parce qu'il était trop occupé à négocier d'autres contrats !

c'est énorme comme apport. »

Nouveau venu dans le monde des affaires, M. Laliberté a pu soudain se recommander d'un président de compagnie siégeant à plusieurs conseils d'administration et proche du pouvoir politique.

Il y a tout juste un an, Jitec employait une quarantaine de personnes. Aujourd'hui, par le biais de ses six franchises et de sa succursale de Saint-Hubert, Jitec compte 60 employés.

Une prime inestimable

Mais ce prix n'aurait sans doute pas eu la même saveur pour M. Laliberté s'il n'avait été accompagné d'une prime inestimable : la possibilité pendant un an de profiter de l'expérience et des conseils d'un mentor.

En 1996, le mentor en question se nommait Paul Massicotte, président du Groupe Alexis Nihon.

« Connaître un personnage de la nature de M. Massicotte, c'est extraordinaire en termes de contacts. Et puis, nous échangeons beaucoup. Il me transfère des connaissances;

Les deux activités principales de la compagnie ont été étouffées. En plus de fabriquer des ordinateurs et d'implanter des systèmes informatiques, Jitec est maintenant flanquée d'une division qui offre des solutions de commerce électronique sur Internet.

« Nous sommes en train d'évaluer la croissance de Jitec. Nous faisons beaucoup de distribution, une activité à forts revenus mais à faibles profits. Nous voulons nous consacrer davantage aux solutions informatiques globales », explique-t-il. ■



Investir 1% en formation:

La Loi favorisant le développement de la formation de la main-d'œuvre est en vigueur ! Si vous êtes un employeur assujéti à cette loi, vous devez investir l'équivalent d'au moins 1% de la masse salariale de votre entreprise en formation.

L'entrée en vigueur se fait toutefois de façon graduelle, sur une période de trois ans.

EMPLOYEUR DONT LA MASSE SALARIALE DE L'ENTREPRISE EST SUPÉRIEURE À	ENTRÉE EN VIGUEUR LE
1 000 000 \$	1 ^{er} janvier 1996
500 000 \$	1 ^{er} janvier 1997
250 000 \$	1 ^{er} janvier 1998

La loi vous offre différents moyens pour vous acquitter de votre obligation, à condition qu'ils contribuent à améliorer la qualification de la main-d'œuvre.

Les dépenses engagées l'année précédant votre assujettissement peuvent aussi être comptabilisées.

La formation peut, entre autres, améliorer de façon élogieuse la qualité et les échanciers de production et diminuer le taux de roulement du personnel. Il n'y a aucun doute : la formation, c'est un investissement qui rapporte !

N'hésitez pas à communiquer avec la Société régionale la plus près de chez vous.



SOCIÉTÉ QUÉBÉCOISE DE DÉVELOPPEMENT DE LA MAIN-D'ŒUVRE

Avec Jersey Devil, Megatoon veut amuser le monde entier

Chez Megatoon, l'entreprise de multimédia de Québec, on attend beaucoup de Jersey Devil, le nouveau jeu vidéo que lancera Sony d'ici la fin de l'année. La partie multimédia de Jersey Devil a en effet été conçue dans les bureaux de Megatoon pendant près de deux ans.

L'entente avec un géant comme Sony représente une première au Québec. Rémi Racine, président de Megatoon, est d'ailleurs optimiste quant aux chances de distribution : des ententes viennent d'être signées avec l'Europe, les États-Unis et le Japon.

Toute cette agitation commerciale n'a sans doute pas grand-chose à voir avec le Prix aux jeunes entrepreneurs de la Banque de développement du Canada (BDC) remporté par Megatoon en 1995.

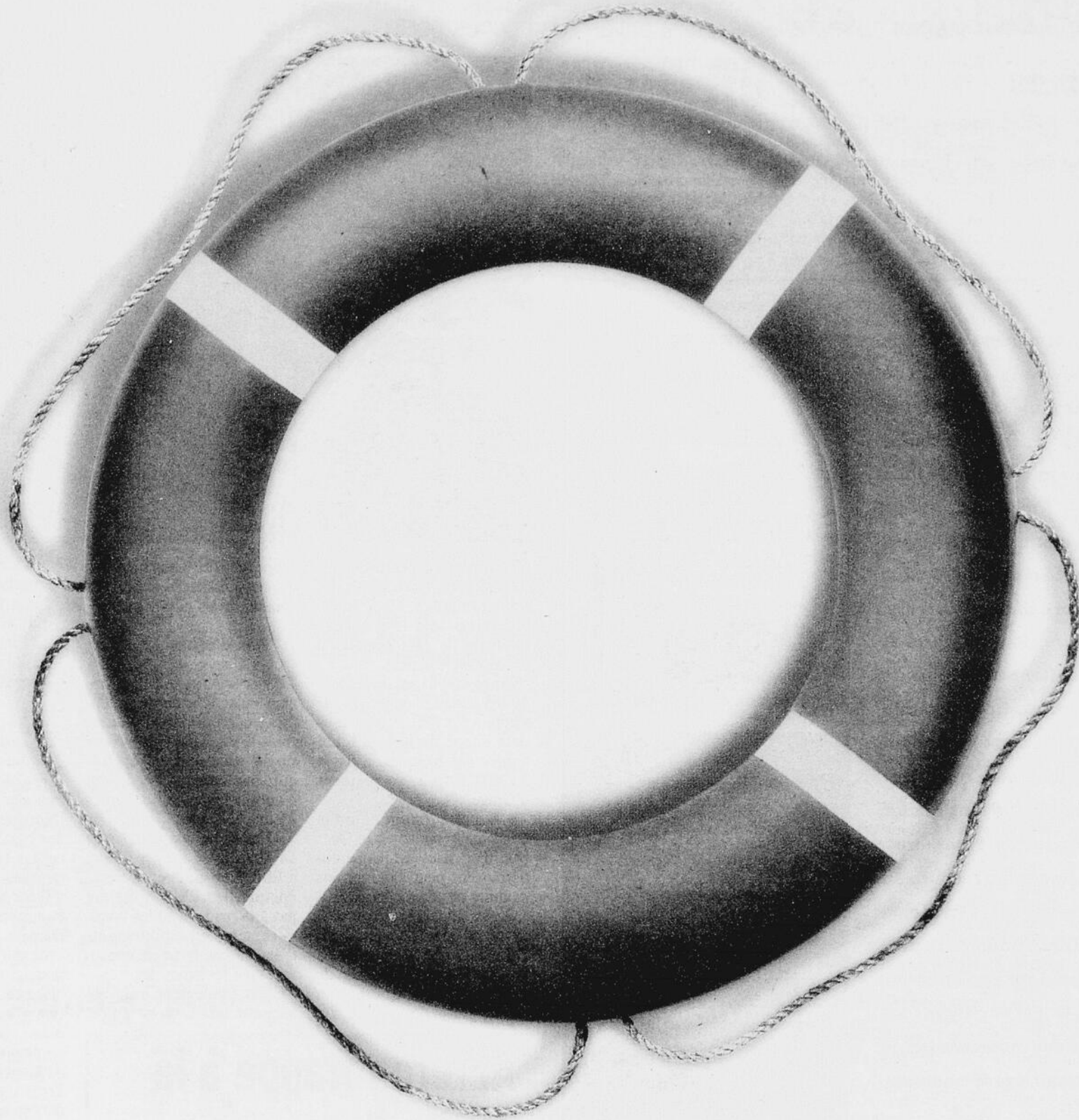
« Nous sommes sur un marché mondial, indique M. Racine. Une reconnaissance au Québec ne change rien à nos affaires. »

Les choses auraient pu en être autrement : en 1995, c'est David Weiser, jeune entrepreneur de 23 ans et fondateur de Megatoon, qui s'était fait récompenser par la BDC. Il tient aujourd'hui un bar sur la Grande-Allée de Québec.

« Peu avant que je gagne ce prix, se rappelle-t-il, notre compagnie a été vendue à Malofilm. Notre collaboration a alors duré quelques mois puis je me suis retiré pour divergences d'opinion. »

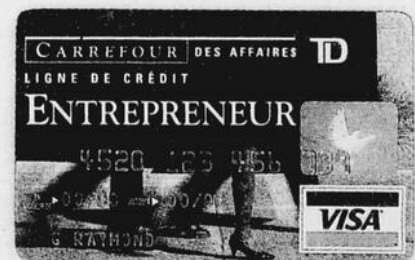
Développer un jeu vidéo prend à la fois du temps et de l'argent. Jersey Devil a coûté 1,5 M\$. Il faut ensuite le distribuer. Une petite compagnie comme Megatoon ne pouvait y parvenir seule, d'où l'entente avec Malofilm.

Si Jersey Devil a su y trouver sa piste d'envol, cela n'a pas été le cas pour M. Weiser qui attend toujours la fin de la clause de non-concurrence pour retrouver le chemin du multimédia. (PB) ■



[Renflouez votre entreprise.] Obtenez l'argent dont vous avez besoin quand vous en avez besoin[†] grâce à la nouvelle carte Visa[®] TD Ligne de crédit Entrepreneur^{*}. Vous n'avez qu'à remplir un formulaire pour être en affaires. Aucuns frais d'opérations. Aucuns frais annuels. Aucune révision annuelle. Aucun problème. Histoire que votre entreprise garde la tête hors de l'eau lorsque la mer est forte. Adressez-vous à un représentant de votre succursale TD ou téléphonez au 1 888 9-TD(TD).

*Marque de commerce de La Banque Toronto-Dominion (TD). *TD, titulaire de licence de marque. †Sujet à l'approbation du crédit.



NOUS SOMMES LÀ POUR VOUS FACILITER LA TÂCHE.*



Orage et Triton : il suffisait d'un bon coup de pouce

L'obtention du *Prix aux jeunes entrepreneurs* leur a ouvert les bonnes portes

Pascal
Boret

Difficile de trouver des points communs à deux entreprises aussi éloignées l'une de l'autre que le sont les concepteurs de vêtements **Orage** et les assembleurs de circuits **Triton**.

Pourtant, c'est le président de Triton, **Vital Dumais**, gagnant du *Prix aux jeunes entrepreneurs* en 1992 et membre du jury l'année suivante, qui a insisté pour qu'Orage soit choisie et primée en 1993.

« C'était une entreprise intéressante et à fort potentiel.

Or, mon expérience me disait que ce *Prix* pouvait représenter un bon tremplin pour une jeune entreprise », indique M. Dumais.

Nul doute que le même potentiel de croissance habitait bien les deux compagnies : la courbe de leurs chiffres d'affaires s'oriente vers le haut.

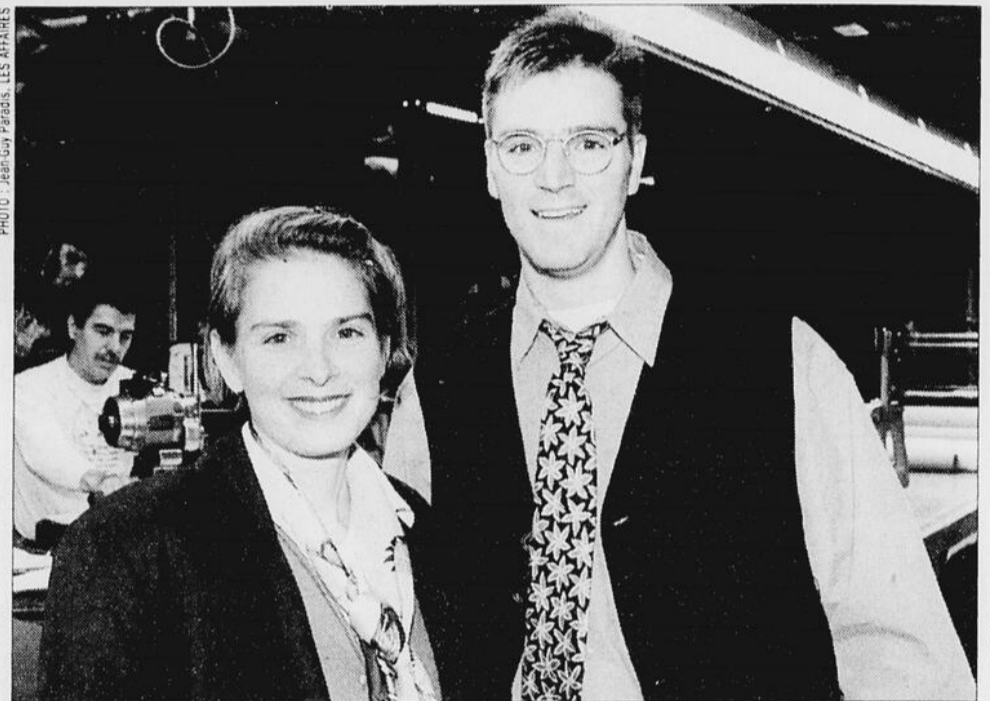


PHOTO : JEAN-GUY PÉRODÉ, LES AFFAIRES

Triton et sa petite sœur, **Transfotech**, qui fabrique des transformateurs électriques, ont fait passer leur chiffre d'affaires de 2,7 M\$ en 1992 à 7 M\$ actuellement.

Orage établit ses revenus à 10 M\$ pour 150 employés environ. « Le *Prix* nous a soudain donné de la crédibilité auprès des banques, affirme **Éric D'Anjou**, coprésident d'Orage.

« À cette époque, nous étions déjà implantés au Québec, mais nous avions besoin de moyens pour exporter nos gammes de vêtements. »

C'est aussi le principal avantage dont a bénéficié M. Dumais. « En 1992, j'avais 28 ans, je n'avais pas trop de contacts. Cette distinction nous a sortis de l'ombre. Du

coup, les portes des banques, qui nous étaient fermées, ont commencé à s'ouvrir. »

Peu d'élus

Louer la réussite de M. Dumais ou se féliciter de la centaine d'emplois qu'il a pu créer, c'est aussi s'interroger sur le nombre d'entreprises qui, par manque de fonds, n'auront jamais pu concrétiser une belle idée.

« J'ai monté ma compagnie en 1985 avec un associé et 6 000 \$ en poche. À cette époque, les PME n'étaient pas à la mode. » Et les investissements en équipements n'étaient pas vraiment encouragés par les banquiers.

C'est finalement la récession qui aura favorisé Triton.

■ L'obtention du *Prix de la BDC* a permis aux fondateurs d'Orage, **Évelyne Trempe** et **Éric D'Anjou**, de sortir de l'ombre.

Peu enclines à acheter de l'équipement durable pour des contrats qui risquaient de ne pas l'être, les grosses entreprises ont commencé à se tourner vers la sous-traitance et à croiser le chemin de M. Dumais.

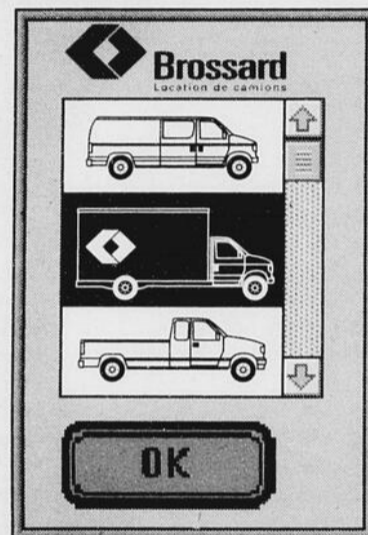
Stimulée aujourd'hui par un marché mondial de l'assemblage de 100 milliards de dollars, Triton bénéficie déjà d'une clientèle établie et des noms prestigieux de **Norton** ou **General Electric**. Quant à **Transfotech**, elle retire 85 % de son chiffre d'affaires de ses ventes à l'étranger.

Les exportations, c'est aussi ce qui fait vibrer M. D'Anjou. « Attention, prévient-il cependant : tout le monde maintenant veut exporter. Mais il faut être très préparé. Tous les outils sont là, du *Plan Paillé* pour les jeunes entreprises au programme *Apex* pour l'exportation ; il faut pourtant être vigilant.

« Cela prend des bons distributeurs mais aussi des personnes compétentes pour régler les problèmes de taxes douanières. »

Orage a préparé dans les moindres détails son offensive aux États-Unis. Selon M. D'Anjou, vendre dans le reste du Canada est beaucoup plus facile que de pénétrer le marché américain. Et encore une fois, ce sont les moyens qui font la différence. Or, un soir d'octobre 1993, Orage a démontré qu'on pouvait lui en fournir. ■

Mon entreprise est en pleine croissance et j'ai besoin de concentrer mes énergies sur mes clients. J'ai peu de temps pour m'occuper de mon matériel roulant. Heureusement, chez **Brossard** je profite d'une incroyable sélection de camions porteurs, de tracteurs, de remorques et même de camionnettes (plus de 2 500 je crois). Ce que j'aime chez **Brossard**, c'est le concept d'entretien total, qui inclut l'entretien préventif et les réparations majeures. Mon chauffeur a eu recours au service à la clientèle en pleine nuit (qui fonctionne 24 heures par jour partout en Amérique du Nord) et croyez-moi, c'est dans ces moments qu'on apprécie un service professionnel.



... louer mon matériel roulant chez **Brossard** fut la meilleure décision de ma carrière!



J'en suis vite venu à la conclusion que louer mon matériel roulant chez **Brossard** fut la meilleure décision de ma carrière!

Yvon Gagné
- Yvon Gagné

P.S.: Je comprends facilement pourquoi **Brossard** est le plus gros locateur de camions au Québec.

Brossard
Location de camions
[514] 367-1343
1 800 361-9720

Toujours une question de service!

AEterna frappe à la porte du succès

On ne présente plus **Les Laboratoires AEterna**. Fondée en 1991 par le Dr **Éric Dupont**, l'entreprise de Sainte-Foy n'a pas obtenu pour rien le *Prix aux jeunes entrepreneurs* de la **Banque de développement du Canada (BDC)**, en 1994.

Grâce à ses performances dans la vente de suppléments nutritionnels et d'ingrédients pour les produits de beauté, AEterna a pu permettre de mener de front la recherche et développement (R&D) relative à un médicament pour lutter contre le cancer, le *Néovastat*.

Parvenu aujourd'hui à la dernière phase de la recherche clinique sur ce produit, le Dr Dupont se prépare à pénétrer un marché poten-

tiel de quelque 20 milliards de dollars. Le *Néovastat* serait efficace contre toutes les formes de cancer, mais aussi contre l'arthrite et le psoriasis.

Avec le soutien des institutions financières, des sociétés de capital de risque qui ont investi dans l'entreprise après la première année, ainsi que celui des particuliers (la première émission publique de 12 M\$ a eu lieu en 1995), AEterna est devenue un leader mondial dans la recherche contre le cancer.

Son chiffre d'affaires de 2 M\$ provient de ses ventes de produits de beauté et devrait augmenter de manière importante à la suite de l'entente conclue avec les produits **Estée Lauder** en 1995. (PB) ■

Répertoire des sources de financement sur Internet

Paramount Multimédia offre un répertoire de 1 000 programmes de financement

Jacinthe
Tremblay

Paramount Multimédia, une jeune PME montréalaise, offre gratuitement sur le Web, depuis le 1^{er} octobre, un répertoire de 1 000 programmes de financement destinés aux petites, moyennes et grandes entreprises.

Au www.passeportaffaires.com, le moteur de recher-

che permet d'accéder à la description des programmes de financement selon la catégorie (petite, moyenne et grande) et le secteur d'activité de l'entreprise. L'utilisateur peut ensuite choisir entre les différentes sources de financement : subventions, prêts ou capital de risque.

Passeport Affaires présente tous les programmes publics et privés québécois, toutes les

sources de financement fédérales et quelques ressources ontariennes.

Le projet va plus loin. L'imagerie et le nom de *Passeport Affaires* évoquent la planète et ce n'est pas un hasard. Paramount Multimédia aspire à desservir toutes les provinces canadiennes, l'Angleterre, le Japon, la France et les États-Unis. Elle souhaite également diffuser la liste des programmes destinés aux organismes à but non lucratif.

Qu'est-ce qui a poussé **Janylène Boucher**, une jeune femme de 27 ans, à se lancer dans une telle aventure ?

« Ce projet vient de ma propre expérience comme entrepreneure. Pour avoir accès à un répertoire de ce genre, il faut déboursier entre 500 et 800 \$. C'est ridicule d'exiger

■ **Janylène Boucher** : « Ce projet est une folie qui nous sert bien. »

une telle somme de gens qui, justement, cherchent de l'argent », explique la présidente de la société. Depuis janvier, 10 personnes ont travaillé à dresser ce répertoire.

BF Expert est l'investisseur principal dans *Passeport Affaires*. Ironiquement, la jeune société est confrontée à la difficulté de financer la réalisation de son site Web. « Je prévoyais des revenus publicitaires importants. Mais c'est plus difficile que je le croyais », confie-t-elle.

Elle peut cependant compter sur des partenariats presti-



gieux qui contribueront, espère-t-elle, à convaincre des annonceurs. À ce jour, la **Bourse de Montréal**, le ministère du **Patrimoine canadien**, **Industrie Canada**, **Info-Entrepreneurs** et **Dun & Bradstreet** sont associés au projet. L'aventure *Passeport Affaires* crée une autre retombée

pour Paramount Multimédia : plusieurs entreprises et regroupements importants lui confient la réalisation de leur site Web. « Ce projet est une folie qui nous sert bien. C'est un cours universitaire en accéléré. Il coûte cher mais c'est une vitrine extraordinaire. » ■

Entreprises Lauzon : le pied au plancher

Depuis son *Prix* en 1990, David Lauzon accumule les succès

Depuis l'obtention de son *Prix aux jeunes entrepreneurs* en 1990, il ne se passe plus une année sans que **David Lauzon** ne fasse les manchettes des journaux. Ici, pour les entreprises les mieux gérées au Canada, là pour l'achat d'une nouvelle usine.

Sa PME de Papineauville intègre maintenant toutes les phases de fabrication du plancher de bois franc et exporte aux quatre coins du monde.

Ce que le prix de la **Banque de développement du Canada** (BDC) a apporté aux **Entreprises Lauzon** ? La reconnaissance surtout.

Le jeune entrepreneur est soudain devenu un potentiel intéressant pour les fonctionnaires gouvernementaux et leurs programmes d'exportation.

Grâce à l'acquisition en mars dernier de l'usine **Makibois** à Maniwaki, les Entreprises Lauzon réalisent

maintenant l'étape finale de la fabrication de plancher, le vernissage. L'intégration verticale est totale.

La compagnie bénéficie de droits de coupe de bois à long terme, elle possède une scierie et fabrique les planchers de bois franc.

Jusqu'aux résidus qui sont récupérés par une PME qui appartient au groupe, **Cubex Inc.** Ils sont transformés en granules de bois pour le chauffage résidentiel.

Cubex est l'une des rares usines au Québec à utiliser des résidus 100 % bois franc, à combustion presque totale.

Les entreprises Lauzon ont terminé l'exercice 1996 avec un chiffre d'affaires de 25 M\$. Grâce à l'acquisition de Makibois, les revenus devraient monter à 38 M\$. Cent cinquante-cinq personnes sont employées par les différentes usines du groupe. (PB) ■

M.K.E. garde le cap

Deux femmes entrepreneures ont reçu le prix de la **Banque de développement du Canada** (BDC) depuis neuf ans. En 1991, **Caroline Houle**, dirigeante des **Boulangeries Comas**, a été récompensée. En 1989, c'était **Édith Majeau**, pour les **Industries M.K.E.**, qui héritait du trophée.

Toujours en activité depuis, elles oeuvrent toutes deux dans le secteur alimentaire. Les **Boulangeries Comas**, à Saint-Léonard, fabriquent de la pâte surgelée pour le marché institutionnel, les hôtels, les restaurants, etc.

À Candiac, **Édith Majeau** dirige une entreprise qui produit des cuisinières, des fours, des friteuses, etc.

Issue d'une famille d'entrepreneurs — ses deux

soeurs et son père ont déjà leur entreprise —, elle possède depuis l'âge de 21 ans Les Industries M.K.E.

Plutôt stable depuis 1989, son chiffre d'affaires se situe aux environs de 6,5 M\$. Elle emploie une cinquantaine de personnes et vend 40 % de sa production au Québec.

Le reste est vendu en Ontario ou dans l'Ouest canadien. « La concurrence est féroce, dit-elle. Nous luttons contre des géants américains. Et la clientèle cherche toujours les prix les plus bas. »

Les atouts de M.K.E. ? La fabrication sur demande. Quant à la situation politique au Québec, elle n'arrange pas les relations avec les clients de l'Ouest canadien. (PB) ■

Un seul disparu : Vêtements Burdy

Parmi les neuf entreprises primées par la **Banque de développement du Canada** (BDC) au cours des dernières années, une seule a aujourd'hui disparu : **Les vêtements Burdy**, de Québec.

Récompensés les premiers en 1988, les deux jeunes propriétaires, **Frédéric Demers** et **Stéphane Racine**, n'auront pu amener leur entreprise de vêtements de ski aux années 1990.

Rachetée par la compagnie **Audvik** de Saint-Clet, la gamme de produits **Burdy Ice** a rapidement été laissée de côté dès que la popularité du ski s'est effondrée.

Aujourd'hui, cependant, **Ginette Leduc**, designer et propriétaire d'**Audvik**, envisage de lancer à nouveau pour l'hiver 1998 la gamme **Burdy**, grâce à la reprise des sports d'hiver.

Pour sa part, **Audvik** conçoit et fabrique des vêtements de golf commercialisés dans les boutiques **Pro-shop** que l'on retrouve sur les terrains de golf.

Malgré la concurrence dans l'industrie du vêtement ainsi que l'effet de mode associé aux sports, l'entreprise emploie environ une quarantaine de personnes. (PB) ■



Vous cherchez de l'aide? Recherchez ce symbole.

Rien de plus facile que de trouver les solutions qui conviennent à votre petite entreprise. Il vous suffit de vous adresser aux partenaires commerciaux IBM. Nous vous mettrons en relation avec l'un de ceux qui possèdent une expertise dans votre industrie. Il saura répondre à vos besoins en vous proposant un juste équilibre entre technologie, prix et assistance. Pour savoir comment les partenaires commerciaux IBM peuvent vous aider, faites le 1 800 IBM-2255*, poste 32D.

La solution
pour
la petite entreprise

En télécommunications, la mode est aux forfaits

Bell en lance une dizaine pour les PME

Danielle
Turgeon

Les entreprises de téléphonie n'ont jamais autant courtisé leurs clients.

Après l'opération de charme faite auprès des clients résidentiels, voilà que Bell veut ravir le cœur des PME.

Pour y arriver, l'entreprise a récemment proposé un en-

semble de solutions d'affaires sous le thème *Les 7 P de la PME*.

Il s'agit en fait d'un coffret qui regroupe des fascicules d'information décrivant les

différents forfaits offerts aux PME selon leur stade de développement. Leur coût s'étend de 20 \$ à 366 \$ par mois.

Par exemple, une entreprise en démarrage (*Planification*)

n'a pas les mêmes besoins que celle qui veut augmenter son rayon d'activités ici et à l'étranger (*Propulsion*). Certains regroupements de services incluent le service *Micro-*

link, une ligne RNIS qui donne accès à Internet plus rapidement qu'un lien modem.

En faisant le tour des forfaits, on remarque que Bell y propose toute sa gamme de produits traditionnels en téléphonie : abonnement au système *Centrex*, carte d'appel, services de gestion des appels (afficheur, renvoi automatique, conférence à trois).

« Ce sont des produits et services qui existent depuis longtemps mais leur intégration en forfaits est nouvelle », dit Louis Arsenault, directeur, relations avec les médias, de Bell.

Ce qui est relativement nouveau aussi c'est qu'elle propose des produits de **Bell Mobilité** tels le téléphone cellulaire, le téléavertisseur, les centres de messages. C'est un premier pas vers un guichet unique pour obtenir différents services de télécommunications.

Marché lucratif

Avant de lancer *Les 7 P de la PME*, Bell a commandé un sondage à la firme **Impact Recherche**, qui a contacté 600 femmes et hommes d'affaires dans quatre régions.

Quelque 55 % des répondants estiment avoir connu une hausse de productivité d'au moins 15 % grâce à l'utilisation de produits de télécommunications.

De ces répondants, 52 % attestent que leur entreprise est en croissance et dans 34 % des cas, elle aurait atteint un stade de maturité. Un total de 8 % des répondants déclarent que leur entreprise est en phase de démarrage et 6 % en déclin.

Le marché de la PME est donc suffisamment en santé pour que Bell s'y intéresse. Deux études ont été menées en parallèle durant l'été pour déterminer les stades d'évolution des PME et valider leurs besoins pour des services leur étant spécifiquement destinés.

« Les dirigeants de PME n'avaient pas l'impression qu'il existait des offres tenant compte de leurs besoins. Ils nous ont assurés qu'ils en voyaient l'utilité », commente M. Arsenault.

Le petit coffret bleu a été posté à 160 000 PME. Un groupe de Bell, spécialement mis en place, répondra aux appels des clients qui veulent de l'information. Ils feront aussi un suivi de télémarketing.

Le programme *Avantage Contact PME* existait déjà chez Bell. Celui *Les 7 P de la PME* pousse la démarche un peu plus loin. ■



« Peu importe où je suis, je veux que mon bureau y soit aussi. »

La solution

La solution mobile IBM

Vous avez choisi l'emplacement de votre entreprise avec soin pour finalement vous apercevoir qu'au rythme où vont les affaires aujourd'hui, vous n'y êtes pas si souvent.

IBM offre de nombreuses solutions de bureau portables. Par exemple, le ThinkPad^{MC} 380 IBM avec Lotus^{MD} SmartSuite^{MC}, modem données/fax et accès Internet via le Réseau mondial IBM, tout cela pour seulement 3 404 \$.*

Ainsi, vous pourrez consulter des données ou communiquer avec vos clients où que vous soyez. Ça vous intéresse?

*Nous pouvons vous aider à déterminer vos besoins en vous mettant en relation avec un partenaire commercial IBM qui possède une expertise dans votre industrie. Communiquez avec le Centre de solutions IBM pour la petite entreprise au 1 800 IBM-2255**, poste 43C.*

IBM

Des solutions pour une petite planète^{MD}

La solution pour la petite entreprise



Une des nombreuses solutions offertes par les partenaires commerciaux IBM

*Comprend un ThinkPad 380 à 2 999 \$ (modèle 263540U), un modem données/fax de 33.6 Kbps avec prise connecteur X à 374 \$ et l'accès Internet «Réseau mondial IBM» via le «Réseau mondial IBM» — 100 heures par mois à 29.95 \$. Certains partenaires commerciaux IBM peuvent vendre moins cher. **1 800 426-2255. IBM et «Des solutions pour une petite planète» sont des marques déposées, et ThinkPad et l'emblème Partenaire commercial IBM sont des marques de commerce d'International Business Machines Corporation, utilisées sous licence par IBM Canada Ltée. Lotus est une marque déposée, et SmartSuite est une marque de commerce de Lotus Development Corporation. © IBM Corporation, 1997. © IBM Canada Ltée, 1997. Tous droits réservés.

La BDC veut attirer les PME exportatrices et de la nouvelle économie

Le Québec est son premier marché au Canada

Isabelle
Chassin

Année record pour la Banque de développement du Canada (BDC). « Nous avons totalisé 1,1 milliard de nouveaux prêts, une augmentation de 12 % par rapport à 1995-96. Cela dans un contexte où 40 % de nos prêts vont vers la nouvelle économie et les PME exportatrices. Au total, 6 246 PME ont bénéficié de nos prêts », résume François Beaudoin, président et chef de la direction de la BDC.

Mieux, en dégageant un bénéfice net de 50,7 M\$ comparativement à 31,6 M\$ l'an dernier, la BDC a démontré qu'il est rentable de prendre des risques pour financer les PME.

Avec 45 % de son actif total de 4 milliards de dollars, le Québec est le marché principal de la BDC en raison du grand nombre de PME et du siège social situé à Montréal.

Produits hybrides

Les objectifs sont atteints grâce à une série de programmes lancés au cours des deux dernières années. C'est le cas des produits financiers hybrides, les quasi-fonds propres.

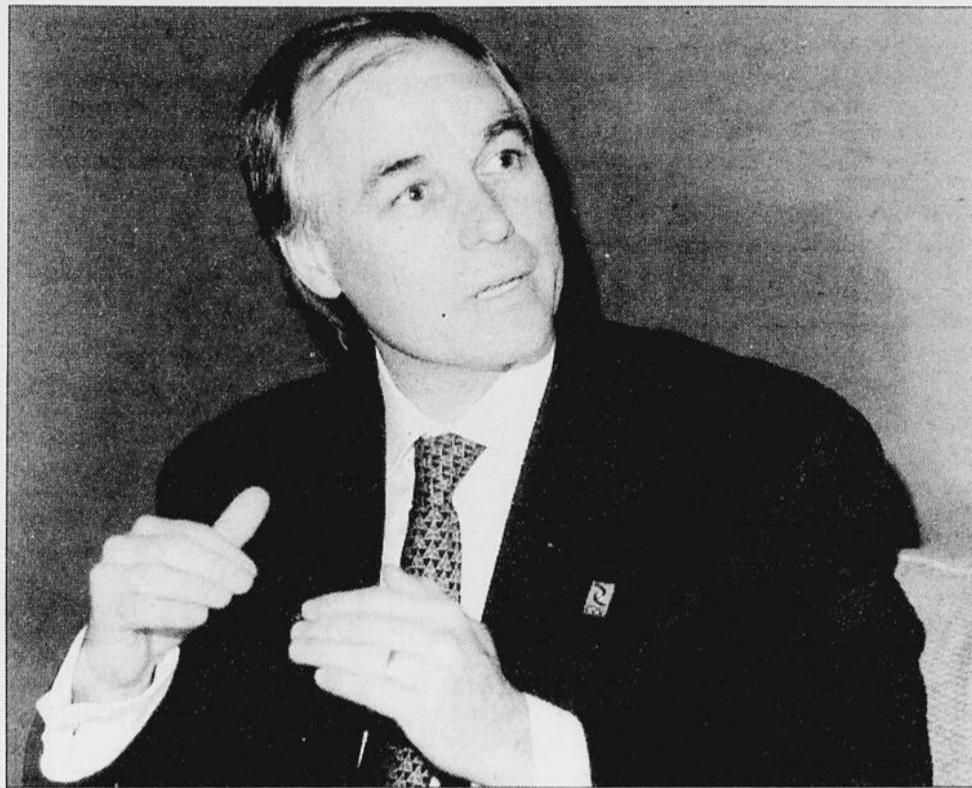
Appelés *Capital patient* ou *Fonds de croissance*, ils se situent entre le prêt traditionnel et le capital de risque. Ils combinent les besoins des entreprises exportatrices et ceux de la nouvelle économie qui ne peuvent obtenir de prêt à terme conventionnel.

Ils apportent une souplesse au chapitre de la capitalisation et des redevances exigibles. « Ainsi, sur une période de trois ans, les paiements ne sont exigés que si les rentrées de fonds le permettent. Les rendements sont calculés en fonction d'une redevance sur les résultats de l'entreprise et non du capital-actions », précise M. Beaudoin.

La BDC a accordé 106 M\$ de financement en quasi-fonds propres en 1997 contre 94 M\$ l'année précédente.

Au point de vue du capital de risque, c'est également une année record. Les placements autorisés ont augmenté de 91 %, soit 33,6 M\$ contre 17,6 M\$ l'an dernier.

À ce titre, le fonds de démarrage, lancé au cours de l'année, répond aux entreprises technologiques qui ont besoin de financement pour des projets prometteurs de commercialisation. Une vingtaine de dossiers ont déjà été



■ François Beaudoin : « Sur la totalité de nos prêts, 260 M\$ nous ont été référés par les banques. C'est une évolution importante pour la clientèle. »

octroyés.

Ce fonds de 100 M\$ est géré avec différents intervenants au Canada.

Une aide complémentaire

En s'associant avec les banques à charte et les sociétés de crédit dans l'ensemble du pays, la BDC est devenue un partenaire complémentaire du

secteur privé. « Les banques sont plus orientées vers le prêt à court terme et nous, vers le capital de risque. Avec elles, nous partageons les modes de financement.

« Sur la totalité de nos prêts, 260 M\$ nous ont été référés par les banques. C'est une évolution importante pour la clientèle », affirme M. Beaudoin.

À l'international, la BDC a

conclu une entente de coopération avec la Banque de développement des PME (BDPME) en France. Ainsi, leurs clients français investisseurs pourront s'adresser à la BDC au Canada et les investisseurs canadiens en France, à la BDPME.

Les taux d'intérêt plus élevés de la BDC reflètent les risques accrus qu'elle doit prendre par rapport aux ban-

ques à charte. Selon M. Beaudoin, le problème des PME n'est pas le taux de financement, mais l'accès au capital et aux services de gestion-conseil.

En ce sens, l'évaluation des dossiers est différente. En période de démarrage, la BDC ne peut se fier aux ratios financiers de l'entreprise. Elle considère la compétence des gestionnaires, évalue le secteur, son potentiel et les différents intervenants.

Un réseau de 2 000 spécialistes conseillent les PME. La

Banque offre aussi des services de formation. Près de 50 000 entreprises en bénéficient chaque année.

■
La BDC a dégagé un bénéfice net de 50,7 M\$ durant son dernier exercice, contre 31,6 M\$ l'année précédente.

■ En 1998, la BDC consolidera ses services dans ses 80 succursales canadiennes (19 au Québec). Elle s'attend à une augmentation des nouveaux prêts de 15 %.

La BDC étendra l'aide à l'exportation au-delà des frontières canadiennes. Une solution novatrice de services par Internet devrait être annoncée prochainement. ■

Renée M. Goyette

Droit du travail
et de l'emploi

AVOCATE

- Congédiement
- Préavis et indemnité de départ
- Normes du travail
- Négociation

Une approche préventive et pratique

61 St-Charles Ouest, bur. 202, Longueuil (Québec) J4H 1C5
Tél.: (514) 651-5995 Téléc.: (514) 651-3931

« Le Fonds de solidarité (FTQ) nous a apporté bien plus que de l'argent à investir. Leur vision des affaires a contribué à enrichir notre propre façon de voir les choses. Aujourd'hui, il suffit de regarder les résultats: de nouveaux emplois, des profits, et le meilleur reste à venir. »

Allen Poiré
Président, Métallurgie Castech inc.

75 nouveaux emplois.

LE FONDS DE SOLIDARITÉ DES TRAVAILLEURS DU QUÉBEC (FTQ)

www.fondstq.com

Vous êtes en bonne compagnie

Deux jeunes entrepreneurs propulsés dans l'industrie du divertissement aérien

Partenaire de Hughes-Avicom, ils concevront les logiciels pour le nouveau produit multimédia de l'entreprise américaine

Daniel
Germain

Louis et Nicolas Bélanger, deux entrepreneurs mont-réalais de 26 ans, vont radicalement modifier le transport aérien et ce, sans doute à la surface de la planète.

Bientôt, les passagers des transporteurs aériens pourront visionner le film de leur choix, réserver leur hôtel, acheter à la boutique hors taxe ou encore se faire la main sur leur jeu électronique favori, tout ça à partir d'un écran tactile rattaché à leur siège.

Ce scénario de science-fiction est à nos portes. Hughes-Avicom introduira l'an prochain ce gadget multimédia sur le marché de l'aéronautique.

Ce progrès sur la voie du divertissement en vol a été possible en bonne partie grâce à Den-O-Tech, une PME établie à Brossard et dirigée par deux Montréalais.

« Hughes-Avicom a développé le support; nous développerons les contenus », résume Nicolas Bélanger,

associé et fondateur de Den-O-Tech.

En fait, cette innovation est le fruit d'un quatuor constitué de Hughes-Avicom, qui orchestre le projet et commercialise le produit auprès des transporteurs, de Motorola (New York, MOT, 71 \$ US), qui fournit la plate-forme informatique, de Microware (Nasdaq, MWAR, 5,88 \$ US), qui a mis au point le système d'exploitation, et de Den-O-Tech, qui conçoit le contenu. Bref, la PME de Brossard n'est pas entourée des derniers venus.

Applications multiples

« Il y aura à chaque siège un écran à cristaux liquides relié à une carte informatique sous le siège. Celle-ci sera branchée à un serveur situé à l'avant ou dans la queue de l'avion, précise Louis Bélanger, associé de Den-O-Tech.

« Les applications qu'on peut inclure dans ce système sont innombrables. On peut y rattacher des jeux, des vidéos à la carte, voire même des

logiciels qui permettent d'acheter des produits à la boutique hors taxe ou de réserver sa chambre d'hôtel. »

Le succès de cette entreprise, concrétisé par la signature d'une entente avec l'américaine Hughes-Avicom, est le fruit de la persévérance, de la vision et d'un curieux mélange d'audace et de témérité de ses jeunes dirigeants qui, bien qu'ils partagent le même nom, ne sont pas parents.

En 1995, y voyant un marché à défricher, les deux Montréalais décident de lancer une firme de logiciels destinés à fonctionner sur les petits systèmes d'exploitation.

« Windows et Mac OS sont des exemples de système d'exploitation, mais ce sont de gros systèmes. Nous visions le créneau des systèmes beaucoup plus petits, ceux que nous trouverions éventuellement dans les télévisions intelligentes », indique Nicolas.

C'est pourquoi ils ont jeté leur dévolu sur l'OS 9 (Operating System 9000) de Microware. À l'origine, le mar-



■ Louis (à gauche) et Nicolas Bélanger ont un objectif aussi clair qu'audacieux : imposer une norme dans l'industrie aéronautique en matière de divertissement.

ché visé était celui des applications pour les télévisions intelligentes, ces appareils avec lesquels on peut, entre autres, naviguer dans Internet.

Démarrage laborieux

Le démarrage ne s'est pas fait sans peine. C'est Nicolas qui a lancé l'affaire, dans le sous-sol de la maison paternelle, grâce au Plan Paillé et à un ordinateur acheté à crédit. « C'était uniquement pour le travail administratif; je ne fais pas de programmation », précise-t-il.

Il convainc Louis de tenter l'aventure et les deux entament une longue et parfois pénible opération de persuasion auprès des institutions financières et des sociétés de capital de risque.

« Nous sommes allés à Paris, à New York, à Toronto pour trouver du financement. Chaque fois, on nous disait

que notre idée était géniale, mais personne n'a voulu se commettre », dit Nicolas.

C'est grâce au soutien financier de la famille et de la Banque TD ainsi qu'à la collaboration de la Société de développement industriel (SDI) que Den-O-Tech a pu enfin décoller et commencer les travaux de recherche et développement sur le système d'exploitation de Microware.

Un coup de chance

L'association de la PME de Brossard avec le géant de Los Angeles est le résultat de la chance, admettent les deux entrepreneurs.

« Nous avions acheté le système de Microware; en fait, Hughes-Avicom avait mis au point son produit de divertissement, raconte Nicolas.

« Hughes-Avicom a donc dû chercher un partenaire pour mettre au point du contenu sur OS 9. C'est Microware

qui nous a recommandés. »

Revenant du congrès du World Aviation Entertainment Association tenu en Floride le mois dernier, les deux entrepreneurs ont pris conscience des investissements considérables que sont prêtes à faire les compagnies aériennes pour améliorer leurs services. « Le marché est énorme, on s'en rend compte », mentionne Louis.

Hughes-Avicom est un chef de file dans le domaine des équipements de divertissement et de confort aériens. En s'associant avec une telle société, Louis et Nicolas Bélanger sont confiants d'imposer une norme dans l'industrie. D'ailleurs, ils ne sont pas les seuls à le croire. Ils ont déjà eu une offre de rachat de la part d'une multinationale coréenne.

Les premiers appareils munis du savoir-faire de Brossard devraient décoller l'an prochain. ■

LE NUMÉRO 1 AU QUÉBEC!



Version imprimée



Disquettes



Multimédia

21 000 dossiers d'entreprises mis à jour annuellement.

Indispensables pour: planifier vos ventes découvrir de nouveaux produits
 sélectionner vos fournisseurs vendre vos services

Le Répertoire des produits disponibles au Québec^{MD}

1 800 667-2386 poste 234

CRIQ
CENTRE DE RECHERCHE
INDUSTRIELLE DU QUÉBEC

IMPPPPPRIMEURS

Biozymes passe du laboratoire à l'usine

Lorsqu'elle inaugurera son usine, Biozymes sera le seul producteur de pancréatine au Canada

Jacinthe
Tremblay

Biozymes, une jeune entreprise de Sainte-Foy, s'apprête à faire sa niche à l'échelle mondiale avec la production de la pancréatine, un créneau dans lequel elle se mesurera à seulement huit autres producteurs.

La pancréatine est un ingrédient qui sert à la fabrication de médicaments ou de produits naturels visant à soulager les problèmes digestifs. « Dans le domaine des biosciences, c'est un produit on ne peut plus conservateur. Nous avons choisi de faire moins d'argent, mais nous sommes certains d'en faire », affirme **Francis Bellavance**, vice-président exécutif.

De rares connaissances

Biozymes a été fondée en 1995 par trois diplômés de l'Université Laval. Son président, **Moushine El Abboudi**, est docteur en microbiologie.

Son vice-président, **Martin Beaulieu**, est titulaire d'une maîtrise dans le même domaine. Quant à M. Bellavance, il a décroché un MBA en gestion internationale.

Les trois hommes avaient donc les connaissances pour inventer la molécule la plus rare. Avec l'aide d'*Entrepreneuriat Laval*, ils ont opté pour la production de pancréatine à l'échelle industrielle lors de l'élaboration de leur plan d'affaires.

Il n'existe qu'un seul autre producteur de pancréatine en Amérique du Nord. Biozymes compte réaliser des ventes au Canada, aux États-Unis, au Japon et en Allemagne.

« Trois critères devront nous permettre de nous démarquer de la concurrence : les prix, la qualité et la fiabilité de nos livraisons », souligne M. Bellavance.

La stratégie de développement de la jeune entreprise lui a valu de recevoir en septembre dernier le *Grand Prix Canada, Relève et Innovation technologique*, remis par



■ De gauche à droite : Martin Beaulieu, v.-p. scientifique de Biozymes, Martin Cauchon, secrétaire d'État responsable du BFDR (Q), et Moushine El Abboudi, président de Biozymes, récipiendaire du *Grand Prix Canada* décerné lors du *Gala de l'exportation*.

Martin Cauchon, secrétaire d'État et responsable du Bureau fédéral de développement régional (Québec), à

l'occasion du *Gala de l'exportation* organisé par *Martin International*.

En plus d'ajouter 15 000 \$

aux caisses de l'entreprise, la reconnaissance qu'a reçue Biozymes l'aidera dans ses relations d'affaires.

De l'argent et des locaux

La pancréatine a beau être une substance connue, il se sera malgré tout écoulé deux ans entre l'idée et la mise au point des techniques de production de l'enzyme à l'échelle industrielle.

« Pour une jeune entreprise en biosciences, deux aspects sont des plus importants : le financement et les installations scientifiques », indique M. Bellavance.

Pour financer son démarrage, Biozymes a obtenu 40 000 \$ dans le cadre du *Plan Paillé*. Elle a aussi bénéficié d'un prêt de 15 000 \$ du *Centre québécois de valorisation de la biomasse* et d'une subvention de 15 000 \$ dans le cadre du programme *Pari-AT* du *Conseil national de la recherche scientifique* (CNRS).

Deux groupes ont hébergé les responsables des expériences de développement du produit : le département d'alimentation et de nutrition de l'Université Laval et le *Centre de recherche en développement des aliments* de Saint-Hyacinthe.

La prochaine étape

Biozymes est maintenant prête à démarrer la production sur une base industrielle. Pour y parvenir, M. Bellavance cogne aux portes d'investisseurs depuis un an, afin de réunir les 2,5 M\$ nécessaires au fonds de roulement et à l'aménagement de l'usine.

« Il y a beaucoup d'argent disponible en capital de risque, mais la barrière à l'entrée est grande pour les jeunes entrepreneurs. »

Malgré tout, M. Bellavance y est presque. « Nous commençons l'aménagement de l'usine dans deux mois et la production commencera en mars. » Biozymes emploiera alors 10 personnes. ■

Au service des régions, un réseau de partenaires qui grandit de jour en jour.

Le Bureau fédéral de développement régional (Québec) travaille à bâtir un véritable réseau de partenaires. Afin de contribuer au développement des PME, le BFDR(Q) a conclu des ententes avec de nombreux partenaires, à la grandeur du Québec et dans chacune des régions.

Partenaires stratégiques de votre croissance :

- **BFDR(Q)**
(514) 283-6412
- **54 SOCIÉTÉS D'AIDE AU DÉVELOPPEMENT DES COLLECTIVITÉS (SADC) RÉSEAU DES SADC**
(418) 658-1530
- **INFO ENTREPRENEURS**
1 800 322-4636
- **RÉSEAU CANADIEN DE TECHNOLOGIE**
1 800 322-4636
- **ASSOCIATION DES PROFESSIONNELS EN DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DU QUÉBEC (APDÉQ)**
1 800 361-8470
- **LE GROUPEMENT DES CHEFS D'ENTREPRISES DU QUÉBEC**
(819) 477-7535
- **SOUS-TRAITANCE INDUSTRIELLE QUÉBEC**
(514) 875-8789
- **ALLIANCE DES MANUFACTURIERS ET DES EXPORTATEURS DU QUÉBEC**
1 800 363-0226



Imaginez si les voyages internationaux se déroulaient efficacement. Si vous pouviez aller partout au monde. Simplement, sans tracas et sans effort. Imaginez si tous les milles des vols admissibles, accumulés auprès de six compagnies aériennes différentes, pouvaient être combinés pour améliorer votre niveau de grand voyageur. (Combien de temps vous faudrait-il alors, selon vous, pour atteindre le niveau supérieur?) Imaginez plus de 180 salons d'aéroport de par le monde prêts à accueillir les voyageurs internationaux de la première classe et de la classe affaires, de même que les grands voyageurs les plus assidus. Et si cela ne suffisait pas, essayez d'imaginer que l'alliance Air Canada, Lufthansa, SAS, THAI et United Airlines devienne encore plus forte. En effet, les partenaires Star Alliance[™] sont fiers d'accueillir Varig*, la première compagnie aérienne du Brésil, au sein de leur réseau qui pourra ainsi desservir plus de 600 destinations dans 108 pays. Le réseau Star Alliance, une meilleure façon de parcourir le monde. Il suffisait de l'imaginer.



Varig se joindra officiellement au réseau Star Alliance le 26 octobre 1997.

Imaginez.



STAR ALLIANCE

Le monde a son réseau aérien.

Deux nouveaux programmes pour les femmes d'affaires

Vers l'an 2000, un tiers des travailleurs autonomes seront des femmes

Isabelle Chassin

Signe des temps, la Banque de développement du Canada (BDC) qui, il y a huit ans, avait créé *Femmes vers le sommet*, ajoute cette année deux nouveaux programmes de formation :

Femmes vers le sommet plus et *Femmes vers l'entrepreneuriat*.

Ces programmes, mis au point avec le Réseau des femmes d'affaires du Québec, répondent à la demande croissante de femmes entrepreneurs ou qui veulent le devenir. Les sessions de forma-

tion sont accompagnées d'un programme de mentorat. Des mairaines, cadres ou femmes d'affaires chevronnées jouent le rôle de guide et de conseiller. Elles aident les participantes à gérer leurs entreprises ou à les faire prospérer.

« L'entrée des femmes dans le monde des affaires est un phénomène relativement récent qui remonte à une trentaine d'années », indique Nicole Beaudoin, présidente du Réseau des femmes d'affaires du Québec.

« À compétences égales, les femmes ont plus de difficultés que les hommes pour trouver des capitaux ou bénéficier de réseaux d'affaires. »

En affaires depuis deux ans ou plus

Près de 600 femmes ont déjà participé aux sessions de formation *Femmes vers le sommet*. Selon la BDC, 66 % ont vu leur rentabilité grimper

et 49 % ont créé des emplois après avoir suivi le programme.

Ce programme s'adresse aux femmes qui sont en affaires depuis deux ans. Les participantes élaborent une planification de leur stratégie de croissance. Différents sujets sont abordés : préparation d'un plan d'expansion, leadership et style de gestion, marketing, finances et comptabilité, publicité et promotion, gestion des ressources humaines.

Le programme *Femmes vers le sommet plus* aborde d'autres problématiques liées à la planification stratégique : quelle place l'entreprise occupera-t-elle dans ses marchés, au sein de son industrie, d'ici trois à cinq ans ? Quel avantage concurrentiel retiendra-t-elle pour assurer son développement ? L'évolution de l'entreprise répondra-t-elle aux valeurs et aux aspirations d'origine ?



■ Nicole Beaudoin : « À compétences égales, les femmes ont plus de difficultés que les hommes pour trouver des capitaux ou bénéficier de réseaux d'affaires. »

La session permet d'analyser les différentes facettes de l'entreprise, de préparer une vision claire des prises de décisions et d'élaborer un plan d'action.

Vers l'an 2000, les femmes représenteront le tiers des travailleurs autonomes. Le programme *Femmes vers l'entrepreneuriat* est conçu pour celles qui veulent se lancer ou qui sont depuis peu en af-

fares. Une série de 11 ateliers et de tables rondes leur permet de s'initier à la gestion et au marketing.

Au cours de la formation, une mairaine prodigue conseils et stratégie. ■

Mythes et réalités

Les mythes ont la vie dure. Et ce ne sont pas les femmes d'affaires qui diront le contraire. Bien que près de 30 % d'entre elles détiennent ou dirigent des entreprises au Canada et dans la même proportion au Québec, leur place est encore mal perçue dans le monde des affaires.

Geoff Cannon, directeur général de l'Institut de la PME de la Banque de Montréal, affirmait : « En 1996, le plus grand obstacle qu'une femme qui se lance en affaires doit encore souvent affronter est le fait de ne pas être prise au sérieux. »

Publiée en 1996, une étude indépendante appuyée par cet Institut, intitulée *Mythes et réalités - Le pouvoir économique des entreprises dirigées par des femmes au Canada*, traçait un portrait positif, chiffres à l'appui, de la progression des entreprises dirigées par des femmes en Amérique du Nord.

Au Canada, les entreprises dirigées par des femmes se classent au premier rang pour la création d'entreprises, et ce, dans toutes les provinces. Elles créent de l'emploi à un rythme quatre fois supérieur à la moyenne des entreprises. Elles sont présentes dans tous les secteurs d'activité et s'orientent de plus en plus vers des secteurs non traditionnels. (IC) ■

Un succès sur toute la ligne pour All-Teck!

Mario Cadorette, président de Stores All-Teck P.T.B. inc., est un visionnaire hors ligne. En quelques années, il a transformé sa petite entreprise de fabrication de stores pour devenir

l'un des plus importants manufacturiers nord-américains. L'équipe d'automatisation du CRIQ a contribué à optimiser la production de l'entreprise, en appuyant All-Teck dans sa transition d'un mode d'exploitation manuel à un mode entièrement automatisé. All-Teck a pu ainsi s'imposer dans un marché hautement concurrentiel.

Depuis plus de 25 ans, le CRIQ supporte la croissance des entreprises québécoises, ici comme à l'étranger, grâce à son engagement dans le développement et la veille technologiques ainsi que dans la normalisation et la conformité aux normes en vigueur sur les marchés.

Au service de l'industrie québécoise

CRIQ

CENTRE DE RECHERCHE INDUSTRIELLE DU QUÉBEC

Pour nous joindre :
à Québec : (418) 659-1550
1 800 667-2386,
à Montréal : (514) 383-1550
1 800 667-4570

OFFRE SPÉCIALE Semaine de la PME

Soutenir la croissance

Avez-vous en place tous les éléments requis pour soutenir la croissance de votre entreprise ?

Viser la réussite

Les principaux problèmes et défis de votre compagnie sont-ils vraiment bien identifiés ?

Des plans correctifs sont-ils en place ?

Nos conseillers seniors offrent un diagnostic complet à toute organisation de moins de 100 employés pour seulement 5 000 \$

Le Réseau Qualité — BDP inc.
3171, Louis-Amos
Lachine (Québec) H8T 1C4

Téléphone : (514) 426-0533 • Télécopieur : (514) 426-4525

LE RÉSEAU QUALITÉ

Notre expérience = votre garantie

L'entraide féminine, un gros plus

«Lorsqu'on travaille avec des hommes, les échanges d'information sont plus axés sur les résultats et moins sur la façon de faire. Entre femmes, on hésite moins à demander un conseil, à montrer ses points faibles», constate Céline Gravel, présidente de Personnel Avantage.

Ce cabinet de recrutement de cadres, de personnel temporaire et permanent a été lancé en 1992, en pleine récession.

« À l'époque, relate Céline Gravel, il m'a fallu persévérer pour obtenir du financement. Mais, grâce à un solide plan d'affaires, j'ai obtenu un prêt de 20 000 \$ pour lancer mon entreprise. »

Après quelques mois d'activité, le chiffre d'affaires atteignait 500 000 \$. Et cette année, Personnel Avantage devrait clore son bilan avec un chiffre d'affaires de 2,5 M\$. L'entreprise compte 10 employés permanents et elle a placé près de 5 000 demandeurs d'emploi.

Même si elle a occupé plusieurs postes de responsabilité, M^{me} Gravel n'avait pas souvent eu l'occasion de travailler avec des femmes. Lorsqu'elle a suivi en 1995 le programme *Femmes vers le sommet* de la Banque de développement du Canada (BDC), elle a appris non seulement à développer la croissance de son entreprise, mais aussi à apprécier l'entraide féminine. Elle a ainsi découvert la réalité d'autres femmes d'affaires dans différents secteurs de l'industrie.

« En affaires, les résultats comptent. Mais on oublie qu'il faut savoir gérer sa croissance. Le cours m'a donné l'occasion de mieux planifier les temps de production, de restructurer les postes et d'embaucher de nouvelles ressources mieux ciblées. »

« Ça m'a permis de voir comment mes projets d'expansion étaient réalisables, dans une ambiance chaleureuse. J'ai aussi développé un nouveau réseau d'affaires et d'amies. »

Pendant toute la formation, M^{me} Gravel a bénéficié des conseils avisés d'une marraine spécialiste en comptabilité. (IC) ■

Novasys conquiert les marchés étrangers

Isabelle
Chassin

À la tête de la PME mont-réalaise Novasys, une firme de conseillers en informatique, une femme, Myriane Baril, vice-présidente. Une place qu'elle partage avec le président, Mario Robert, son mari. Lui, orienté vers le développement technologique et elle, tournée vers la gestion.

Fondée en 1990, l'entreprise est spécialisée en conception de systèmes-experts et de systèmes de formation. Novasys emploie 35 personnes et compte dans sa clientèle Hydro-Québec, Bombardier, Eicon Technology, la Banque de Montréal ainsi que plusieurs ministères et instituts de formation.

Tributaire de l'exportation, la PME maintient une croissance annuelle de 50 %. Près de 15 % des activités de l'entreprise sont orientées à l'étranger.

Au Mexique, Pemex, la société pétrolière nationale, et Nemark, un fabricant de moteurs automobiles, ont acquis les systèmes de formation multimédia de Novasys.

Des ententes de commercialisation des logiciels de formation ont été signées récemment avec Siemens en Allemagne et ItalData en Italie.

Au Maroc, Novasys a décroché un mandat de consultation pour développer un système-expert de gestion des ressources humaines pour le compte du ministère du Transport.

Un monde dominé par les hommes

M^{me} Baril reconnaît que sa formation en management souffrait de lacunes quant à la pratique. Le programme *Femmes vers le sommet* de la Banque de développement du Canada (BDC) a éclairé certaines situations : négocier avec son banquier, recruter du personnel et s'assurer de sa loyauté, gérer l'entreprise et commercialiser ses services dans un contexte de mondialisation.

« Ça ne s'apprend pas à l'école, fait remarquer M^{me} Baril. Quand on démarre une entreprise, c'est l'euphorie pendant les deux premières années. Puis on réalise que les résultats ne suivent pas toujours. On se sent isolé. *Femmes vers le sommet* m'a permis de rencontrer d'autres femmes d'affaires comme moi. Je pense que les hommes vivent la même chose, mais ils ne le disent pas. »

Selon M^{me} Baril, la haute technologie est encore un milieu dominé par les hommes.

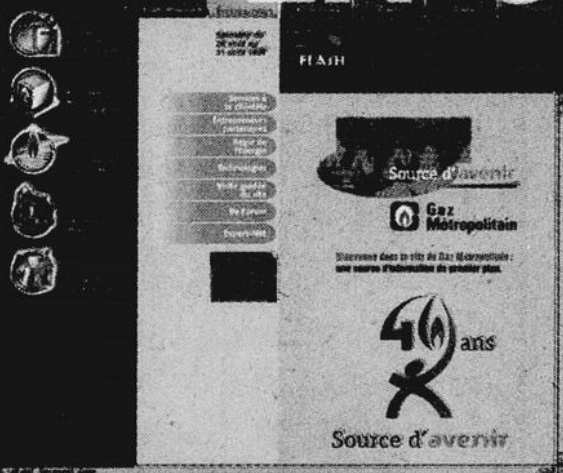
« Mais ce n'est pas un secteur traditionnel et les gens sont plus ouverts. Il y a moins d'esprit vieille garde. C'est donc plus facile d'y faire sa place », note-t-elle. ■

■ Myriane Baril : « La haute technologie est encore un milieu qui est dominé par les hommes. »



PHOTO: Jean-Guy Parais, LES AFFAIRES

ALLEZ À
www.gazmetro.com
LA SOURCE



Gaz Métropolitain a 40 ans, la force de l'âge! Nos assises sont solides. Nous sommes source d'efficacité, de rentabilité et d'avenir. La preuve? Nous avons lancé un site Internet, une source inépuisable d'informations continues, accessible à tous nos clients et partenaires. Pour en savoir davantage sur le gaz naturel, nos produits et services ou les nouvelles récentes dans notre domaine d'activités, visitez

www.gazmetro.com

 Gaz
Métropolitain

Des logiciels québécois feront voyager les Sud-Américains

PC Voyages au premier rang dans son créneau au Canada

Jacinthe
Tremblay

Dès l'an prochain, des agences de voyages chiliennes et colombiennes

informatiseront leurs activités à l'aide de logiciels développés par PC Voyages, une firme de Longueuil.

PC Voyages occupe le premier rang des fabricants de

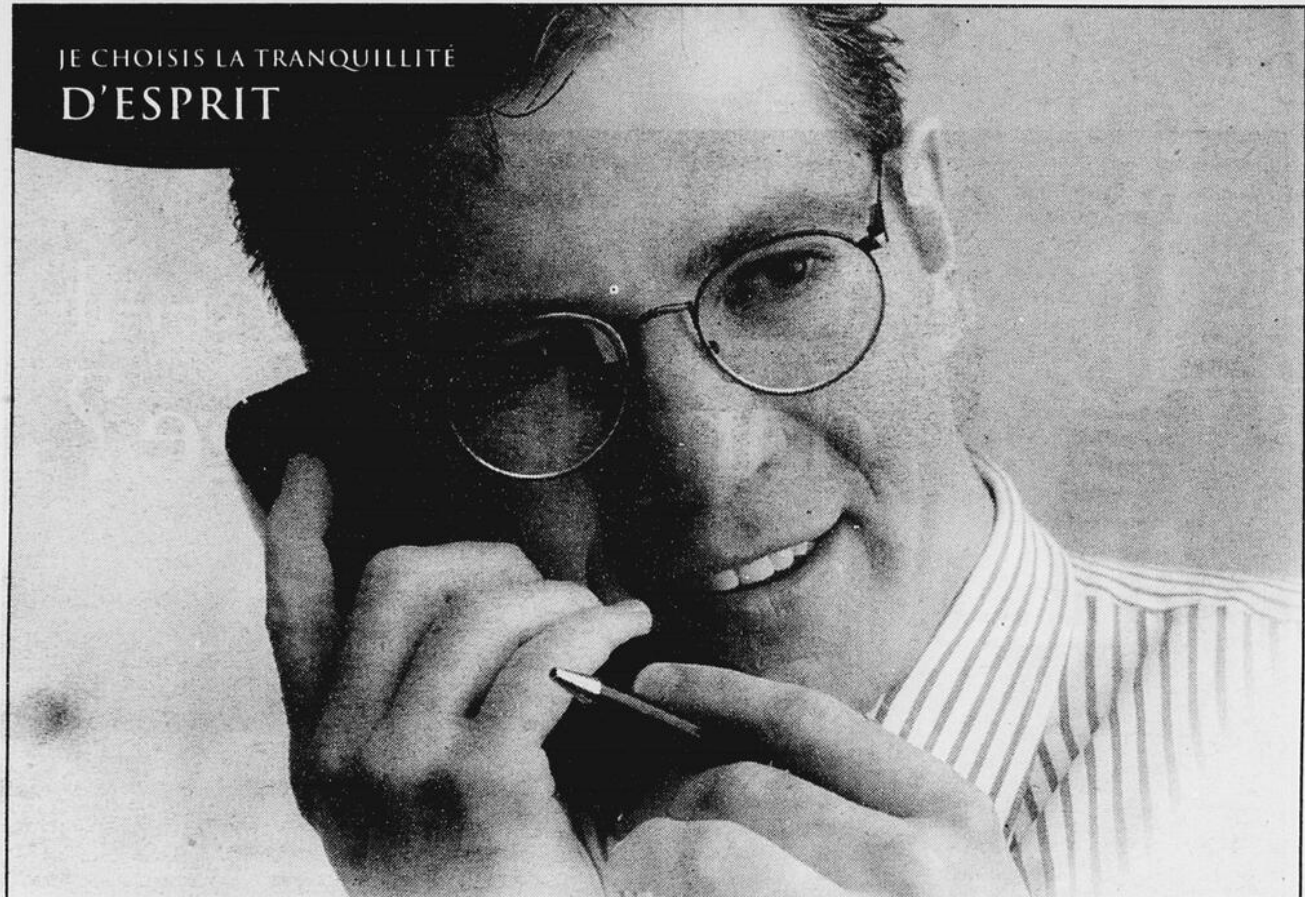
logiciels destinés à l'industrie du voyage au Canada. « Aucune autre entreprise n'offre de solution aussi complète et économique aux agences de voyages », affirme Michel

Jomphe, vice-président exécutif de la PME.

PC Voyages offre, entre autres, des logiciels de comptabilité adaptés aux besoins très particuliers des agences de



PHOTO: JEAN-GUY PERRIN, LES AFFAIRES



JE CHOISIS LA TRANQUILLITÉ
D'ESPRIT

POUR QUE MES CLIENTS
SOIENT ENTIÈREMENT
SATISFAITS
DE LEUR RÉGIME D'ASSURANCE COLLECTIVE...

J'AJOUTE UN CACHET
PARTICULIER!



CAPSS est un réseau interactif qui nous relie à la quasi-totalité des pharmacies du Québec. Sa structure est simple et efficace. Elle permet de vérifier l'admissibilité des médicaments et de contrôler la quantité demandée et la durée du traitement. CAPSS est conçu pour protéger les assurés et éviter des abus de consommation, tout ça dans la plus grande confidentialité.

La gestion des médicaments est une composante essentielle du programme global de gestion de la santé de l'Assurance vie Desjardins-Laurentienne. Voilà pourquoi nous avons participé à la création de CAPSS (Centre d'Autorisation et de Paiement des Services de Santé).

CAPSS, un programme de gestion des médicaments qui a du cachet...

Pour en savoir davantage sur CAPSS, appelez-nous aux numéros suivants :

MONTREAL :
1 800 363-3072

QUEBEC :
1 800 531-5488



Assurance vie
Desjardins-Laurentienne
L'assurance d'un monde différent

CAPSS • DENTAIDE • POSACTION PLUS • GESTION DE L'INVALIDITÉ

voyages tels le transit des paiements entre plusieurs intervenants et la conversion des taux de change. L'entreprise offre également des logiciels de réservation dotés d'interfaces avec les grands systèmes que sont Galiléo (Canada) et Sabre (États-Unis). La majorité de ses produits sont offerts en version Windows.

Chiffre d'affaires décaplé

L'entreprise a vu le jour en 1988 dans le giron de la firme informatique Logibro. En 1993, PC Voyages est devenue une entité indépendante.

Depuis, c'est l'explosion. Son chiffre d'affaires est passé de 200 000 \$ en 1993 à 2,3 M\$ actuellement. Elle comptait 55 clients ; ils sont maintenant 800, répartis également entre le Québec et le reste du Canada. De sept qu'il était il y a quatre ans, le nombre d'emplois s'élève aujourd'hui à 35. PC Voyages prévoit embaucher 15 autres personnes dans les prochains mois.

Depuis l'an dernier, PC Voyages travaille en partenariat avec Sirev, une autre entreprise informatique qui oeuvre dans le domaine du voyage. Elle offre aux agences de voyages un service de magasinage et de réservations sur Internet des produits offerts par les principaux grossistes québécois.

« Les frais sont largement inférieurs à ceux des systèmes comme Galiléo et Sabre, qui peuvent coûter jusqu'à 1 000 \$ par mois », assure Michel Jomphe. Plus de 200 agences se prévalent de ce service.

■ Michel Jomphe :
« Aucune autre entreprise n'offre de solution aussi complète et économique aux agences de voyages. »

Pour développer ses produits, PC Voyages a pu compter sur les programmes de crédits d'impôt à la recherche et développement et sur l'aide de la Société de développement industriel (SDI). « Sans eux, nous ne serions pas rendus là où nous sommes », indique M. Jomphe. Il évalue à 1,3 M\$ l'appui de la société d'État, montant qui a notamment servi à financer la réalisation d'études de marché et l'ouverture de bureaux à Toronto et à Vancouver.

■ La PME consacrera 4 M\$ au cours des prochains mois à la création d'un nouveau logiciel.

Car PC Voyages entend bien consolider ses assises sur le marché canadien et envisage avec enthousiasme l'expansion sud-américaine.

« Des Chinois, des Italiens et des Français nous ont fait part de leur intérêt. Une dizaine d'entreprises dans le monde oeuvrent dans ce créneau et plusieurs sont moins avancées que nous. »

La recherche et développement continue donc d'être une priorité pour PC Voyages. Au cours des 18 prochains mois, la PME consacrera 4 M\$ à la création d'un nouveau logiciel multi-plate-forme destiné aux grossistes et aux agences.

Les dirigeants de PC Voyages ont d'autres projets. « Dans deux ans, nous souhaitons devenir une compagnie publique », annonce M. Jomphe. ■

Les réseaux : un levier à la portée des PME

Un précieux outil pour conquérir de nouveaux marchés

Isabelle
Chassin

Toute entreprise qui veut tirer son épingle du jeu dans le marché mondial devrait faire partie d'un réseau.

« Il y a quelques années, c'était un avantage, maintenant, c'est obligatoire. À cause de la complexité technologique et des délais de production très courts, l'entreprise ne peut plus maîtriser tout, toute seule. Pour demeurer concurrentielle, elle doit développer un réseau de partenaires complémentaires qui partageront son succès moyennant rémunération », affirme Isabelle Deschamps, vice-présidente, développement de l'entrepreneuriat technologique chez **Inno-centre** à Montréal.

L'Ordre des ingénieurs du Québec (OIQ) lui a confié le mandat de mettre sur pied un réseau d'entraide et de soutien pour ses membres. Cette initiative, offerte gratuitement aux membres de l'OIQ, tient compte des nouvelles lois du marché.

Restructuration oblige, beaucoup d'ingénieurs qui travaillaient traditionnellement pour les cabinets de génie civil ou les entreprises manufacturières ont perdu leur emploi. L'Ordre encourage ceux qui n'ont plus d'emploi à devenir travailleurs autonomes ou ceux qui démarrent dans la carrière d'ingénieur à devenir entrepreneurs.

« Ils ont ainsi d'immenses possibilités d'exploiter leur potentiel », affirme M^{me} Deschamps. Mais, à quelle porte frapper pour recevoir aide et

conseils ? Les ingénieurs de culture scientifique ne sont pas toujours familiers avec les méandres des affaires.

En six mois d'existence, plus de 120 demandes sont parvenues au bureau de M^{me} Deschamps. Où trouver des subventions ? Comment constituer une société ? Comment développer un projet ou rédiger un contrat ? Autant de questions qui doivent trouver une réponse dans les meilleurs délais avec des contacts de qualité.

En confiant son mandat à Inno-Centre, l'OIQ savait y trouver un appui de taille. Spécialisé dans le démarrage d'entreprise, l'organisme a déjà tissé un réseau d'affaires parfaitement rodé dont peut bénéficier M^{me} Deschamps pour enrichir le sien.

Elle évite ainsi aux ingénieurs entrepreneurs bien des écueils et du temps perdu. Pour mener à bien cette tâche, son rôle d'agent de liaison se double d'un rôle d'encadrement sur l'art de présenter un dossier ou de communiquer.

« Il ne s'agit pas de créer un guichet unique, mais de diriger nos clients vers les ressources adéquates déjà sélectionnées et de leur apprendre à monter eux-mêmes leur propre réseau. Le carnet d'adresses de contacts avec qui on déjeune ne suffit plus. Il faut une banque potentielle d'associés », note-t-elle.

M^{me} Deschamps conseille aux profanes de ne pas essayer de créer un nouveau réseau, mais de se faire une place dans ceux qui existent déjà et de profiter de leur synergie. Ils sont légion, les chambres de commerce, les associations

professionnelles et industrielles, les réseaux technologiques, les groupements manufacturiers, les regroupements d'exportateurs, les organismes publics et parapublics.

« Beaucoup de PME hésitent à frapper aux portes des organismes publics ne sachant trop à qui s'adresser.

Eux aussi travaillent en réseau et ils sont au courant de l'ensemble des programmes qui existent », assure M^{me} Deschamps.

■
En développant un réseau de partenaires, l'entreprise s'assure de demeurer concurrentielle.
■

Le **Centre national de recherche scientifique (CNRC)**, par exemple, met à la disposition des PME de moins de 500 employés tout un réseau

de conseillers en technologie industrielle qui, dans le cadre du *Programme d'aide à la recherche industrielle (PARI)*, conseillent les PME pour toute demande industrielle.

« Quand on cherche des associés, il faut demander aux membres quelles relations ils entretiennent avec les milieux universitaire, financier, technologique ou de la grande entreprise. Pour ne pas brûler ces contacts, mieux vaut avoir un projet sérieux. »

Si les réseaux sont l'avenir de l'économie du troisième millénaire, ils soulèvent plusieurs enjeux : Comment gérer les connaissances qui ont été développées par tous ces réseaux ? Qui détiendra vraiment les brevets, les marques de commerce, les produits que plusieurs entreprises ont participé à concevoir si l'une d'entre elles décide de faire cavalier seul ?

Les réseaux d'avocats n'ont pas fini d'en parler ! ■

Quel mal y a-t-il à être dans le rouge ?

Aucun. Surtout quand vos finances se portent bien. Vous êtes libre de penser croissance et développement. Et un CA pourrait y être pour quelque chose.

Au-delà des chiffres, les CA sont les maîtres de l'information décisionnelle. Pour monter une stratégie de financement, évaluer des marchés étrangers ou encore une acquisition.

Demain, vous pouvez aller à Paris saisir une nouvelle opportunité.

CA

Comptables
agréés
du Québec

Voir au-delà des chiffres

Rejoignez les vrais décideurs avec le

dossier spécial

LES AFFAIRES

SOCIÉTÉS-CONSEILS



date de parution : 22 novembre 1997

Pour informations : (514) 392-9000

Ergorecherche bientôt sur tous les continents

Des capteurs électroniques optimisent le confort de l'utilisateur

Isabelle
Chassin

Il aura fallu sept années de vaches maigres à une jeune PME montréalaise technologique pour brouter à satiété. « Protégé par des brevets internationaux, le fruit de nos recherches en ergonomie sera bientôt commercialisé par nos partenaires à travers le monde. La française **Sogerma** s'occupera d'**Airgotech** pour les fauteuils d'avion; la

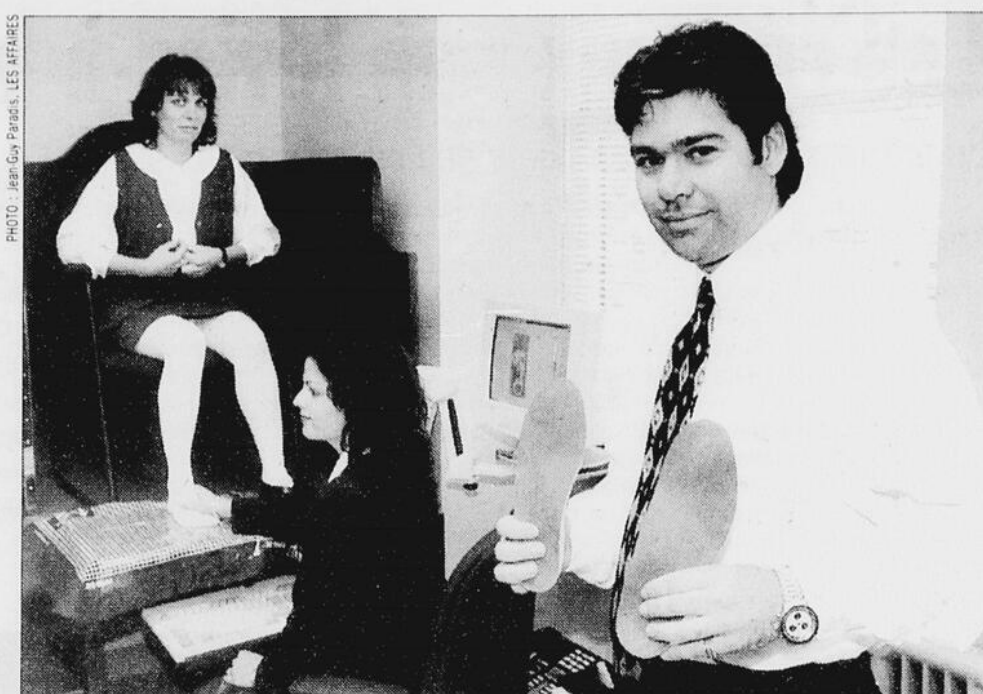
luxembourgeoise **IEE**, des sacs gonflables intelligents; la française **Protéor**, des coussins Ergorecherche », affirme **Daniel Dumont**, vice-président principal d'**Ergorecherche et Conseils**.

Constituée en 1990, la société comprend maintenant 25 spécialistes (ingénieurs, orthésistes, ergonomes, informaticiens).

Fraîchement diplômés de l'UQAM en ergonomie, les deux associés, **Alain Lafer-**

■ **Daniel Dumont** : « Pour réussir, il faut investir à fond dans la R & D. »

rière et Daniel Dumont, ont d'abord investi six ans et 7 M\$ en R & D en collabora-



tion avec l'**Institut de réadaptation de Montréal**. Objectif : faire des fauteuils

et des semelles parfaitement adaptés aux usagers.

Financée d'abord par les honoraires de **Renault** pour des conseils sur l'ergonomie des véhicules et surtout de l'**Aérospatiale**, pour celle des cabines de pilotage d'avions, l'entreprise a profité des crédits d'impôt à la R & D des gouvernements québécois et canadien. Elle a aussi obtenu un prêt participatif de la **Banque de développement du Canada** (BDC) et un prêt du **Programme de capital patient** de la **Banque Royale** et du **Bureau fédéral de développement régional** (Québec).

Réseau de 175 points de vente

Au Québec, Ergorecherche compte 175 points de vente dans le réseau des pharmacies, en particulier **Pharmaprix** et ses bannières.

Ergorecherche optimise à fond la production en réseautant ses concessionnaires sur Internet.

Elle leur cède une licence d'exploitation de la technologie et des équipements **Expert-fit**, son système informatisé d'orthèse plantaire, et **Expert-Seat**, son progiciel multimédia d'optimisation des postures dans un fauteuil, pour faire les prises de pression sur les lieux de travail au besoin.

Les données sont transmises à Ergorecherche par Internet. Suivent la fabrication du produit par fraisage numérique et sa livraison en 48 heures.

Comme le marché local est réduit, les entrepreneurs visent l'exportation. Cette activité représentait 50 % du chiffre d'affaires en 1996; elle devrait atteindre 75 % en 1997, dont 20 à 25 % aux États-Unis.

« Nous traitons avec le fabricant américain **Foot Locker** (4 000 points de vente dans le monde) et **Décathlon** en Europe (180 points de vente) pour nos semelles sportives avec **Expert-fit**. Nous utiliserons aussi les réseaux américains de **Protéor**, **Va-**

cuAir et **Sunrise** », précise M. Dumont.

Sac gonflable intelligent

Le chiffre d'affaires est passé de 1 M à 3 M\$ de 1996 à 1997. L'entreprise prévoit atteindre 30 M\$ d'ici trois ans grâce au nouveau système de sac gonflable intelligent qui sera prêt cet automne.

À une vitesse de gonflement de 300 km/h, il arrive souvent que des passagers mal assis soient blessés par le sac. Un système de capteurs dans le siège de l'automobiliste contrôlera le gonflement du sac selon la posture du passager. Le marché annuel s'élève à 15 M de véhicules automobiles.

Faire du démarchage dans les pays étrangers coûte cher sans contacts préalables. « Nous avons d'abord fait des études de marché sur la France nous-mêmes, puis nous nous sommes adressés au programme **ACTIM-Québec**, ce qui a grandement servi à accélérer certaines démarches clés. Ainsi, **Protéor** ne serait pas venue chez nous sans ce programme », souligne M. Dumont.

En décembre 1996, Ergorecherche a renouvelé avec **Protéor** son accord de cession de savoir-faire au **Salon de l'aéronautique du Bourget**, en France. L'entente quinquennale s'élève à 7 M\$. À cette occasion, **Canadair** s'est intéressée aux produits de la PME pour son avion d'affaires **Global Express**.

« Pour réussir, il faut investir à fond dans la R & D. Quand les produits sont prêts, il faut s'entourer de bons conseillers. Les gains sont exponentiels. »

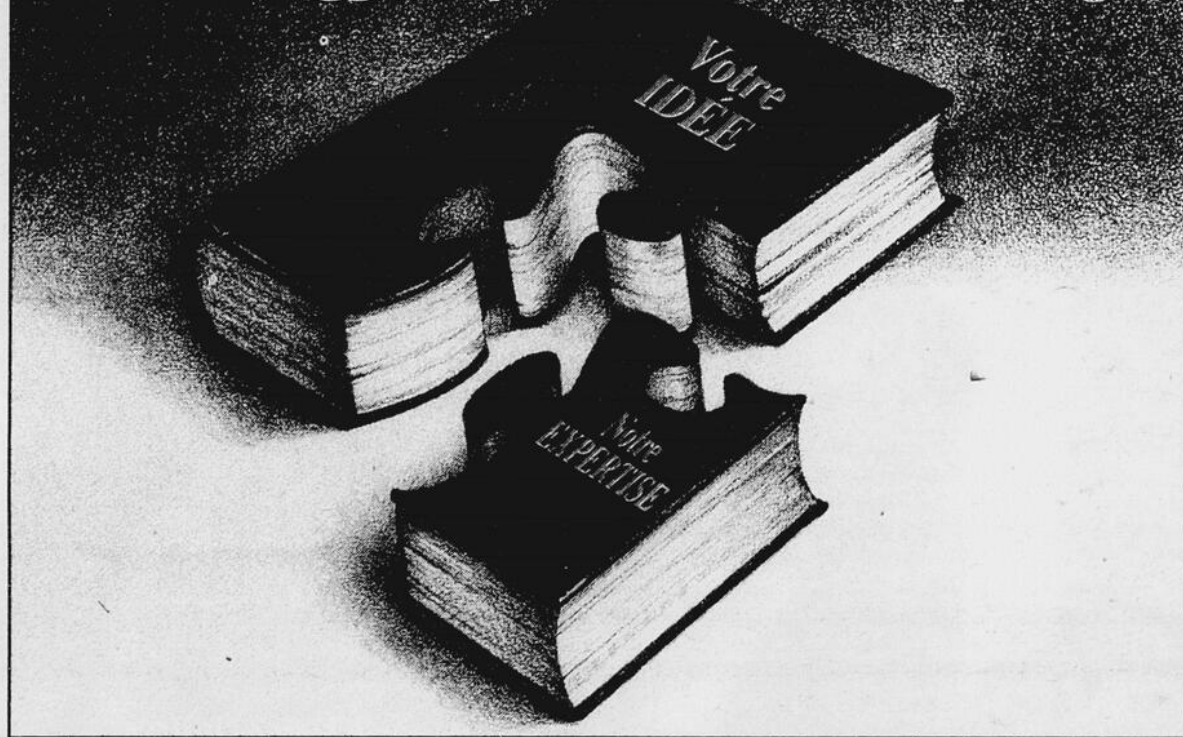
La contrefaçon éventuelle est-elle dangereuse ? « Lorsqu'un produit en demande est unique, il coûte trop cher de le copier ou d'en développer un semblable. C'est du moins ce que nous venons d'apprendre en Asie », répond M. Dumont. Le temps des vaches grasses est arrivé. ■

Le point de départ, c'est **votre idée.**

Elle est **géniale.**

Sa **réalisation** est longue,
la **mise en marché** encore plus.

Smart & Biggar a pour mission de la protéger



Vous avez maintenant l'assurance qu'elle restera unique.

Depuis une centaine d'années, **SMART & BIGGAR*** s'est donné comme mission de protéger et de défendre les idées originales de l'entreprise locale et étrangère.

Qu'il s'agisse de l'obtention d'un brevet d'invention, d'une marque de commerce, d'un dessin industriel, d'un droit d'auteur, de la protection d'un secret de fabrique, d'un litige ou des aspects contractuels reliés à l'une ou l'autre de ces matières, ses quelques 50 avocats et agents de brevets pratiquant dans l'un ou l'autre de ses bureaux de Montréal, Ottawa, Toronto et Vancouver, ont la formation et l'expérience requises pour vous conseiller, notamment dans les domaines suivants:

- le génie mécanique
- l'électricité et l'électronique
- l'informatique
- la chimie et la biochimie
- la biotechnologie
- la métallurgie

SMART & BIGGAR se veut votre partenaire dans la protection de vos idées.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec nous au (514) 954-1500.

SMART & BIGGAR
Nous protégeons vos idées originales...

* En partenariat avec Fetherstonhaugh & Cie

Consultik vise maintenant le marché américain

Daniel
Germain

Déjà répandu dans plus d'une centaine de municipalités au Québec dans une version adaptée aux villes de petite et moyenne envergure, le logiciel de gestion et de maintenance des infrastructures municipales mis au point par **Consultik**, une firme de Pont-Rouge, sera bientôt disponible en version *métropolitaine*.

La PME espère gagner le marché américain grâce à ce logiciel.

Avant d'envahir les États-Unis, **Consultik** peut déjà se targuer de pouvoir aider les municipalités du Québec à avaler la pilule de 500 M\$ que veut leur donner Québec. Son logiciel *Integral* est en effet susceptible de faire faire de grosses économies à nos villes.

« Le projet du gouvernement est intéressant pour **Consultik** », admet **Guy Doucet**, président de la jeune PME, qui voit dans le transfert de cette facture une occasion en or d'accroître un marché déjà fort développé.

Logiciel déjà connu

Plusieurs municipalités ont déjà mis la main sur cet outil de gestion. « Le logiciel sert, entre autres, à planifier et à synchroniser les travaux en fonction des ressources financières et humaines d'une municipalité. »

Autrement dit, il évite aux villes de creuser un trou une année pour réparer les égouts et de répéter l'opération l'année suivante pour remplacer un tronçon d'aqueduc.

Ce logiciel est d'ailleurs plus qu'un outil, souligne M. Doucet. Il incite tous les niveaux d'une municipalité, des décideurs aux cols bleus, à adopter une méthode de travail efficace. Il aide à intervenir de façon préventive sur les infrastructures, à vérifier le travail des équipes d'entretien et à colliger des données sur l'état des réseaux et, surtout, à les consigner au même endroit.

« Les villes ne connaissent pas l'état de leurs infrastructures, prétend-il. La mise à jour des informations est souvent faite de manière désordonnée et les données se retrouvent un peu partout dans l'administration. Dans ces circonstances, il est difficile d'intervenir de manière efficace. » Et c'est pourquoi les villes interviennent le plus souvent quand ça casse.

Integral est conçu en plusieurs modules : gestion des opérations, maintenance, service aux contribuables, système d'information graphique et inventaire.

D'ici la fin de 1998, un module sur les interventions majeures y sera greffé. Celui-ci permettra, entre autres, de synchroniser les gros travaux de manière à ce que la municipalité ne rénove pas un tronçon de chemin avant que l'entreprise de téléphonie n'y mette la pelle pour y en-

fournir une fibre optique.

Consultik est à travailler sur une version pour les grosses villes. « Il faut modifier l'architecture pour le rendre conforme aux besoins et au mode de gestion des grandes municipalités », explique M. Doucet.

Le marché visé est évidem-

ment celui des villes de Québec et de Montréal, mais surtout des villes américaines. « Dès le départ, nous avons ciblé l'Amérique du Nord. Partout, les infrastructures sont vieillissantes. »

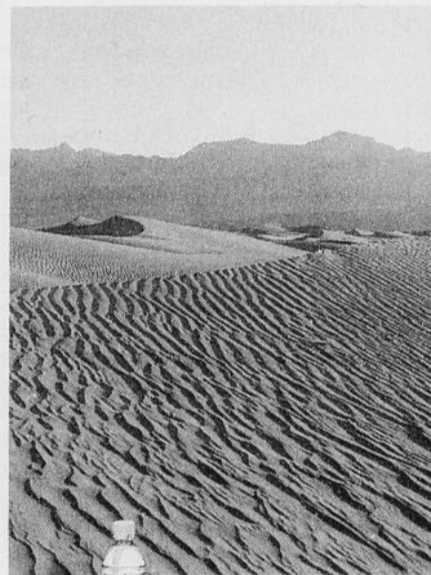
M. Doucet estime que le chiffre d'affaires de son entreprise pourrait connaître une

augmentation de 20 % en 1998, croissance découlant de la mise en marché d'*Integral* aux États-Unis.

Par ailleurs, **Consultik** concocte d'autres produits destinés aux municipalités, dont le module *Integral* pour les travaux majeurs. À cela s'ajoute un système de guida-

ge par satellite *GPS* intégré au logiciel de gestion et destiné aux équipes d'entretien.

Le but de cette technologie est d'aider les employés municipaux à repérer les infrastructures, surtout lorsqu'elles sont enfouies sous la neige, comme les bouches d'égouts pluviaux. ■

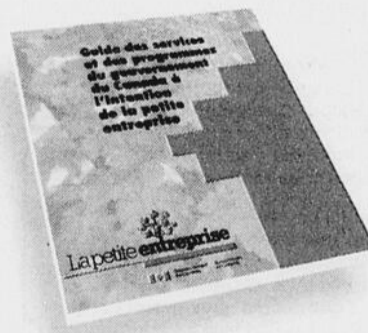


L'EXPORTATION DES PRODUITS CANADIENS : UN MONDE SANS FRONTIÈRES

Si vous êtes à la tête d'une petite entreprise qui vend des produits ou des services, vous savez que les marchés mondiaux sont la clé de votre expansion commerciale. Les nouveaux marchés qui s'ouvrent aux quatre coins du globe représentent quantité de débouchés pour les entreprises canadiennes.

Si vous faites vos premières armes sur le marché international, et que vous avez besoin d'être épaulé, *ExportSource* et Équipe Canada peuvent vous aider. *ExportSource*, à <http://exportsource.gc.ca>, est la nouvelle source d'information en direct proposée aux entreprises canadiennes à la recherche de renseignements détaillés sur les exportations. Vous pouvez aussi appeler le Centre de services aux entreprises du Canada le plus proche, au 1 888 811-1119, pour obtenir gratuitement un exemplaire du *Guide des services et des programmes du gouvernement du Canada à l'intention de la petite entreprise*.

Nous vous aiderons à trouver de nouveaux marchés pour vos produits et services dans le monde entier.



Canada

C'est le bon moment d'exporter!



Groupe Vog : une entente au Mexique fera tripler son chiffre d'affaires

IBM Mexico a choisi ses logiciels de points de vente pour équiper ses caisses commerciales

Jacinthe Tremblay

IBM Mexico a choisi les logiciels de points de vente du Groupe Vog pour équiper ses caisses commerciales *Sure One*. Cette entente exclusive fera tripler le chiffre d'affaires de la PME de Saint-Laurent dans la prochaine année, selon son président **Richard Poulin**.

« Nous faisons des essais pilotes à Mexico et ça va très bien, assure-t-il. En deux semaines là-bas, nous pouvons vendre autant qu'ici en deux ans. »

Ce partenariat avec IBM survient dans une conjoncture très favorable pour une entreprise spécialisée dans le logiciel de points de vente.

La vente au détail se porte bien au Mexique et les modifications de sa loi fiscale obligent les commerces à s'informatiser.

Il y a deux ans, le Groupe Vog était allé faire de la prospection au Mexique en poursuivant un tout autre objectif. La société voulait en effet y construire une usine de fabrication de caisses commerciales informatisées. Elle se serait alors trouvée en concurrence avec son nouvel allié.

« L'entente avec IBM est encore plus intéressante pour nous », soutient Richard Poulin.

Dix ans de R & D

Les logiciels de points de vente Vog sont le fruit de 10 ans de recherche et de développement. Ils sont offerts en français, en anglais et en espagnol. Leur version *Windows* est en préparation.

Leur ancêtre est un travail scolaire réalisé par Richard Poulin, au moment où il étudiait en informatique au **Collège Multi-Hexa**, à Québec.

Il avait alors conçu un outil destiné à informatiser une boutique de vêtements. Le créneau mode - vêtements, chaussures, bijouterie et sacs à main - est encore la spécialité de Vog, mais d'autres types de commerces, comme des animaleries, des magasins de disques et des papeteries, utilisent aujourd'hui ses produits.

Selon Richard Poulin, l'achat de ses logiciels et équipements, vendus entre 4 000 et 5 000 \$, se rentabilise en une saison.

Pourquoi ? Un logiciel de point de vente fait plus que comptabiliser les ventes; il permet de les analyser afin de les augmenter. Il favorise une meilleure gestion des stocks et l'amélioration du taux de rotation des produits.

Il peut également servir à l'analyse du travail des vendeurs et être un outil pour fidéliser la clientèle.

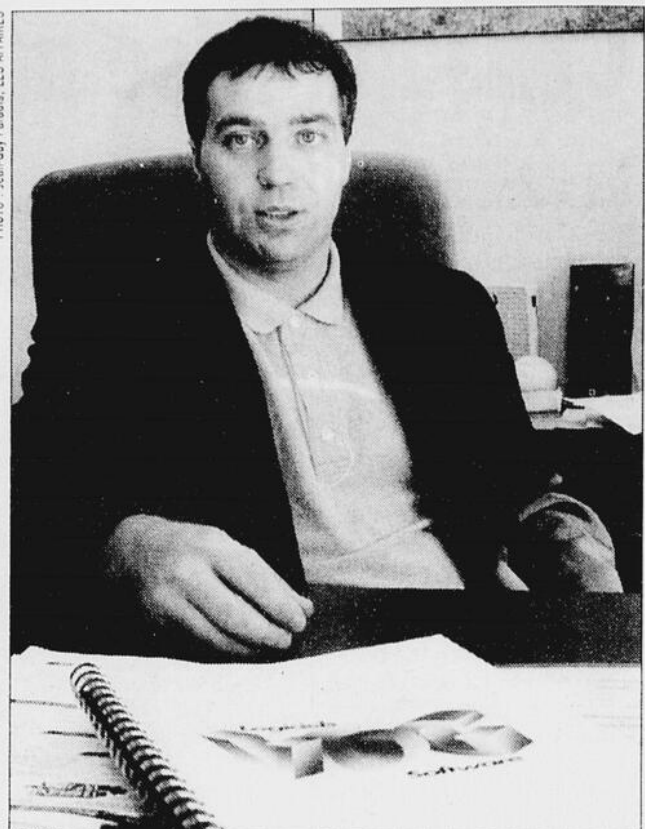
Le manufacturier **Claudiel Lingerie** et ses clients ont haussé leurs ventes de 268 % en un an grâce à l'utilisation, selon une formule novatrice, des logiciels Vog. En début de saison, les commerçants reçoivent en consignment l'ensemble de la collection de Claudiel Lingerie et analysent avec Vog l'évolution des ventes.

Ces informations, en provenance d'une centaine de commerces, sont centralisées et les produits sont redistribués aux boutiques selon les comportements de leur clientèle. « Cette formule permet aux petits indépendants de bénéficier des mêmes avantages que les chaînes », fait valoir M. Poulin.

Parmi les entreprises qui utilisent les logiciels Vog, on retrouve les **Aubaineries Croteau**, la chaîne de fine lingerie pour dames **La Vie en rose** et la chaîne de vêtements **Le Match**.

À cause de ses avantages pour les entreprises de commerce de détail, le secteur des logiciels de points de vente est en pleine explosion. Deux autres entreprises québécoises, **Raymark** et **Jenmar**, en fabriquent également.

Richard Poulin estime que la concurrence n'est pas technique. « Dans deux ans, dit-il,



Richard Poulin : « Avec une meilleure gestion des stocks, l'argent ne dort pas sur les tablettes. »

nous aurons tous le même produit, nous allons tous passer de *DOS* à *Windows* et nous aurons des outils de plus en plus performants pour effectuer rapidement des améliorations et des mises à jour. La différence, pour l'avenir, va résider dans le service après-vente et l'encadrement. Plus largement, le nerf de la guerre est le partenariat. »


À la rescousse des indépendants

Âgé de 29 ans, Richard Poulin est le seul propriétaire

du Groupe Vog, depuis le rachat de 51 % des actions détenues par le **Groupe Collège Lasalle** entre 1992 et 1996. Cette année-là, le chiffre d'affaires de Vog s'élevait à 490 000 \$. Il a atteint 1,4 M\$ en 1997. L'an prochain, Richard Poulin prévoit que le chiffre d'affaires sera de 4 à 5 M\$.

En 1997, le Groupe Vog s'est porté acquéreur d'**Ardilog**, une firme informatique qui produit un outil de recherche en langage naturel pour les bases de données. Les deux entreprises emploient ensemble 30 personnes. ■

Une maîtrise en **gestion de projets technologiques** modulée à votre rythme



Aujourd'hui plus que jamais, la gestion de projets technologiques est une fonction cruciale de l'ingénierie. Soyez proactif et devenez agent de changement!

L'École Polytechnique de Montréal vous invite à accroître vos compétences d'analyse et de direction de projets technologiques grâce à son concept unique de maîtrise modulaire.

Quel que soit votre niveau d'implication dans la conception et la réalisation de ce type de projets, notre programme vous permet d'acquérir une juste compréhension des défis posés et vous prépare à agir efficacement.

Une maîtrise sur mesure
À temps plein, à temps partiel ou encore comme étudiant libre, la maîtrise en gestion de projets technologiques s'acquiert en complétant trois modules de 15 crédits.

Un module complété permet d'obtenir une attestation, deux modules un diplôme d'études supérieures spécialisées et trois modules complétés vous permettent d'obtenir votre diplôme de maîtrise.

Le programme offre la possibilité de stages à l'École Centrale de Paris.

Renseignements :
Téléphone : (514) 340-POLY poste:4201
Télécopieur : (514) 340-4086
suzanne.guindon@mailsrv.polymtl.ca
www.magi.polymtl.ca

École Polytechnique Montréal
Le génie sans frontières

Augmentez votre chiffre d'affaires en laissant partir vos représentants!

Inscrivez-les au **Programme de techniques de vente**

PTV, le Programme de techniques de vente, développe chez vos représentants les techniques indispensables pour augmenter leurs revenus en établissant une relation durable avec les clients.

Numéro 1 sur le marché mondial, **PTV** enseigne à votre force de vente comment cultiver des relations d'affaires qui se traduiront par des profits pour vous autant que pour vos clients.

Découvrir les besoins du client ; comprendre le rapport de ces besoins avec les objectifs stratégiques de l'entreprise ; apporter aux clients des solutions pertinentes, les démarquant de la concurrence : telle est la base de l'enseignement que vos représentants recevront, tout en étudiant des méthodes pour répondre aux objections qui peuvent ralentir ou bloquer une vente.

Le **PTV** est un système de formation dynamique et interactif qui amène chacun à s'investir au maximum. Et les résultats au travail se feront sentir immédiatement, de façon concrète et durable.

Déjà plus de deux millions de professionnels de la vente à travers le monde ont profité du **Programme de techniques de vente**.

Nous offrons des sessions de formation dans 7 villes au Canada, dont:

Montréal (en français) - 3 au 5 novembre
- 1^{er} au 3 décembre
(en anglais) - 8 au 10 décembre

Obtenez plus de renseignements et inscrivez vos représentants en composant dès aujourd'hui le **1-800-561-8825, poste 321.**



Calgary • Halifax • Montréal • Québec • Toronto • Vancouver • Winnipeg

Solotech doit son essor à la diversification

Jacinthe
Tremblay

Lorsqu'un projecteur s'allume sur Céline Dion, à Montréal ou à Tokyo, il vient de chez Solotech. La PME du quartier Rosemont se présente comme le n° 1 du son et de l'éclairage au pays.

Dans l'industrie du spectacle, les artistes internationaux qui passent par Montréal et qui ne possèdent pas leur propre équipement font affaire avec Solotech. Et très souvent, ils partent en tournée nord-américaine avec sa quincaillerie et ses techniciens.

C'est le cas des Back Street Boys et du violoniste hollandais Jean Rieux, une énorme vedette en Europe, qui se produit cet automne au Centre Molson avec l'Orchestre Symphonique de Montréal.

« La location de matériel et le support technique pour les spectacles est notre secteur d'activité le plus connu. Mais il ne représente que 40 % du chiffre d'affaires de 25 M\$ de Solotech », précise André Riendeau, président et cofondateur de l'entreprise avec son associé principal Denis Lefrançois.

Les grands producteurs montréalais font affaire avec la division location de Solotech : Donald K. Donald, Avanti, Rozon, Guy Cloutier, L'Équipe Spectra, etc.

Pour les servir, Solotech dispose d'équipements de son, d'éclairage et de projection qui occupent une grande partie de ses 100 000 pi² de locaux. Elle met à leur disposition des salles de répétition, des salles d'entreposage de décor et des équipes de techniciens aguerris.

Rayonnement international

Le noyau d'employés compte 80 personnes. Ce nombre peut doubler en période de pointe.

La section location de Solotech bénéficie du rayonnement international des artistes et producteurs québécois. « Rozon nous ouvre des portes en Europe », donne en exemple M. Riendeau.

L'été dernier, la PME a fourni l'ensemble du matériel de sonorisation pour les Jeux de la francophonie, à Madagascar. Ces percées internationales font partie de la stratégie de Solotech. « Le marché du spectacle est en baisse et le Québec est petit. Nous devons donc étendre nos activités à l'extérieur et les diversifier », a précisé André Riendeau.

Le président de Solotech a beau passer sa vie avec des gens du milieu du spectacle depuis 1977, année de fondation de Solotech, il est

d'abord et avant tout un homme d'affaires. « Je gère, j'administre, je fais des budgets et je surveille leur évolution. Je ne suis pas un tripeux de show-business. »

Pour se prémunir contre les soubresauts du monde du spectacle, André Riendeau a donc mis principalement sur

les ventes de matériel professionnel.

Résultat : Solotech enregistre une croissance moyenne de 15 à 20 % par année. Elle a largement profité des nombreuses rénovations de théâtres des dernières années, le plus récent étant le Théâtre du Nouveau Monde. Tout le

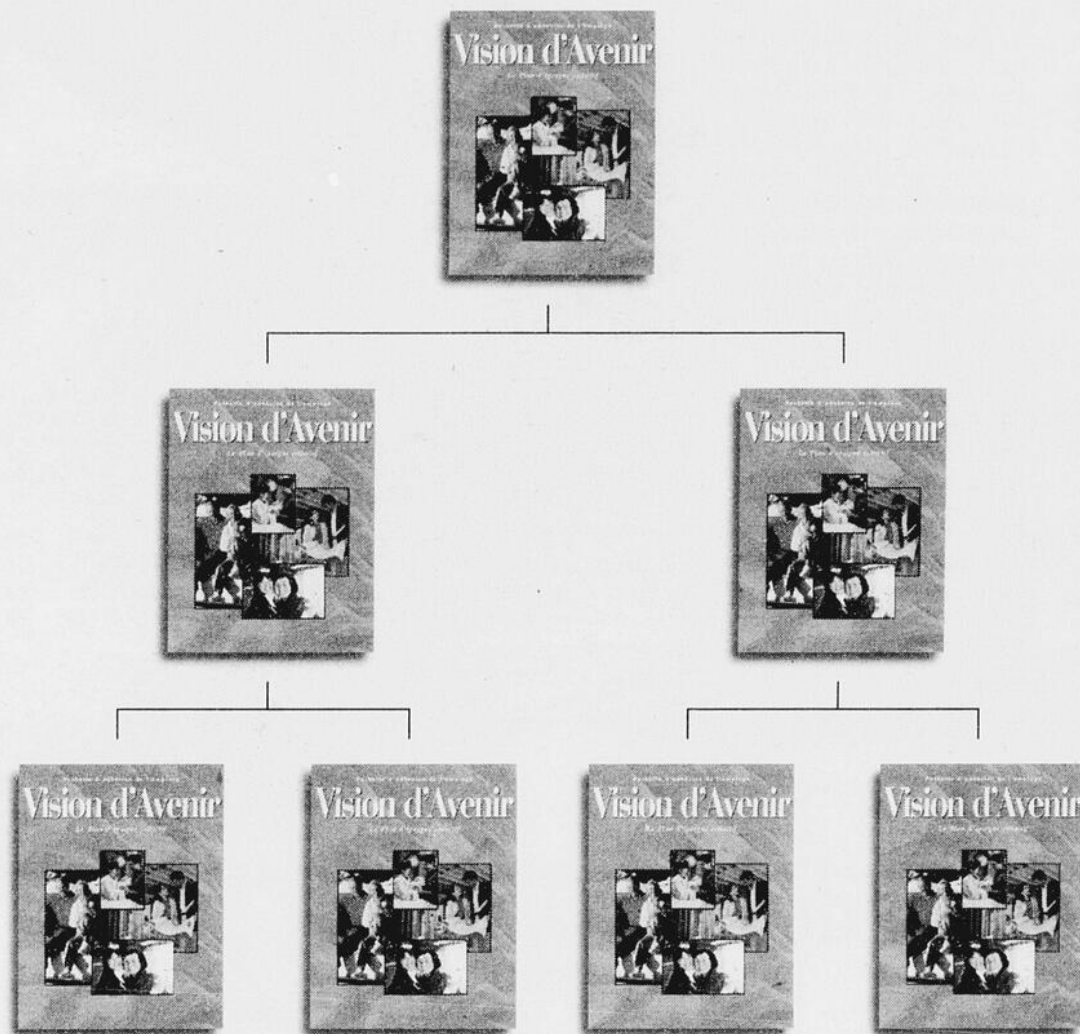
matériel de son et d'éclairage du Centre Molson vient également de Solotech. L'entreprise a eu moins de veine avec le Cosmodôme, dont elle était le plus important créancier après les banques. « Nous avons finalement été payés mais en partie seulement. »

Il y a deux ans, André Riendeau a décidé de développer un nouveau secteur d'activité avec Solotech Multimédia. Avec cette dernière, il s'attaque au marché des assemblées annuelles et des réunions corporatives.

Le nouveau rejeton a réalisé un chiffre d'affaires de 2 M\$

l'an dernier.

La restructuration avait un autre objectif pour André Riendeau : passer progressivement le flambeau à ses collaborateurs les plus proches. Depuis, il travaille quatre jours par semaine et va voir le moins de spectacles possible... ■



Tous vos employés, à tous les échelons, pourront préparer leur retraite.

Le nouveau Plan d'épargne collectif Vision d'Avenir® offert par Gestion de Placements TD est sans contredit l'une des façons les plus simples d'inciter vos employés à épargner en vue de la retraite. Que vous optiez pour un REER collectif ou un plan d'épargne, nous nous chargeons de tout. Qui plus est, vous n'avez rien à déboursier pour la mise sur pied du régime ni pour l'administration. Pour en savoir davantage ou pour prendre rendez-vous, veuillez communiquer avec le Centre des placements.

Sans frais : 1 800 363-1167 Montréal : 289-0700
www.tdbank.ca/mutualfund

FONDS MUTUELS LIGNE VERTE®
POUR FAIRE DE VOUS UN INVESTISSEUR PROSPÈRE®



La gamme de fonds mutuels sans frais d'acquisition Ligne Verte et Vision d'Avenir sont offerts par Gestion de Placements TD Inc. (« GPTD »), filiale en propriété exclusive de La Banque Toronto-Dominion (la « Banque »). Les placements dans les fonds mutuels ne sont pas assurés par la Société d'assurance-dépôts du Canada ni par la Régie de l'assurance-dépôts du Québec, et ne sont pas garantis par la Banque.® Marques de commerce de La Banque Toronto-Dominion; GPTD est un usager inscrit.

(07/97)

ACME Multimédia n'a qu'une préoccupation : gagner le marché américain

La PME de Saint-Laurent a mis au point un produit original, le système de signalisation dynamique

Daniel
Germain

Il avait à peine passé la vingtaine que Michel Chioini se faisait la main sur un ordinateur XT, une antiquité. À 34 ans bien sonnés, il s'attaque aujourd'hui au marché américain. Son fer de lance : un système de signalisation dynamique qu'il veut implanter dans les casinos du Nevada, les hôtels, les centres de congrès et la grande entreprise.

« Nous sommes les seuls à faire ça. Le marché est immense », lance-t-il avec enthousiasme.

Lorsqu'il a lancé ACME Multimédia, il y a un peu plus de deux ans, ses objectifs étaient plus modestes. À l'instar de 665 autres entrepreneurs, comme il dit lui-même, il voulait percer dans l'industrie du multimédia.

Mais ce foisonnement d'entreprises sur son terrain l'a

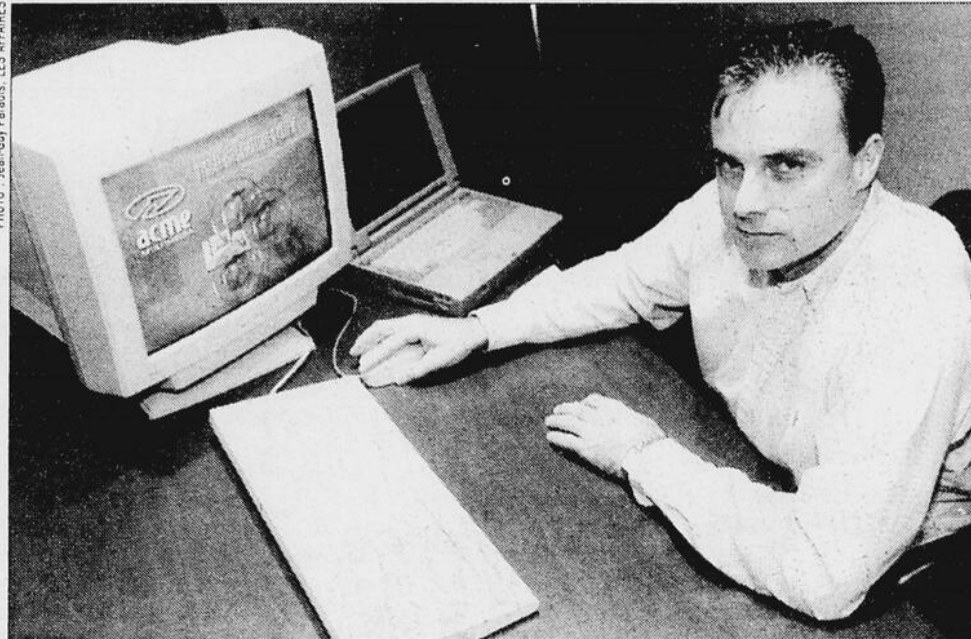
poussé à se démarquer, d'où la conception de son produit innovateur.

Au fait, qu'est-ce qu'un système de signalisation dynamique ? « En gros, c'est un logiciel de gestion d'information pour les réseaux de moniteurs vidéo, répond M. Chioini.

« Au Palais des congrès de Montréal, par exemple, il y a 72 moniteurs répartis un peu partout. Avant, tous les moniteurs présentaient la même information. Ce n'est plus le cas aujourd'hui. Chaque moniteur peut donner une information indépendante, présentée sur une page graphique multimédia. »

La programmation des pages est faite à partir d'un logiciel qui présente les différents moniteurs comme les plages d'un télé-horaire.

Les applications d'un tel système sont multiples. Dans un centre de congrès, le système peut, comme son nom l'indique, faire office de pan-



neaux de signalisation qu'on modifie au gré des heures et des événements. C'est la même chose pour les hôtels et les casinos.

« On peut même les relier

aux machines à sous. Quand quelqu'un gagne 500 000 \$, les moniteurs peuvent annoncer qu'un gros lot a été gagné. »

Dans la grande entreprise, le

moniteur peut servir à informer le personnel. **Canadair**, filiale de **Bombardier** (Mtl, BDD.B., 27,85 \$), a payé 22 000 \$ pour le système. Une somme rondelette pour

■ L'entreprise de Michel Chioini est en phase de financement afin de commercialiser son produit aux États-Unis.

un logiciel, est-on porté à penser. Mais pour une multinationale telle que Bombardier, ça ne paraît même pas dans les états financiers.

ACME Multimédia compte aussi parmi ses clients le Palais des congrès de Montréal, le Centre des congrès de Québec et l'Hippodrome de Montréal.

L'entreprise est en phase de financement afin de commercialiser son produit aux États-Unis. Michel Chioini désire passer par le Nevada, Las Vegas plus particulièrement.

« Nous voulons doubler notre mise. Nous allons ouvrir un bureau à Las Vegas parce que le fisc y est parmi les moins gourmands, mais aussi parce notre marché s'y trouve. On en a pour cinq ans à faire des affaires là-bas », explique-t-il, salivant à l'idée de passer les portes du Las Vegas Convention Center.

Un entrepreneur qui voit grand

Malgré son jeune âge, le président d'ACME Multimédia en est à sa troisième boîte d'informatique. « C'est la première fois que je suis majoritaire dans une entreprise », souligne-t-il.

Au départ, ACME se consacrait exclusivement à la conception et à la mise au point d'applications pour les bornes interactives, les guichets électroniques d'information qu'on retrouve dans les centres commerciaux et ceux, plus récents, avec lesquels on peut acheter des services.

Ce produit offrait peu de possibilités sur les marchés étrangers, ce qui freinait l'élan naturel du président d'ACME, un jeune entrepreneur qui voit grand. « Nous étions orientés davantage vers le service. Pour exporter, il faut un produit. »

L'entreprise réalise des revenus de 500 000 \$ par année, un chiffre appelé à exploser. Huit personnes y travaillent actuellement et, selon M. Chioini, ce nombre devrait tripler d'ici un an. ■

Une simple question de choix


C'est par choix que la Guardian travaille en partenariat avec le réseau des courtiers du Québec. Et le choix est bien simple...

Qui, mieux qu'un courtier, peut informer un assuré sur les meilleures garanties pour protéger son patrimoine? Et qui, mieux que la Guardian, peut lui procurer de telles garanties?

Lorsque l'on associe le service personnalisé offert par les courtiers d'assurances avec la gamme complète des garanties de la Guardian et la technologie de pointe qu'elle met au service de ses assurés...

Peut-il y avoir un meilleur choix?

La Guardian... Au service des entreprises québécoises depuis plus de 85 ans.

 Guardian

Prêt à

patrouiller
l'autoroute électronique?

L'accès à l'autoroute électronique est essentiel à la prospérité de votre entreprise. Mais la peur de relever ce défi de taille vous retient, laissant ainsi à vos concurrents la voie libre pour vous dépasser. Vous avez besoin de solutions fiables et efficaces en matière de commerce électronique, des solutions qui simplifient tout le processus.

Sterling Commerce vous amène là où vous voulez.

Sterling Commerce vous offre une vaste gamme de produits innovateurs et simples, appuyés par le savoir-faire de ses gens, ses programmes de formation et sa ligne sans frais de soutien technique. Découvrez le plaisir de l'autoroute électronique avec Sterling Commerce. Faites passer votre entreprise dans la voie rapide du succès.

Pour de plus amples renseignements, rendez-nous visite au www.stercomm.com, ou appelez-nous au 1 800 465-3389

 **STERLING
COMMERCE**



Micro-entreprises : polyvalence et ingéniosité sont de rigueur

Michel
De Smet

Les rationalisations effrénées dans le monde du travail et les départs volontaires ou non de salariés qu'elles entraînent sont à l'origine d'un taux de création sans précédent de micro-entreprises.

Depuis 18 mois, **Madeleine Sévigny** s'est établie à son compte. Son histoire en rappelle beaucoup d'autres : après 17 ans de service dans l'industrie du voyage, son dernier employeur, **American Express**, rationalise ses opérations au Québec et ferme la succursale de Laval dont M^{me} Sévigny est la gérante.

Elle se trouve aussitôt confrontée à un choix : se mettre à la recherche d'un nouvel emploi ou démarrer sa propre affaire.

« Je suis une personne particulièrement angoissée et, sur ce plan, je ne suis pas la candidate idéale pour devenir entrepreneure et assumer un gros risque commercial. Mais, à tout prendre, mon plus grand stress aurait été de revivre une situation professionnelle comme celle que je venais de vivre et sur laquelle je n'ai aucun contrôle. »

Elle s'inscrit au programme travail-indépendant de **Développement Ressources Humaines Canada (DRHC)** et crée sa propre société, **Entreprise MS**.

Comme beaucoup de micro-entrepreneurs, M^{me} Sévigny se lance alors dans l'aventure du travail indépendant avec de sérieux atouts en poche.

Elle se met donc à la recherche d'une niche commerciale originale, peu ou pas exploitée. Son choix s'arrête sur les services spécialisés pour les voyages de groupe, principalement pour une clientèle corporative.

Si les agences s'occupent traditionnellement d'hébergement et de transport, M^{me} Sévigny complète leur offre de service en organisant tout ce qui est périphérique : préparation d'un week-end de villégiature, réceptions, visite de musées, le tout s'inscrivant dans le cadre d'un voyage d'affaires.

« Je me vois comme une exploratrice ! J'ai trouvé une niche originale, mais, malgré mon expérience antérieure, je passe un temps fou à me documenter et à consulter des gens du milieu des affaires. »

Et c'est sans doute là une grande différence avec la PME traditionnelle : le micro-entrepreneur ne peut compter que sur ses propres ressources. Même s'il a établi un plan d'affaires rigoureux, il sera contraint à l'improvisation et, par delà, forcé à combler sur-le-champ ses inévita-

bles lacunes.

En d'autres termes, là où une entreprise fonctionne avec une vision stratégique à terme, le micro-entrepreneur ratisse large, ne refusant aucune commande, ce qui oblige à une polyvalence absolue.

L'environnement de travail constitue également une ca-

ractéristique particulière des micro-entreprises. Il se confondra souvent avec le domicile ou encore s'apparentera à une forme de nomadisme.

« Je travaille un tiers chez moi, un tiers à l'agence de voyages pour laquelle j'exécute un mandat et un tiers au-

près des clients de l'agence, indique M^{me} Sévigny. Sans oublier ma présence dans les bibliothèques et autres lieux où je puise de l'information utile au développement de mes services. »

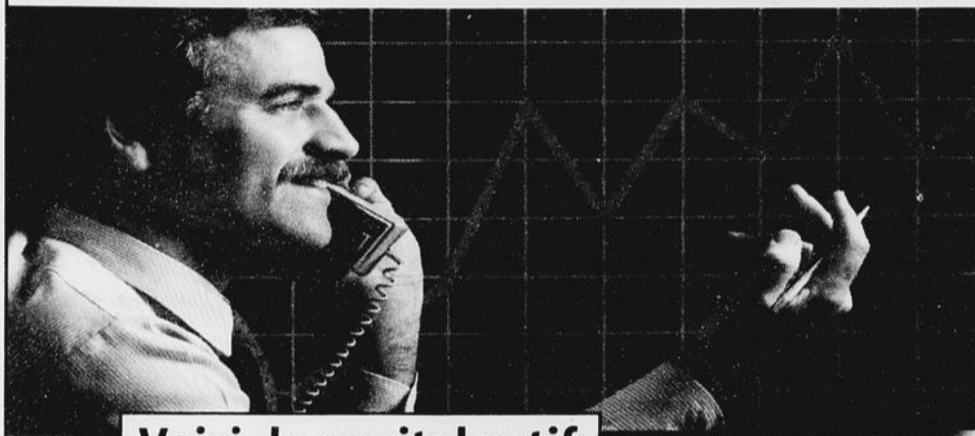
Dernière spécificité des micro-entreprises, mais non des moindres, le volet budgétaire.

« Dans la micro-entreprise, le budget personnel se confond totalement avec celui de votre commerce. J'ai réduit au maximum mes dépenses personnelles, allant même jusqu'à déménager dans un logement plus petit. »

Du reste, M^{me} Sévigny ré-

sur le profit de son entreprise. « Je ne veux pas fragiliser ce qui en est encore dans sa phase de démarrage. Même si au cours des sept premiers mois d'activité j'ai fait 54 000 \$ de chiffre d'affaires, alors que mon salaire annuel chez American Express était de 44 000 \$. » ■

Bien financer votre projet d'expansion d'entreprise,
c'est **essentiel...**



Voici du capital actif

... pour la croissance des entreprises de toute taille et de tous les secteurs d'activité.

mais s'adresser
à un réseau d'affaires
vraiment spécialisé,
c'est **capital!**

**Accès
Capital**

réseau régional
de la Caisse de dépôt
et placement du Québec

**Entreprises de toutes les régions du Québec,
investissements de 50 000 \$ à 750 000 \$**
Téléphone: 1 800 PME-3456
Internet: accescapital.lacaisse.com

**CAPITAL
CDPQ**

Petites entreprises, investissements de moins de un million de dollars
Téléphone: (514) 847-2611
Internet: capcdpq.lacaisse.com

**CAPITAL
D'AMÉRIQUE
CDPQ**

Moyennes et grandes entreprises
Téléphone: (514) 847-2612
Internet: capdamer.lacaisse.com

**SERVICES
FINANCIERS
CDPQ**

Secteurs des services financiers et des fonds communs de placement
Téléphone: (514) 847-5999
Internet: serfin.lacaisse.com

**CAPITAL
COMMUNICATIONS
CDPQ**

Secteurs des communications et des télécommunications
Téléphone: (514) 847-2614
Internet: capcomm.lacaisse.com

**SOFINOV
SOCIÉTÉ FINANCIÈRE
D'INNOVATION**

Entreprises d'innovation technologique
Téléphone: (514) 847-2613
Internet: sofinov.lacaisse.com

**CAPITAL
INTERNATIONAL
CDPQ**

Réseaux d'affaires, alliances stratégiques
Téléphone: (514) 847-2615
Internet: capintern.lacaisse.com

Informission : une percée prometteuse à l'étranger

Son logiciel Recyc2000 l'emporte sur plusieurs concurrents

Isabelle
Chassin

Durant la mission économique du premier ministre **Lucien Bouchard** en France, en septembre, le **Groupe Informission**, de Québec, a signé trois ententes de transfert technologique avec les cabinets-conseils d'informatique **Stéria** (2 500 employés), **Sopra** (2 500 employés) et **Sopren** (100 employés).

« Nous avons convenu d'installer notre système logiciel **Recyc2000** dans les grandes entreprises européennes moyennant des redevances. **Stéria** et **Sopra** s'occuperont d'abord de **Michelin**, tandis que **Sopren**, qui travaille en collaboration avec **IBM France**, développera le secteur bancaire », explique **Jacques Topping**, président du Groupe.

Le produit vedette d'Informission, **Recyc2000**, est un outil de réingénierie qui assure la conversion des systèmes informatiques à l'an 2000. Rappelons que faute d'avoir converti leurs systèmes à temps, les entreprises pourraient perdre des centaines de millions de dollars avec l'arrivée de l'an 2000.

Plusieurs concurrents sont en lice pour adapter leurs systèmes au prochain millénaire. Cette chaude lutte ne fait pas sourcilier M. Topping : « Les Européens ont notamment comparé notre produit à ceux de la française **Wincap**, de la canadienne **Cognicase**, de l'américaine **Compuserve**. Ils ont choisi le nôtre parce qu'il répondait mieux à leurs exigences même s'il coûtait plus cher », soutient-il.

Le Groupe Informission a commencé à se positionner sur le marché français grâce au programme **ACTIM-Québec**. Sa première mission à Paris, en juin 1996, l'avait amené à rencontrer huit partenaires potentiels. Un an plus tard, les négociations ont abouti et M. Topping n'a que des éloges à faire au gouvernement.

« Bien que tout ait été décidé avant la visite du premier ministre Bouchard, il nous est apparu important de participer à une manifestation publique pour démontrer à nos partenaires commerciaux que nos gouvernements respectifs appuyaient au plus haut niveau nos ententes réciproquement avantageuses. »

Forte présence internationale

Le Groupe Informission a réalisé un chiffre d'affaires de 8 M\$ en 1996 et prévoit

atteindre 13 M\$ en 1997, une augmentation de 62 %. Près de 20 % du chiffre d'affaires provient de l'exportation.

Forte de 200 employés, l'entreprise dispose maintenant de huit centres de réingé-

nierie **Recyc2000** dans le monde : deux en Italie (Venise et Florence), deux en France (Paris et Lyon); un en Belgique; un en Espagne; deux au Québec (Jonquière et Québec).

Le centre de Québec sert la clientèle du reste du Canada (Ottawa et Toronto), celle des États-Unis et, depuis peu, celle d'Argentine. Selon M. Topping, son produit, bilingue, vise les grandes organisations

comme **QuébecTel**, **Bell Canada**, le **Mouvement Desjardins** au Québec, **Pillsbury** au États-Unis, **Michelin** et la **Banque UCB** en France, **Benetton** et trois banques en Italie.

Prochaine étape : un système de conversion de l'Euro monnaie et, bien sûr, d'autres ententes de transfert de technologie sur d'autres marchés nord-américains et sud-américains. ■

ENTREPREPPPI

*Certaines conditions s'appliquent. Sous réserve d'approbation par le CRTC.

Trans-Herb goûte au succès mondial

L'entreprise exporte 30 % de sa production de tisanes et de thés aromatisés

Isabelle
Chassin

Johanne Dion est une femme de goût. Depuis plus de 20 ans, elle s'acharne à découvrir de nouvelles saveurs et de nouveaux arômes pour

nous faire avaler ses tisanes.

Avec succès : près de 85 % des tisanes vendues sur le marché québécois, sous marques privées, sont élaborées par son entreprise, **Trans-Herb**, à Longueuil.

Fondée en 1992, l'usine de

production de 25 000 pi² emploie une cinquantaine de personnes. Son chiffre d'affaires s'élève maintenant à 5 M\$.

Elle exporte 30 % de sa production de tisanes et de thés aromatisés aux États-Unis, en

Europe, au Chili, en Arabie Saoudite, au Japon, à Taiwan et au Mexique.

À l'âge de 23 ans, Johanne Dion, chimiste alimentaire, est convaincue des vertus thérapeutiques de ces breuvages vieux comme le monde.

■ **Johanne Dion :**
« Près de 9 % de notre chiffre d'affaires est consacré à la R & D. »

C'est en développant une formule de tisane amincissan-



te qu'elle décide de lancer son entreprise.

« Nous développons de nouvelles formules spécifiquement adaptées aux goûts de nos clients, note la présidente. Pour satisfaire la clientèle, nous courons les missions et les foires commerciales et envoyons des échantillons jusqu'à l'élaboration de la version définitive. »

Les Taiwanais aiment les goûts sucrés. Une tisane au sirop d'érable comble leurs attentes. Les Allemands préfèrent ce qui est moins doux. Une tisane à base de ginseng canadien les enchante.

Plus de 300 tisanes et thés aromatisés aux saveurs et arômes différents ont ainsi été créés. Il y a deux ans, Trans-Herb a lancé sa propre gamme de thé, le *Four O'Clock*, et de tisanes, *La Courtisane*, aux arômes de poire William, de mûre sauvage, d'orange, de mangue, occupant ainsi un créneau inexploité.

Pour séduire les consommateurs, une attention particulière est donnée à l'emballage.

Il faut près de 150 herbes différentes pour élaborer des tisanes. Les matières premières viennent encore d'Europe, mais il se cultive au Québec la menthe poivrée, la luzerne, l'asclépiade ou la patiente, utilisées pour les tisanes traditionnelles.

Toutes les herbes importées sont strictement contrôlées pour en vérifier les principes actifs, assure M^{me} Dion. Les équipements à la fine pointe de la technologie donnent un produit fini de la meilleure qualité. À tel point que Trans-Herb vend des tisanes et des thés casher pour les communautés juives et musulmanes. Le Rabbat très pointilleux sur l'hygiène, vient inspecter régulièrement les installations et la production de l'usine.

Pour les années qui viennent, Johanne Dion ne manque pas de projets. Au Mexique notamment, où elle possède des terrains pour y cultiver des herbes biologiques, très difficiles à se procurer. Un marché prometteur puisque les Mexicains sont les plus grands consommateurs de camomille, de citronnelle et d'hibiscus au monde. ■

L'entrepreneuriat québécois
constitue une force économique

de tout premier plan. Ce sont des milliers de PME qui affrontent chaque jour le défi de la croissance. Bell a donc créé une nouvelle approche de gestion pour les entrepreneurs de chez nous : « les 7 P de la PME ». En identifiant les 7 stades de développement d'une petite et moyenne entreprise, Bell a pu concevoir des forfaits de télécommunication qui visent à maximiser votre rendement et à simplifier votre gestion. Ils sont flexibles et s'adaptent à vos besoins uniques. De plus, ils pourraient vous permettre d'épargner un montant supplémentaire de 17 %* sur vos frais d'interurbain.

Pour en savoir davantage sur ce nouvel engagement de Bell envers les PME, composez le 1 888 48 MA PME.

www.bell.ca/7p-pme

ENTREPRENEURS



Clémex Technologies fera son entrée à la Bourse de l'Alberta

Le capital sera investi dans une opération de marketing aux États-Unis

Daniel
Germain

Clémex Technologies veut accroître sa présence aux États-Unis. Pour ce faire, la PME de Longueuil y déploiera des efforts plus énergiques en marketing et en publicité.

Plus de 1 M\$ seront investis dans cette opération, une somme que l'entreprise veut réunir grâce à l'émission prochaine d'actions à la **Bourse de l'Alberta**.

Clémex Technologies ne fait pas de vagues mais ne demeure pas moins un des fleurons québécois de la haute technologie.

Implantée à Longueuil, cette petite entreprise veille en quelque sorte à la qualité des matériaux utilisés par des géants telles **IBM, General Motors, General Electric et Lockheed Martin**.

Les États-Unis représentent 60 % du marché de Clémex;

le Canada, 20 %; les marchés étrangers, essentiellement l'Europe, 20 %. Sa publicité repose essentiellement sur la réputation du produit et la bouche à oreille. Elle a pu ainsi se constituer une banque de quelque 110 clients.

Analyse d'images de microscope

La PME occupe le créneau très spécialisé, et peu encombré de ce côté-ci de la frontière, des systèmes intégrés d'analyse d'images de microscope.

« Ces appareils servent à analyser les microstructures et à mesurer la qualité des matériaux », indique **Clément Forget**, président.

La contribution de l'entreprise québécoise réside surtout dans la conception de logiciels d'analyse d'images, des logiciels qui, après six ans, ont été adoptés par bon nombre de laboratoires indus-

triels de renom partout dans le monde.

Ces logiciels sont fournis par Clémex à l'intérieur d'un système clés en main : ordinateur avec processeur ultrarapide d'analyse d'images, caméra haute résolution et certains accessoires tels qu'une platine motorisée, un mécanisme de haute précision auquel Clémex a apporté des ajouts.

« Le mécanisme, une véritable pièce d'horlogerie, est fabriqué en Allemagne. Nous avons conçu le logiciel pour le contrôler et fabriqué la carte informatique. Généralement nous ne fabriquons pas de pièces mais pour la carte, comme nous n'en trouvions pas qui nous satisfaisaient, nous l'avons produite nous-mêmes. »

Pari gagné

Jusqu'en 1990, M. Forget travaillait pour **Leco**, un fa-

bricant américain d'équipement de laboratoire qui mettait au point un système d'analyse d'images, à son bureau montréalais dirigé par M. Forget.

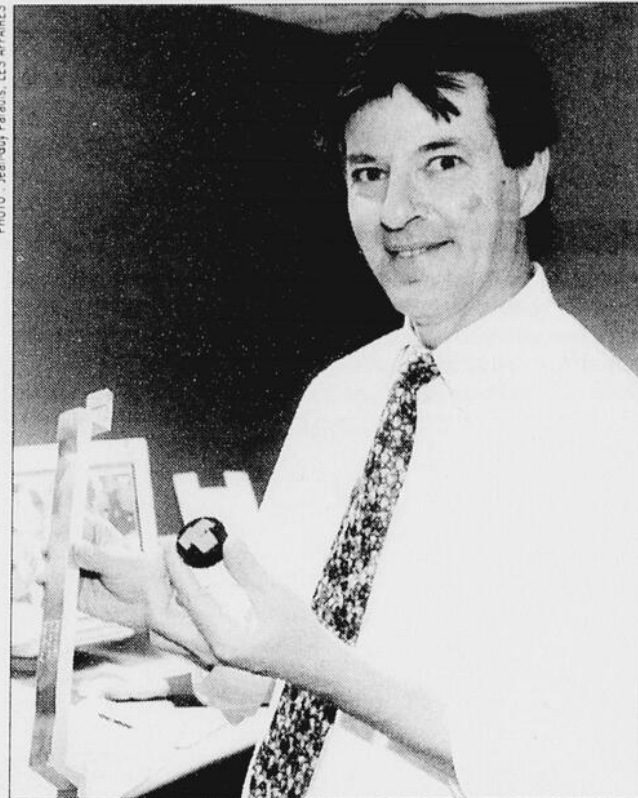
M. Forget a claqué la porte lorsque l'entreprise a voulu rapatrier ce service de recherche et développement aux États-Unis.

« J'ai alors recruté les Québécois qui travaillaient pour Leco et nous avons lancé Clémex. Notre objectif était simple : livrer concurrence à notre ancien employeur. »

Contrairement à Leco, dont les activités touchaient plusieurs secteurs connexes, Clémex s'est consacrée exclusivement à la conception du logiciel d'analyse d'images.

C'est en misant sur l'environnement **Windows**, plutôt que sur le système d'exploitation **DOS**, qui était encore la norme dans l'industrie, que Clémex a pu se démarquer et prendre une avance stratégique sur ses concurrents.

La PME a gagné son pari. Après seulement deux semaines d'existence, Clémex pouvait compter sur un fournisseur exclusif, **Buehler**, une



■ Clément Forget estime que les revenus de l'entreprise pourraient passer de 3,5 à 10 M\$ d'ici trois ans.

firmes de Chicago qui occupait déjà le marché international d'analyse des matériaux.

Depuis, Buehler a mis au point et commercialisé son propre produit. « Il est devenu notre concurrent », dit M. Forget.

Clémex vend maintenant directement ses produits, à partir de Montréal, mais dans quelques mois deux représen-

tants seront en poste aux États-Unis.

L'entreprise de 20 employés dégagera cette année un chiffre d'affaires de 3,5 M\$. Elle vise les 5 M\$ l'année prochaine et 10 M\$ dans trois ans. Par ailleurs, Clémex mettra sous peu en marché un logiciel d'archivage d'images destiné au secteur scientifique. ■

Champlain a découvert Québec Maison neuve, Montréal ...

Nous, on a découvert Saint-Hubert.

« Saint-Hubert a un potentiel énorme pour une entreprise: une situation géographique stratégique ainsi qu'une main d'œuvre compétente, productive et disponible. »

Alain Bouchard,
directeur d'usine
Produits de boulangerie
Heinz

C'est grâce à une gestion saine et efficace ainsi qu'au dynamisme des entreprises établies sur son territoire, que Saint-Hubert s'est méritée la crédibilité qu'on lui reconnaît sur les marchés financiers.

Carrefour d'échanges socio-économiques, Saint-Hubert offre des avantages exceptionnels aux industriels, professionnels, commerçants et promoteurs.

Des entreprises d'envergure, quatre parcs industriels majeurs, une importante zone aéroportuaire et des institutions de réputation, telle que l'Agence spatiale canadienne, lui assurent une présence sur la scène régionale, nationale et internationale.

Pourquoi chercher ailleurs?

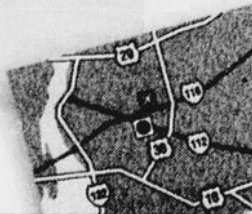
Ville de Saint-Hubert
Service de la planification et
du développement
5900, boulevard Cousineau
Saint-Hubert (Québec)
J3Y 7K8

Tél: (514) 445-7797
Télec: (514) 445-7848



« En optant pour Saint-Hubert, nous profitons d'un site exceptionnel et nous offrons une qualité de vie à nos employés. »

Ginette Jean,
directrice des ventes
Morigeau-Lépine Inc.



Flexibilité

NOTRE MOT D'ORDRE POUR LA FORMATION DE VOS EMPLOYÉS

- Élaborez un programme de formation adapté aux besoins de votre entreprise
- Choisissez parmi un vaste éventail de cours
- Débutez la formation en tout temps
- Créez l'horaire qui vous convient : jours, soirs ou week-ends
- Investissez dans les compétences de vos employés avec la loi 90



ISO 9001

Formation agréée par la SQDM et reconnue par la SOFEDUC, la DRHC, la CSST, la SAAQ et autres.

PLUS DE 25 CENTRES À TRAVERS LA PROVINCE
Consultez les Pages Jaunes pour connaître le centre de formation le plus près de vous.

CONFIEZ-NOUS VOS EMPLOYÉS DÈS MAINTENANT

1-800-746-4321



ACADÉMIE DU SAVOIR
FORMATION EN INFORMATIQUE ET BUREAUTIQUE



Apprendre
la bureautique
n'est pas
si compliqué!

335

nouveaux CGA

Ces professionnels ont reçu leur permis lors d'un grand événement qui s'est déroulé sous la présidence d'honneur de M. Richard Moisan, CGA, vice-président finances pour Les Aciers Canam.

MM. Michel Guindon, FCGA, président de l'Ordre des CGA et Eric Bartlett, FCGA, président de CGA-Canada ont accueilli officiellement les nouveaux membres.

FÉLICITATIONS ET BIENVENUE À TOUS NOS NOUVEAUX EXPERTS-COMPTABLES EN PERFORMANCE FINANCIÈRE

Abitibi- Témiscamingue

Ginette Benoit, CGA
Nathalie Bussière, CGA
Danielle Ferron, CGA
Marie-Claude Lemire, CGA

Bas St-Laurent Gaspésie Côte-Nord

Nadine Bourget, CGA
Jean-Marc Bourque, CGA
Edith D'Amours, CGA
Marius Doiron, CGA
Eric Guénette, CGA
Annie Lafontaine, CGA
Johanne Ouellet, CGA
Stéphane Raymond, CGA

Chaudière/ Appalaches

Hélène Asselin, CGA
Renaud Beaulieu, CGA
Suzanne Belley, CGA
Lynda Busque, CGA
Barbara Carrier, CGA
Johanne Couture, CGA
Micheline Fugère, CGA
France Gauthier, CGA
Claude Guimont, CGA
Chantal Lambert, CGA
Sylvie Marcoux, CGA
Josée Morin, CGA
Réjean Morin, CGA
Marie-Lise Paquet, CGA
Annie Quirion, CGA
Marie-Josée Roy, CGA
Michel Thibault, CGA
Michèle Turgeon, CGA

Estrie

Julie Dubé, CGA
Paula Galvin, CGA
Le Chau Ha, CGA
Hélène Richard, CGA

Lanaudière

Alain Aubé, CGA
Sonia Beaudoin, CGA
Annick Chevrette, CGA
Jacques Collin, CGA
Lyne Côté, CGA
Louise Cousin, CGA
Linda Drainville, CGA

Caroline Dupras, CGA
Jacques England, CGA
Céline Héту, CGA
Lorraine Lanthier, CGA
Chantal Vignola, CGA

Laurentides

Johanne Bélec, CGA
Lucie Bouthillier, CGA
Annie Breton, CGA
Ginette Chalifoux, CGA
Michel Cloutier, CGA
Josée Darveau, CGA
Yvon Drouin, CGA
Ginette Giroux, CGA
Somania Khy, CGA
Sylvain Lachaine, CGA
Steve Lefebvre, CGA
Alain Lehoux, CGA
Jocelyne Marchand, CGA
André Marion, CGA
Mario Meloche, CGA
Sylvain Ouimet, CGA
Isabelle Roux, CGA

Laval

Annie Bergeron, CGA
Chantal Blanchette, CGA
Dominique Bossé, CGA
Caroline Brodeur, CGA
Yann Citti, CGA
Nicola Colarusso, CGA
Nancy Courmoyer, CGA
Réjeanne Desrosiers, CGA
Josée Gadoury, CGA
Raffaele Gaudio, CGA
George Gregory, CGA
Mina Ianniello, CGA
Diane Lafontaine, CGA
Michel Lamoureux, CGA
Stéphane Lanthier, CGA
Hélène Ouimet, CGA
Giuseppina Patrinostro, CGA
Eric Piché, CGA
Marie France Potvin, CGA
Isabelle Provost, CGA
Teresa Santella, CGA
Cathy Taillefer, CGA
Anna Verrelli, CGA
Helen Vorias, CGA

Mauricie/ Bois-Francis

Chantal Bayette, CGA
Julie Bourque, CGA
Michel Cayouette, CGA
Jocelyn Fleurent, CGA

Josée Laflamme, CGA
Sylvain Laforme, CGA
Dolorès Leclerc, CGA
Nancy Nadeau, CGA
Ann Paquin, CGA
Philippe Poirier, CGA
Chantal Proulx, CGA
Nancy Provencher, CGA
Danielle Saindon, CGA
Guylaine Simoneau, CGA
Sophie Thibodeau, CGA

Montérégie

Eric Audet, CGA
Gaétan Bélanger, CGA
Micheline Blouin, CGA
François Cormier, CGA
Bobby T. Darbhanga, CGA
Nathalie Darsigny, CGA
François Day, CGA
Caroline des Rivières, CGA
François Desharnais, CGA
Denis Dompierre, CGA
Patrick Dufort, CGA
Johanne Dufresne, CGA
Andrée Falardeau, CGA
Marie-Anik Filiatrault, CGA
Ginette Fluet, CGA
Sandra Frigon, CGA
Céline Gagnier, CGA
David Gardner, CGA
Robert Gélinas, CGA
Marc Girard, CGA
Marie-Claude Gravel, CGA
Glenn D. Hamilton-Browne, CGA
Jocelyn Héon, CGA
Isabelle Jannelle, CGA
Paule Jolicoeur, CGA
Jean-François Kirouac, CGA
Serge Labelle, CGA
Virginie LaBrèque, CGA
Bruno Lacasse, CGA
Sylvie Lacommande, CGA
Hélène Nathalie Lamontagne, CGA
Sylvie Lanctôt, CGA
Robert Lauzier, CGA
Claude Laverdure, CGA
Michel Lawton, CGA
Jeanne Lebrun, CGA
Annie Lecomte, CGA
Diane Légaré, CGA
Antonietta Lembo, CGA
Hélène Léonard, CGA
Bruno Lévesque, CGA
Nathalie Liboiron, CGA
Moniroth Lim, CGA
Steven Maki, CGA
Sylvie Martel, CGA
Edith Ménard, CGA
Line Mercier, CGA
Diane Nadeau, CGA
Patrick Nadeau, CGA
Christine Nieuwenhof, CGA
Martine Paquin, CGA
Gilles Paré, CGA
Alain Picard, CGA
Chantal Prud'Homme, CGA
Nicole Robitaille, CGA
Josée Sabourin, CGA
Gerhard Schmid, CGA
Myriam Théberge, CGA
Marc Théorèt, CGA
Daniel Tousignant, CGA
Nhu-Mai Trieu Thi, CGA
Dany Vignola, CGA
Isabelle Vincent, CGA

Montréal

Vincenza Adamo, CGA
Annie Baillargeon, CGA
Lorraine Balleine, CGA
Sophie Beaudoin, CGA
Khalid Belkhou, CGA
Adry'n Bériault, CGA
Maryse Bernier, CGA
Caterina Bilotta, CGA
Irene Bitharas, CGA
Francis Boisvert, CGA
Céline Bouchard, CGA
Michael Bouchard, CGA
Amgad Kamel Boulos, CGA
Saad Bourkadi, CGA
Chantal Bourque, CGA
Robert Burla, CGA
Danila Carlisi, CGA
Raymond Carter, CGA

Joyce Chan, CGA
Magalie Chaperon, CGA
Johanne Chayer, CGA
Kam Kwok Cheung, CGA
Annie Cloutier, CGA
Francine Crêteau, CGA
Bernard Dansereau, CGA
Roger Daoud, CGA
Nadia Deschênes, CGA
Luc Deslauriers, CGA
Mary Diaco, CGA
Patrick Dion, CGA
Nadine Diotte, CGA
Valérie Dorval, CGA
Maria Fabrizio, CGA
Howard Freedman, CGA
Nathalie Frigon, CGA
Concetta Gaudio, CGA
Sophie Gauthier, CGA
Rosemary Ghaly, CGA
Robert Giguère, CGA
Jo-Ann Gill, CGA
Louise Gingras, CGA
Antonio Girardi, CGA
Carole Goupil, CGA
Jean Grimard, CGA
Lisa Hays, CGA
Pierre Héту, CGA
John Iacino, CGA
Sandro Ianni, CGA
Konstantinos Kallianiotis, CGA
Evangelia Koutoulas, CGA
Caroline Kozah, CGA
Antonietta Laccone, CGA
Line Lachapelle, CGA
Diane Lajoie, CGA
Rudy Laurent, CGA
Denis Lefebvre, CGA
Sophie Lefebvre, CGA
David Legault, CGA
Johanne Longtin, CGA
Thi Ngoc Bich Luong, CGA
David Mallouh, CGA
Gioconda Lucia Mancini, CGA
Giovanna Mandato, CGA
Cristina Masella, CGA
Catherine Mc Carthy, CGA
Christine Mc Carthy, CGA
Emilio Minotti, CGA
Fannie Mitronikas, CGA
Patrizia Molino, CGA
Antonio Montanaro, CGA
Mary Morcos, CGA
Raymond Morissette, CGA
Grace Nasseh, CGA
Dat Luu Nguyen, CGA
Denis Roland Onambe, CGA
Diane Ouellet, CGA
Chantal Ouellette, CGA
Antonio Palermo, CGA
Phil Papadantonakis, CGA
Nathalie Patenaude, CGA
Daniel Plante, CGA
Sylvie Proulx, CGA
Marie Laurence Razafimbahoaka, CGA
Marie Riverin, CGA
Johanne Rivest, CGA
Jacqueline Roch, CGA
Ari Roter, CGA
Kimberly Ryan, CGA
Tony Scaringi, CGA
Rhonda Schanfield, CGA
Roderick Lloyd Scott, CGA
Mark Sellors, CGA
Kwok Fai Som, CGA
Ann-Sophie Spooner, CGA
Edith Springuel, CGA
Tamara Spurmanis, CGA
Lynda Stewart, CGA
Giuseppina Strazza, CGA
Susie Tam, CGA

Denise Tétreault, CGA
Mario Théoret, CGA
Roderick Thorpe, CGA
Jean-François Thuot, CGA
Robert Toporowski, CGA
Vicky Trachy, CGA
Duc Mai Anh Tran, CGA
Sophie Tremblay, CGA
Alexandra Tzaka, CGA
Thomas Vadnay, CGA
Thomas Viele, CGA
Maria Vincelli, CGA
Giovanna Vinci, CGA
Thi Bich Ha Vu, CGA
Xiaoming Wan, CGA
Walter Woo, CGA
Doreen Zaky, CGA

Outaouais

Guy Arseneau, CGA
Marie-Josée Beaumont, CGA
Pascal Bégin, CGA
Robert Binette, CGA
Christophe Borbola, CGA
Marquis Cadieux, CGA
Claudine Charron, CGA
Isabelle Côté, CGA
Chantale Cousineau, CGA
Khalid Fizazi, CGA
Nancy Fraser, CGA
Pascal Gagnon, CGA
Stéphane Jacques, CGA
Marc Lafleur, CGA
Anik Lapointe, CGA
Joanne Lauzon, CGA
François Lefebvre, CGA
Luc Legault, CGA
Carole Loiselle, CGA
Sandra Manseau, CGA
Eric Ménard, CGA
Nathalie Normand, CGA
Alda Pacheco, CGA
Brigitte Patry, CGA
Jocelyn Patry, CGA
André Plouffe, CGA
Josée Racine, CGA
Michelle Savard, CGA

Québec

Normand Bélanger, CGA
France Blouin, CGA
Martin Chapados, CGA
Denise Charland, CGA
Denis Corriveau, CGA
Karina de Champlain, CGA
Josée Demers, CGA
Hélène Doré, CGA
Mario Ferland, CGA
Michel Fontaine, CGA
Daniel Gallant, CGA
Johanne Gauthier, CGA
Luc Lavoie, CGA
Dominic Pilote, CGA
Guy Rousseau, CGA
Annie Trudel, CGA
Sylvie Vachon, CGA

Saguenay Lac-St-Jean

Louise Bergeron, CGA
Nathalie Bouchard, CGA
Nancy Charette, CGA
Michèle Côté, CGA
Mario Doré, CGA
Bruno Girard, CGA
Julie Michaud, CGA
Donate Potvin, CGA
Cécile Ricard, CGA



Ordre des
comptables généraux licenciés
du Québec

Groupe Cerveau : une croissance moyenne de 30 % par année

La PME de Montréal s'applique à améliorer sans cesse ses logiciels de messagerie vocale

Jacinthe
Tremblay

Plus de 1 000 entreprises québécoises utilisent déjà les logiciels de messagerie vocale VOX développés par le Groupe Cerveau. La PME montréalaise veut accroître ses exportations avec une stratégie basée sur Internet.

Sa volonté d'augmenter les ventes à l'étranger coïncide avec le lancement prévu pour la fin de cette année d'une nouvelle génération de logiciels VOX qui fonctionneront dans un environnement Windows NT.

Les usagers pourront alors, avec un même outil, accéder à leurs messages vocaux, à leur courrier électronique et à leurs télécopies.

Jusqu'à maintenant, les logiciels du Groupe Cerveau

étaient vendus en version DOS.

Ce nouvel outil constituera la pierre d'assise des activités commerciales du Groupe Cerveau sur le Web. « Nous utiliserons Internet pour fournir de l'information sur nos produits, pour donner la formation technique et commerciale et pour constituer un véritable réseau international de distribution. Nous avons préféré cette approche à la stratégie du commis voyageur », explique le président du Groupe Cerveau, Michel Dionne. La PME exporte ses produits déjà en France, en Italie et au Mexique.

L'entreprise a été lancée il y a 10 ans. Elle a d'abord mis

au point un logiciel de serveur télématique dans le cadre du projet Alex de Bell Canada.

« Toute une industrie a vu le jour autour de ce projet mais plusieurs entreprises n'ont pas survécu à son échec. Heureusement, nous avons aussi développé un logiciel de serveur vocal », rappelle M. Dionne.

Le Groupe Cerveau a commencé la commercialisation directe de son logiciel Vox en 1990.

Aujourd'hui, l'ensemble de ses ventes sont effectuées par des distributeurs : les revendeurs de systèmes téléphoniques et les entreprises Québec-Téléphone, Télébec et, depuis 1996, Bell Canada.

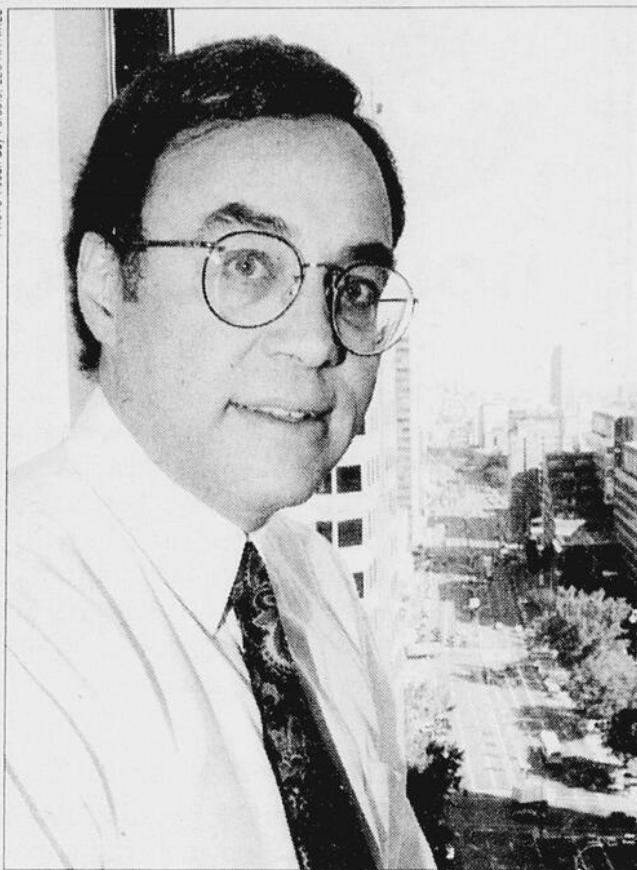
■ Selon Michel Dionne, de nombreuses PME n'ont pas encore implanté de système de messagerie vocale.

Selon Michel Dionne, l'entreprise n'a pas encore fait le plein des ventes possibles au Québec. « Plusieurs entreprises n'ont pas encore de système de messagerie vocale et celles qui en possèdent doivent le mettre à jour régulièrement. »

La croissance moyenne du Groupe Cerveau est de 30 % par année et, selon le magazine Info-Tech, son chiffre d'affaires était de 2,7 M\$ l'an dernier.

Le Groupe Cerveau possède une filiale au Mexique depuis

PHOTO : Jean-Guy Poirier, LES AFFAIRES



1993. Huit de ses 28 employés y travaillent.

La R & D occupe 70 % des travailleurs de l'entreprise, les autres travaillant au marketing.

Le Groupe a financé son développement par des prêts

participatifs de la Société de développement industriel du Québec (SDI) et de la Banque de développement du Canada (BDC), par des crédits à la recherche et au développement et des subventions à l'exportation, ainsi que par le programme de garanties de prêts bancaires PPE du gouvernement fédéral.

« Cette combinaison de sources de financement est la meilleure façon de se développer sans céder son patrimoine », affirme M. Dionne.

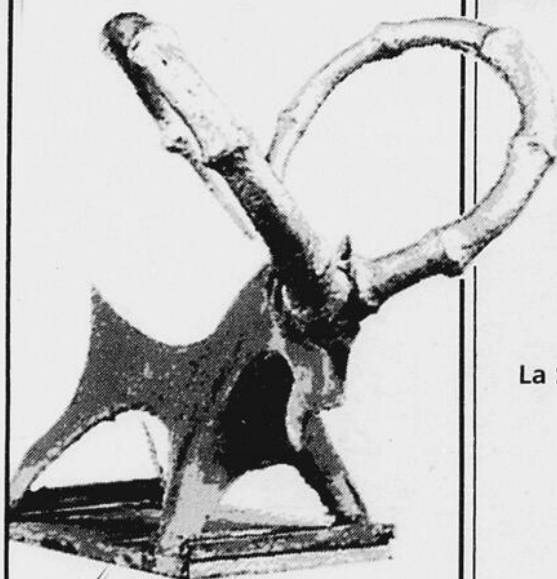
Services spéciaux

Parmi les services spéciaux offerts par le Groupe Cerveau, mentionnons l'enregistrement des messages d'accueil par des voix professionnelles.

« On juge entre autres de la qualité d'un système par la beauté de la voix. La plupart de nos clients se prévalent de ce service. »

L'entreprise offre également aux utilisateurs de ses logiciels des conseils pour rédiger leurs messages et organiser leur système de messagerie de manière efficace et agréable pour les interlocuteurs. ■

SOYEZ AUDACIEUX!



SDI
SOCIÉTÉ DE
DÉVELOPPEMENT
INDUSTRIEL DU QUÉBEC

PME INNOVATRICE ET PME EXPORTATRICE

Tous vos projets de développement
et de croissance sont prioritaires pour la SDI

incluant le démarrage, la marge de crédit à l'exportation et le financement des crédits d'impôts à la R-D.

La SDI vous offre, en collaboration avec votre prêteur, un produit financier universel :

GARANTIE SDI QUÉBEC

Pour favoriser l'apport en capital dans les PME, deux véhicules financiers avec bénéfices pour l'investisseur sont offerts : la SPEQ (Société de placement dans l'entreprise québécoise) et la CTA (Coopérative de travailleurs actionnaires).

www.sdi.gouv.qc.ca • Québec : (418) 643-5172 • Montréal : (514) 873-4375 • Ailleurs au Québec : 1 800 461-2433

9,95 \$... et en avant!

Budget.

Sortez de l'ordinaire!

Votre week-end débute à 9,95 \$ par jour

Réservations auprès de votre agent de voyages ou chez Budget

National 1-800-268-8970 - Montréal (514) 938-1000



Veillez mentionner le code promotionnel
A289507
au moment de la réservation.

Modalités: Offre valable sur les véhicules de catégorie économique à standard. Le tarif à 9,95 \$ par jour s'applique aux véhicules de catégorie économique seulement. Offre sujette à la disponibilité et à des périodes d'interdiction. Offre non valable les jours fériés. Min./max. 3 jours de location. Une période de 24 heures constitue une journée. Le véhicule doit être pris en charge le jeudi ou le vendredi après 9 h et retourné le dimanche ou le lundi avant 9 h. La location ne comprend pas de kilomètres gratuits par jour. Tous les kilomètres sont facturés 0,15 \$ le km. Offre valable aux comptoirs Budget participants du Canada. Offre sujette à la disponibilité. Les modalités de location locales s'appliquent. Cette offre ne peut être jumelée avec aucun rabais, promotion, programme CopRate ni tarif préférentiel aux gouvernements ou aux organisateurs de voyages. Cette offre ne donne pas droit aux milles grands voyageurs. Le véhicule doit être retourné au comptoir d'origine. Garanties facultatives d'assurance, service de plein d'essence, taxes, frais de kilométrage applicables et suppléments en sus. Offre sujette à modification sans préavis. Offre valable jusqu'au 22 décembre 1997.

On peut tout avoir dans la vie!

Les forfaits SCP numériques « **Tout compris** » de Cantel^{MD} AT&T^{MC} en font la preuve avec le nouveau téléphone SCP numérique (Services de communications personnelles). Vous y trouverez une foule d'avantages inégalés et c'est de loin la meilleure offre sur le marché!

Le nec plus ultra des appareils numériques... sans frais.

Pour la toute première fois, le dernier cri des appareils SCP numériques est compris dans le forfait (une valeur de 459 \$). Cantel AT&T est la seule qui vous fait une telle offre sans frais additionnels.

Vous parlez plus pour moins d'argent.

Avec l'Amigo numérique, vous obtenez 500 minutes d'appels locaux gratuites chaque mois, les soirées et les week-ends. Chaque minute additionnelle en soirée et les week-ends ne vous coûte que 10¢. Notre forfait Montréal SCP numériques, lui, vous donne 400 minutes de conversation gratuites en tout temps (le jour ou la nuit) chaque mois. Chaque minute additionnelle ne vous coûte que 50¢.

Vous filtrez vos appels avec l'Identification d'appel.

Seuls les forfaits Cantel AT&T vous offrent cet avantage sans frais supplémentaires. Vous pouvez donc savoir qui appelle avant de répondre.

Vous contrôlez vos coûts avec la première minute des appels entrant gratuite.

Gratuite, vous avez bien lu. Un autre avantage exclusif à Cantel AT&T.

Vous économisez tout en contrôlant vos coûts.

Nous vous facturons à la seconde après la première minute, plutôt que d'arrondir la durée de votre conversation à la minute et vous recevez une facturation mensuelle détaillée.

Vous exigez le meilleur réseau numérique.

Avec les forces combinées de Cantel et de AT&T, vous bénéficiez de l'avantage des SCP numériques « Première classe » dans toute l'Amérique du Nord.

Vous demandez la confidentialité totale de vos appels.

Les SCP numériques vous donnent le plus haut niveau de sécurité imaginable. Personne ne se mêlera de vos affaires et c'est bien ainsi.



Le forfait AMIGO NUMÉRIQUE

Parlez plus pour moins d'argent!
Vous obtenez toutes les caractéristiques énumérées ci-dessus plus

500 minutes

d'appels locaux gratuites chaque mois, en soirée et les week-ends.

Seulement

35⁹⁵\$
par mois

Téléphone SCP numérique compris.

Le forfait « AFFAIRES » MONTRÉAL SCP NUMÉRIQUE

Votre meilleure affaire!
Vous obtenez toutes les caractéristiques énumérées ci-dessus plus

400 minutes

de conversation gratuites en tout temps (le jour ou la nuit) chaque mois.

Seulement

49⁹⁵\$
par mois

Téléphone SCP numérique compris.

Du jamais vu :
TÉLÉPHONE SCP NUMÉRIQUE compris!

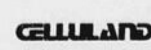
Une valeur de 459 \$

Comparez! Nulle part ailleurs vous ne trouverez pareille offre! Rendez-vous à l'un de nos magasins Cantel AT&T participants dès aujourd'hui. À nos abonnés: si vous désirez profiter de ces offres fabuleuses, faites le 1 800 233-7558

CANTEL^{MD}



Procurez-vous les SCP numériques dans ces magasins ou, pour connaître le magasin Cantel AT&T le plus près de chez vous, faites le 1 800 595-8012.



400 minutes en zone centrale urbaine de Montréal - limites au nord, Sainte-Thérèse; à l'est, Repentigny; au sud, Candiac/La Prairie; à l'ouest, Dorion. La facturation à la seconde s'applique après la première minute. Appels interurbains, temps d'antenne, services de déplacement et taxes applicables en sus. Entente à période fixe et frais de résiliation anticipée exigibles. 500 minutes d'appels locaux en soirée, du lundi au jeudi de 18 h jusqu'à 8 h le lendemain. Le vendredi de 18 h à minuit, le week-end, du vendredi minuit jusqu'à 8 h le lundi matin. Offre disponible aux nouveaux abonnés et aux abonnés actuels d'une mise en service depuis au moins 18 mois. Des frais d'administration peuvent être exigés. Offre disponible à l'intérieur du territoire des États-Unis, au début de 1998. Ne peut être jumelée à aucune autre offre promotionnelle. Première minute des appels entrants gratuite s'applique aux 400 premiers appels. Voir le détaillant pour plus de détails. Nokia est une marque déposée de Nokia Corp. Finlande. *Rogers Cantel Inc. **AT&T Corp. Utilisé sous licence.

Mobiway fait gagner de l'argent à l'industrie forestière

Daniel
Germain

Les abatteuses des compagnies forestières pourront bientôt évoluer dans une noirceur d'encre ou dans le brouillard le plus dense. **Mobiway**, une PME de Longueuil, a en effet mis au point un système de guidage par satellite destiné aux travaux forestiers.

Cette technologie va permettre à Mobiway de défricher les marchés national et américain. « Nous sommes les premiers à offrir à l'industrie forestière une solution GPS (*Global Positioning System*) complète », affirme Ré-

jean Asselin, président de Mobiway.

Appelé *Mobiway FNS (Forest Navigation System)*, ce système permettra aux entreprises forestières d'enregistrer des gains de productivité.

Actuellement, les surfaces d'arbres à couper sont mesurées par des arpenteurs et délimitées par des rubans attachés aux arbres. Les opérateurs de machinerie doivent se guider à partir de ces rubans. Leur travail est lourdement ralenti, ou parfois devenu carrément impossible, en cas de mauvaise visibilité. Le positionnement GPS élimine cet obstacle.

Le système comprend une

antenne GPS, un ordinateur, des logiciels de cartographie et de navigation et d'autres composantes électroniques. « Il permet à l'opérateur de manoeuvrer sa machine avec une précision de un à deux mètres », précise M. Asselin.

L'appareil fonctionne sur une interface *Windows* et ses fonctions sont activées avec un crayon qu'on pose sur l'écran.

« *Mobiway FNS* est très convivial, une qualité nécessaire pour cette industrie. Les opérateurs ne sont pas informaticiens », rappelle-t-il.

Une autre des grandes qualités du système réside dans sa robustesse. « Dans un tel en-

vironnement, il fallait développer un produit solide, ce qui ne se fait pas sans difficultés. Par exemple, un arbre peut tomber n'importe quand sur l'antenne », souligne M. Asselin.

La commercialisation du *Mobiway FNS* sera facilitée par la collaboration de **Rexfor**, une société du gouvernement du Québec. À l'heure actuelle, il est au stade de pré-commercialisation et quelques entreprises forestières le mettent à l'essai.

Secteur agricole

Les activités de Mobiway ne sont pas uniquement concentrées sur les technologies sylvicoles. L'entreprise s'est aussi intéressée à l'agriculture.

« Nous commercialisons depuis peu un système de guidage GPS pour les entreprises agricoles qui permet d'augmenter le rendement des terres. »

Contrairement à la méthode traditionnelle qui consiste à épandre de l'engrais de manière uniforme sur une grande surface, le GPS permet de procéder à un épandage dosé en fonction des qualités et des performances de la moindre



■ Réjean Asselin espère conquérir les marchés canadien et américain et, par la suite, envahir les marchés étrangers.

portion de terre.

« Les agriculteurs peuvent épandre le bon produit, en bonne quantité, au bon endroit », soutient le président de Mobiway.

Toutefois, ce n'est pas sur cette version agricole du système de guidage que Mobiway fonde sa stratégie de croissance. « Notre croissance dépend davantage du *Mobiway FNS*, qui nous assure

un avantage stratégique. »

L'entreprise de cinq employés vise cette année un chiffre d'affaires de plus de 1 M\$.

Si *Mobiway* atteint ses objectifs de commercialisation, notamment en ce qui concerne l'industrie forestière, le président espère une augmentation de 500 % des revenus de l'entreprise d'ici cinq ans. ■

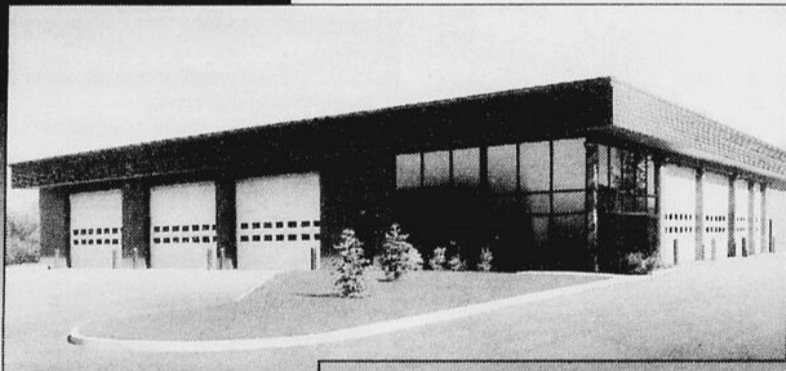
Votre
partenaire
de
confiance
pour vos
projets de
construction

HONCO 20
BÂTIMENTS D'ACIER ANS DE QUALITÉ

• MONOCOQUES • CADRES RIGIDES
• INDUSTRIEL • COMMERCIAL • RÉCRÉATIF

Le système Honco vous assure un bâtiment conçu pour répondre à vos besoins et vous offre le meilleur produit sur le marché

Bâtiments Portée claire jusqu'à 60 m et plus
monocoques: Fondation plus simple
 Aucun pont thermique
 Services d'ingénierie certifiés
 Garantie du manufacturier et plus



HONCO
BÂTIMENTS D'ACIER

Votre
partenaire de
succès assuré

HONCO INC.
1191, CHEMIN INDUSTRIEL
BERNIÈRES (QUÉBEC) G7A 1A6
TÉL.: (418) 831-2245 • FAX: (418) 831-6302



DIVISION / MONTRÉAL HONCO
7811, LOUIS H. LAFONTAINE, SUITE 205
ANJOU (QUÉBEC) H1K 4E4
TÉL.: (514) 354-5123 • FAX: (514) 354-6949

Une stratégie d'exportation originale pour les bovins

La Ferme Saint-Vincent n'est pas une PME comme les autres. Les futurs éleveurs qui y travaillent apprennent à danser et les jeunes filles à se maquiller. Ils suivent aussi des cours d'anglais et de français.

C'est la méthode originale qu'a trouvée **Yves Saint-Vincent**, éleveur de bovins et de chevaux pur-sang à Saint-Cuthbert, pour exporter ses animaux.

Ce passionné d'élevage est un visionnaire. Il a compris que pour se faire connaître dans le vaste monde, il fallait tisser un réseau de contacts nationaux et internationaux. Depuis 25 ans, il a accueilli près de 600 stagiaires de plusieurs pays producteurs.

Ils séjournent de trois mois

à un an à la Ferme pour y apprendre toutes les facettes du métier d'éleveur de bovins de boucherie.

De retour chez eux, les stagiaires sont d'excellents ambassadeurs auprès de leurs familles, elles-mêmes éleveurs pour la plupart.

« Ils se rendent compte de l'excellente qualité des bovins que nous produisons. Ils participent aux foires commerciales, aux expositions, rencontrent nos clients. Nous partageons tous la table familiale. L'accueil, c'est notre marque de commerce », explique chaleureusement M. Saint-Vincent.

Sur les 500 hectares de la Ferme Saint-Vincent paissent 600 têtes de bétail, vaches et chevaux. La Ferme est spécialisée dans la production de chevaux *quarter horse* et de vaches charolaises qui ont le meilleur taux de croissance.

Près de 80 % des chevaux et 25 % des vaches sont exportés en Europe et en Amérique latine.

En comparant les méthodes d'élevage et les programmes génétiques de partout dans le monde, M. Saint-Vincent a développé ses propres techniques pour améliorer et maintenir la race pur sang.

« Les animaux sont élevés sans hormones, sans implants, avec un fourrage de première qualité. Nous devons répondre aux besoins des consommateurs qui veulent une viande maigre et aux éleveurs qui veulent des animaux qui croissent et se reproduisent vite. »

Conscients de la mondialisation des marchés, les éleveurs de bovins de boucherie représentant les huit races membres se sont regroupés en un *Comité conjoint des races de boucherie*.

Au Québec, il ne se produit qu'un faible pourcentage de la viande de boeuf qui s'y consomme. Le Comité agit donc auprès des différents intervenants locaux et étrangers pour promouvoir l'élevage et stimuler les ventes.

Et comme M. Saint-Vincent est un homme d'affaires averti, il a créé en 1991 **Gecimex**, le bras commercial du Comité. La gamme de services offerts couvre les importations et les exportations sur tous les plans : légal, sanitaire, financier et transport d'animaux.

Un catalogue d'embryons et de semences d'animaux à vendre facilite le choix des acheteurs étrangers. (IC) ■

LE CRÉDIT-BAIL ? PROFITEZ-EN.

RoyNat

Anjou (514) 493-4555, Drummondville (819) 477-3801,
Longueuil (514) 670-9210, Québec (418) 683-2177,
Saint-Laurent (514) 335-5522

Si vous envisagez d'acquiescer de nouveaux équipements, le crédit-bail est une solution de financement innovatrice et avantageuse. Les loyers peuvent en effet être entièrement imputés aux dépenses d'exploitation et ainsi être déduits de vos revenus. En outre, la location s'avère souvent moins coûteuse qu'un prêt. Tirer profit du crédit-bail, c'est aussi se donner la liberté d'affecter ses actifs à des projets plus productifs et plus rentables.

RoyNat... Les spécialistes du financement de la P.M.E.

H3B tire son épingle du jeu dans un marché encombré

Jacinthe
Tremblay

« La dernière chose dont le Québec avait besoin, c'est d'une autre agence de pub », affirme avec ironie le message publicitaire de H3B, une agence créée en 1995, qui prévoit pourtant réaliser un chiffre d'affaires de 4 M\$ l'an prochain.

Benoît Robillard, Tony Babinski et Nicolas Plehoyano, les trois fondateurs de H3B, travaillaient chez Alard et associés, une grosse agence, lorsqu'ils ont fait le grand saut, en novembre 1995. Ils savaient que la concurrence est féroce dans ce milieu. Mais ils avaient une spécialité : le marketing direct. « La publicité vise la notoriété. Le marketing direct est une approche plus transactionnelle », dit M. Robillard, président de H3B.

« Le marketing direct, c'est la science de faire la bonne offre à la bonne personne et au bon moment. Nous y intégrons l'élément de création que l'on retrouve en publicité. » Les informations dirigées auprès de certains groupes professionnels, par exemple, constituent du marketing direct. Même chose pour des rabais consentis à certains groupes de la population.

Entre la bonne idée et les premiers contrats, six mois de vaches maigres se sont écoulés. Les nouveaux entrepreneurs ont alors puisé dans leurs réserves personnelles.

Le vent tourne avec la signature d'un premier contrat avec la compagnie pharmaceutique Crystal.

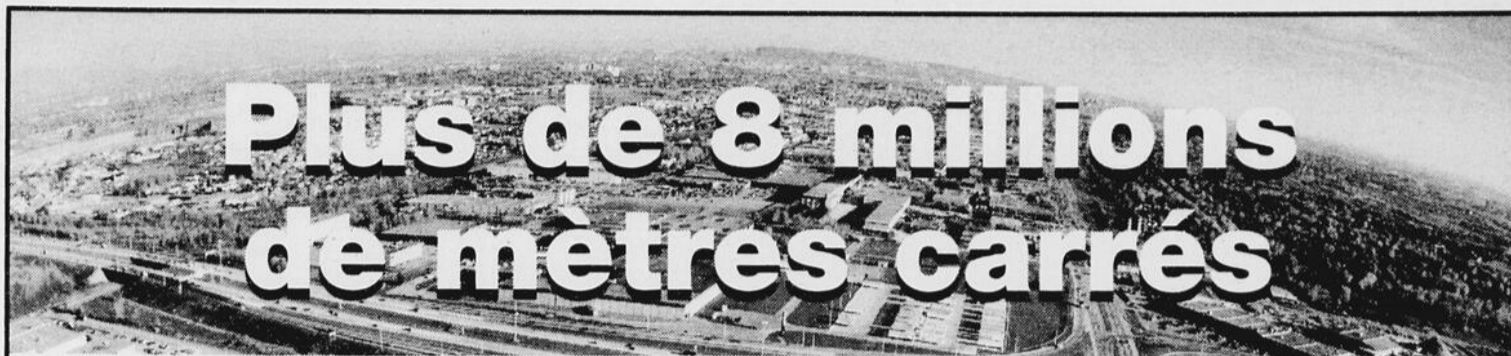
« Ils nous avaient demandé de leur proposer une stratégie de marketing direct pour rejoindre les médecins », raconte M. Robillard.

« Ils ont été emballés par notre proposition et ils nous ont confié l'ensemble de la campagne : publicité, promotion et marketing direct. »

Un bon client en amène un autre. H3B réalise également l'ensemble du travail de publicité, de promotion et de marketing direct pour les **Vêtements Orage** et la **Corporation métropolitaine de transport de Sherbrooke**.

Par ailleurs, **Visa Desjardins** fait appel à son expertise pour sa promotion, son marketing direct et son design. Pour répondre aux besoins du carnet de commandes, l'équipe de H3B est aujourd'hui composée de 21 personnes.

Depuis son ouverture, l'agence a pignon sur rue dans le centre-ville de Montréal. Depuis six mois, H3B possède une deuxième antenne à Sherbrooke, avec l'arrivée d'un nouvel associé estrien, **Pierre Morin**. ■



au service du développement
économique du Grand Montréal

La ville de Laval est réputée pour la qualité de son infrastructure industrielle et de sa capacité d'accueil. Elle vous offre un vaste éventail de terrains au sein de ses diverses zones industrielles.

LAVAL

La technopole du Grand Montréal

 **LAVAL
TECHNOPOLE**
UNE RÉGION D'ENTREPRISES DE QUALITÉ MONDIALE

1555, boulevard Chomedey
Bureau 100
Laval (Québec)
H7V 3Z1 CANADA
Téléphone : (514) 978-5959
Télexcopieur : (514) 978-5970
INTERNET :
<http://www.lavaltechnopole.qc.ca>
COURRIER ÉLECTRONIQUE :
info@lavaltechnopole.qc.ca

LAVAL TECHNOPOLE COMPTE
5 PÔLES D'EXCELLENCE :

AÉROPOLE

AGROPOLE

BIOPOLE

INFOPOLE

PÔLE INDUSTRIEL

À lui seul, le Parc industriel Centre, avec près de 6 millions de mètres carrés développés, est le plus grand parc industriel de la région métropolitaine de Montréal et un des plus grands parcs industriels municipaux du Canada. Il possède en outre un potentiel d'expansion de 2 millions de mètres carrés.

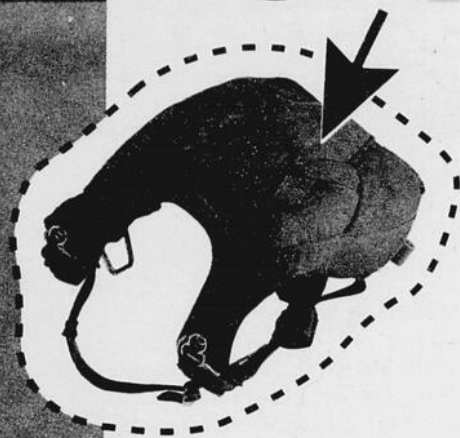
Le Parc scientifique et de haute technologie de Laval, de son côté, offre aux entreprises la possibilité d'oeuvrer dans un cadre entièrement consacré à la recherche scientifique et au développement expérimental. Une récente étude de la firme KPMG situe d'ailleurs Laval en peloton de tête de 15 sites choisis en Amérique du Nord pour l'accueil des entreprises de haute technologie.

En fait, au cours des dernières années, Laval s'est dotée d'un des meilleurs réseaux d'accueil industriel en Amérique du Nord, en développant des zones qui répondent aux besoins variés des entreprises.

En vous installant à Laval, vous choisissez un site hautement stratégique qui vous permet de rayonner sur un vaste ensemble économique.

**Vous trouverez chez nous ce que vous cherchez...
à des prix qui sont des plus avantageux.**

Solution d'affaires *Avantage Internet*

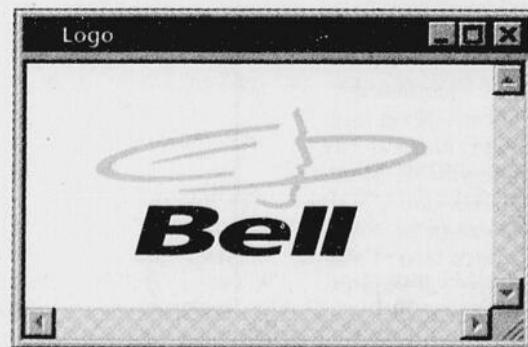


Avant de plonger dans Internet, votre entreprise a besoin d'un allié sûr et solide, capable de vous offrir un avantage sur vos concurrents.

La solution d'affaires *Avantage Internet*^{MC} unique à Bell, offre aux PME et aux grandes entreprises un service global allant d'un réseau fiable aux solutions de sécurité. Nos conseillers analyseront vos besoins, trouveront les solutions et suivront votre évolution. Internet est un investissement pour développer de nouveaux marchés, Bell est un avantage pour le maximiser.

Faites comme de plus en plus d'entreprises qui cherchent des solutions sur mesure, sélectionnez Bell.

Avantage Internet est une marque de commerce de Centre de ressources Stentor inc. Bell Canada est usager licencié.



1 800 567-1811

<http://www.bell.ca/info.solutions>