

LE COURRIER

de Saint-Hyacinthe

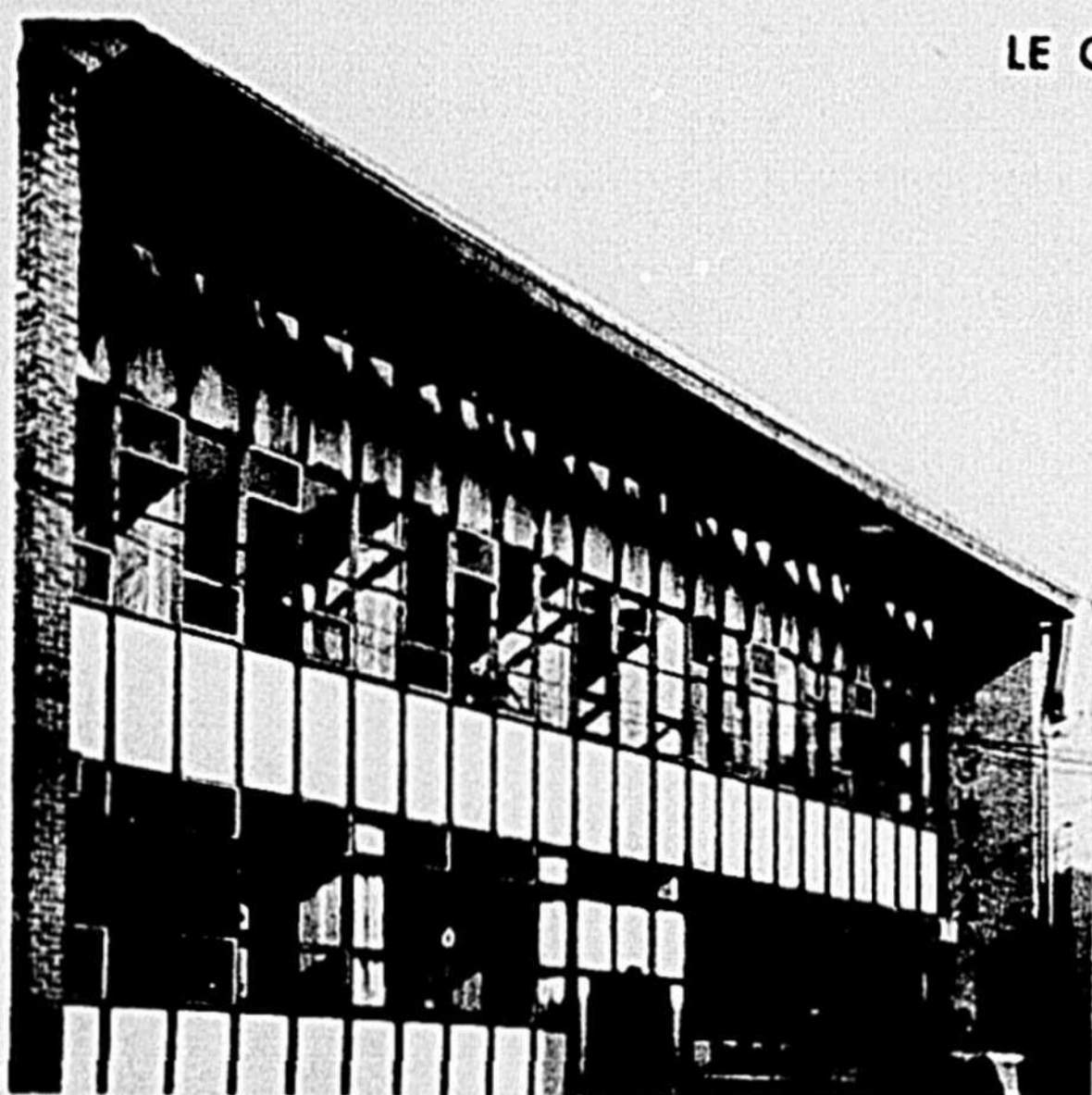


Industrielle

DU GRAND
SAINT-HYACINTHE

Pisard

LE COURRIER DE SAINT-HYACINTHE



UNE INDUSTRIE QUI FAIT BONNE IMPRESSION

La Cie d'Imprimerie et de Comptabilité de Saint-Hyacinthe Ltée n'est pas une nouvelle venue dans l'industrie de l'impression.

Des milliers de clients apprécient la qualité et le fini du travail effectué par le personnel compétent que la compagnie met à leur disposition.

Peu d'imprimeries allient ainsi l'expérience des années à l'audace technique, principales caractéristiques de la maison qui reste pour les Maskoutains "l'Imprimerie du Courrier".

Dès la fondation du journal "Le Courrier de Saint-Hyacinthe", il y a 115 ans, les propriétaires se portèrent acquéreurs du matériel d'impression capable de leur assurer une pleine autonomie.

Les administrateurs successifs de ce qui devint en 1910 la **Cie d'Imprimerie et de Comptabilité de Saint-Hyacinthe Ltée** suivirent les progrès de la technique pour assurer à la clientèle un service parfait.

En plus d'assurer la publication hebdomadaire du journal, la compagnie effectua de tout temps divers travaux d'impression, tels cartes d'affaires, entête de lettres, circulaires, factures et ainsi de suite.

Expansion considérable des services d'imprimerie

Depuis quelques années cependant, l'imprimerie commerciale connaît un tel essor qu'elle détient son autonomie vis-à-vis le journal.

Il y eut d'abord l'addition de machinerie moderne (une presse "offset", le service d'une caméra automatique assurant la séparation de couleurs, la mise en place d'un nouveau procédé de gravage des plaques et ainsi de suite).

Pour exploiter à fond les nouvelles possibilités de la compagnie, on fit appel à M. Jacques Aubin, diplômé de l'Institut des Arts graphiques, ex-chef des ventes et des services de production dans des imprimeries de Trois-Rivières et de Québec.

L'arrivée d'un chef des ventes imprima un dynamisme nouveau aux services d'imprimerie du **Courrier de Saint-Hyacinthe**.

Un service artistique de premier ordre fut mis sur pied et assure aux clients un travail de création moderne et exclusif.

Les ouvriers, dont certains possèdent jusqu'à quarante ans d'expérience, suivirent des cours de

perfectionnement à l'Institut des Arts graphiques, de Montréal, pour se familiariser avec les dernières techniques d'impression.

Qu'il s'agisse de travaux en blanc et noir ou en quadrichrome (process), l'**Imprimerie Le Courrier** assure l'exécution de travaux divers : rapports annuels, dépliants publicitaires, volumes, revues, album de finissants, circulaires, factures (détachables ou formule de registre).

Des photographes professionnels sont responsables de la section photographique, en noir et blanc ou en couleurs, et une équipe de rédaction et de traduction complète les services de l'imprimerie.

En un mot, l'**Imprimerie Le Courrier** assure l'exécution des travaux, de la création à la livraison.

En imprimerie comme ailleurs, la qualité est la meilleure garantie de prospérité.

De nombreux clients de Saint-Hyacinthe, Montréal, Québec, Trois-Rivières, Sherbrooke, Drummondville et même du Nouveau-Brunswick font confiance à une imprimerie de chez nous et y trouvent qualité et satisfaction.



Photo du parc Dessaulles

Un mot et même deux de présentation

Nous sommes heureux et fiers d'offrir à la population le présent *Cahier industriel et commercial de Saint-Hyacinthe*, où l'on trouvera 25 reportages illustrés sur autant d'entreprises de notre ville et de la région immédiate.

Le premier objet de cette publication est de permettre une plus grande connaissance de l'activité industrielle et commerciale autour de nous, dans un secteur donné : celui où nous vivons.

On sait que telle usine existe chez nous, telle entreprise grande ou petite, tel commerce d'envergure, mais on serait parfois embarrassé de dire ce qu'on fabrique ici, ce que l'on vend ou distribue là, combien d'hommes et femmes trouvent de l'emploi dans chacun.

Les citoyens ignorent aussi, pour un bon nombre, l'âge et l'histoire de nos établissements, et dans quelle proportion ils contribuent à la santé économique de leur milieu.

Certains marchands et commerçants sont mieux connus que d'autres, parce qu'ils sont en contact direct avec le public, mais on n'a aucune idée du travail et de la tenacité dont ils firent preuve au cours des années, des obstacles rencontrés, des problèmes auxquels il fallut trouver des solutions.

Le présent cahier sert aussi de porte-parole à nos hommes d'affaires, qui disent par son entremise le genre de travail qu'est le leur, leurs réalisations à ce jour, leurs ambitions pour l'avenir, et dans quelle mesure ils sont un actif pour la communauté.

On se rendra compte que, sans eux, la ville et la région de Saint-Hyacinthe ne seraient pas ce qu'elles sont.

Au moment où l'entreprise privée est souvent mise en question et prise à partie, il est bon que quelques-uns de ses représentants parmi les plus en vue, disent ce qu'elle est et ce qu'elle signifie, les garanties qu'elle offre, jusqu'à quel point on peut compter sur elle.

Les faits sont les faits, les hommes sont les hommes, et l'on ne peut juger des uns et des autres sans les connaître, de façon au moins sommaire.

Le cahier que voici a une valeur d'hommage.

Hommage aux hommes qui créent chez nous de l'industrie et de l'emploi, des magasins et de l'emploi, d'autres entreprises apportant aussi de l'emploi — ce qui est d'importance vitale pour l'ensemble de la population.

Hommage aux ouvriers, aux artisans, aux hommes des professions, aux travailleurs des catégories les plus diverses, qui unirent leurs efforts, œuvrèrent ensemble, multiplièrent les initiatives, pour donner à notre coin de la province ce caractère qui est le sien, se traduisant par essor et développement, progrès, foi en l'avenir.

Le travail, l'esprit d'entreprise, le succès des uns et des autres, ne sauraient être qu'un exemple pour la jeunesse, les générations qui s'annoncent, la relève des années qui viennent.

Les jeunes d'aujourd'hui apprendront, en prenant connaissance des réussites des aînés, que rien ne nous tombe du ciel, que les échecs sont à prévoir, les reprises aussi, mais que le travail constant, la volonté d'être, d'avancer, de réussir, ont toujours raison des embûches, des ornières du chemin, et que tout vient à point à qui sait attendre, ne pas se précipiter, ne jamais se décourager, ne pas cesser non plus de mettre son cœur et son âme dans les tâches quotidiennes, si modestes soient-elles parfois.

Nous regrettons que certains noms ne paraissent pas dans ces pages, que des entreprises n'y figurent pas.

Les circonstances le voulurent ainsi, malgré la bonne volonté des uns et des autres, et les absents sont parmi les premiers à regretter de n'être pas de la fête.

Ce sera pour une autre fois.

La Direction

L'Équipe

Ce Cahier industriel et commercial est une réalisation de votre journal "Le Courrier de Saint-Hyacinthe".

Durant plusieurs mois, une équipe de promotion et de rédaction visita les entreprises commerciales de la région en vue d'informer la population sur ce qui se fait chez nous.

Les personnes qui participèrent à la publication de ce cahier sont MM. Harry Bernard, rédacteur en chef; Gérard Côté, directeur de la publicité; Raymond Bélanger, photographe; Jacques Aubin, directeur technique; Claude Leblanc, publiciste de la maison Bourassa, Gagnon et Associés, de Montréal; Réal Brodeur, photographe; Pierre Bornais, rédacteur.

Nous soumettons aujourd'hui le fruit d'un labeur de plusieurs mois, espérant seulement qu'il sera utile.

(Tous droits réservés sur les textes et les photos, Ottawa, 1969).



M. Bernard



M. Côté



M. Bélanger



M. Aubin



M. Leblanc



M. Brodeur



M. Bornais

AU CARREFOUR DE LA PROSPÉRITÉ

Vieille de plus de deux siècles, la ville de Saint-Hyacinthe est la plus française du Canada.

Elle est si française qu'il ne viendrait jamais à un natif de s'exprimer dans une autre langue que le français dans le cours ordinaire des choses.

Les gens de langue anglaise y sont quand même chez eux et s'entendent à la perfection avec les autres.

Si la ville elle-même n'a qu'une population de quelque 24,000 âmes, coïncée qu'elle se trouve entre des bornes naturelles, peu capable de s'étendre comme elle le voudrait, elle a vite débordé au bénéfice des municipalités



Porte des Maires

de son voisinage, mais la population de l'agglomération maskoutaine, de ce qu'on peut appeler le Grand Saint-Hyacinthe, frise les 40 ou 42,000.

La ville est jolie, coquette, vieillotte en certaines de ses parties, d'un modernisme presque insolent en d'autres, mais elle ne perd nulle part son goût inné du beau, favorisé par le décor propre aux centres dominant une région agricole, gardant un caractère mi-rural et mi-urbain.

Sise sur la rivière Yamaska, dont elle suit les méandres d'ouest en est, on y accède par une porte monumentale de style vieux-normand, en brique, pierre et bois, à son entrée principale de la rue Girouard, ainsi nommée en l'honneur de Messire Antoine Girouard, son premier curé en titre (1805-1832), fondateur du Séminaire de Saint-Hyacinthe en 1811.

C'est dès lors une succession de domaines privés et de terrasses donnant sur l'eau, de parcs et parterres fleuris, émergeant d'une forêt d'ormes géants, d'érables, de chênes et autres essences.

Ville de contraste, elle l'est par son caractère français et une population restée attachée à la terre par son ascendance, de même que par l'industrialisation à laquelle elle ne cesse de se prêter, depuis deux cents ans et plus.

Après la construction du moulin seigneurial en 1772, qui offrait un débouché commercial aux censitaires du temps, après la venue du chemin de fer en 1847, le premier établissement industriel de Saint-Hyacinthe ouvrit ses portes en 1849 sur la rue Saint-Joseph, aujourd'hui de l'Hôtel-Dieu, entre les rues Girouard et des Cascades.

C'était celui de M. Olivier Chalfoux, qui débutait dans la fabrication d'instruments aratoires.

Aujourd'hui, la ville de Saint-Hyacinthe compte dans ses limites plus de 125 industries, qui emploient quelque 7,200 personnes ?

Le **Courrier de Saint-Hyacinthe**, doyen des journaux français du Canada, date de la même époque, sa fondation remontant à 1853.

A quelque trente milles de Montréal, la ville de Saint-Hyacinthe lui est reliée par le secteur est des Chemins de fer de l'Etat, qui va de la métropole à Halifax sur le littoral de l'Atlantique, et les voies d'accès modernes que sont la Route 9 et la Transcanadienne.

Le chemin de fer **Pacifique Canadien** la dessert aussi, mais par voie de Saint-Joseph-sur-Yamaska, sur la berge opposée de la rivière.

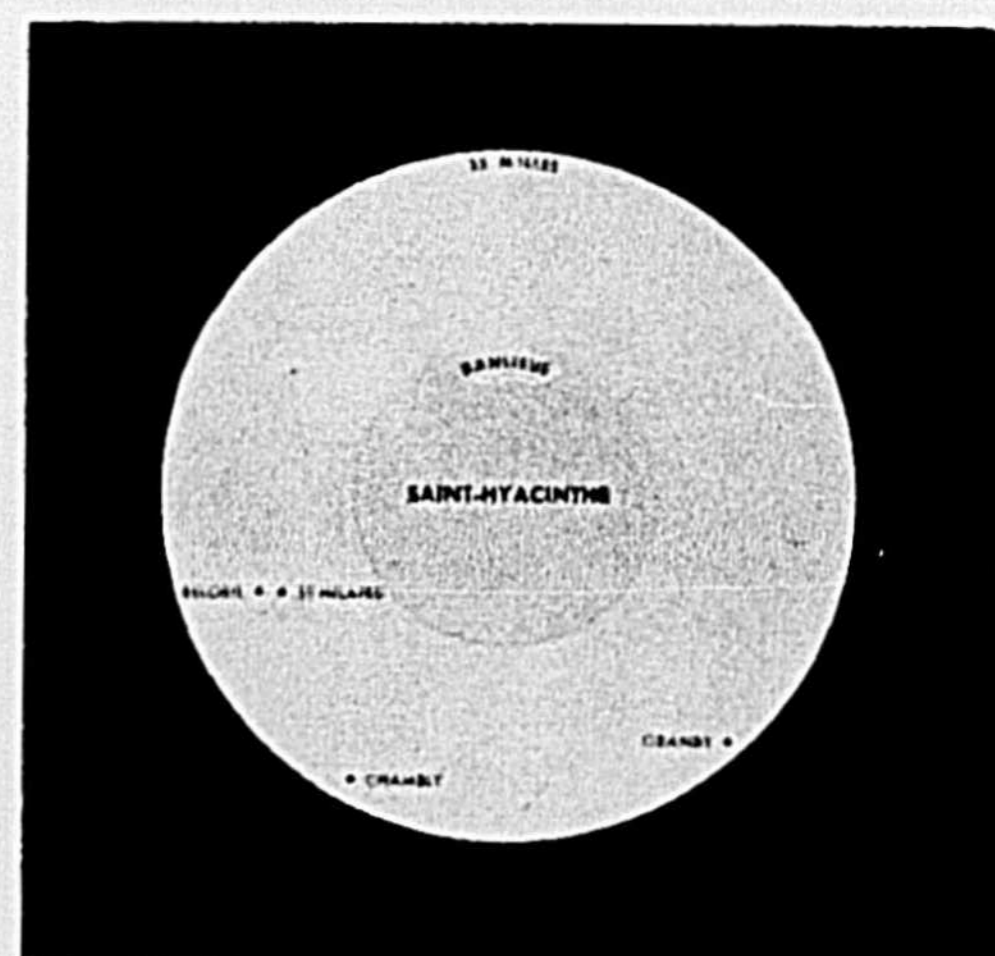
La ville occupe une superficie de près de 7,000 milles carrés, à une altitude variant de 97 à 110 pieds au-dessus du niveau de la mer.

Elle se trouve à 32 et 38 milles de deux ports de mer intérieurs, ceux de Montréal et de Sorel.

Il est intéressant de savoir qu'elle est à 120 milles de Québec, capitale de la province, à 350 de Toronto, 340 de Boston, 400 de New-York, et qu'elle possède deux pistes d'atterrissage pour petits avions, l'une et l'autre à un mille de son centre.

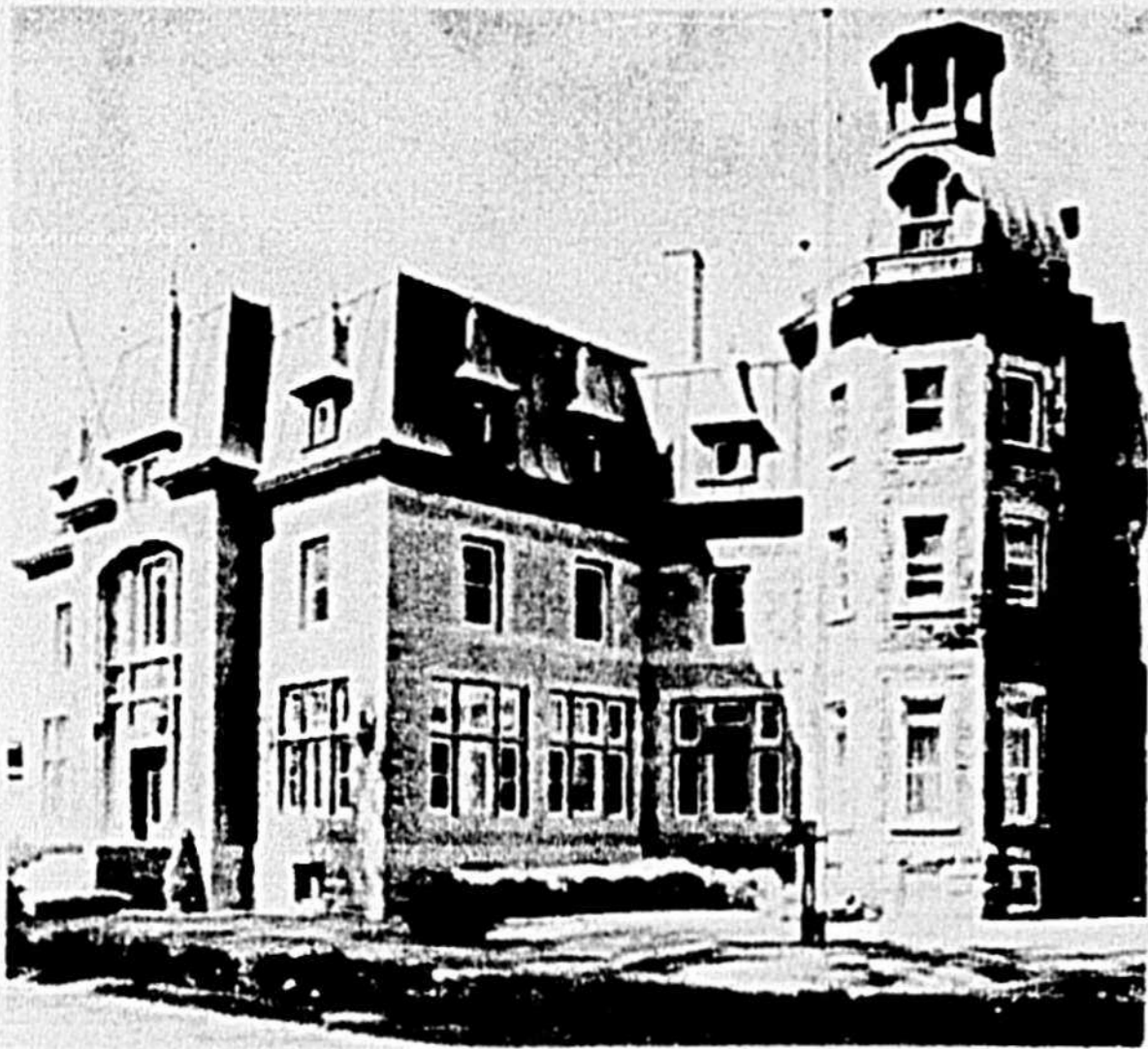
Pour être une ville industrielle et commerciale, Saint-Hyacinthe offre aussi le caractère d'une ville intellectuelle, par l'importance de ses maisons d'instruction et d'éducation.

Outre son petit Séminaire et le Collège Saint-Maurice, institutions d'enseignement classique pour jeunes gens et



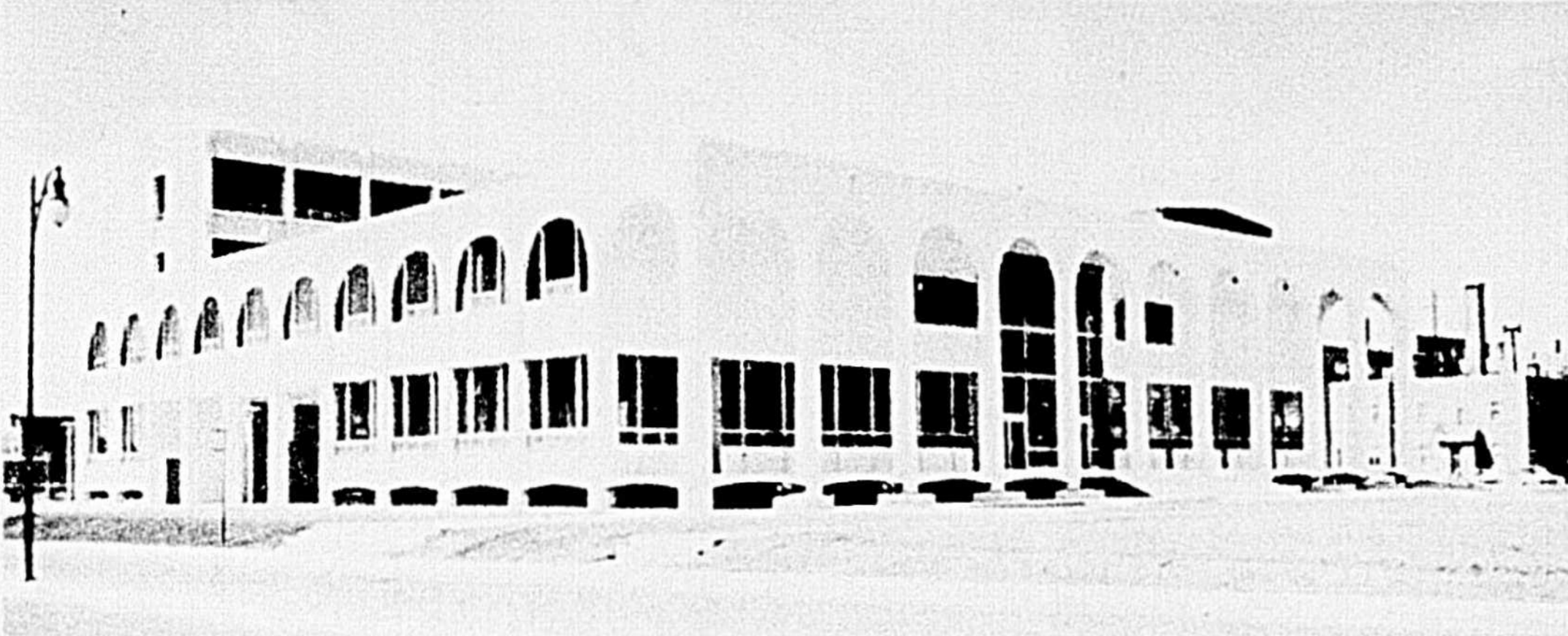
POPULATION
x : 37,000
xx : 200,000





Hôtel-de-ville

Cité de S.-Hyacinthe



Palais de Justice



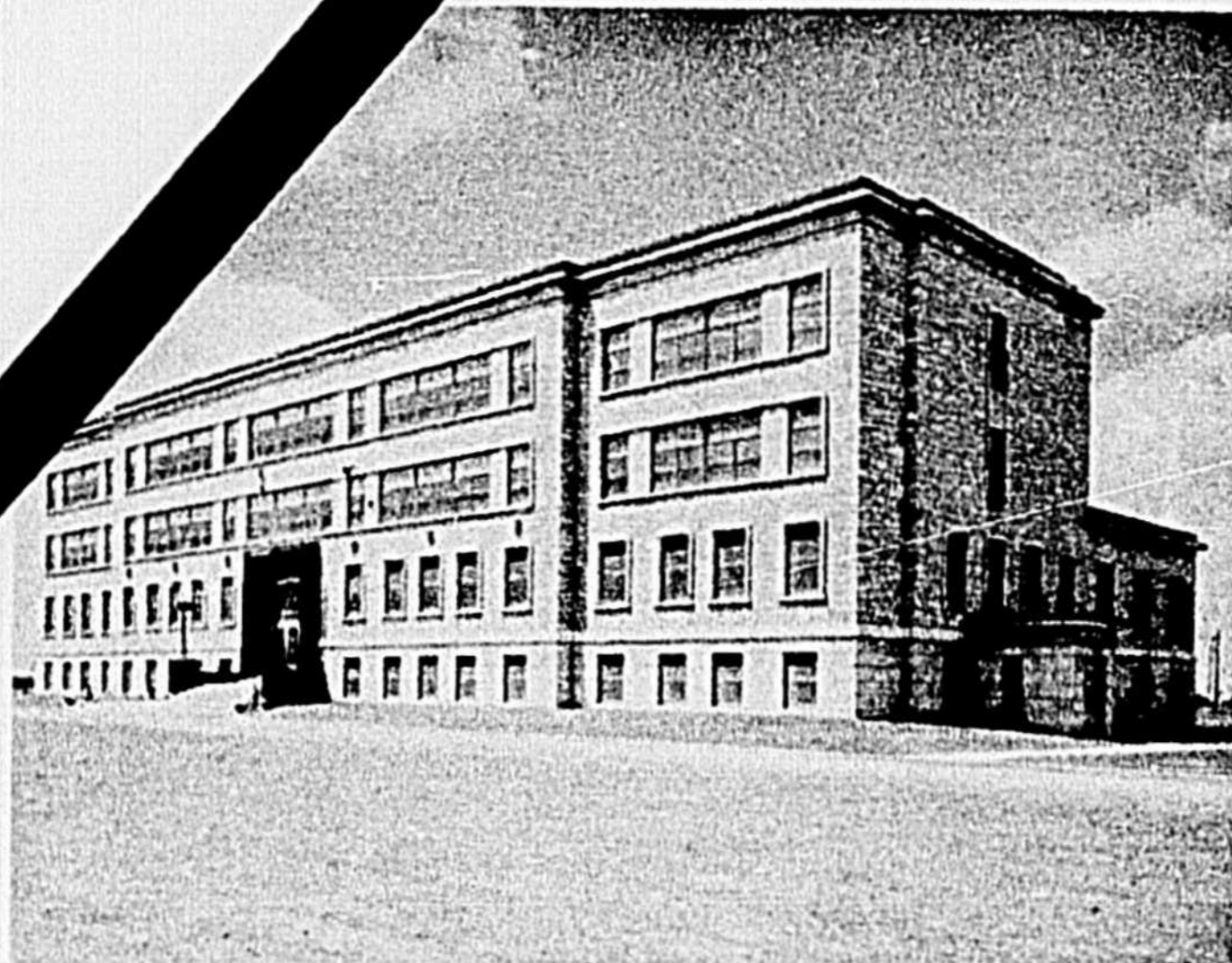
Ecole secondaire Fadette

jeunes filles, qui se fondent aujourd'hui avec le CEGEP de Saint-Hyacinthe, elle aura demain une vaste école polyvalente qui accueillera environ 4,600 étudiants des deux sexes.

On y compte encore, en marge des écoles de formation primaire et secondaire, l'Ecole de Médecine Vétérinaire, faculté de l'Université de Montréal, un Grand Séminaire de Théologie, un Institut familial pour jeunes filles, de même que deux institutions relevant du Gouvernement de la province : l'Institut des Textiles et le nouvel Institut de Technologie agricole, ce dernier absorbant l'Ecole provinciale de Laiterie, fondée en 1892 et la plus ancienne du genre au Canada.



Institut de Technologie agricole



Ecole de Médecine Vétérinaire



Centre d'Apprentissage des Métiers de la Construction

SAINT-HYACINTHE... UNE VILLE À L'IMAGE DU QUÉBEC !

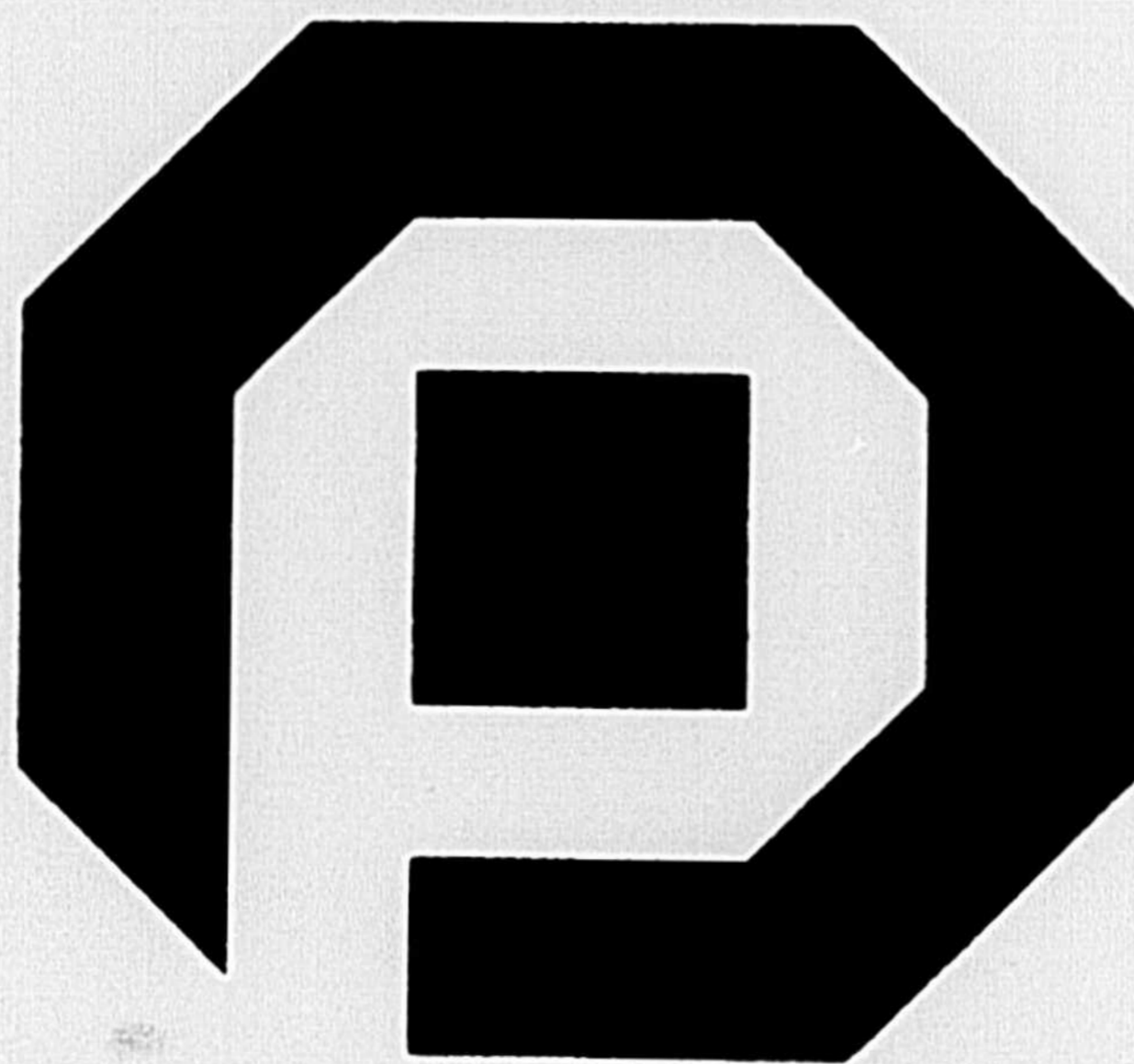
Une ville dynamique, en pleine expansion.

Une ville chaque jour plus consciente de ses énormes possibilités.

Nous sommes heureux de lui rendre ici hommage. Car la Banque Provinciale s'est toujours souciée de participer activement à l'essor économique du Québec.

A Saint-Hyacinthe, comme partout dans la province, elle favorise toutes les initiatives sérieuses dans les divers secteurs de l'industrie.

A chacun des bureaux de la Banque Provinciale, vous trouverez un accueil courtois et des services bancaires qui faciliteront la conduite de vos affaires.



banque provinciale



M. Lucien Larivée, fondateur et directeur de **Lucien Larivée Inc.**



Le Club Quart de Siècle : de gauche à droite : MM. Rosaire Lamoureux, directeur général des ventes, 28 ans de service; Roger Brodeur, directeur à la production, 27 ans; Lucien Larivée, directeur-fondateur; Roger Frappier, directeur à l'expédition, 26 ans; Marcel Brodeur, 26 ans.

Quelque 600,000 caisses de breuvages gazeux, c'est là la production moyenne et annuelle de l'établissement d'embouteillage **Lucien Larivée**, à Saint-Hyacinthe.

Six cent mille caisses par année, cela veut dire 11,538 caisses par semaine, en chiffres ronds, et 11,538 caisses de 24 bouteilles, de 6, 10 ou 26 onces chacune, selon les cas, cela signifie un total de 276,912 bouteilles.

Il y a peu de gens qui peuvent loger pareille quantité de bouteilles dans leur cave.

Quand la maison Larivée montre une production annuelle de 600,000 caisses, elle n'est pas, comme on dit, au bout de son rouleau.

Au vrai, ses possibilités sont d'un million de caisses par année, et il lui est arrivée, dans des circonstances particulières, de les produire.

A lire ces chiffres et détails, on a l'impression que personne n'a beaucoup le temps de se tourner les pouces, dans l'un ou l'autre des vastes locaux que comprend l'immeuble Larivée, à l'angle du boulevard Laframboise et de la rue Blanchet.

Dépassant à peine soixante ans, M. Larivée, fondateur et directeur de la maison, qu'il ne perd jamais de l'œil, a la satisfaction de dire qu'il la construisit lui-même de ses mains, un peu plus chaque année, et qu'elle est pour lui un motif de fierté.

Son usine de fabrication et d'embouteillage est la plus moderne de la province, automatisée dans toutes ses parties, et il est bon de rappeler que l'outillage en entier fut renouvelé il y a cinq ans.

Qu'on le croie ou non, seize camions quittent les lieux chaque matin, pour livrer la marchandise à Saint-Hyacinthe et dans un rayon de 25 milles, se rendant jusqu'à Varennes, à 30 milles de distance.

Les produits embouteillés sont au nombre de 14, dont les principaux sont ceux des compagnies **Pepsi-Cola** et **Schweppes**, connus dans le monde entier.

La maison **Lucien Larivée Inc.**, qui se fonde avec les **Placement Lucien Larivée Ltée**, débuta en 1930 à Saint-Hyacinthe, dans des locaux si modestes que le souvenir s'en est perdu pour la plupart des gens.

En ce temps-là, comme il est dit aux contes de fées, l'usine première se trouvait sur la rue Calixa-Lavallée, et les propriétaires y fabriquaient eux-mêmes leurs propres eaux gazeuses, dont celle baptisée **La Charmeuse**, depuis longtemps défunte.

Dès 1935, la compagnie Larivée se voit confier l'agence de **Pepsi-Cola**, et c'est pour elle un tournant, dans le meilleur sens du mot.

L'usine, devenue trop exigüe, se transporta dans le Bourg-Joli — quartier de Saint-Hyacinthe — en 1939, et quatre agrandissements furent nécessaires, de 1944 à 1967.

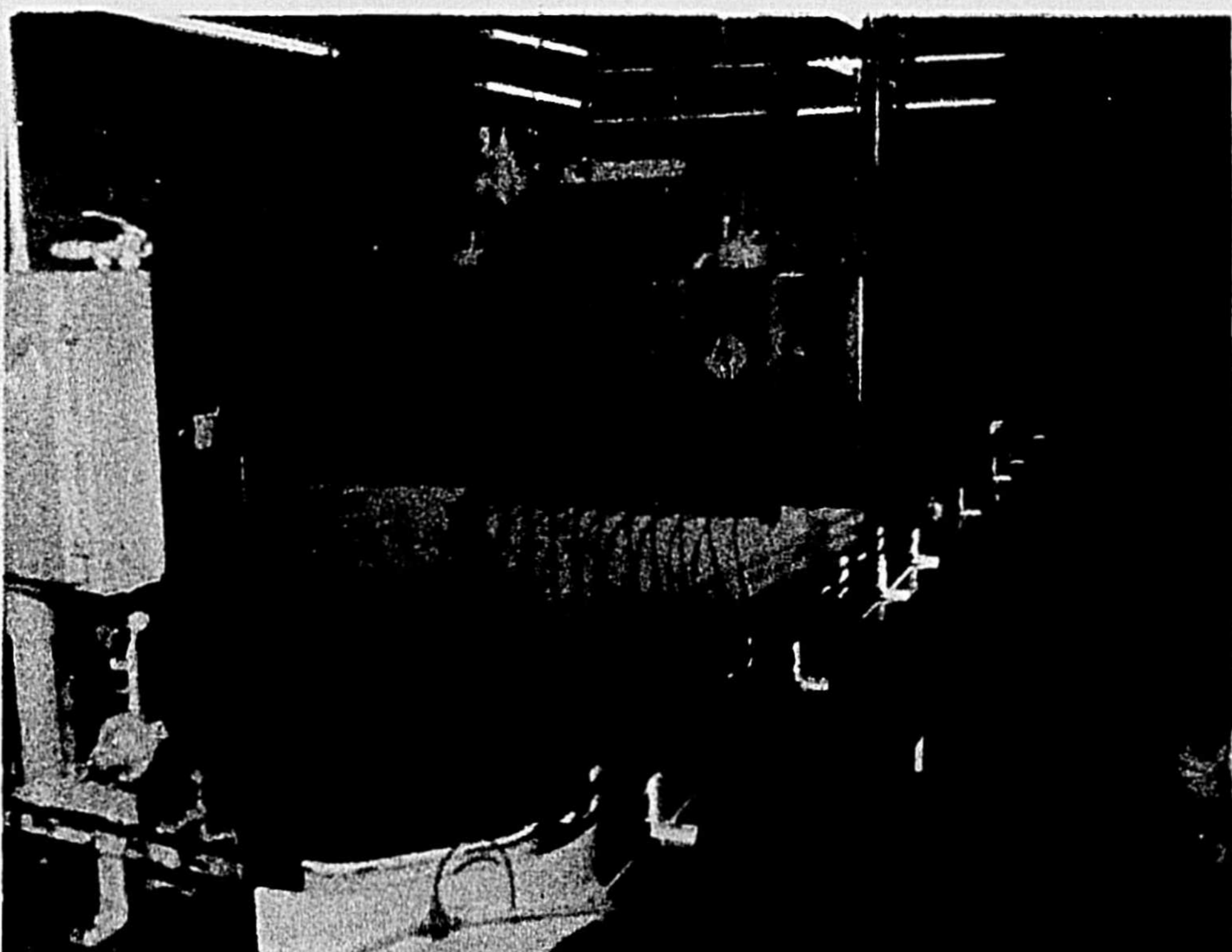
L'affaire, d'un bout à l'autre, fut édiflée par le réinvestissement des bénéfices réalisés.

En 1949, M. Larivée acceptait d'ajouter à la sienne la distribution des produits de la Brasserie **Dow**.

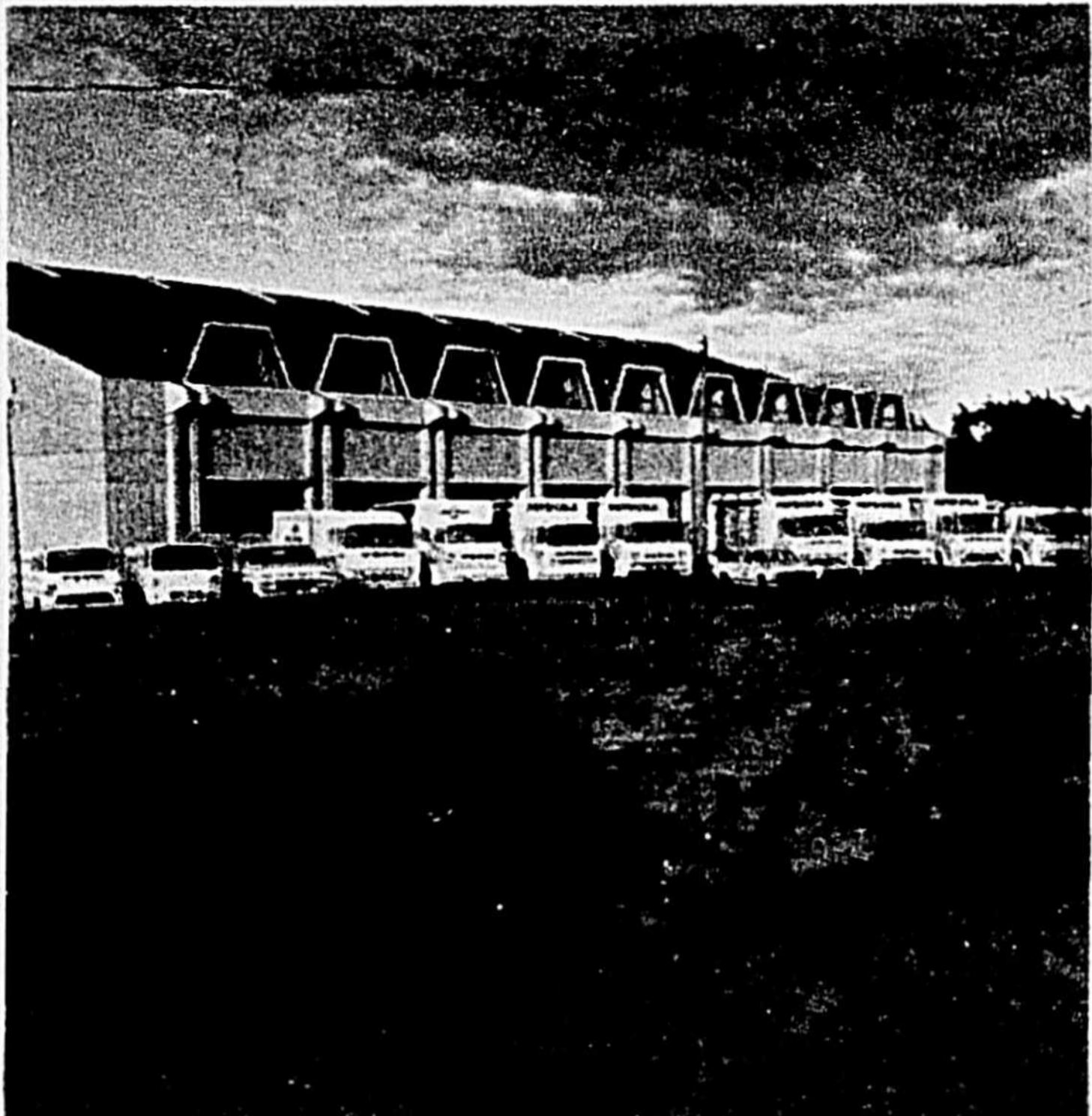
LUCIEN LARIVÉE Inc.



Le personnel du bureau. De gauche à droite : MM. Jean-Paul Dupuis, comptable; Yvan Larivée, directeur; Marcel Beauchemin, comptable, et Mlle Suzanne Lussier, secrétaire.



Vue d'ensemble de l'embouteillage



A votre service



Vue d'ensemble de l'usine d'embouteillage.

Ce qu'est la propreté des produits Larivée

Chez Lucien Larivée, chaque bouteille est trempée et frottée, à l'intérieur comme à l'extérieur, avant d'être remplie de nouveau.

Et ce, pendant au moins 20 minutes.

La bouteille est lavée à plusieurs reprises à l'aide de solutions chaudes de détergent, mesurées avec grand soin, et elle est ensuite rincée à l'eau chaude, puis froide, avant d'être égouttée à fond.

S'il existe plusieurs modèles de machines à laver, un trait leur est commun : chaque bouteille, lavée par l'une ou l'autre, est d'une propreté et d'une stérilité absolues.

Quittant la machine, la bouteille passe devant un inspecteur qui, à l'aide de puissants rayons lumineux, peut s'apercevoir de la moindre imperfection.

Cet inspecteur est souvent remplacé dans la journée, afin que l'on soit sûr d'une efficacité au maximum.

La saveur Pepsi-Cola

La fameuse saveur Pepsi-Cola existe sous la forme d'un concentré, auquel viennent s'ajouter le sucre et l'eau purifiée. Le sirop ainsi formé est ensuite combiné avec l'eau "carbonatée" pour constituer le breuvage complet. Ce procédé semble facile mais, en réalité, il requiert une grande attention et l'usage de machines d'une précision scientifique.

Il existe deux méthodes de fabrication. La première consiste à pousser séparément le sirop et l'eau purifiée dans des tuyaux en acier inoxydable vers une machine qui jauge exactement les quantités idéales des deux liquides. Cette machine, appelée "carbocooler", mélange, refroidit et "carbonate" sous pression les deux liquides avant de les diriger vers les remplisseuses. La seconde méthode consiste à pousser le sirop dans des tuyaux en acier inoxydable vers la remplisseuse, machine qui fait les proportions exactes du sirop avant de le verser dans les bouteilles. La quantité d'eau "carbonatée" requise est ensuite ajoutée dans la bouteille.

A ce point, le Pepsi-Cola est mis en bouteille et scellé, toujours dans les conditions les plus sanitaires qui soient, ces opérations étant rigoureusement contrôlées pour assurer une haute qualité uniforme du breuvage.

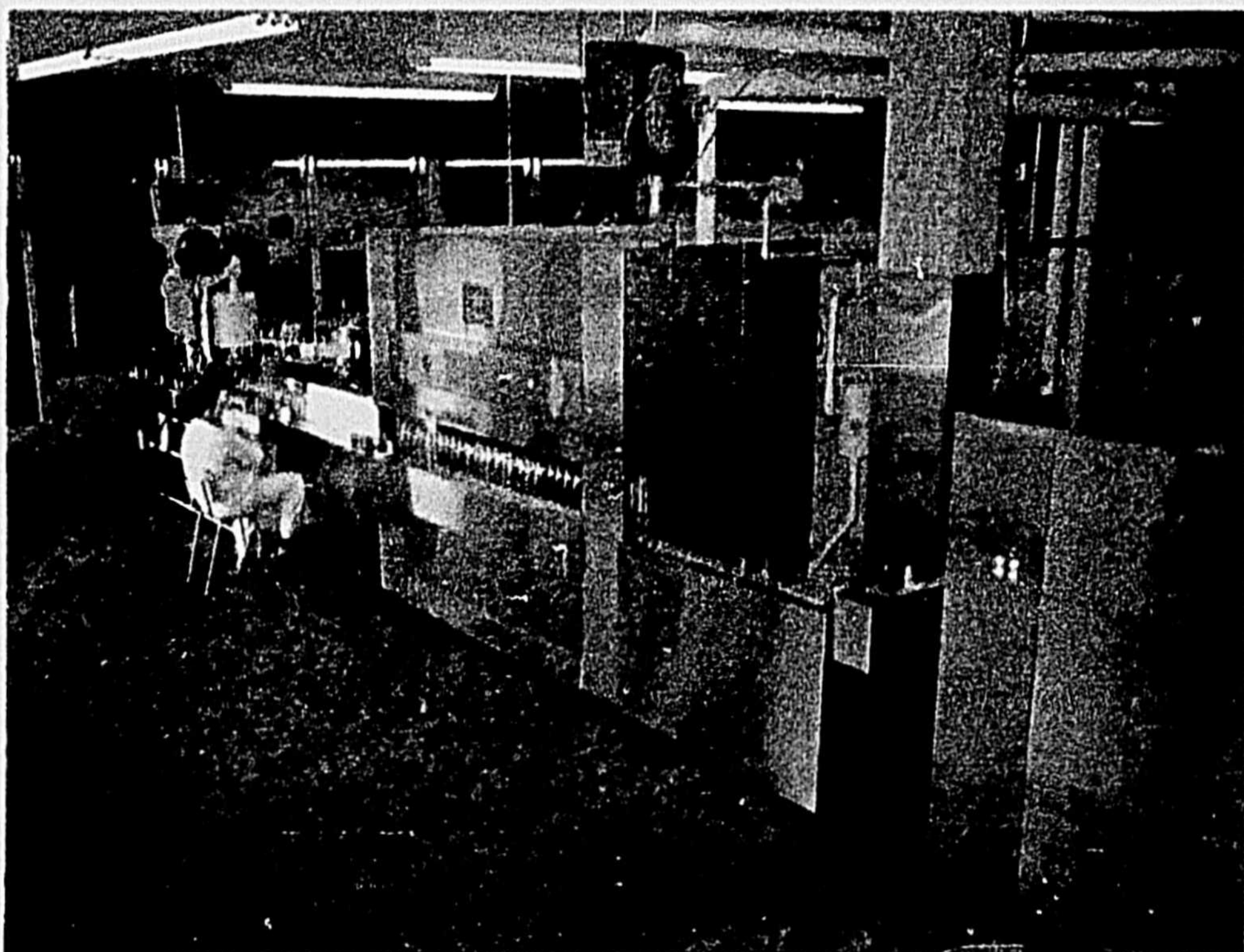
Lorsque le sirop Pepsi-Cola et l'eau scientifiquement purifiée sont mélangés et "carbonatés" au préalable, il ne reste plus qu'une opération, c'est-à-dire, le jaugeage exact du breuvage versé dans chaque bouteille. Dans la seconde méthode, une

quantité de sirop exactement mesurée est d'abord versée dans la bouteille et ensuite la bonne quantité d'eau "carbonatée" y est ajoutée.

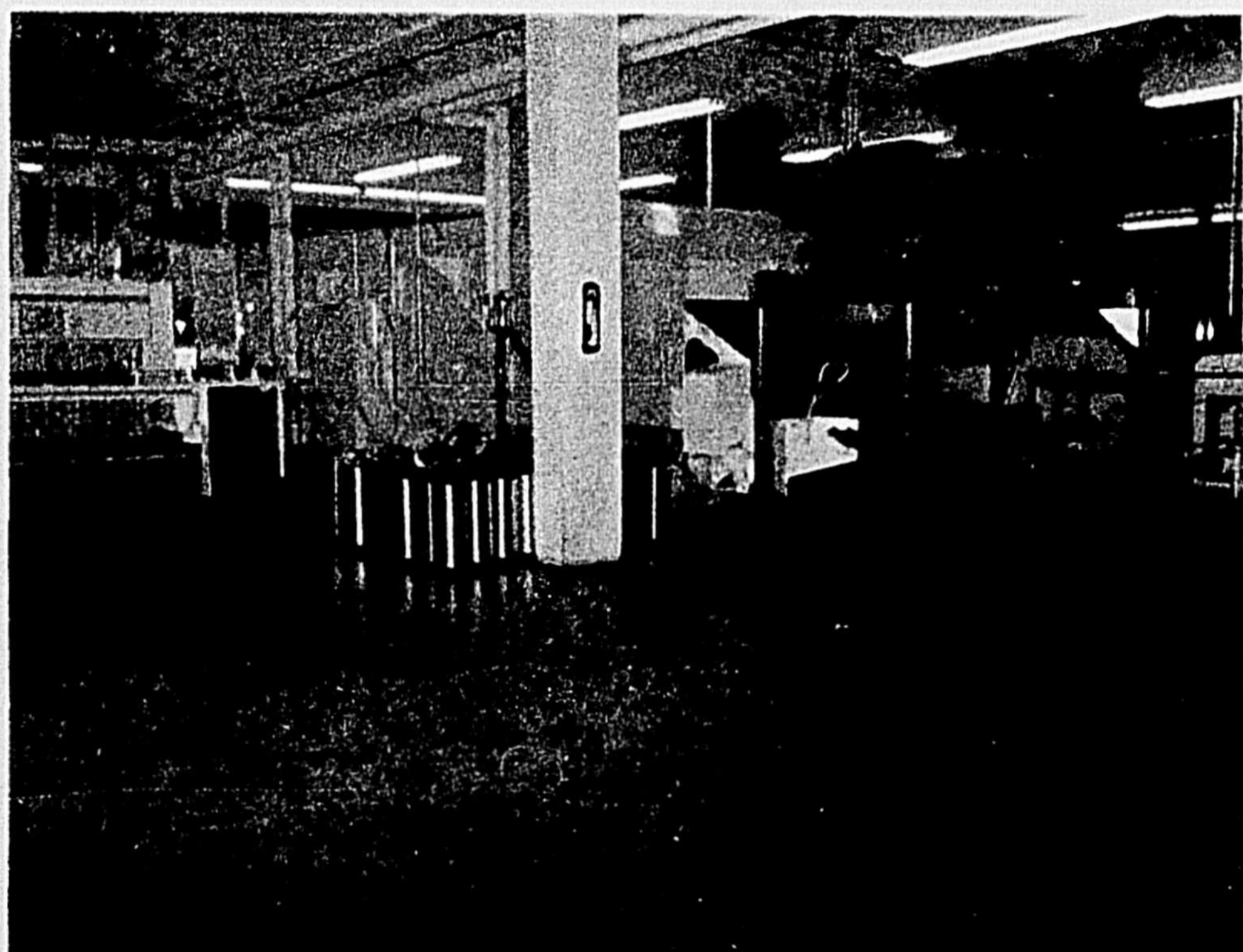
En quittant la remplisseuse, chaque bouteille passe par la capsuleuse où une capsule étamée et doublée de liège est placée sur le goulot de la bouteille et pressée hermétiquement. Dans le second procédé, où les deux ingrédients principaux sont versés séparément dans la bouteille, un "agitateur" mélange complètement le sirop avec l'eau carbonatée après l'opération du capsulage.

A partir de l'instant où la bouteille vide entre dans la machine à laver jusqu'au moment où elle est mise en caisse pour la livraison, ni le Pepsi-Cola ni sa bouteille éclatante de propreté n'ont été touchés par une main d'homme.

L'eau qui entre dans cette usine d'embouteillage est de même qualité que celle que vous utilisez tous les jours à table. Propre et tout à fait potable, comme vous le pensez bien — toutefois, pas suffisamment pure pour la délicate saveur Pepsi-Cola ! L'eau de Pepsi-Cola est traitée pour obtenir une purification encore plus complète... les matières organiques dissoutes sont enlevées par coagulation... un traitement chimique élimine l'excès d'alcalinité... une filtration au "noir animal" retire la plus infime trace d'odeur et de goût. Enfin, l'eau utilisée pour le "Pepsi" est littéralement polie car elle passe à travers les disques d'un filtre de papier pour la débarrasser de toutes particules microscopiques.



Embouteillage des produits Larivée



La compagnie Lucien Larivée Inc. utilise un outillage moderne

SUPERSEAL n'attend pas la chance... elle prévoit et organise.

Une industrie prospère et se développe dans la mesure où elle sait s'adapter aux besoins nouveaux de la vie économique.

Telle est la philosophie de Superseal Corporation, de Douville, membre depuis 1962 de la Corporation d'Expansion Financière (Corpex), une société montréalaise à capitaux canadiens, et c'est sans aucun doute possible la raison pour laquelle Superseal connaît un développement continu et prépare de nouvelles initiatives pour les années à venir.



Vue d'ensemble de Superseal Corporation, à Douville, en banlieue de Saint-Hyacinthe.

UNE SPÉCIALITÉ: le panneau à double vitrage scellé

Lorsqu'en 1952, Superior Window Company Limited s'installa à Douville, en banlieue de Saint-Hyacinthe, les débuts furent des plus humbles.

C'était une entreprise spécialisée dans la vente et l'installation de quincaillerie de fenêtre (coupe-froid, revêtement de métal, moustiquaires, etc.) et dans la fabrication de cadres de double vitrage en aluminium.

Rapidement cependant, la compagnie développa un nouveau produit: le panneau à double vitrage scellé (superseal).

Celle-ci fut une des premières compagnies à se spécialiser dans un tel produit au Canada et l'excellence du produit aidant, elle fut solidement installée sur le marché québécois et canadien en quelques années.

Aujourd'hui, Superseal Corporation vend au Québec, en Ontario, dans les Maritimes et même dans l'Ouest du pays. Elle est une des plus importantes compagnies du genre au Canada et la plus vaste dans un seul ensemble industriel.

UN CHANGEMENT IMPORTANT

En 1962, Superior Window Company Ltd fut achetée par Corpex et cet important groupe financier infusa une vie nouvelle à l'entreprise de Douville.

Grâce à un personnel compétent, encadré par des hommes jeunes et dynamiques (la moyenne d'âge des cadres est de 33 ans), la compagnie développa des techniques nouvelles de production et elle installa des chaînes de montage efficaces et assurant un contrôle permanent de la qualité du produit.

À l'exception du verre, les produits nécessités dans la fabrication des panneaux scellés sont fabriqués en tout ou en partie à l'usine locale.

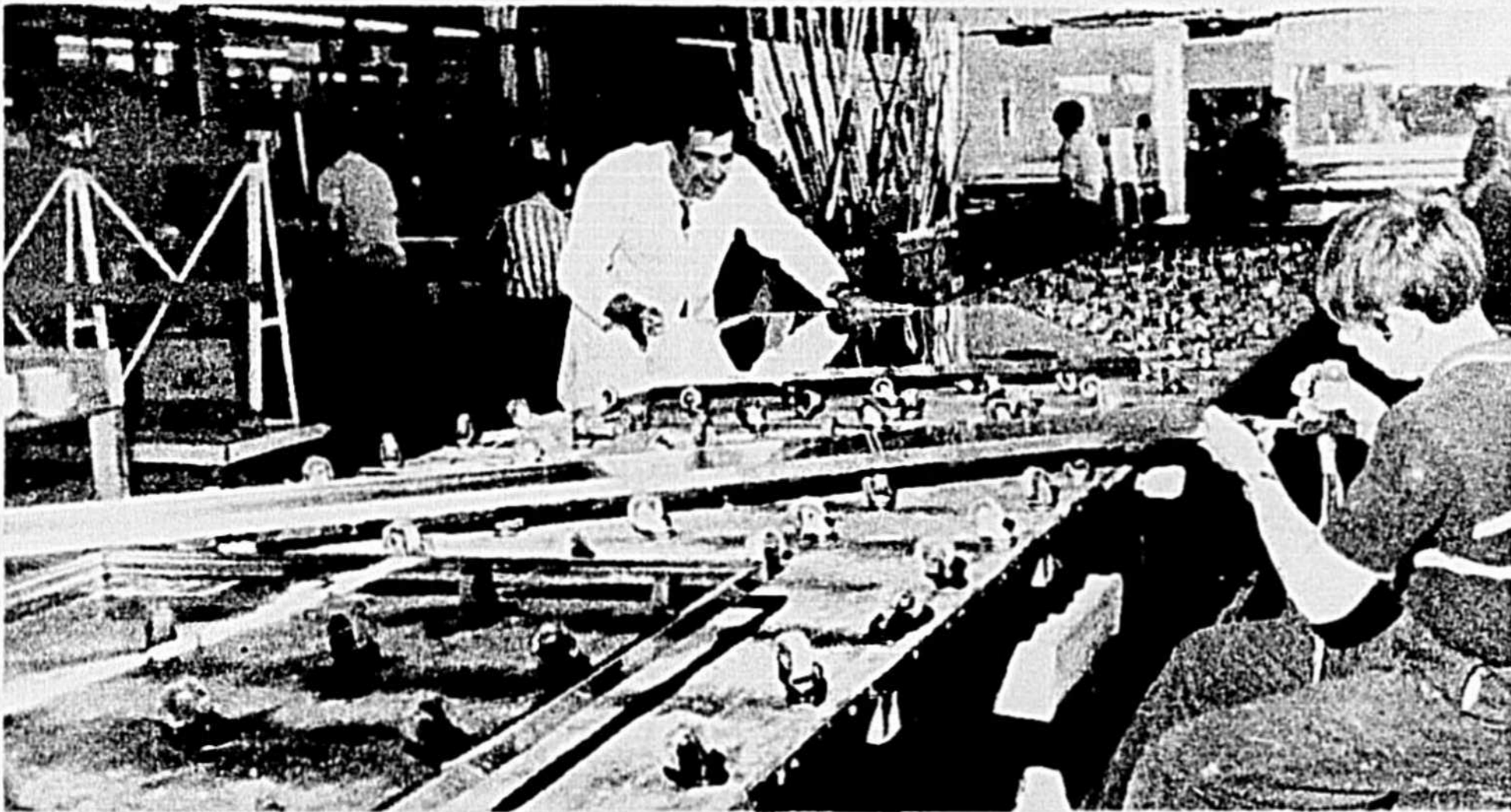
En cours de production, des échantillons sont prélevés et sont soumis à une analyse sévère dans le laboratoire de la compagnie.

Un tel procédé assure un produit dont la qualité ne se dément jamais.

Pour le service extérieur et la livraison des panneaux scellés, une flotte de six camions et de trois voitures est à la disposition de la clientèle.

Les résultats sont là pour prouver le bien-fondé des vues des dirigeants de l'entreprise: en 1967, le chiffre d'affaires s'éleva à \$2,500,000. et d'ici trois ou quatre ans, on prévoit qu'il aura doublé ou presque.

Pendant la même année, les salaires se chiffrent à \$400,000 et depuis 1962, plus de \$250,000 de dividendes ont été payés aux actionnaires de la compagnie.



Une des deux lignes d'assemblage qui fabriquent le fameux panneau à double vitrage scellé.



Les verrières sont aussi montées à l'usine de Superseal et c'est sous la direction de Marcelle Ferron, artiste de Montréal, que ce travail délicat est effectué.

UNE INITIATIVE RÉVOLUTIONNAIRE

Dans un effort constant pour diversifier sa production et offrir à sa clientèle une gamme de produits de plus en plus étendue, Superseal Corporation s'est lancée depuis un an dans la production de panneaux décoratifs (verrières).

À cette fin, elle s'est assurée les services exclusifs d'une artiste montréalaise, Marcelle Ferron, et la première expérience en la matière fut un succès incontesté: la sortie du Métro "Champ de Mars", à Montréal. À ce sujet, voici ce que disait M. Laurent Lamy, critique d'Arts du journal La Presse à l'occasion de l'ouverture des stations de métro que des artistes connus venaient de décorer. Déplorant le manque de bon goût et de caractère artistique des artistes qui ont décoré les stations Crémazie et Place des Arts, l'auteur ajoute:

Sans doute, les choses se sont passées différemment à la sortie de la station Champ de Mars avec les immenses verrières de Marcelle Ferron. Prévue comme un prolongement plastique de l'architecture, leur existence découle de la conception architecturale. La partie vitrée est non seulement partie intégrante de la sortie, mais elle en constitue l'essentiel.

Un tel hommage est à l'honneur de l'artiste et de la compagnie qui lui a fourni les instruments de travail adéquats.

Superseal Corporation entend continuer la production de verrières et à l'heure actuelle, elle est à mettre au point des procédés de fabrication qui révolutionneront cette industrie.



Le contrôle de la qualité des produits est effectué en laboratoire sur des échantillons retirés des lignes de montage.

UN PERSONNEL AVIDE DE CONNAÎTRE

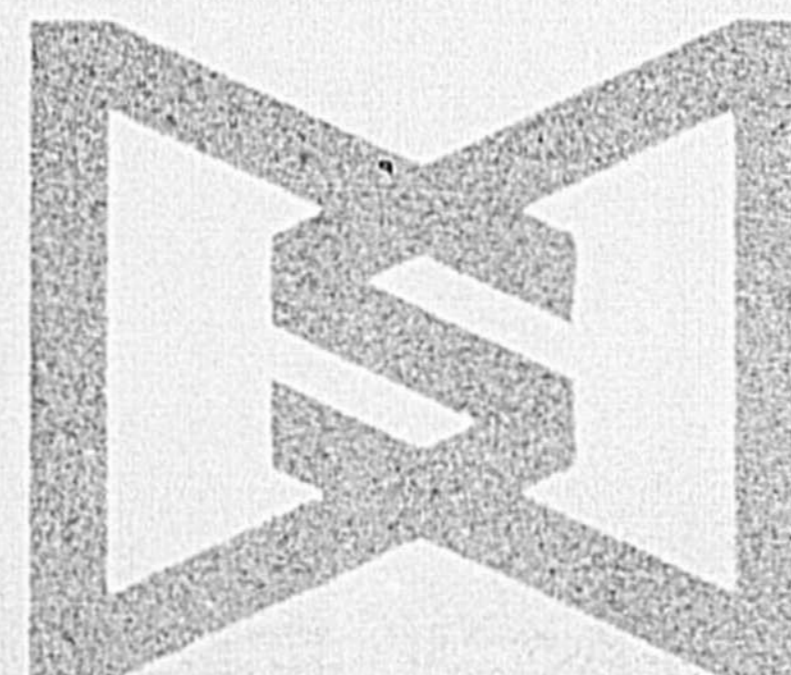
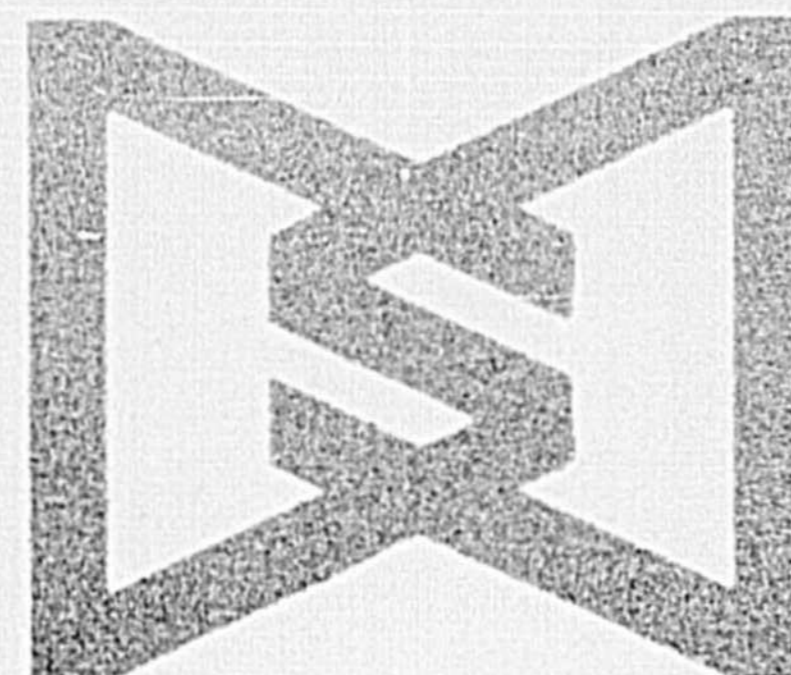
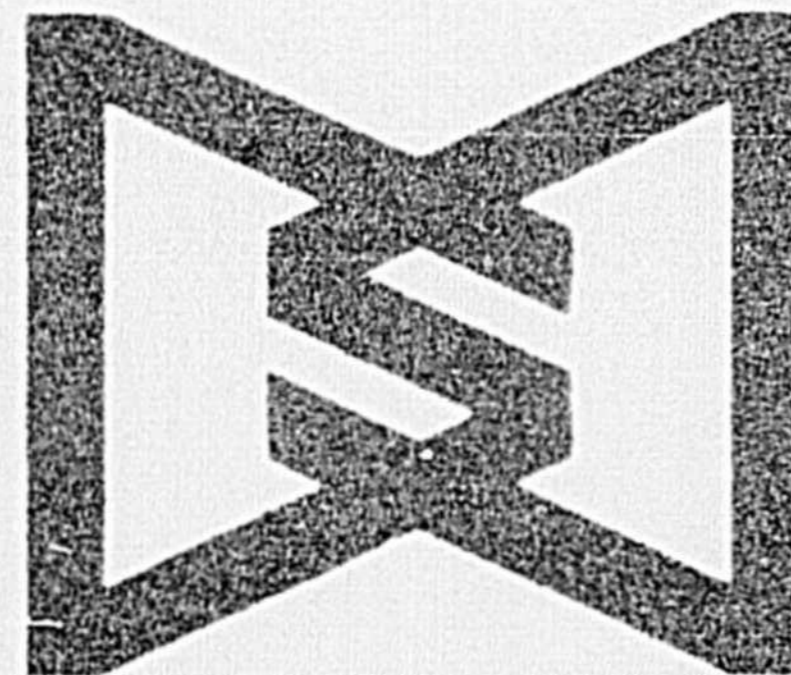
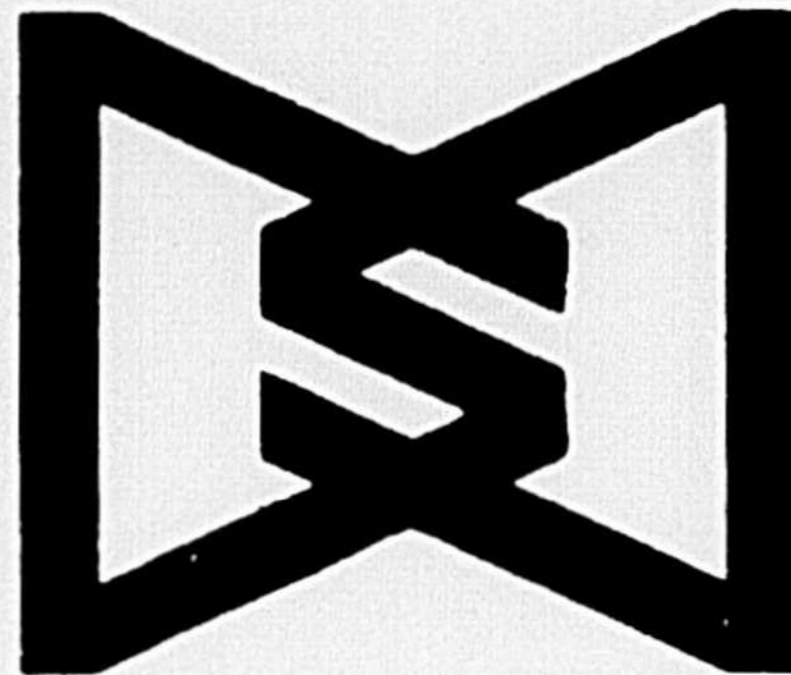
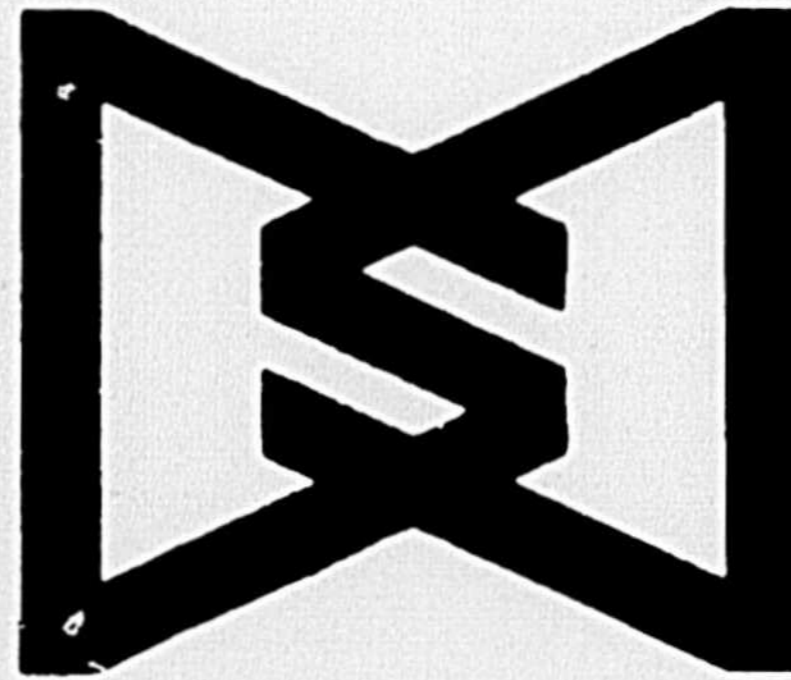
Le développement et la mise en application de techniques nouvelles suppose un personnel compétent et avide de progresser et Superseal Corporation est un modèle à suivre sur ce point.

En effet, la compagnie encourage les employés à poursuivre leurs études par des cours du soir et à cette fin, elle va même jusqu'à défrayer l'inscription des cours suivis par son personnel.

Une telle offre répond à un désir des employés et à l'heure actuelle, de nombreux ouvriers de bême que la totalité du personnel de bureau suivent des cours du soir en comptabilité, administration du personnel ou autres, connexes à leur travail.

La compagnie emploie de 50 à 65 ouvriers, le nombre variant légèrement avec l'évolution de la construction domiciliaire et autre, et 22 personnes travaillent dans le bureau ou font office de vendeurs.

Superseal Corporation est une compagnie jeune qui groupe des dirigeants dynamiques et un personnel compétent. Aussi, il est à prévoir que d'ici quelques années, la superficie qu'occupe la compagnie, actuellement 42,500 pi.ca., s'étendra rapidement et que le nombre d'employés s'accroîtra en proportion, augmentant la contribution de Superseal au bien-être local et à l'excellence de la région.



Une réussite canadienne-française à 100%

Le pionniers qui défrichèrent notre pays furent sans contredit de ces hommes qui trouvèrent un stimulant dans les difficultés quotidiennes et qui, mûs pas une foi indestructible en l'œuvre à accomplir, ne se laissèrent arrêter par aucun obstacle. M. Théophile-Alexis Saint-Germain, fondateur de la compagnie d'assurance que les Maskoutains persistent à nommer "La Mutuelle", appartient à cette race.

Naissance de la Compagnie

Avant 1907, les compagnies d'assurance étrangères faisaient la pluie et le beau temps au Canada et de façon particulière au Québec. Les sièges sociaux de ces compagnies se situaient en Angleterre pour la plupart et ignoraient, presque entièrement, les conditions locales. Ceci avait été une situation où plusieurs commerces et moulins à scie en particulier, ne jouissaient pas des services d'assurance dont ils avaient besoin pour progresser.

M. T.-A. Saint-Germain, qui d'apprenti forgeron devint chef de gare à Saint-Hyacinthe et dans la région, reconnut l'opportunité que cet état de choses offrait. Il convainquit une dizaine de marchands généraux de la région de la nécessité de fonder une mutuelle contre l'incendie. C'est ainsi que la "Mutuelle du Commerce contre l'Incendie" vit le jour en février 1907.



Les employés de la première heure, en 1907, dans ce qui est aujourd'hui le GRAND-HOTEL

LE GROUPE COMMERCE

LES COMPAGNIES
D'ASSURANCE

GENERALE DE COMMERCE
CANADIENNE MERCANTILE
CANADIENNE NATIONALE



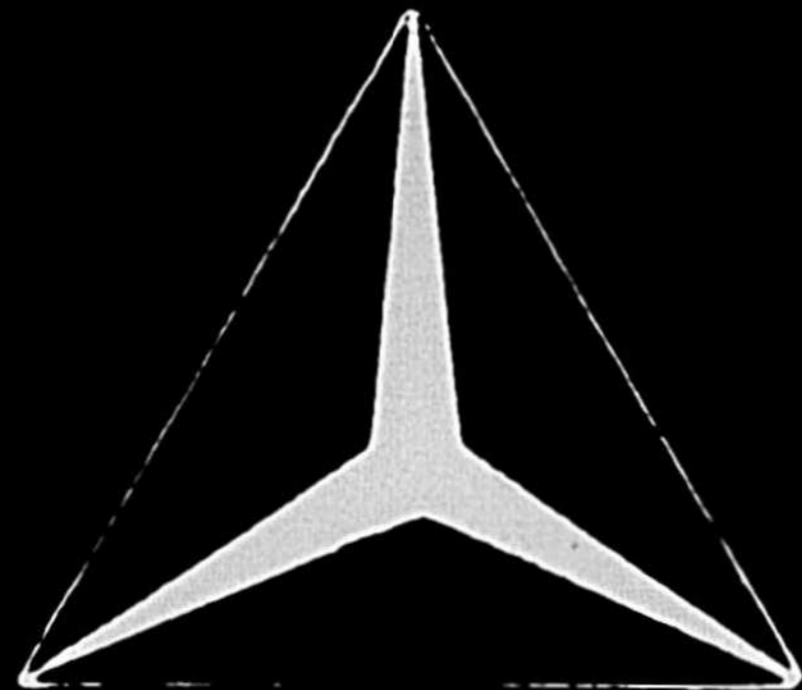
M. BENOIT BENOIT
président du Groupe Commerce



M. JEAN-RENE SAINT-GERMAIN
vice-président exécutif



M. GUY SAINT-GERMAIN
directeur général



Le premier bureau fut ouvert au coin des rues Mondor et Girouard, là où se trouve aujourd'hui la salle d'attente du Grand-Hôtel. Ce ne fut pas une période facile; il fallut vaincre la réticence des Canadiens français d'alors, il fallut créer une organisation de toutes pièces. Un groupe de vendeurs fut formé qui comprit des figures fascinantes. Ces vendeurs sillonnèrent ce qui était alors le Québec dans des conditions excessivement difficiles. Un employé actuel se rappelle le temps où il circulait en Gaspésie en voiture à cheval, avec des briques chauffées pour lutter contre le froid l'hiver, sous la peau d'ours...

En 1909, la Mutuelle du Commerce acquit la Compagnie Mutuelle des Scieries Mécaniques. Ce fut la naissance de la **Canadienne Mercantile**, qui se porta acquéreur en 1932 de **La Moderne**, alors en faillite.

En 1918, une troisième compagnie d'assurance fut formée afin de participer aux assurances vendues par les deux autres compagnies et prit le nom de **Compagnie d'Assurance Canadienne Nationale**.

Une compagnie dynamique

L'impulsion première que donna M. T.-A. Saint-Germain est encore perceptible à ce jour alors que la troisième génération de la famille est mue par un dynamisme générateur de succès.

Si les débuts furent pénibles, la situation évolua de façon rapide et du vivant du fondateur, les trois compagnies d'assurance connurent une expansion extraordinaire. En "La Mutuelle" prit le nom de **Compagnie Générale de Commerce**, bien que pour un grand nombre, elle reste "La Mutuelle". Les compagnies connurent alors, sous la direction de M. Benoit Benoit, gendre de M. T.-A. Saint-Germain, une croissance presque sans nulle autre pareille dans le monde de l'assurance au Canada.



Le 3^e étage du siège social de la compagnie est occupé par la section des assurances-réclamations.

En 1958-59, l'ensemble des compagnies adopta une nouvelle désignation: **Le Groupe Commerce** et depuis lors, au plan provincial comme au plan national, elles sont connues comme telles. **Le Groupe Commerce** couvre un éventail considérable de responsabilités: automobile, incendie, responsabilité civile, responsabilité patronale, biens mobiliers, cautionnement, vol, transport intérieur, bris de glace, détournement de fonds, bouilloire, accident et faux.

Toutes les assurances sont traitées par voie de courtiers et un système unique d'agents de réclamations garantit un service rapide et équitable aux dizaines de milliers de clients de la compagnie, à travers toute la province.

En 1968, **Le Groupe Commerce**, avec des ventes annuelles de \$32,000,000, se classe au onzième rang pour le Canada parmi quelque 400 compagnies et au premier pour la province de Québec. Il a un actif de \$56,000,000, qui le classe parmi les institutions commerciales canadiennes-françaises les plus importantes.

APPORT ORIGINAL A LA RÉGION

Le Groupe Commerce emploie quelque 575 personnes, dont 380 au siège social de Saint-Hyacinthe. Il a versé \$2,250,000 en salaires en 1967, dont \$1,500,000 aux employés du siège social à Saint-Hyacinthe.

Depuis le début, la compagnie a placé sa confiance dans l'esprit d'initiative des Canadiens français, laquelle ne demande qu'à être exploitée.

"Donnez des responsabilités au Canadien français, soutient M. Guy Saint-Germain, directeur général de la compagnie, et il saura les assumer. **Le Groupe Commerce** en est la preuve. Il a été créé par des Canadiens français et développé par eux exclusivement, il est devenu une des grandes institutions canadiennes d'assurance générale."

L'ASSURANCE A L'ÈRE DE L'ÉLECTRONIQUE

Une bonne proportion des employés qui représentent la compagnie à l'extérieur de Saint-Hyacinthe, au Québec, en Ontario, dans l'Ouest Canadien ou les Provinces Maritimes, sont originaires de la région et comme le recrutement des cadres se fait de préférence sur place, il y a là de magnifiques débouchés pour les jeunes de la région.

Les possibilités fantastiques de développement du Groupe Commerce tiennent les responsables en haleine et les obligent à améliorer sans cesse leurs services pour assurer un service plus rapide et plus adéquat aux clients présents et futurs.

Le volume d'affaires et le vaste champ que couvrent les assurances de la compagnie a nécessité la mise au point de systèmes et procédures complexes qui utilisent tout ce qu'il y a de plus moderne en fait d'équipement. Ces équipements sont achetés en grande partie par l'intermédiaire de représentants ou commerçants résidant dans notre ville. C'est ainsi que la compagnie I.B.M. installait dernièrement son représentant à Saint-Hyacinthe.

Au Québec, à l'exception de Montréal et Québec, il n'y a pas une seule ville qui compte dans ses limites une institution financière de l'envergure du Groupe Commerce.

Il va sans dire que pour abattre l'énorme besogne que représentent les dizaines de milliers de polices d'assurance, il faut un matériel moderne et rapide.

Autre signe de progrès, plus éloquent encore : l'emploi d'un ordinateur IBM 360 (modèle 30) pour traiter les données des différentes polices d'assurance, acheminer sans délai les informations indispensables que les courtiers d'assurance exigent et procurer à la direction les informations nécessaires à la prise des décisions.

Cette imposante machine, en service depuis janvier 1967 et la seule dans la région, exige des conditions spéciales de température et d'humidité pour opérer.

Pas moins de 25 personnes alimentent cette dernière et lui permettent de travailler sans relâche. A elle seule elle peut écrire 600 lignes à la minute.

Dotée d'une mémoire électronique considérable, elle ingurgite les programmes que 6 programmeurs s'emploient à tracer à son intention.

Les limites de la mécanique sont celles mêmes des hommes qui l'alimentent.

Par la suite, l'ordinateur reçoit les données que lui fournissent 13 perforatrices et 4 opérateurs pour



La machine IBM 360 (modèle 30) au service de la Mutuelle.

traiter le tout selon les programmes digérés à l'avance.

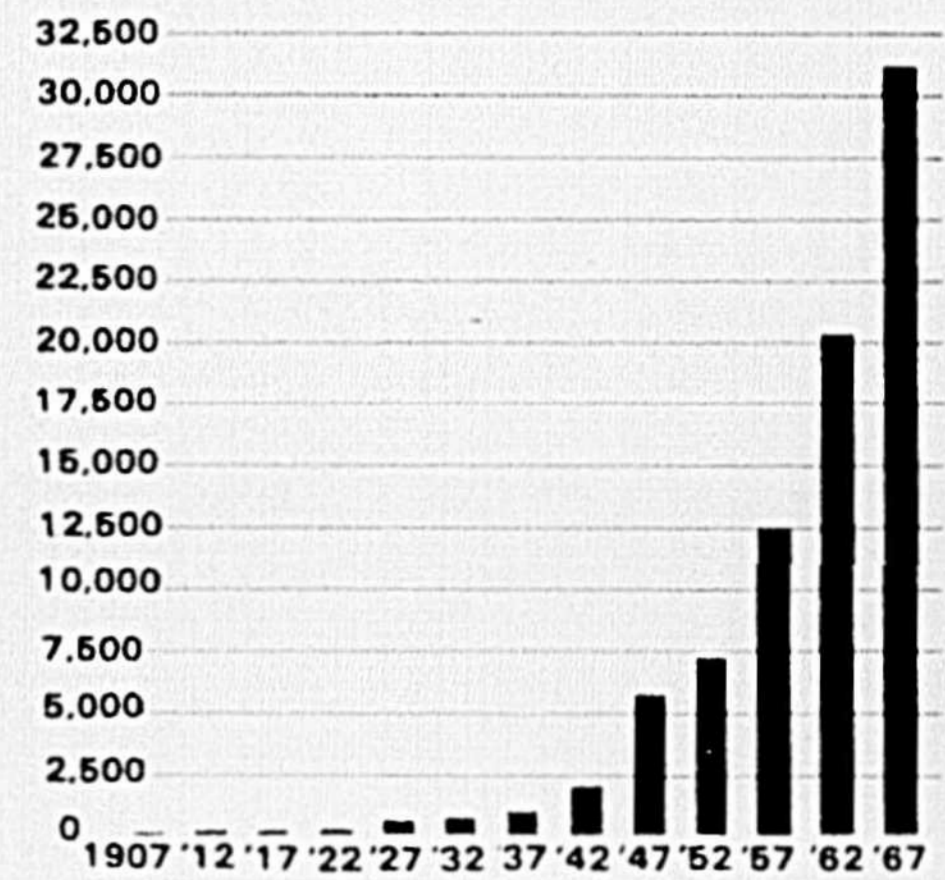
Un responsable de l'opération et un responsable de la programmation coordonnent les nombreuses activités de l'ordinateur pour que ce dernier accomplisse les opérations requises. L'avantage considérable de l'ordinateur est qu'il agit dans les limites du possible humain, mais sans tenir compte des limites du temps, ce qui revient à dire que les opérations de l'ordinateur pourraient être soumises à des hommes, lesquels pourraient les faire de façon satisfaisante, mais ce qui prendrait des semaines à l'homme, la machine le fait en quelques instants.

A l'heure présente, l'ordinateur IBM en service au Groupe Commerce travaille aux deux-tiers de ses possibilités, ce qui laisse une bonne marge de développement possible pour les années à venir.

Le Groupe Commerce constitue un actif considérable pour la région de Saint-Hyacinthe, non seulement par le nombre de personnes qui y trouvent leur gagne-pain, mais aussi par la bonne renommée qu'elle contribue à établir à l'étranger sur la région et le dynamisme de ceux qui y habitent.

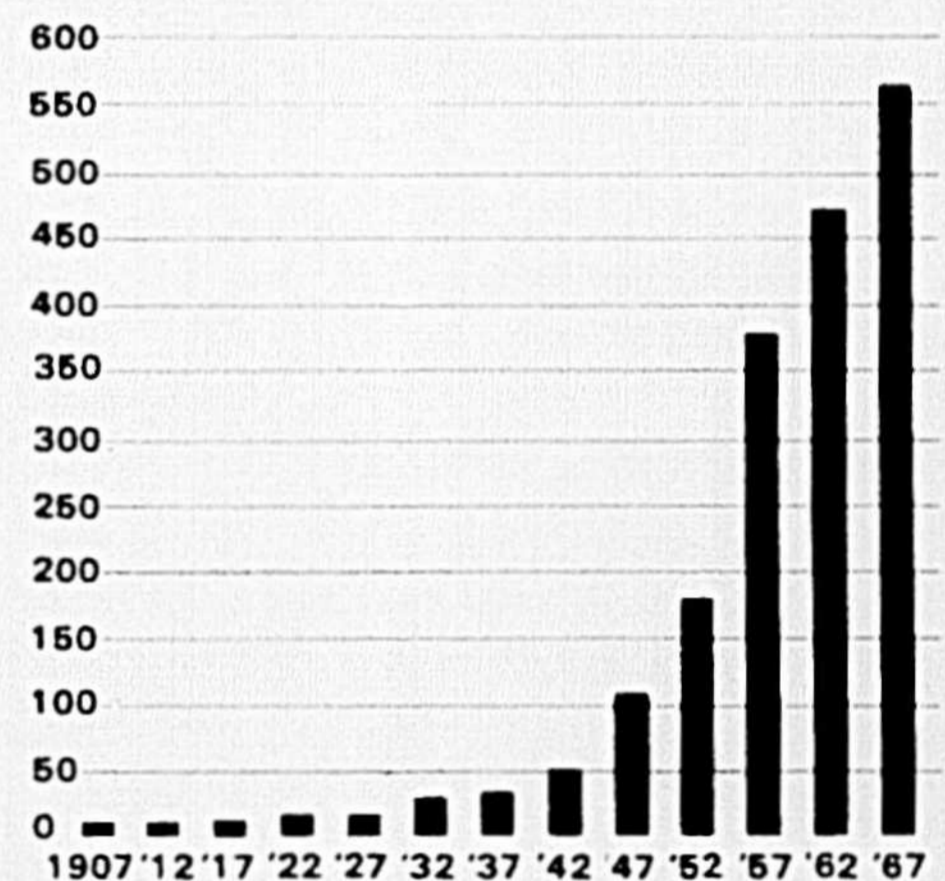
Bâti à l'échelle d'un Québec fort et libre, nous pouvons à juste titre en être fiers.

Combien des Maskoutains savent que la fontaine du Parc Dessaulles a été rendue possible grâce à un don de \$22,000. du Groupe Commerce à la ville de Saint-Hyacinthe?



Actif de la compagnie depuis les débuts à nos jours.

En 1968, Le Groupe Commerce débourse \$2,600,000. en salaires, dont \$1,700,000. aux employés de Saint-Hyacinthe. C'est là un apport important à la région.

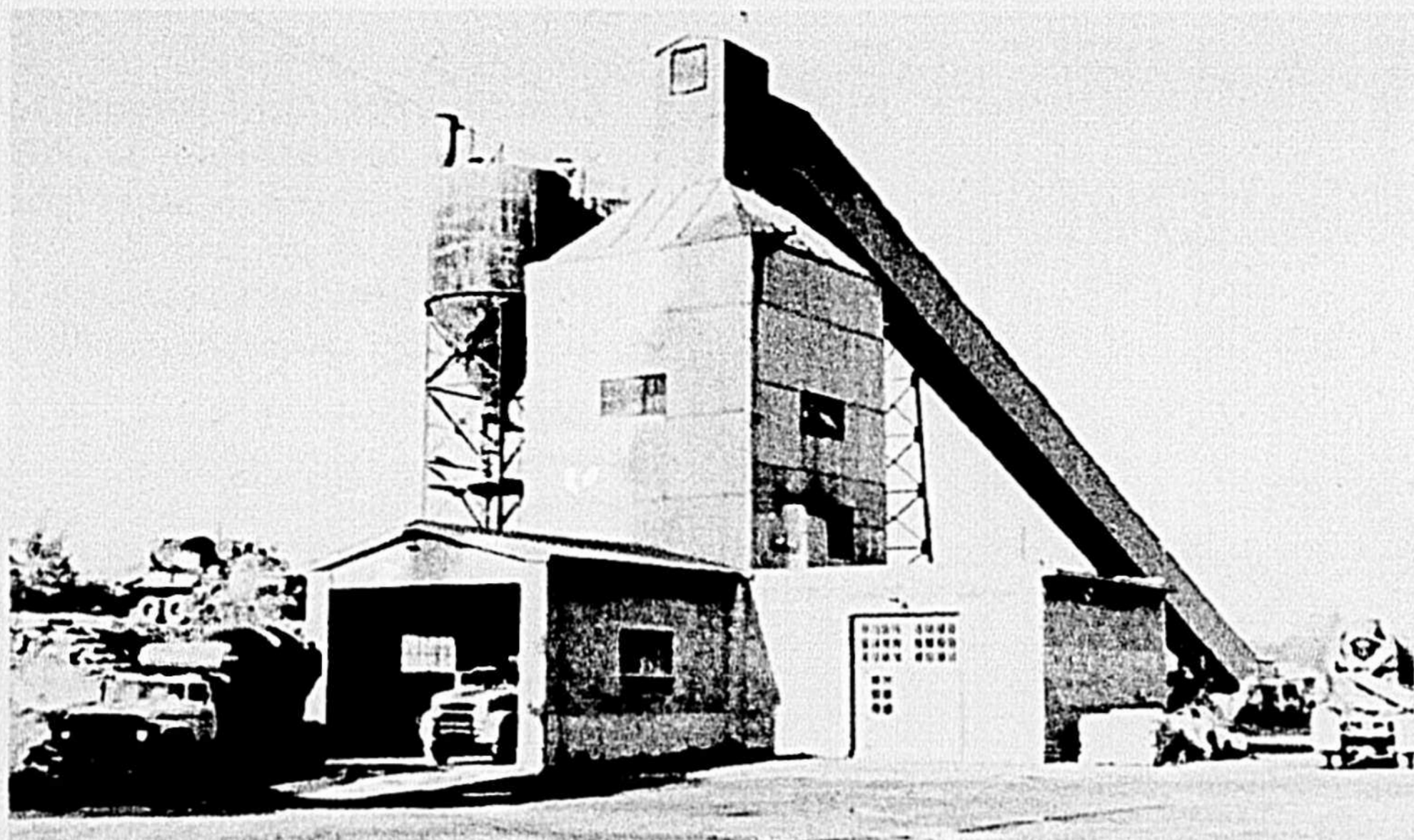


Augmentation du nombre d'employés depuis la fondation.

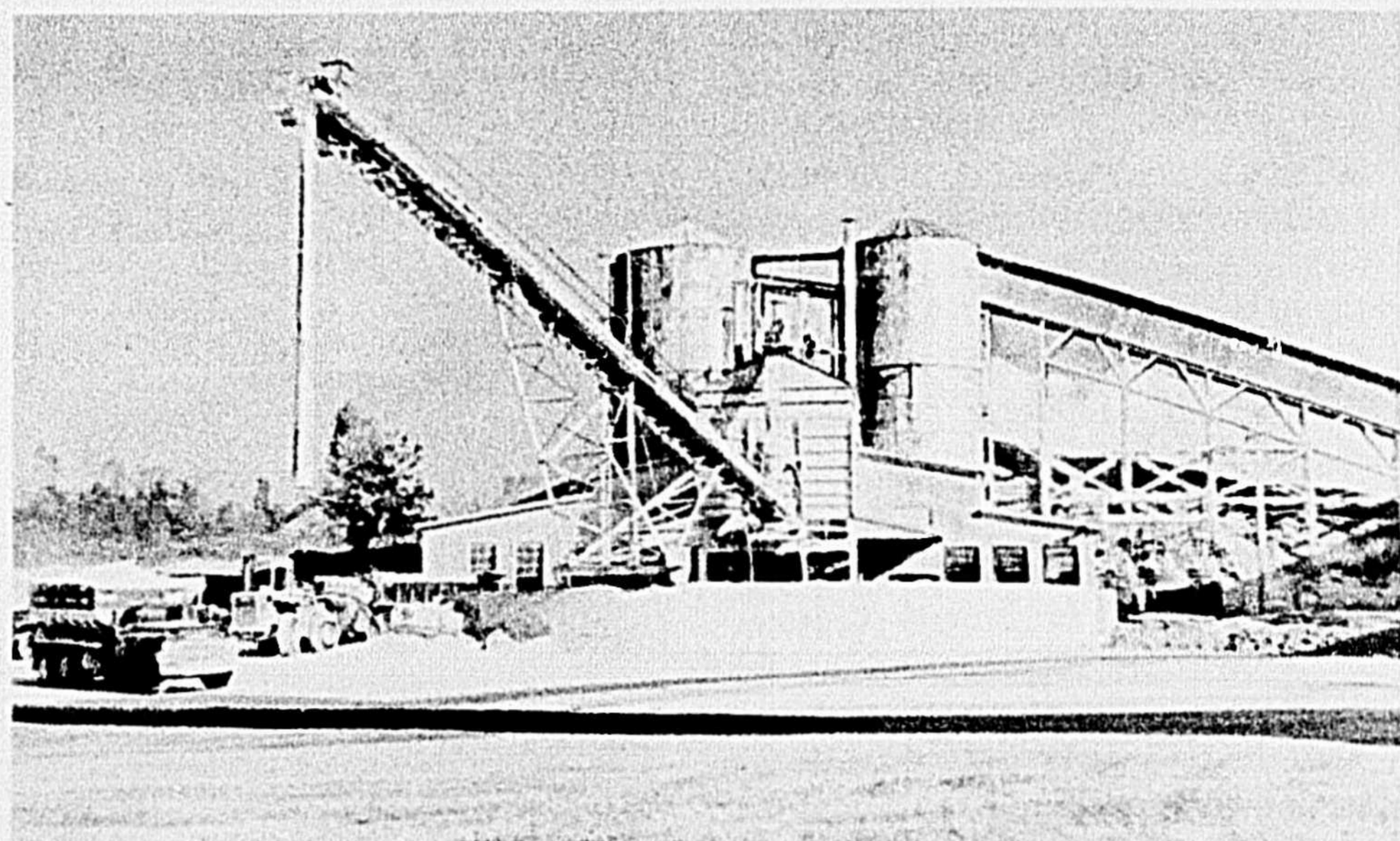


Vue du siège social du Groupe Commerce à Saint-Hyacinthe.





Usine de béton préparé



Usine de chaux (CACHO)

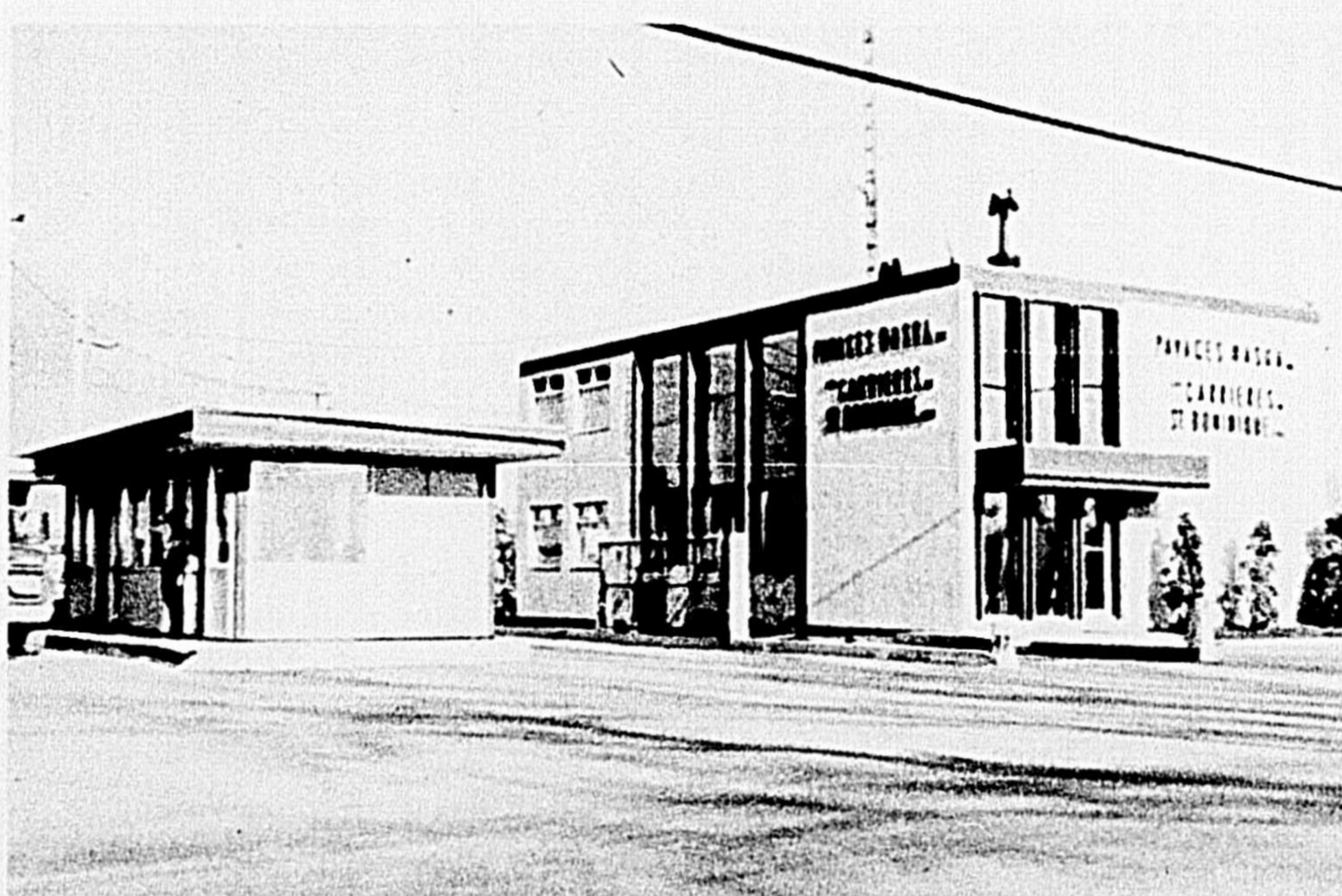
L'histoire des **Carrières de Saint-Dominique**, dans le comté de Bagot, débuta d'une bien curieuse façon.

Les anciens se souviendront de l'ancienne route qui conduisait à Saint-Dominique devait contourner un imposant cap de roc avant d'arriver au village.

C'est en 1937 que les autorités gouvernementales décidèrent de faire disparaître cet obstacle naturel afin d'offrir une meilleure route aux gens de la région.

Le contrat fut confié à un groupe d'hommes d'affaires de la région maskoutaine, lesquels venaient de former une compagnie à cette fin : **Les Carrières de Saint-Dominique**.

Ce travail achevé, la compagnie poursuivit ses opérations en bordure de la nouvelle route et depuis lors elle n'a cessé d'approvisionner en



Bureaux de la compagnie

Pierre concassée et en béton préparé les chantiers de construction de la région avoisinante.

Un important dépôt calcaire fut mis à jour sur le terrain de la compagnie et il fut décidé d'exploiter la production de chaux agricole.

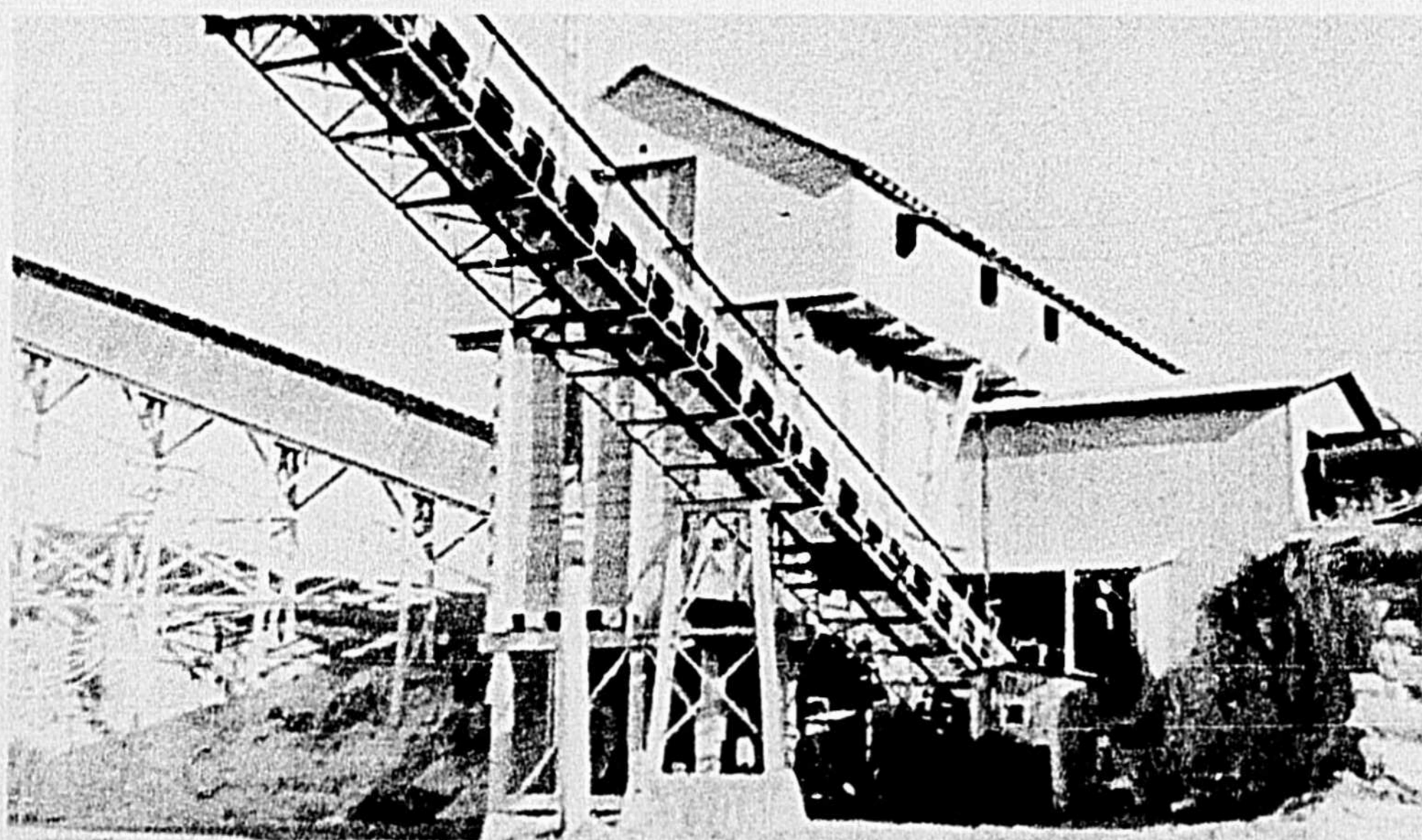
Aujourd'hui, les **Carrières de Saint-Dominique**, avec leur produit **CACHO**, sont les plus importants producteurs de chaux agricole de la province de Québec.

De plus, comme de tels dépôts calcaires sont rares dans la région, l'entreprise de Saint-Dominique dessert une vaste région allant jusqu'à Sorel et Nicolet.

En 1968, les **Carrières de Saint-Dominique** emploient quelque 60 ouvriers et représentent un important investissement de capitaux dans le matériel nécessaire à la fabrication des divers produits de la compagnie.

LES CARRIÈRES DE SAINT-DOMINIQUE

Pierre concassée — CACHO — Béton préparé



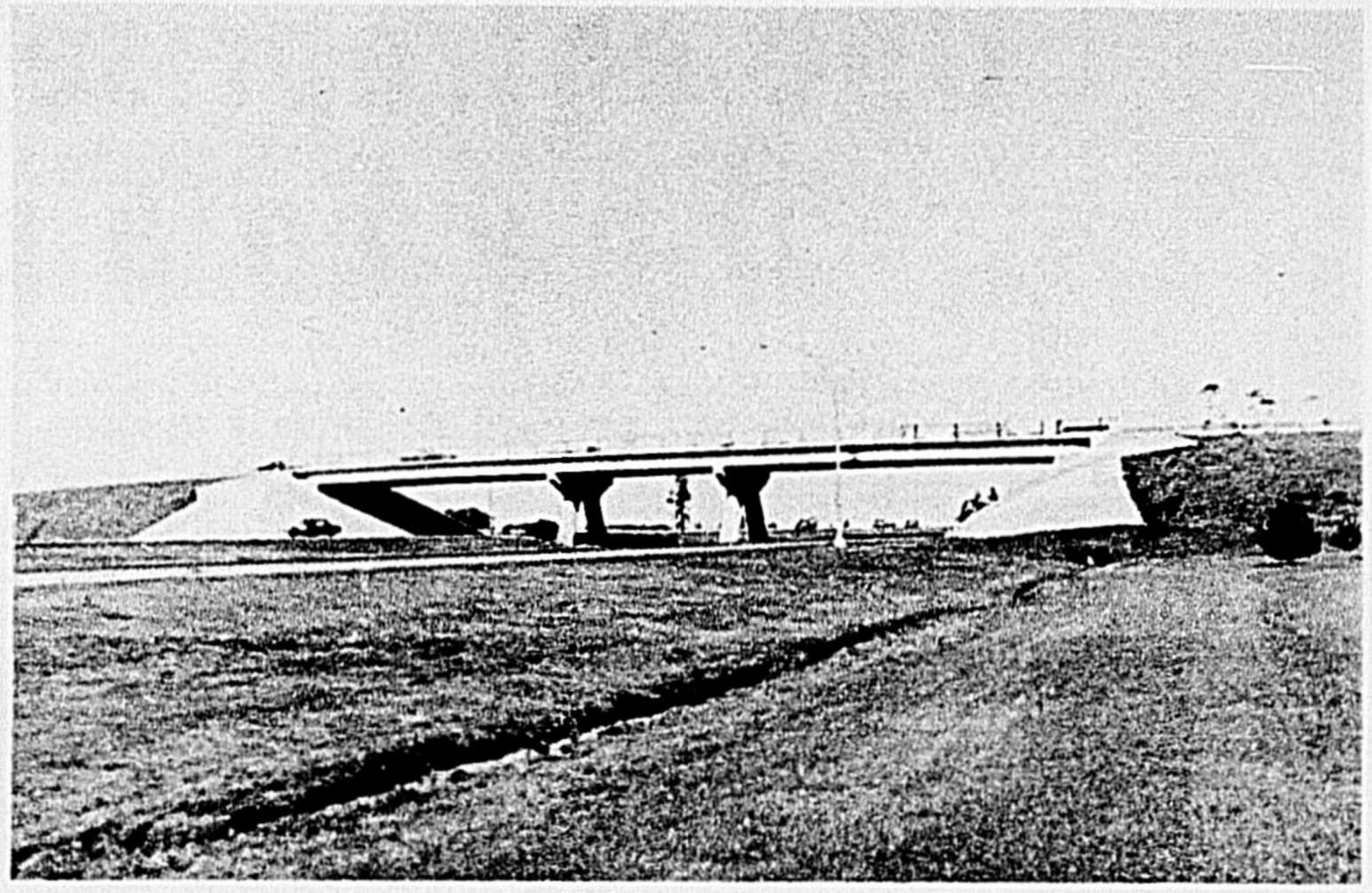
Concasseur principal de la carrière



Concasseur secondaire



Entrée de la route 9 à Saint-Hyacinthe

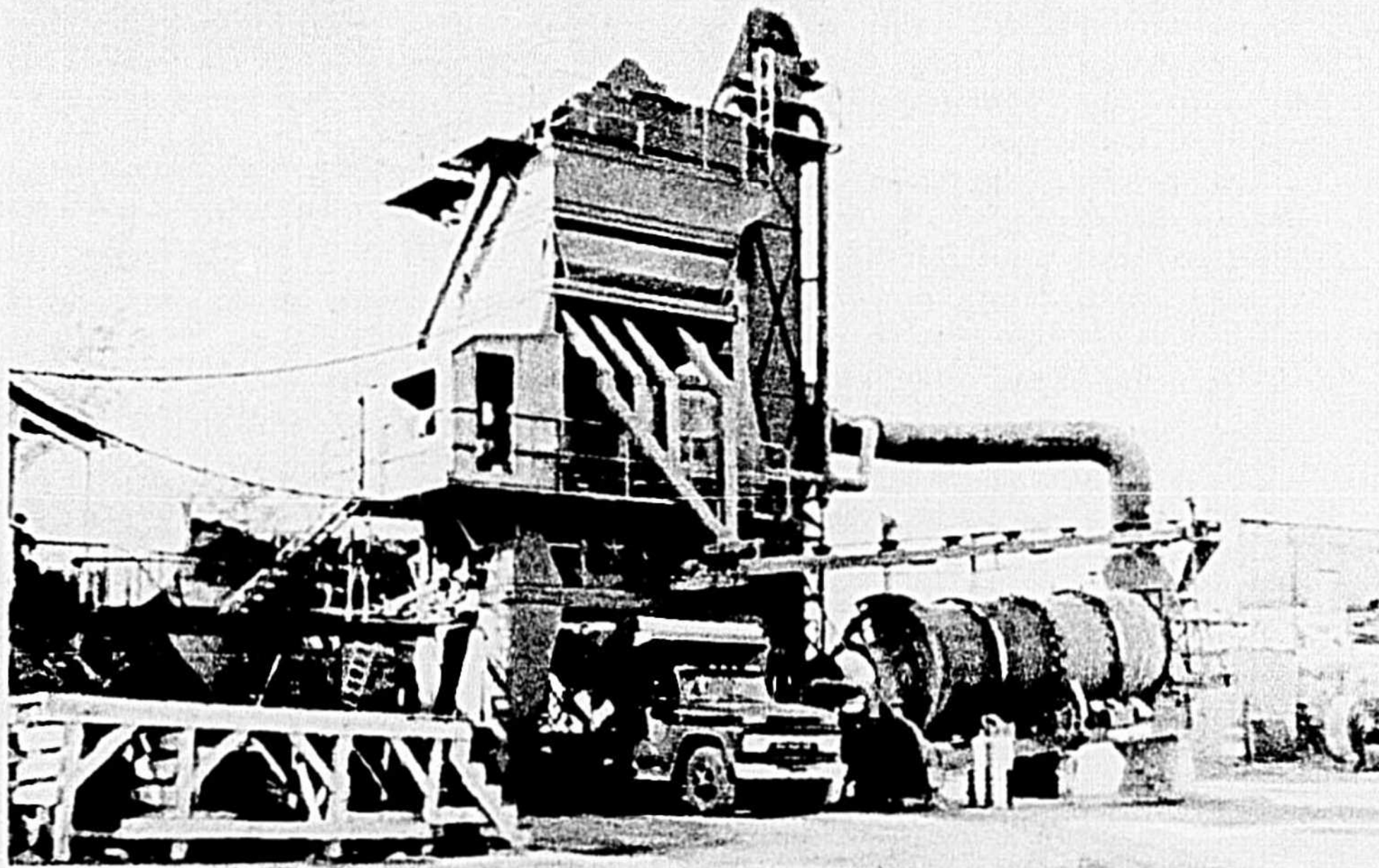


Route transcanadienne

C'est en 1956 qu'un groupe d'hommes d'affaires des comtés de Saint-Hyacinthe et Bagot se porta acquéreur des intérêts de la National Paving and Construction Ltd., filiale d'une importante compagnie torontoise, située à Saint-Dominique de Bagot, et poursuivit les opérations de celle-ci sous le nom de **PAVAGES MASKA INC.**

Spécialistes des travaux de voirie municipale et provinciale, les **PAVAGES MASKA INC.** ont apporté leur contribution au développement du réseau routier qui couvre la région.

Quelques travaux d'envergure dont les dirigeants de la compagnie



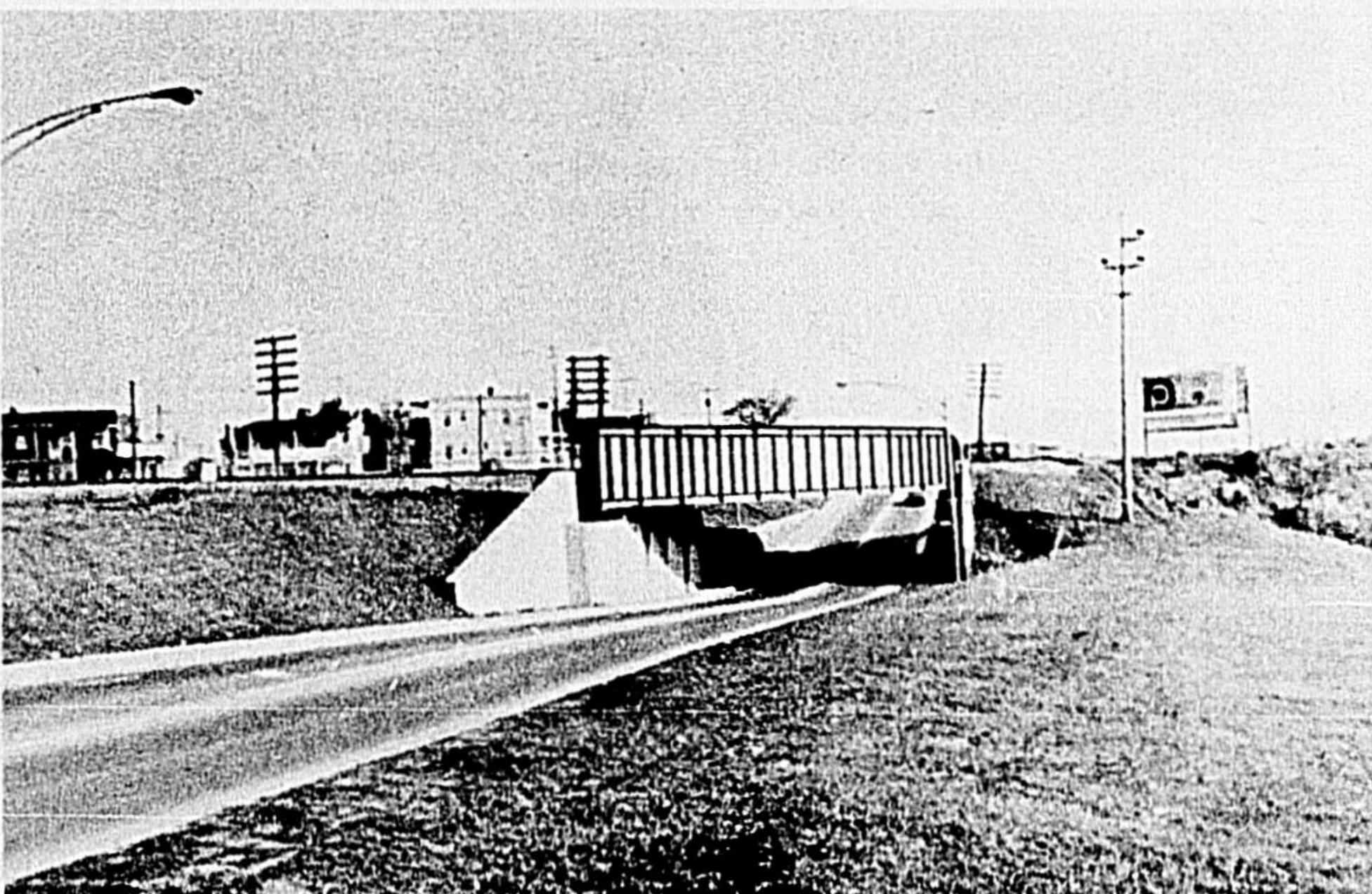
Usine d'asphalte

sont fiers sont par exemple la construction d'une grande partie de la route Transcanadienne, entre Drummondville et Saint-Hyacinthe, la nouvelle entrée ouest de la ville de Saint-Hyacinthe, voirie de comté (pavages); le viaduc du C.N.R. à Saint-Hyacinthe-Annexe.

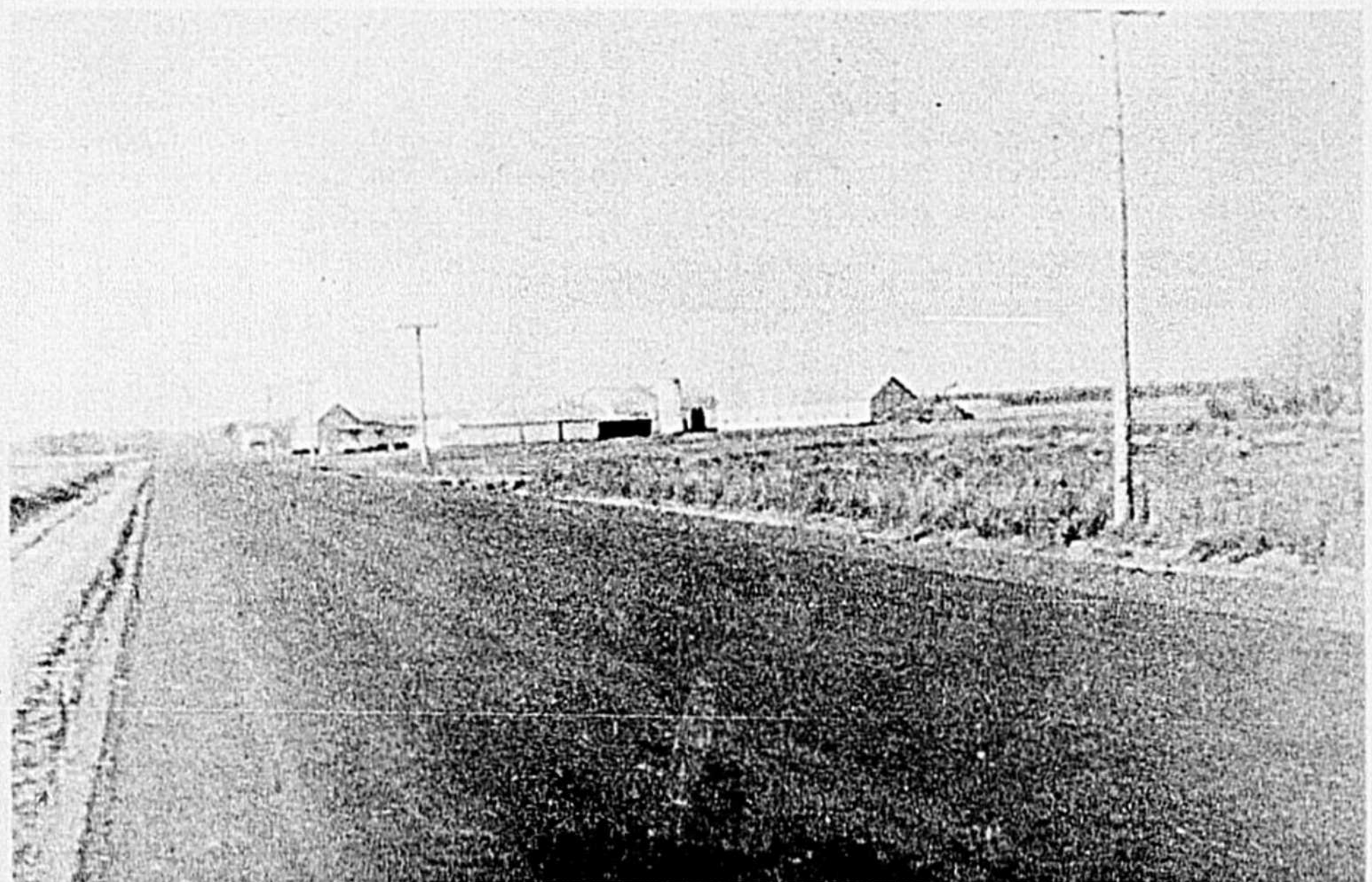
Bien que le nombre d'employés varie avec le travail saisonnier de voirie, l'entreprise de Saint-Dominique de Bagot possède un personnel allant de 75 hommes aux moments tranquilles jusqu'à 135 au temps de pleine activité.

PAVAGES MASKA INC.

Travaux de voirie municipale et provinciale



Viaduc du C.N.R. (Saint-Hyacinthe-annexe)



Route de Saint-Bernard-de-Michaudville

Une entreprise familiale comme il n'y en a plus beaucoup

Si l'entreprise Hervé Houle Ltée, de Saint-Simon de Bagot, est aujourd'hui prospère et confiante en l'avenir, appartenant en cela au genre d'entreprise qui marque une région par son dynamisme, ce n'est pas le fruit du hasard ou de la chance, mais bien plutôt celui du travail acharné d'un chef de famille et de ses enfants.

Bâtir dans l'épreuve...



En 1922, M. Hervé Houle, alors jeune homme, décida d'occuper les moments libres que lui laissait son travail à la boucherie paternelle en s'initiant au métier de

boucher.

Assisté de M. R. Labonté, lequel fut son professeur en la matière pendant plus de deux ans, il y trouva d'abord un passe-temps utile et quelque temps plus tard, un métier à plein temps.

Marié depuis peu, M. Houle commença petitement. Mais l'entreprise prit rapidement de l'ampleur et il fallut bientôt faire appel à de l'aide extérieure.

Tout allait pour le mieux lorsqu'en 1930 le feu ravagea tout de fond en comble.

Une telle épreuve ne devait pas décourager M. Houle et il reconstruisit à neuf sur l'emplacement actuel de l'abattoir.

La situation était redevenue florissante lorsqu'en 1945, le feu détruisit à nouveau l'entreprise.

Des cendres, il fallut tirer quelques vestiges et recommencer une troisième fois.

Les fils de M. Houle l'aiderent de leur mieux et la nouvelle entreprise, construite dans la peine et les sueurs, se dressa bientôt plus belle qu'avant.

En 1955, alors que l'entreprise familiale connaissait un développement rapide, un troisième incendie vint réduire à néant les rêves d'avenir.

Le sinistre prit naissance dans la coopérative, située de l'autre côté de la route, et le feu, poussé par le vent, ravagea les maisons environnantes, sauta al route et détruisit l'abattoir de M. Houle.

Cette dernière épreuve ébranla fortement celui qui toute sa vie durant avait peiné pour voir, à chaque fois, son travail réduit à néant.

A la suite des incendies de 1945 et 1955, M. Normand Houle fit des démarches auprès des autorités mu-

nicipales et provinciales afin d'obtenir un service de lutte contre les incendies à Saint-Simon.

On lui répondit de trouver des volontaires et de voir à l'organisation d'un tel service.

Le premier, M. Houle s'engagea dans la force de pompiers volontaires et il fut suivi de quinze autres adultes de la région. Ensemble, ils suivirent un cours de spécialisation et aujourd'hui, Saint-Simon est fier de posséder une brigade de pompiers capable et bien outillée.

La crainte perpétuelle d'une catastrophe est disparue du village et qu'il survienne un feu quelque part, les pompiers sont là en quelques minutes avec leurs deux camions-citernes et leur camion-pompe.

Aidé des membres de sa famille et de ses amis, M. Houle entreprit de reconstruire et cette fois, avec l'espoir de voir son oeuvre préservée de la destruction.

Les affaires reprirent de plus belles et lorsqu'en 1964, M. Houle fut terrassé par une défaillance cardiaque, il laissait une entreprise reconstruite et un dynamisme que l'on retrouve aujourd'hui chez ses fils.

Pour un avenir meilleur...

En 1967, une rénovation majeure permit de créer des bureaux spacieux et bien éclairés dans l'abattoir existant.

Le chiffre d'affaires qui était de \$500,000, il y a trois ans, atteindra \$1,750,000, cette année et ce n'est qu'un début.

L'entreprise familiale qui groupe MM. Normand Houle, au poste de président; Régent, secrétaire-trésorier; Roland et Bruno, actionnaires, vient d'entreprendre un projet d'agrandissement considérable par suite de son acceptation sous inspection fédérale, ce qui lui donne accès à tous les marchés.

Présentement, la capacité de l'abattoir est de 350 porcs par jour. Mais à la fin des transformations en cours, elle atteindra entre 800 et 1,00 par jour.

L'installation permettra aussi d'augmenter le volume de production de la viande de bœuf dans une proportion considérable.

L'entreprise reçoit sa matière première du marché local et afin de favoriser le développement d'un tel marché, M. Normand Houle, président des Porcheries Houle Ltée, pratique l'intégration chez plus de 28 cultivateurs de la région.

De plus, H. Houle Ltée assure le financement de l'achat des porcelets chez une cinquantaine d'autres cul-



M. Normand Houle, président de Hervé Houle Limitée

tivateurs, lesquels s'engagent en retour à lui livrer les sujets élevés pour la boucherie.

Au moment de la livraison, les porcs sont achetés au prix du marché et après déduction du financement initial, les profits restent aux cultivateurs.

A l'heure actuelle, plus de 6,000 porcs sont intégrés dans les fermes des environs.

Lorsque le marché local est incapable de satisfaire aux besoins de l'abattoir, on fait alors appel au marché étranger, jusqu'à Toronto.

L'abattoir assure l'abattage, la coupe et la livraison de la viande porcine et bovine.

Pour conserver cette énorme quantité de viande, Hervé Houle Ltée possède deux immenses entrepôts frigorifiques, tout ce qu'il y a de plus moderne et pouvant recevoir plusieurs centaines de quartiers de bœuf ou de porc.

En plus des particuliers, qui viennent conduire leurs bêtes, l'entreprise possède deux camions pour le transport des bestiaux et trois camions frigorifiques, pour la livraison.

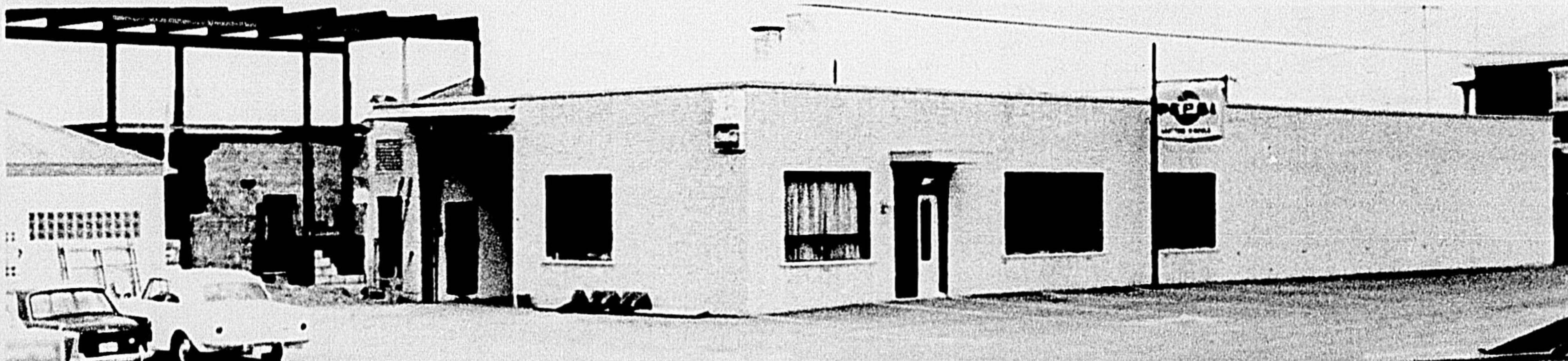
Le nouveau développement en cours exigera un matériel moderne et un personnel supplémentaire.

Présentement, quelque 25 personnes travaillent chez Hervé Houle

(Suite à la page 32)



Une vue de l'un des entrepôts frigorifiques qui reçoivent les quartiers de viande.



Vue d'ensemble de la compagnie Hervé Houle Limitée

D'un océan à l'autre, quelque 250 Centres de Main-d'oeuvre du Canada

offrent un service public
de placement et s'attachent à résoudre
les problèmes des employeurs
et des travailleurs

Qu'il s'agisse :

- d'assortir personnel et emplois;
- d'aider les travailleurs à développer de nouveaux talents;
- de faciliter le déplacement de travailleurs afin de répondre à de nouveaux débouchés;
- de mettre à la disposition de l'industrie une force ouvrière toujours plus productive parce que mieux préparée;
- de recruter à l'étranger des immigrants qualifiés;
- de tirer partie de la transmission accélérée des données du marché du travail;

Pourquoi ne pas communiquer aujourd'hui même avec votre Centre de Main-d'oeuvre du Canada de Saint-Hyacinthe, ou avec ses filiales de Belœil et d'Acton Vale?

Des conseillers en main-d'oeuvre sont à votre disposition et vous aideront à résoudre vos problèmes d'embauche.



**CENTRE DE MAIN-D'OEUVRE
DU CANADA**

MINISTÈRE DE LA MAIN-D'OEUVRE ET DE L'IMMIGRATION

Saint-Hyacinthe, 2000, rue Girouard, tél. 773-9723

Acton Vale, 1093, rue Saint-André, tél. 546-2794

Belœil, 165, boulevard Laurier, tél. 467-9314

Chambre de Commerce du district de Saint-Hyacinthe

Compte-rendu sur les perspectives d'emploi pour les années 1968-1972, à Saint-Hyacinthe

La Chambre de Commerce du district de Saint-Hyacinthe a adressé un questionnaire à 183 employeurs de la Région de Saint-Hyacinthe dans le but de connaître les perspectives d'emploi de 1968 à 1972 et d'obtenir certains renseignements tant d'ordre général que particulier.

La Région de Saint-Hyacinthe pour les fins de cette étude comprend Saint-Hyacinthe, La Providence, Saint-Joseph, Douville et Sainte-Rosalie.

Vous trouverez ci-après le résultat des réponses obtenues. Nous nous sommes permis de ne faire ressortir que quelques faits saillants laissant le lecteur libre de faire une analyse plus approfondie et de tirer ses propres conclusions.

DONNEES DE BASE

Nous avons reçu 90 réponses, ce qui représente 49% du nombre total de questionnaires expédiés. Le nombre d'employés en regard de ces 90 réponses s'élève à 7,550.

Suivant le Centre de Main-d'Oeuvre du Canada, il y a actuellement 1,469 employeurs dans la Région de Saint-Hyacinthe qui emploient environ 11,500 personnes. Le nombre d'employés pour lequel nous avons reçu des réponses correspondrait à environ 66% du nombre d'emplois.

DONNEES ACTUELLES

Le tableau I classe les employés actuels par genre d'employeurs, de même qu'entre les employeurs ayant 50 employés et plus et les autres. Nous remarquons que pour les réponses obtenues, les employés engagés dans la Fabrication — Textile sont en plus grand nombre.

TABLEAU I

NOMBRE ACTUEL D'EMPLOYES
PAR GENRE D'EMPLOYEURS

Genre d'employeurs	Total			50 employés et plus		Moins de 50 employés	
	Nombre d'employeurs	Nombre d'employés	% d'employés	Nombre d'employeurs	Nombre d'employés	Nombre d'employeurs	Nombre d'employés
Fabrication Textile	12	2,641	35.0	9	2,576	3	65
Fabrication Autres	36	2,006	26.6	11	1,482	25	524
Commerce	18	333	4.4			18	333
Services	18	1,850	24.5	8	1,639	10	211
Enseignement	6	720	9.5	5	675	1	45
Total	90	7,550	100.0	33	6,372	57	1,178

Le tableau II fournit la classification par genre d'emploi des 7,500 employés pour lesquels nous avons obtenu des réponses. Ce tableau indique de même qu'il y a au total 4,382 hommes et 3,168 femmes.

Celui-ci répartit aussi les employés entre quatre (4) groupes, soit : la vente, la production ou le service, l'administration et les spécialités.

TABLEAU II

NOMBRE ACTUEL D'EMPLOYES
PAR GENRE D'EMPLOI

Genre d'emploi	Total	Hommes	Femmes
Vente :			
Directeurs ou chefs de service	60	59	1
Vendeurs	200	149	51
Livreurs et expéditeurs	159	120	39
Autres	36	32	4
Total	455	360	95
Production ou service :			
Surveillants	246	209	37
Corps de métier (électriciens, machinistes, menuisiers, outilleurs, etc.)	665	663	2
Opérateurs	2,440	1,209	1,231
Dessinateurs industriels	34	34	
Techniciens et adjoints (laboratoires ou autres)	135	96	39
Autres	1,567	856	711
Total	5,087	3,067	2,020
Administration :			
Directeurs exécutifs	94	90	4
Directeurs généraux ou de service	149	134	15
Personnel et relations	26	24	2
Comptables	107	90	17
Commis calculateurs	127	54	73
Secrétaires — Sténos	154	10	144
Dactylographes	186	4	182
Autres postes de bureau	425	236	189
Total	1,268	642	626
Spécialités :			
Agronomes	26	26	
Infirmiers (ères)	165	1	164
Ingénieurs	11	11	
Professeurs	424	164	260
Vétérinaires	25	25	
Autres	89	86	3
Total	740	314	427
Total	7,550	4,382	3,168

Pourcentage du total : 100% 58% 42%

(Suite à la page 16)

Compte-rendu sur . . .

(Suite de la page 15)

Les employés travaillant à temps partiel ou saisonnier seraient de l'ordre de 173 pour les hommes et de 162 pour les femmes.

* * *

Le tableau III nous donne la classification actuelle des employés à plein temps par groupes d'âges.

Nous avons reçu 75 réponses impliquant 5,923 employés.

Il en ressort que 66.6% des employés ont moins de 40 ans, et que 278 employés ayant 61 ans et plus viendront à la retraite d'ici 1972.

TABLEAU III

CLASSIFICATION ACTUELLE DES EMPLOYES PAR GROUPE D'AGES

Groupes d'âges	Total		Hommes		Femmes	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
De 20 ans et moins	559	9.4	280	7.1	279	14.1
De 21 ans à 40 ans	3,385	57.2	2,232	56.6	1,153	58.2
De 41 ans à 60 ans	1,701	28.7	1,238	31.4	463	23.3
De 61 ans et plus	278	4.7	191	4.9	87	4.4
Total	5,923	100.0	3,941	100.0	1,982	100.0

PERSPECTIVES D'EMPLOI DE 1968 A 1972

Vous trouverez au tableau IV la classification de l'augmentation du nombre des emplois de 1968 à 1972 par genre d'employeurs, répartie entre hommes et femmes.

Vous remarquerez que des 1,364 nouveaux emplois, la plus grande augmentation se trouve dans la Fabrication — autres suivie de l'Enseignement. Veuillez bien noter que les pourcentage sont en fonction des totaux.

TABLEAU IV

AUGMENTATION DU NOMBRE D'EMPLOIS DE 1968 A 1972
PAR GENRE D'EMPLOYEURS

Genre d'employeurs	Total		Hommes		Femmes	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Fabrication — Textile	205	15.0	83	9.9	122	23.4
Fabrication — Autres	521	38.2	388	46.1	133	25.5
Commerce	92	6.8	82	9.7	10	1.9
Services	236	17.3	98	11.6	138	26.4
Enseignement	310	22.7	191	22.7	119	22.8
Total	1,364	100.0	842	100.0	522	100.0

L'augmentation des nouveaux emplois par genre d'emploi tant pour les hommes que pour les femmes se trouve au Tableau V.

TABLEAU V

AUGMENTATION DU NOMBRE D'EMPLOIS DE 1968 A 1972
PAR GENRE D'EMPLOIS

	Total	Hommes	Femmes
Vente :			
Directeurs ou chefs de service	9	8	1
Vendeurs	51	47	4
Livreurs et expéditeurs	43	33	10
Autres	13	13	—
Total	116	101	15
Production ou service :			
Surveillants	43	36	7
Corps de métier (électricien, machinistes, menuisiers, outilleurs, etc)	152	146	6
Opérateurs	351	195	156
Dessinateurs industriels	5	5	—
Techniciens et adjoints (laboratoire ou autres)	39	27	12
Autres	177	54	123
Total	767	463	304
Administration :			
Directeurs exécutifs	5	6	1
Directeurs généraux ou de service	33	32	1
Personnel et relations	6	6	—
Comptables	23	18	5
Commis calculateurs	20	10	10
Secrétaires — Sténos	41	—	41
Dactylographes	53	1	52
Autres postes de bureau	42	22	20
Total	223	95	128
Spécialités :			
Agronomes	13	13	—
Infirmiers (ères)	32	5	27
Ingénieurs	6	6	—
Professeurs	181	134	47
Vétérinaires	4	4	—
Autres	22	21	1
Total	258	183	75
Total	1,364	842	522

(Suite à la page 22)

Trente années d'expérience au service de la clientèle.



Vingt camions blancs et bleus sillonnent Saint-Hyacinthe et la Rive-Sud.



Soixante employés assurent un service de qualité.

Entreposage de fourrures et de vêtements.

Téléphone: Saint-Hyacinthe - - - - 773-2541
Rive Sud (ligne directe) 861-2841

MAJESTIC KNITTING Ltd.

**UNE ENTREPRISE JEUNE
QUI PROGRESSE
À PAS DE GÉANT**

Il est loin le temps où les belles élégantes étaient comblées de se pavaner "en habits du dimanche" une fois la semaine et les jours de fête.

Aujourd'hui, l'élégance féminine, et la Canadienne française y contribue dans une large part, est de tous les jours et la confection vestimentaire mobilise un secteur important de l'industrie.

C'est pour avoir pressenti le potentiel du marché du vêtement de nylon (tricot et bas) qu'un homme d'affaires canadien-français, M. Denis Massicotte, a été en mesure de développer en quelques années une industrie qui occupe, à Saint-Hyacinthe, quelque 350 ouvriers.

En 1956, celui-ci se lança dans l'aventure avec confiance et dynamisme en ouvrant une première usine de tricot à Victoriaville.

Spécialisée dans la production de bas extensibles en nylon, la nouvelle entreprise employa une douzaine d'ouvriers pendant la première année et son chiffre d'affaires s'éleva à \$82,000.

Moins de trois ans plus tard, quarante employés travaillaient à MAJESTIC KNITTING LTD. et face à l'expansion rapide de la compagnie, il fallut trouver de nouveaux locaux.

Implantation à Saint-Hyacinthe

Après une étude sérieuse des différentes possibilités qui se présenterent à lui (agrandissement, déménagement à Victoriaville ou dans une autre ville), M. Massicotte arrêta son choix sur Saint-Hyacinthe, suivant en cela les recommandations d'un homme d'affaires bien connu de la région, M. C.-A. Cadieux.

Ce dernier occupe maintenant à Toronto le poste de gérant général des magasins à chaîne WOOLCO, une filiale de WOOLWORTH et V.P. de F. W. Woolworth.

Trois raisons importantes jouèrent en faveur de la région maskoutaine: d'abord la proximité des grands centres (Montréal, Québec et Trois-Rivières); ensuite les facilités de transport peu communes dont bénéficie la région et enfin, la compétence reconnue de la main-d'œuvre maskoutaine dans l'industrie du textile.

Installée sur la rue Bourdages dans des locaux qui paraissaient immenses à première vue, l'usine devait bientôt se trouver à l'étroit.

Il fallut déménager les départements d'inspection et d'emballage dans un immeuble occupé jusqu'alors par la compagnie GOTHAM, au 2000 de la rue Lamothe.

Projets d'expansion

Cependant, MAJESTIC KNITTING ne cesse de prendre de l'ampleur et les responsables de la compagnie prévoient d'importants changements pour les années à venir.

C'est ainsi qu'afin d'offrir un meilleur service à la clientèle, celle-ci déménagera en 1970 dans un nouvel édifice d'une superficie de 100,000 pi. ca., lequel pourra recevoir toutes les installations présentes de la compagnie et représentera un investissement de l'ordre de \$750,000.

Ces projets devraient apporter du travail à 70 nouveaux employés d'ici 1970 et à 200 autres d'ici cinq ans.

Les 350 employés de MAJESTIC KNITTING, divisés en équipes de jour et de nuit, assurent une production variée: la ligne complète de bas, léotards ou collants, pantalons et chandails. La compagnie consacre 65% de sa production à la lingerie d'enfants et le reste est destiné aux adolescents et aux femmes.

M. Denis Massicotte
président



M. Jacques Laliberté
gérant de production



Le président de MAJESTIC KNITTING est d'opinion, à l'instar d'autres industriels d'avant-garde, que seuls un outillage moderne et une main-d'œuvre compétente permettent de lutter contre la concurrence et de ré-investir une partie des profits dans l'entreprise.

C'est grâce à cette politique d'expansion que MAJESTIC KNITTING a fait l'acquisition de trois machines transformant le nylon brut en nylon extensible.

Peu de compagnies canadiennes dans ce secteur industriel possèdent de telles machines.

Une autre raison du succès incroyable de la compagnie est, au dire de M. Massicotte, la coopération continue qui existe entre lui et le conseil d'administration de la compagnie, lequel se compose de MM. Lionel Tourigny, vice-président; Marcel Tardif, secrétaire; Jacques Laliberté, gérant; Armand Champagne, gérant des ventes et de la publicité; Gérard Beauchesne, ingénieur en chef, et Jacques Massicotte, gérant de l'usine de finition.

L'harmonie qui règne entre la direction et les employés facilite l'instauration d'un dialogue où chacun se sent compris et engagé dans la bonne marche de l'entreprise.

Tout le monde participe aux loisirs des employés de la compagnie et à cet effet, une ligue de petites quilles et une ligue de hockey sont ds plus actives.

Apport économique

MAJESTIC KNITTING paie plus de \$1,250,000. en salaires par année et M. Denis Massicotte, président et propriétaire, est convaincu, non sans

raison d'ailleurs, que la compagnie qu'il dirige contribue dans une large mesure au bien-être économique de Saint-Hyacinthe et de la région.

En 1967, le volume des ventes atteignit \$3,000,000. et il va sans cesse augmentant.

Un nombre imposant d'industries secondaires bénéficient aussi de la présence de MAJESTIC KNITTING.

Les compagnies de transport, d'huile et de coton reçoivent environ \$100,000. par année par suite de leurs opérations avec la compagnie.

En effet, la distribution en son entier des produits de cette dernière est assurée à partir de Saint-Hyacinthe.

Et lorsqu'on sait que les clients se trouvent au Québec, par tout le Canada, d'un océan à l'autre et même en Australie et aux Antilles anglaises, la question du transport prend une importance considérable.

MAJESTIC KNITTING est établie depuis bientôt dix ans à Saint-Hyacinthe et ce, grâce à la collaboration en particulier de Me Jacques Lafontaine, ex-maire de la ville, et de MM. J.-D. Desrosiers, François Jetté qui nous ont aidés à l'achat de l'usine ainsi que MM. Benoît Benoît et Roger Séguin de la Banque Provinciale qui nous ont toujours secondés financièrement.

Il faudrait signaler aussi une étroite coopération de tous les contremaîtres et des employés en général.

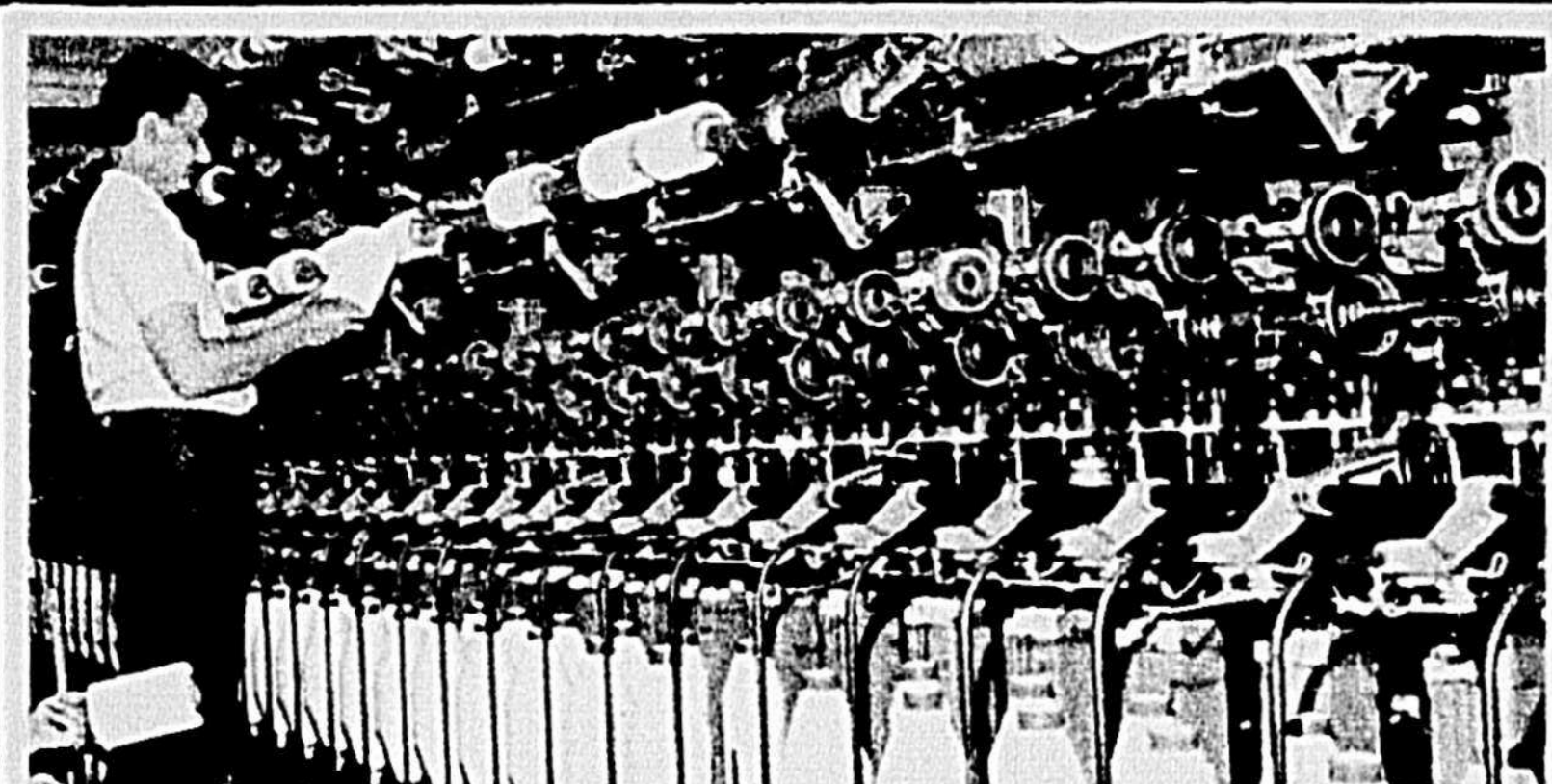
Une entreprise jeune et qui progresse à pas de géant pour le mieux-être de la région maskoutaine.



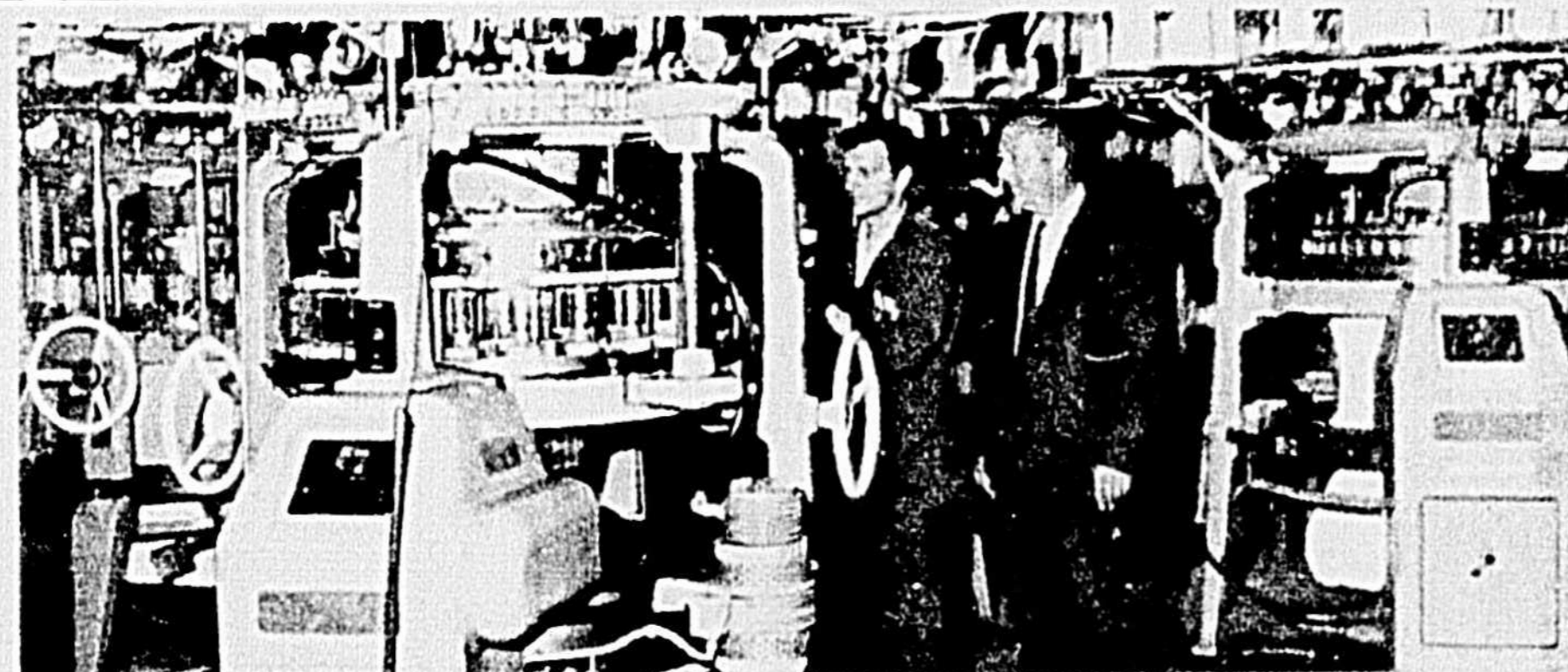
Vue d'ensemble de l'usine à Saint-Hyacinthe

DE LA MATIERE BRUTE AU PRODUIT FINI – DE LA MATIERE BRUTE AU PRODUIT FINI – DE LA MATIERE

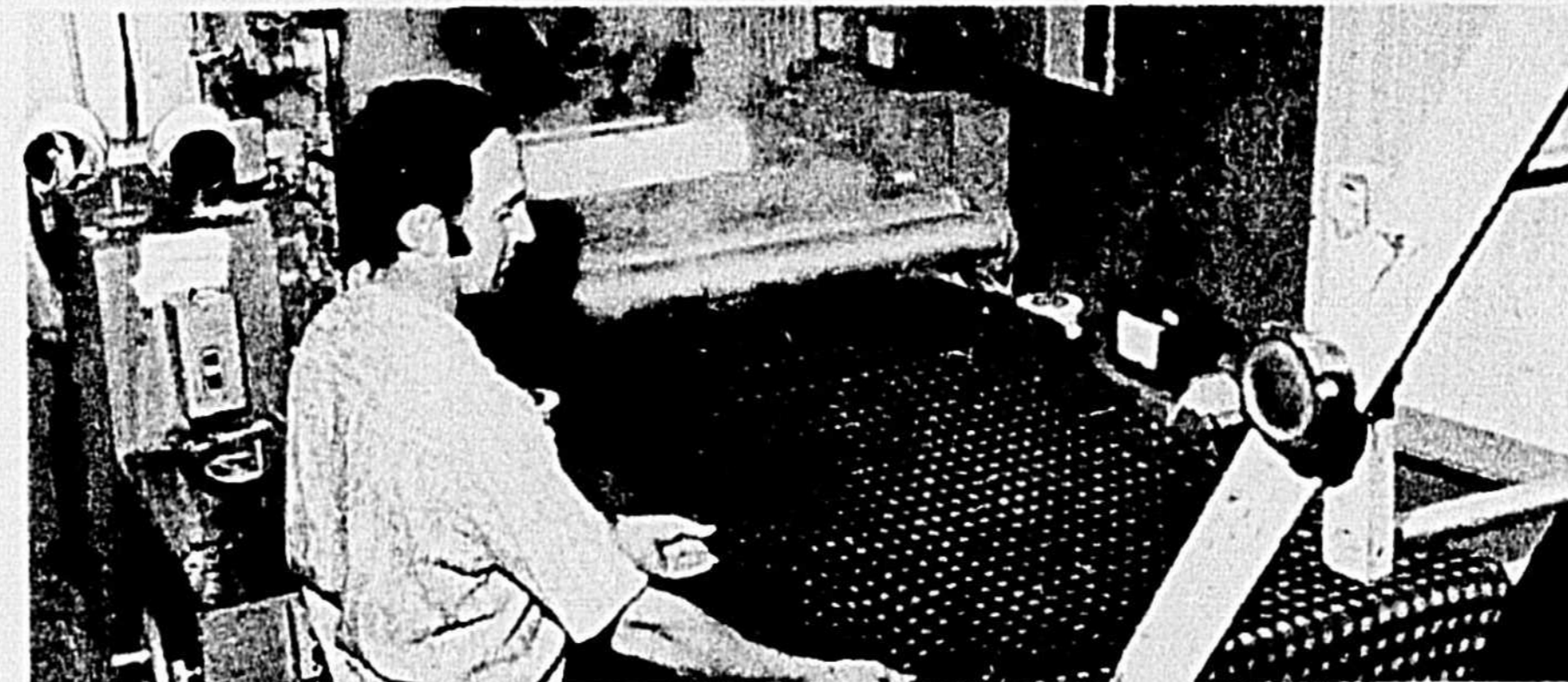
BRUTE AU PRODUIT FINI – DE LA MATIERE BRUTE AU PRODUIT FINI



Vue d'ensemble de la machine qui transforme le nylon brut et tisse le fil extensible qui entrera par la suite dans la fabrication des divers produits.



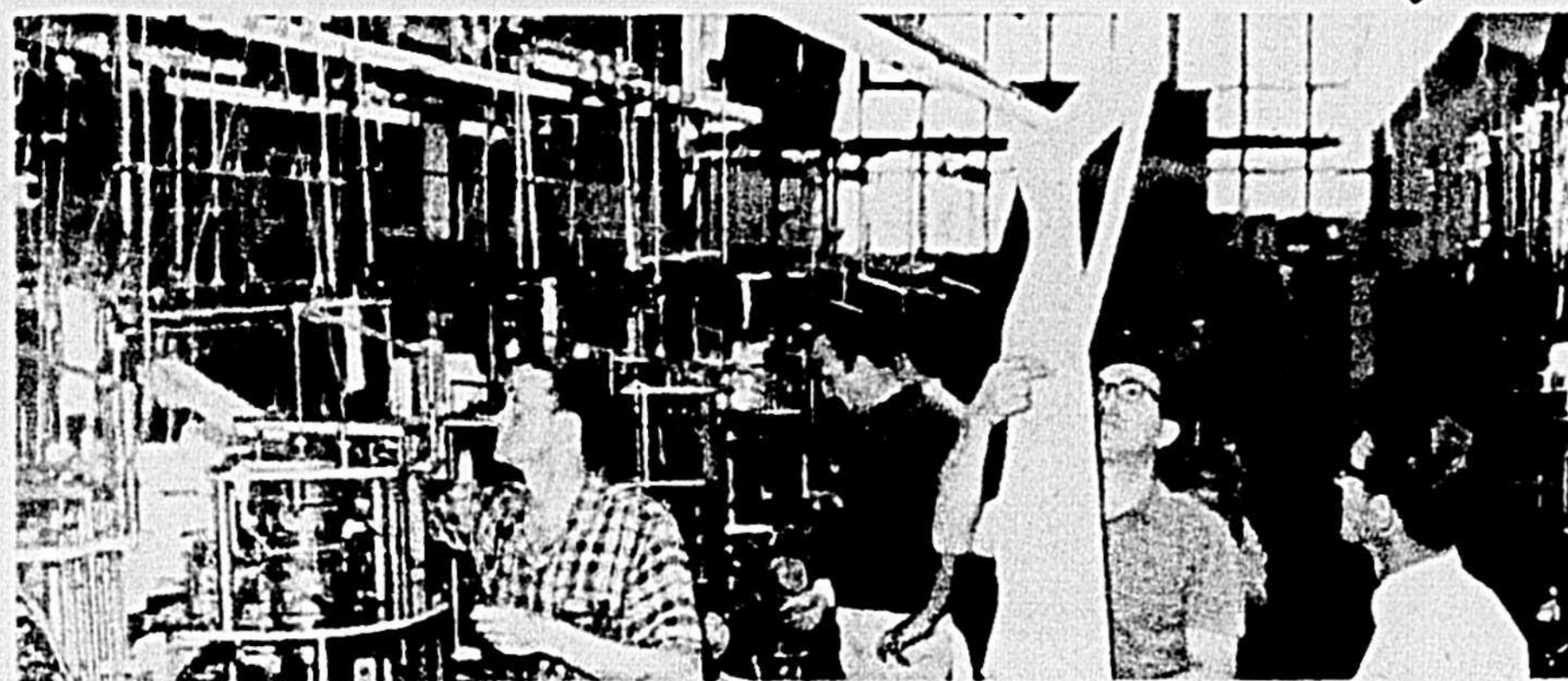
D'innombrables bobines de fil alimentent l'une des quatorze tisseuses, lesquelles produisent la totalité du tissu de fabrique employé dans la production des vêtements.



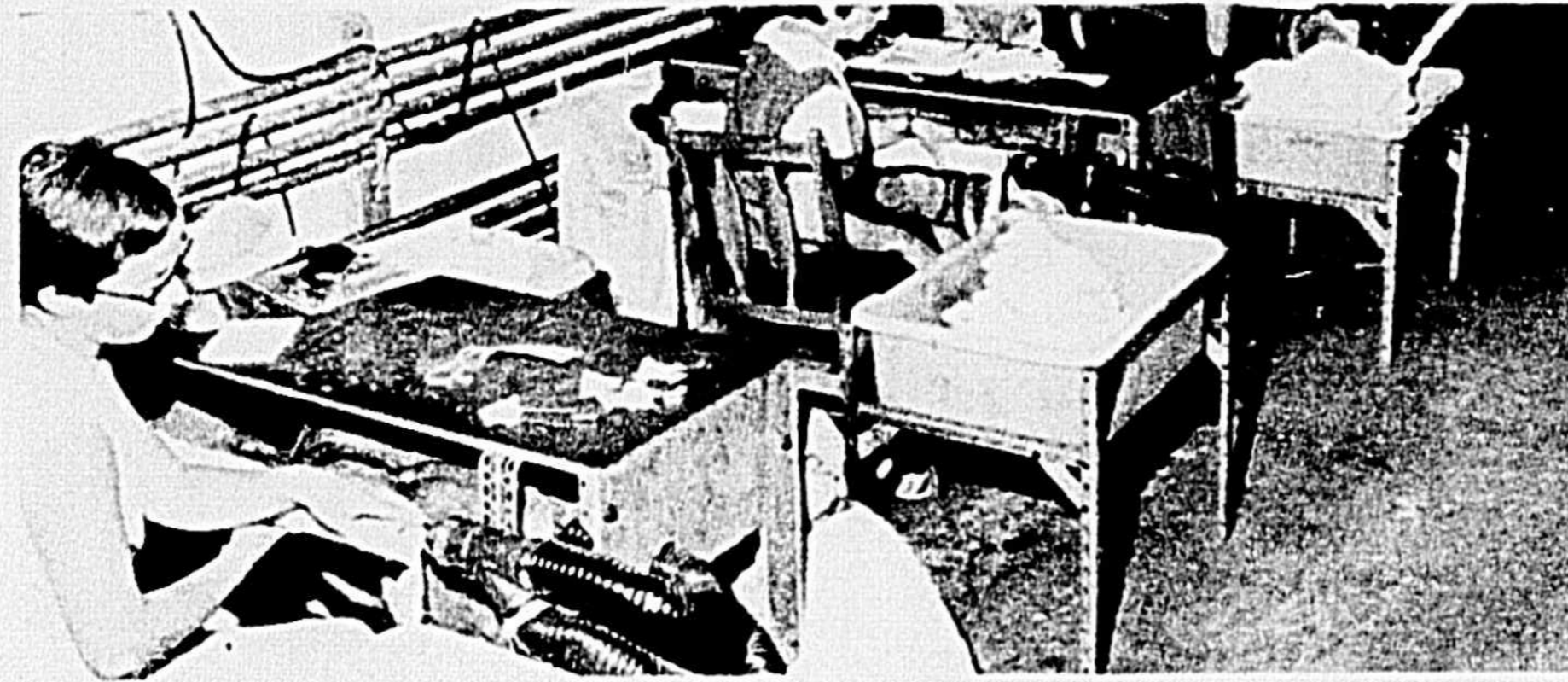
Le matériel reçoit la largeur et la pesantour désirées (la largeur peut varier de 18 à 72 pouces selon les cas) avant de passer dans un auto-clave qui donnera une stabilité finale au tissu.



Le taillage des pièces qui entrèrent dans la confection des nombreux produits de MAJESTIC KNITTING ne se fait pas à la main mais un patron est dessiné sur une épaisseur de matériel pour être découpé à la scie électrique...



Des bobines de fil de nylon alimentent la "tisseuse" et les bas sont produits sous forme continue...



La séparation des bas se fait au moyen d'un équipement automatique...



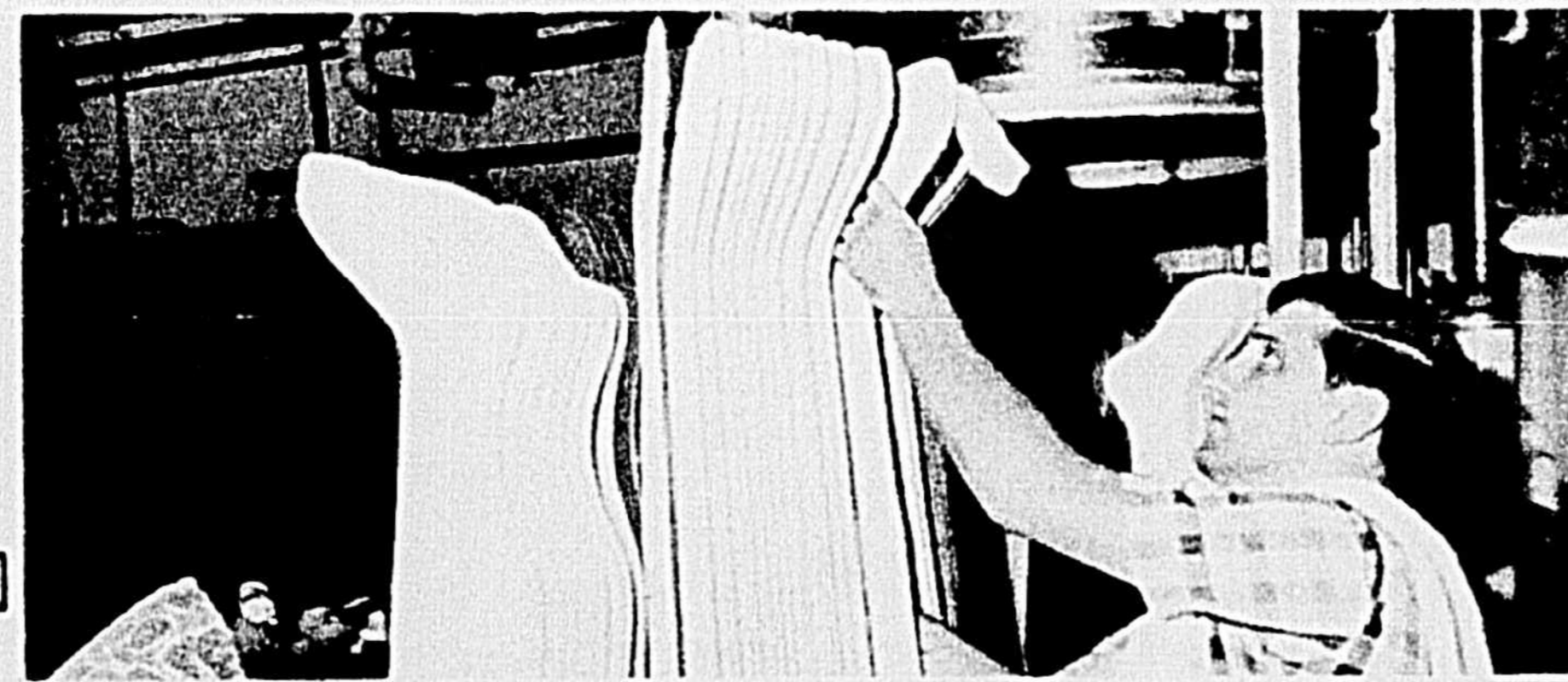
Et chacun reçoit sa forme définitive, est scellé et retourné à l'endroit après avoir été inspecté un à un.



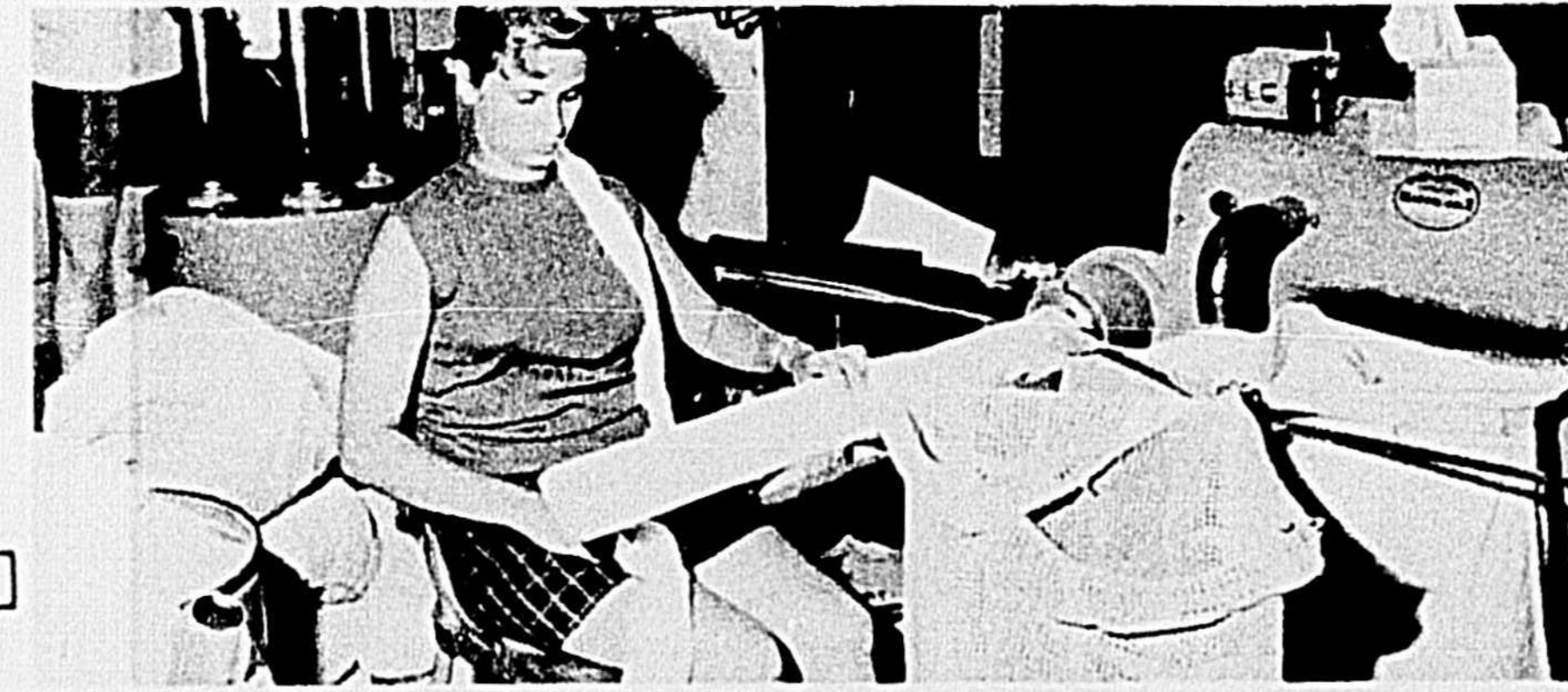
et comme chaque vêtement se compose de plusieurs pièces, il faut procéder à un premier assemblage minutieux car les erreurs sont toujours causes de perte de temps.



De leur côté, les léotards ou collants sont taillés, assemblés et cuits une première fois avant de se diriger vers la teinturerie.



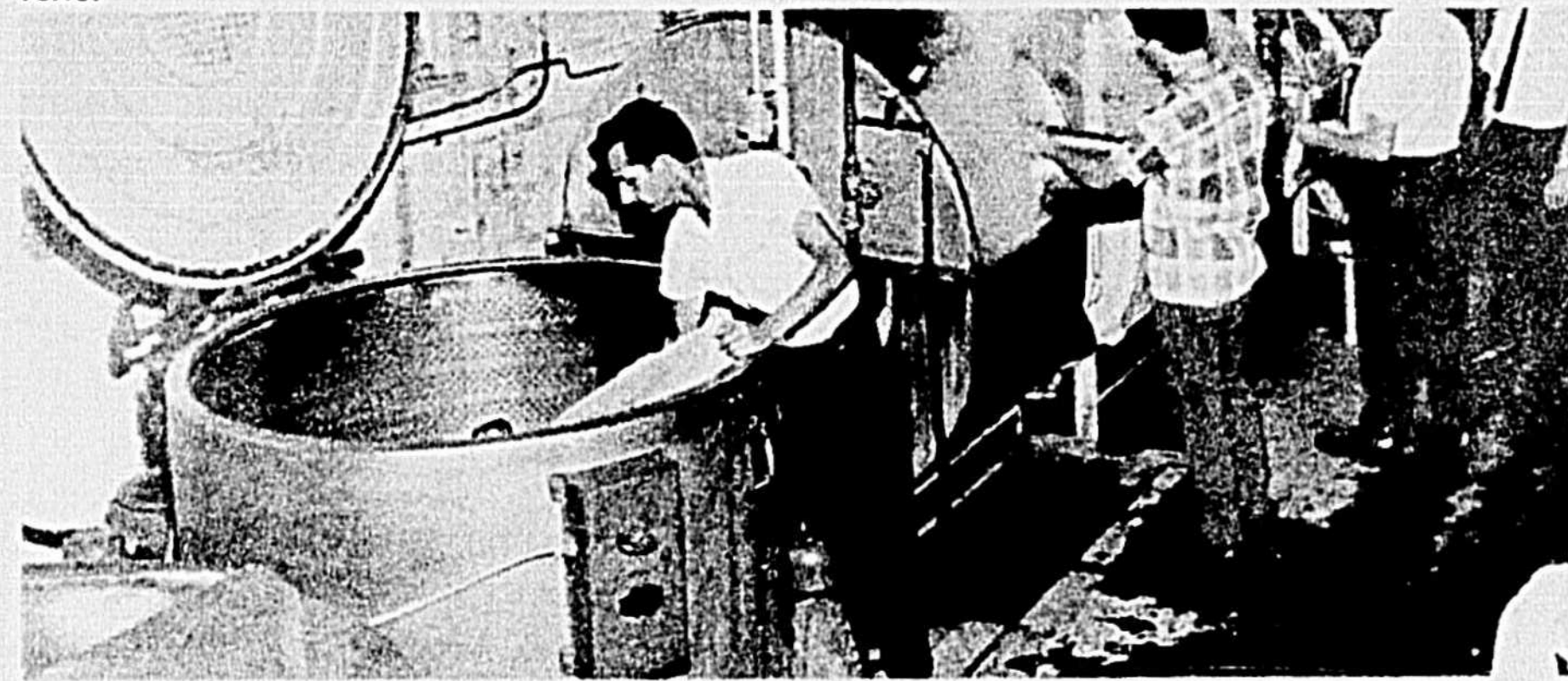
Les bas extensibles sont alors mis sur des formes et reçoivent une pré-cuisson qui leur assure un pressage "perma-press", lequel les empêchera de se déformer au cours des opérations subséquentes.



Ceux-ci peuvent alors être emballés dans des sacs individuels ou dans des boîtes de carton à la douzaine.



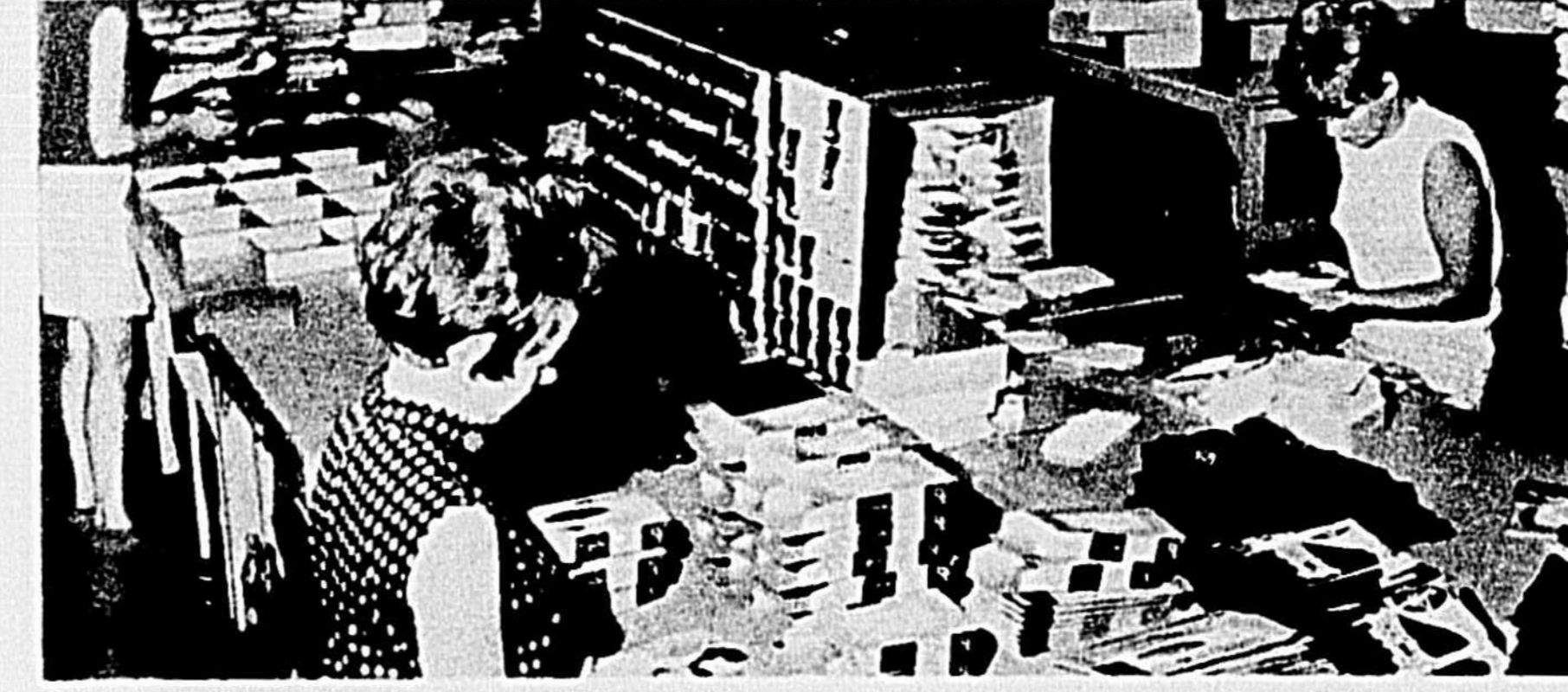
Des couturières expertes assemblent les pièces de tissus qui deviendront pantalons, habits de jeu pour enfants, chandails, etc.



D'énormes bassins sont utilisés à cet effet, lesquels peuvent contenir de 15 à 800 douzaines de bas ou collants. L'opération dure de 2 à 4 heures et le produit reçoit une des trente couleurs en vogue.



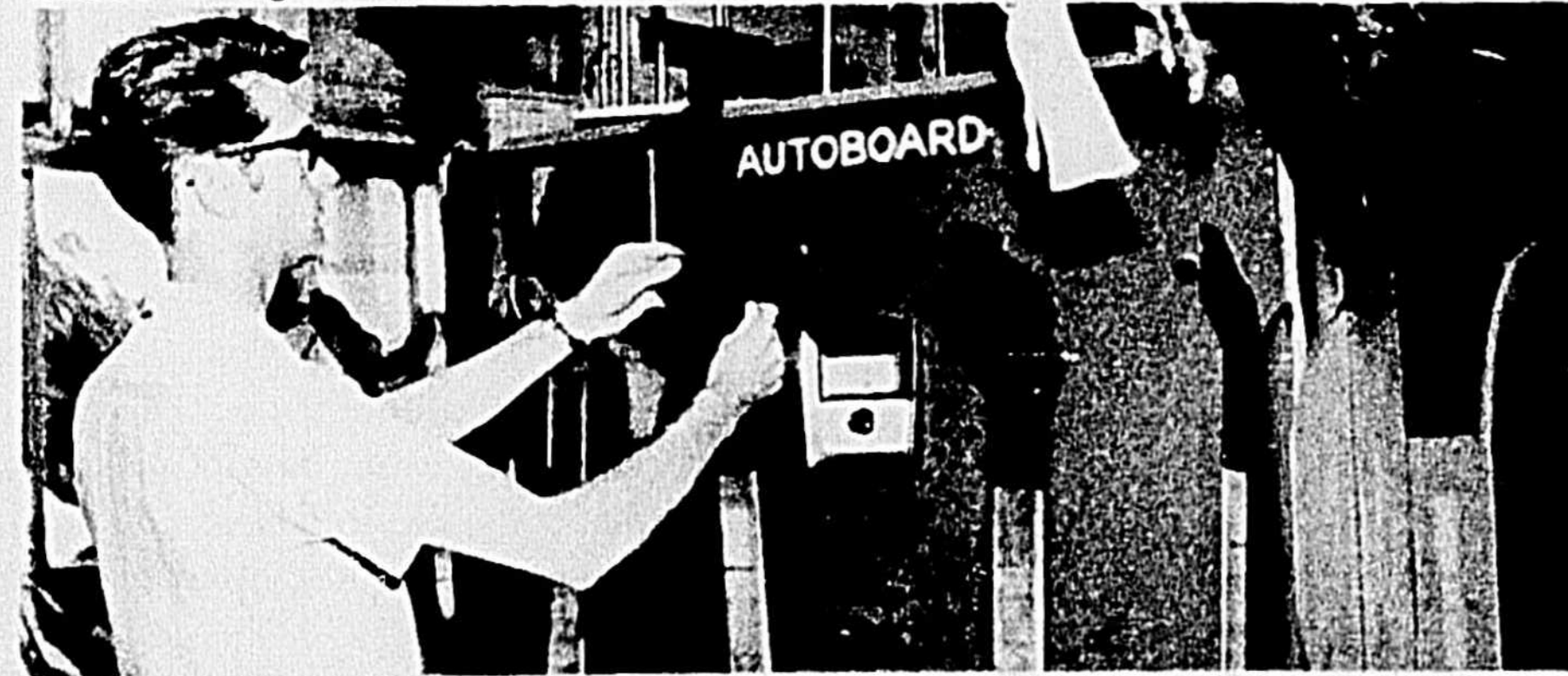
avant de recevoir, à l'aide d'un fer chaud, l'estampille qui identifiera la qualité du matériel employé, et la pointure.



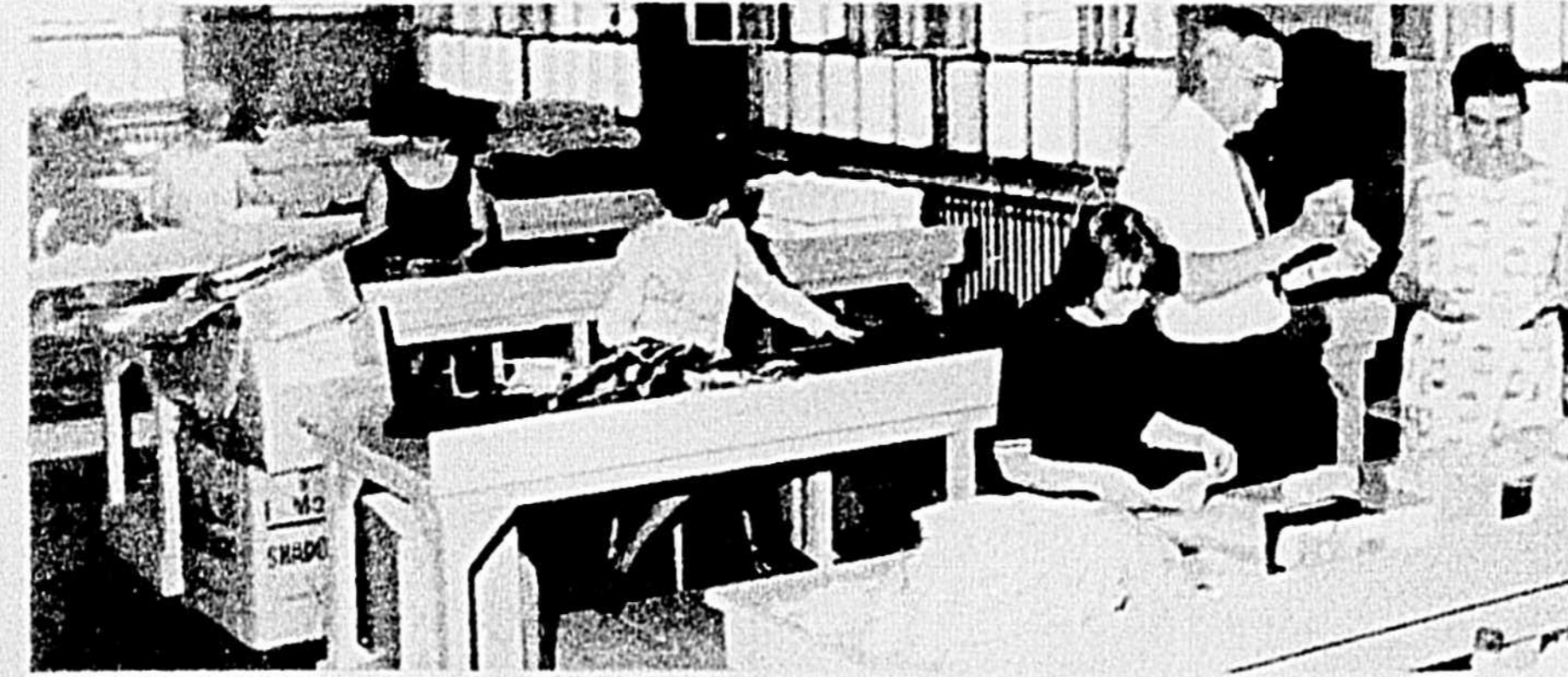
Ceux-ci peuvent alors être emballés dans des sacs individuels ou dans des boîtes de carton à la douzaine.



L'inspection et l'emballage des produits revêtent une importance particulière parce que la compagnie a une bonne réputation à soutenir et c'est à ce stade que les pièces qui possèdent le moindre défaut sont rejetées.



L'opération suivante consiste à donner une cuisson finale à chaque bas et collant afin d'assurer le produit contre déformation pendant l'usage.



Bas et collants sont inspectés à nouveau et les bas extensibles sont disposés par paires...



L'expédition et la facturation des produits constituent deux sections importantes de la compagnie puisqu'il faut donner satisfaction égale au client du Canada ou de l'Australie.

Une salle de montre au coeur de Montréal

Une initiative de la compagnie est la magnifique salle d'exposition installée depuis bientôt quatre ans dans l'édifice Drummond Court, au 1500 de la rue Stanley, à Montréal.

D'une superficie de 1,500 pi. ca., la salle occupe quelques locaux où est mis en montre la gamme complète des produits de MAJESTIC KNITTING: ligne complète de bas pour femmes et pour hommes, léotards ou collants, pantalons, chandails à col roulé, lingerie d'enfants, etc. Dans un décor moderne et bien éclairé, les clients éventuels peuvent prendre connaissance de la variété des produits proposés par la compagnie maskoutaine et s'assurer par la même occasion de la qualité insurpassable de ces derniers.

M. Armand Champagne, gérant des ventes à la compagnie, occupe aussi un bureau sur la rue Stanley et c'est à cet endroit que sont centralisées les demandes venant du Canada et de l'étranger avant d'être acheminées vers l'usine de Saint-Hyacinthe.



DENIS MASSICOTTE, Président



M. ARMAND CHAMPAGNE
gérant des ventes



Aucune entreprise ne peut connaître de développement appréciable si les produits qu'elle lance sur le marché ne répondent pas aux exigences des consommateurs.

Mais il faut plus pour qu'une entreprise multiplie sa production par quinze ou vingt et ce, en quelques années.

Tel est le cas de MAJESTIC KNITTING.

La raison d'un tel succès se trouve dans le dynamisme éclairé du président et propriétaire, M. Denis Massicotte, lequel a su tirer profit des circonstances et consentir à l'effort nécessaire pour que les produits de son entreprise soient connus d'un océan à l'autre et même à l'étranger.

C'est ainsi que MAJESTIC KNITTING possèdent des bureaux de ventes à Québec, Montréal, Toronto, Winnipeg, Saskatoon, Calgary, Vancouver, Saint-Jean, Terre-Neuve; et à Moncton, Nouveau-Brunswick.

MAJESTIC KNITTING LTD.



M. Jean Rathé,
président et gérant général
d'Aubin & Saint-Pierre Inc.

AU SERVICE D'UNE AGRICULTURE MODERNE



AUBIN & ST-PIERRE Inc.

JEAN RATHÉ, PRÉS.

ÉQUIPEMENT AGRICOLE ET INDUSTRIEL

Ceux qui identifient charrue à traction animale et agriculture appartiennent à une autre époque et une visite chez AUBIN & SAINT-PIERRE Inc., de Douville, aurait tôt fait de leur faire prendre conscience du degré avancé de mécanisation que connaît ce secteur primordial de l'économie du Québec en général et de la région maskoutaine en particulier.

Ici comme ailleurs, les années d'après-guerre furent déterminantes et marquèrent le début d'une évolution incroyable.

Lorsqu'en 1946, MM. J.-D. Aubin et René Saint-Pierre, deux Maskoutains avantageusement connus, fondèrent une entreprise spécialisée dans la vente et la réparation de la machinerie agricole, la gamme des produits offerts en vente aux cultivateurs était restreinte.

Aujourd'hui, quelque vingt ans après, il en va tout autrement. Distributeur autorisé de FORD MOTOR COMPANY OF CANADA (division tracteurs et équipement agricole et industriel) et de NEW HOLLAND MACHINERY (division Sperry Rand), AUBIN & SAINT-PIERRE Inc. offre un service de confiance et les instruments agricoles les plus divers, allant de la charrue ordinaire à la moissonneuse, en passant par la batteuse motorisée, les monte-charges de toutes sortes et les rétro-excavateurs.

Une période de renouveau

Entré en 1946 au service de la maison AUBIN & SAINT-PIERRE Inc., à titre de comptable, M. Jean Rathé s'attacha avec un soin particulier à faire connaître la maison comme en endroit de confiance pour les acheteurs.

En 1951, M. Rathé se porta acquéreur d'une partie de la compagnie et en 1964, il en devint le gérant-général et président.

Celui-ci imprima à son entreprise une impulsion dynamique et depuis 1963, avec l'occupation de nouveaux locaux, à Douville, et l'ouverture d'une succursale à Granby, AUBIN & SAINT-PIERRE Inc. est à la fine pointe du développement agricole de la région.

Les projets d'avenir sont nombreux et au premier plan, il y a l'ouverture d'une autre succursale sur la Rive Sud.

La maison AUBIN & SAINT-PIERRE Inc. s'orienta de façon résolue vers une contribution positive au développement économique et agricole de la région.

Le nouvel emplacement de Douville fut choisi pour recevoir des locaux spacieux et une exposition permanente des produits vendus.

De plus, les 40 arpents de terre qui appartiennent à la compagnie permettront dans un avenir rapproché la mise sur pied de champs de démonstration où les acheteurs pourront voir la machinerie à l'oeuvre.

Un tel espace de terrain ne se trouvait pas à Saint-Hyacinthe et c'est la raison pour laquelle AUBIN & SAINT-PIERRE Inc. s'installa en banlieue le long de la route 9.

Satisfaction avant tout

Telle est la devise qui prime chez nous, déclare M. Rathé.

Le client ne craint pas de payer le prix pour se porter acquéreur d'une machinerie moderne, selon celui-ci, tant et aussi longtemps qu'il a confiance au distributeur.

Bien que la firme doive faire face à un continuel problème de recrutement de mécaniciens compétents, le service d'entretien d'AUBIN & SAINT-PIERRE Inc. n'a jamais fait mentir la réputation dont elle jouit auprès des cultivateurs et autres acheteurs.

L'année dernière, par exemple, environ 90% des appels journaliers reçurent une réponse la journée même, et en autant que la compagnie est concernée, les défaillances mécaniques à la période des moissons (fain ou autres) reçoivent un traitement de priorité absolue.

L'Exposition régionale de Saint-Hyacinthe permet à la maison Aubin & Saint-Pierre Inc. de soumettre au jugement de milliers d'agriculteurs de la région l'excellence des produits FORD.

Vue d'ensemble des nouveaux locaux de la compagnie à Douville et du terrain qui sert à une exposition permanente de la machinerie.



Vue d'ensemble de la nouvelle succursale de la compagnie à Granby.

Efficacité, clef du succès

Chaque vente doit être rentable pour le vendeur et le client, déclare M. Rathé, et c'est la raison pour laquelle la compagnie doit être efficace dans la présentation, la vente et le service de ses produits.

C'est ainsi qu'un système perfectionné de classement des pièces et des commandes a été mis au point afin d'assurer une prompt réponse aux clients.

Les quelque 25 employés d'AUBIN & SAINT-PIERRE Inc. sont des personnes occupées et afin de soutenir la lutte que leur livre les compétiteurs, ils doivent exceller, chacun dans leur domaine.

Chaque année, quelque \$125,000. sont versés aux employés en salaires et autres indemnités sociales.

Président de l'Association des détaillants de machines agricoles du Québec et vice-président de l'Association des détaillants de machines agricoles du Canada, M. Jean Rathé anticipe un futur prometteur.

Selon celui-ci, un vendeur qui s'efforce de vendre la meilleure machinerie pour un travail spécifique, et par la suite assure un service de confiance ne peut perdre. Le client qui a confiance en vous reviendra toujours vous voir.

La philosophie des affaires de M. Rathé peut être résumée comme suit: "Nous vendons à l'acheteur la machinerie dont il a besoin et au prix qui lui est accessible — et nous assurons l'entretien de celle-ci lorsque le temps arrive".



Compte-rendu sur . . .

(Suite de la page 16)

Les emplois à être comblés de 1968 à 1972 se résument donc comme suit :

	Total	Hommes	Femmes
Nouveaux emplois	1,364	842	522
Empl. prenant leur retraite	278	191	87
Total	1,642	1,033	609

Il s'agit maintenant de savoir si ces 1,642 emplois seront suffisants pour satisfaire les besoins de notre région.

Nous avons déjà estimé qu'il y avait 11,500 emplois disponibles et que, au moment de notre enquête, il y aurait environ 2,000 personnes à la recherche d'emplois, ce qui ferait qu'il y aurait 13,500 personnes, soit employées ou à la recherche d'emplois.

Suivant le Conseil d'Orientation Economique, il a été établi que, pour les années 1965 à 1970, il fallait une augmentation de 3% dans le nombre d'emplois afin de satisfaire les gens qui arriveraient sur le marché du travail. Nous croyons que ces 3% sont encore réalistes aujourd'hui. Conséquemment, si nous appliquons ce pourcentage, composé annuellement, au nombre actuel de travailleurs qui sont employés et à la recherche d'emplois, soit 13,500, nous arrivons à un nombre de 2,219 emplois qui devront être disponibles d'ici 1972 et ce, sans compter les 2,000 personnes qui sont sans emploi.

Une autre base de comparaison pourrait se faire avec la population suivant le groupe d'âge. Suivant le Bureau Fédéral de la Statistique, il y avait à Saint-Hyacinthe en 1966, 2,314 garçons et filles âgés de 15 à 19 ans, sur une population totale de 23,781 personnes.

Nous présumons que le rapport de ce groupe d'âge par rapport à la population totale de la Région est sensiblement le même. En se basant sur la population totale de la Région estimée à 38,500, il y aurait environ 3,300 jeunes gens de 15 à 19 ans qui viendraient sur le marché du travail durant les années 1968 à 1972.

Toutefois, nous devons déduire de ce nombre ceux qui sont actuellement employés, et nous savons d'après le tableau III qu'il y en a au moins 559, de même que ceux qui continueront leurs études.

A la question s'appliquant à l'agrandissement des entreprises, nous donnons ci-après le nombre d'entreprises qui prévoient un ou plusieurs agrandissements, de même que le nombre additionnel d'employés impliqués, et ce pour les années s'échelonnant de 1968 à 1972.

	'68	'69	'70	'71	'72
Nombre d'agrandissements	14	9	21	9	9
Nombre additionnel d'employés	141	45	346	39	58

En ce qui regarde la rénovation, voici les réponses affirmatives pour les années 1968 à 1972.

	'68	'69	'70	'71	'72
Nombre de rénovations	4	4	5	3	5
Nombre additionnel d'employés	3	8	—	—	—

Nous avons reçu 36 réponses à la question se rapportant au degré d'instruction ou d'expérience qui sera exigé pour les nouveaux employés suivant les emplois requis d'ici 1972.

Parmi les 1,118 nouveaux employés, dont vous trouverez les renseignements au Tableau VI, il est à noter que l'instruction secondaire sans diplôme ne sera exigée que de 7.1% d'entre eux, et que l'expérience acquise au travail sera considérée comme suffisante pour 21.9% de ces emplois.

Ceci implique donc que 71% de ces 1,118 nouveaux emplois exigeront un diplôme quelconque; le plus grand nombre de ces diplômes est composé de 343 diplômes universitaires.

TABLEAU VI

DEGRE D'INSTRUCTION OU D'EXPERIENCE QUI SERA EXIGE DES NOUVEAUX EMPLOYES	Nouveaux employés	
	Nombre	%
Diplôme d'école secondaire	229	22.2
Diplôme d'école de métiers	202	18.1
Diplôme universitaire	343	30.7

(Suite à la page 32)

Instruction secondaire sans diplôme	79	7.1
Expérience déjà acquise au travail (et autre qualification obtenue hors des écoles ou collèges, etc.)	245	21.9
Total	1,118	100.0

74 employeurs ont répondu à la question se rapportant au programme de formation des employés. Vous trouverez au tableau VII le nombre de réponses affirmatives et négatives quant à la disposition des cours de formation aux employés, soit au travail ou dans des institutions d'éducation ou de formation.

TABLEAU VII

COURS DE FORMATION MIS A LA DISPOSITION DES EMPLOYES

	Oui	Non
Au travail	37	23
Dans les institutions d'éducation ou de formation comme :		
Ecoles secondaires	3	30
Ecoles techniques et de métiers	13	27
Universités (licences)	12	24
Autres	21	19

Les employeurs qui prévoient soit rénover ou agrandir leur bâtisse nous ont donné certaines réponses quant à leurs besoins futurs d'énergie, gaz, etc.

Vous trouverez donc au tableau VIII le nombre d'employeurs qui exigeront ces accroissements de service, de même que le pourcentage minimum et le pourcentage maximum exigé par l'un ou l'autre de ces employeurs, lorsqu'il y a lieu.

TABLEAU VIII

SERVICES PUBLICS SUPPLEMENTAIRES EXIGES EN 1972

	Nombre d'em- ployeurs	% d'accroissement Minimum	% d'accroissement Maximum
En énergie	23	5	300
En gaz	6	20	100
En eau	14	10	100
En égouts	7	—	—
En rues	1	—	—
En services de transport	5	—	—

Pour les employés à temps partiel ou saisonnier, nous avons obtenu 11 réponses. De celles-ci, nous avons noté qu'il y a 136 hommes qui actuellement travaillent 19,135 jours-hommes par année, et qu'il n'y aura que 18,719 jours-hommes en 1972. Quant aux 90 femmes pour lesquelles il y a 6,880 jours-hommes actuellement, il est estimé qu'en 1972, ce nombre sera porté à 8,268.

EXPANSION INDUSTRIELLE

64 entreprises croient que notre localité devrait faire un plus grand effort pour attirer ici de nouvelles industries, 4 sont de l'avis contraire.

De plus, 40 croient qu'on devrait entreprendre une étude afin de déterminer quelles industries nouvelles seraient le plus souhaitables pour notre région.

Nous avons obtenu 62 réponses quant aux genres d'industries que les employeurs aimeraient voir s'implanter dans la Région. Voici la liste de ces industries :

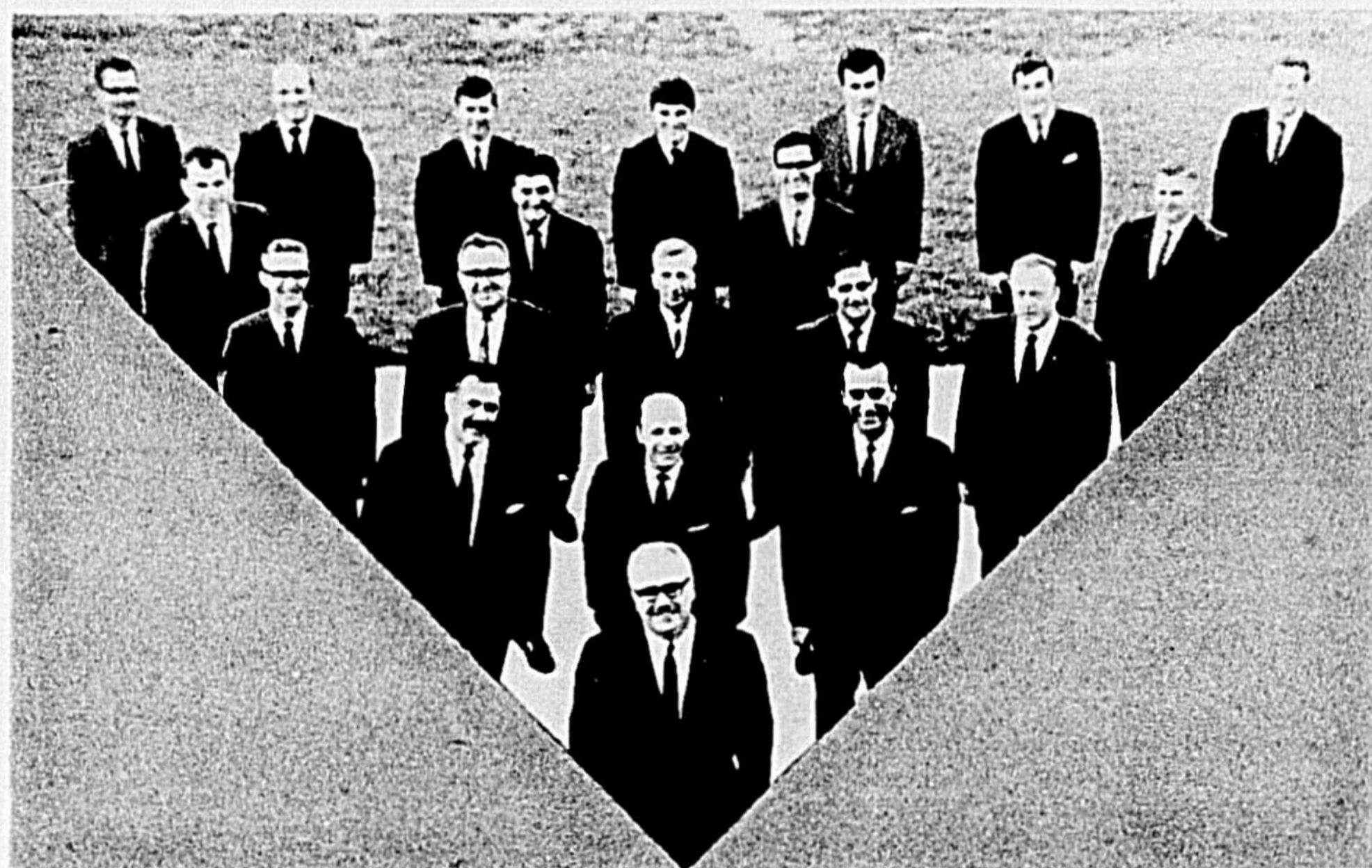
Industrie de transformation ou secondaire	22
Industrie lourde	15
Industrie agricole	6
Industrie devant utiliser les diplômés de nos écoles et de nos institutions	4
Industrie fournissant du travail pour les hommes	10
Autres industries	8
Non spécifiées	13

Le nombre de choix excède le nombre de réponses parce que certains ont inscrit plus d'un choix.

TOURISME

Nous avons obtenu 40 réponses des employeurs qui nous ont donné leur avis quant à l'aspect ou l'endroit de notre Région qui devrait être exploité ou mieux exploité, de même que ce qui devrait être fait pour améliorer, agrandir ou rendre plus attrayant ce que nous possédons. Nous avons groupé les réponses comme suit :

UN TRIANGLE D'OR



La Survivance Compagnie Mutuelle d'Assurance-Vie vient d'avoir trente années d'existence et pourtant ses réalisations les plus récentes sont si spectaculaires que certains chiffres vont jusqu'à tripler, lorsque nous rapprochons les statistiques des huit dernières années.

A l'appui de ce qui précède, le nombre de ses assurés, au terme de 1959, arrivait à 26,190, à rapprocher de 84,732, ce qu'il est maintenant. Le total de l'actif dépasse les \$10,000,000, bien qu'en 1959, il se situait à \$5,103,656. Dans le domaine des assurances en vigueur, le montant s'est accru au cours de cette même période de \$46,900,000 à \$183,395,550.

La responsabilité actuarielle de La Survivance, créée pour faire face à ses engagements envers ses assurés, est établie à \$8,874,563. Elle est bien au-delà des exigences légales et l'excédent constitue, pour eux, une plus grande protection. Aussi, en dépit de son essor formidable des dernières années, son surplus et ses réserves spéciales contribuent à faire de la Compagnie une institution des plus solides.

Les progrès de cette institution financière tiennent à sa recherche constante des besoins les plus impérieux de la population québécoise; à la faveur que cette dernière accorde à ses nouveaux plans; à la confiance que lui témoigne ses assurés, dont le nombre s'accroît rapidement.

Il est évident que l'excellence des

services diffusés par La Survivance, et auxquels ses assurés ont droit, est pour elle un facteur important de réussite.

En outre, si des spécialistes assurent la direction de multiples services de la régie interne, ils sont secondés par des hommes jeunes et énergiques, désireux de fournir, par une formation constante, l'apport nécessaire à la rapide évolution de la Compagnie.

Enfin, au sein de son conseil d'administration, La Survivance groupe des personnalités maskoutaines, appréciées pour la plupart au-delà des limites de notre ville, dont son président, Me L.-E. Morier, B.A., L.L.L., aussi président de La Société de Fiducie du Québec.

Le vice-président et directeur général de La Survivance, Monsieur Lucien Brosseau, D.M.G., possède une réputation des plus enviées dans la vaste industrie qu'est l'assurance-vie canadienne et son entrée à la direction de la Compagnie, remontant au 2 novembre 1959, coïncide avec les progrès marqués de celle-ci, au cours des huit dernières années.

La croissance rapide, la vigueur, la compétence du personnel de la Compagnie sont un gage de sa pérennité. Avec confiance et dynamisme, La Survivance s'affirme davantage d'une année à l'autre, prouvant ainsi sa capacité de veiller efficacement aux intérêts premiers de notre groupe ethnique.

200		
150		\$183,395,550.
100		
50		\$ 54,635,371.
0	\$ 2,097,921.	

ASSURANCE-VIE EN VIGUEUR

millions 1938 1960 1968

NOUS GRANDISSONS AVEC LE QUÉBEC

Conseil d'administration



L.-E. Morier, B.A., L.L.L.
Président



Lucien Brosseau, D.M.G.
Vice-président et directeur général



Charles Gilbert
Deuxième vice-président



Armand Mongeau
Administrateur



Marcel Rivard, C.A.
Administrateur



Docteur Paul Morin
Administrateur et directeur médical



Arthur Laplante, Ing.P.
Administrateur



Grégoire Girard, A.-G.
Administrateur



Luc Tétreault, O.D.
Administrateur



Gilles Morier, B.A., LL.B.
Secrétaire

Conseil de la Régie interne



Lucien Brosseau, D.M.G.
Vice-président et directeur général



Jean-Louis Constantin
M.S.C., A.S.A.
Actuaire et adjoint au directeur général



Roger St-Onge
Trésorier



Jean-Côme Gauthier
Organisateur des agences



Cécilien Poirier
Surintendant des agences



Roland Richer
Chef, Service aux assurés



Fabien Cordeau
Chef, Service de la mécanique



Robert Rivard
Chef, Service de la sélection des risques



Denis Messier
Comptable

Gérants de nos meilleures divisions de vente



Florian Morin, C.L.U.
Gérant, division des Cantons de l'Est



Fernand Drouin
Gérant, division des Bois-Francs



Jean-Marie Mercure
C.L.U.
Gérant, division de la Mauricie



Denys Baillargeon
Gérant, division de Québec



Jacques Brassard
Gérant, division de Montréal-Nord



Jean-Claude Nault
Gérant, division de Saint-Hyacinthe



M. Léo

Léo Thérroux Inc.



Originaire de Saint-Hugues de Bagot, où il vit le jour en 1908, M. Léo Thérroux grandit et reçut son éducation à Saint-Hyacinthe, où sa famille s'était transportée.

Après ses études à l'École supérieure Girouard, il tâta de plus d'un métier avant de se fixer, s'intéressa d'abord à l'électricité, fut à l'emploi de la compagnie **Goodyear Cotton** de Saint-Hyacinthe, à titre de tisserand, passa ensuite au commerce, y débutant dans la quincaillerie, son établissement s'occupant aussi de matériaux de construction.

Cette première tentative commerciale dura de 1945 à 1949, alors que M. Thérroux se porta acquéreur de l'entreprise d'embouteillage **Seven-Up** de la région maskoutaine, y joignant la distribution des produits **Labatt**.

En 1954, M. Thérroux cède à un autre ses intérêts **Seven-Up**, pour s'occuper de façon exclusive des produits **Labatt**, dont la popularité monte en flèche, sur l'impulsion donnée par lui.

Le progrès se continue, au point que les 3 employés des débuts passe au nombre de 35, et qu'une flotte de 14 camions en remplace deux.

Le territoire desservi s'étend de Longueuil et Saint-Lambert à Saint-Liboire, dans le comté de Bagot, sur la rive sud du Saint-Laurent.

M. Thérroux a ses bureaux et autres locaux dans la municipalité de Douville, à l'entrée ouest de la ville de Saint-Hyacinthe, depuis 1957.

Le volume des ventes est de l'ordre de \$3,000,000 par an, ce qui signifie un appoint considérable pour l'industrie du camionnage dans la région.

L'augmentation est constante au service des ventes au point qu'on envisage, à échéance plus ou moins brève, l'addition d'au moins trois employés. Le personnel des bureaux comprend un gérant responsable de la distribution et de la comptabilité, et deux secrétaires.

Il est probable aussi que deux autres camions s'ajouteront à ceux consacrés à la livraison.

De 1964 à 1968, M. Léo Thérroux fut proclamé l'agent **Labatt** de chaque année, à cause de son dynamisme et de son sens des affaires.

L'entreprise Thérroux est autonome et ne relève que de lui.

M. Léo Thérroux, président de **Léo Thérroux Inc.**, compagnie familiale qui s'occupe de la distribution des produits **Labatt**, est une figure connue de Saint-Hyacinthe. Marié à Pauline Fortin, il est père d'une fille: Pauline. Fidèle navigateur de l'Assemblée Abbé Antoine Girouard, il est membre des Clubs Richelieu, Francs et Lions. Il est aussi membre honoraire de la Légion canadienne et de la Fédération bouliste canadienne. M. Thérroux est gouverneur du Camp de Santé de Saint-Hyacinthe.



Bien que respectables, les débuts furent humbles. En 1960, déjà quatre camions de LEO THEROUX Inc. sillonnaient les routes de la région.



En quelques années, la compagnie LEO THEROUX Inc. connut d'importants développements et aujourd'hui, c'est une véritable flotte de camions qui assure la livraison des produits aux clients.

Thérroux

Thérroux et Frères

ENR.

Fondées
en 1963

Les frères Léo et Gérard Thérroux sont propriétaires des Ecuries Thérroux & Frère, dont l'existence remonte à 1963.

Ces écuries possèdent 5 chevaux de course, que l'on a vus à l'œuvre sur les pistes locales, ainsi que 8 poulains qui paraissent des plus prometteurs.

Les chevaux, déjà connus, sont :

Cap Hanover	P. 1.59½
Reggie Hanover	T. 2.01½
Byrd Time	P. 2.02¼
Armbro George	P. 2.04¼
Skylark Hanover	P. 2.05½

Les poulains de l'établissement sont :

Ambro Ida	P. 3 ans
April Angus	P. 2 ans
Robert Volo	P. 2 ans
Comme Vous	T. 2 ans
Coal Adios	P. 3 ans
Gayler	T. 1½ an
Dave G.	T. 1½ an
Leo Grattan	P. 1½ an

L'établissement débuta en avril 1963, avec l'achat des chevaux My Prince et Cap Hanover, et ce dernier rapporta environ \$100,000 depuis son acquisition. Il prit sa marque le 26 juin 1965 à Vernon Downes : 1.59½, et décrocha le trophée Student's Memorial.

M. Léo Thérroux s'occupe de courses sous harnais depuis 1950, et il fut dès lors propriétaire d'un à cinq chevaux, dont trois étaient continuellement en piste.



Le cheval "Byrd Time", propriété des écuries THEROUX & FRERE Enr. et entraîné par Yves Desjardins, remporta une magnifique victoire le 21 juillet 1968 à la piste du Parc Richelieu, à Montréal. Il courut le mille en 2:02.4. Photo du haut : le gagnant en pleine action. Photo du bas : dans le cercle du vainqueur en compagnie de MM. et Mmes Gérard et Léo Thérroux.

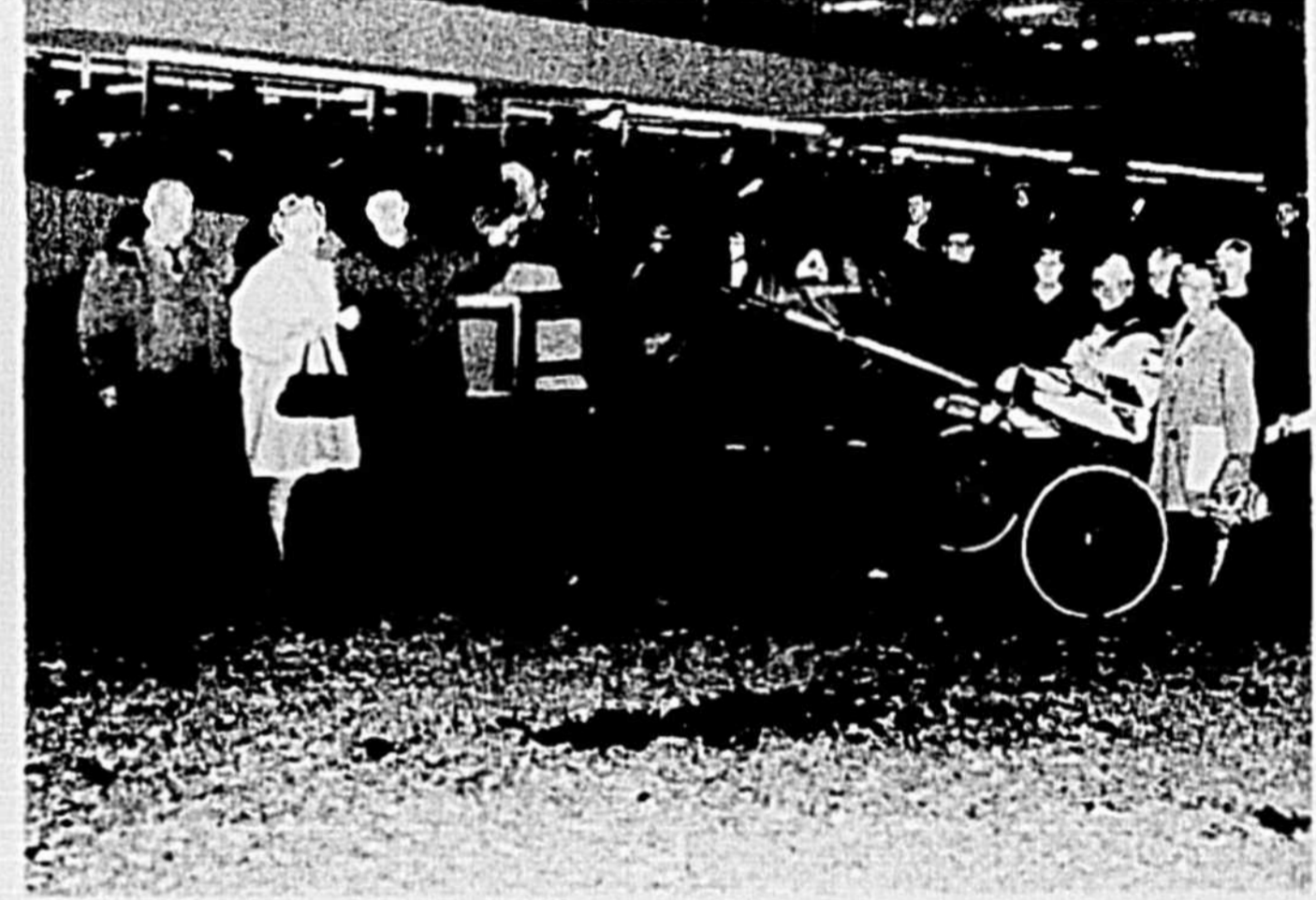


Les bêtes sont entraînées par Yves Desjardins, conduites par le jockey Benoît Côté.

Pour en revenir à Cap Hanover, ce cheval valut à ses propriétaires, l'an dernier, le trophée du jockey très connu Al Coy, pour rendement exceptionnel. En 1965, il était proclamé cheval de l'année.

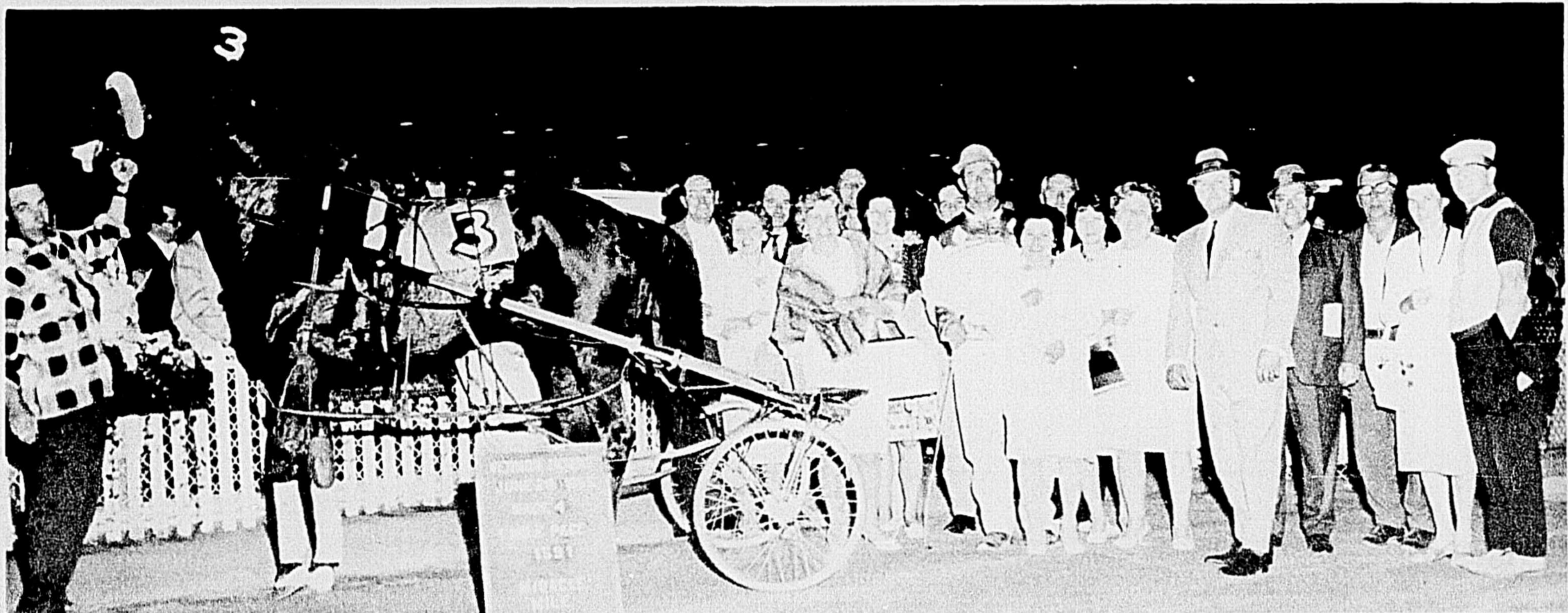


"Armbro George", un autre cheval des écuries LEO THEROUX Enr., établit une marque à vie en courant le mille en 2:04.4, le 6 novembre 1967, à Blue Bonnets, à Montréal. Photo du haut : Armbro George luttant pour la première place. Photo du bas : Dans le cercle du vainqueur en compagnie des propriétaires et du conducteur Benoît Côté.

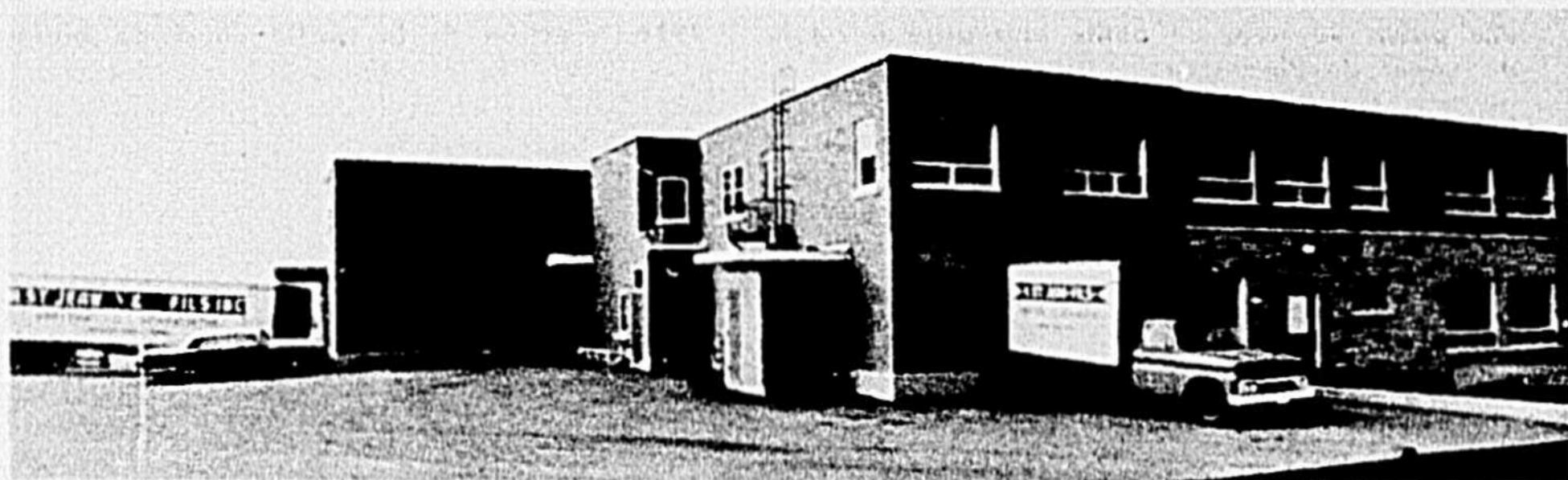


Malgré ses huit ans d'âge, il se défend encore très bien sur les pistes, contre les meilleurs chevaux. Ses gains pour la dernière année sont d'environ \$25,000.

Les chevaux des Ecuries Thérroux prirent tous leur marque sous l'habile direction des frères Thérroux.



"Cap Hanover", l'orgueil des écuries THEROUX & FRERES Enr., est photographié dans le cercle du vainqueur alors qu'il venait de remporter une victoire éclatante, courant le "mille miracle", en 1:59.1, le 26 juin 1965, à la piste Vernon Downs, aux Etats-Unis.



Vue d'ensemble de l'abattoir, à La Providence

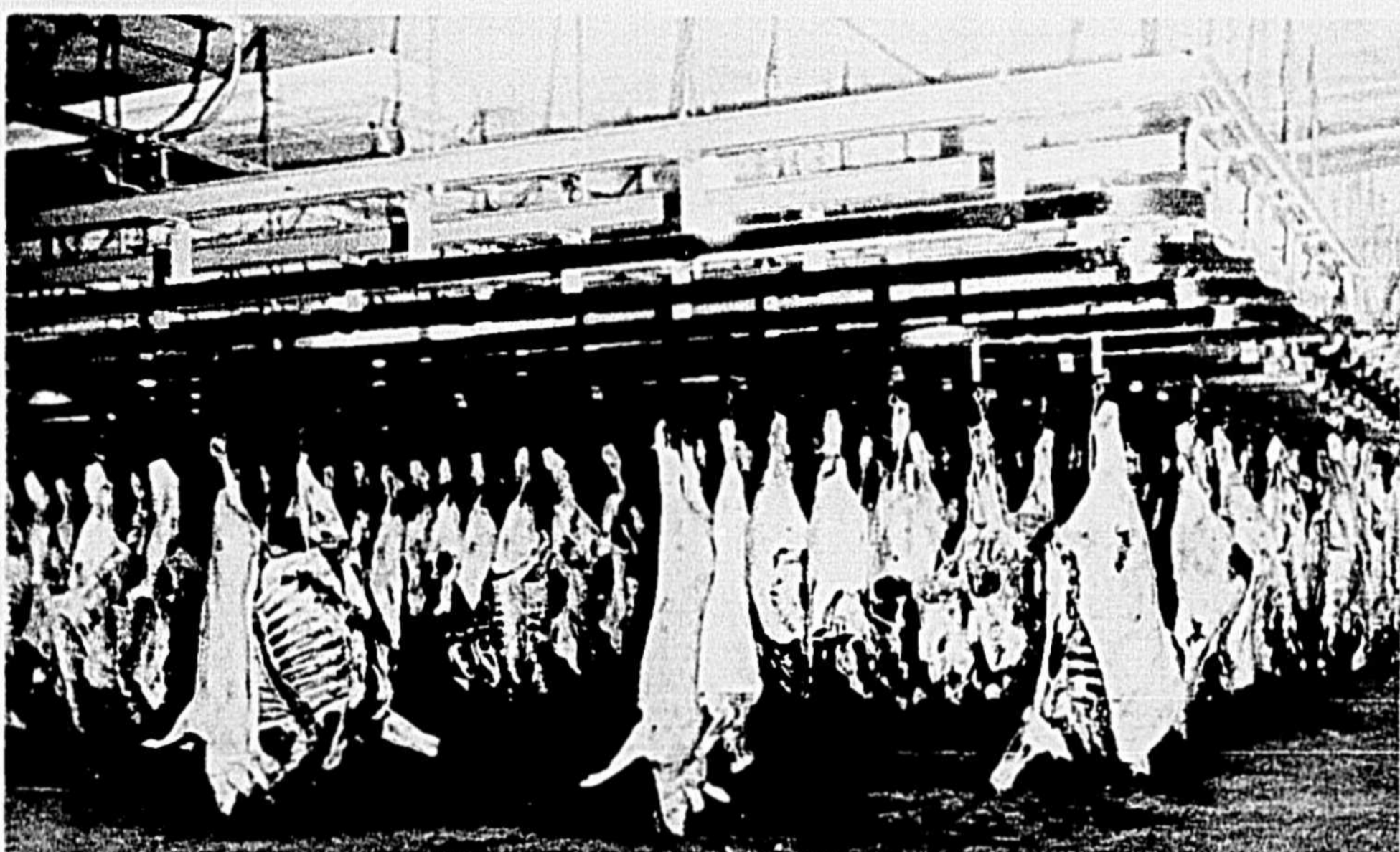
Il paraît invraisemblable, au premier abord, qu'un établissement de salaison de Saint-Hyacinthe et de La Providence, sur la rive opposée de la rivière Yamaska, exporte de la viande en Europe.

C'est pourtant le cas des Abattoirs H. Saint-Jean et Fils, dont le chiffre annuel d'affaires oscille entre les 9 et 10 millions de dollars.

Il atteignit en 1967 le total appréciable de \$9,700,000.

Cela sous-entend l'abattage, le dépeçage, la réfrigération et la distribution de millions de livres de viande.

Le porc et le bœuf y dominent de loin, mais le veau compte pour sa part, selon la saison, de même que les graisses et les abattis, plus en demande que jamais sur les marchés.



Vue intérieure du nouvel entrepôt à Saint-Hyacinthe

Si le gros des affaires de la maison Saint-Jean se transige dans les régions de : Saint-Hyacinthe, Sorel, Granby, Montréal, Québec, d'énormes quantités de viande prennent aussi la route de l'Ontario, ou des Provinces maritimes, en plus de ce qui est destiné à l'Europe.

Il va sans dire que les produits les plus en demande sont ceux du bœuf et du porc : 8,000,000 de livres du premier, 16,000,000 du second, dans la seule année 1967.

Réussite à peine croyable que celle des établissements Saint-Jean, quand on connaît leurs modestes débuts de 1925.

A l'époque, Hiram Saint-Jean commença de s'intéresser au commerce de la boucherie, alors qu'il cultivait lui-même sa terre de la paroisse Notre-Dame de Saint-Hyacinthe, aux confins de La Providence, avec l'aide de deux employés.

A eux trois, ils abattaient, débitaient et livraient, chaque semaine, la viande de 25 porcs et 5 vaches.

Les produits étaient de qualité, les clients satisfaits et la demande se mit à grandir, au point que M. Saint-Jean décida en juin 1958 de jeter les bases de la compagnie qui existe encore.

Celle-ci est devenue une vaste entreprise familiale, que possèdent et dirigent les fils du fondateur, le conseil d'administration se composant de MM. Ronald Saint-Jean, président; Claude, vice-président; René, secrétaire-trésorier.

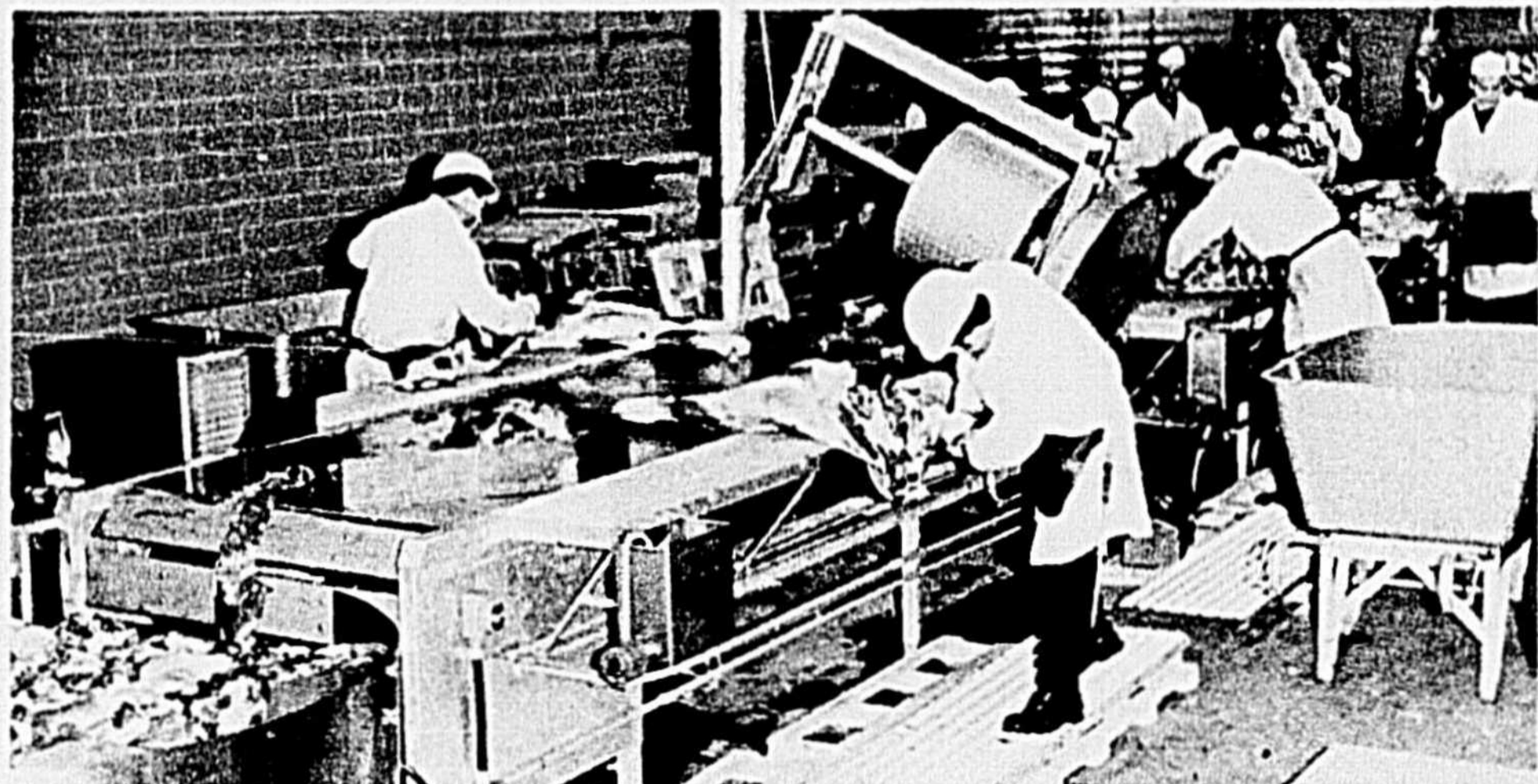


Abattage du bœuf

H. Saint-Jean et Fils

Il va sans dire que les abattoirs d'aujourd'hui, et les locaux complémentaires, sont ce qu'il y a de plus moderne, l'outillage étant du dernier cri dans le genre, se complétant d'une mécanisation poussée à fond.

L'efficacité y est telle que chaque employé peut abattre dix porcs à l'heure, sans hésitation ni difficulté, et ce, grâce à un procédé exclusif, dû à l'esprit d'invention et à l'initiative des dirigeants.



Désossage à l'aide d'une table motorisée

La période d'expansion véritable de la maison commença en 1945, alors que le seul abattage manuel signifiait la mise sur le marché de 50 porcs à l'heure.

Dès 1952, et grâce à de l'équipement nouveau, on atteint le résultat de 75 porcs à l'heure.

En 1966, outillage encore plus perfectionné, permettant le rythme actuel d'abattage : 10 porcs à l'heure, par homme au travail.

Pour compléter ses services, déjà considérables, la firme des frères Saint-Jean a construit un vaste centre d'entrepôt et de distribution à Saint-Hyacinthe, qui pourra recevoir ensemble et garder 500,000 livres de viande, dont 300,000 livres, congelée et 200,000 livres, fraîches.

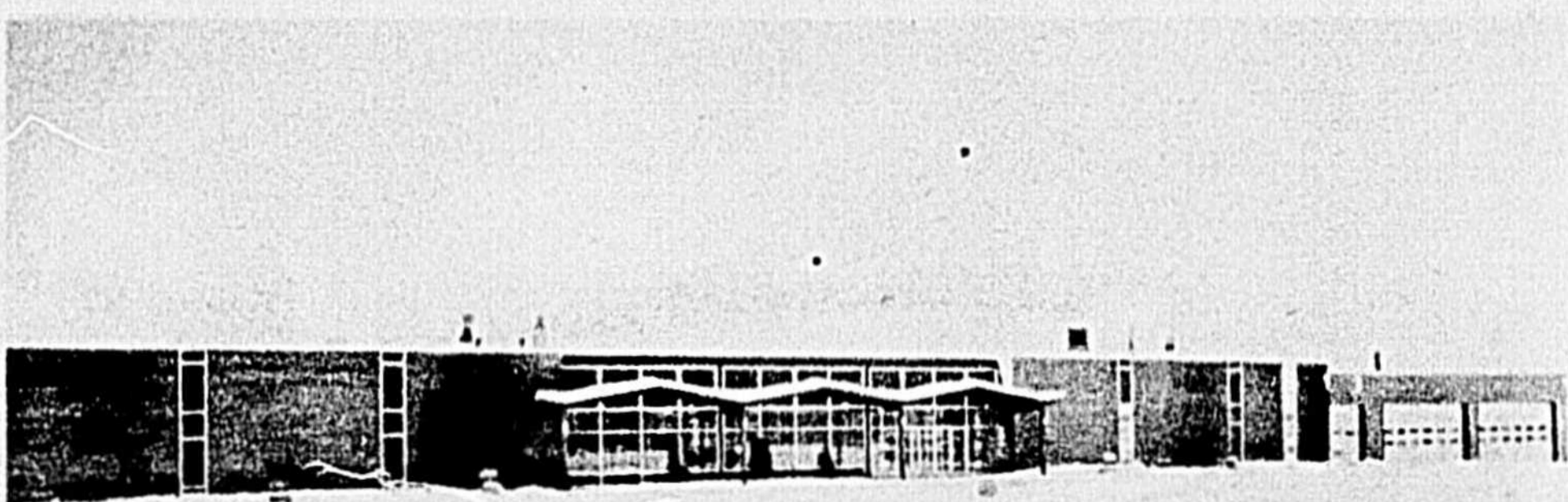


Abattage du porc à la chaîne

Soixante personnes sont à l'emploi des Abattoirs H. Saint-Jean et Fils, dont 6 dans les bureaux, mais l'on prévoit sous peu l'addition au personnel de vingt hommes ou femmes.

En matière aussi délicate que la viande destinée à la consommation humaine, le service de livraison doit être efficace et rapide, assuré par six camions, dont cinq frigorifiques.

Outre les expositions agricoles du pays, la maison Saint-Jean participe à la Foire internationale de l'Agriculture à Paris, comme au Royal International Dairy Show, de Londres, en Angleterre.



Vue d'ensemble du nouvel entrepôt frigorifique à Saint-Hyacinthe



M. Robert McAlpine, gérant de l'usine maskoutaine de Penmans Ltée.

PENMANS

Une industrie qui s'est développée avec la ville de Saint-Hyacinthe

Peu d'industries ont fait autant que la Penmans Ltée pour assurer le développement et la stabilité de l'industrie textile au Canada. De plus, la Penmans est fière d'avoir contribué à la croissance économique de la région.

UNE INDUSTRIE CENTENAIRE

C'est en 1868 que feu John Penman installa la première usine de la Penmans Manufacturing Company à Paris, en Ontario.

Sous l'habile direction de son fondateur, la compagnie se développa rapidement et bientôt,

elle passa du rang de petite entreprise à celui de géant de l'industrie.

En cette année centenaire de fondation de la Penmans, le nom et la marque de commerce "Pen-Angle" sont connus d'un océan à l'autre et la bonne renommée des produits Penmans n'est plus à faire.

LA PENMANS À SAINT-HYACINTHE

Au début du siècle, la compagnie Canadian Woolen Mills, établie à Saint-Hyacinthe depuis plus de vingt-cinq ans, fut achetée par la John Manville Company.

En 1903, cette dernière céda ses intérêts à Saint-Hyacinthe à la Penmans Manufacturing, laquelle prit le nom de Penmans Ltée en 1906, et c'est sur ce terrain que s'élève aujourd'hui la succursale maskoutaine de la compagnie. Il va de soi que depuis cette date celle-ci a considérablement agrandi la surface occupée par les bâtiments et qu'elle est en constante amélioration à l'intérieur de l'usine.

Les grandes étapes du développement de la Penmans à Saint-Hyacinthe peuvent se résumer ainsi :

1914: construction du barrage sur la rivière Yamaska;

1916: érection de la partie ouest du bâtiment qui abrite aujourd'hui les départements de lavage et de finition de la bonneterie;

1923 à 1928: rénovation des chaufferies et installation de quatre nouveaux réservoirs à eau chaude;

1927: ce fut l'année de décisions importantes car c'est alors que fut décidée la construction d'une usine qui produirait les fibres nécessaires à la production locale. Ce fut un investissement de l'ordre de \$150,000. et la bâtisse de la rue Des Cascades et Saint-Joseph occupe une superficie de 100,000 pi. car.

1929: érection de la cheminée géante, laquelle est visible à des milles à la ronde, et installation d'un pouvoir électrique capable de subvenir aux besoins de l'usine;

1933: l'ancien entrepôt est démoli et un immeuble moderne de cinq étages est construit;

Et pendant toute cette période, des améliorations constantes furent apportées à la machinerie et les agrandissements suivirent selon les besoins.

Il serait fastidieux de donner la liste complète des améliorations que la compagnie apporta à l'usine maskoutaine, mais ce qui est certain, c'est qu'à aucun moment de son histoire la Penmans Ltée n'a arrêté l'évolution vers une plus grande efficacité et une production améliorée.

Depuis 1963, des changements majeurs furent apportés et l'usine locale est maintenant en mesure de fabriquer non seulement les fibres requises à Saint-Hyacinthe, mais encore elle fournit les usines de la Penmans dans d'autres localités.

1966: nouveaux bureaux;

1967: nouvelles bouilloires;

A l'heure actuelle, la Penmans Ltée occupe une superficie de 362,000 pi. ca., ce qui sans contredit la place au premier rang des usines de la région.

UN PERSONNEL COMPÉTENT

Les capitaux, des bâtiments imposants et une machinerie des plus modernes ne suffisent pas à eux seuls à assurer une production de qualité supérieure.

Une direction avisée et un personnel compétent sont indispensables et la Penmans est fière de son personnel, cadres et employés, lequel travaille sans relâche à maintenir le bon renom de la compagnie.

A l'heure actuelle, quelque 325 personnes travaillent à l'usine maskoutaine et si on y ajoute les 60 membres des cadres et du personnel de bureau, cela fait un total imposant.

Chaque année, la compagnie paie en salaires plus de \$1,500,000.

En plus des bénéfices sociaux ordinaires, les employés jouissent d'un plan de sécurité et d'assurance. Un certain nombre d'anciens employés reçoivent une pension de la compagnie et celle-ci s'enorgueillit de ses employés qui comptent un demi-siècle de service et qui apportent le fruit de leur expérience au développement de la compagnie.

Les employés appartiennent au Syndicat national du Tricot Inc. (C.S.N.) et les relations patronales-ouvrières sont excellentes.

Le Club récréatif est des plus actif et il organise pour les employés une vie sociale animée telle que danse, parties de pêche, pique-nique annuel etc.

DES PRODUITS DE QUALITÉ

L'usine locale fait partie de l'ensemble de la compagnie.

Et c'est à celle-ci que revient la production du fil employé à Saint-Hyacinthe et ailleurs. En plus de cela, la Penmans produit à Saint-Hyacinthe les chaussons de laine, les sous-vêtements en laine et en coton-laine, les T-shirts, les chandails à col roulé, et dans un autre domaine, les feutres qui sont employés dans l'industrie papetière.

Tous ces produits sont d'une qualité exceptionnelle et la compagnie veille à ce que la production se maintienne à ce niveau qui fait dire à la population canadienne que la Penmans est synonyme de produits de qualité.

C'est à juste titre que l'on peut dire que la Penmans s'est développée avec la région et le développement continu de la compagnie est de bon augure pour Saint-Hyacinthe et les environs.

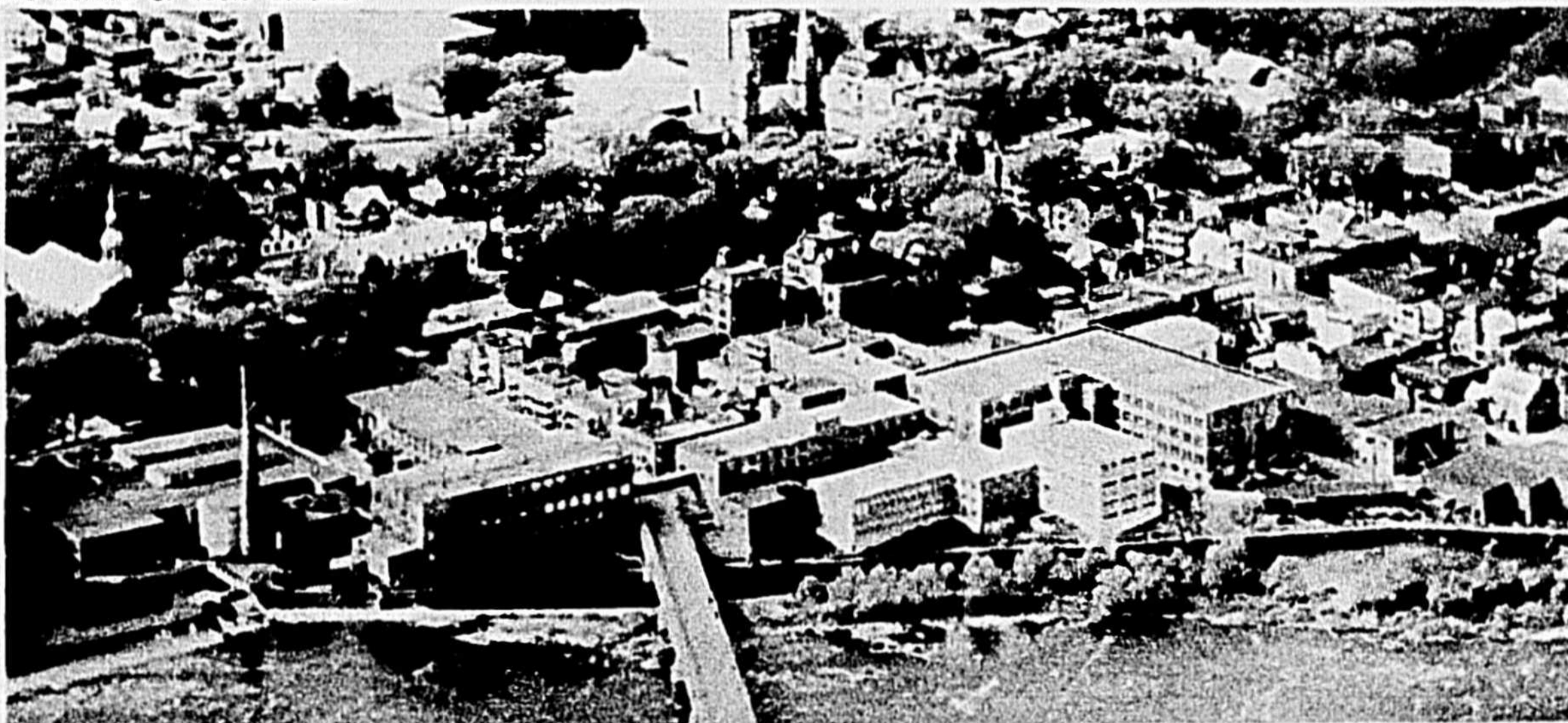
PENMANS



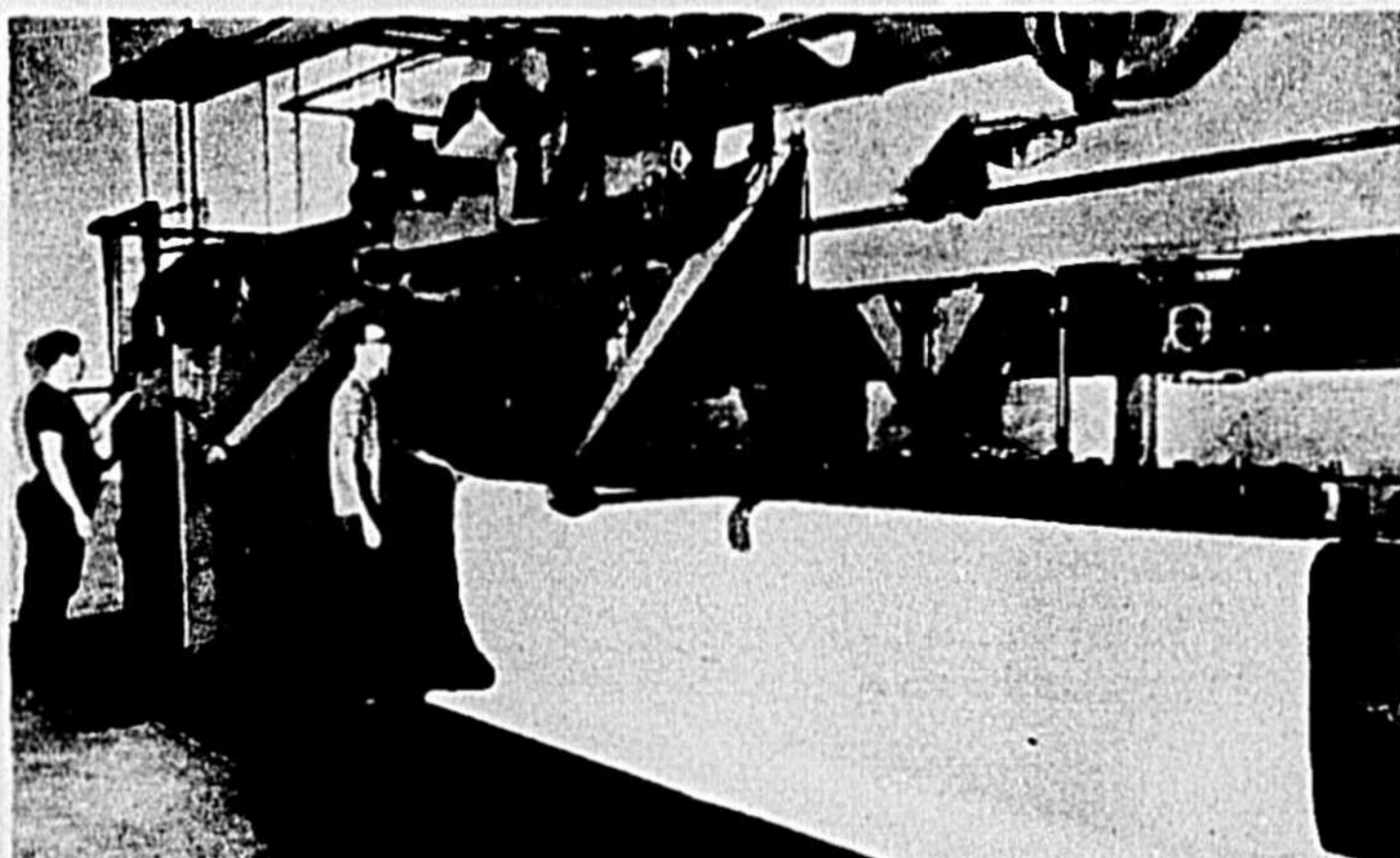
Employés ayant cinquante années de service: Assis, de gauche à droite: M. Lucien Gladu, Mlle Alma Després et M. Donat Mann. Debout, même ordre: MM. Emile Bérard et Louis Claude.



Une vue des bureaux modernes et climatisés de Penmans Ltée.



Une vue d'ensemble de Penmans Ltée, à Saint-Hyacinthe.



Cette machine géante fabrique d'une pièce les feutres qui sont employés dans l'industrie papetière.



Au milieu d'un amoncellement de matériel, les ouvrières s'affairent aux machines à coudre employées dans l'assemblage des chandails.

Hier



Photos des premiers groupes d'employés qui travaillaient à la compagnie.



CENTRE Mfg. Co. Ltd.

Qu'on le croit ou non, l'établissement Centre Mfg. Co. Ltd., de Saint-Hyacinthe, fabrique un million de pantalons par année.

Assez pour une armée respectable, pour ce qui est du nombre, mais il ne s'agit pas de pantalons d'uniformes.

On se demande où peuvent aller un million de pantalons de qualité, dits de toilette, d'été, de demi-saison ou d'hiver, mais on commence de comprendre en prenant connaissance de quelques détails.

Il faut d'abord savoir que Centre Mfg. Co. Ltd. est au pays l'une des cinq usines qui produisent le plus grand nombre de pantalons.

Il faut savoir qu'un quart de sa production est retenue par nombre de firmes spécialisées dans la confection de complets, qui lui confient celle des pantalons dont elles ont besoin, comme elles abandonnent à d'autres celle de gilets et vestons.

Les autres pantalons sont mis sur le marché, d'une extrémité à l'autre du pays.

La compagnie susdite est une des plus importantes de Saint-Hyacinthe, par le nombre de personnes employées: environ 500, dont quelque 70 hommes, à l'année longue.

Elle produit près de 20,000 pantalons par semaine de quarante (40) heures, verse \$1,800,000 par an, en traitements et salaires.

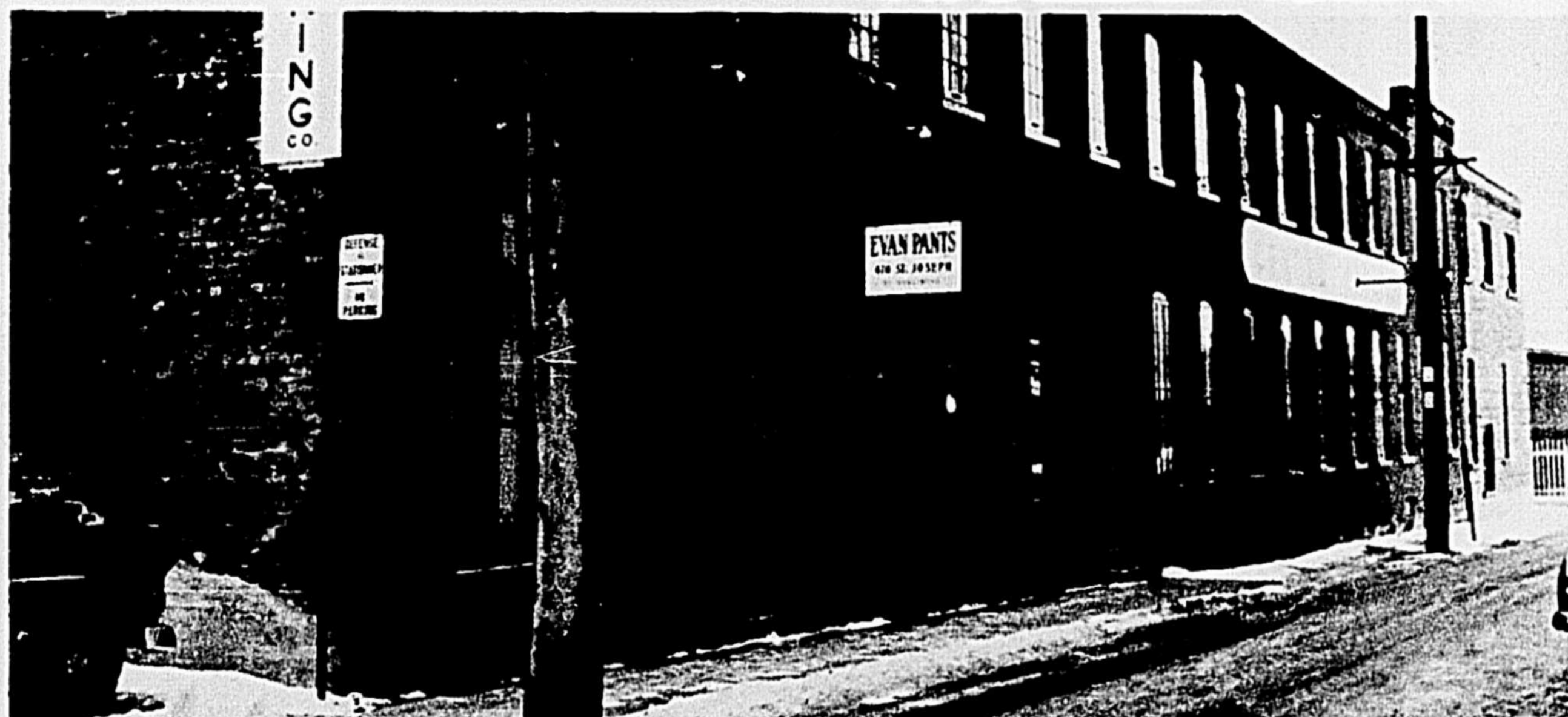
Quand la compagnie fut fondée en 1941, par M. Elzéar Larue, elle employait à peine 12 personnes.

M. Ernest Larue succéda en 1949, à son père, donna à la compagnie sa raison sociale d'aujourd'hui, qui remplace la Saint-Hyacinthe Pantalon, fonda avec ses associés une autre compagnie, la Centre Manufacturing Limited, laquelle produit tandis que l'autre s'occupe du marché.

Le chiffre d'affaires est d'environ \$5 millions par an.

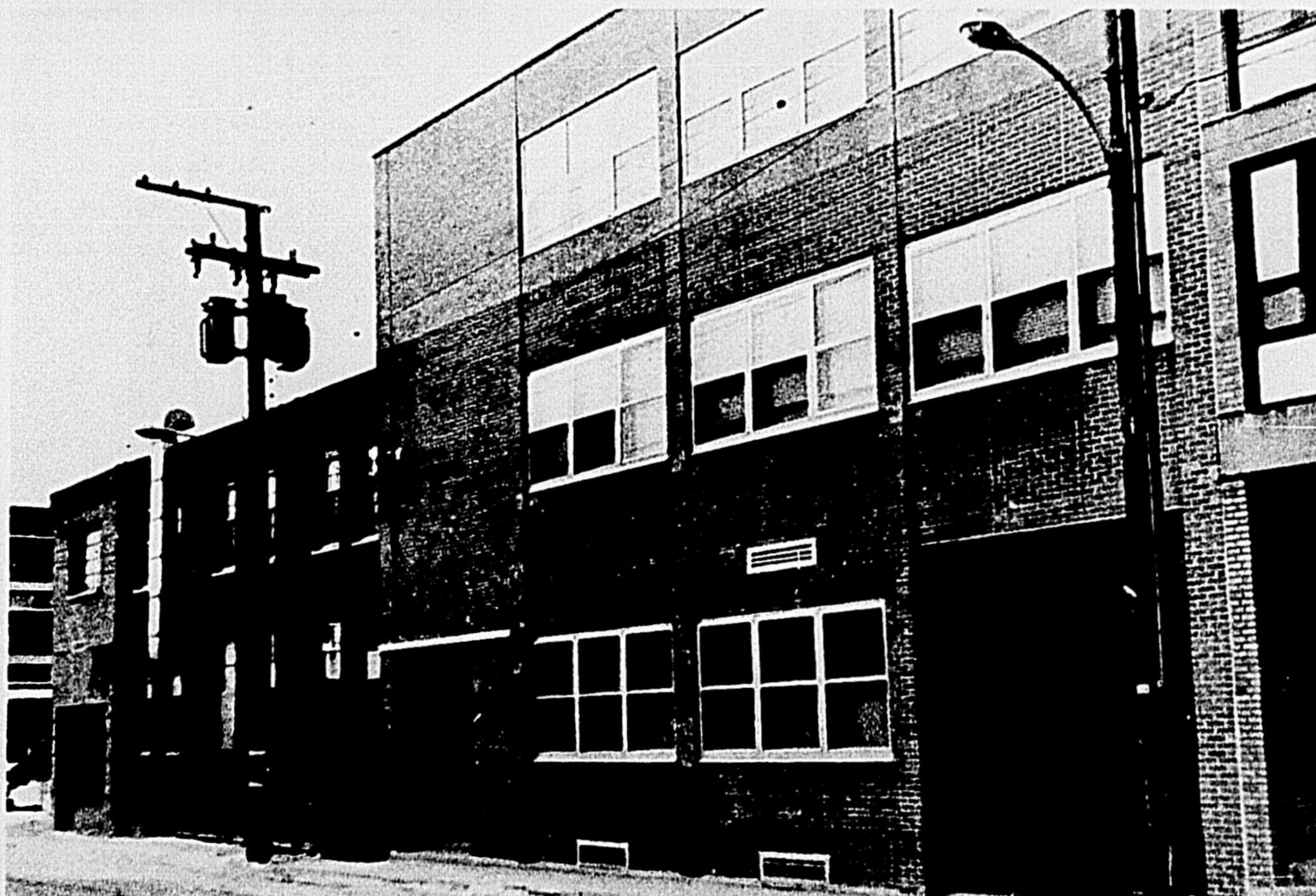
L'usine occupe une superficie de 33,000 pieds carrés, et son outillage est ce qu'il y a de plus moderne, l'automatisation y jouant une part qui grandit chaque jour.

Les compagnies Centre Mfg. Co. Ltd. et Evan Pants Inc. ont usine et bureaux au 1850 de la rue Saint-Antoine, à Saint-Hyacinthe.



La Centre Mfg. Co. Ltd s'installa dès sa fondation dans des locaux sur la rue Saint-Joseph. Aujourd'hui, ces locaux servent encore.

Aujourd'hui



L'usine occupe de nouveaux locaux depuis quelques années et sa superficie est de 33,000 pieds carrés. Quelque 500 employés y travaillent.

UNE ÉQUIPE DU TONNERRE

Et comment en serait-il autrement lorsque le "capitaine" de l'équipe s'appelle Guy Rousseau et qu'il est secondé par des hommes jeunes et dynamiques!



Guy Rousseau, gérant local de Molson Ltée

Né à Montréal le 21 décembre 1934, Guy Rousseau était encore enfant lorsque la famille vint s'installer à Saint-Hyacinthe.

Aux âmes bien nées, la valeur n'attend pas le nombre des années et très rapidement, le jeune Guy attira l'attention par ses qualités de joueur de hockey.

Si bien que dès l'âge de 16 ans, il avait une place régulière au sein de l'équipe des Maple Leafs de Verdun.

En 1955, les dirigeants du Club les Canadiens de Montréal offrirent un contrat à Guy Rousseau et ce fut la réalisation d'un rêve cher à tout jeune hockeyeur: Evoluer avec le Tricolore.



Guy Rousseau en compagnie de Whithy Ford et de Johnny Antonelli, en 1958, à Rochester, à l'occasion de la nomination de l'Athlète de l'année aux Etats-Unis

En 1958, il fut envoyé en renfort aux Américains de Rochester et c'est alors qu'il jouait à cet endroit que les Maple Leafs de Toronto achetèrent son contrat pour le revendre par la suite aux As de Québec.

Une entente de quatre ans liait Guy Rousseau à ces derniers. Aussi, sa déception fut grande, à son dire la plus grande de sa vie, lorsqu'en 1963 les dirigeants des As de Québec "prêtèrent" Guy Rousseau aux Barons de Cleveland.

La vengeance ne tarda guère cependant et fut d'un genre spécial puisque c'est Guy Rousseau et les Barons qui battirent les As de Québec pour le championnat de la Ligue Américaine et le joueur maskoutain participa à sept des quatorze buts marqués par son équipe.

En 1965, le "capitaine" décida de se retirer du hockey professionnel afin de se consacrer totalement à un autre travail qui venait de lui être confié: Les Premiers Jeux d'hiver canadiens. Nommé directeur général de cette entreprise monstre, Guy Rousseau se dépensa sans compter et fit d'une entreprise hasardeuse un succès personnel et un titre de gloire pour le peuple canadien. Les Jeux d'hiver furent un succès sans précédent et les autorités gouvernementales s'estimèrent comblées par le sérieux et la bonne marche de ce genre de réalisation, allant même jusqu'à poser les premières étapes des Jeux d'été canadiens, lesquels auront lieu à Halifax l'été prochain.



Guy Rousseau et les Gaulois de Saint-Hyacinthe

En 1967, Guy Rousseau fut nommé président de l'agence Molson de Saint-Hyacinthe et depuis son retour parmi nous, les activités sportives ont ressenti l'action bénéfique qu'apporte un homme jeune et dynamique.

La saison de hockey verra Guy Rousseau à l'oeuvre pour les Gaulois de Saint-Hyacinthe. Et nul doute qu'il saura conduire son équipe vers le sommet des succès sportifs.

Marié à Carol Donovan, Guy est père de deux enfants: Lynn, 6 ans, et Marc, 3 ans.

Mme Huguette Petit

Mme Petit est la dernière arrivée de l'équipe. Elle travaille au bureau de l'agence Molson depuis quelques semaines à peine alors qu'elle y remplit les charges de comptable.

Mariée et mère de quatre enfants, Serge, 11 ans; Suzanne, 8 ans; Ginette, 6 ans, et André, 7 ans, elle considère comme sa première occupation le soin de sa petite famille.

Maitresse de maison hors pair, elle s'adonne à la couture et adore confectionner les jolies toilettes qui font l'envie de ses amies.

L'été, c'est la saison du camping et c'est devenu un rite pour les Petit de partir ainsi à l'aventure.

Pendant l'hiver, Mme Petit préfère la danse, et avec le climat que nous avons, qui lui en tiendrait rigueur.

Lucien (La Bine) Lefebvre

Au service de la Molson depuis 14 ans, Lucien est connu comme Barabbas dans la Passion. C'est le bout-en-train de l'équipe et celui-ci aime bien jouer de la trompette dans les soirées populaires de la région. Qui ne le connaît pas???

Marié à Réjane Pelletier, Lucien est père de trois enfants: Manon, 16 ans; Guy, 10 ans, et Lyne, 9 ans.

Il aime la pêche et le golf mais encore une fois, il préfère par dessus tout sa trompette et la musique populaire.

Roland Rousseau

Celui que jadis on appela "Le rouge", et nul ne sait pourquoi car alors il ne fut jamais rouge de chevelure et maintenant il l'est encore moins, est au service de la Molson depuis dix ans. Il garde précieusement les souvenirs des trois parties professionnelles qu'il joua au sein de l'équipe des Canadiens de Montréal.

Marié à Pauline Cournoyer, il est père d'un garçon (et quel garçon) Danny, 2 ans.

Roland aime le bowling et le golf. Deux ou trois fois par année, il se rend à la pêche à la truite et comme tout pêcheur qui se respecte, les truites les plus belles sont toujours celles qu'il a échappées.



- 4 — Mme Huguette Petit
- 5 — Lucien (La Bine) Lefebvre
- 6 — Roland Rousseau
- 7 — Roch Joyal
- 8 — Gérard (Le Pit) Labrecque

Roch Joyal (Roko pour ces demoiselles)

Roch est le seul célibataire de l'équipe.

C'est un sportif accompli et il aime le sport, qu'il s'agisse de hockey, de balle-lente ou toute autre discipline.

Chanteur et maître de cérémonie à ses moments libres, les organisateurs de soirées populaires font appel à ses services car il est reconnu pour ses capacités de diriger de main de maître toute soirée.

Et il n'a que 26 ans...

Gérard (Le Pit) Labrecque

Au service de la Molson depuis 8 ans, Gérard est marié à Jeanne Mance et père de deux enfants: Lily, 4 ans, et Luc, 2 ans.

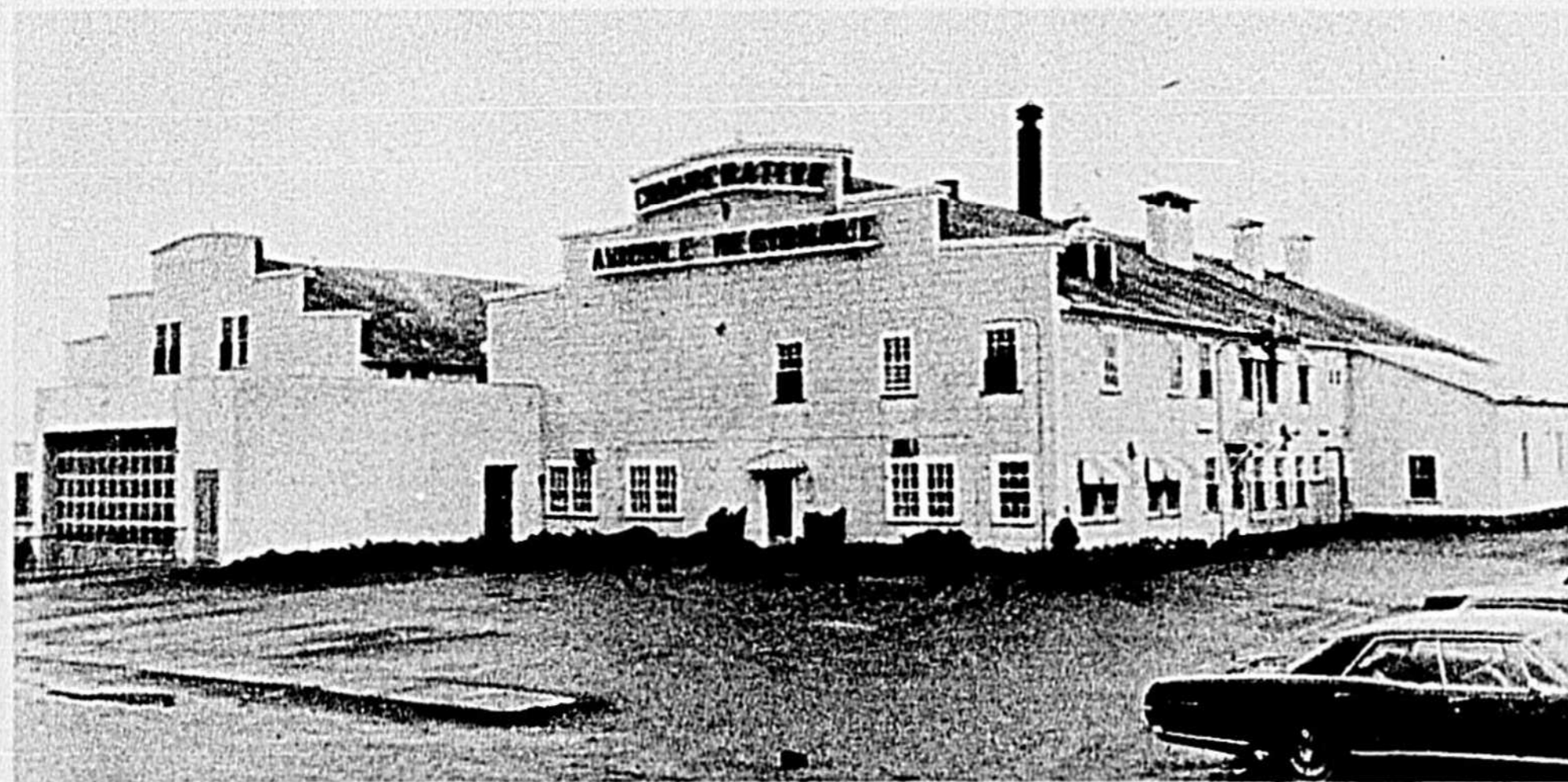
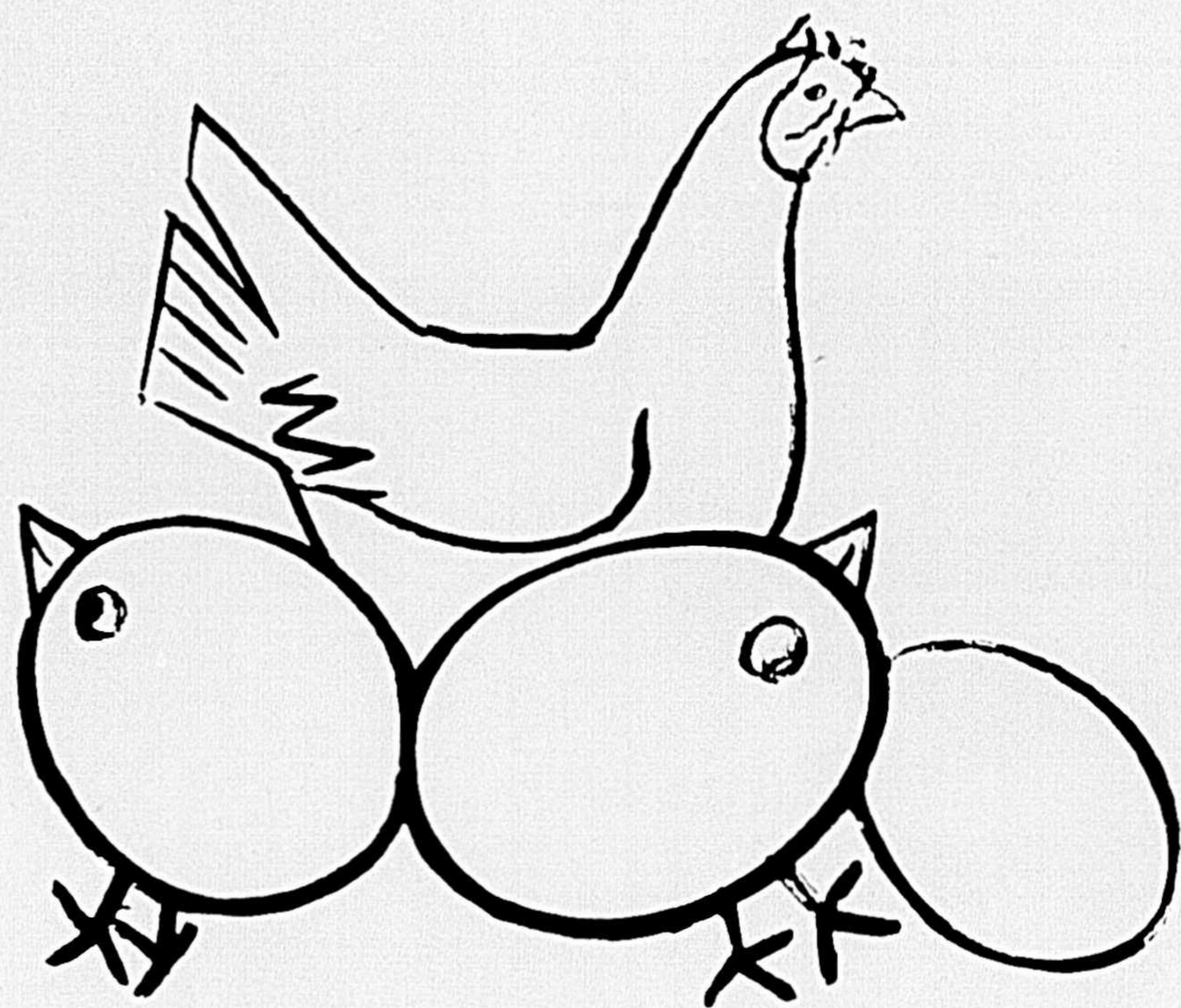
Le Pit est bien connu pour son amour des sports. Et malheureusement, depuis quelque temps, il a dû abandonner la pratique de tout sport par suite de prescription médicale. Mais ce n'est qu'un repos temporaire et il espère bien reprendre les quilles et la balle-molle lors de la prochaine saison.

MOLSON

SOCIÉTÉ COOPÉRATIVE AVICOLE DE SAINT-DAMASE



Une Coopérative qui n'a rien d'artisanal!



Bâtiments

La Société Coopérative Avicole Régionale de Saint-Damase, dans le comté de Saint-Hyacinthe, connaît un tel développement depuis les premiers jours de sa fondation qu'elle est en voie de devenir une des plus importantes industries de la région.

Lorsqu'en mars 1945, près de 250 personnes se réunirent à Saint-Damase, sous la présidence de M. Alcide Blanchard, afin de mettre sur pied une coopérative d'exploitation des produits avicoles, même les plus optimistes ne pouvaient prévoir un avenir aussi prometteur.

Aujourd'hui, quelque 23 ans après, on jugera du succès de l'entreprise en constatant que la production hebdomadaire de 1968 dépasse largement la production annuelle des premières années.

En 1946, par exemple, 415,000 livres de poulet furent expédiées sur le marché par la Coopérative de Saint-Damase, alors qu'en 1967, 25,000,000 de livres de poulet ou dinde connurent un sort identique.

Pour préparer une telle quantité de viande et en faire la livraison, il faut un personnel nombreux et un équipement moderne.

Au nombre d'une trentaine au début, et aucun n'y trouvait un travail régulier, les employés sont maintenant au nombre de 200, à plein temps et recevant plus de \$700,000 en salaires par année. Un certain nombre d'entre eux viennent du village, mais il y en a des villes et villages environnants, de Saint-Hyacinthe, de Granby, de Rougemont, de Saint-Pie, etc.

Côté production, il y a belle lurette que les procédés artisanaux ont été relégués aux oubliettes et qu'une chaîne de production, rapide et efficace, a été installée.

Un entrepôt frigorifique d'une capacité de 250,000 livres reçoit une partie de la production de produit congelé.

La Société Coopérative Avicole continuera à aller de l'avant et un projet d'agrandissement de l'ordre de 37,000 pi. ca. sera mis en chantier sous peu. Une première étape comprendra une extension de 15,000 pi. ca. et le reste sera complété dans un avenir rapproché. Si bien qu'à la fin du projet, l'entreprise occupera près de 80,000 pi. ca. et elle prévoit une augmentation du personnel de l'ordre de 10%.

Une flotte de 14 camions, dont 6 sont propriétés de la Coopérative, apportent et livrent poulets et dindes d'un rayon de 100 milles.

La majeure partie de la production est livrée à l'état frais aux grossistes et le reste est vendu congelé grâce à un procédé rapide de congélation.

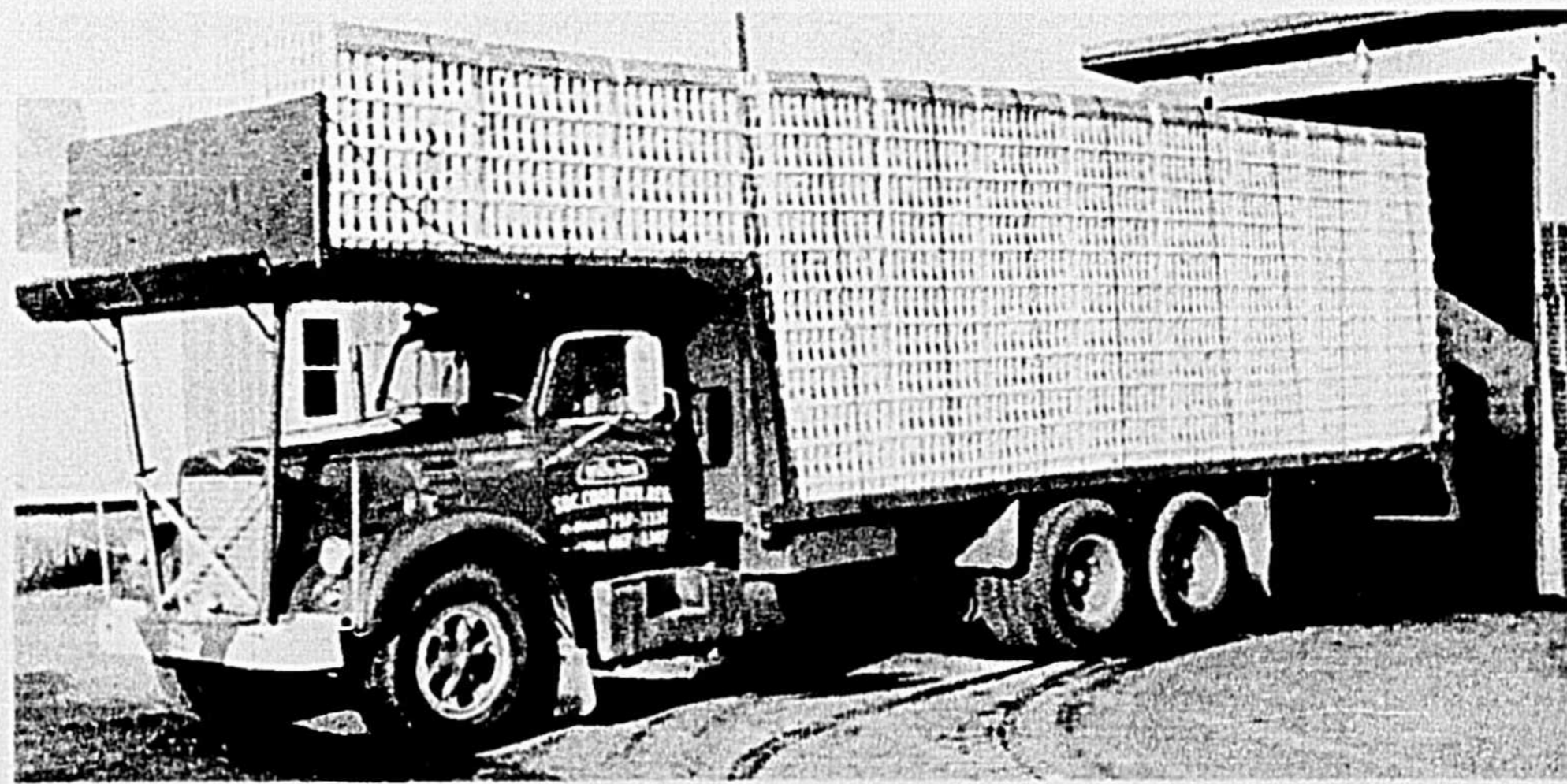
"White Rock" est la marque de commerce officielle de la Société Coopérative et elle alimente les marchés de Montréal, de la province et même des provinces voisines.

Une faible proportion de la production totale est utilisée à la conserverie de la Coopérative où poulets et dindes sont mis en boîtes sous étiquette "White Rock".

Depuis 1945, la Société Coopérative Avicole Régionale a payé plus de \$450,000 en ristourne aux membres. Le conseil d'administration de la Coopérative se compose comme suit: MM. Edmond Palardy, président; Raymond Bienvenu, vice-président; Claude Colette, Philippe Lussier, Jean-Maurice Lacoste, Jean-Louis Lanoie et Germain Grenier, directeurs.

M. Jules Gilbert, au service de la Coopérative depuis 1957, occupe le poste de secrétaire-gérant depuis 1959.

Par son dynamisme et son sens du progrès, la Société Coopérative Avicole, dont le chiffre d'affaire dépasse \$7,500,000 par année, est à la pointe du progrès de Saint-Damase et de la région. Elle est la preuve indiscutable de ce que "l'union fait la force".



Chargement vivant



Abattoir



Conserverie



CHARLES GILBERT
président et
directeur général



GASTON GILBERT
Estimateur en chef
directeur général adjoint



THÉRÈSE G. GILBERT
vice-présidente

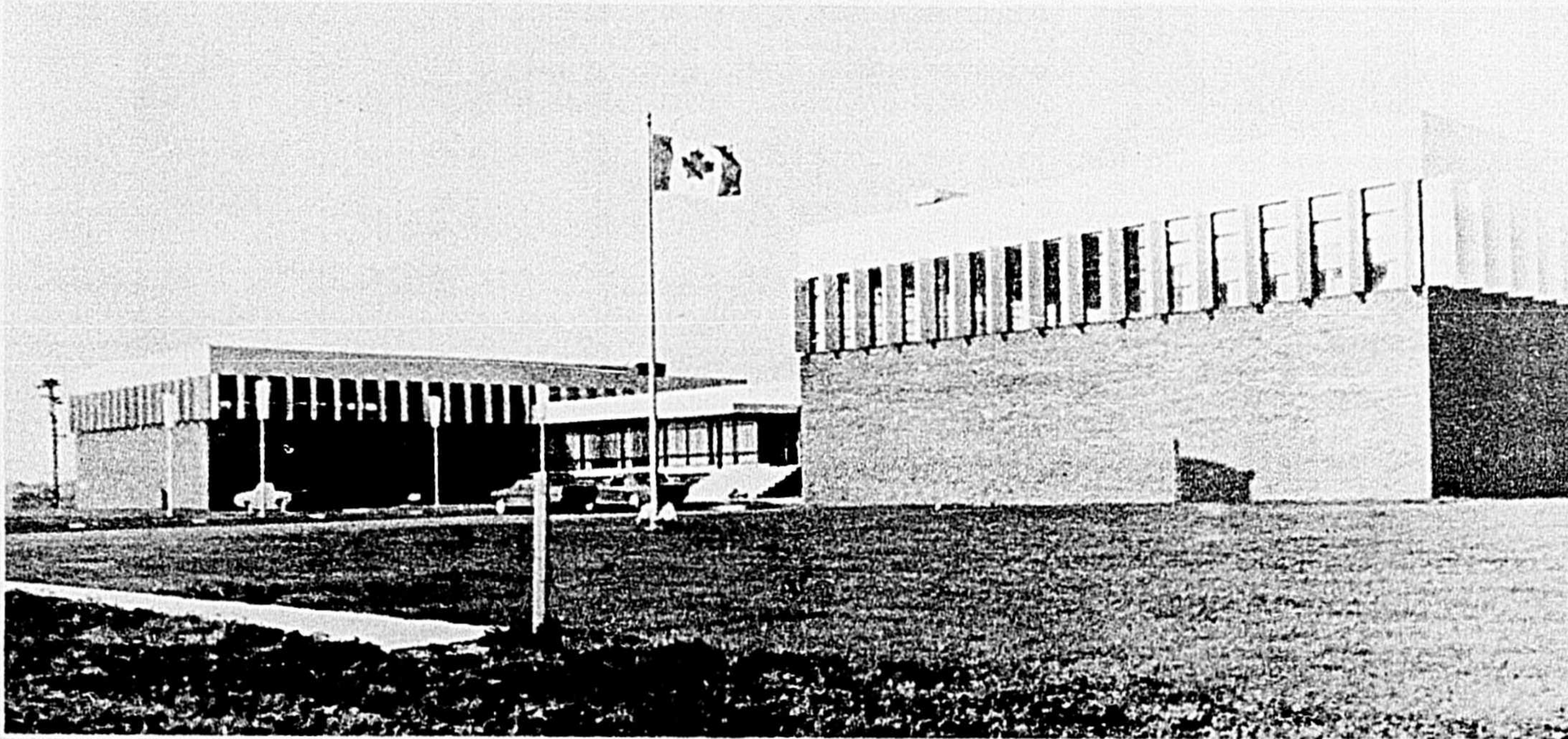


REGINA BISSONNET
secrétaire-trésorière

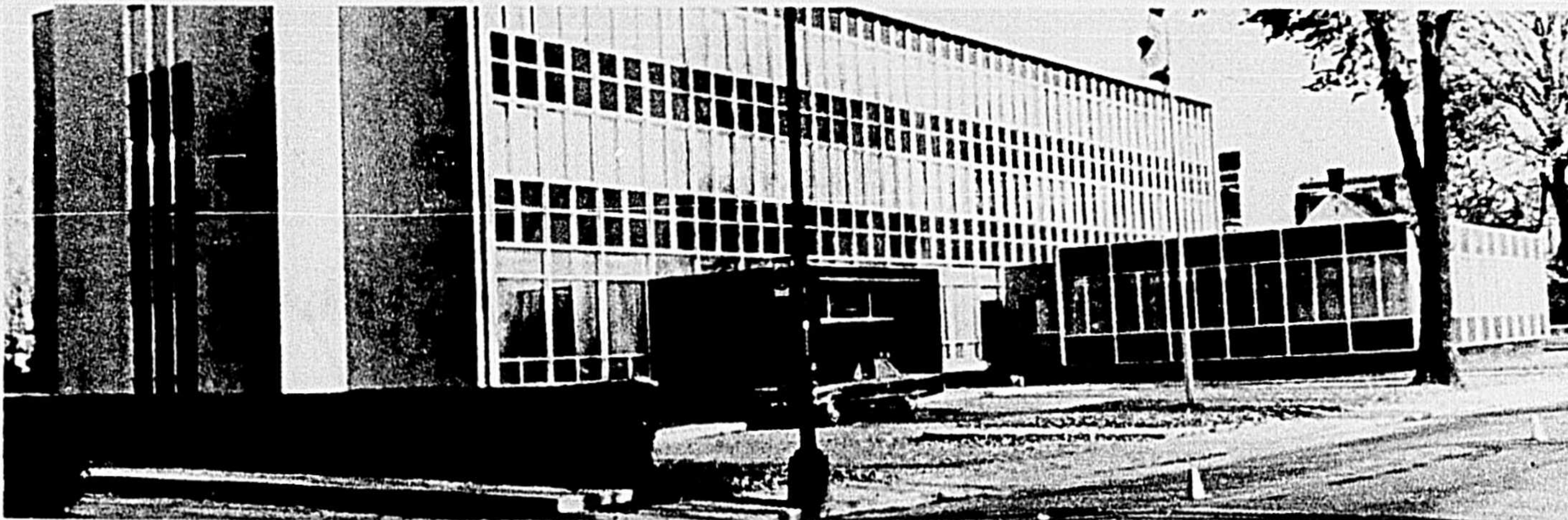
CHARLES GILBERT LTÉE

SAINT-HYACINTHE

Au service de l'industrie de la construction depuis 28 ans



Centre d'Apprentissage de Saint-Hyacinthe



Edifice de la Compagnie Générale de Commerce (assurances)

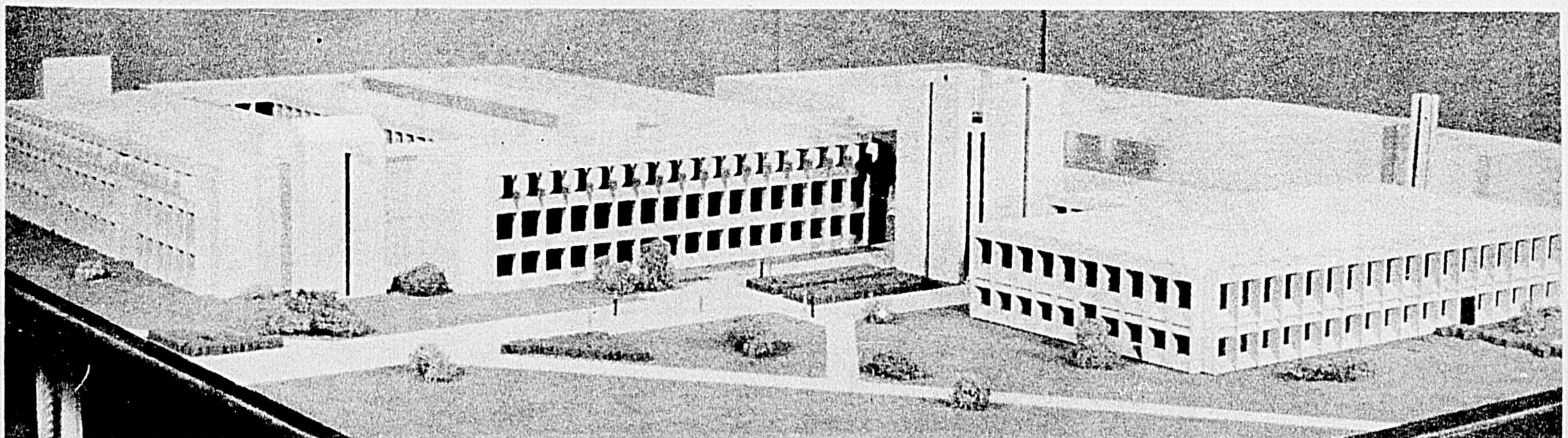


JEAN-PAUL GILBERT
contremaître général



ARMAND BEAUSÉJOUR
contremaître général adjoint

Roger Gilbert, contremaître
Guy Gilbert, estimateur
Gabriel Durand, contremaître
Marcel Marin, contremaître
Constant Laperle, contremaître
Gaston Jacob, technicien



Ecole polyvalente Carignan, à Sorel — 3,000 élèves — coût: \$5,000,000.



Une entreprise dirigée par une femme...

L'une des entreprises familiales les plus intéressantes de la province de Québec est sans contredit celle de Mme Paul Saint-Onge, qui assure directement et indirectement le pain de nombreuses familles de Saint-Hyacinthe.

Paul St-Onge Inc., c'est une usine d'embouteillage d'eaux gazeuses dont M. Paul Saint-Onge faisait l'acquisition en juin 1953, plus précisément le premier jour de ce mois, et qu'il connaissait à merveille pour en avoir été le gérant à cette époque depuis un an et demi.

Il en avait fait une entreprise prospère quand la mort le frappa en juin 1966. Son épouse, Mme Madeline Saint-Onge, décida immédiatement de prendre la relève et elle avait pour cela plusieurs raisons.

Pour commencer, elle était déjà familière avec les affaires de son mari, qu'elle avait toujours admirablement secondé. Et puis, elle avait des enfants dont l'avenir la préoccupait. Aussi, le conseil d'administration est-il formé uniquement de membres de la famille Saint-Onge. Mme Saint-Onge le préside et la vice-présidence est assurée par l'ainé, M. Jean-Pierre Saint-Onge. Le frère de feu Paul Saint-Onge, Roger, est secrétaire-trésorier de la société et Mlle Denise Saint-Onge, René et Guy sont directeurs de la compagnie.

Il n'est pas sans intérêt de souligner que, sauf erreur, Mme Saint-Onge est la seule femme de la région à la tête d'une industrie.

Paul Saint-Onge Inc. fait l'embouteillage du "Coke" en quatre formats (6 1/2 onces, 10 onces, 16 onces et 28 onces), du "Sprite" en deux formats (7 onces et 28 onces), de l'"Orange Fanta" en trois formats (7 onces, 10 onces et 26

onces), du "Tab" en 10 onces et du "Fresca" en 10 onces.

Il s'agit d'opérations plus compliquées qu'on ne le penserait. D'abord, il faut bien laver les bouteilles, les stériliser, et cela ne va pas sans inspection scrupuleuses. Une fois les bouteilles remplies, on leur assujettit des capsules. Elles sont remplies au moyen d'une machine automatique, la puissante "CEM" et de deux autres machines "Dixie", semi-automatiques. Cinq employés anciens, comme M. Penelle, aux plus chères et la distribution requiert neuf camions qui sillonnent la région maskoutaine.

Le nombre d'employés (50), donne une idée de l'importance économique de cette entreprise familiale. A l'usine même, 20 personnes sont employées, tandis qu'il y a cinq femmes au bureau et que 25 vendeurs-livreurs s'occupent de la distribution. Le total des salaires versés à ces employés et des avantages sociaux dont ils bénéficient dépasse annuellement \$250,000.

Depuis que M. Paul Saint-Onge a pris cette affaire en mains, soit depuis 1953, la compagnie Paul Saint-Onge Inc. a triplé son chiffre d'affaires et elle ne cesse de progresser avec l'accroissement de la population des 18 localités de la région maskoutaine où sont desservies par Paul Saint-Onge Inc.

Dix ans après l'acquisition par M. Saint-Onge de l'usine d'embouteillage, soit en 1963, il fallait agrandir et renouveler la machinerie.

Un vieil employé, M. Fernand Penelle, qui compte 26 ans de service, nous déclare qu'il a parfois l'impression de rêver quand il se souvient de l'époque où l'on devait laver les bou-

teilles à la main et que l'on ne connaissait que des appareils rudimentaires, semi-automatiques.

C'est dans une atmosphère de chaude cordialité que travaillent les employés de Paul Saint-Onge Inc., satisfaits de leurs salaires et des avantages sociaux que l'entreprise leur consent bien volontiers. Devant les progrès constants, ils ont le sentiment réconfortant de la sécurité de leur emploi et ils sont au courant des projets d'expansion des installations. Des employés anciens comme M. Penelle aux plus nouveaux, tous ont conscience de travailler non seulement pour leurs patrons, mais aussi de contribuer à l'essor économique de la région maskoutaine.

Mme Saint-Onge, à l'exemple de son mari, ne borne pas son activité à l'usine d'embouteillage. Elle est membre du Centre des dirigeants d'entreprise (qui compte relativement peu de femmes d'affaires), de la Chambre de Commerce de Saint-Hyacinthe, de l'Association des embouteilleurs d'eaux gazeuses du Québec.

Comme il est dit plus haut, la maison Saint-Onge Inc. n'assure pas leur pain quotidien à ses seuls employés. De sa nature même, l'entreprise doit acheter des camions, et elle le fait dans la région maskoutaine dont ses dirigeants se sentent solidaires et les garagistes profitent naturellement très directement de la prospérité de Paul Saint-Onge Inc.

Terminons par le conseil de visiter l'usine d'embouteillage. Rien n'est aussi fascinant que de voir fonctionner la machinerie. Comme le disait M. Penelle, nous sommes bien loin du temps où on lavait les bouteilles à la main, dans un grand bassin, avec une brosse à moteur. Aujourd'hui, tout est mécanisé à un tel point que l'on peut remplir 360 caisses à l'heure.

Compte-rendu sur...

(Suite de la page 22)

Rénover et embellir ce que nous possédons déjà, tel que rues, parcs, place du marché, résidences et usines	16
Embellir les entrées de ville	7
Installer des postes d'accueil ou de renseignements touristiques	4
Mieux utiliser la Rivière Yamaska, tel que : Enrayer la pollution, aménager ses abords pour le camping et pour faciliter la navigation de plaisance	4
Créer de toutes pièces un centre d'attraction, tel qu'aquarium ou zoo, exploiter l'exposition municipale ou l'aréna à l'année, établir un théâtre d'été	7
Construire et améliorer des centres d'achat	5
Développer l'hôtellerie	4
Mieux utiliser nos écoles tel que l'I.T.A. et l'École de Médecine Vétérinaire et le Centre Culturel en les ouvrant surtout au public	3
Suggestions se rapportant à la circulation :	
Fermer la rue des Cascades aux automobilistes	5
Embellir et élargir la rue des Cascades	5
Construire un nouveau viaduc (ou deux) pour améliorer la circulation	3
Améliorer les signaux de circulation dans la ville, et la circulation en général	4
Autres réponses	5

Le nombre de suggestions dépasse le nombre de réponses obtenues parce que plusieurs employeurs ont fait plus d'une suggestion et que, de plus, la question se rapportant à la promotion du tourisme était divisée en deux (2) parties.

INDUSTRIE AGRICOLE

Vous trouverez ci-après les réponses obtenues aux différentes questions se rapportant à l'industrie agricole :

	Oui	Non
Notre localité devrait améliorer ses rapports avec la région agricole environnante	43	2
Il devrait y avoir dans notre localité des entreprises connexes à l'agriculture	44	—
Plus d'efforts devraient être faits pour voir aux besoins agricoles afin de faire de notre localité le marché central de la région	44	—
La Chambre de Commerce devrait inclure dans ses activités un programme de relations urbaines-rurales	43	1

Une entreprise...

(Suite de la page 14)

Ltée et la direction prévoit une augmentation de personnel sous peu.

Les employés bénéficient des avantages sociaux et d'une assurance-maladie.

Ils occupent leurs loisirs à plusieurs organisations sportives et il n'est pas rare, en hiver, de voir tout le personnel de l'entreprise entourant la patinoire où évoluent les porte-couleurs de Hervé Houle Ltée.

L'entreprise de Saint-Simon écoule ses produits principalement sur le marché montréalais et compte parmi ses clients plus d'une quarantaine de compagnies, dont Pesner Brothers, Melrose, City Meat, Horky, Roland Drolet, Montreal Smoked Meat, Newmilano, etc.

L'apport économique et social de Hervé Houle Ltée a exercé une influence déterminante dans le développement de la région de Saint-Simon et l'avenir ne fera qu'accroître l'évolution de cette région grâce au dynamisme d'une entreprise familiale comme Hervé Houle Ltée.

APPORTS DES NOUVEAUX EMPLOIS SUR LE PLAN ECONOMIQUE

D'après une étude du Canadien National, l'impact à l'addition de 100 personnes dans l'effectif ouvrier peut valoir à notre localité sur le plan économique ce qui suit :

127 citoyens de plus
131 ménages de plus
66 écoliers de plus
187 véhicules de plus
117 autres emplois
394 téléphones de plus
3 commerces au détail de plus
\$939,000. de plus en volume de commerce au détail par année
\$229,000. de plus en dépôts bancaires

Tel que mentionné, cet apport serait sujet à l'addition d'effectif ouvrier et nous ne connaissons pas de données quant à l'apport lorsque l'addition n'est pas d'ordre ouvrier.

Comme les nouveaux emplois d'après les réponses reçues sont répartis à peu près également entre la fabrication et les autres, il ne nous est pas paru logique de faire la multiplication des nouveaux emplois par les données ci-haut précitées.

Tout de même, les 1,364 nouveaux emplois susciteront des emplois additionnels et auront un impact significatif sur l'essor économique de notre Région.

★ ★ ★

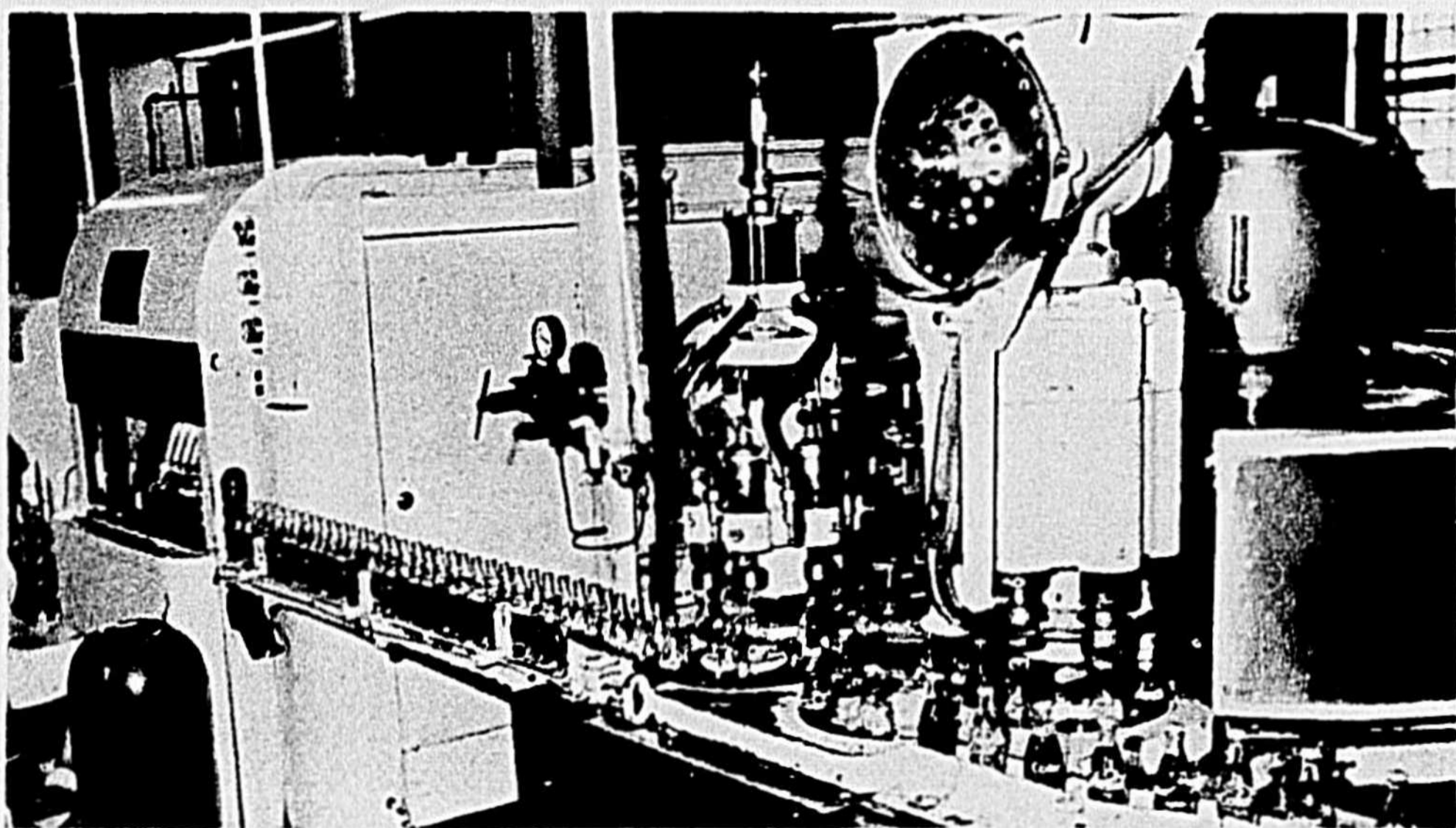
En terminant, nous souhaitons que ces statistiques et prévisions sauront apporter les renseignements désirés aux personnes intéressées à qui nous offrons notre collaboration continue.

Nous tenons à remercier la Commission industrielle de la Cité de Saint-Hyacinthe et le Centre de Main-d'Oeuvre du Canada de l'aide précieuse qu'ils ont bien voulu nous apporter.

La Chambre de Commerce du district de Saint-Hyacinthe :

Charles-E. COUTURE
c.a., président.

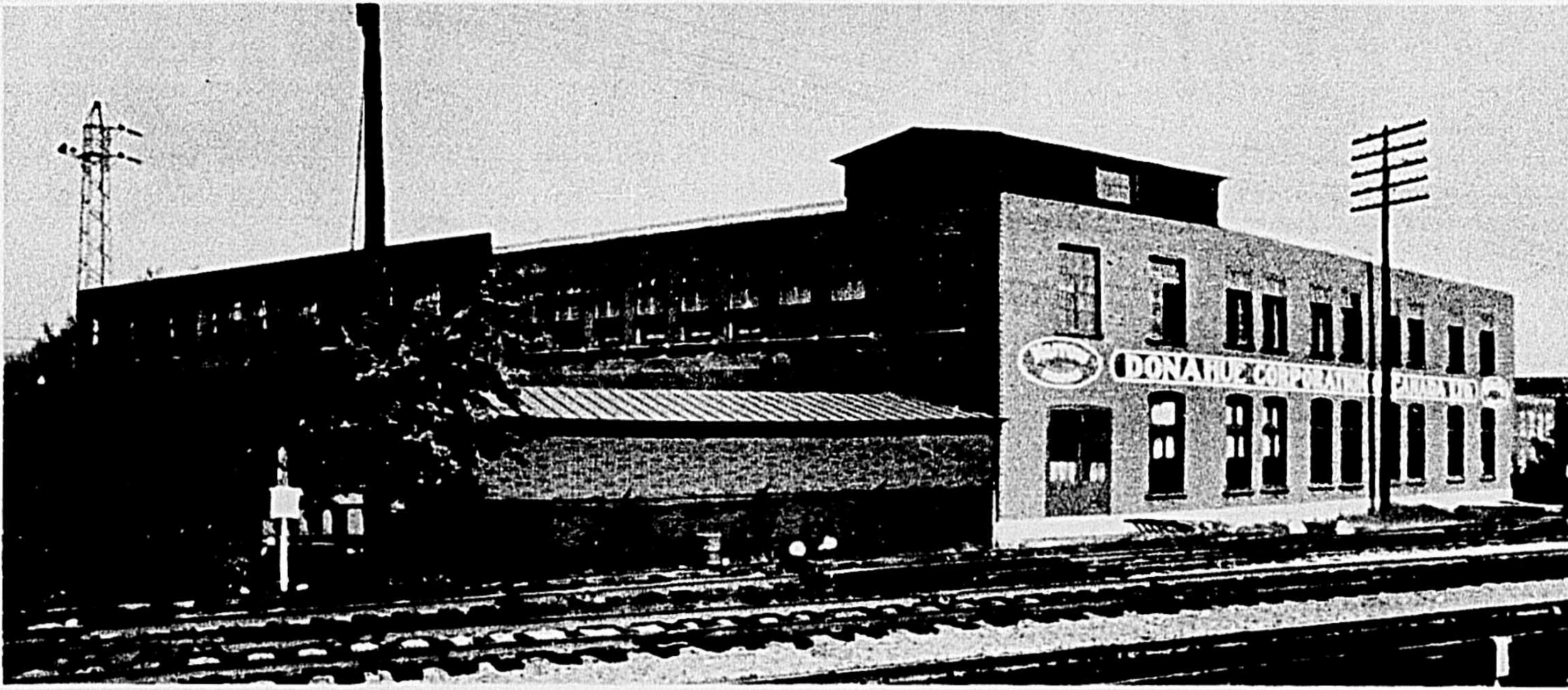
Jacques GAUTHIER
c.a., directeur responsable.



Une vue d'ensemble du centre d'embouteillage d'eaux gazeuses de Paul Saint-Onge Inc.



Neuf camions assurent la livraison des produits Coca-Cola dans la région maskoutaine



Une vue d'ensemble de la Donahue Corporation, située entre l'avenue Moreau et la rue Laframboise.

DO NA HUE



M. A. H. Mau, un des premiers employés et gérant de l'usine maskoutaine.

Du ruban pour ceinturer la terre!

Lorsque vous utilisez un morceau de tissu étroit, qu'il s'agisse de ruban élastique ou non, saviez-vous qu'il y a de fortes chances pour que celui-ci ait été fabriqué à Saint-Hyacinthe par la compagnie Donahue Corporation of Canada Ltd.?

Celle-ci, une filiale de la Belding Corticelli Ltd., de Montréal, se spécialise dans la fabrication de tissu mesurant entre 1/4 de pouce et 6 pouces de largeur, élastique ou rigide, et sa production annuelle atteint 20,000,000 de verges, c'est-à-dire de quoi relier Montréal et Vancouver aller-retour (8,750 milles environ).



Les ouvriers de la première heure, en 1932, alors que Donahue Corporation of Canada Ltd venait à peine de s'installer à Saint-Hyacinthe.

Un peu d'histoire

Avant 1930, deux compagnies américaines, la Donahue Corporation Ltd. et la Bridgeport Fabrics Ltd., desservait le marché canadien du tissu étroit.

Ruban industriel et de fantaisie, gaines élastiques, ceintures, bretelles et jarretières, tout venait d'outre-frontière.

A cette époque, MM. J. A. Donahue et B. H. Naramore, propriétaires des compagnies précitées, décidèrent d'implanter une usine au Canada afin de répondre plus adéquatement aux exigences du marché canadien.

L'emplacement de la future industrie fut sujet d'une étude sérieuse et approfondie. Une région allant de Magog à Montréal fut retenue et le choix final s'arrêta sur Saint-Hyacinthe parce qu'en plus d'être à proximité de la métropole, la ville offrait un local pouvant recevoir la machinerie nécessaire, dans la bâtisse de M. L'Archevêque, sur l'avenue Moreau.

Les deux compagnies, qui occupaient le premier plancher de l'édifice, développèrent un programme commun de production tout en gardant leur indépendance pour leurs ventes.

Les débuts furent modestes et à peine une douzaine d'employés occupèrent les 8,000 pi. ca. loués au propriétaire de l'immeuble.

M. Armand A. H. Mau, actuel gérant de l'usine maskoutaine, était du nombre des ouvriers de la première heure et il reste le seul de ceux-ci au service de la compagnie.

Le développement ne se fit pas attendre cependant et en 1937, la compagnie occupait les trois étages de la bâtisse originale.

Il fallut alors ajouter une partie nouvelle à ce qui existait déjà. La nouvelle construction comporta deux étages et c'est en 1950 qu'un troisième plancher fut ajouté.

Cela ne sembla point suffire et il fallut chercher de nouveaux espaces pour absorber la croissance de l'usine.

La Donahue Corporation of Canada Ltd. possédait un mur mitoyen avec la compagnie Empire Clothing Ltd.

La seule expansion possible devait s'étendre dans cette direction et c'est la raison pour

laquelle, après avoir loué une partie de l'Empire Clothing, la Donahue acheta cette dernière en 1959, pouvant ainsi disposer de l'espace vital à son expansion.

En 1968, moins de quarante ans après l'ouverture de l'usine maskoutaine, la Donahue Corporation of Canada Limited occupe 80,000 pi. ca. et emploie 125 personnes, soit dix fois plus d'espace et de personnel qu'à l'origine.

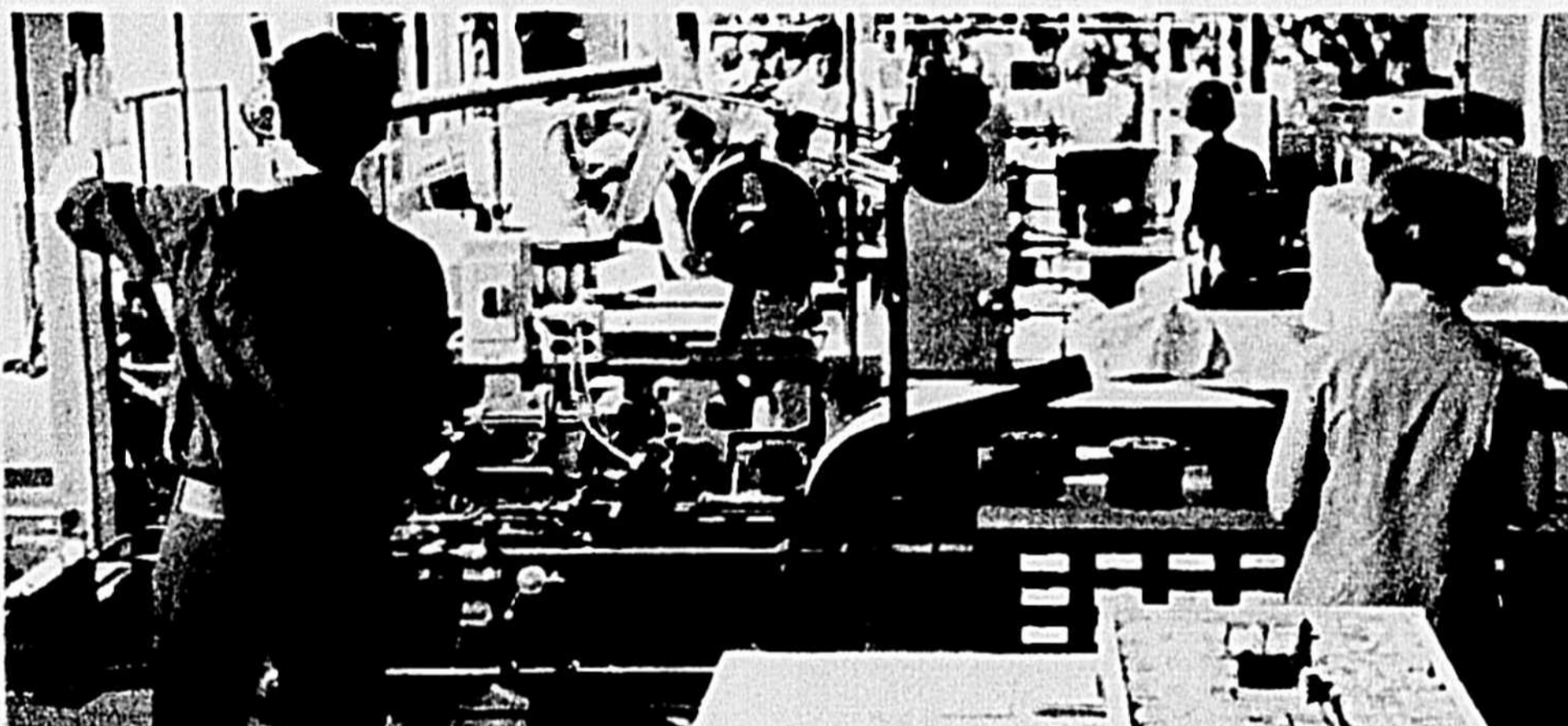
Et maintenant...

1964 marque une date importante puisque c'est en cette année que les héritiers de MM. Donahue et Naramore vendirent les deux entreprises à la Belding Corticelli Ltd., de Montréal, une entreprise à capitaux canadiens, qui possédait déjà des usines du même genre à Montréal, à St-Jean, à Baaticook et à Ways Mills, Que.

La Donahue Corporation of Canada Ltd. et la Bridgeport Fabrics Ltd. furent fondées en une seule compagnie, la Donahue Corporation of Canada Ltd.

L'usine de Saint-Hyacinthe abrite aussi la compagnie Trintex, une autre filiale de la Belding Corticelli intégrée à la Donahue. Les noms Donahue et Bridgeport bien qu'étant familiers à l'industrie sont très peu connus du consommateur. Nombreux sont les résidents de St-Hyacinthe et de la périphérie qui sont loin de se douter que les produits de couture de marque "Trintex" tels que biais, ric rac, ruban à border sont manufacturés à St-Hyacinthe même. De fait des millions de couturières d'un océan à l'autre se servent journellement des produits ci-haut mentionnés.

L'intégration de la compagnie maskoutaine dans un grand complexe comme la Belding Corticelli n'a fait qu'accélérer le programme de modernisation en vigueur depuis 1947. Maintenant, il n'est plus simplement question de remplacer de la machinerie désuète par une machinerie moderne. Il faut entrer dans la programmation de l'usine-mère et intensifier la spécialisation dans la production de certains produits tout en laissant tomber ceux qui sont intégrés par les autres usines du même groupe.



Les métiers à tisser sont des plus modernes et une seule opératrice suffit à la manoeuvre

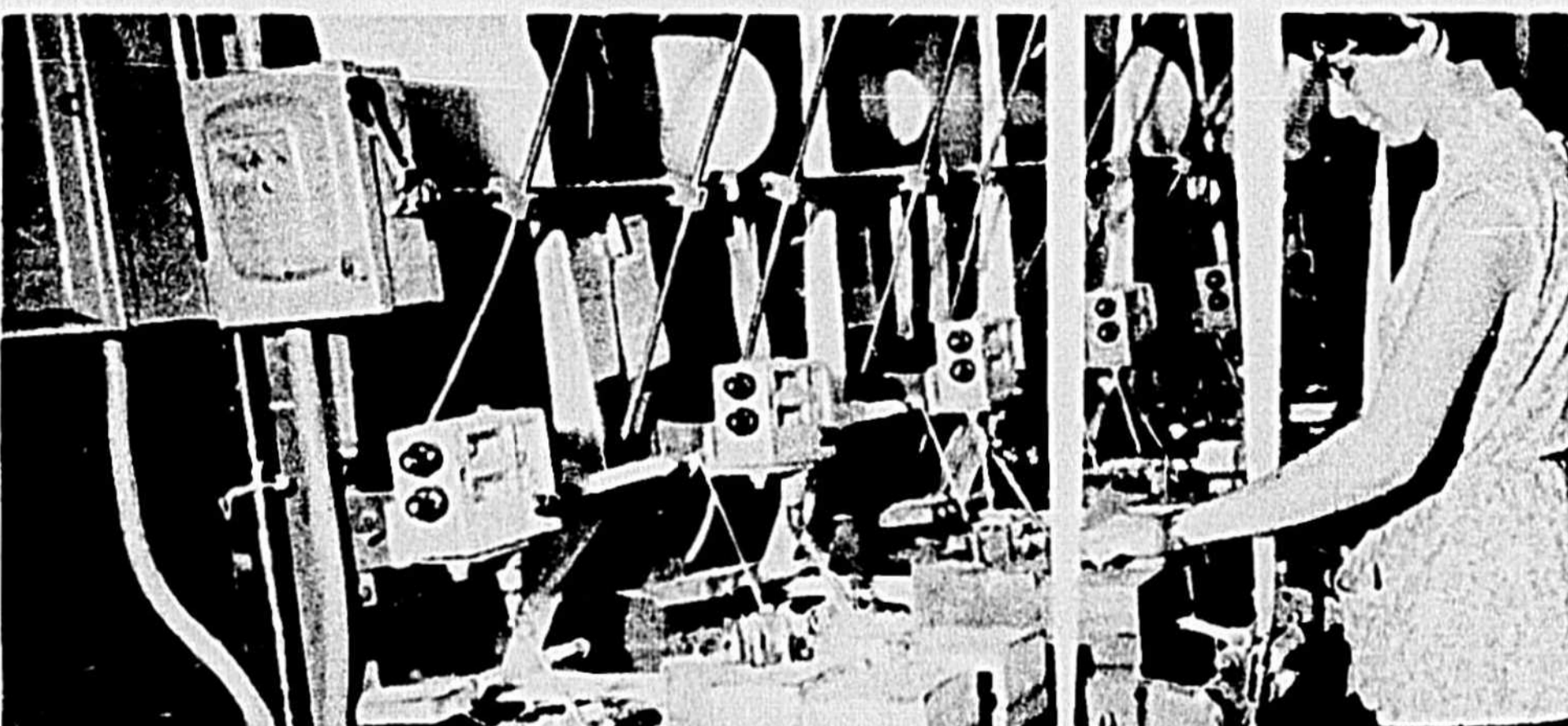
De fil en... ruban

L'usine de Saint-Hyacinthe reçoit la matière première qui lui vient du marché canadien et étranger et elle tisse les fils qui entreront dans la composition secondaire des produits finis.

Toute une partie de l'usine nourrit les nombreuses tisseuses mécaniques qui marchent à un rythme d'enfer et produisent ruban industriel et de fantaisie, tissu rigide ou élastique, qui trouvent mille et un usages.

Jusqu'en 1968, la largeur maximum était de 3 pouces. Depuis, l'addition de machinerie perfectionnée permet de doubler la largeur et de produire un tissu de 6 pouces de large. La compagnie Donahue Corporation of Canada Ltd. distribue ses produits finis par tout le Canada et même sur le marché étranger.

Pour la ville et la région, elle est un apport financier sérieux, assurant un travail stable à plus de 125 employés. Chaque année, elle paie en salaires plus de \$500,000. et apporte sa part aux taxes scolaires et municipales.



Les produits de la Donahue Corporation sont emballés automatiquement au moyen de cette machine précise.

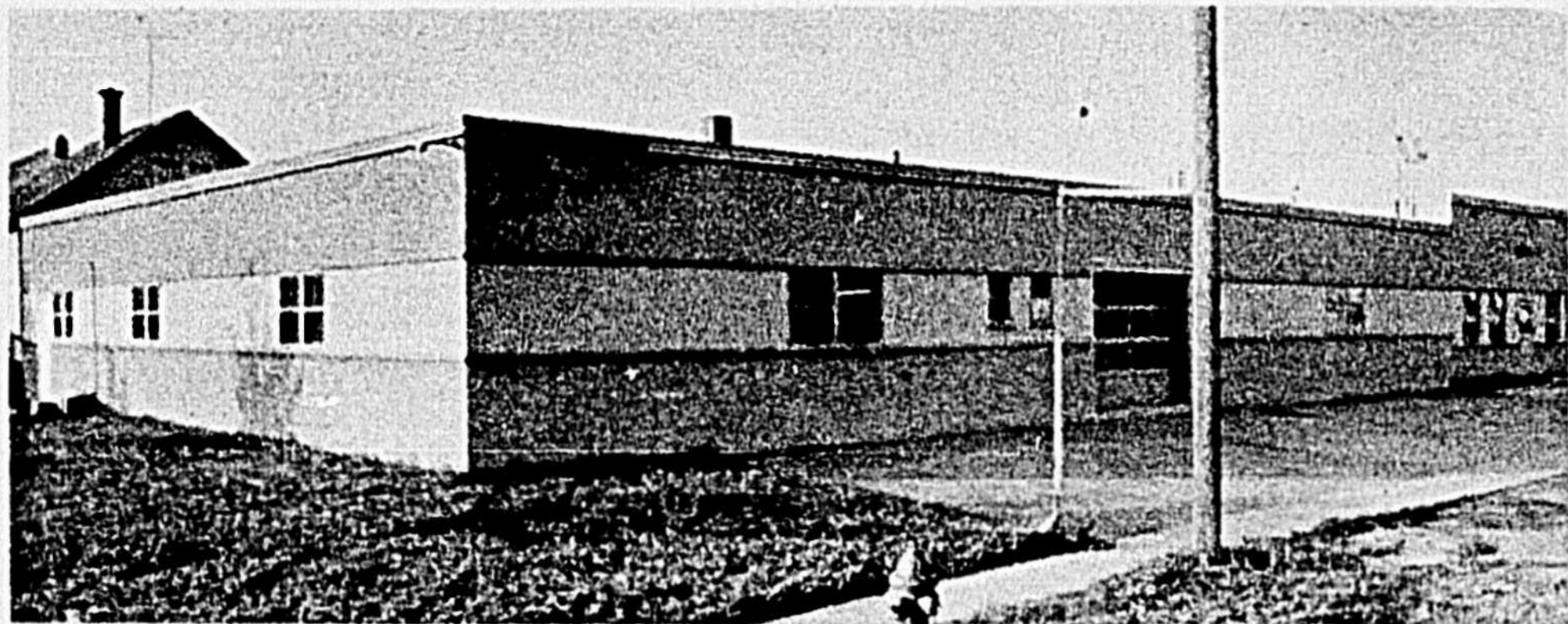
Les employés d'une compagnie dynamique

Les employés travaillent sur deux équipes de 44 heures par semaine. Le syndicat existe depuis 1946 et il faut dire que les relations patronales-ouvrières sont un modèle du genre. Depuis son entrée à l'usine maskoutaine, le syndicat n'a jamais eu recours à la grève, moyen de pression qui n'atteint pas toujours les résultats escomptés. La table de négociation semble être l'instrument de prédilection des employeurs comme des ouvriers et chacun y trouve son compte dans la compréhension mutuelle.

À l'heure actuelle, la compagnie est à aménager un local qui servira de restaurant-café aux employés.

Un comité des Loisirs est actif parmi les employés et celui-ci reçoit le support et l'aide des employeurs.

La Donahue Corporation of Canada Ltd. et ses filiales (la Bridgeport Fabrics et la Trintex), représentent l'image d'une entreprise qui a prospéré avec la ville de Saint-Hyacinthe et qui veut apporter une contribution positive à l'élaboration d'un avenir encore plus prometteur.



LA MAISON

SNOC LTEE

LTD

ST-HYACINTHE QUE.

à ses bureaux et ateliers au

8465 de la rue Saint-Maurice S.-Hyacinthe

L'industrie Snoc Ltée, qui emploie 27 personnes, prit naissance dans le sous-sol du fondateur, il y a à peine douze ans.

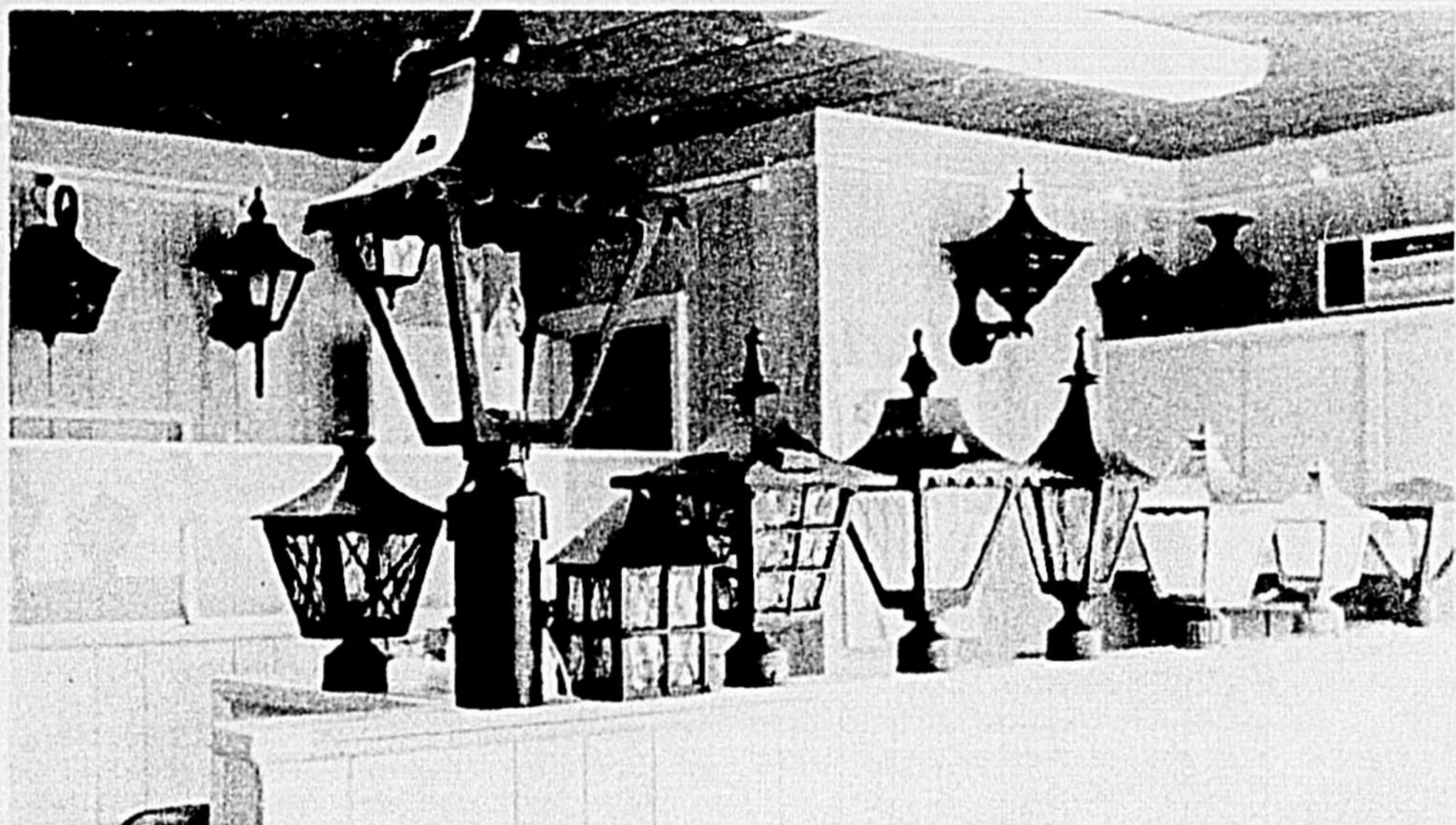
Son fondateur et président d'aujourd'hui, M. Georges Sansoucy, qui avait l'expérience des métaux depuis plusieurs années, décidait d'ouvrir sa propre usine avec de très modestes moyens.

C'est pourquoi il transforme le sous-sol de sa demeure, rue Lafontaine, en un petit départ vers la chance.

Il débute avec deux anciens compagnons de travail et tantôt avec son épouse à l'emballage plus une secrétaire à cinq heures par semaine.

A l'époque, il montra la première année un chiffre d'affaires de \$30,000, sur lequel les salaires avaient rognés \$11,000, compte non tenu des matériaux utilisés, frais généraux, taxes et autres dépenses auxquelles la moindre entreprise ne saurait échapper.

Les bénéfices n'étaient pas considérables, mais l'optimisme régnait si bien, qu'après trois ans M. Sansoucy décida d'acheter une hutte de la marine dans l'Annexe de Saint-Hyacinthe. Ce local, après deux années, était devenu insuffisant, il construisit l'usine actuelle qui est utilisée à 100% de ses 9,600 pieds carrés. Les salaires payés sont au-dessus de la moyenne dans la Cité et les employés semblent satisfaits des bénéfices qu'ils en retirent.



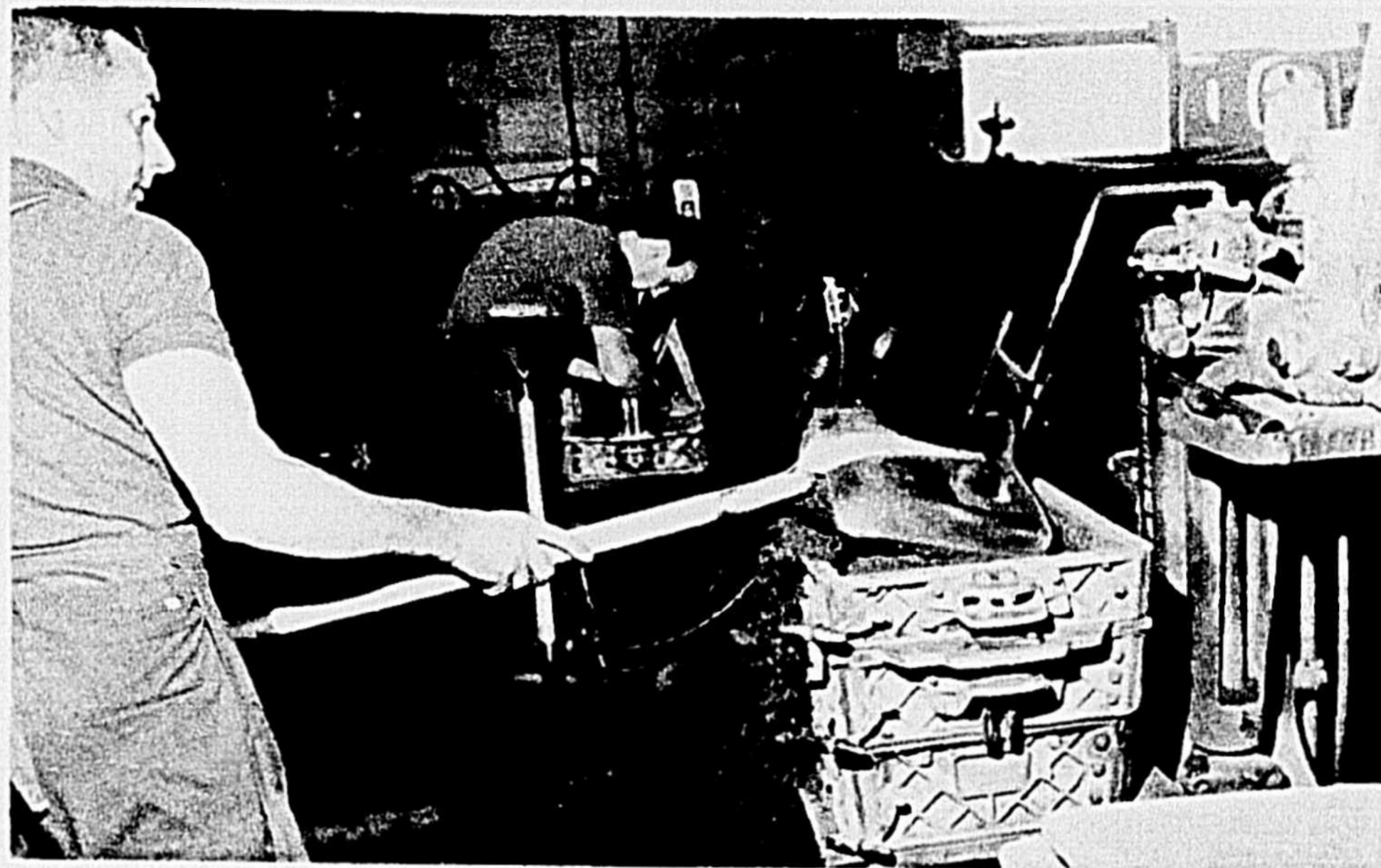
La compagnie Snoc vend à plus de 185 grossistes en électricité, d'Halifax à Vancouver, comparativement à une vingtaine de clients au début.

Le chiffre d'affaires de \$350,000, prévu pour cette année, sera dépassé par la distribution d'un entrepôt à Donsview, Ontario. Dès l'an prochain, une nouvelle addition à notre usine s'imposera.

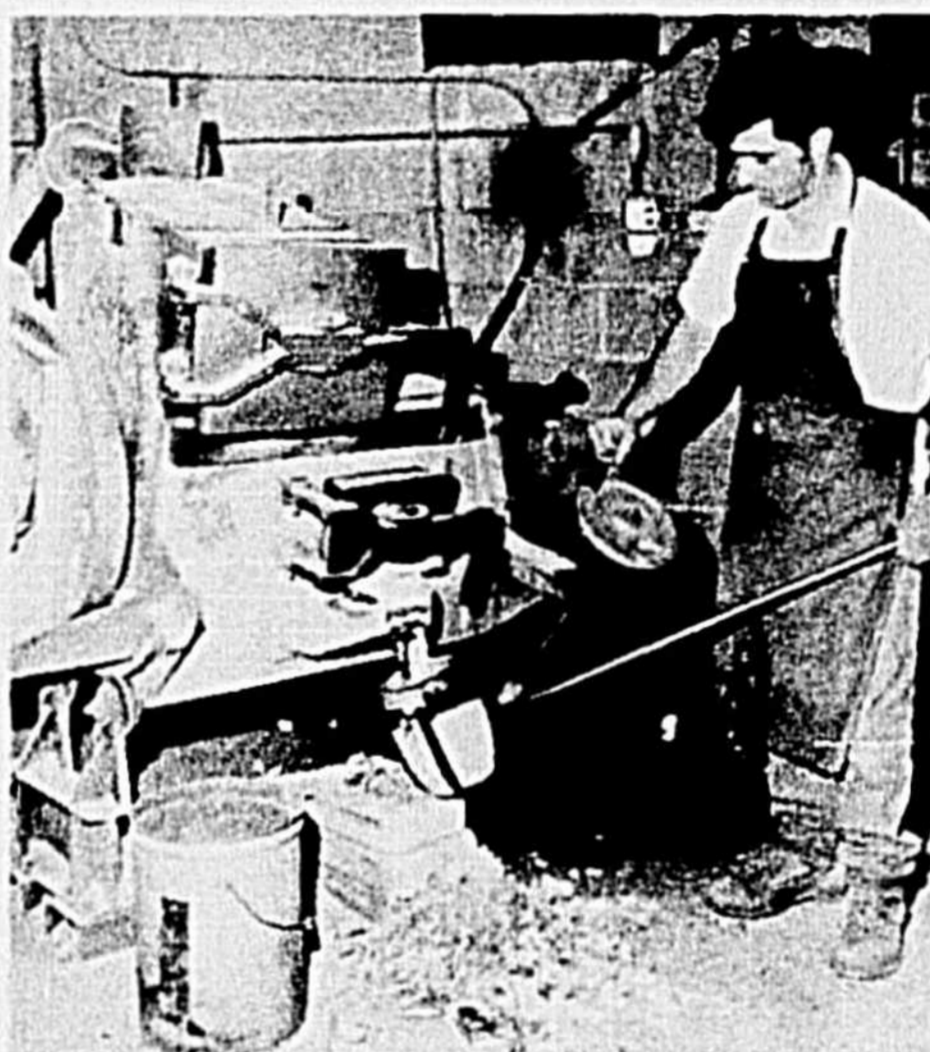
Les produits usinés

Dispositifs d'éclairage en aluminium coulé, ce qui assure une qualité supérieure, la rouille n'y ayant aucune prise à l'extérieur.

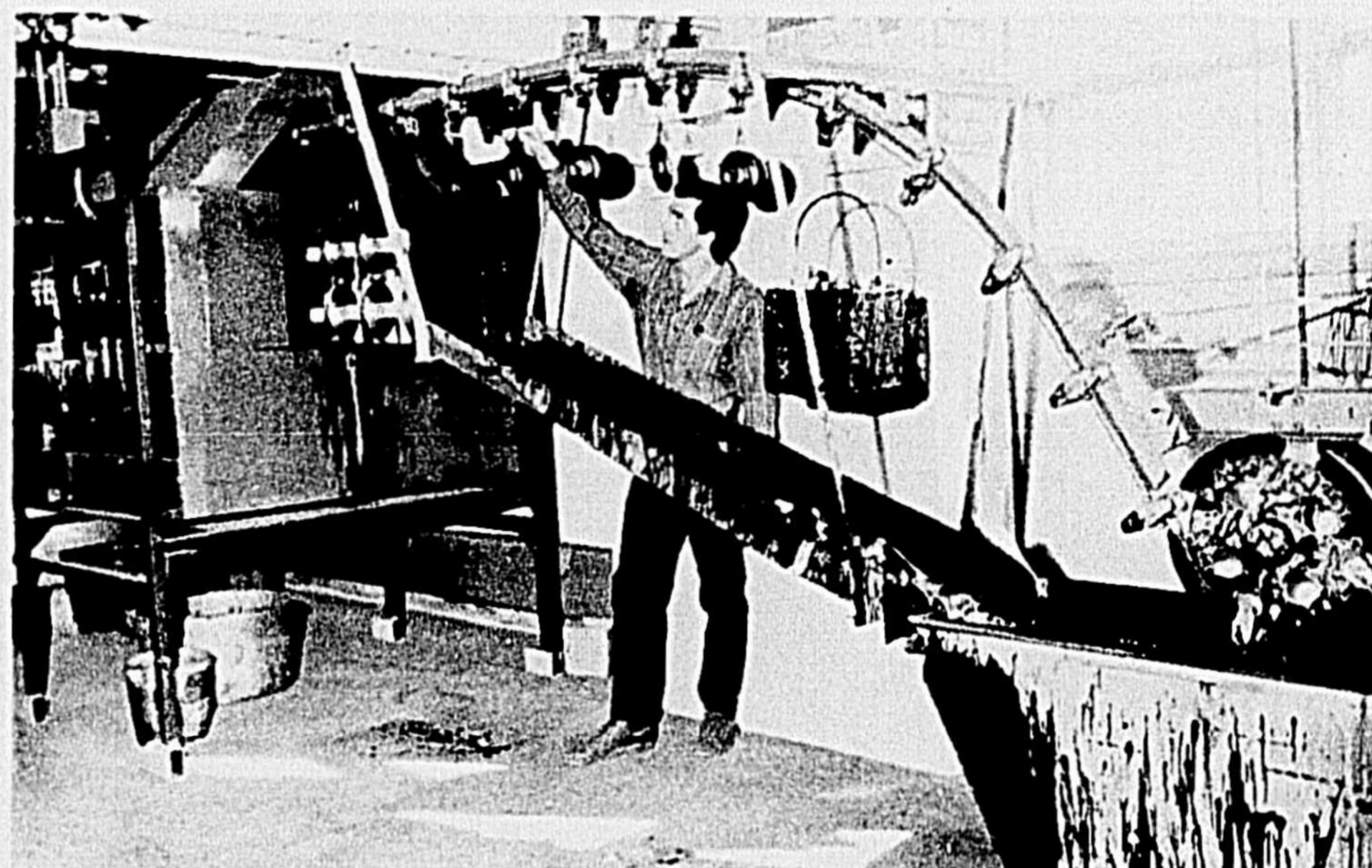
Eclairage résidentiel et commercial : magasins, églises, écoles, polyvalentes, prisons. Articles divers : boîtes postales et autres.



Un employé occupé à mouler



Un autre, en train de couler

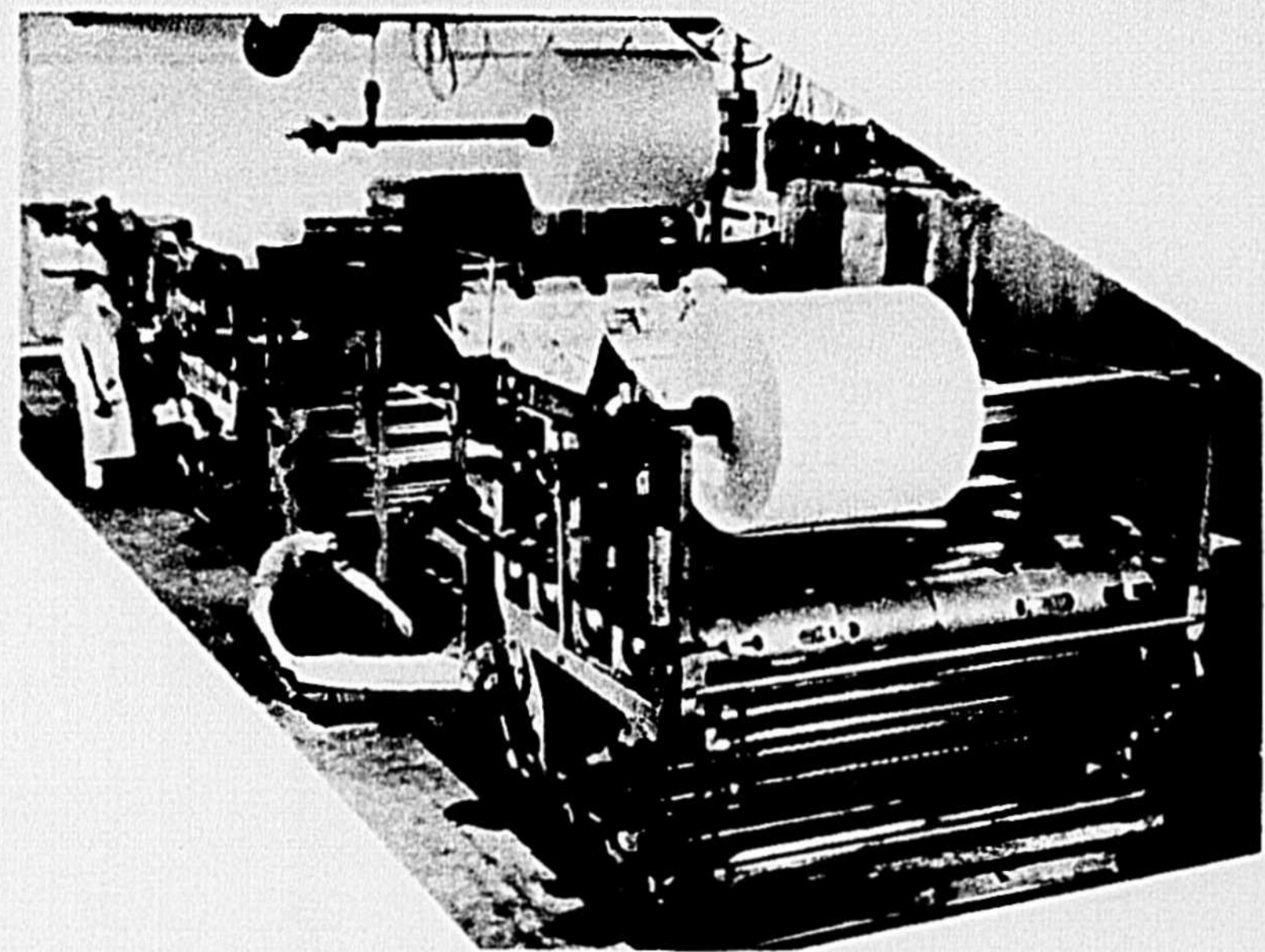


Fourneau à cuisson à porcelaine infra-rouge, unique au Québec. Destiné à cuire la peinture, il assure une résistance supérieure à la température extérieure.

CE QU'ON DOIT SAVOIR DU JOURNAL

LE COURRIER

de Saint-Hyacinthe



Le COURRIER DE SAINT-HYACINTHE est le doyen de la presse française du pays, journaux quotidiens et autres publications, d'un océan à l'autre

Il fut fondé en 1853, par deux hommes qui n'ont guère laissé de traces : A. Degrandpré et P.-J. Guitté.

Il a beau être le plus ancien des hebdomadaires de notre province, il est resté l'un des plus vivants, des plus agressifs, des plus répandus et lus.

Il est à Saint-Hyacinthe le seul journal imprimé dans les limites de la ville, par des ouvriers de la ville, qui vivent chez nous, y ont un pouvoir d'achat considérable, dont bénéficient le commerce local et leurs concitoyens.

Au nombre de 37, ses employés touchèrent \$171,000 en traitements et salaires, au cours du dernier exercice complet (1968), pour lequel les chiffres furent vérifiés.

L'investissement de la compagnie éditrice dépasse les \$500,000, et les seules taxes municipales atteignent le montant de \$3,160 chaque année.

Des hebdomadaires de sa catégorie, publiés dans les centres régionaux, le Courrier est celui qui a le plus fort tirage au pays, y compris ceux de langue anglaise.

Depuis des années, son tirage global n'a jamais été moindre que 10,000 exemplaires par semaine, et il dépasse 11,000 de ce temps.

Son tirage ABC, c'est-à-dire vérifié et garanti par le Audit Bureau of Circulation, de Chicago, était de 9,555 exemplaires par semaine, à la dernière date de contrôle : le 31 mars 1968.

Ce qui veut dire quoi ?

Ce qui veut dire que ce tirage de 9,555 exemplaires est garanti à ses annonceurs, qu'il représente autant d'exemplaires payés, non pas jetés de porte en porte, et que ces exemplaires sont lus parce que désirés, commandés, achetés par ses clients.

En d'autres termes, le tirage du Courrier de Saint-Hyacinthe n'est pas factice, ni soufflé ni boursofflé, comme il en est.

Il offre aux annonceurs une garantie sérieuse de rendement, et l'espace que ceux-ci y achètent n'est pas pour eux de l'argent jeté à l'eau.

Comme il est logique, le gros du tirage se distribue dans la ville et le comté de Saint-Hyacinthe, les comtés avoisinants de Bagot, Rouville, Richelieu, Verchères, Yamaska, Shefford.

Le journal n'a pas de secrets, et les annonceurs intéressés peuvent savoir, à quelques heures d'avis, le nombre de lecteurs qu'ils peuvent espérer atteindre, dans un district donné de la région dite.



Publié sous grand format, le Courrier de Saint-Hyacinthe offre chaque semaine de 24 à 48 pages de lecture, davantage à l'occasion.

On y trouve une information locale et régionale, des rubriques politiques, littéraires, féminines, sportives, aussi régulières que nombreuses et variées.

Le Courrier de Saint-Hyacinthe est édité et distribué par la Cie d'Imprimerie et Comptabilité de Saint-Hyacinthe, Limitée.

Il a pour directeur et rédacteur en chef M. Harry Bernard, depuis 1923, cependant que l'administration relève de M. Denis Chartier.

655, rue Sainte-Anne

Saint-Hyacinthe

Tél. 774-6479





Antonin Lussier
président et gérant général



Claude Lussier
assistant-gérant



Madeleine D'Arsigny
secrétaire-comptable



Rodolphe Gamache
gérant de la production



Yvon Bélanger
gérant des ventes



Donat Bernard
gérant de la "maintenance"

Laiterie Maskoutaine

INC.

Fondée en 1943 par MM. Antonin et René Lussier, la Laiterie Maskoutaine Inc. dessert la région de Saint-Hyacinthe et ses environs depuis 25 ans, avec la gamme entière de ses produits laitiers.

Elle est la seule usine de pasteurisation des comtés de Saint-Hyacinthe et Bagot.

Ses débuts furent modestes, avec cinq employés et deux véhicules. Le personnel aujourd'hui est de quarante employés permanents et de deux à temps partiel et les salaires annuels s'élèvent à cent soixante-dix-huit mille dollars.

En 1945, elle fit l'acquisition d'un commerce de crème glacée qui comprenait une dizaine de clients restaurateurs. Aujourd'hui, ils dépassent la centaine, et de plus chaque vendeur peut vous livrer de la crème glacée en même temps que votre lait.

La première usine, rue Lafontaine, avait une superficie de 3,700 pieds carrés. En 1956, elle se transporte sur un terrain lui appartenant de 100,000 pieds carrés, rue Nelson, dans un établissement de 8,400 pieds carrés. Après une nouvelle addition en 1968, la laiterie dispose actuellement de 21,600 pieds carrés.

L'outillage est des plus modernes, répondant aux exigences les plus strictes de l'hygiène et de la propreté, telles qu'exigées dans son genre de commerce.

Avec le nouvel agrandissement de 1968, la compagnie a complété son outillage d'une chaîne permettant la manipulation rapide et mécanique des caisses, d'une machine pour empiler les caisses et d'une autre pour disposer rapidement des caisses vides.

En 1959, les dirigeants de Laiterie Maskoutaine Inc. mirent sur pied une autre compagnie "Les Produits Lussier Ltée" qui se charge d'une partie des opérations, cueillette du lait chez les producteurs-fournisseurs, fabrication des sous-produits du lait et distribution de ces sous-produits.

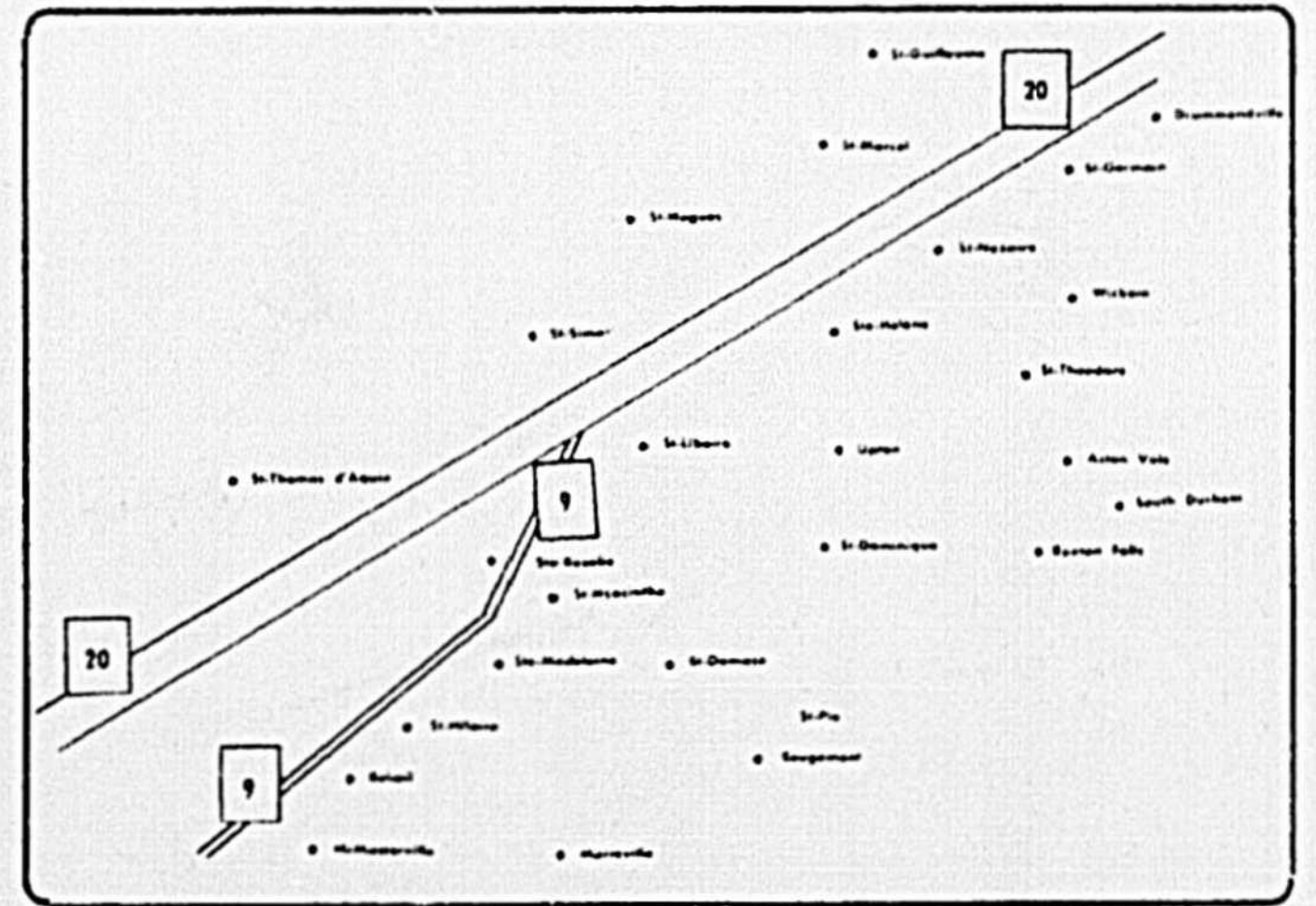
Les sous-produits: beurre, fromage et produits acidulés sont vendus aux laiteries de Sorel, Drummondville, Granby, Waterloo, Magog, Cowansville, Stanstead et Rock Island.

En mai 1961, la compagnie achetait deux commerces de distribution de produits laitiers à Marieville, et en avril 1967 elle achetait la Laiterie Acton Vale Enr., dont M. Gaston Brouillard était propriétaire.

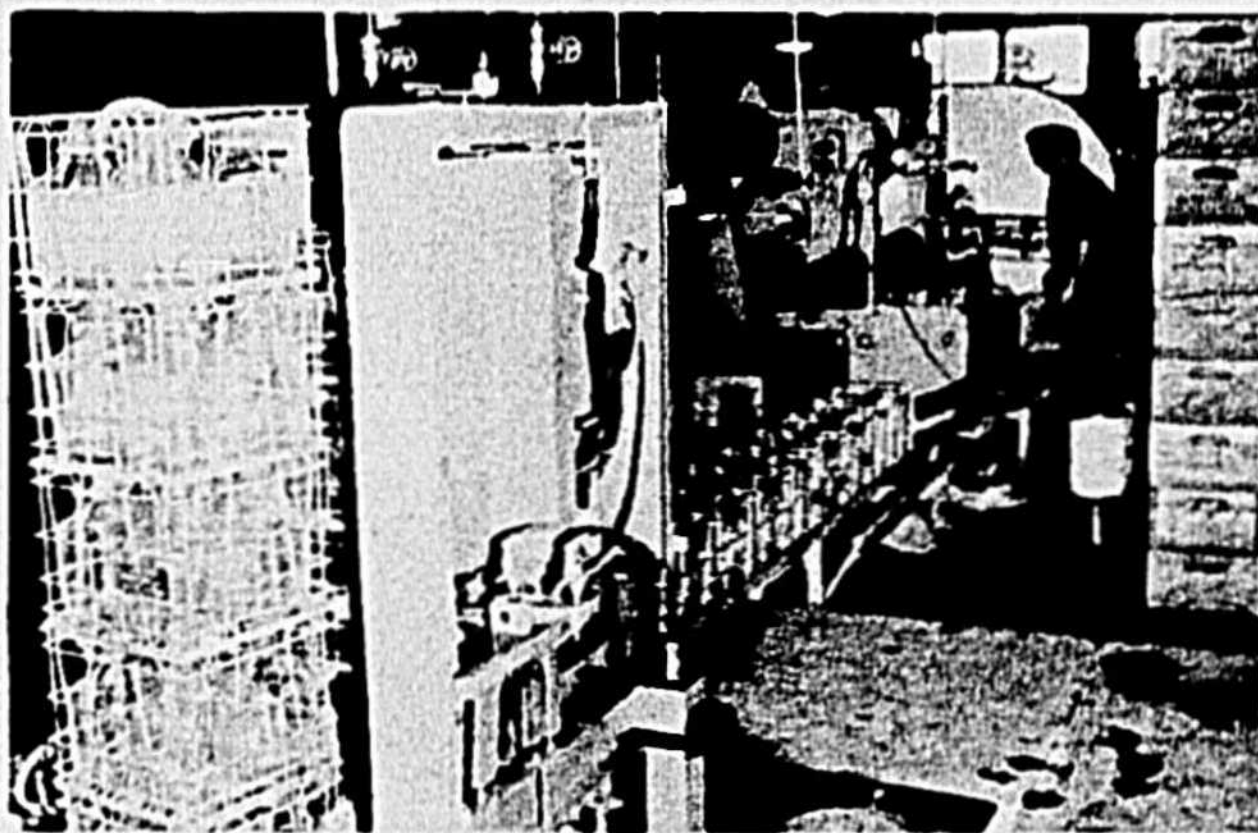
Les producteurs-fournisseurs du comté de Bagot représente 43% de ses producteurs.

LISTE DES PRODUITS

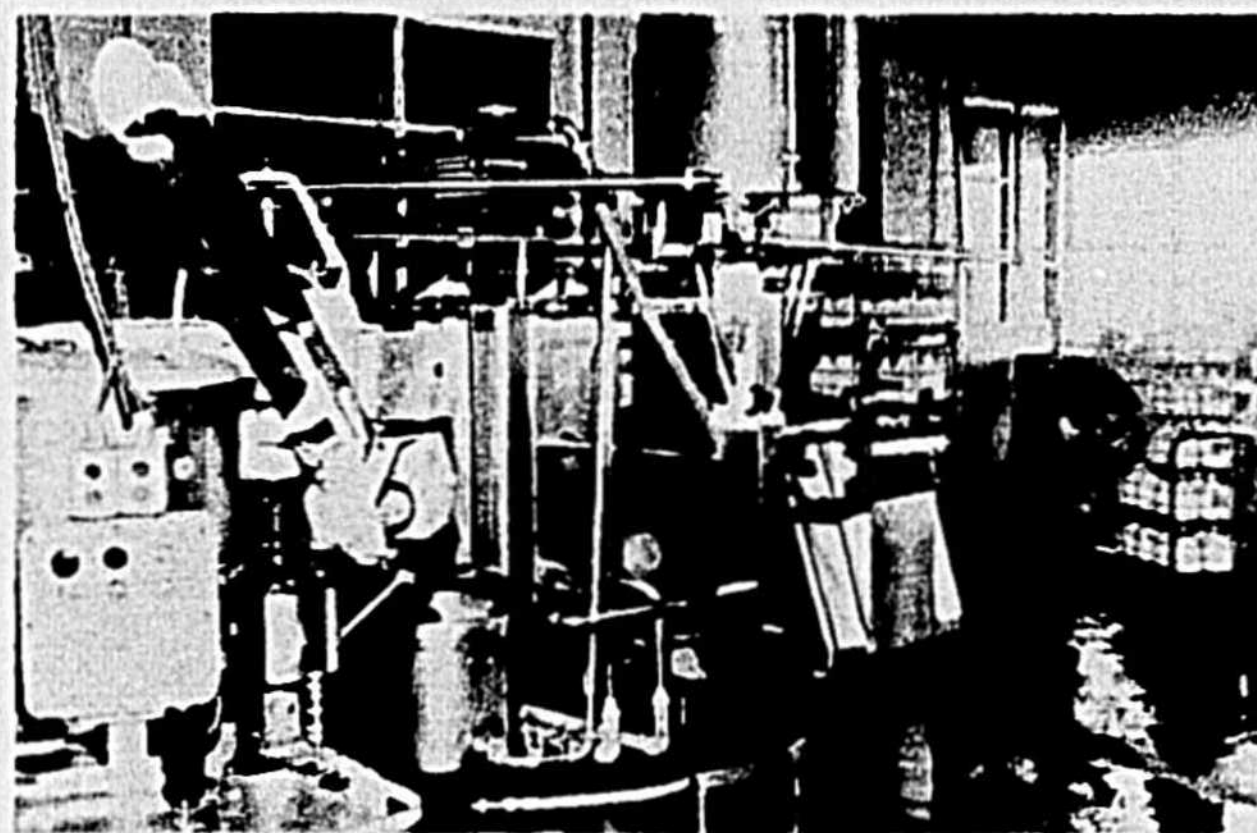
Lait homogénéisé	Crème à café 10%
Lait pasteurisé	Crème sûre
Lait chocolaté	Beurre 1ère qualité
Lait de beurre (culture)	Fromage Cheddar
Lait modifié	Fromage en grains
Lait écrémé	Fromage Cottage
Crème à fouetter 35%	Fromage Colby
Crème de table 15%	Yogourt



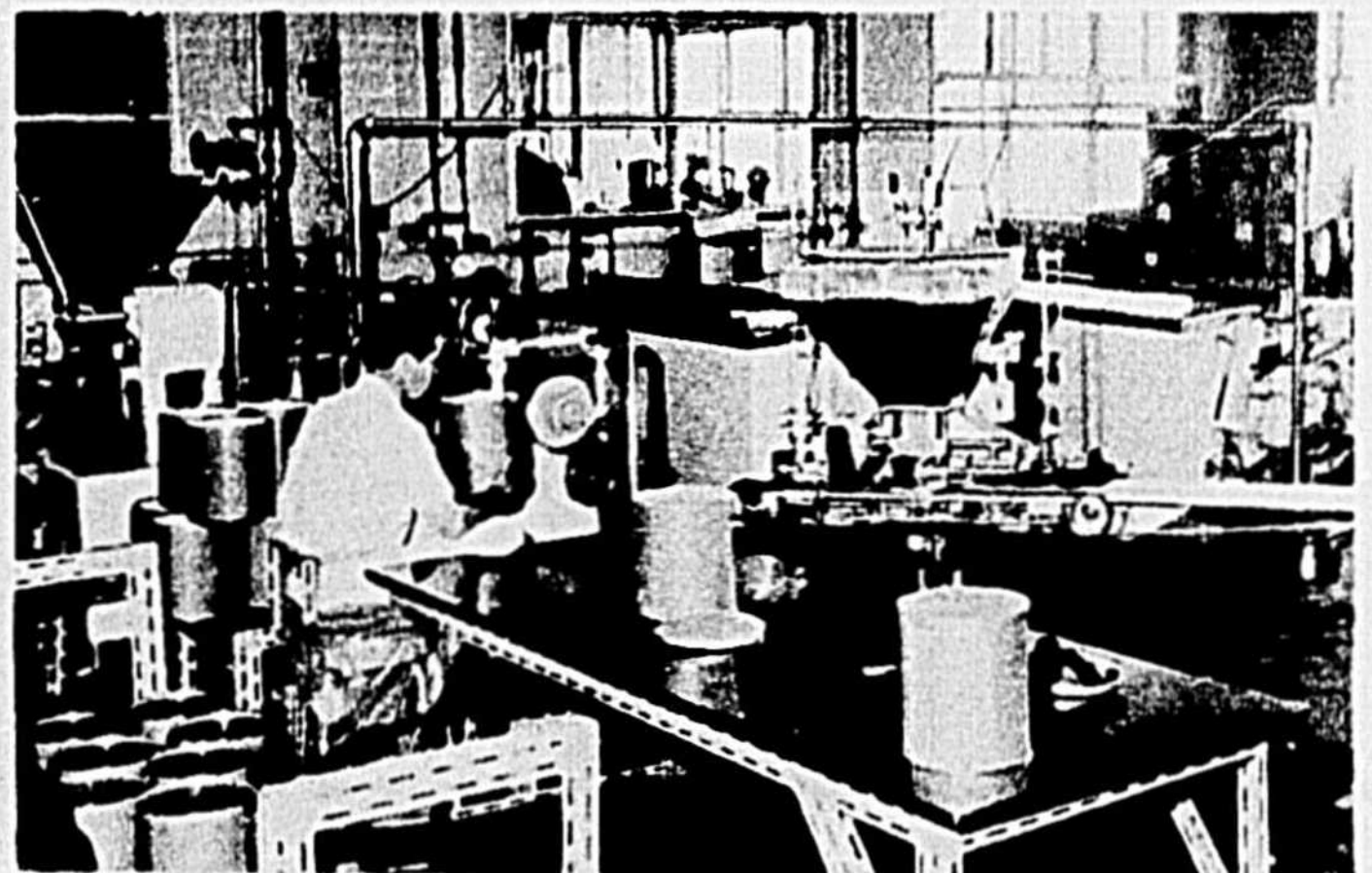
Région desservie par la Laiterie Maskoutaine Inc.



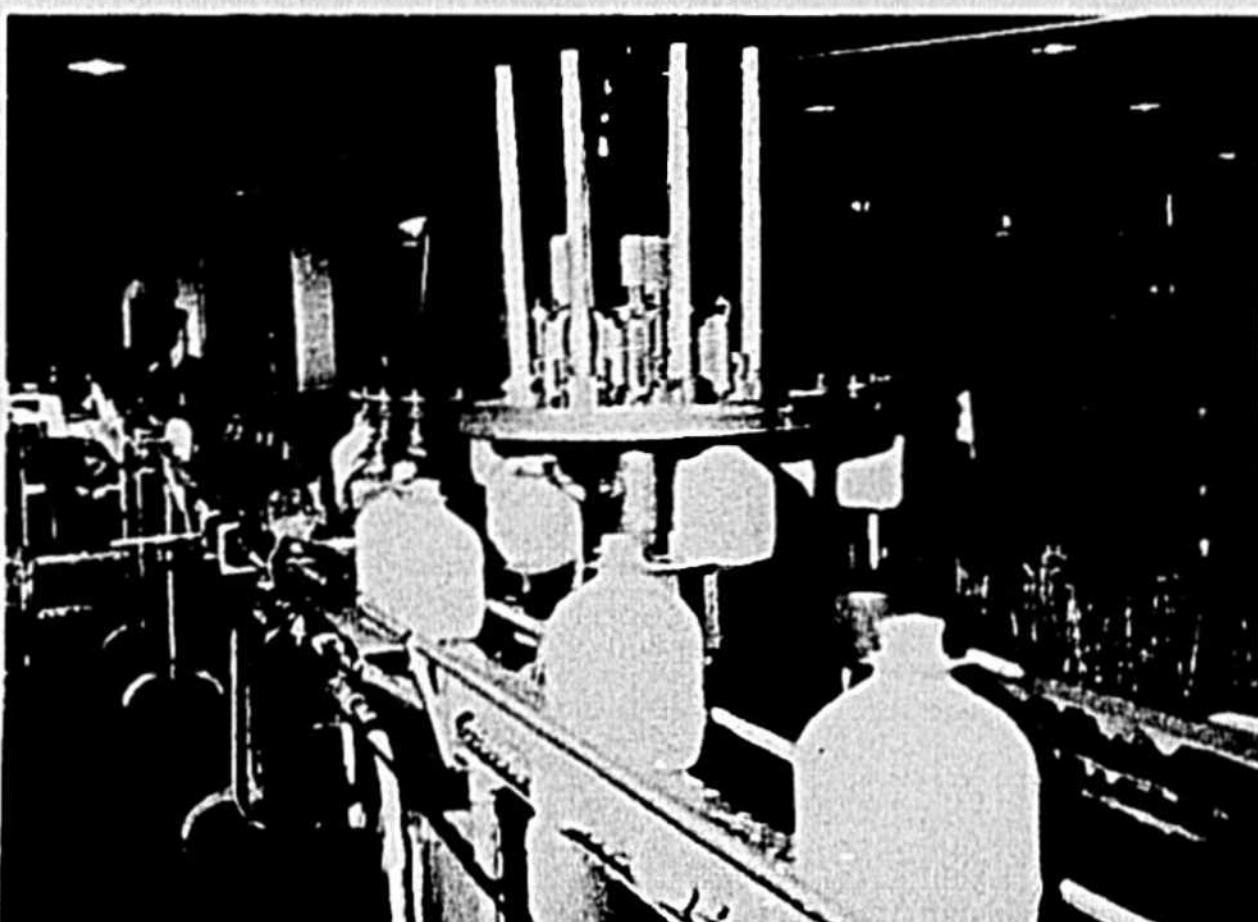
Lavage des bouteilles



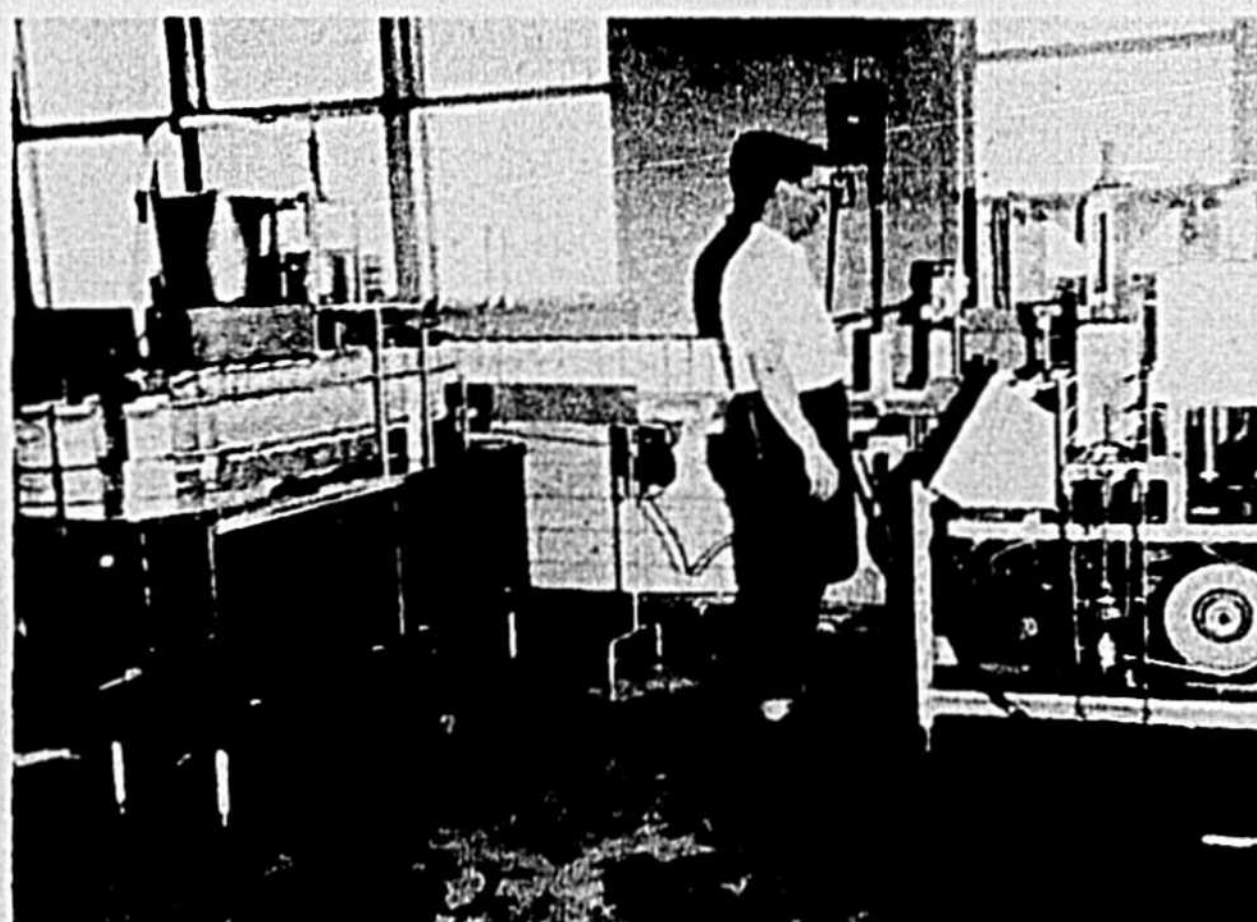
Pasteurisation



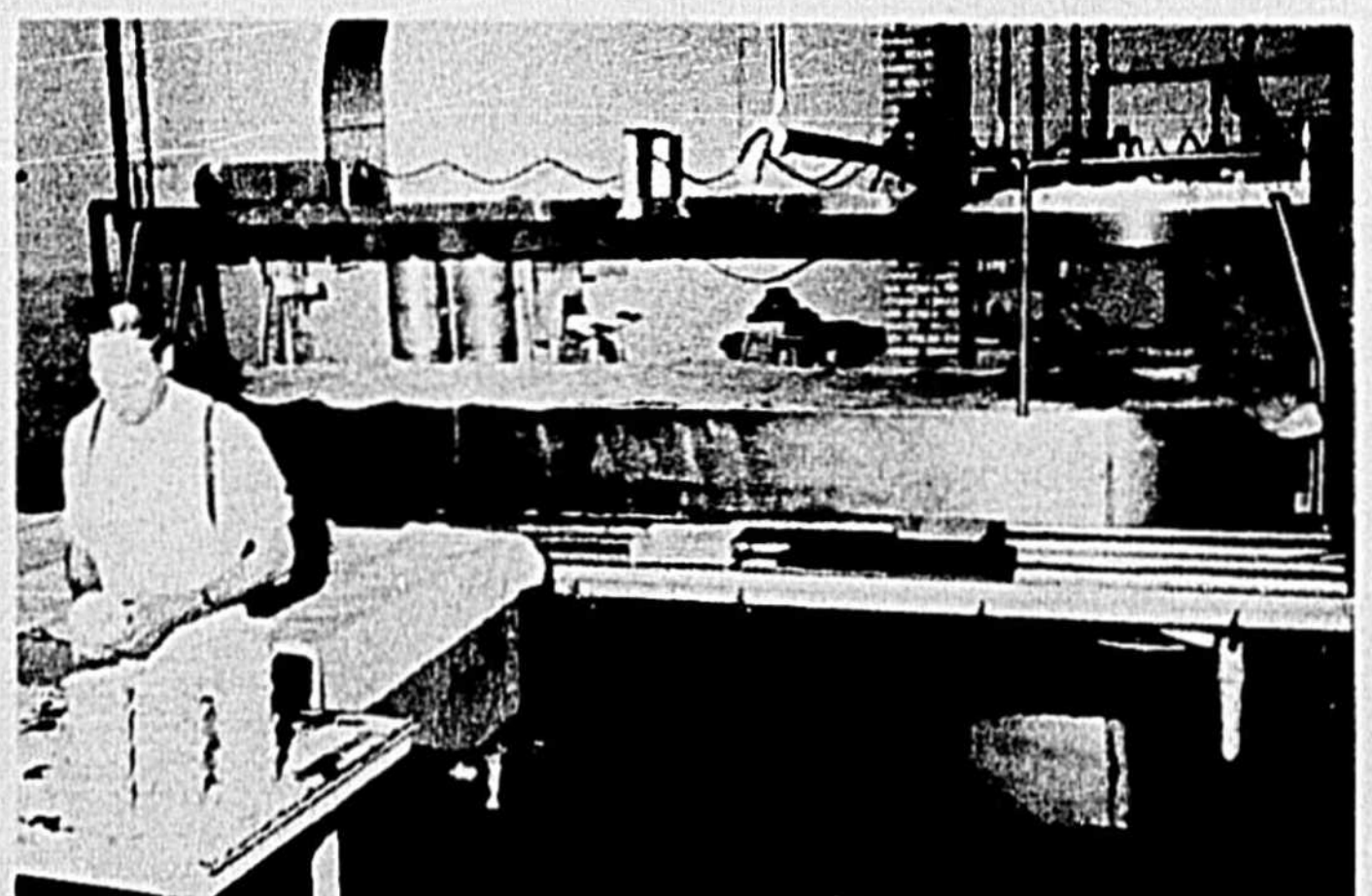
Fabrication de crème glacée



Embouteillage dans les contenants de verre



Embouteillage dans les contenants de carton



Fabrication des fromages