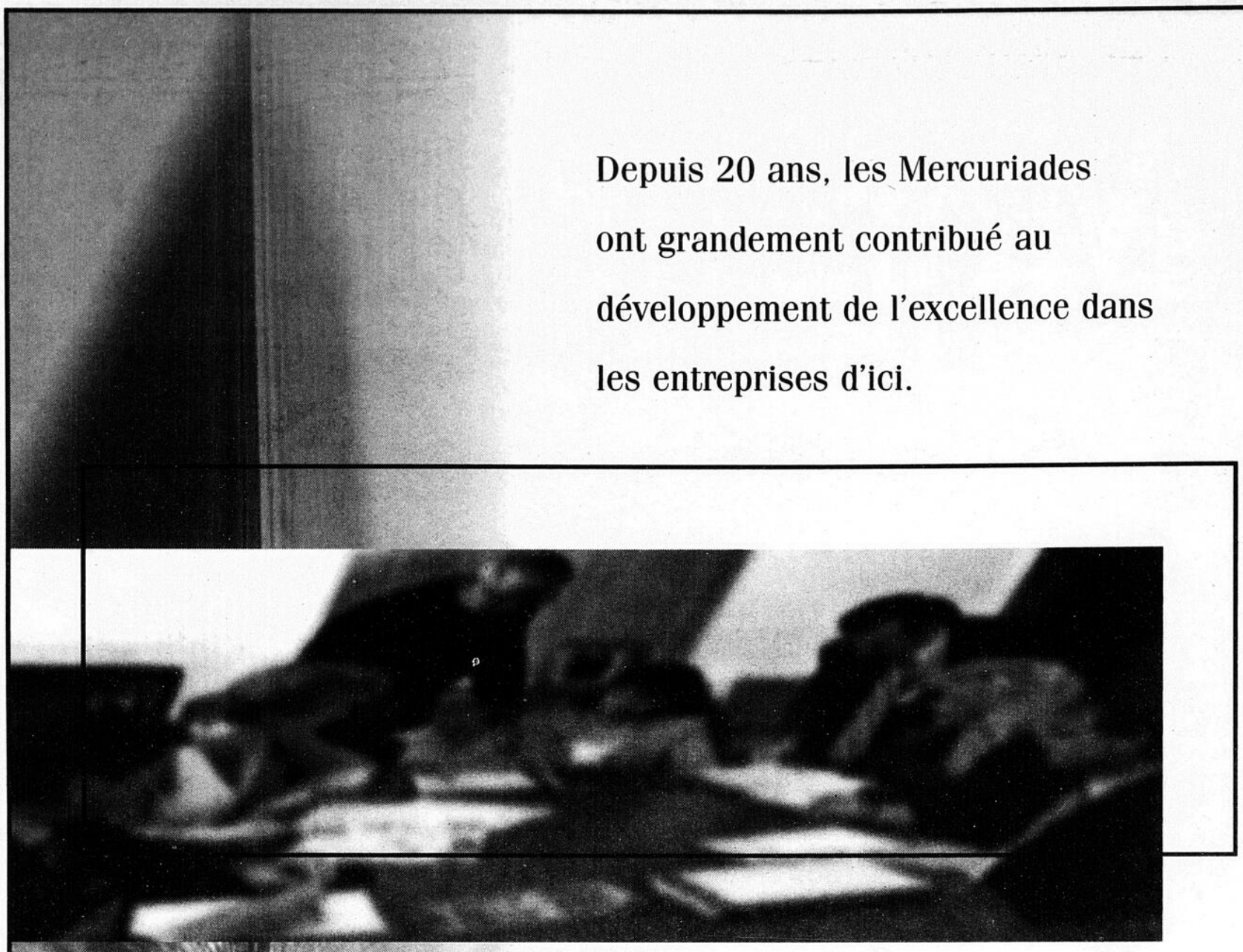
Les Mercuriades
20 ANS D'EXCELLENCE

CHAMBRE DE COMMERCE
DU QUEBEC

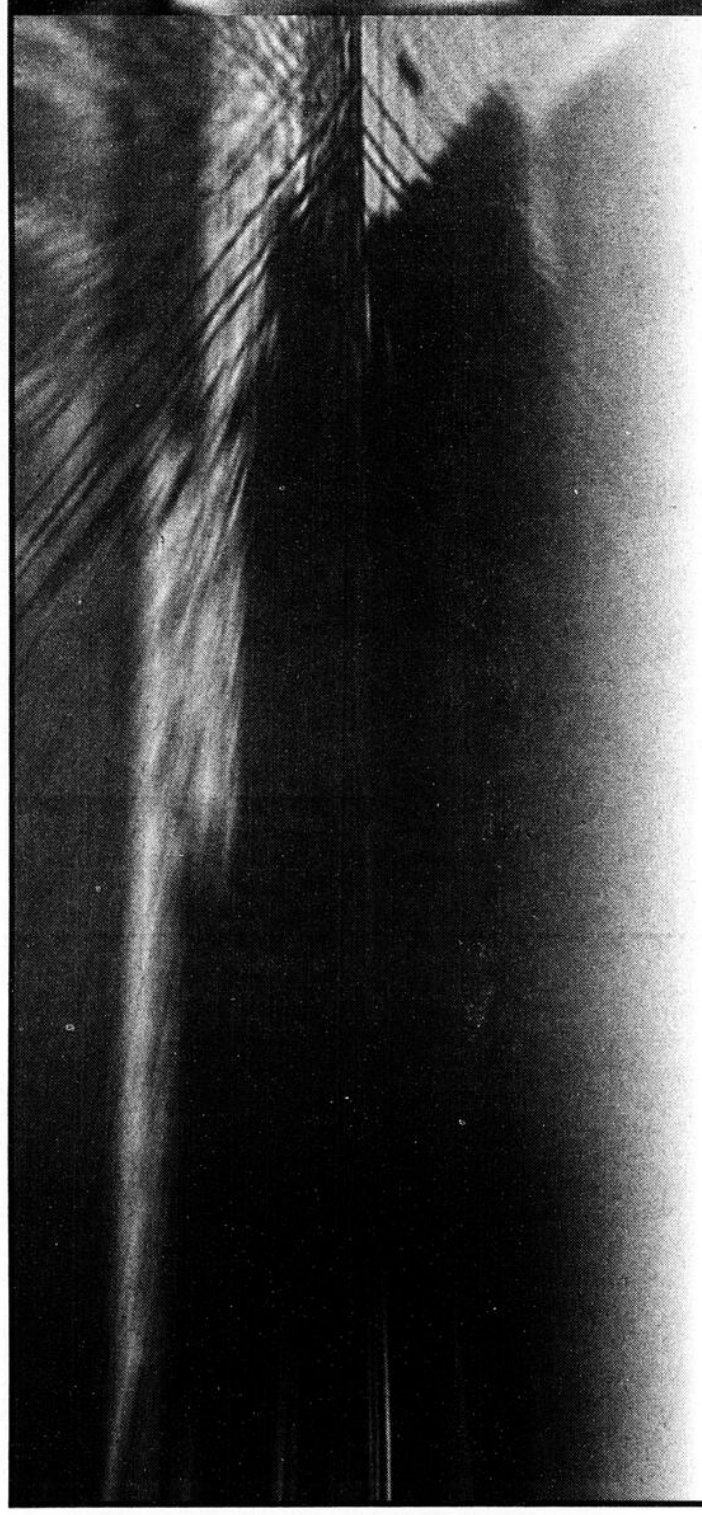
LES AFFAIRES

CAHIER SOUVENIR
JUIN 2000

PUBLI-REPORTAGE



Depuis 20 ans, les Mercuriades ont grandement contribué au développement de l'excellence dans les entreprises d'ici.



Transcontinental est fière d'être membre du réputé Club de l'Excellence qui regroupe les entreprises lauréates depuis 1981.

Bravo aux organisateurs et aux gagnants de cette année.

Transcontinental

Lauréate du Mercure de l'entreprise de l'année en 1988

Les Mercuriades : 20 ans d'excellence de l'entreprise québécoise

La grande contribution des Mercuriades à la vie québécoise, c'est de démontrer et d'affirmer chaque année depuis 20 ans l'excellence des entreprises québécoises.

Ce concours permet aussi de célébrer la vision, la créativité, l'audace, la performance et l'engagement des propriétaires, des dirigeants et des employés des entreprises faisant affaires au Québec, sans distinction de taille et d'origine.

La société québécoise avait besoin de modèles issus des milieux d'affaires. Les Mercuriades lui en a proposé tout un contingent, qui, après deux décennies, impressionne toujours, autant par le nombre que par la qualité.

Évolution des mentalités

Quand le premier concours des Mercuriades a été lancé, la notion de profit n'était pas vraiment acceptée à l'extérieur des milieux d'affaires. Les dirigeants d'entreprises n'en parlaient pas, de crainte d'être enviés, mal perçus ou critiqués. Quand une grande compagnie annonçait un profit important, les médias en faisaient une manchette, comme s'il y avait là matière à scandale.

Aujourd'hui, le profit est non seulement perçu comme un critère de succès, mais on le reconnaît comme essentiel à la survie de l'entreprise et au maintien des emplois.

Autre changement majeur dans les mentalités, les gens d'affaires sont vus maintenant comme les leaders les plus crédibles après les chefs religieux, selon plusieurs sondages d'opinion sur les perceptions des Québécois.

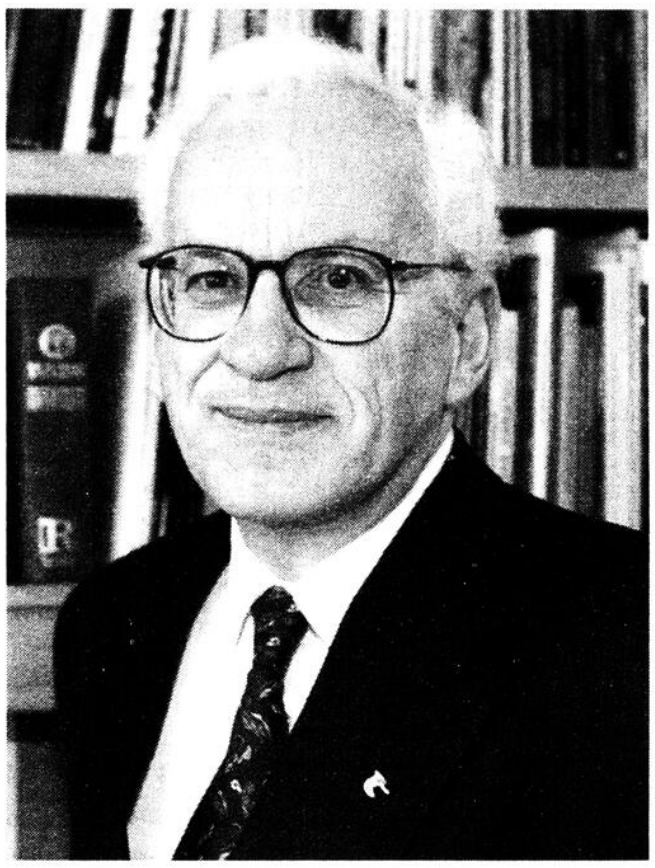
Cette évolution des mentalités, nous la devons en partie aux visionnaires de la Chambre de Commerce du Québec qui ont imaginé les Mercuriades. En reconnaissant publiquement les entreprises les plus performantes, les Mercuriades ont mis à l'avant-scène non seulement les sociétés elles-mêmes et leurs dirigeants, mais aussi les facteurs de succès des entreprises, tels que la rentabilité, la santé financière, le développement des ressources humaines, la productivité, l'innovation, la recherche et développement, la qualité totale, l'ouverture sur le monde et la maîtrise des grandes fonctions de la gestion (la planification, la production, le marketing, etc.).

Au fil des ans, les Mercuriades ont démythifié l'entreprise et son rôle central dans la création de la prospérité et des vrais emplois dans l'économie. Contrairement à ce que certains politiciens et chefs syndicaux croyaient il y a 20ans, on n'entend plus aujourd'hui de leaders d'opinion affirmer que l'État est le moteur du développement économique. On comprend aujourd'hui que l'État est davantage un catalyseur et un facilitateur dans le processus de création des entreprises, des emplois et de la richesse nécessaire au financement des programmes sociaux.

Guerre à la morosité

Les créateurs des Mercuriades poursuivaient également un autre objectif quand ils ont lancé ce qui allait devenir le plus important concours de reconnaissance de l'excellence des entreprises québécoises : chasser la morosité qui s'était emparé des dirigeants d'entreprises au début de la décennie 1980 à la suite d'une forte poussée inflationniste, de l'explosion des taux d'intérêt (le taux préférentiel atteignit 22,75%) et de la récession qui suivit.

Même si elles ne pouvaient rien contre la stagflation qui marqua cette époque, les Mercuriades apportèrent une bonne dose d'enthousiasme chez les dirigeants d'entreprises québécoises.



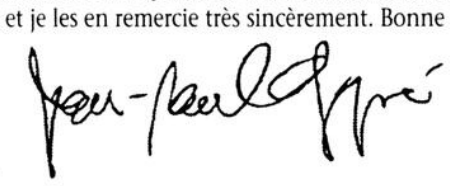
Bilan impressionnant

En 20 ans, les Mercuriades ont permis à plus de 300 entreprises de recevoir un Mercure. Très peu d'entre elles sont disparues et aucune d'elles n'a tiré sa révérence depuis 1991, ce qui témoigne des choix judicieux faits par les évaluateurs et les jurys qui les ont sélectionnées.

Comme en témoigne éloquemment la liste des lauréates des Mercuriades publiée aux pages 14 et 15, les entreprises qui composent ce groupe sélect sont autant de repères de l'histoire économique des deux dernières décennies au Québec.

Alors que certaines d'entre elles ont été fusionnées à d'autres sociétés pour former un groupe plus puissant, d'autres ont continué leur croissance en solitaire. Par ailleurs, certaines lauréates sont non seulement devenues des géants de leur industrie grâce à des acquisitions aussi bien au Canada qu'à l'étranger, mais ont gagné des parts de marché leur permettant d'exercer un rôle déterminant dans leur secteur d'activités. Enfin, tandis que des entreprises continuent d'exceller dans les secteurs traditionnels de l'économie, d'autres s'affirment de façon spectaculaire dans les nouvelles technologies, la distribution et les services financiers.

C'est de tout cela dont témoigne ce cahier sur les 20 ans des Mercuriades. Celui-ci a été rendu possible grâce à la collaboration de la Chambre de Commerce du Québec et des commanditaires qui s'y sont associés et je les en remercie très sincèrement. Bonne lecture.



Jean-Paul Gagné
Éditeur et rédacteur en chef

SOMMAIRE

- La valorisation de l'entrepreneurship - Michel Audet ... PAGE 4
- Messages des ministres Jean-Pierre Jolivet et Diane Lemieux ... PAGE 5
- «Plus il y a d'idées, plus il y a de chances de trouver de bonnes idées» - Martin Cauchon, Développement Économique Canada ... PAGE 7
- En 2000, Cascades veut recentrer ses activités ... PAGE 8
- Advantech, un produit unique au monde
- Léa Pascal, le "Small is beautiful" du travailleur autonome ... PAGE 9
- Avant-Garde Engineering, les meilleurs échafaudages hydrauliques au monde ... PAGE 10
- Bell, une entreprise Internet ... PAGE 11
- 53 ans après la fondation du premier groupement d'épiciers, METRO toujours au premier rang ... PAGE 12
- Les Mercuriades depuis leurs débuts, plus de 300 lauréats ... PAGES 14-15
- Vidéotron, la PME familiale qui est devenue une grande entreprise ... PAGE 16
- Société de portefeuille du Groupe Desjardins, assurances générales, un taux de satisfaction de la clientèle de 96 % ... PAGES 18-19
- QuébecTel pourra enfin prendre de l'expansion ... PAGE 20
- MAAX plus que jamais le créateur de la nouvelle vague ... PAGE 21
- EXFO, une course effrénée à l'innovation ... PAGE 22
- Banque Nationale, une longue tradition de dons et commandites ... PAGE 23
- Les Supermarchés GP, l'une des plus anciennes entreprises familiales dans la vente d'aliments au détail
- Norsk Hydro Canada a relevé les défis des dernières années ... PAGE 24
- Le Club de l'excellence ... PAGE 25
- Le Groupe La Laurentienne, toute première gagnante du Mercure Entreprise de l'année en 1981 ... PAGE 26
- Forte croissance chez Uniboard Canada ... PAGE 28
- Le Zoo de Granby, des choses à voir et à faire ... PAGE 30
- Le Groupe LMB, une présence soutenue dans sa région
- En région, l'inforoute passe par Télébec ... PAGE 31
- Les Produits Bridor, artisan et industriel à la fois
- Dutailier, chef de file mondial dans un créneau pointu ... PAGE 32
- Bains Ultra, une PME qui influence un grand marché
- Groupe Télé-Ressources, la passion de sa profession ... PAGE 33
- Résultats spectaculaires pour le Groupe ADF ... PAGE 34
- CGI poursuit son expansion sur les marchés mondiaux ... PAGE 35

La passion de la réussite en affaires

Les Mercuriades
sont devenues en 20 ans
un point de repère de l'excellence en
affaires au Québec. Lauréates et finalistes comptent
aujourd'hui parmi les entreprises québécoises les mieux
préparées à relever les défis de la nouvelle économie.

Un monde d'affaires!

Québec
Industrie et Commerce
www.mic.gouv.qc.ca

CLICHÉ RÉPÉTÉ À ÉCLAIRAGE DIFFÉRENT EN RAISON DU TEXTE IMPRIMÉ SUR FOND GRIS OU DE COULEUR

La valorisation de l'entrepreneurship

Le président de la Chambre de commerce du Québec, Michel Audet, se souvient très bien des premières fois où il a entendu parler des Mercuriades. Sous-ministre au ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie à l'époque, il avait trouvé le concept non seulement excellent, mais essentiel pour contribuer à valoriser l'entrepreneurship: «Le président du Conseil de la Chambre de commerce du Québec, Marcel Baril, était originaire de Rouyn-Noranda et il cherchait un événement rassembleur. Il avait présidé un groupe chargé de développer le concept. Il faut se rappeler qu'au début des années 80, l'entrepreneurship n'avait pas encore ses lettres de noblesse. Célébrer les entreprises, leur succès, et surtout la notion de profit rattachée à la bonne performance en affaires était plutôt novateur.»

En tant que représentant du gouvernement, Michel Audet a eu l'occasion d'être membre du jury à quelques reprises: «Ce qui m'a frappé dès le début, c'est la rigueur et la qualité des critères qui servent à déterminer les gagnants. Le processus de sélection m'apparaît transparent et sans faille. Des comités ad hoc permettent d'identifier les candidats potentiels et de réviser chaque année les critères d'évaluation des dossiers. Ces comités sont composés d'experts qui couvrent tous les domaines possibles de l'économie.»

20 ans plus tard, le bilan est impressionnant. Les Mercuriades ont permis d'identifier très tôt des petites entreprises qui allaient connaître un succès remarquable par la suite: «Le concours lui-même a très bien traversé le temps, les critères étant chaque année réévalués et adaptés aux réalités de l'économie. Vous remarquerez que les valeurs de base qui ont servi au choix des critères sont toujours restées les mêmes. Elles tournent autour des notions de ressources humaines, contrôle de la qualité, marketing et service à la clientèle, exportation... D'autres catégories ont salué, avant leur temps, les valeurs montantes dans les années 80. Je pense, entre autres, à tout ce qui tournait autour de l'action communautaire, l'environnement et le développement régional.»

Chaque candidature aux Mercuriades est évaluée par un comité d'experts qui présente un rapport aux membres du jury, eux-mêmes choisis parmi l'élite de la communauté financière. 25% du total des points porte sur la santé financière des entreprises: «Songez un peu: en 20 ans, nous avons reçu plus de 5 000 candidatures, dont 1300 ont été choisies comme finalistes, parmi lesquels nous avons retenu plus de 300 lauréats. La presque totalité de ces entreprises sont toujours en opération aujourd'hui. On a pu voir, via les Mercuriades, les progrès des entreprises dans toutes les régions du Québec. Et avec l'aide des Chambres de commerce locales et régionales, qui jouent un rôle essentiel dans l'organisation du concours, nous avons pu mettre en valeur des entreprises qui venaient d'autres régions que les grands centres.»

27 entreprises ont été choisies «Entreprise de l'année», dans la catégorie PME ou Grande entreprise. Elles sont maintenant membres du Club de l'excellence.

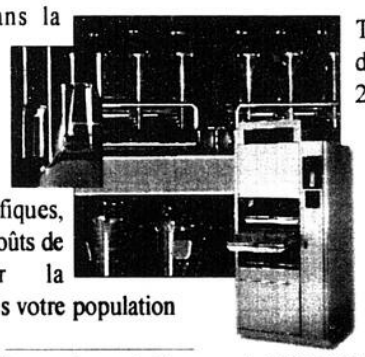
Chaque année, Michel Audet trouve que le travail du jury devient de plus en plus difficile: «Les entreprises du Québec ont atteint des sommets inégalés. Elles se sont renouvelées, elles ont redoublé d'ardeur et se démarquent chaque fois un peu plus par la qualité et l'originalité de leur travail. Le jury est confronté à des choix difficiles pour déterminer les gagnants dans chaque catégorie, mais tant mieux: ce concours d'excellence en affaires, le plus prestigieux au Québec, démontre à quel point les entreprises d'ici ont atteint de nouveaux sommets. Les Mercuriades ont contribué à rappeler l'importance et la contribution des gens d'affaires au bien-être et à la progression d'une société.»

«Le concours lui-même a très bien traversé le temps, les critères étant chaque année réévalués et adaptés aux réalités de l'économie. Vous remarquerez que les valeurs de base qui ont servi au choix des critères sont toujours restées les mêmes. Elles tournent autour des notions de ressources humaines, contrôle de la qualité, marketing et service à la clientèle, exportation... D'autres catégories ont salué, avant leur temps, les valeurs montantes dans les années 80.»

PENSEZ PRÉVENTION DE LA CONTAMINATION.

PENSEZ STERIS

STERIS se spécialise dans la conception et la fabrication de solutions aux problèmes de contamination. Nous mettrons au point des systèmes intégrés pour répondre à vos besoins spécifiques, qu'il s'agisse de réduire les coûts de désinfection, d'enrayer la propagation de maladies dans votre population animalière, ou les deux.



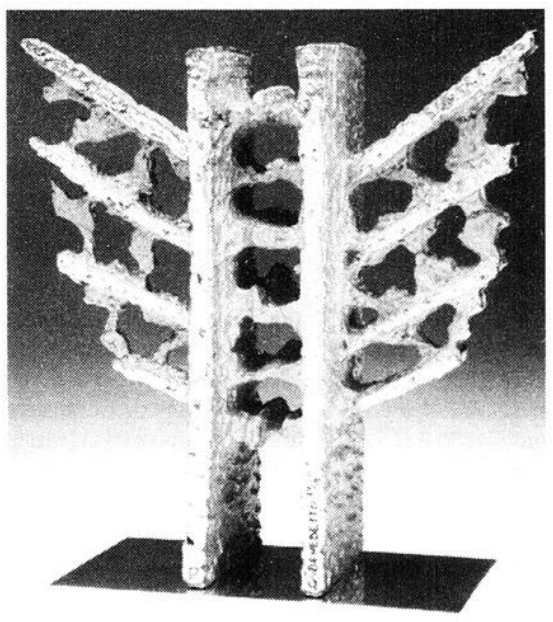
Téléphonez-nous. Notre équipe de service est disponible 24 h sur 24, 365 jours par année.

À l'avant-garde de la prévention de l'infection

STERIS®

STERIS Corporation

STERIS à plusieurs bureaux à travers le monde. Composez le 1-905-677-0863 ou consultez le site internet http://www.steris.com



Mercure, le trophée

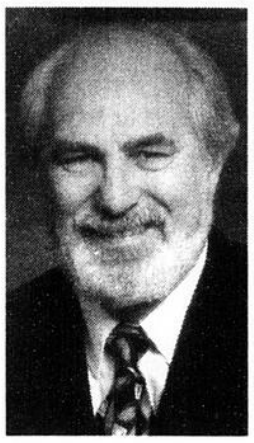
Baptisé l'Envol, le trophée remis aux entreprises lauréates représente un oiseau stylisé dont les formes symbolisent toute la force et la légèreté du commerçant, du messager et de l'entrepreneur, qualificatifs attribués au dieu du commerce, Mercure.

Cette sculpture originale réalisée par l'artiste Giuseppe Benedetto, et commandite d'Alcan, évoque une volonté de réussite, donne une impression de puissance et exprime, par son geste d'envol, le changement et le progrès.

Façonner l'avenir

L'Ordre des comptables en management accrédités du Québec est heureux de s'associer à la Chambre de commerce du Québec pour souligner le 20e anniversaire des Mercuriades et leur rôle important dans la promotion de l'excellence au sein des entreprises québécoises.

CMA
ORDRE DES COMPTABLES EN MANAGEMENT ACCRÉDITÉS DU QUÉBEC



À titre de ministre des Régions, je suis fier d'être associé, encore une fois cette année, à la remise d'un Mercure dans la catégorie «Contribution au développement économique et régional» qui vise à reconnaître l'importance des entreprises performantes dans toutes les régions du Québec.

Je voudrais remercier en premier lieu les Chambres de commerce à travers tout le Québec qui ont été associées à la reconnaissance des entreprises dans cette catégorie. Je profite également de l'occasion pour féliciter les finalistes à ce concours qui se veut une façon de souligner le savoir-faire de nos entreprises.

Depuis maintenant 20 ans, la Chambre de commerce du Québec parraine Les Mercuriades, un concours qui est devenu, au fil des années, un symbole d'excellence auprès des communautés d'affaires de toutes les régions du Québec. Cette initiative offre l'opportunité de faire valoir les réussites, les innovations et l'évolution des petites, moyennes et grandes entreprises québécoises qui sont au cœur même du développement des régions du Québec.

Le ministère des Régions est fier d'avoir mis sur pied depuis maintenant deux ans, en collaboration avec ses partenaires municipaux, les centres locaux de développement (CLD). Dans tous les coins du Québec, ce réseau dynamique accueille les promoteurs, les conseille et les accompagne à travers une gamme de services de première ligne incluant le rôle conseil, la recherche de financement, la formation en entrepreneuriat et le soutien aux entreprises sous toutes ses formes.

Félicitations à la Chambre de commerce du Québec qui contribue positivement à faire de cet événement un lieu d'échanges et de célébrations des réalisations du milieu d'affaires québécois.

Québec
Ministère des Régions

Jean-Pierre Jolivet
Ministre des Régions

Au nom du gouvernement du Québec, j'ai le plaisir d'associer Emploi-Québec, une fois de plus cette année, à l'événement prestigieux que sont les Mercuriades. L'année 2000 marque le 20e anniversaire de ce concours dont l'envergure et le rayonnement ont contribué non seulement à souligner mais à promouvoir l'esprit d'entreprise au Québec.

En commanditant le prix Formation et développement des ressources humaines, Emploi-Québec assure de son appui les entreprises qui misent sur la qualité de leurs ressources humaines pour tenir tête à la concurrence. Lorsque notre gouvernement a adopté, en juin 1995, la Loi favorisant le développement de la formation de la main-d'œuvre, il souhaitait encourager l'émergence d'une véritable culture de la formation dans tous les milieux de travail au Québec.

Les chefs d'entreprise ont adhéré en grand nombre à ce projet collectif et il convient de souligner plus particulièrement l'apport de ceux et celles qui se sont démarqués par leurs efforts pour maintenir et accroître les compétences et les savoir-faire de leur ressource la plus précieuse: leur personnel. Que leur succès inspire et influence toutes les entreprises du Québec!

Félicitations aux finalistes et à tous les employeurs qui investissent en formation.

Diane Lemieux
Ministre d'État au Travail et à l'Emploi,
Ministre responsable de l'Emploi

Québec
Emploi-Québec

Bail à taux de 3,9 %

Performances exaltantes. Beauté transcendante. Et maintenant, un incroyable taux de bail de 3,9 % pour un temps limité. Tout cela est vôtre dans la nouvelle Jaguar S-TYPE. Ou, si vous préférez, dans une Jaguar XJ8, Vanden Plas (sauf à compresseur) ou XJR. Pour plus de détails, visitez le concessionnaire le plus près, composez 1 800 4-JAGUAR ou visitez le site Web de Jaguar Canada (www.jaguar.ca).

Une performance de toute beauté JAGUAR

AUTO COLLECTION DE QUÉBEC
175, rue Marais, Vanier (418) 687-3566

LES MOTEURS DÉCARIE INC.
55, rue Gince, Montréal (514) 334-9910

JOHN SCOTTI JAGUAR
4305, boul. Métropolitain est, St Léonard (514) 725-2221

Les Mercuriades, un nouvel indice boursier?

Plusieurs entreprises qui ont reçu des Mercures «Entreprise de l'année» étaient cotées en Bourse l'année où elles ont été honorées. Combien ces entreprises valent-elles aujourd'hui? Pour 1000$ investis dans chacune des entreprises lauréates l'année où elles ont reçu un Mercure, pour un total de 10 000$, vous auriez aujourd'hui près de 100 000$.

Un système sophistiqué de pointage

Pendant généralement cinq jours à temps plein, cinq spécialistes épluchent les candidatures. Les dossiers sont ensuite présentés aux jurés qui passent une journée complète pour les étudier et comparer leurs notes avec celles des analystes de la présélection.

Un gage de crédibilité

Les Mercuriades? Un instrument de promotion incomparable pour les récipiendaires et un gage de crédibilité: «Parlez-en à tous ceux et celles qui en ont reçu, dit le Président de la chambre de commerce du Québec, Michel Audet. Ils en ont eu des échos jusqu'à l'autre bout du monde. Et tous ont profité des retombées.»

Le sceau de l'excellence

Selon les résultats d'un sondage effectué par la firme Léger et Léger, auprès de plus de 500 entrepreneurs québécois à l'été 1995, le concours Les Mercuriades représente le concours d'excellence en affaires le plus prestigieux à l'échelle du Québec. Une nomination est considérée comme le sceau de l'excellence.

Le concours Les Mercuriades s'adresse à toutes les entreprises privées à but lucratif et sans but lucratif, petites, moyennes et grandes, de tous les secteurs économiques et de toutes les régions du Québec.

Des conseils pour améliorer vos chances si vous présentez votre candidature aux Mercuriades

L'expérience passée démontre que les éléments qui suivent sont les caractéristiques des candidatures qui ont emporté des Mercures ou se sont classées finalistes. Pour accroître vos chances de gagner, suivez les conseils suivants:

Focus sur la catégorie

Relisez attentivement les objectifs de la catégorie convoitée afin de relier directement chaque initiative ou réalisation présentée à ces objectifs.

Structure du contenu

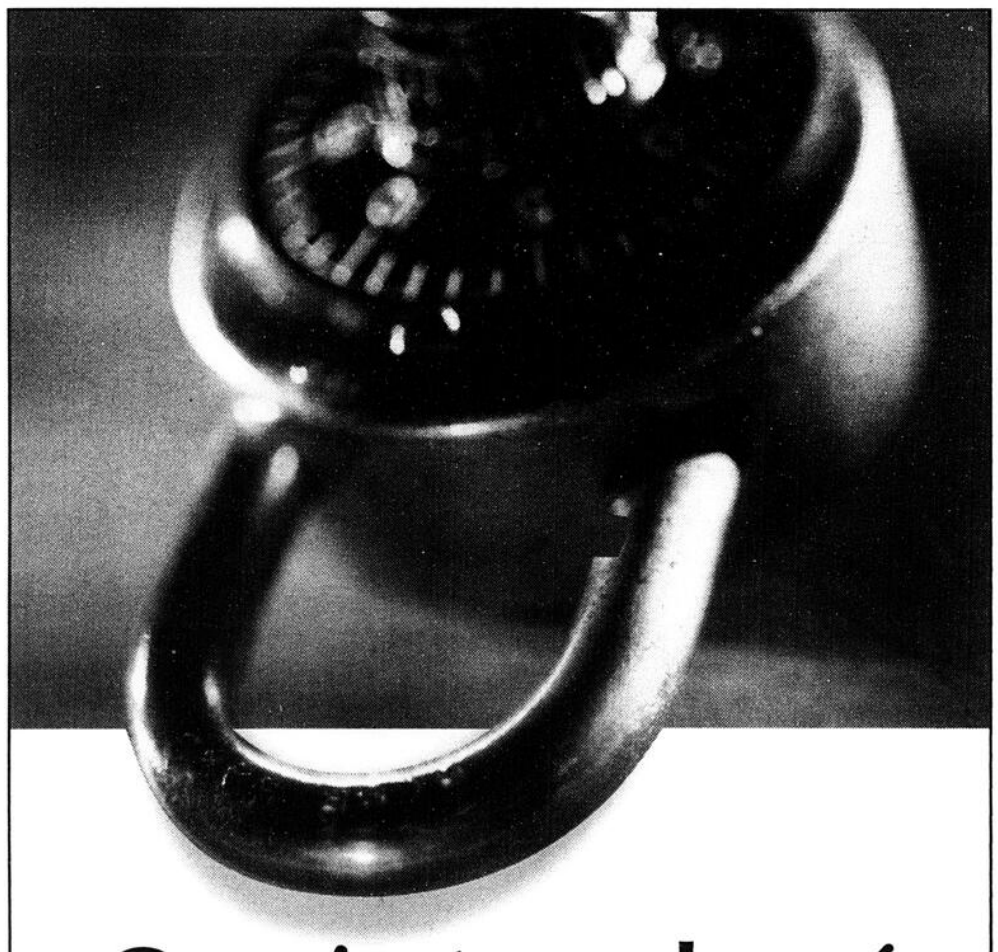
Placez un sommaire exécutif au début du document, l'équivalent d'une page qui résume les faits saillants du dossier que vous présentez. Ajoutez une table des matières. Autant que possible, faites des paragraphes courts, des encadrés, des diagrammes et des tableaux récapitulatifs. Évitez les généralités.

Clarté des messages

Précisez vos messages en les appuyant par des exemples, des faits, des données chiffrées et par des illustrations pertinentes. Relisez l'ensemble pour vous assurer de la cohérence et pour éviter les répétitions inutiles.

Sélectionnez et limitez l'information

Sélectionnez et limitez la quantité d'information soumise avec votre candidature. À part les états financiers récents que vous annexez, le contenu total ne devrait pas dépasser 30 pages.



On n'est pas barré

Pour ouvrir la voie à un développement social et économique,
le Québec peut compter sur des entreprises novatrices et audacieuses.
Nous sommes fiers de contribuer à leur avancement.

Raymond Chabot Grant Thornton
LA FORCE DU CONSEIL
Membre du réseau Grant Thornton International

À l'occasion des Mercuriades 2000,

Développement économique Canada renouvelle son soutien à la nouvelle économie

La transition vers la nouvelle économie que nous observons partout en Occident est en train de métamorphoser le monde les affaires. Le passage du mode traditionnel de faire des affaires au mode virtuel entraînera des transformations auxquelles Développement économique Canada entend participer en s'associant de façon plus étroite encore avec les PME du Québec.

Pour Martin Cauchon qui est ministre du Revenu national et secrétaire d'État responsable de l'Agence de développement économique du Canada pour les régions du Québec, le tournant majeur de notre époque porte sur le savoir qui est, à toutes fins utiles, le pivot de la nouvelle économie en émergence.

«Désormais, soutient monsieur Cauchon, la valeur ajoutée générée par le savoir représente un élément clé de notre stratégie pour faire du Canada l'une des meilleures économies du savoir, une économie qui soit en mesure de s'adapter rapidement aux exigences des marchés en expansion.»

Une initiative comme Un Canada branché s'inscrit dans cette perspective. Rendre accessibles les technologies de l'information à l'ensemble des citoyens constitue un pari sur les idées novatrices. «Plus il y a d'idées, plus il y a de chances de trouver de bonnes idées», ajoute le ministre.

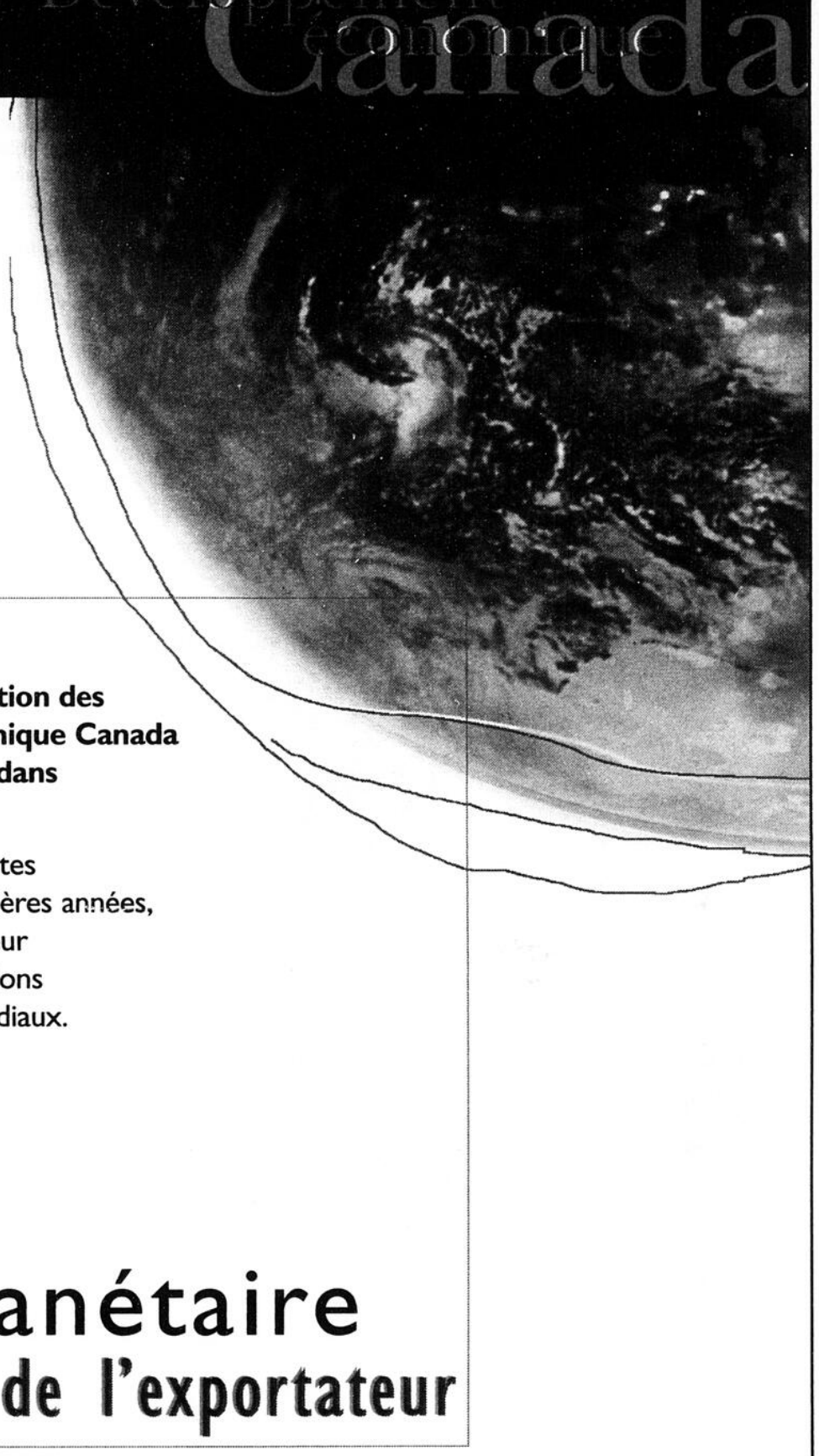
Au moment où les Mercuriades célèbrent leur vingtième édition, il est important de rappeler à quel point les entreprises qui ont maintenu leur avance et sont demeurées compétitives, ont su s'adapter aux nouveaux contextes, innover, investir parfois massivement dans la recherche et le développement et dans les technologies de l'information. «Le commerce électronique auquel nous attachons une importance considérable au gouvernement du Canada, fait désormais partie du quotidien des entreprises innovantes d'aujourd'hui», fait remarquer monsieur Cauchon.

Avec un regard sur les enjeux qui se dessinent pour l'avenir, Développement économique Canada travaille sans relâche à adapter ses services aux besoins des PME québécoises. «Il nous faut prendre tous les moyens afin de stimuler la vigueur de l'esprit d'entreprise au Québec et de promouvoir l'ouverture sur le monde, l'intérêt pour le progrès et la place des jeunes à tous les paliers de l'économie», affirme le ministre.

C'est dans cet esprit de partenariat, composé d'une gamme de services conseils complémentaires au soutien économique offert aux entreprises et de vigilance à l'égard des grands enjeux de l'économie du savoir que Développement économique Canada s'est associé avec les Sociétés d'aide au développement des collectivités (SADC).

«Il s'agit pour nous de contribuer à la mise en valeur des atouts et du potentiel économique de chacune des régions du Québec. Notre soutien constant à une initiative aussi stimulante que la soirée annuelle de gala du concours les Mercuriades témoigne de l'importance que nous attachons à la promotion de l'excellence et de l'innovation chez nous. C'est la meilleure stratégie, la stratégie gagnante», conclut Martin Cauchon.

Développement économique Canada



Fier d'être associé à la vingtième édition des *Mercuriades*, Développement économique Canada soutient les entreprises québécoises dans la recherche de nouveaux marchés.

Développement économique félicite toutes les entreprises qui, depuis les vingt dernières années, se sont particulièrement illustrées par leur dynamisme, l'originalité de leurs innovations et leur émergence sur les marchés mondiaux.

Endosser l'audace de l'exportateur : c'est notre raison d'être.

Projeter planétaire
L'audace de l'exportateur

Développement économique Canada
Canada Economic Development

Canada

1985 Mercure
Entreprise de l'année

En 2000, Cascades veut recentrer ses activités

1985: les frères Lemaire reçoivent le Mercure Entreprise de l'année. En arrière plan, Arthur Earl, président de la Chambre de commerce du Québec en 1983 et 1984.

Le 15 avril dernier, lors de l'assemblée générale annuelle, les dirigeants de Cascades avaient un bon bilan à présenter à leurs actionnaires. D'abord, un bénéfice net de 58 M$ pour 1999, une augmentation de 30 % sur l'année précédente. Et un chiffre d'affaires de 2,6 milliards, soit 3 % de plus que les 2,5 milliards enregistrés en 1998. Enfin, la perspective d'atteindre la barre des trois milliards de ventes en 2000.

Même si les affaires vont bien, le titre de Cascades se vend en moyenne à 30 % sous la valeur marchande nette de ses éléments d'actif. Les analystes financiers attribuent cet escompte, entre autres, à la structure de conglomérat du groupe, au manque de négociabilité du titre de la société mère et de ceux des filiales ouvertes. Les frères Laurent, Alain et Bernard Lemaire contrôlent 46 % des actions de Cascades. Au moment où l'industrie papetière est en pleine période de consolidation, ce bloc réduit les possibilités pour les actionnaires d'obtenir une prime intéressante dans l'éventualité d'une offre d'achat par une autre société.

«Nous allons faire tout ce qui est en notre pouvoir pour faire bouger le titre, lance Laurent Lemaire, président et chef de la direction. Ainsi, nous envisageons d'abord de diluer notre bloc de contrôle, peut-être jusqu'à 33 %. Et nous allons réorganiser nos différentes entreprises publiques de façon à augmenter le nombre d'actions en circulation. En outre, nous avons l'intention de mieux définir notre orientation et de resserrer nos activités autour de l'emballage.»

En attendant, Cascades poursuit son développement par l'ouverture d'un centre de conversion de carton pour l'emballage de rouleaux en France, ainsi que d'un centre de conversion de carton nid d'abeilles en Ontario.

M. Lemaire est très optimiste pour l'an 2000. Les prix de la pâte grimpent, l'économie américaine est robuste et la demande en Asie est très forte. «Nous demeurons à la recherche d'occasions de croissance, indique-t-il. Nous examinons actuellement plusieurs possibilités de fusions, de partenariats et d'acquisitions. Trois milliards de chiffre d'affaires, c'est bien, mais on veut faire mieux !»

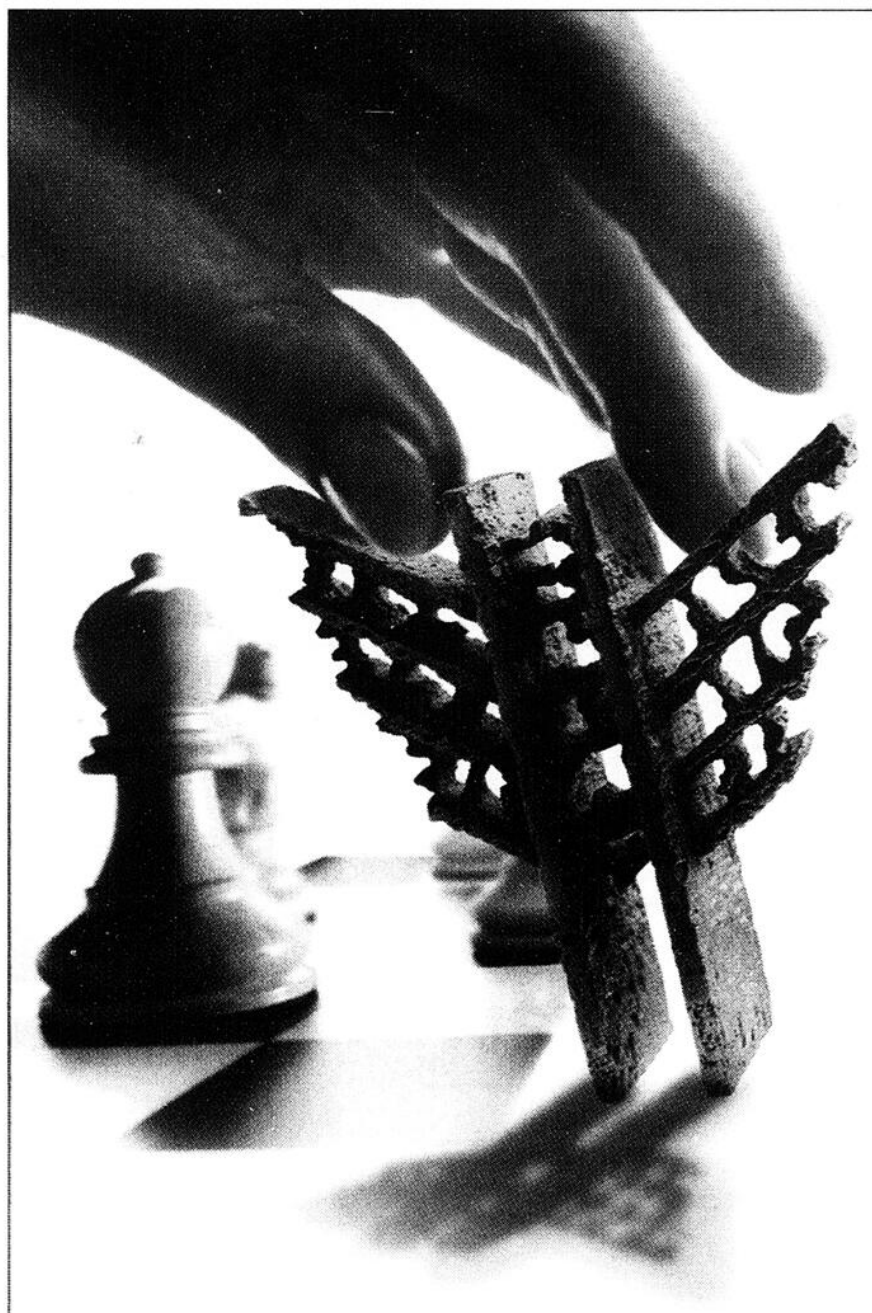
Vedette du Québec Inc.

Cascades était l'entreprise vedette du Québec Inc. au cours des années 1980. Preuve de ce succès fulgurant, elle avait remporté le Mercure d'Entreprise de l'année en 1985 et un Mercure Qualité de vie en entreprise deux ans plus tôt. Même si elle se fait plus discrète qu'avant, Cascades demeure une des entreprises québécoises les plus connues et les plus appréciées du grand public.

«À l'époque, raconte Laurent Lemaire, Cascades connaissait une période d'activité intense. Nous avions fait notre première émission publique en 1982. Le prix de l'action grimpait régulièrement au point où nous en avons scindé le cours à trois reprises. Nous avions procédé à de nombreuses acquisitions d'entreprises fragiles et les avions relancées, aussi bien ici qu'en Europe. Notre modèle de gestion des ressources humaines, basé sur la participation, faisait fureur. Nous avions développé une politique environnementale avant-gardiste... Bref, Cascades était considérée comme un modèle à suivre, et elle bénéficiait de beaucoup de visibilité.»

Depuis, Cascades a poursuivi sa croissance: elle est devenue une entreprise d'envergure internationale œuvrant principalement dans la fabrication, la transformation et la commercialisation de produits d'emballage, ainsi que de papiers de spécialité. Elle emploie plus de 12 000 personnes, et exploite une centaine d'unités de production situées au Canada, aux États-Unis, en France, en Angleterre, en Allemagne et en Suède.

Elle détient des participations largement majoritaires dans quatre sociétés inscrites en bourse: Rolland (73,5 %), Papiers Perkins (74 %), Industries Paperboard International (71 %) et Boralex (71 %). Elle est également active dans plusieurs sociétés à capital fermé, dont Norampac.



La *maîtrise* des **opérations**

une question de savoir-faire

Redresser, optimiser, rentabiliser, sont des facteurs clés de réussite. Plus de 35 ans après sa création, Cascades s'est solidement implantée en Amérique du Nord et en Europe, grâce à sa stratégie de gestion axée sur l'acquisition d'usines souvent sous-performantes et sur sa capacité à redresser des actifs.

Récupérer, réutiliser et valoriser, symbolisent une approche sans frontières et parfaitement intégrée à la réalité de chacune des unités du Groupe Cascades.

Performante dans ses opérations, Cascades se positionne avec succès pour les années 2000.

Cascades

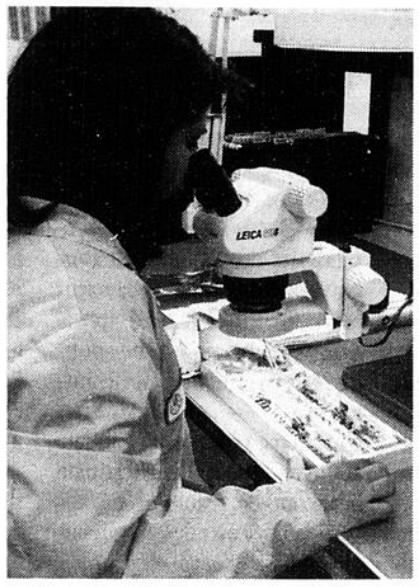
www.cascades.com

1999 Mercure
Recherche et développement

Advantech, un produit unique au monde et un véritable succès commercial

L'auréat en 1999 du Mercure, catégorie Recherche et développement, Advantech AMT, à Dorval, conçoit et fabrique des amplificateurs de haute puissance utilisés dans les réseaux de communication par satellite et dans les réseaux de communication sans fil à large bande.

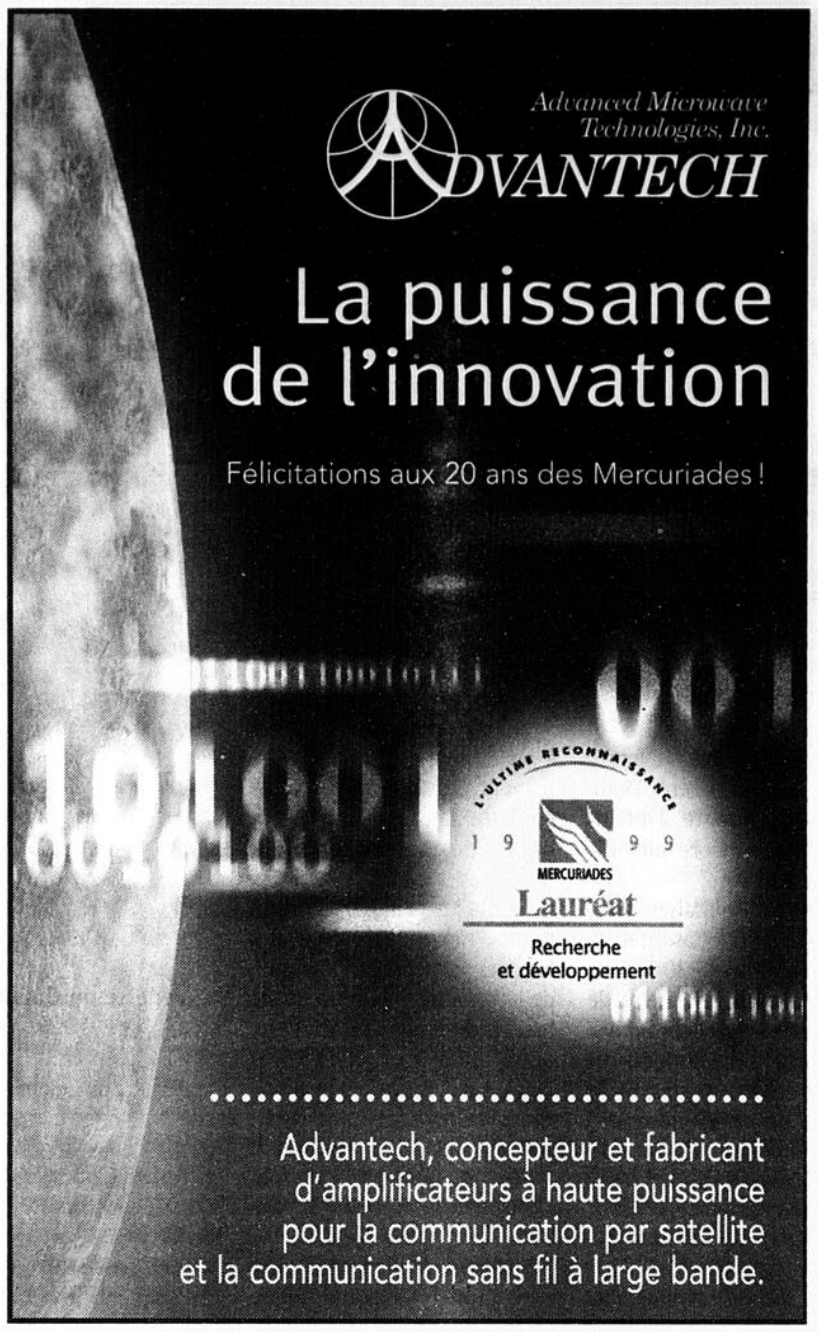
En 1999, David Gelerman, président et fondateur d'Advantech avait manifestement de bons arguments qui ont permis à son entreprise de remporter le Mercure Recherche et développement: «La structure de notre processus de développement est très bien guidée par les demandes réelles du marché. À ce propos, l'équipe de recherche et développement a répondu à l'appel d'une façon exceptionnelle en développant des amplificateurs de performance supérieure à tous nos compétiteurs.»



«L'industrie de la communication par satellite et de la communication sans fil est très dynamique et en constante évolution, explique le vice-président Finances, François Binette. Nous plaçons donc le développement de nouveaux produits au centre de nos activités. Ce n'est que par une constante amélioration de nos produits existants et par la mise en marché de nouveaux produits innovateurs que nous maintiendrons notre position de chef de file. Le Mercure 1999 a été, pour nous, une confirmation de la part du milieu financier québécois du succès de notre stratégie de croissance.»

Advantech AMT, depuis l'obtention du Mercure 1999, a connu une croissance des ventes d'environ 92% et a crée 39 nouveaux emplois, passant de 118 employés à 157 employés en un an. Située à Dorval, la société vient aussi de terminer un agrandissement de 26 000 pieds carrés, ce qui porte à 56 000 pieds carrés l'espace utilisé par l'entreprise, doublant ainsi la superficie dédiée à la manufacture. L'entreprise prévoit maintenant l'embauche de plus de 60 employés dans les douze prochains mois.

Une fois de plus, ce sont des idées novatrices issues de la recherche et développement qui ont permis à Advantech de devenir très rapidement un partenaire crédible dans un marché en pleine expansion.



1999 Mercure
Appui aux travailleurs autonomes/PME

Léa Pascal

Le «Small is beautiful» du travailleur autonome

«Pour moi qui suis dans le domaine de la télévision, j'apprécie cette reconnaissance qui m'est offerte par le milieu des affaires, disait Léa Pascal l'an dernier, lors de la remise du Mercure «Appui aux travailleurs autonomes» à son entreprise, les Productions Léa Pascal. Cela veut dire que notre magazine télévisé sur l'entrepreneuriat répond à un besoin concret.»

Les Productions Léa Pascal conçoivent et réalisent «Fais-en ton affaire!», un magazine télévisé sur l'entrepreneuriat. Cette série, diffusée au réseau TVA et sur les ondes de Télé-Québec, rejoint chaque semaine près de 200 000 téléspectateurs. La série est un bon outil de sensibilisation et d'éducation aux valeurs du travail autonome, d'autant plus que la télévision est un moyen efficace pour rejoindre un vaste public et présenter des modèles qui peuvent changer les mentalités.

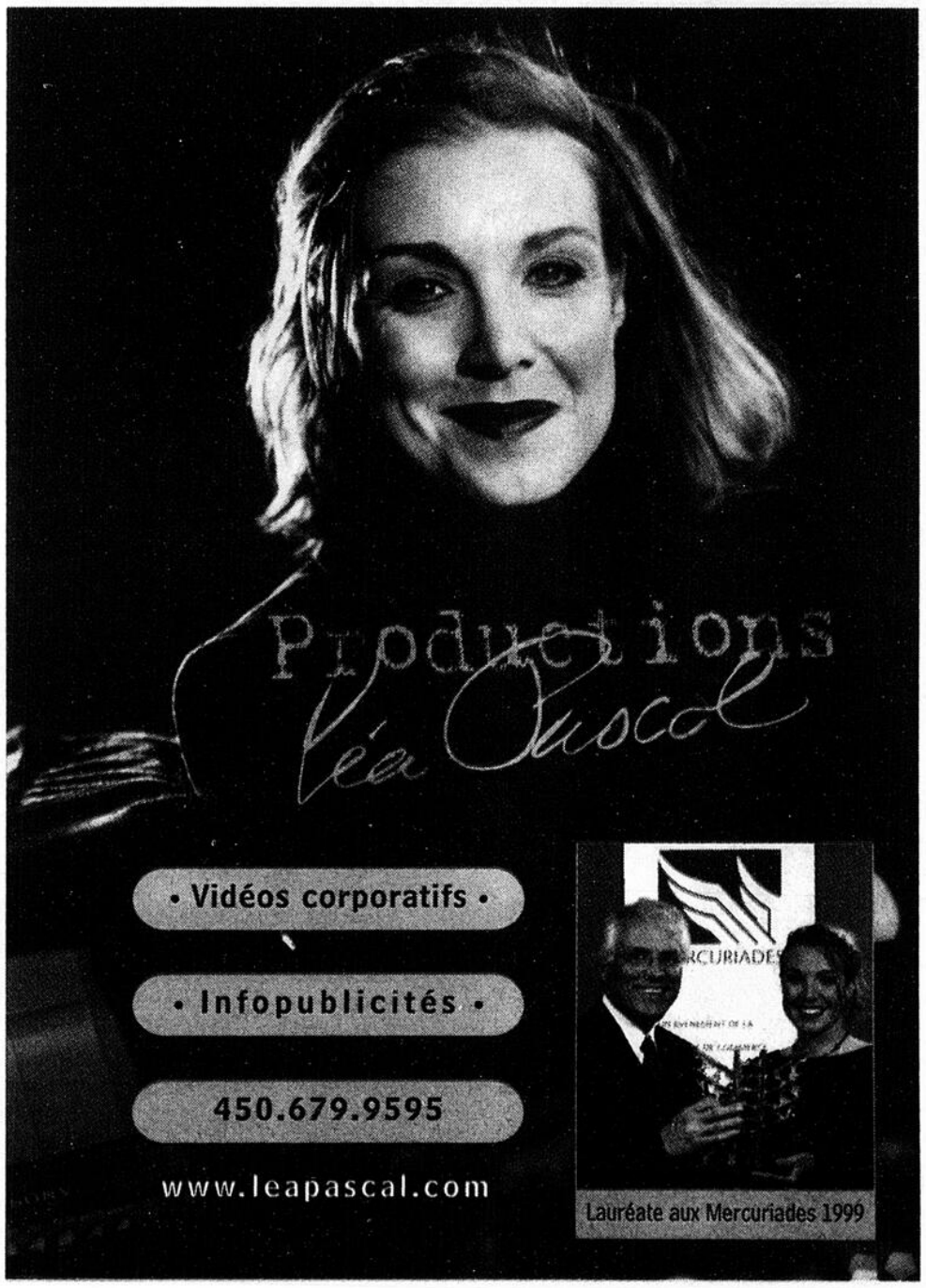
«Nous voulons non seulement promouvoir l'esprit d'entreprise, mais apporter une touche d'optimisme et démontrer qu'on peut apprivoiser cette nouvelle philosophie du travail en adoptant un nouveau mode de vie et de pensée, explique Léa Pascal. Le travail autonome n'est pas un mouvement marginal, au contraire.»

L'émission «Fais-en ton affaire!» est parrainée par la Chaire d'entrepreneurship MacLean Hunter des HEC. L'équipe de production est entièrement composée de travailleurs autonomes. Bref, voilà une émission, la seule du genre à la télévision, qui contribue à l'émergence de la société entrepreneuriale de demain.

«Je constate que j'ai toujours aimé démarrer, organiser et réaliser des projets, d'ajouter Léa Pascal. J'aime le côté visionnaire des gens, d'où mon intérêt pour la micro-entreprise, pour l'individu. J'ai confiance dans la société de demain, celle qui sera composée en bonne partie de travailleurs indépendants et qui pourra gérer la création et l'esprit d'initiative.»

Léa Pascal a également reçu le prix Travailleur autonome du Québec, lors du concours Arista Sunlife 1998. En 1997 et 98, Fais-en ton affaire! a récolté 4 nominations au prix Gémeaux dans les catégories «Meilleur magazine de service», «Meilleure recherche» et «Meilleur reportage».

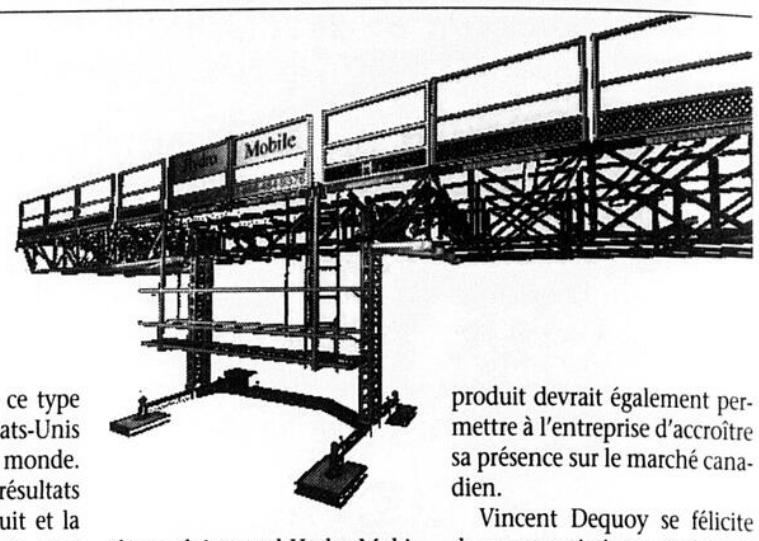
Conférencière, Léa Pascal est aussi présente dans plusieurs régions du Québec, où elle traite du potentiel entrepreneurial auprès d'organismes de soutien au travail autonome et à l'entrepreneurship. En plus de s'attaquer au marché des vidéos corporatifs et des infopublicités, elle prépare une nouvelle série télévisée sur l'entrepreneuriat en région, dont la diffusion est prévue pour l'hiver 2001.



1999 Mercure
Marchés extérieurs

Les meilleurs échafaudages hydrauliques au monde

Avant-Garde Engineering exporte 98% de sa production



C'est avant tout dans une perspective de stabilisation de l'entreprise que Avant-Garde Engineering (1994) a été achetée en janvier 2000 par Vincent Dequoy, qui a pris la présidence, et Benoit Duplessis, vice-président Marketing et Ventes. Vincent Dequoy connaissait bien l'entreprise, puisqu'il y travaille depuis 1994, au début à titre de consultant et à titre d'actionnaire à partir de 1996: «Après une croissance fulgurante qui a demandé énormément d'efforts de la part de tous, l'entreprise avait besoin de reprendre son souffle. À présent, nous sommes prêts à conquérir de nouveaux marchés et à développer de nouveaux produits.» De 1996 à 1999, le chiffre d'affaires de l'entreprise est passé de 3,2 millions à 22,6 millions de dollars et son nombre d'employés de 15 à 85.

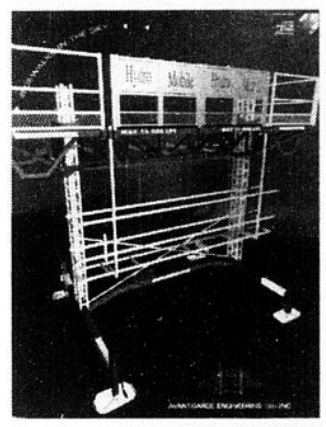
PHOTO: CLAUDE VILLEMUR

Vincent Dequoy, président et Benoit Duplessis, vice-président, marketing et ventes.

Spécialisée en échafaudages hydrauliques pour le secteur de la construction commerciale, l'entreprise s'est mérité le Mercure 1999 dans la catégorie Marchés extérieurs/PME. Elle exporte 98 % de sa production presque exclusivement aux États-Unis où elle a bâti un réseau de distribution très solide pour son produit Hydro Mobile. «Avant-Garde Engineering (1994) est le plus important vendeur de ce type d'échafaudages aux États-Unis et l'un des plus gros au monde. Nous devons ces bons résultats à l'excellence du produit et la qualité de nos relations avec les distributeurs.» D'ailleurs, l'entreprise leur offre un programme complet de formation et de support technique, ce qui permet en plus de développer un bon sentiment d'appartenance envers Avant-Garde.

Depuis trois ans, l'entreprise développe le marché européen. Les efforts sont concentrés sur les marchés français, espagnols et grecs. Elle est également en pourparlers avec des partenaires marocains et chinois.

En janvier 2001, l'entreprise offrira un nouveau produit, toujours pour le secteur commercial, permettant un montage plus rapide pour des travaux de plus court terme de rénovation ou de posage de vitres. Étant complémentaire du produit actuel Hydro Mobile, ce produit pourra bénéficier du réseau de distribution déjà mis en place. En élargissant son offre vers la rénovation, Avant-Garde cherche à se protéger des fluctuations du marché pouvant affecter le secteur de la construction. Ce nouveau produit devrait également permettre à l'entreprise d'accroître sa présence sur le marché canadien.



Vincent Dequoy se félicite de son association avec Benoît Duplessis qui, selon lui, apporte une dynamique très intéressante, une nouvelle culture d'entreprise. Ce nouvel associé, également président des Échafaudages Dufor, est dans le domaine de la distribution des échafaudages depuis 13 ans. Sa très grande connaissance du marché permet à Avant-Garde d'être davantage axée vers l'utilisateur.

Comme le précise Vincent Dequoy, la stabilisation de l'entreprise passe par la stabilité financière afin qu'elle soit en meilleure position en cas de crise économique majeure, mais également par différentes fonctions de l'entreprise telles la gestion des processus, la comptabilité et les ressources humaines.

1996 Mercures

1981-Implication communautaire, 1982-Soutien aux organismes communautaires, 1984-Qualité de vie en entreprise, 1995-Entreprise de services (Bell Mobilité, région Est)

Entreprise de l'année-Développement de la main d'œuvre-Marketing (Bell Mobilité, région Est)

Bell, une entreprise Internet

1996 : Jim Cole, vice-président Bell Mobilité (Région Est), Pauline Gilbert, directrice générale et Raynald Langlois, président du Conseil de la CCQ.

Bell est une habituée de longue date des Mercuriades et la championne toutes catégories, avec sept Mercures reçus depuis la création du concours, si l'on tient compte de ceux reçus par Bell Mobilité. On retrouve le nom de Bell dès 1981, alors que l'entreprise avait reçu le Mercure Implication communautaire, qui saluait son soutien aux organismes communautaires. D'autres Mercures, en 1982, 1984, 1995 et 1996 allaient nous rappeler que Bell est l'une des plus importantes entreprises au Canada et l'une des plus dynamiques. Elle le prouve encore cette année, puisqu'on parle beaucoup du «nouveau Bell» ces temps-ci, une entreprise axée vers un concept de guichet unique pour offrir aux particuliers et aux entreprises un nouveau portefeuille de services, qui toucherait aussi bien à la téléphonie actuelle qu'aux services reliés à Internet et au déploiement d'une nouvelle place d'affaires pour le commerce interentreprises.

C'est la première fois que les entreprises ont accès à tous les services de la part d'un simple fournisseur.

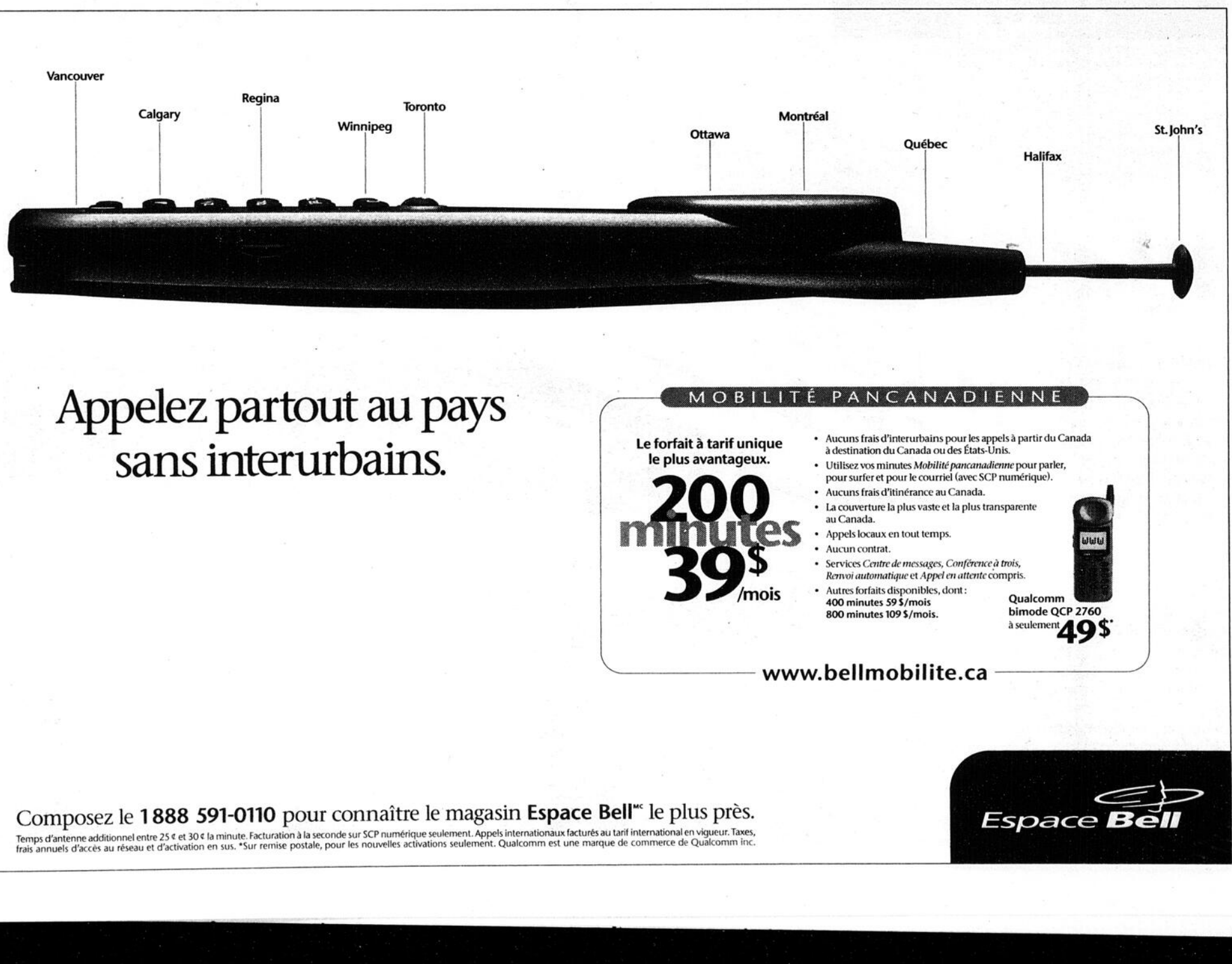
1981: Léonce Montambeault, vice-président exécutif Bell pour le Québec, Francis Dufour, président de l'Union des Municipalités du Québec et Louise Lanctot, directrice, Bell.

«Bell propose des services de plus en plus intégrés, explique Yves Talbot, vice-président, magasins d'entreprise, chez Bell Distribution, une autre division de Bell. Nous en arrivons à offrir un bouquet de produits et services qui viennent des diverses filiales de Bell et qui permettent au consommateur d'avoir accès aux meilleures technologies de l'heure, dans quelque domaine que ce soit. Et l'image du nouveau Bell, c'est en grande partie dans les Espaces Bell que vous la verrez. Ces nouvelles boutiques sont à l'image des services que nous proposons.»

Il existe actuellement une soixantaine d'Espaces Bell au Québec, où l'on retrouve sous le même toit l'ensemble des produits et services disponibles, des bons vieux téléphones aux produits de Bell Actimedia, en passant par sympatico, l'accès haute vitesse et même le service de télévision par satellite ExpressVu: «Tous les produits offerts par Bell aux consommateurs sont là, avec une forte connotation Internet, puisque Bell est maintenant une entreprise Internet. Quant au sans-fil et aux services de Bell Mobilité, l'expansion est remarquable. Le taux de pénétration des services Mobilité a atteint plus de 20 % et nous voyons le marché se développer de façon exponentielle. Bell Mobilité avait d'ailleurs reçu le Mercure Entreprise de l'année au milieu des années 90, signe que le jury des Mercuriades avait identifié le potentiel des nouvelles technologies.»

Même si Bell a changé ses façons de faire et révolutionné (le mot n'est pas trop fort) ses processus d'affaires pour devenir une entreprise de haute technologie performante et concurrentielle, elle entend rester très proche et très impliquée dans les régions: «D'une part, nous nous assurons d'avoir des clients partout au Québec, et d'autre part, nous voulons avoir une forte présence régionale, avec des gens de chez nous actifs partout en région. Il faut aller en-dehors des grands centres pour voir à quel point Bell contribue au développement économique des régions, ne serait-ce qu'en développant des réseaux de pointe qui permettent aux entreprises et aux particuliers d'avoir accès aux meilleures technologies de l'heure. C'est une question de compétitivité dans un monde pressé. C'est aussi ce qui nous permettra de devenir le leader du marché Internet au Canada, en entretenant des liens étroits avec 175 000 clients d'affaires, et près de 8 millions de particuliers.»

On oublie parfois que depuis des dizaines d'années, Bell a contribué à bâtir les réseaux des grandes entreprises québécoises. Entre autres, des banques, des universités et des organismes publics. «À présent, nous offrons également ce savoir-faire aux particuliers et aux PME. Nous leur proposons des solutions simples, accessibles, adaptées à leurs besoins spécifiques, mais qui évolueront au fur et à mesure que ces besoins se développeront.» En effet, le nouveau Bell est aussi très évolutif, tout comme Internet!



Appelez partout au pays sans interurbains.

MOBILITÉ PANCANADIENNE

Le forfait à tarif unique le plus avantageux.

200 minutes 39$/mois

- Aucuns frais d'interurbains pour les appels à partir du Canada à destination du Canada ou des États-Unis.
- Utilisez vos minutes *Mobilité pancanadienne* pour parler, pour surfer et pour le courriel (avec SCP numérique).
- Aucuns frais d'itinérance au Canada.
- La couverture la plus vaste et la plus transparente au Canada.
- Appels locaux en tout temps.
- Aucun contrat.
- Services *Centre de messages, Conférence à trois, Renvoi automatique* et *Appel en attente* compris.
- Autres forfaits disponibles, dont : **400 minutes 59 $/mois** **800 minutes 109 $/mois.**

Qualcomm bimode QCP 2760 à seulement 49$*

www.bellmobilite.ca

Composez le **1 888 591-0110** pour connaître le magasin **Espace Bell**^mc le plus près.

Temps d'antenne additionnel entre 25 ¢ et 30 ¢ la minute. Facturation à la seconde sur SCP numérique seulement. Appels internationaux facturés au tarif international en vigueur. Taxes, frais annuels d'accès au réseau et d'activation en sus. *Sur remise postale, pour les nouvelles activations seulement. Qualcomm est une marque de commerce de Qualcomm inc.

Espace Bell

1994 Mercure
Entreprise de l'année

1984-Production tertiaire (Métro-Richelieu), 1987-Marketing, 1993-1994-Entreprise de détail et de distribution

53 ans après la fondation du premier regroupement d'épiciers

METRO toujours au premier rang

Au fil des ans, METRO a remporté cinq Mercures dont deux en marketing (1984 et 1987), deux en commerce de détail (1993 et 1994) et celui de Grande entreprise de l'année en 1994. Si ces mercures constituent une forme de reconnaissance du milieu non négligeable, ils sont aussi, comme le précise Pierre H. Lessard, président et chef de la direction, une formidable source de motivation pour l'ensemble des équipes.

1993: Pierre H. Lessard reçoit le Mercure Entreprise de détail et de distribution des mains de Gaby Polisois, directeur du bureau de l'efficacité énergétique.

En rétrospective, ces mercures témoignent bien de l'évolution de METRO qui a su se renouveler face aux changements dans son secteur d'activités et l'évolution des habitudes de consommation de ses clients. Cela lui permet, 53 ans après la fondation du premier groupement d'épiciers identifié sous la bannière Magasins Lasalle Stores Ltée, de se maintenir au premier rang dans le secteur des supermarchés avec la bannière Metro et dans les marchés de proximité avec la bannière Marché Richelieu tout en étant avantageusement positionnée dans le segment des marchés d'escompte par l'intermédiaire de sa bannière Super C.

L'entreprise qui œuvre principalement dans le secteur de l'alimentation de détail et de distribution au Québec ainsi que dans les régions d'Ottawa et du nord-est de l'Ontario, est également présente dans le domaine des services alimentaires avec ses divisions Économogros, Distagro et Pêcheries Atlantique ainsi que dans le secteur pharmaceutique avec Mc Mahon Ditributeur pharmaceutique inc. franchiseur de 73 pharmacies Brunet et 63 Clini-Plus.

En 1990, année de l'entrée en fonction de Pierre H. Lessard au poste de Président et chef de la direction, l'entreprise venait de vivre deux années financières difficiles. Le plan mis en oeuvre pour réorganiser les structures et concentrer les activités de l'entreprise dans les secteurs alimentaires et pharmaceutiques a permis un redressement du bilan et un retour à la profitabilité dès l'année suivante.

Depuis, l'expansion de Métro s'est faite par le biais d'acquisitions et d'agrandissements de ses magasins. En 1992, l'entreprise acquérait 48 marchés d'alimentation Steinberg dont 40 ont été intégrés à Metro, six à ses magasins à escompte Super C alors que les deux autres ont conservé leur formule spécifique de magasins spécialisés «5 Saisons».

C'est en 1993 que l'entreprise a entrepris le plus ambitieux programme de rénovation et d'expansion de son histoire avec des investissements de 400 millions $ pour l'ensemble de ses magasins. À l'heure actuelle, 70 % du réseau fait l'objet du programme ce qui permet à l'entreprise de compter sur l'un des réseaux les plus modernes au Canada. Les derniers magasins atteignent une superficie moyenne de 31 000 pieds carrés. D'ici 2002, METRO et ses détaillants poursuivront leurs investissements en injectant un autre 300 millions $ dans ce programme.

Les magasins Loeb acquis en juin 1999 feront eux aussi l'objet d'un important programme d'investissement. On parle ici de 40 magasins représentant actuellement 1 million de pieds carrés et qui profiteront d'investissements de 50 millions $ au cours des trois prochaines années. D'ailleurs, l'ouverture du premier magasin Loeb rénové a eu lieu au mois d'avril 2000 dans la région d'Ottawa.

En tout, le réseau de magasins Metro, Super C et Loeb représente 8,7 millions de pieds carrés, soit une augmentation de 30 % depuis 1995. L'entreprise approvisionne plus de 500 magasins affiliés et corporatifs arborant différentes bannières et dessert également plusieurs autres clients provenant d'institutions, de restaurants et d'hôtels ainsi que des magasins de petites surfaces. L'approvisionnement de l'ensemble de ses clients se fait à partir des 16 centres de distribution répartis au Québec et en Ontario.

Outre son programme d'agrandissement et de rénovation, METRO a mis l'emphase sur le développement de ses produits de marque privée sous l'appellation Sélection Mérite. Elle possède également les marques Econochoix et Super C. Ces trois marques représentent 22 % desventes de produits d'épicerie. Ainsi, l'entreprise procède au développement de nouveaux concepts dans chacune des bannières telle son offre de coupes de viandes spécialisées. METRO est d'ailleurs le seul distributeur alimentaire canadien à posséder son propre centre de transformation des viandes (Bœuf Mérite) qui a reçu l'accréditation HACCEP.

Face au défi de toujours maintenir sa position de leader, de constamment se renouveler et d'évoluer, Pierre H. Lessard précise que les supermarchés vont offrir des services additionnels tels un comptoir pour la finition de photographies, un nettoyeur, des articles ménagers, une grande variété de vins et bières, une succursale bancaire, etc. Ces nouveaux magasins proposent également une gamme variée deproduits de beauté et santé.

D'autres transformations sont à prévoir au niveau des processus d'affaires et de l'approvisionnement. Depuis deux ans, l'entreprise transforme son système informatique avec le déploiement du progiciel SAP et du système de logistique EXE dans l'ensemble de ses activités. La direction est confiante que cet investissement constituera un avantage concurrentiel alors que METRO profitera d'un système de gestion moderne, d'une souplesse accrue et d'un meilleur contrôle sur le plan de l'exploitation.

Par ailleurs, l'entreprise est déjà présente dans le monde de l'échange de données électroniques et effectue des opérations B2B avec plusieurs intervenants. Pour sa part, l'utilisation d'Internet pour le commerce avec les consommateurs fait l'objet d'une analyse attentive pour ce qui est notamment de la nature même des produits vendus ainsi que toute la logistique de livraison.

Tout ce dynamisme et les efforts soutenus de la part de l'ensemble des équipes ont porté fruit. Au cours des cinq dernières années, METRO a affiché un taux de croissance annuel composé de 6,5% de son chiffre d'affaires qui est passé de 2,9 milliards $ en 1994 à 4 milliards $ en 1999 et en dix ans, ses parts de marché sont passées de 25 % à 35 %. De plus, il faut souligner que METRO a enregistré une croissance de son chiffre d'affaires et de ses bénéfices consécutivement au cours des 38 derniers trimestres.

METRO INC. oeuvre dans le secteur de l'alimentation et du pharmaceutique en qualité de distributeur et de détaillant au Québec ainsi que dans les régions d'Ottawa et du nord-est de l'Ontario.

METRO INC., un chef de file au Canada, a enregistré une croissance continue de ses ventes au cours de ses 38 derniers trimestres.

Au service des consommateurs depuis plus de 50 ans, **METRO INC.** et ses détaillants ont investi au détail près de 400 millions de dollars afin d'offrir un réseau des plus modernes, à la mesure des besoins des années 2000.

Année financière 1999 *(en millions $)*

Ventes :	3 99
Bénéfice d'exploitation :	143
Bénéfice net :	84,6

** (excluant les éléments non récurrents)*

1er semestre 1999-2000

Ventes :	2 078,9
Bénéfice d'exploitation :	71,4
Bénéfice net :	41,2

LAURÉAT 1994 MERCURIADES

METRO INC

Les Mercuriades depuis leurs débuts
Plus de 300 lauréats

1981

Société	Catégorie
Cie d'Assurance Desjardins-Laurentienne (La Laurentienne-Vie)	**Entreprise de l'année**
Beloit Canada Ltée (Ingersoll-Rand Canada Inc.)	Emploi
MIL Davie (Les Chantiers Davie Ltée)	Entreprise de fabrication
Les Patates Dolbec (Dolbec et ses Entreprises)	Entreprise de production primaire
Supermachés G.P. Inc.	Entreprise de services
Lévesque, Beaubien, Geoffrion	Entreprise de services financiers
Marconi Canada	Exportation
La Banque Royale du Canada	Implication communautaire (Soutien au sport amateur)
IBM Canada Ltée	Implication communautaire (Soutien aux arts et à la culture)
Bell Canada	Implication communautaire (Soutien aux organismes communautaires bénévoles)
Rotobec Inc.	Investissement
Wilson Machine Cie Ltée	Marketing-PME
Le Groupe Commerce (Compagnie d'Assurances)	Marketing-GE
Fil National Yamaske Ltée (Les Filaments Yamaska Inc.)	Nouvelle entreprise
Industries Nortbord (Normick Perron Inc.)	Produit du Québec
Agropur	Protection de l'environnement
Esso, Pétrolière Impériale	Qualité de vie en entreprise

En 1981, les dirigeants de La Laurentienne recevaient le tout premier trophée Entreprise de l'année qui clôturait le premier gala des Mercuriades.

1982

Société	Catégorie
Groupe D.M.R. Inc.	**Entreprise de l'année**
Rothmans Benson & Hedges	Action communautaire (Soutien aux arts et à la culture)
Bell Canada	Action communautaire (Soutien aux organismes communautaires bénévoles)
Groupe D.M.R. Inc.	Emploi
Groupe D.M.R. Inc.	Entreprise tertiaire
Pratt & Whitney Canada	Exportation
Duchesne & Fils Ltée	Fabrication
Brasserie Molson-O'Keefe (Brasserie O'Keefe)	Implication communautaire (Soutien au sport amateur)
Roche Ltée, Groupe-Conseil	Investissement
Vincor International (Les Vignobles Chanteclerc)	Marketing-PME
Brasserie Molson-O'Keefe (Brasserie O'Keefe)	Marketing-GE
Sofati Ltée	Nouvelle entreprise
Centre Maraîcher Eugène Guinois Junior Inc.	Production primaire
Les Voiliers Mistral Inc.	Produit du Québec
Pintendre Auto Inc.	Protection de l'environnement
Lithonia Lighting Canada (Infranor Canada Inc.)	Qualité de vie en entreprise
Lévesque, Beaubien, Geoffrion Inc. (Lévesque, Beaubien)	Services financiers

1983

Société	Catégorie
Bombardier Inc. - Division du transport en commun	**Entreprise de l'année**
Aliments Ault Ltée (Sealtest)	Action communautaire (Soutien au sport amateur)
Mines et Exploitation Noranda Inc.	Action communautaire (Soutien aux arts et à la culture)
Tembec Inc.	Action communautaire (Soutien aux organismes bénévoles)
Shermag Inc.	Emploi
Logidec Inc.	Entreprise tertiaire
SOFATI Ltée	Exportation
Pro-Optic Canada Inc.	Fabrication
IBM Canada Ltée	Investissement
Monitronik Ltée	Marketing-PME
Franchise-Plus Inc.	Marketing-GE
Les Freins ABSCO Ltée	Nouvelle entreprise
Fafard & Frères Ltée	Production primaire
Pratt & Whitney Canada	Produit du Québec
Howard Bienvenue Inc.	Protection de l'environnement
Cascades Inc.	Qualité de vie en entreprise
Lévesque, Beaubien, Geoffrion Inc. (Lévesque, Beaubien)	Services financiers

1984

Société	Catégorie
Lévesque, Beaubien, Geoffrion Inc. (Lévesque, Beaubien)	**Entreprise de l'année**
Agropur	Action communautaire (Soutien au sport amateur)
La Banque Laurentienne (Banque d'Épargne de la Cité et du district de Montréal)	Action communautaire (Soutien aux arts et à la culture)
Le Groupe Teknika Consultants	Action communautaire (Soutien aux organismes bénévoles)
Shermag Inc.	Emploi
Les Systèmes d'Ordinateurs Logo Inc.	Exportation
Bastien & Frères Inc.	Fabrication
Société Canadienne	Investissement
Créations 2000 Inc.	Marketing-PME
Brasserie Molson-O'Keefe (Brasserie O'Keefe)	Marketing-GE
Papiers Peints Impérial (Papiers Peints Berkley)	Nouvelle entreprise
Ressources Aiguebelle Inc.	Production primaire
Groupe des Épiciers Unis Métro-Richelieu	Production tertiaire
Northern Télécom Canada de Métaux Reynolds Ltée	Produit du Québec
Ciment Québec Inc.	Protection de l'environnement
Bell Canada	Qualité de vie en entreprise
La Bourse de Montréal	Services financiers

1985

Société	Catégorie
Cascades Inc.	**Entreprise de l'année**
Télébec Ltée	Action communautaire (Soutien au sport amateur)
U.A.P. Inc.	Action communautaire (Soutien aux organismes bénévoles)
Compagnie Circo Craft Inc.	Emploi
Informatrix 2000	Entreprise tertiaire
Northern Télécom Canada	Exportation
Industries F.P. Inc.	Fabrication
Banque de Montréal	Implication communautaire (Soutien aux arts et à la culture)
Électromed International Ltée	Produit du Québec
IBM Canada Ltée	Investissement
Alfred Dallaire Inc.	Marketing-PME
Agrinove, Coopérative agro-alimentaire	Marketing-GE
Bystat Inc.	Nouvelle entreprise
Les Mines d'Or Kiéna Ltée	Production primaire
Cossette	Protection de l'environnement
Lafarge Canada Inc.	Qualité de vie en entreprise
Banque Nationale du Canada	Services financiers

1986

Société	Catégorie
Banque Nationale du Canada	**Entreprise de l'année**
Le Groupe LMB (1992) Inc. (LMBDS-SIDAM Inc.)	Action communautaire-PME
CFCF Inc.	Action communautaire-GE
Groupe LGS Inc.	Emploi-PME
Caisse Centrale Desjardins	Emploi-GE
Gestion Montemurro Inc.	Entreprise de services (tertiaire)
Les Fromages Saputo Ltée	Environnement
Rougier Inc. (Rougier Roger)	Exportation
Le Groupe Canam Manac	Fabrication
Cartem Inc.	Investissement
Les Hôtels F.L. Ltée (Sheraton)	Marketing-PME
Steinberg Inc.	Marketing-GE
Garaga Inc.	Nouvelle entreprise
Hélix-Excel (Pêcheries Commerciales Soucy)	Production primaire
Digitech Inc.	Produit du Québec
Générale Électrique du Canada Ltée	Qualité de vie en entreprise
McNeil, Mantha Inc.	Services financiers

1987

Société	Catégorie
IBM Canada Ltée	**Entreprise de l'année**
La Caisse Populaire de Therford Mines	Action communautaire-PME
Le Groupe Ro-Na Dismat Inc.	Action communautaire-GE
Tuyaux Duchêne Inc. (Plastiques Bocac)	Emploi-PME
Groupe CGI Inc.	Emploi-GE
Auberge des Seigneurs Inc.	Entreprise de services
QIT - Fer & Titane Inc.	Exploitation des ressources humaines
Bomem Inc.	Exportation
La Corporation des Tapis Peerless	Fabrication
Les Entreprises de Stoneham	Investissement
Métro-Richelieu Inc.	Marketing-PME
John de Kuyper & Fils (Canada) Ltée	Marketing-GE
Mobilier Forme-D Inc.	Nouvelle entreprise
Éditions Québec/Amérique	Produit du Québec
La Mine Doyon	Protection de l'environnement
TIE / Communications Canada Inc.	Qualité de vie en entreprise
Investissements Novacap Inc.	Services financiers

1988

Société	Catégorie
Groupe Transcontinental G.T.C. Ltée	**Entreprise de l'année**
Logicon Inc.	Action communautaire-PME
Québécor Inc.	Action communautaire-GE
Supermaché Provigo-Daigle 148213 Canada Inc.	Commerce de détail
Nationair Canada	Entrepreneuriat
Héroux Inc.	Entreprise de production
Les Productions Cirque du Soleil Inc.	Entreprise de services
Recyclage Côte-Nord (Rossborough-Canada)	Environnement
Hoplab Inc.	Exportation
Textiles Dionne Inc.	Investissement
Constructions Structura Inc.	Marketing-PME
Ultramar Canada Inc.	Marketing-GE
Turbocristal Inc.	Nouveau produit
Nutrinor, Coopérative agro-alimentaire	Qualité totale-PME
IPL Inc.	Qualité totale-GE

1989

Société	Catégorie
Guillevin International	**Entreprise de l'année**
Caisse Populaire de St-Joseph de Hull	Action communautaire-PME
Le Groupe Vidéotron Ltée	Action communautaire-GE
Lebeau Vitres d'Auto	Commerce de détail
Portes Celco Inc.	Entrepreneuriat
Groupe Harricana Inc. (Harricana Métal Inc.)	Entreprise de production
Mont Saint-Sauveur International Inc.	Entreprise de services
Peinture Internationale	Environnement
Technologies MPB	Exportation
Tembec Inc.	Innovation
Grenico Inc.	Marketing-PME
CAA- Québec	Marketing-GE
Nutrinor, Coopérative agro-alimentaire	Qualité totale-PME
Autostock Inc. (Groupe T.C.G.)	Qualité totale-GE
Merck Frosst Canada Inc.	Recherche-Développement

1990

Société	Catégorie
U.A.P. Inc.	**Entreprise de l'année**
Famic Inc.	Entrepreneuriat
Garaga Inc.	Marketing-PME
Cie d'Assurance-Vie Desjardins-Laurentienne (La Laurentienne-Vie)	Marketing-GE
Monsieur Muffler (Division du Groupe TCG)	Commerce de détail
Stelfil, Unité Commerciale de Stelco Inc.	Environnement
CALA, Communications en Ressources Humaines	Entreprise de services-PME
Groupe LGS Inc.	Entreprise de services-GE
Caisse Populaire Desjardins de Drummondville	Implication communautaire-PME
Imasco Ltée	Implication communautaire-GE
Prévost Car Inc.	Formation
Nutech Inc.	Qualité totale-PME
Avco Services Financiers	Qualité totale-GE
Dominion Textile Inc.	Développement international
Éditions Québec / Amérique	Innovation
Systèmes Électroniques Matrox Ltée	Recherche-Développement
Denis-Comact (Groupe Équipements Denis)	Entreprise de production

1991

Société	Catégorie
Le Groupe Vidéotron Ltée	**Entreprise de l'année**
Supermarchés G.P. Inc.	Commerce de détail
Le Groupe Berclain Inc.	Développement de la main-d'oeuvre-PME
Norsk Hydro Canada Inc.	Développement de la main-d'oeuvre-GE
Virtual Prototypes Inc.	Développement international
Les Industries C-MAC Inc.	Entrepreneuriat
Dutailier International Inc.	Entreprise de production
B-Sol Ltée	Entreprise de services-PME
Groupe CGI Inc.	Entreprise de services-GE
Steinberg Inc.	Environnement
Baio & Cie Canada (Éditions Panini du Canada)	Implication communautaire-PME
Les Rôtisseries St-Hubert Ltée	Implication communautaire-GE
Le Groupe Vidéotron Ltée	Innovation
Société Zoologique de Granby	Marketing-PME
Assurances Générales des Caisses Desjardins Inc.	Marketing-GE
Somapro Ltée	Qualité totale
Mines et Exploitation Noranda Inc.	Qualité totale
CML Technologies Inc.	Recherche - Développement

1992

Société	Catégorie
Technologies MPB	**Entreprise de l'année-PME**
Groupe CGI Inc.	**Entreprise de l'année-GE**
Aventure Électronique	Commerce de détail
Bell Helicopter Textron Canada	Développement de la main-d'oeuvre
Softimage Inc.	Développement international
Centre Vétérinaire Daubigny Inc.	Entrepreneuriat
Maax Inc.	Entreprise de production-PME
Cambior	Entreprise de production-GE
Les Productions Cirque du Soleil Inc.	Entreprise de services-PME
La Banque Laurentienne	Entreprise de services-GE
Mines et Exploitaiton Noranda Inc.	Environnement
Albert Perron Inc.	Implication communautaire-PME
Esso, Pétrolière Impériale	Implication communautaire-GE
ATS Aérospatiale Inc.	Innovation
La Capitale Maître Courtier Inc.	Marketing
Les Restaurants Pacini Inc.	Qualité totale
Technologies MPB	Recherche-Développement

1988: la remise du Mercure Entreprise de l'année par Brian Mulroney à Rémi Marcoux, président du Groupe Transcontinental

1993

Société	Catégorie
Louis Garneau Sports	**Entreprise de l'année-PME**
Velan	**Entreprise de l'année-GE**
EXFO Ingénierie Électro-Optique	Affaires internationales-PME
Velan	Affaires internationales-GE
Précision MFG Inc.	Design
Compagnie Circo Craft Inc.	Développement de la main-d'oeuvre
Caisse Populaire Desjardins Domaine St-Sulpice	Engagement communautaire
Wrebbit Inc.	Entrepreneuriat
Cinar Films Inc.	Entreprise culturelle
Lunetterie New-Look Inc.	Entreprise de détail et de distribution-PME
Métro-Richelieu Inc.	Entreprise de détail et de distribution-GE
Hoplab Inc.	Entreprise de production industrielle et de construction
La Banque Laurentienne	Entreprise de services financiers & immobiliers
Informatique Multihexa Inc.	Entreprise de services professionnels et généraux-PME
Air Transat	Entreprise de services professionnels et généraux-GE
Esso, Pétrolière Impériale	Environnement
Systèmes M3i Inc.	Innovation
Louis Garneau Sports	Marketing-PME
Uni-Sélect Inc.	Marketing-GE
FRE Composites Inc.	Performance énergétique
Le Centre de Technologie Noranda	Recherche et développement
Venmar Ventilation Inc.	Qualité totale-PME
Xerox Canada Ltée, Unité d'Affaires du Québec	Qualité totale-GE

1994

Société	Catégorie
EXFO Ingénierie Électro-Optique	**Entreprise de l'année-PME**
Métro-Richelieu Inc.	**Entreprise de l'année-GE**
EXFO Ingénierie Électro-Optique	Affaires internationales-PME
Les Industries C-MAC Inc.	Affaires Internationales-GE
Les Marronniers de Lévis	Développement de la main-doeuvre-PME
Placements Banque Nationale Inc.	Développement de la main-d'oeuvre-GE
Groupe BMR Inc.	Engagement communautaire et développement du milieu-PME
Banque Nationale du Canada	Engagement communautaire et développement du milieu-GE
RDP Marathon Inc.	Entrepreneuriat
Les Produits Bridor Inc.	Entreprise agro-alimentaire
Éditions Québec / Amérique	Entreprise culturelle
Sauvageau Pontiac Buick GMC Ltée	Entreprise de détail et de distribution-PME
Métro-Richelieu Inc.	Entreprise de détail et de distribution-GE
Soprema Inc.	Entreprise de production industrielle et de construction-PME
Disque Américinc.	Entreprise de production industrielle et de construction-GE
La Caisse Populaire de Gaspé	Entreprise de services financiers et immobiliers-PME
La Banque Laurentienne	Entreprise de services financiers et immobiliers-GE
Le Groupe Serrener Inc.	Entreprise de services professionnels et généraux
Centre de Formation en Entreprise et Récupération (CFER)	Environnement-PME
Norsk Hydro Canada Inc.	Environnement-GE
Biogénie Inc.	Innovation et design
EXFO Ingénierie Électro-Optique	Marketing-PME
La Banque Laurentienne	Marketing-GE
Sofame Inc.	Performance énergétique-PME
Soprin Experts-Conseil Inc.	Performance énergétique-GE
Les Poteaux LPB Inc.	Qualité totale-PME
CAA - Québec	Qualité totale-GE
Les Solutions Roadsoft Inc. (3M)	Recherche et développement-PME
Domtar Inc.	Recherche et développement-GE

1995

Société	Catégorie
Unibroue Inc.	**Entreprise de l'année-PME**
CAE Électronique Ltée	**Entreprise de l'année-GE**
CAE Électronique Ltée	Affaires internationales
Kraft Canada Inc. Usine de Mont-Royal	Développement de la main-d'oeuvre
La Société Canadian Tire Ltée	Engagement communautaire et développement du milieu
Rotobec Inc.	Entreprise de production industrielle et de construction-PME
Uniboard Canada Inc.	Entreprise de production industrielle et de construction-GE
Inno-Centre	Entreprise de services-PME
Bell Mobilité Cellulaire, Région Est	Entreprise de services-GE
CAE Électronique Ltée	Innovation et design
Unibroue Inc.	Marketing-PME
MAAX Inc.	Marketing-GE
CIMA +	Performance énergétique
Les Services de Placements Télé-Ressources Ltée	Qualité totale-PME
Banque Nationale du Canada	Qualité totale-GE
CAE Électronique Ltée	Recherche et développement

1996

Société	Catégorie
Éclairage Zed Inc.	**Entreprise de l'année-PME**
Bell Mobilité Cellulaire Région Est	**Entreprise de l'année-GE**
Chantier A.M.L. Inc.	Contribution au développement régional-PME
Le Groupe Canam Manac	Contribution au développement régional-GE
Métallurgie Noranda Inc., Fonderie Horne	Contribution au développement régional-GE
Bell Mobilité Cellulaire, Région Est	Développement de la main-d'oeuvre
Radio Saguenay Ltée et Employé(e)s Syndiqué(e)s	Engagement communautaire et développement du milieu-PME
Banque de Montréal	Engagement communautaire et développement du milieu-GE
Matériaux Carrefour Inc.	Gestion financière-PME
Banque de Montréal	Gestion financière-GE
Gebo Industries (Canada) Inc.	Marchés extérieurs-PME
Technologie BABN Inc.	Marchés extérieurs-GE
Les Équipements Récréatifs Jambette Inc.	Marketing-PME
Bell Mobilité Cellulaire, Région Est	Marketing-GE
Éclairage Zed Inc.	Performance énergétique-PME
Boulangeries Weston Québec	Performance énergétique-GE
Eka Nobel Canada Inc.	Qualité-PME
Emballages Lawson Margo	Qualité-GE
BHM Médical Inc.	Recherche et développement
Matériaux Carrefour Inc.	Service à la clientèle-PME
Meloche Monnex Inc.	Service à la clientèle-GE

1997

Société	Catégorie
Fordia Limitée	**Entreprise de l'année-PME**
Harris Farinon Canada	**Entreprise de l'année-GE**
Festival de Montgolfières de Saint-Jean-sur-Richelieu	Contribution au développement économique-PME
ADS inc.	Contribution au développement économique-GE
Harris Farinon Canada	Développement de la main-d'oeuvre
Caisse d'économie des travailleuses et travailleurs du Québec	Engagement communautaire et développement du milieu-PME
Corporation du Festival d'été international de Québec	Engagement communautaire et développement du milieu-GE
Franchises Cora inc.	Entrepreneuriat
Fordia Limitée	Marchés extérieurs
Groupe Informission inc.	Marketing-PME
Les Papiers Perkins Ltée	Marketing-GE
Prodair Canada Ltée	Performance énergétique
Société Canadienne de Métaux Reynolds Ltée	Qualité
Niedner Limitée	Recherche et développement-PME
Mégatech Électro inc.	Recherche et développement-GE
Le Groupe Technimeca	Service à la clientèle

Marcel Baril, président fondateur des Mercuriades en 1981

1998

Société	Catégorie
Gebo Industries (Canada) Inc.	**Entreprise de l'année-PME**
MAAX inc.	**Entreprise de l'année-GE**
Bagel Tradition'l	Contribution au développement économique et communautaire-PME
L'Union-Vie, compagnie mutuelle d'assurance	Contribution au développement économique et communautaire-PME
MAAX inc.	Contribution au développement économique et communautaire-GE
Mine-Agnico-Eagle, division Laronde	Contribution au développement économique et communautaire-GE
Industries Manufacturières Mégantic inc.	Développement de la main-d'oeuvre-PME
Banque Nationale du Canada	Développement de la main-d'oeuvre-GE
CIM Conception interactive multimédia inc.	Entrepreneurship-jeunesse
Minicut International inc.	Marchés extérieurs-PME
Hydro	Marchés extérieurs-GE
La Cordée Plein Air inc.	Marketing
Chauffage Serge Mongeon inc.	Performance énergétique
Gebo Industries (Canada) Inc.	Qualité
Trisignal Communications (1666271 Canada inc.)	Recherche et développement-PME
Harris Farinon Canada	Recherche et développement-GE
Le Groupe QuébecTel inc.	Service à la clientèle

1999

Société	Catégorie
Bains Ultra	**Entreprise de l'année-PME**
Groupe ADF inc.	**Entreprise de l'année-GE**
Les Productions Léa Pascal Inc.	Appui aux travailleurs autonomes
J. Houle et Fils Inc.	Contribution au développement économique et communautaire-PME
Télébec Ltée	Contribution au développement économique et communautaire-GE
Mensys Limitée	Développement de la main-d'œuvre-PME
Société de portefeuille du Groupe Desjardins, Assurances générales	Développement de la main-d'œuvre-GE
AFC Technologies inc.	Entrepreneurship-jeunesse
Qualimec Industrielle inc.	Entrepreneurship jeunesse
Groupe ADF inc.	Marchés extérieurs
Avant-garde Engineering (1994) inc.	Marchés extérieurs
Bains Ultra	Marketing-PME
Léger & Léger	Marketing-GE
Advantec	Recherche et développement
L.L. Lozeau	Service à la clientèle-PME
Matco Ravary inc.	Service à la clientèle-GE

1991 Mercure
Entreprise de l'année/Innovation

1989-Action communautaire

Vidéotron, le prototype même de la PME familiale qui est devenue une grande entreprise

Le Groupe Vidéotron ltée est une société intégrée de communications dont les filiales oeuvrent en télédistribution, télécommunications, services d'accès Internet, production télévisuelle, télédiffusion et télésurveillance. Elle détient également la plus importante chaîne de clubs vidéo au Québec. Célébrant cette année son 35e anniversaire de fondation, Groupe Vidéotron est un chef de file en nouvelles technologies, grâce notamment à son expérience avec le système de télévision interactive Vidéoway. L'entreprise emploie quelque 5 700 personnes.

Trois fois ces dernières années, le Groupe Vidéotron a gagné des Mercures, une première fois pour souligner ses réalisations en action communautaire, une autre fois dans la catégorie Innovation et, trophée parmi les trophées, à titre d'entreprise de l'année en 1991.

Elle est le prototype même de l'entreprise familiale qui a remarquablement bien négocié le virage délicat de PME à celui de Grande entreprise. Elle change de génération aussi, puisqu'en début d'année, le fondateur du Groupe Vidéotron, André Chagnon, annonçait la nomination de son fils Claude à titre de président et chef de la Société. André Chagnon demeure président du Conseil.

1989: Claude Chagnon, futur président de Vidéotron et Louis Arsenault, président du Conseil de la Chambre de commerce du Québec cette année-là.

Ce jour-là, Claude Chagnon déclarait: «Notre vision du changement s'inspire de nos solides racines dans l'entreprise et de notre connaissance du marché. Avec les Guy-R. Beauchamp, Daniel Lamarre, Pierre Simon et tous leurs collaborateurs, nous formons une équipe à la fois jeune, compétente et expérimentée. Guy-R. Beauchamp et moi bénéficions d'une grande expérience dans l'industrie. Pour ma part, j'étais aux commandes de Vidéotron Communications inc. (VCI) quand nous avons pris les décisions stratégiques majeures qui nous ont menés à développer l'Internet, le commerce électronique, bientôt la téléphonie IP, ainsi qu'un plan en vue de l'expansion canadienne de nos télécommunications d'affaires. De son côté, Guy a mené de main de maître l'ajout de nouveaux services résidentiels et l'implantation d'un guichet unique dans un contexte de concurrence accrue, tout en préparant notre entrée en téléphonie.»

Les dernières années, et plus particulièrement les derniers mois, ont été fertiles en événements marquants pour la croissance de Groupe Vidéotron. Avant même les négociations des dernières semaines qui impliquent deux groupes qui ont déposé une offre d'achats aux actionnaires de Vidéotron, l'entreprise s'était positionnée pour devenir une société intégrée de communications multi-services dans un environnement nouvellement concurrentiel. On note, entre autres, l'acquisition de CF Cable, la modernisation du réseau de fibre optique/câble coaxial qui atteint 2,3 millions de foyers, grâce à ses 10 000 kilomètres de routes de fibres et 22 000 kilomètres de routes de câble, ce qui en fait l'un des plus grands réseaux bidirectionnels et interconnectés en Amérique du Nord; la formation de Infinit.com, composé principalement de VCI et de Groupe TVA, qui s'est porté par la suite acquéreur de NETgraphe, dont la valeur boursière frise le milliard de dollars, pour en faire l'un des principaux portails de sites Web au Québec; la négociation d'un des plus grands placements privés au Canada par l'investissement de 200 millions $ de The Carlyle Group dans Vidéotron Télécom, la filiale du Groupe qui se lance à l'assaut du marché des télécommunications d'affaires au Canada; la vente des activités de SDMM aux États-Unis, une transaction qui lui a permis d'inscrire un gain exceptionnel de 115 millions $ après impôts dans ses résultats du premier trimestre 2000; le développement de la téléphonie résidentielle sur protocole Internet (IP), une première mondiale; et l'achat par Groupe TVA inc. de Trustar pour poursuivre l'intégration télévision, télédistribution, Internet et contenus.

Quelque temps après l'offre d'achats du Groupe Vidéotron par Rogers Communications, Claude Chagnon publiait une lettre dans plusieurs journaux du Québec pour expliquer la position de son entreprise. En voici quelques extraits:

«Les récents changements à la réglementation et les avancées technologiques, accélérées grâce notamment à Internet, sont autant d'assises sur lesquelles nous avons érigé la stratégie de croissance de Groupe Vidéotron. Ces profondes modifications réglementaires et technologiques se sont traduites à travers le monde par un mouvement de consolidation sans précédent dans l'industrie des communications et ont sonné le glas de la plupart des monopoles.

1991: Gilles Chevalier, vice-président Énergie chez Alcan et Claude Chagnon, à l'époque président de Vidéotron Communications.

Les décisions que nous avons prises au fil des dernières années, incluant celle de fusionner nos activités à celles de Rogers, vont toutes dans le sens de cette consolidation. Prenons par exemple la naissance de Netgraphe, l'éditeur de contenus sur Internet, issu d'un partenariat entre Vidéotron comme fournisseur d'accès et Groupe TVA comme producteur et diffuseur de contenus et des spécialistes d'Internet comme les gestionnaires de la Toile du Québec et d'Infinit.com, auquel se sont joints d'autres partenaires de contenus majeurs, comme La Presse ou Trustar.

Nos décisions sont également fonction du nouveau climat de concurrence en place depuis 1998. Cela a voulu dire pour Vidéotron ne plus être seule dans le marché de la télédistribution, mais surtout cela a représenté une occasion d'affaires inespérée avec l'ouverture d'un marché trois fois plus grand que le nôtre, soit celui de la téléphonie locale résidentielle.

C'est ce qui nous a amenés à investir massivement dans l'implantation d'une nouvelle technologie porteuse d'avenir, la téléphonie par câble ou sur protocole Internet, en collaboration avec les chefs de file mondiaux que sont Cisco Systems et Telcordia Technologies. Ainsi, dans les prochains mois, les Québécois pourront bénéficier en grande première mondiale de cette offre d'une téléphonie locale résidentielle de haute qualité, aussi fiable que le service traditionnel, à un coût inférieur et offrant les avantages du bouquet de services et du fournisseur unique.

Avec plus d'un demi million de clients à l'accès Internet à haute vitesse, ce qui la placera parmi les trois plus importants fournisseurs d'accès en Amérique du Nord et quelque 3,7 millions d'abonnés de la télédistribution, Rogers-Vidéotron aura le vent dans les voiles pour le lancement de la téléphonie résidentielle sur protocole Internet sur l'ensemble du territoire couvert par la concurrence.

Vidéotron, ai-je besoin de le répéter, c'est une famille. Nous l'avons souvent dit et nous en sommes profondément convaincus: notre force, ce sont nos employés, des femmes et des hommes jeunes, 48% d'entre eux ont moins de 35 ans, dynamiques et qualifiés. Ensemble, nous avons pris le virage clients, le virage de la compétence et de la multidisciplinarité.

L'entente avec Rogers représente une gain pour eux aussi. D'abord, en raison de l'absence de chevauchement des territoires, on peut d'ores et déjà prévoir qu'il n'y aura pas d'intégration de postes, donc pas de mise à pied liée à la transaction. Au contraire, la croissance anticipée en raison du développement de nouveaux projets et de l'entrée en téléphonie porte à croire que le rythme des embauches, actuellement d'une par jour, se maintiendra. "

Vidéotron

Le réseau de toutes vos communications

Téléphonie

Internet

Télédistribution

Télédiffusion

Télésurveillance

140 points de service
et de location

et plus encore

Société de portefeuille du Groupe Desjardins, assurances générales

Un taux de satisfaction de la clientèle

Efficacité et rentabilité au service du client, voilà en quelques mots résumés par Pierre Michaud, premier vice-président à l'indemnisation, la philosophie qui sous-tend l'action de la Société de portefeuille du Groupe Desjardins, assurances générales, lauréate ces dernières années de deux Mercures dont un, catégorie marketing en 1991 et l'autre en 1999 pour le développement de la main d'œuvre.

Première société filiale du Mouvement des caisses Desjardins, la Société de portefeuille du Groupe Desjardins, assurances générales, a été fondée au début des 40. Sa mission: fournir à ses clientèles des protections d'assurances contre les incendies, les accidents et les risques divers. Elle chapeaute deux filiales, les Assurances générales des caisses Desjardins et La Sécurité, assurances générales.

Pierre Michaud se rappelle que lorsqu'en 1987 les Assurances générales des caisses Desjardins ont lancé la vente de polices d'assurances directement dans le réseau des caisses, c'est comme si l'institution avait lancé une bombe. En 1991, on comptait déjà 250 000 polices pour une part de marché de 17 % dans le secteur de l'assurance des particuliers. Le pari était gagné.

C'est dans cette même logique de gestion tournée vers le client que la société a introduit il y a quelques mois une nouvelle approche dans la vente de ses polices d'assurances habitation sous forme d'une police multirisque. Cette nouvelle police englobe un plus grand nombre d'éléments d'indemnisation ce qui en fait un produit de plus haut de gamme. Par ailleurs ce regroupement la rend plus simple et en facilite la compréhension par le client, tant au moment de l'achat qu'en cas d'indemnisation. Plus simple, d'une plus grande qualité, cette nouvelle police a reçu une très bonne réponse de la part du marché, souligne Pierre Michaud qui y voit un virage important dans le domaine de l'assurance habitation.

Le développement de nouveaux concepts de produits n'est cependant pas le seul élément clé pour répondre aux exigences de la clientèle: «Lorsqu'un client appelle relativement à une indemnisation, il est essentiel qu'il sente que le préposé est concentré sur cet appel, qu'il porte toute son attention sur lui et non pas sur

Pierre Michaud, premier vice-président à l'indemnisation

la manipulation de son dossier à l'ordinateur. Il doit donc avoir un système informatique rapide et convivial qui supporte l'utilisateur en prenant en charge toute la gestion d'arrière-boutique, tout en étant transparent pour le client.» L'entreprise a donc procédé à une transformation majeure de ses systèmes informatiques reliés à l'indemnisation et aux ventes, ce qui permet, entre autres, de mieux gérer les données concernant les besoins des clients et, grâce à leur conception modulaire, de faire évoluer les produits.

La transformation des deux systèmes informatiques a nécessité tout un programme de formation pour 13 000 personnes au sein de la Société de portefeuille du Groupe Desjardins, soit 72 % des effectifs.

Avec un taux de satisfaction de la clientèle de 96 % pour ce qui est de la réclamation, Pierre Michaud constate que la société fait face à une pression positive: «Le défi consiste à maintenir ce haut niveau. Pour ce faire, il existe à l'interne un comité d'amélioration continue dont le rôle est de remettre en question la performance des produits ainsi que les différentes approches et processus. C'est d'ailleurs ce comité qui est à l'origine de la nouvelle offre de produit d'assurances habitation qui a été validée par la suite lors de groupes discussion avec des clients.»

La création de ce type de comités à l'interne s'inscrit dans une démarche de gestion participative pour laquelle la société a investi beaucoup depuis un an et demi par le biais de son Programme vision

de 96 %

ressources humaines pour amener chaque personne à l'intérieur de l'entreprise à prendre conscience de ses rôles et responsabilités. Les dirigeants estiment que cette gestion permet à l'entreprise d'être plus saine et harmonieuse et que si tout le personnel est orienté vers un même but, celui de gagner, il sera plus motivé à améliorer continuellement la qualité vers le client et à demeurer au sein de la société.

Par ailleurs, comme le souligne Pierre Michaud, pour continuer à performer et à toujours innover, pour être en meilleure position et «rester dans le coup» dans ce secteur très compétitif, il faut que la situation financière de l'entreprise soit saine et son chiffre d'affaires imposant: «Pour influencer le marché, le seuil minimum de chiffres d'affaires est de 500 millions, cinq fois plus qu'il y a quinze ans, sinon nous ne pouvons que suivre la vague, plutôt que de la contrôler.» Cette augmentation du seuil minimum qui découle des regroupements et acquisitions au sein des compagnies d'assurances, eux-mêmes provoqués par la mondialisation, a forcé les courtiers à augmenter leur volume d'affaires et donc à fusionner à leur tour afin d'être mieux organisés, plus équipés et plus forts et donner un bon niveau de service.

Prochaine étape, pour la Société de portefeuille du Groupe Desjardins, assurances générales, un service Internet pour ses 600 000 clients actuels, surtout en matière de gestion des contrats d'assurances et pour l'ensemble des communications.

La formation et le développement de la main-d'œuvre: des outils personnalisés aux besoins de chacun

Le développement de la main-d'œuvre et une formation professionnelle adéquate sont au nombre des défis les plus exigeants que doivent relever les entreprises d'aujourd'hui. L'enjeu est tellement important que la Chambre de commerce du Québec y a consacré une catégorie spécifique ces dernières années, le Mercure Développement de la main-d'œuvre. Celui-ci a été remporté l'an dernier par la Société de portefeuille du Groupe Desjardins, assurances générales (SPGDAG), dans la catégorie Grande entreprise.

C'est à l'occasion des projets de refonte de deux systèmes informatiques d'envergure (Indemnisation et Vente et gestion des produits d'assurance habitation) que la Société a lancé quatre programmes de formation particulièrement sophistiqués. En effet, ils sont adaptés aux différentes clientèles et personnalisés en fonction des connaissances de base de chacun.

"Débutés respectivement en 1995 et 1997, écrit la direction de la SPGDAG, ces projets figuraient parmi les préoccupations prioritaires de la direction depuis plusieurs années, notamment au chapitre de la formation de la main-d'œuvre. Entièrement conçues et développées à l'interne à partir d'une technologie avant-gardiste et encore peu répandue, les nouvelles applications informatiques sont venues modifier les processus et les postes de travail de quelque 1300 employés sur près de 1800 que compte l'entreprise. Les excellents résultats obtenus à la suite de l'implantation des systèmes témoignent du succès des programmes de formation."

Le projet de refonte du système Indemnisation visait à informatiser toutes les étapes du processus d'indemnisation. Le projet a couru sur cinq ans, a coûté quelque huit millions de dollars et nécessité la mise en place d'une équipe multidisciplinaire de 80 personnes. Plus de 1500 jours ont été consacrés à la formation de 300 personnes. Il fait partie des grands projets dans le monde à avoir été réalisés à partir d'une technologie orientée objet (OO) utilisant le langage SMALLTALK.

Quant au projet Vente et gestion des produits d'assurance habitation, il a bénéficié de l'expérience acquise du projet précédent. Parmi les objectifs visés, il fallait assurer à la Société une rapidité d'action et une flexibilité accrue dans le développement et la modification de produits, les politiques de souscription et la tarification, tout en offrant des produits et services davantage personnalisés à ses différentes clientèles.

Là encore, la mise en place du système a été appuyée par un remarquable programme de formation, qui cherche à assurer de façon harmonieuse la gestion du changement. Près de 3400 jours ont été consacrés à la formation de plus de 1000 personnes dans le cadre de ce projet.

grande
force conseil

On se sent fort à gérer ses affaires quand le plus grand réseau de conseillers et de spécialistes nous aide à profiter au maximum de notre argent. Avec la gamme la plus complète de produits et de services financiers pour les entreprises et la plus grande force conseil au Québec, on se sent fait pour réussir.

Desjardins

CLICHÉ RÉPÉTÉ À ÉCLAIRAGE DIFFÉRENT EN RAISON DU TEXTE IMPRIMÉ SUR FOND GRIS OU DE COULEUR

1998 Mercure
Service à la clientèle

Cette année, QuébecTel pourra enfin prendre de l'expansion

1998: Gilles Laroche, président de QuébecTel reçoit le Mercure Service à la clientèle des mains de Jean-Paul Gagné, Éditeur et rédacteur en chef du journal Les Affaires.

QuébecTel entend sortir de ses territoires traditionnels (le Bas-Saint-Laurent, la Gaspésie et la Côte-Nord). Tout ça grâce au fait qu'elle vient d'être acquise pour 585 M$ par Telus, de Colombie-Britannique, la deuxième plus importante entreprise de télécommunications au pays. Comment expliquer ce phénomène ?

Jusque-là, QuébecTel était contrôlée par GTE, une société américaine qui possédait 51 % de son capital-actions. Or, dans la téléphonie, les compagnies étrangères ne peuvent officiellement détenir plus de 33 % d'une entreprise canadienne sans se faire mettre des bâtons dans les roues par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). C'est la situation que vivait jusqu'à tout récemment QuébecTel : elle était confinée à ses territoires d'origine.

La récente transaction modifie la donne. Telus contrôlera en effet 70 % des actions de QuébecTel. Ce qui permettra à cette dernière - fondée par le Rimouskois Jules A. Brillant et vendue par ses héritiers à GTE dans les années 60 - de redevenir propriété canadienne et demander au CRTC les permis requis pour étendre son réseau de fibre optique et attaquer, par exemple, le marché montréalais.

En 1996, elle avait décidé de mettre en place un programme de fidélisation et d'amélioration de son service à la clientèle pour se distinguer de la concurrence. Les résultats du programme avaient beaucoup impressionné le jury des Mercuriades de 1998, au point où l'entreprise a remporté les honneurs de la catégorie Service à la clientèle.

L'implantation du programme a pris deux ans. La firme Secor a procédé à toute une série de sondages pour établir les perceptions de la clientèle et son degré de satisfaction face aux différentes dimensions des services offerts. «Et nous avons demandé aux employés de première ligne quelles étaient, à leur avis, les attentes des clients, raconte Jean-Marc Labbé, coordonnateur de la stratégie de services et directeur des secteurs télévente et télécentres, chez QuébecTel. Ils nous ont fait de nombreuses suggestions. Une bonne partie des mesures qui ont été implantées par la suite proviennent des conclusions de cette vaste étude.»

Un comité directeur composé d'une dizaine de personnes a été mis sur pied. Des équipes terrain ont reçu le mandat d'analyser les sondages trimestriels et d'en tirer des propositions d'amélioration. Un système de traitement de plaintes a été mis au point. On a demandé aux meilleurs employés de former leurs collègues. Au fil du temps, le programme a été étendu à tous les secteurs de l'entreprise.

Les résultats ne se sont pas fait attendre. Le taux de satisfaction des clients a augmenté de façon notable dans tous les services, pour atteindre les 85 % à 90 %. «Le fait d'avoir remporté le Mercure a eu un effet motivateur sur nos employés et a permis de relancer le programme, indique M. Labbé. Et nous leur avons rappelé que ce n'était pas terminé, que c'était devenu un processus continu.»

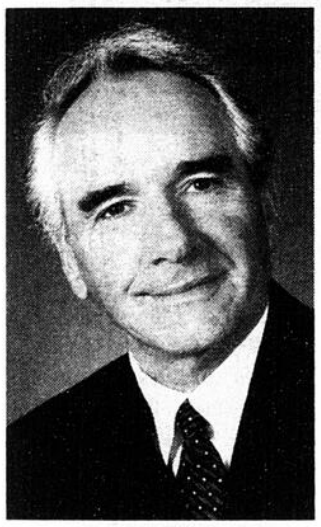
Tout cela fait qu'aujourd'hui les employés ne sont pas trop inquiets du changement de propriété de l'entreprise. D'abord, parce que le président Hugues Saint-Pierre reste en poste. Or, c'est lui qui a implanté le programme d'amélioration continue alors qu'il était vice-président. Ensuite, parce qu'ils sont conscients que la connaissance fine des clients qu'ils ont développée vaut de l'or pour Telus. Car ils savent mieux que quiconque que la force de QuébecTel est bel et bien celle de ses 2 200 employés.

1998 Mercure
Entreprise de l'année/Grande entreprise

MAAX plus que jamais le créateur de la nouvelle vague

David Poulin, vice-président - Opération chez MAAX, André J. Bouchard, conseiller principal - Affaires internationales chez Alcan et Richard Garneau, vice-président exécutif chez MAAX.

Depuis 1998, année où MAAX a remporté un Mercure pour l'entreprise de l'année catégorie Grande entreprise, le développement de l'entreprise n'a cessé d'augmenter. En effet, MAAX a axé sa stratégie de croissance sur l'expansion, la diversification géographique et la création de produits innovateurs. Cette dernière s'est concrétisée entre autres par de nombreuses acquisitions. Cuisine Expert-Groupe Modulaire Novax Inc. est le troisième manufacturier d'armoires de cuisine au Canada et a permis à MAAX de s'implanter solidement dans ce marché et celui des vanités de salle de bains. De plus, la venue de Boiseries Impérial a assuré une fiabilité sur les approvisionnements de portes d'armoires en bois de Cuisine Expert. Finalement, la toute dernière acquisition de MAAX est un important fabricant de produits d'acrylique pour salle de bains aux Pays Bas, SaniNova B.V.. MAAX réalise ainsi sa première percée en Europe.



Placide Poulin, président du Conseil et chef de la direction.

Plusieurs nouveaux produits sont également venus s'ajouter à la gamme actuelle de MAAX. Les douches et baignoires sont de plus en plus axées sur le confort par la présence remarquée, entre autres, de systèmes de massage sophistiqués. Aussi, MAAX offre maintenant une ligne de produits de robinetterie. Des modèles pour la cuisine sont également disponibles. Toujours dans le souci d'offrir à sa clientèle un ameublement de plus en plus complet de salle de bains, MAAX fabrique maintenant des vanités. D'ailleurs, lors de la participation de MAAX au plus gros salon de l'industrie à Chicago, c'est ce produit qui a remporté la cote de popularité.

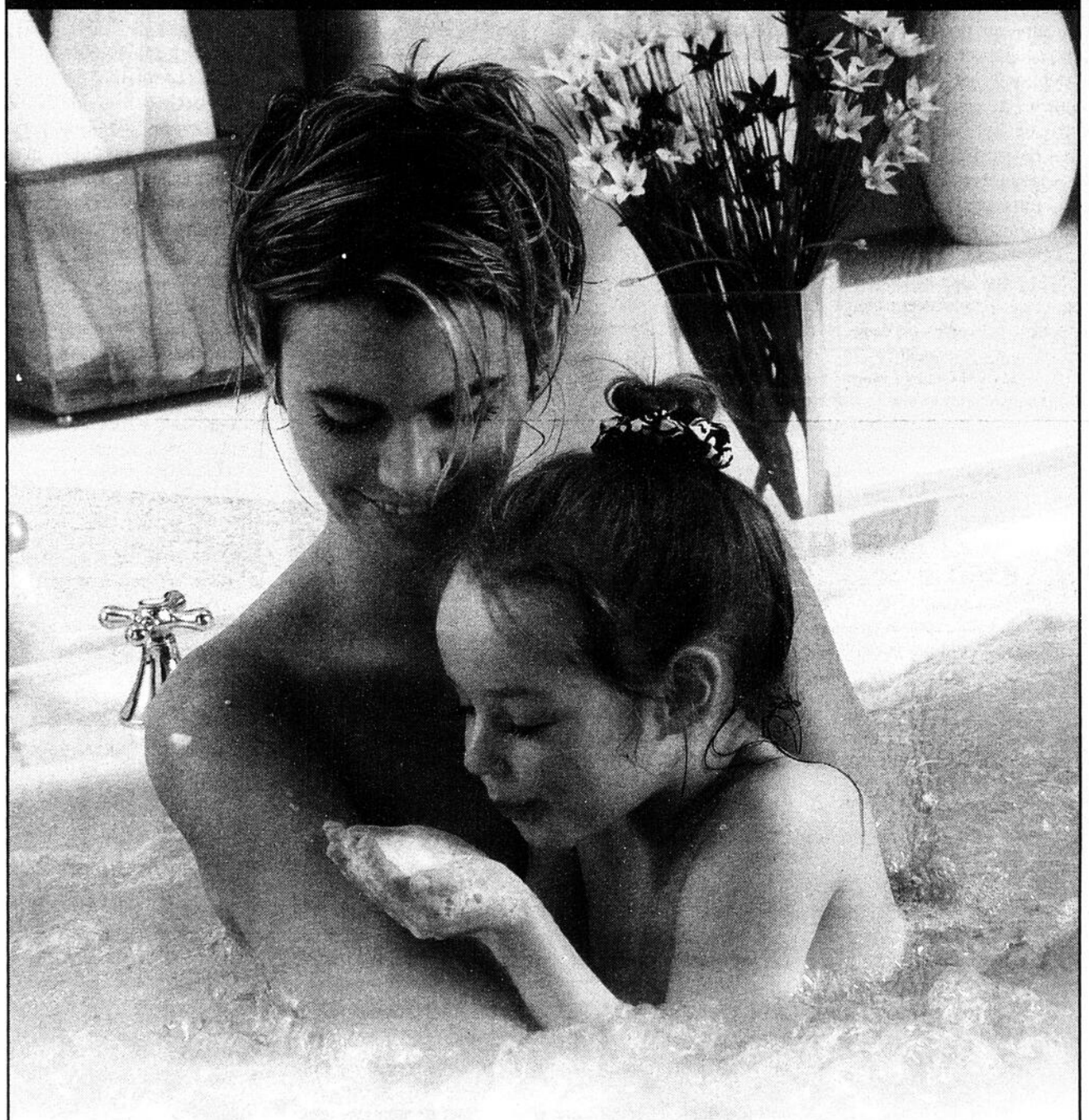
Une position enviable

Aujourd'hui, MAAX occupe le premier rang des fabricants canadiens de produits de salle de bains et de spas et figure parmi les cinq principaux intervenants de son industrie à l'échelle nord-américaine. Pour y arriver, plusieurs actions concrètes ont été posées. Par exemple, durant la dernière année, MAAX a accompli une tâche colossale dans la réalisation de son plan d'intégration en fonction d'un objectif d'excellence. Placide Poulin, président du Conseil et chef de la direction, mentionnait: «Cette excellence se bâtit sur l'attention apportée à nos clients, au développement innovateur de nos produits, au service à notre clientèle et en livrant à nos actionnaires un rendement supérieur à la moyenne de l'industrie.» À l'heure actuelle, MAAX est en voie de compléter son plan et estime qu'il générera, entre autres, des économies annuelles substantielles pour l'exercice 2001.

Dans un avenir rapproché, MAAX entend finaliser son plan d'intégration permettant d'améliorer son rendement et d'atteindre, d'ici deux ans, une marge nette d'un minimum de 8%. De plus, MAAX renforcera sa présence sur Internet en bonifiant son site par l'ajout de divers documents d'information et en offrant la possibilité aux internautes d'effectuer des achats en ligne. L'entreprise continue également d'étudier le marché en vue de compléter d'autres acquisitions stratégiques en Amérique du Nord et en Europe. De plus, Monsieur Poulin était fier d'annoncer, dans son dernier rapport financier, l'entente conclue avec la compagnie Warner Brothers afin d'utiliser les personnages des Looney Tunes sur la gamme des produits de salle de bains. À plus long terme, MAAX est vise l'atteinte du milliard de dollars de revenus pour l'année 2005.

MAAX, forte de ses 24 usines et ses 8 centres de distribution répartis à travers le Canada, les États-Unis et l'Europe, est mieux positionné que jamais pour relever les défis du nouveau millénaire. Son équipe dynamique composée de 2 755 employés, est déterminée à se surpasser tout en offrant une qualité et un service hors pair à celui qui demeure la raison principale d'être de MAAX, son client.

MAAX



MAAX® redéfinit la notion même de la salle de bains avec des produits innovateurs, uniques et à la mesure des désirs de chacun.

Créateur de la nouvelle vague, **MAAX®** est fière de son Mercure « Entreprise de l'année – Grande entreprise 1998 ».
Depuis 30 ans **MAAX®** a toujours su se dépasser et se diriger, pas à pas, vers l'*excellence.*

Félicitations aux lauréats et aux organisateurs des Mercuriades pour leur dynamisme et leurs réalisations.

600, Cameron, Sainte-Marie (Québec) G6E 1B2 Canada Téléphone : (418) 387-4155 Télécopieur : (418) 387-3507
www.maax.com

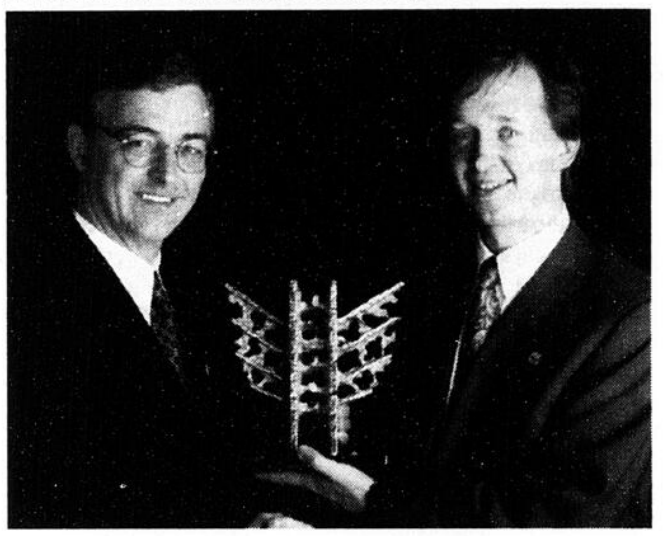
EXFO, une course effrénée à l'innovation dans un secteur en pleine ébullition

«EXFO est en pleine expansion, et pourtant elle est encore relativement peu connue au Québec, ce qui nous pose parfois des problèmes lorsqu'il s'agit de recruter du personnel, constate Maryse Imbeau, directrice des Communications et du Service à la clientèle. En effet, nous engageons de deux à trois nouveaux employés par semaine depuis quelque temps. Il faut soutenir notre taux annuel de croissance de 40 %.»

L'entreprise est spécialisée en fabrication d'appareils de tests de mesure de fibre optique. Afin de trouver le personnel le plus compétent possible et de mieux se faire connaître, elle collabore avec des universités et des cégeps offrant de la formation en techniques optiques et électroniques, un bon moyen d'attirer des finissants au sein de l'entreprise. C'est dans cet esprit que le 13 avril dernier, elle a inauguré un nouveau laboratoire à l'Université Laval, en partenariat avec Nortel, qui permettra aux étudiants, entre autres, de se familiariser avec les divers équipements fournis par EXFO.

Maryse Imbeau, directrice des Communications et du Service à la clientèle

1993: Alain Dufour, vice-président Administration et Finances de Radio-Québec et Germain Lamonde, directeur général, EXFO.



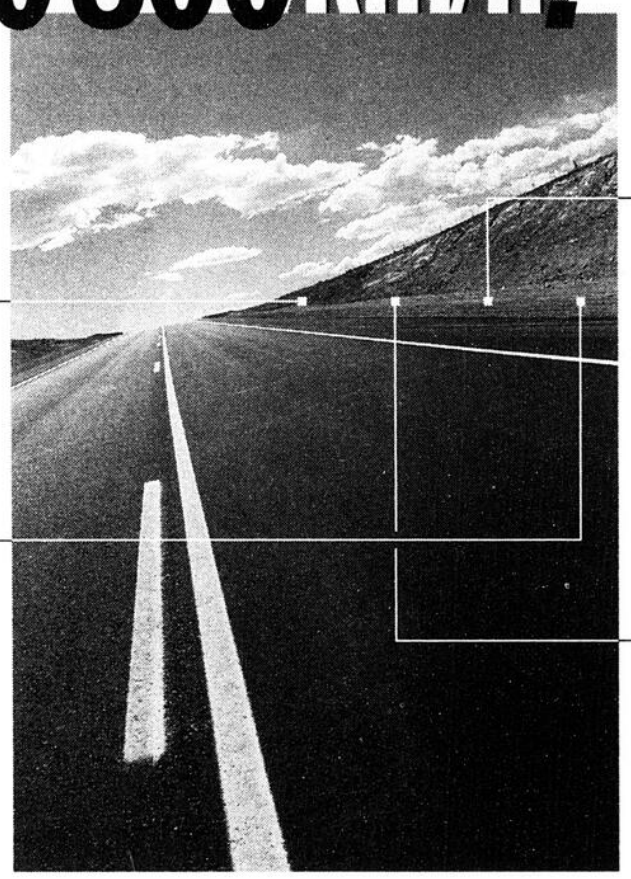
Créée en 1985, EXFO emploie quelque 700 personnes et prévoit monter ses effectifs à 1 000 en 2002 ce qui en fait, comme le souligne madame Imbeau, le plus important employeur en haute technologie de la région de Québec. Sa croissance est liée à celle des entreprises de télécommunications, telles Bell, France Telecom, British Telecom ou AT&T, qui constituent la base de sa clientèle pour les tests et l'entretien de leur réseau. Depuis 1996, EXFO a élargi son créneau vers la fabrication d'appareils de test pour les fabricants de fibre optique comme Corning et Nortel, avec des concepts nouveaux, modulaires et plus petits.

Pour croître dans ce secteur en pleine ébullition dans lequel les produits ont un cycle de vie très court, EXFO est continuellement dans une course effrénée afin d'être le premier innovateur à offrir ce qui sera plus rapide, plus facile d'utilisation et qui évitera des coûts et des ressources aux clients. Comme le précise Maryse Imbeau, un tel développement exige un système de prévisions très précis non seulement pour prévoir ce dont le client aura besoin dans deux ans, mais également pour établir le plan de commandes chez les fournisseurs qui, eux aussi, font face à une demande de plus en plus forte.

Dans ce marché à fort potentiel, la barrière technologique à l'entrée est haute, non seulement à cause du type même de produits, mais également par le fait que, de plus en plus, les compagnies de télécommunications ne veulent transiger qu'avec un seul fournisseur, l'incitant ainsi à développer une gamme complète de produits de test de mesure de fibre optique.

L'entreprise qui a remporté 4 Mercures dont deux pour les Affaires internationales en 1993 et 1994, produit 94 % de son chiffre d'affaires de 100 millions de dollars à l'international, dans une centaine de pays. Elle possède des bureaux aux États-Unis, en France, à Hong Kong et au Japon. Elle a reçu deux autres Mercures pour le marketing et comme Entreprise de l'année, catégorie PME, en 1994.

10 800 km/h!



EXFO devance la croissance des réseaux de fibre optique en développant, fabriquant et commercialisant des appareils de test et de mesure qui répondent dès aujourd'hui aux besoins de demain ■

EXFO fait route avec les manufacturiers de fibre et de composants optiques, les opérateurs de réseaux et les chercheurs en laboratoire, en leur fournissant des outils ultraperformants, faciles d'utilisation et de très grande qualité ■

EXFO est un navigateur expérimenté à toutes les étapes du développement et de la construction d'un réseau de fibre optique, de l'installation à l'entretien et à la surveillance 24 heures sur 24 ■

EXFO ouvre la voie aux 95 millions de nouveaux kilomètres de fibre optique en proposant des solutions de test novatrices utilisées aux quatre coins de la planète ■

Les réseaux de fibre optique du monde entier progressent de 10 800 kilomètres chaque heure

Quel que soit votre secteur d'activité, un réseau de fibre optique fiable et sécuritaire vous permet de communiquer avec le monde en quelques instants ■ Finalement, c'est la qualité de vos communications qui fait toute la différence ■

EXFO

www.exfo.com

Banque Nationale, au-delà des services financiers, une longue tradition de dons et commandites

«Au-delà des chiffres et des opérations financières, il faut voir l'engagement dans la société de l'ensemble du personnel des succursales et du siège social de la Banque, souligne Jean Robillard, Chef des relations de presse et des communications financières de la Banque Nationale. Cet engagement a été reconnu à plusieurs reprises ces 20 dernières années par la Chambre de commerce du Québec, la première fois en 1985, et ensuite en 1986, 1994, 1995 et 1998, que ce soit comme Entreprise de l'année, ou pour souligner son engagement communautaire, son souci de la qualité totale, sans oublier, l'an dernier, le nouveau Mercure philanthropique décerné au président de la Banque, André Bérard.»

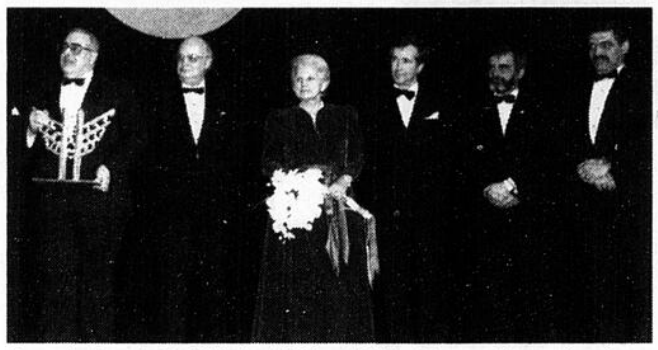
D'année en année, la Banque Nationale remet 1 % de ses bénéfices nets dans des dons et commandites pour des organismes ou des événements dans tous les milieux, que ce soit la vie communautaire, la santé, le sport amateur, la jeunesse ou la culture. «Si une chose a changé, c'est peut-être dans notre analyse des dossiers, précise Jean Robillard. Maintenant, la Banque contribue uniquement à des dons majeurs et à des organismes fiables qui ont fait la preuve de

André Bérard a reçu le premier Mercure philanthropique en 1999.

leur implications dans leur milieu. Cela nous permet d'avoir plus d'impact dans les organismes et une plus grande efficacité dans la gestion de nos budgets.»

La Banque Nationale se démarque aussi depuis longtemps par son appui aux arts visuels. «Elle achète une centaine d'œuvres d'art par année et possède l'une des plus importantes collections corporatives au pays comprenant 5 000 œuvres majoritairement québécoises. Les tableaux sont exposés en permanence dans nos locaux. Ils font souvent partie d'expositions organisées par la Banque, par des musées ou des galeries.»

Quant aux relations avec la clientèle, la Banque Nationale encourage la formation du personnel et l'intégration des nouvelles technologies. «Nous avons innové il y quatre ans avec une entente avec l'UQÀM pour offrir, au niveau du baccalauréat et du M.B.A, une formation en administration orientée vers le secteur bancaire et adaptée directement au travail des employés. À l'heure actuelle, 4 000 employés sur les 12 000 du Québec sont inscrits. La formation est offer-



Souvenir du gala de 1986: André Bérard, Gilles Mercure, Jeanne Sauvé, Louis Lagassé, Bernard Lemaire et Jacques Gagnon.

te partout en région par le réseau des universités du Québec et les programmes de formation à distance. Nous avons le même type d'entente avec l'Université de Toronto.»

«Notre président est également un grand promoteur de notre philosophie et de nos valeurs face à nos clients, des valeurs basées sur la volonté de bâtir des relations à long terme. «C'est dans cette perspective que la Banque Nationale lancera d'ici quelques semaines une offre de services intégrés pour les transactions et la gestion via Internet et conçus sur mesure pour les PME.» Il ne faut pas perdre de vue que pour la banque, la technologie est un mode de distribution important et en pleine expansion. 76 % de nos opérations bancaires se font actuellement via la technologie. En développant cette offre, nous avons voulu écouter les besoins de notre clientèle.»

Très impliqué à titre personnel dans différentes compagnes de souscriptions et plusieurs organismes, vous retrouverez André Bérard à la présidence de la dernière campagne de l'Hôpital Sainte-Justine, ou à celle de l'Université d'Ottawa de 1994 à 1997, ainsi que Centraide en 1990 (24 M$ cette année-là), ou encore responsable du comité de dons exceptionnels de la campagne de l'Université de Montréal et celle de l'Université de Sherbrooke.

L'un des grands artisans du dernier Sommet économique du Québec, il a la réputation d'un travailleur acharné, qu'il s'agisse de son engagement social ou de ses réalisations professionnelles. Il siège à de nombreux conseils d'administration et est très actif au sein du Club de relations d'affaires Canada-France. Reçu Officier de l'Ordre du Canada en 1995, récipiendaire de l'Ordre de Saint-Jean en 1996, il a été nommé Grand Montréalais en 1997. André Bérard a également reçu deux doctorats honoris causa, dont l'un, récemment, de l'École des Hautes Études Commerciales.

Aucune autre banque n'est mieux intégrée aux entreprises d'ici.

La PME est le moteur de l'économie québécoise. C'est pourquoi nous y accordons autant d'importance. Nous offrons un suivi et des services adaptés à votre secteur d'activité. Parlez-en à votre conseiller de la Banque Nationale. Plus qu'un spécialiste en financement, c'est un partenaire qui connaît aussi bien votre domaine que le sien.

inc.

BANQUE NATIONALE

Toujours frais.
Parole d'honneur !

LES SUPERMARCHÉS GP

On prend plaisir à vous servir... depuis 42 ans.

HYDRO

Norsk Hydro Canada

LAURÉAT 1 9 9 4
MERCURIADES
Environnement
Grande entreprise

ENREGISTRÉ
ISO 9001

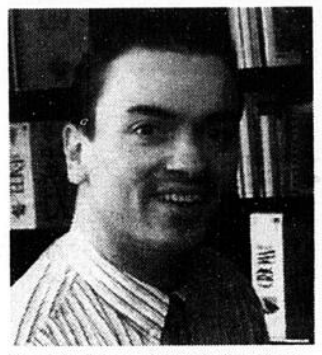
1991 Mercure
Commerce de détail

1981-Entreprise de services

Les Supermarchés GP

«Le client, notre priorité, la qualité, notre force, et l'engagement du personnel, notre marque»

Les Supermarchés GP est l'une des plus anciennes entreprises familiales dans le domaine de la vente d'aliments au détail. Un champion de la qualité aussi et du service à la clientèle. Plusieurs marques de reconnaissance lui ont été accordées depuis sa fondation en 1948, entre autres par la Chambre de commerce du Québec et l'Association des détaillants en alimentation du Québec.



Guy Pelletier, président et chef de la direction générale.

L'entreprise de Québec a reçu, entre autres, le Mercure Commerce de détail en 1981 et 1991. Elle a toujours misé sur le client, «notre seule raison d'être», rappelle Guy Pelletier, président et chef de la direction générale, également président de l'Association des détaillants du Québec. C'est dans cet esprit que l'entreprise privilégie un style de gestion centré sur l'innovation, la participation, la communication et la responsabilisation: «Les employés sont les ambassadeurs de la philosophie de courtoisie qui est ancrée chez nous depuis des générations. L'entreprise investit d'ailleurs constamment en formation du personnel.»

Les Supermarchés GP, établis dans le bas Saint-Laurent à l'époque, connaît une croissance régulière depuis ses débuts. Une importante étape a été franchie en 1988, alors que les fondateurs décident d'étendre leur marché vers Québec, en achetant quatre nouveaux magasins. Depuis, la chaîne a fait d'autres acquisitions, ce qui porte à plus de 1000 le nombre de personnes oeuvrant dans 13 supermarchés, dont 6 marchés localisés dans l'est du Québec, alors que les sept autres sont répartis ailleurs au Québec. Le chiffre d'affaires est aujourd'hui de quelque 160 M $.

L'entreprise a aussi l'art de rendre ses magasins invitants: Elle vient d'ailleurs de se mériter un prix dans le Commerce de détail et un autre, Prix du public, à la Chambre de commerce de Rimouski pour le plus bel aménagement ainsi que l'excellence de son service à la clientèle. Dernière innovation, un grand chef-cuisinier est même sur place pour offrir des repas gastronomiques pour apporter!

1994 Mercure
Environnement

1991-Développement de la Main-d'oeuvre

Amélioration de la productivité, nouvelles technologies

Norsk Hydro Canada a relevé les défis des dernières années

Norsk Hydro Canada, une filiale de la multinationale norvégienne Norsk Hydro A.S.A., est établie dans le parc industriel de Bécancour depuis 1987. Seule productrice de magnésium au Canada jusqu'à ce jour, elle s'est méritée un premier Mercure en 1991 dans la catégorie Développement de la Main-d'oeuvre pour avoir été la pionnière du modèle de travail basé sur les équipes autonomes. Puis le second prix, en 1994 dans la catégorie Environnement, venait couronner les efforts qu'elle poursuit pour améliorer sa performance en matière d'environnement. C'est précisément dans cette optique que l'entreprise s'apprête prochainement à mettre sur le marché un sous-produit résultant de la revalorisation de résidus générés par ses procédés habituels de production.

Si ces Mercures ont couronné des réalisations déjà remarquables, l'entreprise ne s'est toutefois pas assise sur ses lauriers depuis. «C'est ainsi que grâce à la contribution dynamique du personnel, nous avons amélioré la productivité en portant à 45 000 tonnes notre production annuelle, dépassant ce qui avait été prévu» mentionne René Joyal, conseiller principal aux Ressources humaines.

On compte quatre producteurs de magnésium dans le monde, soit le Canada, les États-Unis, l'Europe et le Moyen-Orient qui se divisent une production de 320 000 tonnes. Compte tenu de cet important tonnage, Norsk Hydro a atteint, de concert avec son usine-sœur en Norvège, le statut de leader mondial de son industrie et est devenue la première productrice de magnésium à obtenir la certification ISO-9001 avec celle-ci. Elle s'est vue décerner au cours des deux dernières années le prestigieux prix Fournisseur de l'année de General Motors: «Pour comprendre toute la portée de cette réalisation, il suffit de savoir que seuls 45 fournisseurs, sur un total de plus de 30 000 à travers le monde, ont réussi cet exploit.»

Bien sûr, l'entreprise a traversé elle aussi des moments difficiles. Le libre-échange avec les États-Unis a entraîné une baisse des exportations, un marché qui comptait pour 65% de la production, le reste étant partagé entre le Canada, l'Europe et le Japon. " Il nous a fallu trouver une façon de réduire les coûts. Comme dans notre milieu tout se joue sur la productivité, nous avons amélioré la technologie et, de 430 employés permanents et 150 contractuels, nous sommes passés à 382 permanents et 60 contractuels. Ce défi nous a finalement permis d'accroître notre pourcentage d'exportation aux États-Unis. "

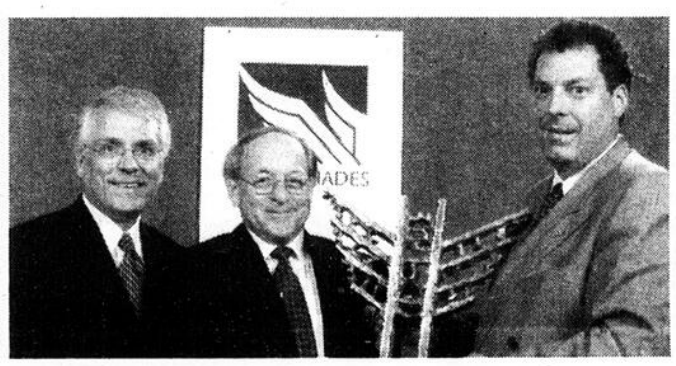
Bien que la compétition soit très forte dans ce secteur, Norsk Hydro a obtenu un taux de croissance annuel de plus de 1 5 % par année ces derniès années. L'entreprise est optimiste: «Grâce à nos technologies et nos méthodes de gestion, nous avons réussi à relever les défis des dernières années. Nous sommes plus efficaces que jamais.»

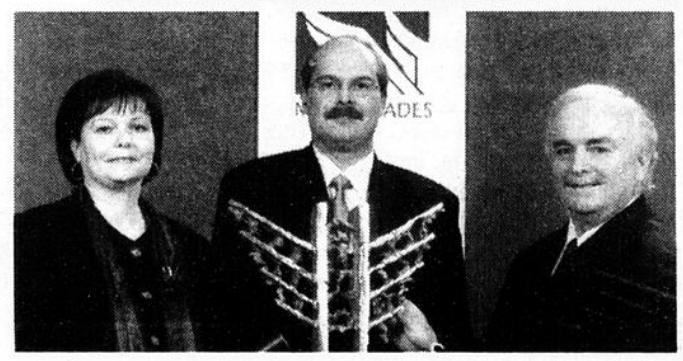
Deux décennies d'excellence au Québec

Titulaires du Mercure «Entreprise de l'année», les membres du Club de l'excellence se sont distingués pour la qualité remarquable de l'ensemble de leur gestion. Cette distinction est attribuée à l'entreprise qui a réalisé une performance exceptionnelle et particulièrement méritoire ou une action d'éclat spécifique.

La Chambre de commerce du Québec est fière de présenter les membres du Club de l'excellence des Mercuriades 1981-1999.

Assurance vie Desjardins-Laurentienne (Grande entreprise)	1981
Groupe conseil DMR. inc. (Grande entreprise)	1982
Bombardier inc. (Grande entreprise)	1983
Financière Banque Nationale (Grande entreprise)	1984
Cascades inc. (Grande entreprise)	1985
Banque Nationale du Canada (Grande entreprise)	1986
IBM Canada Ltée (Grande entreprise)	1987
Groupe Transcontinental (Grande entreprise)	1988
Guillevin International (Grande entreprise)	1989
U.A.P. inc. (Grande entreprise)	1990
Groupe Vidéotron ltée (Grande entreprise)	1991
Technologies MPB (PME)	1992
Groupe CGI inc. (Grande entreprise)	1992
Louis Garneau Sports (PME)	1993
Velan (Grande entreprise)	1993
EXFO (PME)	1994
Métro inc. (Grande entreprise)	1994
Unibroue inc. (PME)	1995
CAE (Grande entreprise)	1995
Lumec-Zed (PME)	1996
Bell Mobilité Cellulaire (Grande entreprise)	1996
Fordia Limitée (PME)	1997
Harris Canada (Grande entreprise)	1997
Gebo inc. (PME)	1998
MAAX inc. (Grande entreprise)	1998
Bains Ultra inc. (PME)	1999
Groupe ADF inc. (Grande entreprise)	1999





Le Groupe La Laurentienne, toute première gagnante du Mercure Entreprise de l'année

Le Groupe La Laurentienne était une entreprise en avance sur son temps. Déjà au début des années 1980, elle multipliait les fusions et les acquisitions, une stratégie de croissance qui est devenue particulièrement populaire depuis 10 ans. Pour souligner sa performance en 1981, le jury des Mercuriades avait remis aux dirigeants de La Laurentienne le tout premier trophée Entreprise par excellence pour «son audacieux programme d'acquisition au Québec et en Amérique du Nord, et pour la participation de ses dirigeants à des activités communautaires.» L'assureur de personnes venait alors d'avaler le groupe Prenor par le biais de sa filiale La Prévoyance, ainsi que la Loyal American par l'intermédiaire de L'Impériale, une autre de ses filiales.

En 1990, La Laurentienne se retrouve à nouveau sous les feux de la rampe alors qu'elle reçoit le Mercure de la catégorie Marketing, grande entreprise pour la stratégie qui lui avait permis de signer 25 % de nouveaux contrats d'assurance cette année-là, alors que la croissance moyenne de l'industrie à ce chapitre était d'à peine 10 %.

En 1993, la Corporation occupait la cinquième place dans le marché en ce qui a trait aux primes souscrites. Elle proposait toute une gamme de produits d'assurance et de fonds communs de placement et possédait un réseau de distribution très étendu. Cependant, la Corporation avait besoin d'un apport de capitaux frais depuis que l'une de ses filiales établies au Canada, aux États-Unis et au Royaume-Uni éprouvaient des difficultés de capitalisation. Elle s'est donc tournée vers le Mouvement Desjardins, la seule institution québécoise capable d'acquérir l'entreprise évaluée à un peu plus de 21 milliards de dollars.

Le regroupement de la Société financière des caisses Desjardins et de la Corporation du Groupe La Laurentienne est devenu effectif le 1er janvier 1994. Il a donné naissance à ce qui s'appelle aujourd'hui l'Assurance vie Desjardins-Laurentienne (AVDL), qui assure quatre Québécois sur sept et détient 17,6 % du marché en regard du volume de primes.

1981: Marcel Baril, président fondateur des Mercuriades, Jean-Marie Poitras, président du conseil et chef de la direction de Groupe La Laurentienne et Pierre Tremblay, président de la Chambre de commerce du Québec.

1990: Michel Pelletier, vice-président marketing et Jean-Guy Paquet, président et chef des opérations.

AVDL a terminé l'année fiscale 1999 avec un bénéfice net de 54,5 M$, en hausse de 6,6 % par rapport à 1998. «Notre taux de rendement à l'actionnaire de 18,2 % est un des meilleurs de l'industrie canadienne de l'assurance pour l'année 1999, soutient François Joly, président et chef de l'exploitation. Par ailleurs, nous sommes déjà les premiers pour ce qui est des parts de marché au Québec parmi les quelque 150 assureurs de personnes titulaires d'un permis d'exercice.»

Les primes d'assurance et de rentes se sont maintenues au-dessus de la barre du milliard de dollars, tout comme en 1998. AVDL demeure la seule compagnie d'assurance à avoir atteint un tel volume de primes sur le marché québécois au cours des cinq dernières années. L'actif total sous gestion de la compagnie se situe à 7,5 milliards de dollars.

50e anniversaire

AVDL a célébré en 1999 le 50e anniversaire des activités de commercialisation de produits d'assurance de personnes par le Mouvement des caisses Desjardins. La constitution du patrimoine de l'Assurance vie Desjardins-Laurentienne révèle un aspect intéressant de l'histoire des assurances de personnes au Québec. Jusqu'au début des années 1960, la croissance économique des Canadiens français s'articulait autour de la multiplication des sociétés financières. Par la suite, il y a eu un mouvement de consolidation du secteur de l'assurance vie par la fusion et l'acquisition d'entreprises en raison de profonds changements dans la demande des consommateurs, de la hausse des coûts de production et de la concurrence à l'échelle autant nationale qu'internationale.

Aujourd'hui, l'Assurance vie Desjardins-Laurentienne (AVDL) assure quatre Québécois sur sept.

Si, dans les années 1970 et 1980, l'Assurance-vie Desjardins est restée prudente quant à la stratégie de croissance par l'acquisition de compagnies et par la diversification en raison de son appartenance à un vaste réseau offrant déjà des services financiers diversifiés, La Laurentienne et Les Coopérants étaient beaucoup plus dynamiques. Leur politique de croissance par acquisition amorcée au Québec a permis de conserver une partie du patrimoine en assurance vie et en assurances générales dans les institutions financières francophones. Lorsque, à la fin des années 1980, elles ont éprouvé des problèmes de capitalisation, l'Assurance-vie Desjardins adoptait pour sa part une politique d'acquisition destinée à accroître sa part de marché au Québec et à prendre de l'expansion à l'extérieur de la province. C'est donc de la rencontre de ces intérêts qu'est née l'Assurance vie Desjardins-Laurentienne, composée notamment de l'Assurance-vie Desjardins, de La Sauvegarde, des Coopérants, de La Laurentienne vie et d'Aeterna-vie.

400 emplois seront créés

Aujourd'hui, AVDL est toujours aussi dynamique. Elle vient tout juste d'annoncer un important projet de déploiement de conseillers en sécurité financière dans 300 caisses Desjardins. Une offre de services qui sera étendue à l'ensemble du réseau au cours des prochains 12 à 18 mois.

«Nous sommes la seule compagnie à offrir autant de moyens de se procurer une assurance, indique François Joly. Nous avons pris cette décision à la suite de recherches qui nous ont démontré que les consommateurs choisissent d'abord la façon se se procurer une assurance avant de choisir leurs produits. Alors, nous avons décidé de leur offrir le plus vaste choix de réseaux de distribution, pour répondre à tous les goûts.»

En se rendant dans une caisse, les gens peuvent désormais consulter un conseiller en sécurité financière (le nouveau titre des agents ou courtiers d'assurance, appellation aujourd'hui disparue avec l'entrée en vigueur de la loi 188 en octobre 1999). Cette stratégie entraînera la création d'au moins 400 emplois à travers le Québec, et nécessitera un investissement, au cours de la prochaine année seulement, de 15 M$.

Vive la différence !

Vous êtes 4 millions, tous différents, à nous confier votre sécurité financière. Pas besoin de chercher plus loin pour comprendre pourquoi nous détenons la première place parmi les assureurs de personnes au Québec.

C'est parce que vous êtes différents que vous profitez à fond de la variété de nos produits et de la flexibilité de nos services. Peu importe que vous soyez à l'orée d'une fructueuse carrière ou au seuil d'une retraite paisible, à l'Assurance vie Desjardins-Laurentienne, nous saurons vous conseiller pour la planification de votre sécurité financière.

Parce qu'à l'Assurance vie Desjardins-Laurentienne, nous savons ce que c'est que d'être différents !

Assurance vie
Assurance invalidité
Assurance santé
Assurance affaires
Assurance dentaire
Assurance voyage
Assurance collective
Assurance accident
Rente, FERR
Fonds distincts
Fonds communs de placement

Desjardins

Assurance vie Desjardins-Laurentienne

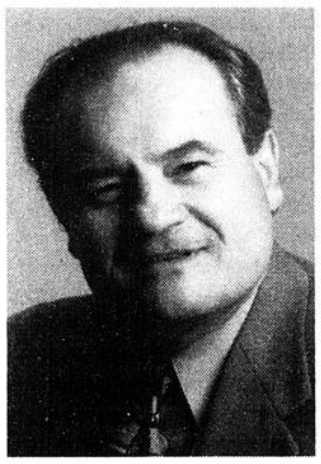
L'assureur d'un monde différent.

www.avdl.com

1995 Mercure
Entreprise de production industrielle et de construction

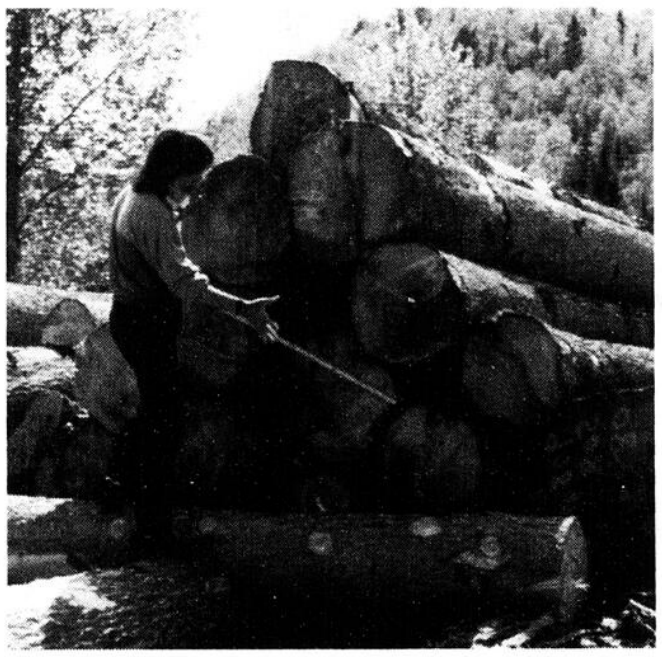
Forte croissance chez Uniboard Canada

Uniboard Canada vit une période de croissance accélérée. Détenue par le holding allemand Kuntz, ce producteur de lamelles de planchers, de panneaux de particules et de panneaux à densité moyenne pour la fabrication de meubles et d'armoires de cuisine a presque doublé son chiffre d'affaires en moins de quatre ans, le faisant passer de 275 M$ en 1997 à 500 M$ cette année!



Cam Gentile, président et chef de la direction

Pour parvenir à de tels résultats, l'entreprise de 1200 employés a mis en branle un nombre impressionnant de projets d'investissements pour augmenter sa capacité de production. Pas étonnant qu'elle soit l'une des trois finalistes aux Mercuriades de cette année, dans la catégorie Nouveaux projets d'investissement. Uniboard est une habituée de ce prestigieux concours: en 1995, elle avait remporté les honneurs de la catégorie Entreprise de production industrielle et de construction.



«Quand je suis arrivé en poste à la fin de 1997, le conseil d'administration avait déjà pris la décision de construire une usine de 125 M$ à La Baie», raconte Cam Gentile, président et chef de la direction. Inaugurée en juin 1998, cette usine - dont la firme de capital-risque Sodexpan détient 49,9 % des parts - produit plus de 250 000 mètres cubes de panneaux à densité moyenne. Du coup, Uniboard devenait le leader de ce type de produit.

M. Gentile s'est vu confier le mandat d'accélérer le processus d'expansion. Il a d'abord fait approuver l'agrandissement et l'achat de nouveaux équipements à l'usine de Sayabec, en Gaspésie. Ce projet de 105 M$, actuellement en cours de réalisation, permettra à l'usine, qui produit des panneaux de particules recouverts de mélamine, de doubler sa capacité de production, de 350 000 à 700 000 mètres cubes. Lors de son ouverture en septembre prochain, le nombre d'employés passera d'une cinquantaine à plus de 300.

Cam Gentile a ensuite convaincu le conseil d'administration de débloquer un montant de 38 M$ pour la construction d'une usine dans un tout nouveau parc industriel à Laval. Ces installations permettront de produire 100 millions de pieds carrés de lamelles de planchers à partir de panneaux de fibre à haute densité. Lorsque son exploitation débutera en janvier 2001, elle créera 150 emplois et devrait ajouter 160 M$ par année au chiffre de ventes totales de l'entreprise.

Uniboard a également injecté environ 15 M$ dans son usine de Val-d'Or pour modifier ses procédés de fabrication des panneaux de particules à partir de résidus de bois (sciure et planure). Et un montant de 9 M$ a été investi dans l'usine de Lac-des-Iles pour l'achat d'une nouvelle presse à mélamine.

«Par ailleurs, nous avons fait l'acquisition l'an dernier d'une usine de panneaux de particules à New Liskeard, près de North Bay, dans le nord de l'Ontario, ajoute M. Gentile. Et au début du mois d'avril dernier, nous avons acheté toutes les actions de l'américaine Industrial Dimension, un important manufacturier de panneaux de mélamine, situé à Fostoria, en Ohio.»

Au total, Uniboard Canada se retrouvera donc bientôt avec trois usines de panneaux particules (Sayabec, New Liskeard et Val d'Or), deux usines de panneaux de fibre de bois à moyenne et haute densité, une usine de fabrication de résine, deux usines de lamelles de planchers et deux usines de laminage pour panneaux décoratifs.

Tous ces investissements permettront à l'entreprise d'augmenter de 50 % sa capacité de production en panneaux de particules et de 70 % celle des panneaux à moyenne densité. Elle est en passe de devenir le plus grand fournisseur de panneaux décoratifs et le plus important producteur de mélamine thermofusionnée en Amérique du Nord. «On produit déjà plus de 600 millions de pieds carrés de panneaux décoratifs», précise M. Gentile.

Actuellement, plus de 40 % des ventes de l'entreprise sont réalisées au Québec, 35 % aux États-Unis et 25 % dans le reste du Canada, principalement en Ontario.

Uniboard vend ses lamelles de planchers laminés aux grandes chaînes de quincaillerie et de matériaux de construction, de même qu'aux spécialistes de couvre-planchers. Sa collection de produits Multilook a récemment reçu la mention «meilleur plancher laminé en Amérique du Nord» du magazine Good Housekeeping.

1995: Michel Bissonnette, directeur général créateur, TVA, et Serge Bragdon, président à l'époque de Uniboard Canada.

L'entreprise offre une gamme de plus de 100 couleurs de panneaux décoratifs aux fabricants de meubles.

Une gestion décentralisée

Pour être en mesure de soutenir une telle croissance, Uniboard Canada se doit bien sûr d'être solidement structurée. «Nous avons adopté un fonctionnement décentralisé, par centres de profit, explique Cam Gentile. Chaque usine a un directeur général qui est responsable de la rentabilité de l'exploitation. Seul notre service des ventes est centralisé.»

L'entreprise a également mis en place un processus de benchmarking continu. «On se compare constamment avec nos compétiteurs canadiens et américains, dit M. Gentile. De cette façon, on se positionne continuellement dans la catégorie des entreprises à bas coût de production. C'est la seule façon d'être en mesure de concurrencer les grands joueurs de l'industrie.»

Par ailleurs, Cam Gentile sait qu'il doit pouvoir compter sur un personnel très motivé s'il veut poursuivre la croissance de l'entreprise à un tel rythme. «Nous avons mis en place une méthode de partage des profits basée sur le rendement de l'actif utilisé, explique-t-il. Tout rendement supérieur à 12 % est réparti entre toutes nos catégories d'employés sous forme de boni versé à la fin de l'année.»

D'autres projets à l'horizon

Au cours des deux prochaines années, Uniboard Canada prévoit consacrer ses énergies au démarrage des deux nouvelles usines, à consolider l'ensemble de ses activités, et à la vente de sa production additionnelle. «Il faut comprendre que tous ces projets d'expansion se font principalement à partir de nos fonds autogénérés, indique M. Gentile. On essaie d'emprunter le moins possible.»

À son avis, les meilleures occasions de croissance pour Uniboard Canada sont maintenant du côté américain, surtout dans le créneau des panneaux à moyenne densité. «Nous prévoyons déjà que la demande pour ce type de produit sera plus importante que la capacité de production actuelle de l'ensemble de l'industrie dès 2002, soutient Cam Gentile. Alors, nous entrevoyons déjà un projet d'agrandissement de plus de 100 M$ de notre usine de Mont-Laurier vers 2002-2003.»

UNIBOARD

UNIBOARD CANADA INC ®

Récipiendaire du Mercure
« Entreprise de Production Industrielle et de Construction » en 1995
et candidate au Mercure « Projet d'investissement » en 2000.

Uniboard Canada est le chef de file dans l'industrie des panneaux de particules, des panneaux de fibres de moyenne et de haute densité et des panneaux thermofusionnés en Amérique du Nord.

Grâce au savoir-faire des 1 200 employés qui œuvrent dans nos neuf usines, nous contribuons à la croissance économique de nos clients. Nos produits de qualité sont destinés, entre autres, aux manufacturiers d'ameublement résidentiel et commercial, aux spécialistes en couvre-planchers, ainsi qu'aux magasins à grande surface.

Chez Uniboard Canada Inc., innovation est synonyme de succès.

www.uniboard.com

1991 Mercure
Marketing

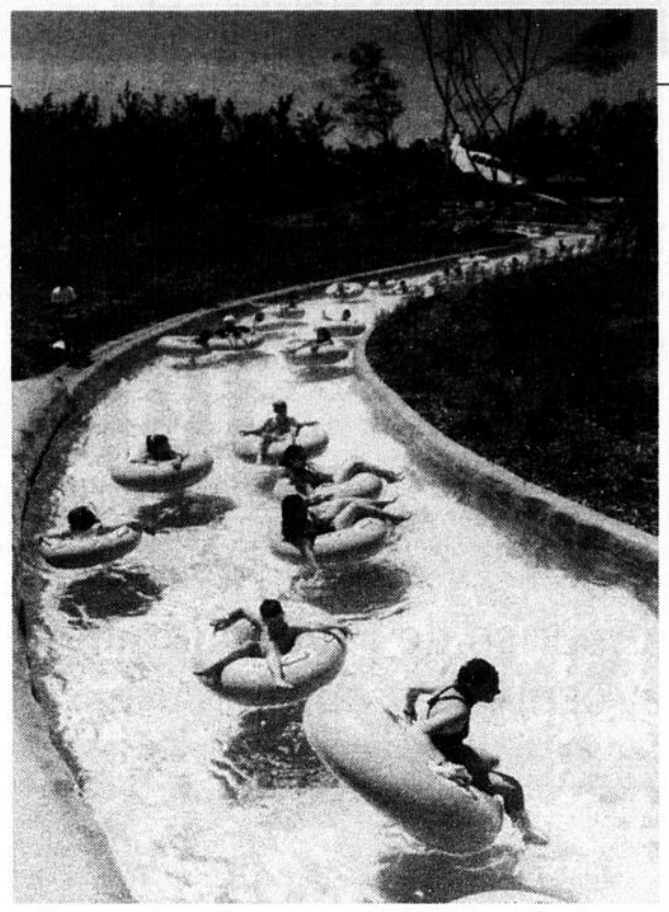
Le Zoo de Granby

Des choses à voir et à faire

Reconnu comme une importante société de conservation et d'éducation d'espèces animales exotiques en voie de disparition dans l'est canadien, le Jardin zoologique de Granby a été fondé en 1953 par Pierre-Horace Boivin, ancien maire de la ville, un passionné des animaux. Cette passion s'est perpétuée et avec elle, des mentions et prix, qui sont venus saluer les efforts incessants pour donner ses lettres de noblesse à l'entreprise et étendre sa réputation bien au-delà du Québec.

En 1991, le zoo de Granby reçoit le Mercure dans la catégorie Création publicitaire, entre autres, pour l'exposition organisée sur les dinosaures. L'année 2000 salue des années d'efforts couronnant le leadership visionnaire et le caractère unique de ses réalisations avec le prix Attraction Canada, remis dans le cadre du Grand Prix du tourisme du Québec. Le zoo est également finaliste pour un Mercure dans la catégorie Innnovation commerciale, avec le projet du Parc Aquatique. Pour sa part, Mario Limoges, l'instigateur du projet et directeur général du zoo de Granby, vient d'être nommé Personnalité marketing de l'année, décerné par l'Association Marketing de Montréal.

Le Parc aquatique Amazoo, qui a vu le jour en juin 1999, est plus qu'une simple addition aux activités offertes: «Il veut reconfigurer le produit et contribuer à changer notre marque de commerce, explique Mario Limoges. Nous avons subi une légère baisse de clientèle dans les années 90, il fallait recentrer le produit, améliorer notre stratégie marketing et allonger le temps et la fréquence des visites. Pour cela, il fallait trouver un concept ou non seulement on peut voir mais aussi faire des choses. «L'edutainment», un mouvement contemporain du marché touristique, qui allie l'éducatif et le ludique, semblait la solution».



Le projet du parc a nécessité un investissement de 6 M $. La campagne de publicité et son slogan «Moi, Je zoo», ont été déterminants dans l'histoire de l'entreprise. Les résultats sont là, 328 000 visiteurs en 1998, 454 311 l'année suivante: «Le nombre d'heures de visites a grimpé de 5,5 heures à 8 heures. La provenance des visiteurs hors-Québec (surtout Ontario, Canada et Nouvelle-Angleterre) qui était de 7,2%, est passée à 32,7%. Les retombées économiques sont de plusieurs millions de dollars pour les commerçants locaux»

Amazoo répond manifestement à des besoins réels, dans un marché touristique en perpétuelle effervescence. «Le client est moins constant qu'avant dans ses habitudes de loisirs, stimulé par une grande variété de divertissements rendue possible grâce à une plus grande mobilité et une information qui circule de plus en plus loin. Mieux informé, il est devenu très exigeant, nous obligeant à continuellement redéfinir l'imaginaire.»

226 espèces, plus d'un millier de spécimens, une vingtaine de spécialistes multidisciplinaires, 124 employés permanents dont 310 en saison forte et la participation à une dizaine de projets avec des universités américaines et canadiennes, voilà le nouveau zoo de Granby (le Grand bizou, comme disait récemment un touriste français qui cherchait son chemin en anglais...).

1999 Mercure
Contribution au développement économique et communautaire

1985-Action communautaire (soutien au sport amateur)

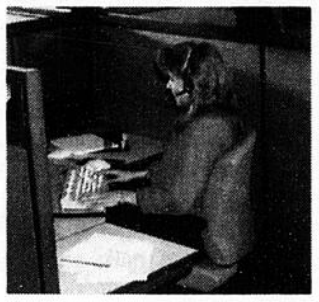
En région, le développement de l'autoroute de l'information du Québec passe inévitablement par Télébec

Fondée en 1969, Télébec dessert plus de 150 000 clients dans un immense territoire de 750 000 kilomètres carrés. Membre de la grande famille BCE, et reconnue comme un agent de développement économique majeur pour les régions périphériques québécoises, Télébec est la troisième plus importante entreprise de télécommunications au Québec.

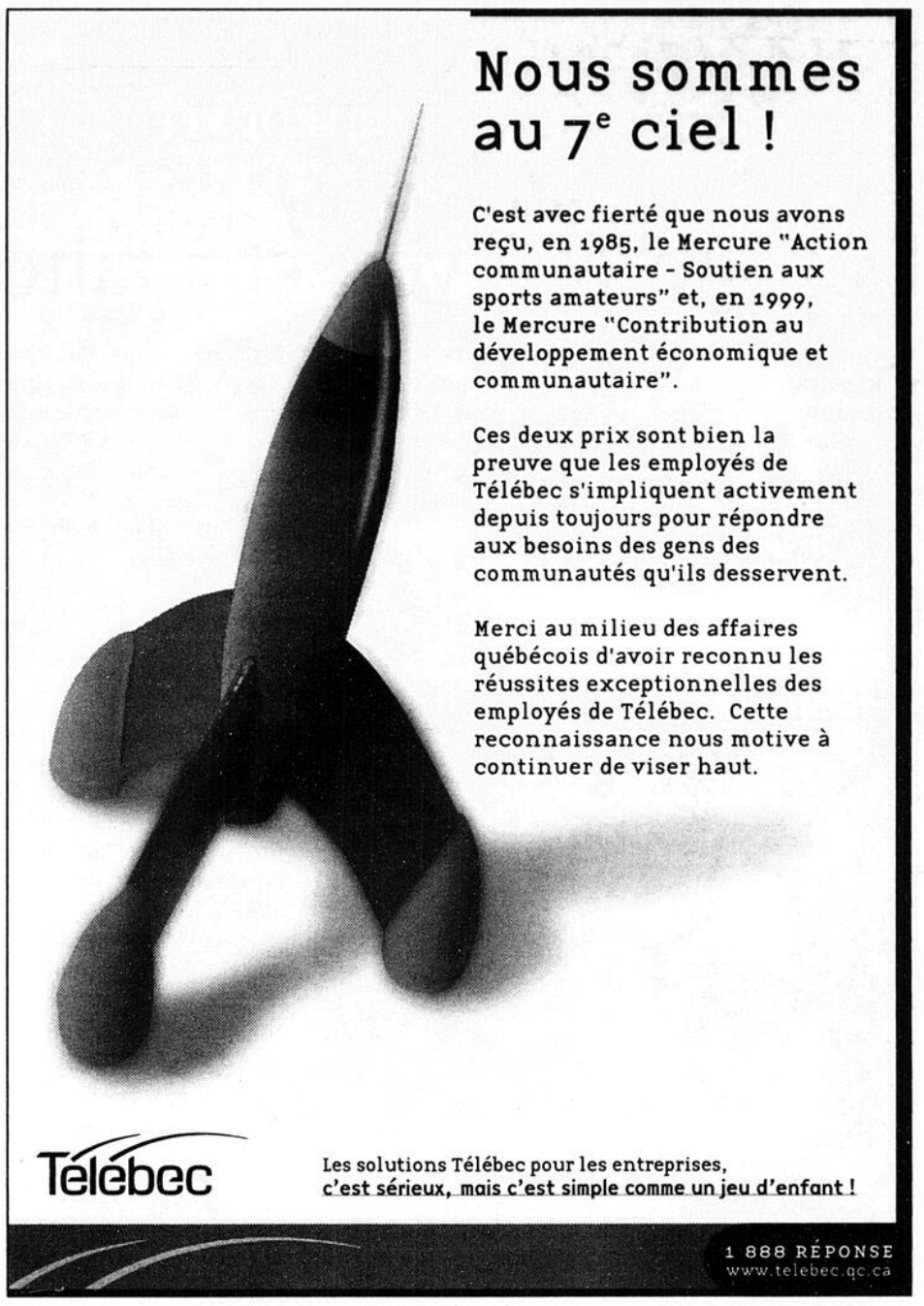
Vous retrouverez son nom sur la liste des lauréats des Mercuriades en 1985 pour la première fois, où elle avait remporté le Mercure Action communautaire (soutien au sport amateur). L'an dernier, elle gagnait à nouveau dans la catégorie Contribution au développement économique et communautaire. C'est le bureau régional Abitibi-Témiscamingue de Télébec qui avait été présenté aux Mercuriades par la Chambre de commerce et d'industrie du Rouyn-Noranda régional. «La performance de cette entreprise est telle au sein de sa communauté, écrivait le président de la Chambre locale, Jean-Yves Baril, que le jury lui a décerné l'Extra Contribution au développement régional, parmi plus de 60 candidatures.»

Télébec offre une gamme étendue de nouveaux produits qui n'ont rien à envier à ceux des métropoles. Elle déploie des efforts extraordinaires afin d'offrir aussi rapidement que possible à sa clientèle des régions périphériques les mêmes produits et services de télécommunications que ceux dont bénéficient les centres urbains. Depuis trente ans, les employés de ces mêmes régions posent un à un les jalons d'une entreprise dont la performance et les réalisations ne cessent de susciter la reconnaissance de sa propre clientèle aussi bien que de l'industrie.

C'est ainsi que de simple exploitant de services téléphoniques qu'elle était, Télébec s'est transformée petit à petit pour devenir, en l'an 2000, une véritable entreprise de services intégrés qui occupe une place de choix dans l'univers nord-américain des télécommunications. C'est pourquoi le développement de l'autoroute de l'information du Québec passe inévitablement par Télébec.



C'est également en partie grâce à l'aide constante de Télébec que des régions comme l'Abitibi-Témiscamingue peuvent bénéficier de soins et services spécialisés, qu'il s'agisse du service 911, qui a été implanté dans 36 villes et municipalités de la région, de télééducation ou de télémédecine. Télébec participe tout aussi activement au développement de l'inforoute québécoise de la santé, qui vise à relier les cliniques, les CLSC, les centres hospitaliers et les régies régionales.



1986 Mercure
Action Communautaire

Le Groupe LMB

Une présence soutenue dans la région

Le Groupe LMB est une entreprise de génie-conseil du Saguenay Lac Saint-Jean dont la fondation remonte à 1966. Leur implication dans la région a toujours été une préoccupation constante, entre autres, auprès des jeunes. C'est ainsi qu'en 1985, lors de l'année internationale de la jeunesse, LMB avait lancé le concours Relève 2000, invitant les jeunes, par le biais d'œuvres littéraires, à faire une réflexion sur la société. Le Groupe s'était mérité le prix Action Communautaire PME, lors des Mercuriades de 1986.

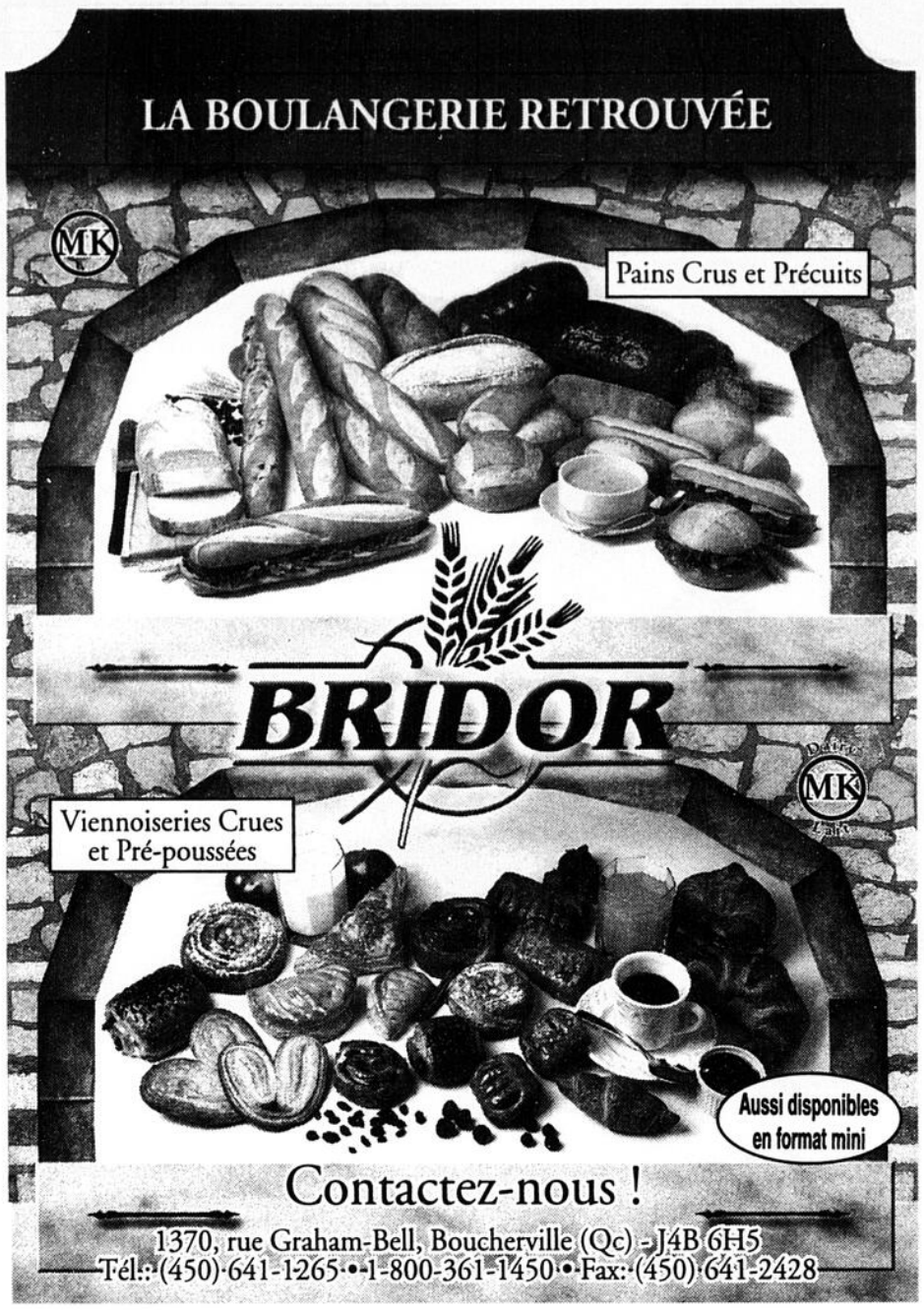
Cette firme d'experts-conseils est très active dans les projets industriels reliés à l'assainissement des eaux, l'aluminium et la transformation du bois. Elle a reçu il y a quelques années le prix d'excellence de l'Association québécoise des techniques de l'eau pour son projet de construction de l'usine d'épuration des eaux usées de la Ville de Jonquière. L'expertise et les ressources techniques de LMB lui ont permis, en outre, de contribuer à la réalisation de divers projets qui vont de la gestion de construction de routes et d'usines à la réalisation d'aménagements hydroélectriques en passant par la modernisation d'installations urbaines.

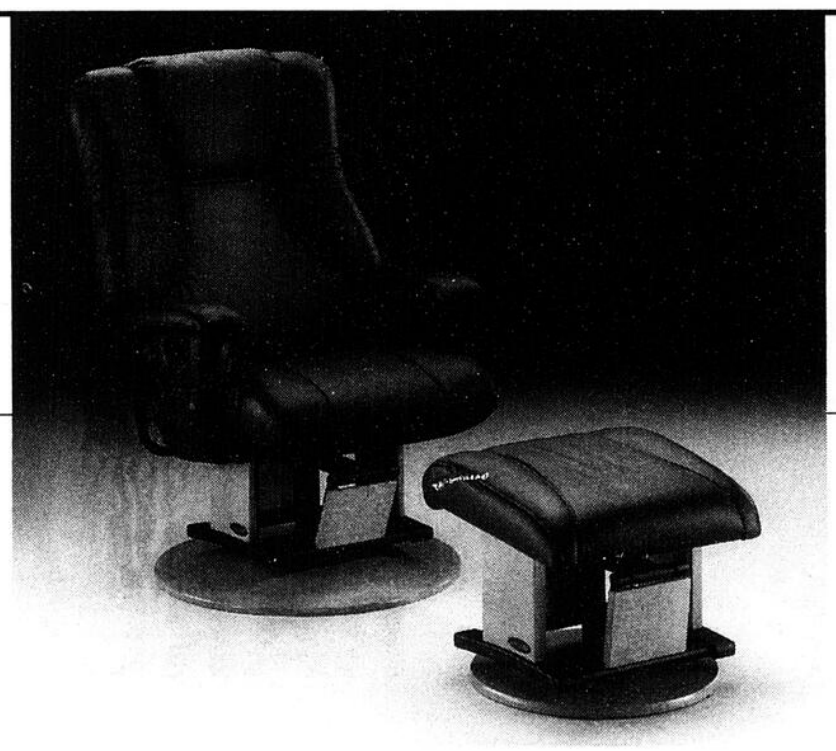
En 1992, LMB est devenue une division du Groupe RSW, tout en restant une entité à part entière. Fondé en 1970, par un groupe d'ingénieurs québécois possédant une vaste expérience dans la conception et la gérance de projets, RSW est un chef de file dans les secteurs de l'hydroélectricité et du transport d'énergie. L'entreprise compte à son actif plusieurs projets d'envergure dans une quarantaine de pays.

«Cette affiliation nous a donné accès à un large éventail de ressources techniques qui sont venues compléter notre expérience dans des champs d'activités comme la géotechnique, le transport d'électricité et les études sur l'environnement» explique le directeur du bureau de St-Félicien, Jean Leclerc.

Au fil des ans, LMB a élargi ses activités ailleurs au Québec, avec l'ouverture de bureaux à Québec, Montréal, Jonquière et Saint-Félicien. L'entreprise compte quelque 200 employés dont une centaine d'ingénieurs et de professionnels. En janvier dernier, le Groupe LMB a remporté un autre prix pour son apport à la création de 122 emplois sur le territoire de l'est du Québec.

«Le marché actuel est devenu plus difficile qu'autrefois. La clientèle est, à juste titre, exigeante et la compétition, plus forte que jamais. Une organisation comme la nôtre doit être à la fois flexible et dynamique, et doit savoir s'ajuster à des budgets serrés et des échéanciers de plus en plus courts. À ce propos, la règle d'or dans notre domaine, outre la qualité du travail, est le respect des échéanciers.»





Dutailier International inc. est un chef de file mondial dans le domaine de la conception, fabrication et de la commercialisation de fauteuils de détente résidentiels en bois et en métal.

En 1991, Dutailier qui comptait 300 employés, se méritait le Mercure Entreprise de Production pour son rythme de croissance extraordinaire et son essor à l'exportation.

Grâce au dynamisme et à l'engagement de ses 650 employés, qui ont à coeur l'innovation, l'entreprise compte aujourd'hui six usines dont quatre au Québec, une en Virginie, une à Londres (Royaume-Uni) et se démarque par une croissance constante depuis plus de 23 ans.

DUTAILIER INTERNATIONAL

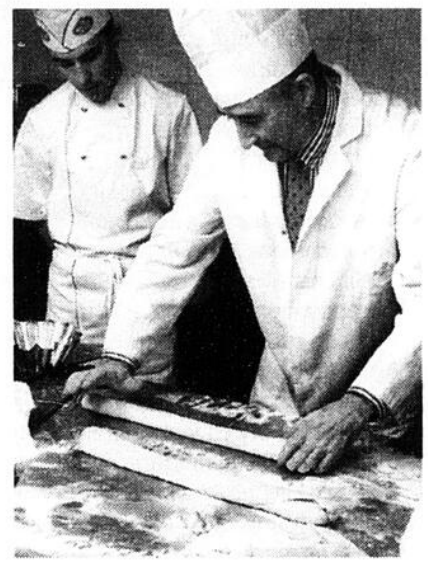
1994 Mercure
Entreprise agro-alimentaire

Les Produits Bridor

Artisan dans le produit, industriel dans la gestion

Artisan dans le produit, Industriel dans la gestion. Telle est la devise du fondateur français Louis Le Duff qui a mis à profit les techniques de gestion les plus modernes tout en intégrant les acquis d'une tradition séculaire pour bâtir son groupe. Cette recette a valu aux Produits Bridor, filiale du Groupe Le Duff, un Mercure Prix Agroalimentaire, catégorie PME, en 1994.

Bridor s'est imposée dès 1986 sur le tout nouveau marché de la viennoiserie fine ainsi que dans la boulangerie crue et précuite surgelée. Depuis, l'entreprise n'a cessé de croître, en agrandissant ses locaux situés dans le parc industriel de Boucherville et en embauchant du nouveau personnel. «De 75 employés nous sommes passés récemment à 200, dit le directeur général, Lionel Ladouceur. Et nous exploitons maintenant deux usines. Nous occupons une part de plus en plus grande du marché, notre volume d'affaires ayant quintuplé depuis nos premières activités au Québec.»



La qualité des produits Bridor reste sans conteste l'un des vecteurs essentiels de la réussite d'une entreprise qui a décidé de n'offrir que des produits haut de gamme. Le centre de recherche, basé en France, vise à améliorer constamment les recettes et voit à créer de nouveaux produits adaptés aux besoins du marché. Mais l'entreprise veut garder en même temps des procédés traditionnels, sans oublier les farines complètes rigoureusement sélectionnées et du beurre d'appellation contrôlé qui donne un goût si particulier: «Même dans le surgelé, nous pouvons respecter des recettes d'artisans...»

À l'époque, la production de Bridor était écoulée en totalité au Québec. Mais 35% part maintenant vers l'Ontario et les États-Unis. Les principaux clients? Surtout dans l'hôtellerie et la restauration, ainsi que les supermarchés et les dépanneurs. Chose certaine, depuis qu'elle a goûté à une partie du territoire américain, Bridor est prête à augmenter sa part du gâteau.

1991 Mercure
Entreprise de production

Dutailier, chef de file mondial dans un créneau très pointu : le fauteuil oscillant

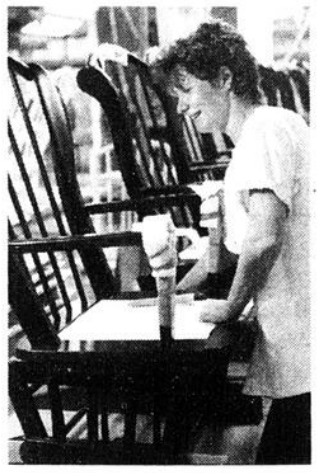
L'histoire de Dutailier est typique des «success story» qui ont contribué à donner leurs lettres de noblesse à l'entrepreneurship québécois: dans les années 70, Fernand Fontaine investit dans une petite ébénisterie. Un an plus tard, il décide de s'impliquer plus personnellement pour sauver sa mise.

Aujourd'hui, le chiffre d'affaires annuel de Dutailier dépasse les 75 millions de dollars, dont la plus grande partie est réalisée aux États-Unis. L'entreprise de St-Pie de Bagot est aujourd'hui le chef de file en commercialisation et fabrication d'ensembles de fauteuils et de tabourets oscillants.

Produites en 45 modèles différents chez Dutailier, les chaises berçantes de nos ancêtres sont aujourd'hui des modèles de design, en chêne, en érable, en métal ou alliant le bois et le métal. «Savez-vous quel est le créneau porteur actuellement dans notre industrie?» demande Fernand Fontaine, Président-directeur général. «Celui de la jeune maman. Cela dit, nous sommes aussi en train de développer une ligne de produits conçus pour les personnes âgées, chez elles ou en institution. On parlais jadis de fauteuils oscillants. Nous passons maintenant à l'ère du fauteuil de détente, qui pourrait également toucher les adeptes d'Internet, qui passent beaucoup de temps assis.»

Dutailier est la plus grande entreprise au monde dans ce créneau si pointu, dit Fernand Fontaine, que ce soit par son chiffre d'affaires ou en nombre d'employés: «Et nous sommes la seule dans notre secteur qui innove autant et qui enregistre des brevets. Notre équipe de recherche et développement est constamment à la recherche de nouveaux concepts.»

Dutailier a six usines et ateliers de fabrication ou d'assemblage au Québec, aux États-Unis et en Angleterre. Elle compte sur quelque 650 employés. Le Mercure gagné en 1991 soulignait ses efforts en production et en marketing:



«À l'époque, nous avions une croissance de 30 % à 35 % par année. Depuis, nous avons pénétré le marché européen et amélioré notre pénétration aux États-Unis. Le réseau Dutailier cible résolument les marchés internationaux.»

1999 Mercures
Entreprise de l'année / Marketing

Bains Ultra
Une PME qui influence un grand marché

Bains Ultra a décroché un Mercure dans la catégorie Marketing PME en 1999, en partie parce que le jury avait retenu la qualité de son plan d'action innovateur pour conquérir les marchés extérieurs. Au cours des trois dernières années, le chiffre d'affaires a triplé et le personnel a augmenté de 57%.

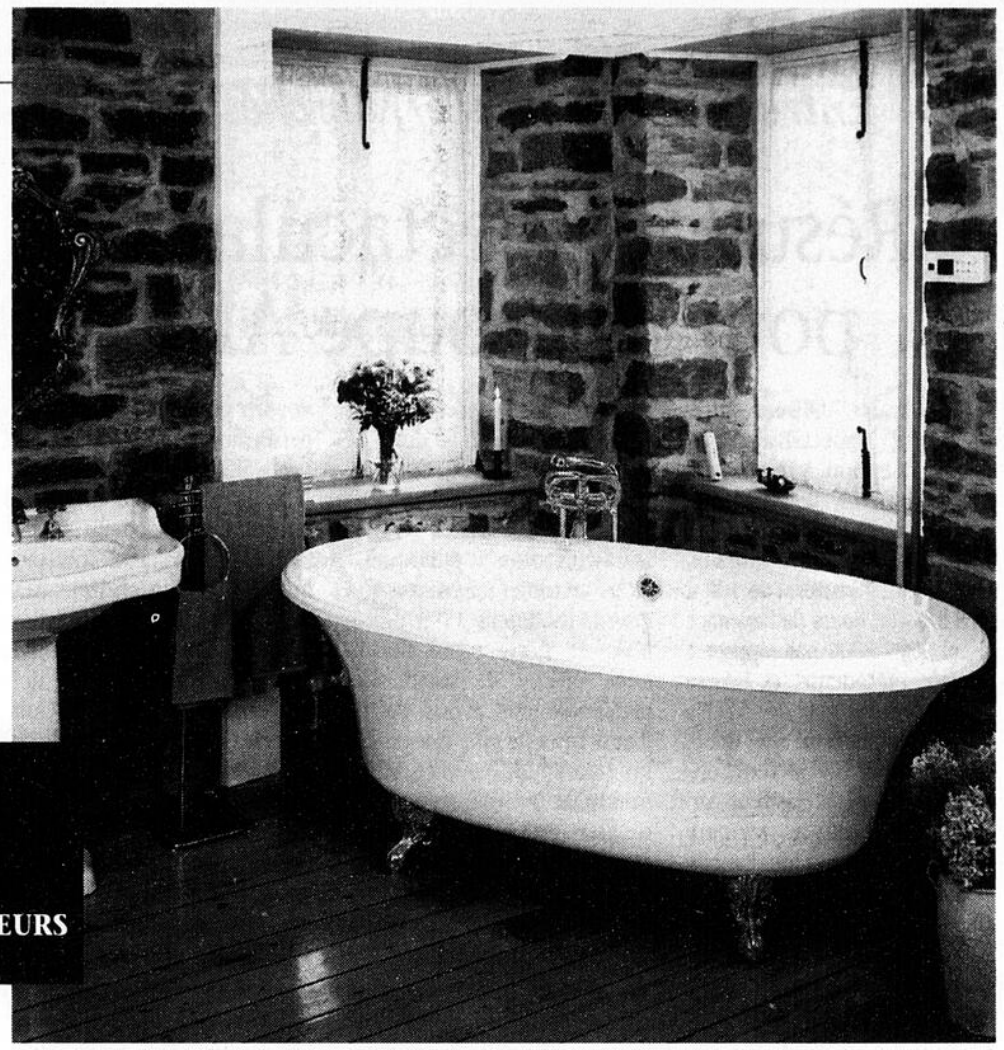
«Les efforts de l'équipe pour développer de nouveaux marchés, la qualité de nos produits et le développement de nouvelles technologies sont sûrement aussi responsables de notre succès» constate Valérie Parent, coordonnatrice au marketing.

Fondée en novembre 1977 par Pierre Brunelle, l'entreprise s'est faite connaître avec le Thermo-masseur, une baignoire thérapeutique à jets d'air, qui, au départ, devait servir avant tout d'outil thérapeutique dans le milieu institutionnel. Mais le succès de la formule en a fait également un produit grand public, surtout depuis 1988.

C'est avec l'aide financière du Fonds de Solidarité que l'entreprise a pu développer le marché canadien au début des années 90 et réussir une percée aux Etats-Unis, à tel point que les ventes outre-frontière représentent désormais plus de 60% du chiffre d'affaires. Depuis, une cinquantaine de nouveaux détaillants ont été autorisés et 125 personnes ont reçu la formation de vente.

L'usine, aux abords de Québec, fabrique à présent 40 modèles de baignoires. 20 000 unités sont vendues annuellement dans 450 points de vente en Amérique du Nord, surtout des magasins spécialisées: «Ces commerçants prennent le temps d'expliquer aux gens, contrairement aux magasins de grande surface, le fonctionnement du thermo-masseur et les bienfaits du massage, donnant même des suggestions sur les plantes thérapeutiques qui peuvent être combinées aux effets du massage,» explique Valérie Parent. La PME dessert également les hôpitaux et les instituts spécialisées.

Autrement dit, Bains Ultra est une petite entreprise qui influence un grand marché. «Les autres fabricants vendent des bains, alors que c'est un concept, une philosophie du bien-être et un service après-vente étoffé que nous offrons aux clients. Et nous nous distinguons de la concurrence par une utilisation judicieuse de l'air pour mettre l'eau en mouvement.»



Récemment, l'entreprise de 106 employés a dû aménager dans des locaux deux fois plus grands, passant de 25 000 à 50 000 pieds carrés. L'usine, qui a coûté quelque 50 millions $, dispose d'installations ultra-modernes qui permettront de développer de nouvelles technologies dont, entre autres, la chromothérapie.

Première entreprise manufacturière de baignoires à air en Amérique du Nord, Bains Ultra entend bien conserver longtemps son rang, au sein d'une industrie qui compte 35 fabricants de bains au Canada et 125 aux États-Unis.

1997 Mercure
Qualité totale

1995-Qualité totale

Groupe Télé-Ressources
La passion de sa profession

Johanne Berry ne compte plus les mentions d'excellence qu'elle a reçues au cours de sa carrière dont l'une des dates clés est liée, en 1985, à la création de Service Placement Télé-Ressources, qui est aujourd'hui l'une des filiales du Groupe Télé-Ressources.

Johanne Berry

Situé au centre-ville de Montréal, le Groupe compte quatre filiales qui offrent des services de placement spécialisés dans le soutien administratif, les emplois traditionnellement appelés cols bleus, l'impartition et le personnel de haute technologie. Pour son 15e anniversaire cette année, la PME s'offre une cinquième division en recrutement de cadres et professionnels, question d'offrir aux entreprises un clés en main complet dans le domaine du placement spécialisé.

En 1995 et 1997, l'entreprise a reçu le Mercure, Qualité totale/PME. Elle est encore en nomination cette année dans la catégorie Orientation clientèle/PME. En 1996, Johanne Berry a été honorée Femme de mérite par le YWCA. En 1994, elle se classait finaliste régionale du Prix canadien de l'Entrepreneuriat féminin, catégorie Qualité soutenue, pour ne nommer que ceux-là.

Mais les éloges ne s'arrêtent pas là. Un sondage réalisé récemment par la firme Léger & Léger révélait que la PME se classait bonne première au Québec sur 300 agences de placement. Ce type d'industrie est un maillon important de l'économie canadienne: on estime que les quelque 800 agences au Canada contribuent à l'économie pour environ un milliard de dollars chaque année.

Pour sa part, le Groupe Télé-Ressources a vu ses revenus augmenter de plus de 157% de 1995 à 1999. Le Groupe lui-même emploie directement quelque 65 personnes et en gère 1 000 à l'externe, dont 800 qui occupent des postes permanents. Au total, on parle de plus de 30 000 placements. «La clé de notre réussite, c'est la force de notre équipe. Chacun aide à satisfaire les besoins des sociétés clientes et à trouver les bons candidats. C'est un travail gratifiant car nous facilitons la tâche des employeurs et nous améliorons la qualité de vie des employés en les aidant à mieux planifier leur carrière.»

En 1996, la PME a reçu la certification ISO 9002, la seule entreprise du genre à l'avoir obtenu. Prochain défi: création d'un site web. «Il faut être à la fine pointe des technologies, mais, dans notre domaine surtout, un ordinateur ne remplacera jamais le contact humain.»

VOUS CHERCHEZ LA PERLE RARE?

Personnel de soutien administratif • Finances/Administration • Centre d'appels
Technologies de l'information • Assurance • Service à la clientèle • Ingénierie
Ressources humaines • Professionnels/Cadres • Industriel

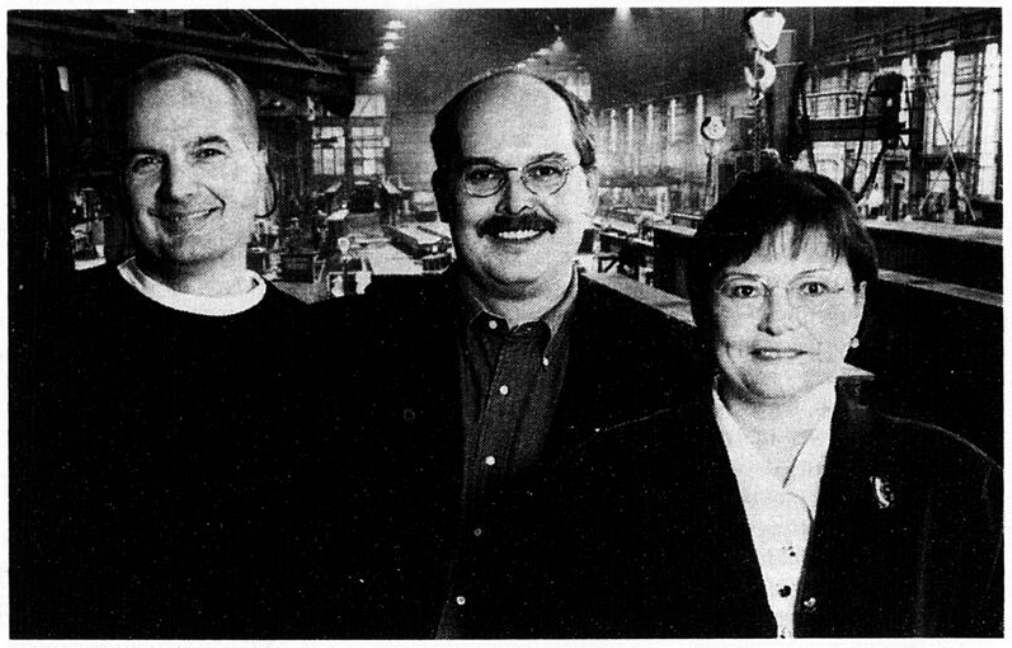
Groupe Télé Ressources
Votre partenaire de l'emploi

iso 9002
1997 Qualité Totale PME 1995
MERCURIADES MERCURIADES

2021, avenue Union, bureau 915, Montréal (Québec) H3A 2S9
T 514.842.0066 F 514.842.8797 E-mail : info@teleressources.com

1999 Mercures
Entreprise de l'année/Marchés extérieurs

Résultats spectaculaires pour le Groupe ADF


Pierre, Jean et Maryse Paschini.

Le Groupe ADF, une entreprise spécialisée en conception, ingénierie, fabrication et montage de charpentes métalliques et de métaux ouvrés architecturaux, a doublé ses ventes - de 108 à 218 M$ - au cours de l'exercice fiscal 1999-2000 par rapport à l'année précédente, et haussé son bénéfice net de 31 %. Excellente performance, donc, pour l'entreprise de Terrebonne qui, il y a tout juste un an, avait remporté le Mercure Grande entreprise de l'année précisément pour son dynamisme.

«Cette augmentation de notre chiffre d'affaires provient surtout de nos activités américaines», indique Jean Paschini, président du conseil et chef de la direction. Les revenus réalisés aux États-Unis se sont en effet accrus de 159 % pour atteindre les trois quarts de ses ventes totales, comparativement à 58 % l'an dernier. La majeure partie de cette croissance a été effectuée dans de nouveaux créneaux, dont les édifices en hauteur, les installations aéroportuaires et les infrastructures publiques.» Nous sommes présents aux États-Unis depuis 1993 par le biais de notre usine floridienne, précise M. Pascini. Cependant, nous avons décidé l'an dernier de faire une percée importante de ce côté et de multiplier les soumissions. Les résultats ne se sont pas fait attendre !»

ADF travaille en effet sur des chantiers au Texas, à Boston, à Memphis, à Philadelphie et sur un gratte-ciel de 45 étages à New York. Elle vient tout juste de signer un contrat de 60 M$ pour l'érection de la structure du stade des Lions de Détroit.

Avec un tel rythme, il n'est donc pas étonnant que l'entreprise soit passée de 135 employés en 1995 à plus de 1 500 aujourd'hui: «Et nous prévoyons embaucher 500 autres personnes d'ici la fin de l'année!» affirme M. Pascini.

Le carnet de commandes fermes s'élève actuellement à 350 M$, soit deux fois plus qu'à pareille date en 1999. ADF est en phase de négociation pour des contrats additionnels totalisant 1,1 milliard de dollars canadiens aux États-Unis, dans les Antilles, en Algérie, au Pérou, au Moyen-Orient et en Europe. Elle s'intéresse également à la Chine et aux pays de l'ex-Bloc de l'Est. «L'industrie de la construction demeurera toujours sensible aux soubresauts de l'économie, explique M. Paschini. En diversifiant nos sources de revenus, on s'assure de déjouer les récessions.»

Pour absorber cette poussée de croissance, ADF a récemment agrandi son usine de Terrebonne de 200 000 pieds carrés, et prévoit en construire une toute nouvelle bientôt aux États-Unis, qui sera spécialisée dans la fabrication de structures assemblées lourdes. L'entreprise met beaucoup d'efforts sur la formation de son personnel, un processus continu vue la quantité de nouveaux arrivants chaque mois.

Pour financer son expansion, le Groupe ADF a procédé à son premier appel public à l'épargne en juillet dernier, sous le symbole: DRX. Les 30 M$ recueillis ont été consacrés à l'augmentation du fonds de roulement, à l'acquisition d'immobilisations et à la diminution de l'endettement.

Les trois membres de la famille Paschini (Marise, la vice-président exécutive, Pierre, le président et chef de l'exploitation, et Jean) contrôlent 70 % des actions et 97 % des droits de vote. Le Fonds de solidarité de la FTQ détient quant à lui un bloc de 8 %. Au total, une quinzaine d'autres joueurs institutionnels ont investi dans l'entreprise.

Le Groupe ADF a figuré en 1999 parmi les 50 entreprises les mieux gérées au Canada, du nom d'un concours annuel organisé par le Groupe Mallette Maheu et Arthur Andersen, en association avec Canadien International, Bell Canada et le Financial Post.

Grand Prix de l'Entrepreneur 1999
décerné à
Marise, Pierre et Jean Paschini
dirigeants de Groupe ADF inc.
CATÉGORIE
FABRICATION - GRANDES ENTREPRISES

ADF Groupe Inc.

1999 MERCURIADES Lauréat Entreprise de l'année GRANDE ENTREPRISE

1999 MERCURIADES Lauréat Marchés extérieurs GRANDE ENTREPRISE

L'entrepreneurship, une question de détermination, d'efforts, de partenaires ... et de compétences

Certifications

ISO 9001

Institut canadien de la construction en acier

American Institute of Steel Construction

Chef de file de renommée internationale dans la conception l'ingénierie, la fabrication et le montage de charpentes métalliques complexes

Guichet unique de services intégrés pour les projets de grande envergure et de haute complexité

Aéroports
Tours à bureaux
Complexes industriels
Ponts et infrastructures publiques
Installations sportives et récréatives

Groupe ADF inc.

www.adfgroup.com
info@adfgroup.com

300, Henry-Bessemer
Terrebonne (Québec)
Canada J6Y 1T3

Tél. : (450) 965-1911
(800) 263-7560
Fax : (450) 965-1142

Bourse de Toronto : DRX

L'une des plus grandes entreprises nord-américaines de services en technologies de l'information

CGI poursuit son expansion sur les marchés mondiaux

Lorsqu'elle a obtenu le mercure Entreprise de l'année en 1992, CGI avait déjà tous les atouts en main pour devenir un des leaders dans son domaine. Avec un chiffre d'affaires de 1,4 milliard de dollars en 1999, CGI fait maintenant partie des dix plus grandes entreprises nord-américaines de services en technologies de l'information (TI). Entre 1998 et 2000, le nombre d'employés a plus que triplé, passant de 3 000 à quelque 10 000.

Paule Doré, vice-présidente exécutive, Affaires corporatives.

Paule Doré, vice-présidente exécutive, Affaires corporatives, constate que l'entreprise fait face à un impératif de croissance et de taille critique: «L'entreprise doit croître pour être en mesure de réaliser les contrats représentant les défis les plus intéressants. En outre, nous devons combler les nombreuses demandes de services en impartition. Des entreprises font appel à nous pour combler des besoins dans des créneaux très pointus. Ces derniers temps, nous avons même intégré à nos propres équipes le personnel de certains clients.»

1987: André Imbeau, CGI, Mme Jean Bernard, vice-présidente, Personnel, Bell Canada, Serge Godin, président, Groupe CGI.

CGI a été, en 1993, la première entreprise des TI en Amérique du Nord a obtenir la certification ISO 9001. «Je crois que notre entreprise est reconnue pour son sens de l'entrepreneurship et la qualité de sa gestion. CGI a toujours su saisir les opportunités et développer une vision d'entreprise orientée vers le client.» Ces éléments se traduisent par le développement d'une offre de services en TI complète pour la moyenne et la grande entreprise comprenant les services conseils, l'intégration des systèmes et l'impartition.

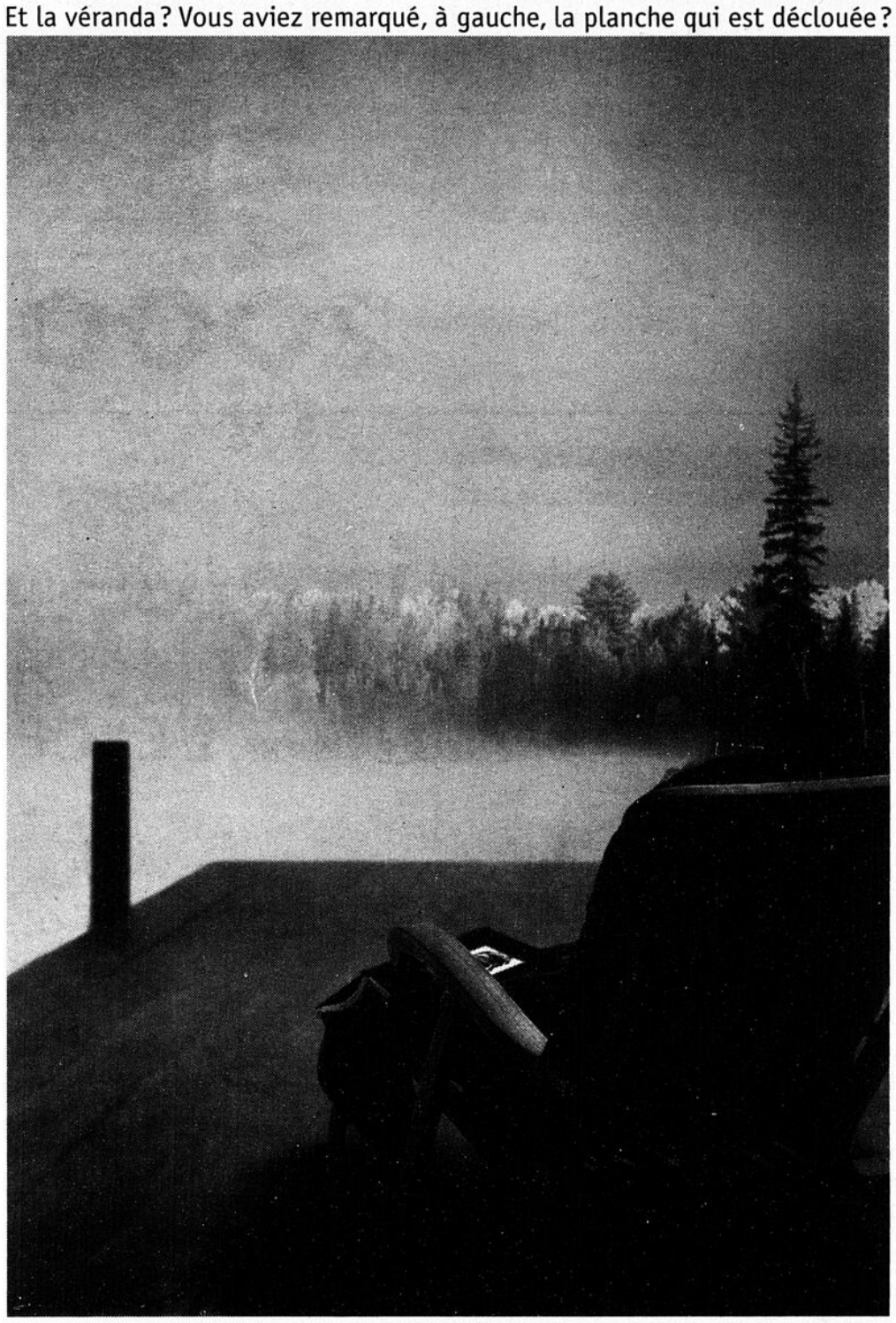
Par ailleurs, au fil des ans, la compagnie s'est spécialisée dans cinq grands secteurs clés, les télécommunications, les finances, le service manufacturier, les services publics et les services aux gouvernements. Bien entendu, CGI est très active également dans tout ce qui est relié aux affaires électroniques, activités qui contribuent à 20 % de son chiffre d'affaires.

La qualité de sa gestion se traduit, entres autres, par la croissance régulière du chiffre d'affaires. Autre signe positif, un taux de roulement du personnel relativement bas, de l'ordre de 10 % comparativement à une moyenne de 30 % dans ce secteur de l'économie: «Cette «fidélité» du personnel, observable à tous les niveaux de l'entreprise, est probablement due à la fois à la qualité des défis professionnels et à la culture même de l'entreprise. Bénéficiant d'un programme d'achat d'actions, les employés sont de véritables entrepreneurs au sein du Groupe.»

Cotée sur les bourses canadiennes et américaines, CGI bénéficie non seulement d'actionnaires de taille comme BCE, mais également d'actionnaires étrangers qui possèdent 20 % du portefeuille: «C'est à la fois un signe de confiance en l'avenir et un gage de crédibilité, puisque les actionnaires étrangers contribuent à nous faire connaître sur certains marchés.»

Et l'avenir? La croissance de CGI (4 milliards $ prévus en 2002), se poursuivra sur les marchés étrangers, où l'entreprise est déjà très active dans 23 pays. Le marché potentiel des États-Unis est de quelque 600 milliards $US, celui de l'Europe de quelque 500 milliards. Le marché canadien est de l'ordre de 52 milliards.

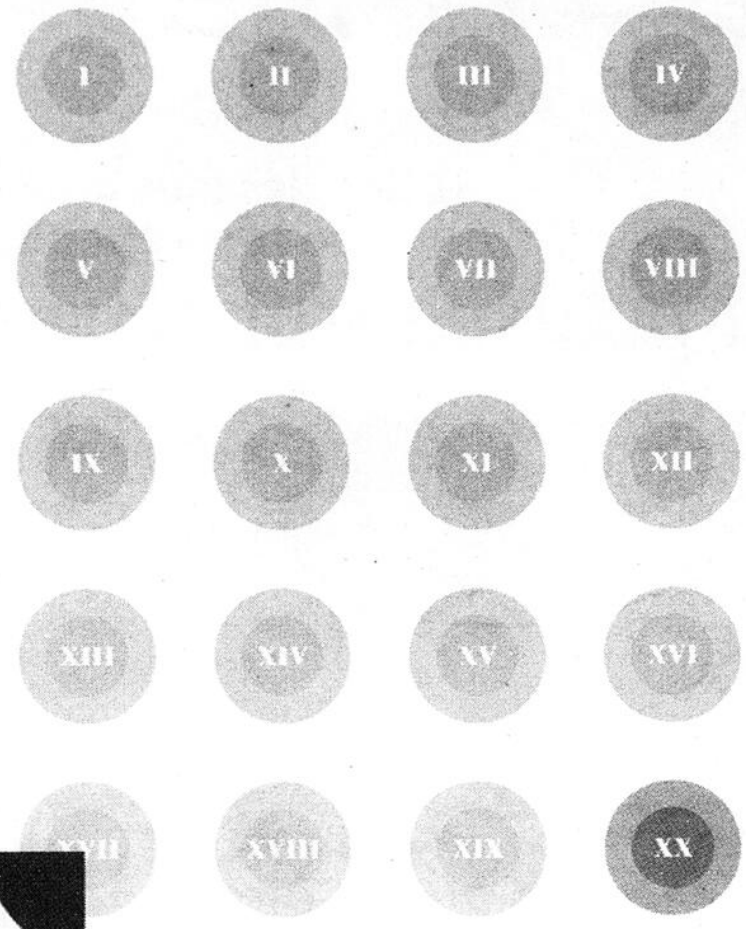
TROUVEZ L'ERREUR. Pour un conseiller de CGI, ce n'est pas un problème. Cela nous vient de notre souci du détail. On n'a pas le choix. Nos 2 500 clients exigent que nos services en technologies de l'information répondent rigoureusement à leurs besoins. C'est sans doute le secret de leur fidélité. Et la véranda? Vous aviez remarqué, à gauche, la planche qui est déclouée?



CGI

La précision est de rigueur.

Services-conseils/Intégration de systèmes/Gestion de fonctions informatiques/TSE:GIB.A/NYSE:GIB/www.cgi.ca



20 ANS
MERCURIADES
2000

PLUS DE 1200 ENTREPRISES FINALISTES...

PLUS DE 300 ENTREPRISES LAURÉATES...

UNE SEULE VISION, L'EXCELLENCE

L'ULTIME RECONNAISSANCE DEPUIS 20 ANS

LE CONCOURS DE LA

CHAMBRE DE COMMERCE
DU QUÉBEC

PARTENAIRES DE L'ÉDITION 2000

ALCAN

Bell
En affaires, il n'y a que des solutions.

Québec
Agence de l'efficacité énergétique

CRIQ

Développement économique Canada
Canada Economic Development
Canada

Développement des ressources humaines Canada
Human Resources Development Canada
Stratégie emploi jeunesse
Youth Employment Strategy

Fidèles partenaires depuis 20 ans

Québec
Emploi-Québec

Groupe Everest

Hydro Québec

Investissement Québec

Les AFFAIRES

Québec
Ministère des Régions

Netgraphe

RDI