

5888 con

LEADERSHIP Montréal

DÉCEMBRE 2001/JANVIER 2002

VOLUME 4

NUMÉRO 9

Une publication du Réseau du Leadership métropolitain



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

World Trade Centre
Montréal



Institut du commerce électronique
Electronic Commerce Institute

NOTE DE LA
REDACTION

page 3

PARTENAIRES

pages 7, 13, 15, 17

AGENDA

page 17

DOSSIER

Environnement : quoi de neuf ?

PAGE 4

PROFIL

Pierre-Marc Johnson ou comment
réconcilier le commerce et le
développement durable

PAGE 10



MERCK FROSST

Découvrir toujours plus.
Vivre toujours mieux.

LA REPRÉSENTATION DES FEMMES DANS LES CONSEILS D'ADMINISTRATION DES ENTREPRISES ET INSTITUTIONS UN ATOUT • UNE FORCE • UN INCONTOURNABLE ÉGALITÉ 2005... À VOS MARQUES ! PRÊTES...

PAR NICOLE RANGER, DIRECTRICE DU PROJET ÉGALITÉ 2005



Afin de soutenir la promotion des femmes dans les conseils d'administration, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain a mis sur pied le projet Égalité 2005 avec la participation financière du Secrétariat à la condition féminine du Québec, de Santé Canada et de Condition féminine Canada. Aujourd'hui, je suis fière d'annoncer que le Fonds Jeunesse Québec accordera une aide financière pour l'embauche à temps plein d'une jeune adjointe administrative pour une première expérience de travail. Le projet Égalité 2005 travaille en association avec le Forum Jeunesse de l'île de Montréal, la Jeune Chambre de commerce de Montréal de même que le Conseil régional de développement de l'île de Montréal et son comité

«Femmes et développement régional».

FAIRE FACE À LA PÉNURIE APPRÉHENDÉE D'ADMINISTRATEURS

Il semblerait que la redoutée pénurie des ressources humaines prévue dans les 10 prochaines années ne touche pas que la fonction publique, mais aussi les hautes sphères de l'activité économique. En effet, au cours d'un entretien accordé à M. Gérard Bérubé, du quotidien *Le Devoir*, en juin dernier, Mme Guylaine Saucier, annonçait que «le tiers des membres du conseil d'administration des entreprises présentement inscrites en Bourse prendront leur retraite dans trois ans. Et il y a la volonté de la Commission des valeurs mobilières de l'Ontario d'exiger que les fonds d'investissement soient dotés d'un conseil d'administration. Il va y avoir une rareté d'administrateurs.»¹

Bien que critique, la situation est très

favorable à une augmentation significative de la présence des femmes sur les conseils d'administration d'entreprises et d'institutions. Dans la nouvelle économie, l'apport des femmes est notoire, surtout lorsque l'on considère que plus de 60 % des diplômés universitaires sont des femmes, de même qu'elles représentent le tiers des entrepreneurs et aussi 24 % des membres de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain. Pour que cette conjoncture soit favorable aux femmes, il importe que de nouvelles façons de faire régissent le recrutement des membres des conseils d'administration et que les vieilles attitudes soient modifiées afin de mettre de l'avant l'expertise et la compétence et de redresser le déséquilibre entre la représentation des hommes et des femmes.

AVEZ-VOUS CE QU'IL FAUT ?

Depuis les débuts du projet Égalité 2005, j'ai réalisé une quarantaine d'entrevues auprès de nombreuses femmes et d'administrateurs de grandes entreprises au cours desquelles j'ai cherché à savoir quelles sont les habiletés requises pour siéger à des conseils d'administration. Voici la liste des prérequis, qualités et habiletés qu'on a mentionnées (sans ordre prioritaire) :

PRÉREQUIS :

- Posséder un bon réseau pour se faire connaître
- Avoir une compétence reconnue
- Posséder une expérience variée
- Avoir une vision d'affaires d'administrateur
- Avoir confiance en soi
- Savoir «piler» sur son ego
- Posséder un bon jugement

QUALITÉS :

- Disponibilité
- Honnêteté
- Diplomatie
- Créativité
- Sens de l'équité
- Curiosité
- Souplesse
- Discrétion
- Ouverture d'esprit

HABILETÉS :

- Lire rapidement et efficacement
- Avoir une capacité d'analyse et de synthèse
- Réfléchir rapidement
- Savoir exprimer sa pensée clairement
- Savoir obtenir la parole au bon moment

Je tiens à remercier toutes les personnes qui ont accepté de me rencontrer de même que les membres du conseil d'administration de la Chambre, pour leurs judicieuses recommandations.

FEMMES ET ENTREPRISES À L'HONNEUR

La Chambre félicite :

Mme Isabelle Adjahi, directrice, Relations avec les investisseurs d'Axcen Pharma inc. Elle a été élue présidente de l'Institut canadien de relations avec les investisseurs (CIRI), section du Québec, pour 2001-2002. Le CIRI est un organisme professionnel sans but lucratif composé de cadres et de professionnels en relations avec les investisseurs responsables des communications entre des sociétés ouvertes, les investisseurs et la communauté financière. Le mandat de CIRI est de répondre aux besoins de formation et de développement professionnel de ses quelque 750 membres à travers le Canada. Les services offerts par CIRI incluent des sondages auprès des membres, des modèles et conseils portant sur les politiques de divulgation

¹ «Pénurie appréhendée d'administrateurs» *Le Devoir*, le 14 juin 2001, p. B-1 et B-4.

Une gestion
intégrée et durable
de l'eau

La gestion
environnementale
des activités agricoles

La lutte contre les
changements
climatiques

La protection
et la réhabilitation
des sols

La saine gestion
des matières
résiduelles

La conservation de la
diversité
biologique



«DES DÉFIS QUI NOUS RAPPROCHENT,
DES RESPONSABILITÉS À PARTAGER»

Environnement
Québec

[DES BASES SOLIDES + UNE RÉFLEXION STRATÉGIQUE + UNE ADHÉSION VÉRITABLE]
UNE DÉCISION ÉCLAIRÉE

ABONNEZ-VOUS GRATUITEMENT
À NOTRE BULLETIN EN LIGNE

www.yles.ca

(514) 990 2105



YLES & ASSOCIÉS

SPÉCIALISÉ DANS LES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIAUX

QUESTION BUDGET, LA CHAMBRE SE FAIT ENTENDRE

Le mois de novembre aura été le mois des budgets à Montréal et la Chambre a profité du passage de la ministre Marois à sa tribune pour lui faire savoir que les mesures d'urgence qu'elle avait prévues n'étaient pas tout à fait suffisantes pour les entreprises de Montréal.

Le deuxième budget provincial de l'année, présenté le 1^{er} novembre dernier, devait être une révision budgétaire permettant la mise en place de mesures d'urgence pour contrer les effets néfastes qu'ont eu les événements du 11 septembre sur l'économie québécoise. En raison de sa structure industrielle, la région métropolitaine a été particulièrement touchée par ces événements, ce qui nécessitait, selon nous, des mesures immédiates et spécifiques pour sa relance économique. La Chambre a donc fait savoir à la ministre que ce qu'elle avait annoncé aurait dû inclure davantage de mesures d'appui à la compétitivité des entreprises métropolitaines, notamment en matière d'exportation et de fiscalité. Le message semble avoir été reçu, car dans sa conférence au déjeuner-causerie du 8 novembre dernier, Mme Marois annonçait qu'elle se pencherait dès maintenant sur des moyens visant à stimuler les exportations québécoises, dont 70 % proviennent de la région métropolitaine. Soucieuse du rayonnement économique de la région de Montréal sur le reste du monde, la Chambre suivra de près ce dossier.

Le 19 novembre dernier, c'était au tour de Mme Monique Lefebvre, présidente du comité de transition de Montréal, de présenter le budget de l'an 1 de la nouvelle ville de Montréal. Malgré que les grandes lignes nous aient été dévoilées dans son allocution au petit déjeuner «Perspectives nouvelles», quelques jours auparavant, nous avons encore trop peu de détails pour pouvoir le commenter maintenant. C'est à suivre...

DANS CE NUMÉRO

La question environnementale est très vaste. Impossible d'en aborder tous les aspects en deux pages. Mais le portrait qu'en fait notre journaliste Rémi Thibault est des plus intéressants. Il a réalisé une entrevue avec M. André Boisclair, ministre québécois de l'Environnement, et nouvellement nommé ministre responsable de l'Eau, sur la politique du gouvernement du Québec en matière de traitement des eaux et de programmes d'infrastructures, entre autres.

Comme suite logique au Dossier sur l'environnement, il était tout indiqué de présenter une vision internationale de la question : Joëlle Ganguillet a rencontré pour nous Pierre-Marc Johnson, avocat, médecin, député, ministre et Premier ministre du Québec... et intéressé par les questions environnementales, le développement durable, et la coopération internationale, en plus d'être négociateur auprès des Nations Unies. Notre journaliste a réussi à l'interviewer... entre deux avions !

Nos collaborateurs réguliers sont également au rendez-vous : Info entrepreneurs, avec une proposition d'outils conviviaux pour aider à planifier le démarrage d'une petite entreprise... compréhensible et facile d'accès. L'Institut du commerce électronique, pour sa part, y va d'une réflexion sur la formation des ressources humaines en Technologies de l'information, de même qu'un quatrième article sur la création d'un site Web. Après avoir exploré divers aspects d'un tel projet, il est maintenant temps d'en faire la publicité et la promotion : une suite intéressante pour qui songe à créer un site d'entreprise.

Quant à Montréal TechnoVision, il nous rappelle que malgré la rationalisation majeure effectuée dans le secteur des dot.com, les efforts doivent être concertés pour maintenir le cap, même si la réalité a changé en peu de temps. La croissance est moins forte que prévue, mais elle demeurera soutenue.

La force et la mission de Montréal International est d'attirer des investissements étrangers à Montréal. L'organisme nous propose un nouveau cahier détachable : il est question, entre autres, de l'arrivée récente du Monde Club Med World à Montréal fraîchement installé dans un bâtiment unique, là où se trouvait l'ancien cinéma Loews, de même que de la façon dont les liens se sont tissés entre Club Med de France et les conseillers de Montréal International.

La chronique Égalité 2005 – qui en est à sa 4^e parution – suscite beaucoup d'intérêt. Dans le numéro de décembre, Nicole Ranger parle de la pénurie appréhendée d'administrateurs dans la foulée de la pénurie des ressources humaines qui se pointe dans les 10 prochaines années... une situation qui favorise l'augmentation de la présence des femmes sur les conseils d'administration d'entreprises et d'institutions. Elle présente également quelques unes des femmes qui ont fait leur marque en plus de proposer un atelier de maîtrise de techniques de communication.

TOUT NOUVEAU !

Ce mois-ci, le World Trade Centre Montréal publie, dans nos pages, un cahier détachable sur le thème «Environnement et exportation». Il y est question de développement et d'une «mondialisation» de la conscience environnementale de même que des perspectives d'affaires dans ce domaine pour nos PME et notre secteur public qui savent faire.

BONNE LECTURE !

Le conseil d'administration, la direction et le personnel permanent souhaitent aux membres et amis de la Chambre une période des fêtes des plus réjouissantes, et que ce temps d'arrêt, soit pour tous un moment privilégié. ■

Publié par le Réseau du leadership métropolitain

LEADERSHIP
Montréal

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

Président
Guy Fréchette

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

Collaborateurs
Linda Bergeron
Charles Bourgeois
Joëlle Ganguillet
Françoise Mommens
Nicole Ranger
Rémi Thibault

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

Publicité
Johanne Gagné
Réginald Godin

Design et production
Talengo Design inc.

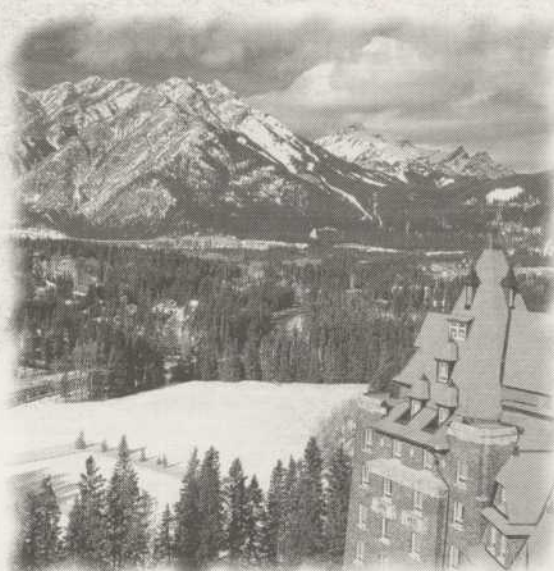
Impression
Imprimeries Transcontinental inc./
Division Transmag

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

Photo de la couverture :
Mario Beauregard

ISSN 1480-4638

Dépôt légal
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada



Pour ceux qui croient au respect de l'environnement

Aujourd'hui, la responsabilité environnementale est une des priorités des chefs d'entreprise. Le Groupe-conseil de la BDC peut aider votre entreprise à se conformer aux normes ISO 14 000 et, du même coup, à réduire l'impact environnemental de vos activités, à diminuer vos coûts et à projeter une image positive de votre entreprise au pays et à l'étranger.

La BDC offre également une gamme complète de produits financiers capables de soutenir vos stratégies de croissance et de vous aider à livrer concurrence sur tous les marchés.

Pour des services financiers novateurs et des services de consultation axés sur les résultats, contactez-nous dès aujourd'hui!

Canada 1 888 INFO BDC / www.bdc.ca

Banque de développement du Canada
EXCLUSIVEMENT AU SERVICE DES PME



DOSSIER ENVIRONNEMENT : QUOI DE NEUF ?

Par Rémi Thibault

UNE INDUSTRIE AUX MULTIPLES FACETTES

Selon le Comité sectoriel de la main-d'œuvre de l'environnement, l'industrie regrouperait plus de 700 entreprises de biens et de services. Elles oeuvrent principalement dans le domaine de la protection de l'environnement, un secteur où les interventions sont multiples et qui fait appel à une main-d'œuvre qualifiée. Selon le Conseil canadien des ressources humaines de l'industrie de l'environnement (CCRHE, 1999), 55 % des spécialistes de l'environnement ont une formation universitaire et 45 % détiennent un diplôme d'études professionnelles ou collégiales. Techniciens, formateurs, ingénieurs, géologues, toxicologues, aménagistes, gestionnaires et opérateurs sont engagés à harmoniser le développement de notre société et de nos milieux de vie.

L'industrie comprend le domaine des services professionnels (SNC-Lavalin, Dessau Soprin, Tecsalt, etc.), des services d'exécution (Matrec, Onyx, etc.) ou des équipements spécialisés (John Meunier, Farr, etc.). Pour les autres industries, la montée des législations plus contraignantes ont entraîné l'embauche de personnel spécialisé. Du côté des administrations publiques, des spécialistes travaillent dans des domaines comme l'assainissement des eaux ou la gestion des matières résiduelles.

RÉPARTITION DES SPÉCIALISTES DE L'ENVIRONNEMENT PAR SECTEURS D'EMPLOI

Industrie de l'environnement	44 %
Autres industries	23 %
Administrations publiques	24 %
Organismes non gouvernementaux/associations	5 %
Éducation	3 %
Santé	1 %

Source : CCRHE, 1999

EAU POTABLE : NOUVEAUX INVESTISSEMENTS EN INFRASTRUCTURES ?

«Une responsabilité municipale» affirme le ministre d'État à l'Environnement et à l'Eau, M. André Boisclair, qui reconnaît que le nouveau règlement sur l'eau potable touche davantage les petites municipalités que Montréal.

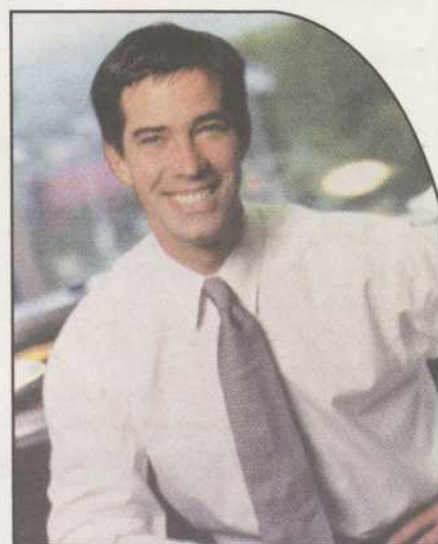
REMANIEMENT MINISTÉRIEL

Parmi les quatre grands secteurs de l'industrie environnementale : l'eau, l'air, les matières résiduelles et les sols contaminés, l'eau occupe une place à part. D'abord pour son rôle fondamental en santé publique. Mais aussi pour la valeur stratégique de cette ressource.

Au moment d'écrire ces lignes, les responsabilités du ministre de l'Environnement ont été élargies à l'élaboration et à l'implantation d'une politique sur

la gestion de l'eau de même qu'à la coordination des ministères et organismes impliqués. (L'entrevue a eu lieu avant le mini-remaniement ministériel.)

L'utilisation de l'eau fait déjà l'objet de débats passionnés dans l'opinion publique. Avec moins de 0,001 % de la population mondiale, le Québec dispose de 3 % des réserves mondiales d'eau douce. En 2000, l'eau faisait l'objet d'un rapport du BAPE intitulé *L'eau, ressource à protéger, à partager et à mettre en valeur*. C'est précisément dans le secteur du traitement des eaux usées municipales que l'industrie québécoise de l'environnement a pris son essor dans les années 80, avec le Programme d'assainissement des eaux du Québec (PAEQ). Une réussite.



M. André Boisclair,
ministre d'État à l'Environnement

Après 22 ans d'efforts et 7 milliards de dollars, tous les centres urbains du Québec sont raccordés à l'un des 880 réseaux d'égouts municipaux branchés à 560 stations d'épuration traitant un volume d'eaux usées équivalant à deux fois le Stade Olympique... chaque jour. Au début du programme, moins de 2 % de la population, desservie par un égout, était rattachée à une station d'épuration. Aujourd'hui, c'est 98 % des eaux municipales qui sont traitées. En vingt ans, une vaste expertise a été développée au sein des fournisseurs québécois dans ce secteur.



Eaux usées, gestion des déchets, pneus hors d'usage, gaz à effets de serre... de gros enjeux pour l'industrie environnementale et les administrations publiques.

RÉSEAU MONTRÉALAIS

Il demeure que, selon les études, les pertes d'eau dans le réseau montréalais (l'ancienne ville) peuvent atteindre 40 % à 50 % de la production. Selon le rapport du BAPE, entre 1980 et 1997, 1,4 G\$ a été investi dans la station d'épuration et les réseaux d'intercepteurs. La capacité de pompage de la station d'épuration, à 2 500 000 m³ par jour, est la plus élevée en Amérique du Nord (un Stade Olympique). On traite beaucoup, beaucoup d'eau. Quel est l'état du réseau ? Au fond, personne ne le sait exactement. Les interventions se font à la pièce (voir plus loin).

«Il y a un enjeu de fond qui est bien connu sur la question des eaux usées, c'est le phénomène de surverse», explique M. Boisclair, ministre d'État à l'Environnement. «Une dizaine de fois par année des eaux non traitées se retrouvent dans le fleuve. Mais il s'agit là de sommes considérables qui devraient être investies. À ce moment-ci, c'est toujours à l'état de projet.»

Quant à la qualité, le ministère de l'Environnement considère que l'eau traitée (sable, ozone, chlore) de Montréal est de «très bonne qualité», mais le traitement devra être amélioré pour respecter le règlement en vigueur depuis juin 2001. La prise d'eau se situe à 610 mètres de la rive, en amont des rapides de Lachine mais, malgré tout, elle subit les conséquences de la baisse du niveau du Saint-Laurent. L'eau brute de Montréal est abondante. Le coût de l'eau est mal connu, et les 60 000 analyses par année ne font pas état d'une catastrophe appréhendée. Québec va-t-il assurer la relève après le PAEQ et les programmes d'infrastructures qui l'ont suivi ?

«Le choix du gouvernement a été d'ajouter aux programmes d'infrastructures une enveloppe de 350 M\$ (dans le dernier budget) qui va contribuer à l'amélioration des installations d'eau potable», explique M. Boisclair. «Il y a également des investissements importants à faire dans la qualité de l'eau

potable. De façon générale, au Québec, c'est plus de 650 M\$ qui ont été débloqués par notre nouveau Règlement sur l'eau potable. Donc, il y a des leviers importants que l'État québécois s'est donné pour avoir en bout de course des réseaux de meilleure qualité.»

Le ministre convient cependant que «le gros du travail a été fait à Montréal» et que le nouveau règlement sur l'eau potable vise surtout les plus petites localités. Au niveau de la qualité de l'eau, il ne reste que quelques «ajustements» à faire dans la métropole (enlèvement des virus et des pathogènes *Cryptosporidium* et *Giardia*).

Le Programme d'assainissement des eaux municipales (1997, 500 M\$), Infra-Québec (1999, 875 M\$) et le programme tripartite Infrastructures Canada-Québec visaient tout le Québec. À Montréal, sommes-nous effectivement rendus «en bout de course» ? Évidemment, la réhabilitation des 2 700 km du réseau d'aqueduc et d'égout pourraient engloutir plusieurs milliards de dollars sur des dizaines d'années.

AU FAIT, À QUI LA RESPONSABILITÉ DE L'EAU ?

«Il existe un principe de base : l'eau est un service de première ligne qui doit être offert par les municipalités et géré par elles. C'est même autour de ces infrastructures que les municipalités se sont organisées. Maintenant, est-ce qu'il faut une politique plus rationnelle de l'eau ? Très certainement. Je vais déposer une Politique sur l'eau où sera abordé la question des redevances», explique M. Boisclair. «Toute la question du financement des infrastructures et des dépenses de capital, c'est un enjeu important pour l'administration municipale.»

Même les Expos partis, la balle continuera de rebondir longtemps en matière d'infrastructures d'eau à Montréal. Actuellement, elle est dans

le camp du Comité de transition qui propose au Budget de l'an 1 une nouvelle taxe d'eau s'élevant à 75 \$ par logement. Si c'était simple, ce serait déjà réglé.

ÉTUDES EXHAUSTIVES ?

Mais aucune étude exhaustive de terrain sur l'état du réseau d'eau à Montréal n'a dressé un portrait global de la situation. Les spécialistes du ministère des Affaires municipales (MAM) utilisent des enquêtes statistiques (pression) ou des études d'événements (bris), des outils d'aide à la décision. Le plus souvent, on répare là où ça brise.

Au-delà des chicanes de juridictions dispersées, le milieu de l'eau s'impatiente : «c'est toute la question de la gestion de l'eau qu'il faut revoir. Les décisions sont éparpillées. Il y a un sous-financement chronique des services d'eau. Il faut une gestion globale», réplique M. Hubert Demard, de RÉSEAU environnement, l'association professionnelle du milieu de l'eau.

Pas étonnant que les conduites éclatées et les égouts renforcés abiment les rues crevassées de Montréal en période de gel/dégel. «Si on attend, ce sera pire (entendre plus cher). On ne pourra pas réhabiliter le réseau. Il faudra reconstruire des sections entières», conclut M. Hubert Demard. ■

MATIÈRES RÉSIDUELLES : LE DÉBAT DE L'HEURE À MONTRÉAL

«Le premier dossier que je veux mettre sur la table avec la nouvelle administration du maire Tremblay», dit le ministre Boisclair.

«Outre l'aménagement du territoire, l'autre grande question qui commence d'ailleurs à faire surface dans les débats publics, c'est la question des matières résiduelles», explique le ministre Boisclair. «C'est le premier dossier que je veux mettre sur la table avec la nouvelle administration du maire Tremblay.» Quelle est la problématique ?

Ces «matières résiduelles» sont les déchets de consommation produits par les 3,4 millions de personnes vivant dans la communauté métropolitaine de Montréal (CMM) à raison de 4,9 M de tonnes de résidus par année. Près de 35 % sont récupérés pour le recyclage et le compostage, mais 65 % sont acheminés vers six lieux d'enfouissement, dont deux sont situés sur le territoire de la CMM.

«Selon nos calculs, les six lieux d'enfouissement atteindront la fin de leur vie utile en 2003-2004», explique le ministre Boisclair. «Nous aurons un certain nombre de décisions importantes à prendre pour des sites qui voudront s'agrandir.» De gros enjeux pour l'industrie environnementale oeuvrant dans le secteur de la gestion des déchets et le recyclage, de même que pour les administrations publiques concernées.

«Actuellement, la CMM a l'obligation de développer et de faire adopter un plan de gestion des matières résiduelles d'ici le premier janvier 2003 pour l'ensemble de son territoire», poursuit le ministre. «C'est à la CMM que reviendra la responsabilité de planifier son plan d'action, de voir comment ils vont valoriser et éliminer les déchets pour les vingt prochaines années. Je suis prêt à discuter le plus rapidement possible de ces questions avec l'administration municipale et les gens de la CMM.» ■

LE RECYCLAGE AU QUÉBEC	
Matière recyclable	% récupéré
Déchets incinérés ou enfouis	36
Pneus	100 (85 % récupérés / 15 % exportés)
Bouteilles, canettes d'aluminium	75
Matières putrescibles	7
Emballages commerciaux	Négligeable

Source : Les Affaires/Recyc-Québec

SOLS CONTAMINÉS : DÉVELOPPEMENT FAVORISÉ

Les sols contaminés le sont par des rejets industriels d'une autre époque, des contaminants souvent toxiques qui nuisent au développement des villes. Montréal est aux prises avec plusieurs vastes terrains lourdement contaminés.

Il y a les raffineries de l'Est de l'île, bien sûr, mais il y a également d'autres sites. On pense aux terrains des Shop Angus par exemple. Coût des travaux : 350 M\$. Il y en a d'autres comme le Technoparc ou les environs du Canal Lachine. L'expertise québécoise est excellente dans le domaine et les terrains contaminés peuvent facilement être nettoyés. Mais le prix élevé des travaux peut freiner l'enthousiasme des promoteurs.

PROGRAMME REVI-SOLS

Pour favoriser le développement, Québec a mis sur pied en 1997 le programme Révi-sols. Une enveloppe spécifique a été réservée à Montréal. Modifié depuis à la hausse, le montant total des subventions allouées à la métropole a été porté à 36 M\$ pour des projets résidentiels, commerciaux, industriels ou encore pour des parcs.

En septembre 2001, 64 projets ont été retenus pour une participation de 19,4 M\$ de la part du gouvernement. Cet engagement représente 54 % de l'enveloppe budgétaire prévue de 36 M\$. Pour novembre 2001, 5 nouveaux projets ont été présentés et recevront sous peu l'aval du ministre Boisclair. Ils représentent des subventions de 11,7 M\$ pour des investissements de 95 M\$. ■

AIR : LE TRANSPORT, CLÉ DE LA DIMINUTION DES ÉMISSIONS DE GES

En termes d'émission de gaz à effet de serre (GES), le Québec est de moitié sous la moyenne canadienne, surtout à cause de ses "choix" énergétiques. Mais ça ne l'empêche pas d'être touché. Ni de faire mieux.

Les émissions de GES sont tenues responsables du réchauffement climatique actuel, un phénomène planétaire. Le cadre du protocole de Kyoto, c'est la réduction de ces émissions à 6 % du niveau de 1990. Dans les grandes villes, les impacts en santé publique sont déjà établis. De même, le niveau du fleuve (et des Grands Lacs) est à son plus bas. La situation inquiète les armateurs, les organisateurs d'activités nautiques et les marinas.

Les deux pans de la législation québécoise sur l'air sont la réglementation des industries sur la qualité de l'air et celle du transport routier et des combustibles fossiles.

INDUSTRIES

Au niveau des industries, le ministre Boisclair songe à étendre la réglementation sous la juridiction actuelle de la CUM à l'ensemble du territoire de la CMM. L'État aide-t-il les entreprises à faire face aux défis environnementaux sur l'air ?

Certains programmes d'aide le font indirectement en améliorant leurs procédés ou leur efficacité énergétique. Par exemple, les gouvernements accordent des encouragements fiscaux substantiels aux entreprises qui effectuent des activités de R-D. Au ministère de l'Industrie et du Commerce, le programme Impact PME - Soutien à l'innovation et aux pratiques avancées - participe à ces efforts.

Il faut également souligner la contribution des grandes institutions publiques comme le Centre de recherche industrielle du Québec (CRIQ), le Laboratoire des technologies électrochimiques et des électrotechnologies d'Hydro-Québec (LTEE) et le Laboratoire de recherche en diversification énergétique qui aident les industries à respecter les nouvelles normes environnementales. Au niveau de l'efficacité énergétique, Hydro-Québec et Gaz Métropolitain offrent divers programmes bien connus.

L'industrie des pâtes et papiers est un exemple de transformation industrielle réussie. Les papetières ont réussi à moins polluer tout en augmentant leur efficacité énergétique. Elles ont diminué leurs émissions de GES en recourant à des déchets utilisés comme combustibles (biomasse, liqueurs de cuisson, etc.). Ce faisant, elles ont activement participé au programme de diminution de rejets industriels dans le fleuve, Saint-Laurent Vision 2000, lui-même soutenu par l'État.

TRANSPORT INTÉGRÉ

Mais le transport demeure un grand enjeu. «L'un des grands défis environnementaux pour la région métropolitaine dans les prochaines années, c'est celui des transports. Cela à cause du nombre croissant de véhicules qui contribuent à l'augmentation des contaminants atmosphériques», souligne le ministre Boisclair. Dans le bilan énergétique du Québec, les produits pétroliers comptent pour 42 %. Le transport vient en tête dans la consommation de pétrole et dans l'émission d'oxyde de carbone d'où origine l'effet de serre. Ils sont suivis de près par l'électricité à 41 %.

Les propriétaires peuvent donc s'attendre à un resserrement des réglementations sur les émissions (inspections et normes). Le prolongement de l'Autoroute 30 sur la Rive-Sud devrait également contribuer à alléger l'air de Montréal. Par ailleurs, le ministre Boisclair se montre très favorable au développement du transport en commun : trains de banlieue, trains légers de surface (projets de l'estacade et avenue du Parc). Ces équipements pourraient s'intégrer dans un cadre conceptuel plus vaste, un sujet qui passionne visiblement le ministre : l'aménagement du territoire. «Pourquoi pas un quartier sans voiture ?» lance-t-il. ■

RECYCLAGE : ÇA ROULE POUR LE PNEU

La réussite des programmes environnementaux repose souvent sur un partenariat public-privé. Lancé en 1996, le Programme de gestion intégrée des pneus hors d'usage a rapidement permis d'atteindre 85 % de récupération, un succès qui suscite l'intérêt des autres pays occidentaux. Surtout que les 15 % restants ne sont pas perdus dans la nature mais exportés usagés. Quelle est la recette de ce succès ? Le financement par une redevance de 3 \$ à l'achat et la participation de milliers de détaillants. Mais que faire des 25 millions de pneus entreposés dans les 500 sites aménagés ? Le tout nouveau Programme de vidage de lieux d'entreposage des pneus hors d'usage du Québec (2001-2008) a permis de conclure des ententes avec les grandes cimenteries pour les utiliser comme combustible. Bref, on a créé une petite industrie spécialisée et des centaines d'emplois... Tout en se débarrassant des pneus.

Source : Recyc-Québec

◀ page 2

de l'information, la bibliothèque de référence de CIRI, un site Web, des conseils portant sur les questions réglementaires ayant un impact direct sur la pratique des relations avec les investisseurs, ainsi qu'un vaste éventail de séminaires éducatifs, une conférence annuelle de même qu'un programme pour cadres de la Richard Ivey School of Business.

Mme Nathalie Bourque, associée et directrice de groupe au Cabinet de relations publiques National, firme-conseil en relations publiques et relations avec les investisseurs au Canada. Elle devient présidente de l'Association des MBA du Québec. Créée en 1974, cette association regroupe aujourd'hui plus de 1 500 femmes et hommes d'affaires détenant un diplôme de second cycle en gestion. Mme Bourque siège au conseil d'administration de Services financiers CDP, une filiale de la Caisse de dépôt et placement, spécialisée en investissements dans les fonds communs de placement. Elle est aussi membre du conseil d'administration de Horizon Sciences et Technologies et de l'Association québécoise des fabricants de l'industrie médicale.



Mme Isabelle Adjahi



Mme Nathalie Bourque



Mme Roxanne Longpré



Mme Guylaine Saucier

Mme Roxanne Longpré vient de rejoindre l'équipe du Réseau HEC, à titre de vice-présidente et directrice générale. Elle relève ce défi après avoir occupé le poste de vice-président exécutif de la Corporation des concessionnaires d'automobiles de Montréal inc. et du Salon international de l'auto de Montréal ltée, pendant plus de 15 ans. Le Réseau HEC s'est donné comme mission de contribuer au développement socioprofessionnel de ses membres; d'une part, en favorisant les liens des diplômés avec l'École des HEC ainsi que les contacts entre les diplômés et, d'autre part, en permettant aux membres de se familiariser avec les nouvelles réalités dans le domaine de la gestion. Mme Longpré est également membre du conseil d'administration du Conseil consultatif de Rogers AT&T et membre

du conseil d'administration de Zoothérapie Québec.

FEMME DE MÉRITE

Mme Guylaine Saucier s'est illustrée au concours Prix femmes d'affaires du Québec, organisé par le Réseau des femmes d'affaires du Québec en remportant, le 17 octobre dernier, le Prix Reconnaissance. Mme Saucier est diplômée en commerce de l'École des HEC et Fellow de l'Ordre des comptables agréés. Elle a été pdg du Groupe Gérard Saucier, une entreprise spécialisée dans les produits forestiers, de même que présidente du conseil d'administration de la Société Radio-Canada. Elle est présentement présidente du comité mixte sur le gouvernement d'entreprise et a été la première femme à être nommée à la présidence de la Chambre de Commerce du Québec. Mme Saucier fait partie du conseil d'administration de nombreuses grandes entreprises canadiennes dont Petro-Canada, La Banque de Montréal et Nortel Networks Corporation.

À VENIR

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

- Tenue des premiers ateliers-conférences sur la communication et le leadership (voir Ateliers-conférences plus bas)
- Organisation d'activités de réseautage et de formation
- Rencontre avec des dirigeants d'entreprises pour la nomination de candidates pouvant siéger à des conseils d'administration
- Rencontre avec les médias pour faire avancer la réflexion et développer des partenariats
- Lancement du Centre d'arrimage et des outils promotionnels

Vous êtes une femme et vous désirez vous inscrire à notre banque de candidates, ou encore vous êtes un dirigeant d'entreprise à la recherche d'une administratrice ? Vous avez des commentaires, des suggestions ou vous désirez vous perfectionner ou en savoir plus sur le projet Égalité 2005 ? Communiquez avec nous.

Par courriel :

Nicole Ranger, directrice du projet :
nranger@ccmm.qc.ca

Karine Bardier, adjointe administrative :
kbardier@ccmm.qc.ca

Par téléphone :
871-4000, poste 4402

Pour consulter les chroniques précédentes de Nicole Ranger sur le web, allez à www.ccmm.qc.ca, Salle des nouvelles et Leadership Montréal et choisissez le numéro désiré. ■

ATELIERS-CONFÉRENCES ÉGALITÉ 2005

COMMUNICATION ET LEADERSHIP



De 17 h 30 à 21 h

Université du Québec à Montréal
Salle des Boiseries, 1455, rue St-Denis,
entre Ste-Catherine et de Maisonneuve,
pavillon Judith-Jasmin, local J-2805

Conférencière :

Dre Danielle Maisonneuve
Professeure et titulaire de
la Chaire des relations publiques
Université du Québec à Montréal

31 janvier 2002

Développement des compétences en
communication verbale et non verbale
7 février 2002

Le rapport au pouvoir et les relations
interpersonnelles

Coût : 40 \$ par atelier-conférence

Un léger buffet sera servi et le manuel de
cours sera offert sur place pour 13,43 \$.

Renseignements et réservations :
Téléphone : (514) 871-4000, 4402



MONTÉE ET CÉLÉBRATION LES TUQUES BLEUES

Le jeudi 28 février 2002

Heure : 17 h 00 Lieu : Parc du Mont-Royal

Date limite d'inscription : le 21 février 2002

Pour information et inscription : (514) 843-8240 poste 239
www.lemontroyal.qc.ca/lesamis

ORGANISÉ PAR

COLLABORATEURS

PARTENAIRES



Meilleur que ... mmm!



Profitez de nos rabais des Fêtes
Chocolat sur mesure

Chocolat Qualité De Luxe.ca (514) 277-0083

DU VENT DANS LES VOILES...

ÉTAPE 3 DE LA CRÉATION D'UN SITE WEB : PUBLICITÉ ET PROMOTION

Par **Françoise Mommens**
Analyste en affaires électroniques



Vous avez maintenant un site Web qui roule, vos amis et clients en connaissent l'adresse et les modalités. Il ne vous reste plus qu'à en avvertir la terre entière. Ainsi, vous pourrez vous faire connaître, faire aimer votre produit ou service à vos clients et fidéliser votre clientèle.

EN ÉTAPE PRÉLIMINAIRE, VOUS DEVEZ D'ABORD DÉFINIR LES POINTS SUIVANTS :

1. Votre contexte commercial : quelle est la situation du marché, vos performances et celles de vos principaux concurrents... si vous en avez ! (d'où l'importance de la veille stratégique)
2. Vos clientèles cibles : les enfants (solutions éducatives, etc.), ceux qui partent en vacances, les personnes âgées, les femmes, etc.
3. Mode publicitaire : des bandeaux, du parrainage, des échanges de liens et d'hyperliens, etc.
4. Enveloppe budgétaire : quel budget pensez-vous allouer à ce projet ?

Il existe de nombreuses façons de faire la promotion de vos services en ligne, dont voici quelques exemples :

LA TECHNIQUE DU «BOUCHE À OREILLE»

Le «marketing viral» est un concept récent du marketing Internet (1997). Également appelé «marketing de bouche à oreille» ou «auto-propagation», ce type de marketing décrit la façon dont les entreprises Web prennent de l'expansion sur la simple recommandation des clients. Le but du jeu consiste à ce qu'un client parle d'un service à des parents, proches, amis ou connaissances et le recommande, explicitement ou implicitement. Ces derniers en font l'essai et en parlent à d'autres, de sorte que la nouvelle se propage suivant une courbe exponentielle... une sorte de boule de neige virtuelle.

Pas question d'investir des sommes folles. Le marketing viral consiste plutôt à attirer l'attention du consommateur et à faire de lui un agent de vente, sans qu'il n'en coûte rien ou presque... Un peu lent néanmoins !

AVEC UNE PETITE RÉCOMPENSE ?

La personne qui va recommander le site sera éventuellement récompensée lors d'un tirage au sort ou en fonction du nombre de visiteurs amené par ses recommandations. La récompense peut se faire sous forme de bons de réduction, de bons d'achat ou de points de fidélité, voire sous forme pécuniaire.

Le mode le plus poussé de la recommandation est la mise en place d'un

système pyramidal où la personne qui parraine sera intéressée à plusieurs niveaux de recrutement et en fonction des actions (abonnement, jeux, etc.) entreprises par les visiteurs dont il a encouragé la visite.

Cependant, attention ! Cette dernière pratique est plutôt contestée, donc risquée, car elle peut provoquer des pratiques non contrôlées et excessives de la part des «chasseurs de primes» qui vont, par exemple, recourir à l'envoi massif de courriers électroniques non désirés (*pourriel* ou *spam*). Pour contrer tout débordement, les créateurs d'un tel programme auraient alors tout intérêt à mettre en place des systèmes de limitation du nombre de recommandations possibles.

DES CARTES POSTALES VIRTUELLES

Certains sites proposent à leurs visiteurs d'envoyer des messages à leurs proches ou connaissances sous forme de cartes postales virtuelles (à visualiser sur le site de l'entreprise) ou de messages originaux pré-formatés. Il ne s'agit pas réellement d'un phénomène de bouche à oreille, car ce type de messages n'est pas une recommandation portant sur le contenu du site, mais celui-ci peut tout de même générer du trafic supplémentaire si le message est original.

LES BANNIÈRES PUBLICITAIRES

Les bandeaux publicitaires sont souvent utilisés pour générer du trafic sur le site. Il y en a de différentes formes,

plus ou moins interactifs, plus ou moins explicites. Le but recherché est de faire cliquer les internautes qui seront intrigués par le message qu'il véhicule. Ceux-ci atterriront directement sur votre site d'un simple clic.

Il en existe différentes sortes : classés selon leur technologie (DHTML, gif, Flash, sonore, vidéo, etc.) et selon leur forme (classique, sous forme de bouton, en «gratte-ciel»).

LES ÉCHANGES DE LIENS ET D'HYPERLIENS

Les échanges de liens hypertextes, payants ou gratuits, selon vos accords avec le site partenaire, génèrent aussi du trafic vers votre site : ils dépendront principalement de l'activité de votre partenaire. Ces échanges sont plus spécialement orientés vers le commerce interentreprises (B2B).

DES ÉVÉNEMENTS INTERNET À DES FINS PROMOTIONNELLES

Il est possible d'offrir en ligne des activités promotionnelles complémentaires et même d'en remplacer certaines, plus traditionnelles. Compte tenu des coûts qui y sont reliés, certaines entreprises créent ces événements ou y participent via Internet. Plusieurs sites offrent maintenant des services aux entreprises désireuses de diffuser via Internet. Mais attention à la largeur de bande !

Plusieurs événements promotionnels peuvent se prêter à des activités en

ligne, notamment : des foires commerciales; des séminaires, présentations ou diffusions (conférences de presse); ou encore des rencontres (assemblées annuelles).

Ces événements, si on les compare aux événements traditionnels, ont l'avantage d'être moins coûteux et permettent aussi de réduire l'ampleur de la logistique reliée aux déplacements (avions, hôtels, etc.).

Pour conclure, parlons publicité «flyée» maintenant...

LE «WATERMARKING»

Jusqu'ici, le consommateur devait mémoriser l'adresse URL indiquée dans une publicité traditionnelle (sur magazine) pour la retranscrire une fois postée devant son navigateur.

Aujourd'hui, plus besoin de retaper l'URL... il suffit de placer la page du magazine dans laquelle se trouve la publicité devant une webcam, qui reconnaît l'URL et ouvre directement le site.

Le principe est celui de **Digimarc** (<http://www.digimarc.com>), un leader du «watermarking». Cette technique, aussi appelée «tatouage» ou «marquage», consiste à marquer, en filigrane et de façon invisible, des documents (textes, images, vidéos ou même des sons) pour leur attribuer un identifiant unique, y attacher une notice concernant les droits d'auteurs, etc. ■

FLASH

PETITES NOUVELLES DE NOS MEMBRES...

CONCOURS CHAPEAU LES FILLES ! ÉDITION 2002

Au Québec, le tiers des entrepreneurs sont des femmes : elles représentent une force grandissante dans l'économie du Québec. Voici un concours qui valorise celles qui choisissent des métiers non traditionnels, un choix qui leur donne accès de plus en plus à des carrières d'avenir.

Le ministre d'État aux Régions et ministre de l'Industrie et du Commerce, M. Gilles Baril, annonçait au début d'octobre la participation du MIC par une aide financière, pour la cinquième année de ce concours. Le Placement étudiant du Québec du MIC offrira à

nouveau aux lauréates un service d'aide à la recherche d'un stage ou d'un emploi d'été en favorisant le jumelage avec des entrepreneurs potentiels. Pour plus de renseignements, consultez le site Web du ministère (www.mic.gouv.qc.ca).

* * * *

LES COMPÉTENCES-CLÉS

Ces temps-ci, tout le monde parle de Compétences-clés, ce «nouveau» concept – il date tout de même des années 90 – qui est sur les lèvres de tous les employeurs. Quelles compétences sont à l'origine du succès de certains employés ?

«C'est le savoir-être tout autant que le savoir-faire», explique Roger Hébert, conseiller principal au Groupe-conseil AON. Lui et ses collègues du comité Ressources humaines de la Chambre

ont publié, l'année dernière, une monographie sur cette nouvelle façon de concevoir les connaissances pour satisfaire aux exigences de la nouvelle économie. Ce document s'intitule **L'EMPLOI EN MUTATION : LES COMPÉTENCES-CLÉS**. Car, il y a plus que de posséder la connaissance reliée directement avec les tâches à accomplir : il y a l'attitude, la capacité de communiquer, d'apprendre et de penser, de même que les valeurs, entre autres.

Dans son édition d'octobre 2001, le magazine *Jobboom* présente un dossier sur la question. On peut obtenir le texte intégral de ce guide sur le site Web de la Chambre au www.ccmq.ca / Salle des nouvelles / Archives. À lire...

* * * *

LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION : IL FAUT MAINTENIR LE CAP

PAR CHARLES S. BOURGEOIS, VICE-PRÉSIDENT EXÉCUTIF



M. Charles S. Bourgeois

Il y a un an, les entreprises du secteur des technologies de l'information de la grande région mont-réalaise assuraient 116 000 emplois; elles représentaient des exportations de près de 10 milliards de dollars et leurs prévisions de croissance dépassaient les 15 % par année.

En un an à peine, cette réalité a beaucoup changé. L'industrie des télécommunications a entrepris une rationalisation majeure; les «dot.com» ont presque disparu et plusieurs manufacturiers d'équipements ont essuyé des pertes considérables et procédé à d'importantes réductions d'effectifs.

Notre région n'a pas été épargnée. Mais, pour aller au-delà des rumeurs et des impressions, Montréal TechnoVision a décidé de réviser le plan 2TI lancé en 1999 à la lumière de la nouvelle conjoncture. Ce plan, rappelons-le, visait à concerter les efforts du milieu de l'enseignement au niveau collégial et universitaire et de l'industrie, afin de doubler le nombre de diplômés qui complètent des programmes en TI.

TechnoVision a proposé au gouvernement du Québec de consacrer 150 millions de dollars en 5 ans pour atteindre cet objectif. Le gouvernement a accepté d'atteindre l'objectif en six ans et de consacrer 24 millions de dollars pour les deux premières années, dont 11 millions pour des projets de formation spécifiques. Le ministre Legault a aussi mis sur pied le premier comité Éducation-Industrie.

En deux ans, 89 projets ont été retenus (38 dans les universités et 51 dans les cégeps) et ont reçu des contributions totales de 13,2 millions de dollars du ministère de l'Éducation et de 11,5 millions de dollars du secteur privé.

ÉVALUATION DU PLAN

Après deux années de déploiement, TechnoCompétences a accepté de financer la réalisation par Montréal TechnoVision d'une évaluation de l'impact du plan 2TI.

Au chapitre de la demande, un sondage mené auprès des entreprises de TI de la grande région métropolitaine a révélé que, malgré le ralentissement et les réductions d'effectifs qui en découlent, le secteur des TI connaît, au cours des prochaines années, une reprise importante qui entraînera des besoins accrus de diplômés. La croissance sera moins forte qu'elle

n'avait été prévue initialement, mais elle demeurera soutenue.

Ces résultats ont d'ailleurs été confirmés par les plus récentes mesures des indicateurs de performance qui démontrent que notre région résiste mieux au choc qui affecte le secteur à cause de la diversité de nos entreprises en TI. En effet, pendant que le secteur de la fabrication de matériel de télécommunications et de composantes électroniques perdaient respectivement 25 % et 12 % de leurs emplois entre les mois d'août 2000 et 2001; les emplois augmentaient de 10 % dans les autres secteurs de fabrication et de 6 % dans le secteur des logiciels. L'impact cumulé serait une réduction nette d'environ 6 % des emplois.

Au chapitre de l'offre, nous avons voulu évaluer trois aspects :

- La probabilité d'atteindre l'objectif visé
- L'analyse des difficultés éprouvées par les institutions dans la mise en oeuvre du plan
- Les mesures à recommander pour augmenter les chances d'atteindre les objectifs du plan 2TI.

L'étude, réalisée à partir de données provenant de plusieurs collèges et universités, a permis d'établir que si l'objectif de doubler le nombre de diplômés peut être atteint au niveau universitaire, il sera plus difficile à atteindre au niveau collégial à cause du fléchissement du nombre des inscriptions.

L'analyse des données a révélé des problèmes de capacité et de fidélisation. Plusieurs institutions, qui affichent de hauts taux de diplomation, devront accroître leur capacité en se dotant de nouveaux bâtiments, nouveaux équipements et de nouveaux professeurs. Or, pour recruter des professeurs compé-

tents, il faudra améliorer leur rémunération - qui demeure largement inférieure à celle de leurs collègues de l'Ontario ou de la Colombie-Britannique - et leur fournir des fonds de recherche.

Pour les institutions dont les taux de succès sont plus faibles, leur principal défi est de réduire le nombre d'étudiants qui abandonnent et d'améliorer le nombre de leurs diplômés.

Nous avons aussi constaté que si l'augmentation des inscriptions dans les programmes universitaires en génie électrique et en informatique approchait les 30 % en 3 ans au Québec, elle dépassait les 45 % en Ontario. Ces données nous démontrent que les mesures adoptées par le gouvernement ontarien portent des fruits et pourraient doter son secteur des TI et l'ensemble de l'économie de la province d'un avantage concurrentiel important.

AMÉLIORATIONS REQUISES

Le milieu académique québécois a reconnu plusieurs avantages aux mesures adoptées par le ministère de l'Éducation du Québec (MÉQ) parce qu'elles sont ciblées, qu'elles suscitent la collaboration du secteur privé et qu'elles permettent de réaliser des projets novateurs.

Par contre, les mesures intégrées au programme sont ponctuelles et ne permettent pas d'engager de sommes récurrentes ni de s'attaquer aux besoins de capacité ou de rémunération et de recrutement des professeurs. Le programme ne permet pas non plus d'attirer plus de jeunes et en particulier plus de jeunes filles dans les formations en TI.

RECOMMANDATIONS

Pour corriger la situation et augmenter nos chances d'atteindre les objectifs du plan 2TI, l'étude recommande l'adoption d'un ensemble d'actions structurantes et complémen-

taires. Ces actions doivent permettre d'attirer plus de jeunes et de jeunes filles dans les disciplines en TI, d'augmenter la capacité des institutions, de renforcer les mesures qui augmenteront les taux de rétention et de diplomation et d'inclure des cours en TI dans des disciplines connexes.

Après consultation du milieu, TechnoVision a formulé et soumis des recommandations qui visent à :

- augmenter les ressources consacrées aux institutions qui offrent des programmes en génie électrique et informatique;
- permettre aux institutions performantes d'augmenter leur capacité d'accueil en investissant dans leurs infrastructures, leurs équipements et leur personnel;
- augmenter la rémunération des professeurs en génie électrique et informatique pour faciliter leur recrutement;
- rehausser le budget alloué pour le financement de projets spécifiques pour maintenir la collaboration avec l'industrie;
- attirer plus de jeunes et de jeunes filles dans les programmes en TI.

Le plan 2TI demeure essentiel et ses objectifs doivent être atteints pour maintenir la compétitivité de nos entreprises de TI et de l'ensemble de notre économie. L'engagement du gouvernement du Québec doit être confirmé, voir renforcé, et l'annonce récente du financement du Pavillon Lorne-Trottier (sciences informatiques et génie), sur le campus de l'Université McGill, est un bon indicateur de cette volonté.

TechnoVision entend poursuivre sa collaboration avec tous les partenaires de l'industrie, des universités, des cégeps et du ministère de l'Éducation afin de maintenir le cap et d'assurer la croissance de ce secteur technologique de pointe. ■

ACTIVITÉ

PERSPECTIVES NOUVELLES LE RENDEZ-VOUS MATINAL DES GENS D'AFFAIRES

Le jeudi 13 décembre 2001, la Chambre vous convie à un petit déjeuner Perspectives nouvelles qui aura lieu à l'hôtel Inter-Continental Montréal, de 7 h 30 à 9 h.

Le conférencier invité sera M. Tim O'Neill, vice-président exécutif et économiste en chef à la Banque de Montréal. Son allocution portera sur «Les nouvelles exigences du marché de l'emploi : perspectives canadiennes»

Commanditaire principal : Autres commanditaires :



nomique (OCDE) nous révèlent que 42 % des adultes âgés de 16 à 65 ans ont un niveau d'alphabétisation inférieur à ce qui est considéré nécessaire pour fonctionner efficacement aujourd'hui. Ces rapports révèlent également que, pour 20 % des élèves du secondaire récemment diplômés, le niveau d'alphabétisation est insuffisant, même pour accéder à des postes exigeant peu de qualifications.

Un rendez-vous à ne pas manquer. L'allocution sera prononcée en anglais.

Information et réservation :
(514) 871-4000, poste 4001

page 7

Septembre éditeur vient de publier son nouveau Guide de l'emploi, édition 2002, pour les jeunes qui veulent percer dans leur domaine et qui doivent saisir toutes les occasions. La consultation de cette « bible » de l'emploi est une formidable occasion de repérer les bonnes entreprises qui offrent des postes attrayants. Le répertoire couvre tout ce qui est offert dans les divers secteurs de l'activité économique de toutes les régions du Québec.

Le gouvernement du Québec est associé à cette publication via son ministère Recherche Science et Technologie et le ministre Jean Rochon.

* * * *

Le SIGNET ENTREPRENEURIAL

L'Association des centres locaux de développement du Québec (ACLDQ), en collaboration avec plusieurs partenaires dont le Mouvement Desjardins, la Fondation de l'entrepreneurship et

Industrie et Commerce Québec, vient de publier un outil de référence facile à consulter qui pourra guider les entrepreneurs québécois vers les sites Web majeurs d'intérêt en entrepreneuriat. Il s'appelle le SIGNET ENTREPRENEURIAL et il sera distribué à plus de 30 000 exemplaires.

Le SIGNET répertorie quelques 350 sites Web regroupés par thèmes : affaires électroniques, financement et services financiers, import/export, occasions d'affaires et services gouvernementaux.

On peut se le procurer auprès des 110 Centres locaux de développement du Québec, les 65 Centres financiers aux entreprises du Mouvement Desjardins et auprès des directions régionales du ministère de l'Industrie et du Commerce du Québec. Une version électronique est disponible sur le site de la Fondation à l'adresse : www.entrepreneurship.ca ■



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



Montréal TechnoVision inc.

RÉCEPTION DU NOUVEL AN

Mercredi 23 janvier 2002, de 17 h 30 à 19 h 30
Centre Mont-Royal, 2200, rue Mansfield, Montréal

La Chambre de commerce du Montréal métropolitain, en partenariat avec Montréal TechnoVision, de même qu'en collaboration avec Hydro-Québec et Merck Frosst, vous convient à une **Réception du Nouvel An**, à la fois une tradition et une activité-réseau d'envergure.

C'est l'occasion pour la Chambre et pour Montréal TechnoVision de remercier leurs membres du soutien qu'ils ont manifesté et de leur participation aux activités tout au long de l'année.

Cette réception est réservée en exclusivité aux membres de la Chambre et de Montréal TechnoVision !

L'activité est gratuite, mais la réservation est obligatoire.

Pour s'informer ou pour réserver :

(514) 871-4000, poste 4001

Site Web : www.cmm.qc.ca/activites



Achats de dernière minute ?

L'équipe de Stationnement de Montréal vous souhaite une heureuse période des fêtes !



CLUB DIVERTISSEMENT ET LOISIRS - EXCLUSIFS AUX MEMBRES

- PROGRAMME PRIVILÈGES - HIVER 2001 DE LA CHAMBRE

Inscrivez-vous au Club divertissement et loisirs pour recevoir le bulletin gratuitement*.

TOUT UN CHOIX DE SPECTACLES !

- Concert
- Comédies musicales
- Événements sportifs
- Théâtre
- Danse
- Humour et plus encore ...

BILLETS DE CHOIX À TARIF RÉDUIT

Pour vous inscrire au Club divertissement et loisirs, vous devez obligatoirement avoir accès à une adresse de courriel ou à un télécopieur.

Vous pourrez vous inscrire soit en ligne, soit par téléphone au (514) 861-8556.

Une fois inscrits, vous recevrez périodiquement notre bulletin, par courrier électronique ou par télécopieur, annonçant les avantages décrits plus haut.

POUR BÉNÉFICIER DE CES AVANTAGES...

Veuillez suivre les modalités indiquées dans le bulletin qui vous sera expédié.

* Des frais de services « Club divertissement et loisirs » seront ajoutés aux frais habituellement perçus par les salles de spectacles et les réseaux de billetterie participants. Un pourcentage de cette somme sera versée à l'Association des dépressifs et manico-dépressifs.

BILLETS POUR LES CANADIENS DE MONTRÉAL

(pour chaque match individuellement)

Section rouge
Prix régulier108 \$ *
Prix spécial pour les membres de la Chambre84 \$ *

Club Air Canada

(Étage exclusif avec nourriture incluse)

Prix régulier150 \$ *
Prix spécial pour les

membres de la Chambre ...117 \$ *

* Taxes incluses; frais de commande téléphonique et de poste non inclus; quantité limitée.

Commandes téléphoniques :

Réseau Admission,
Club divertissement et loisirs
(514) 790-0072 ou 1-877-790-2697
7 jours sur 7, de 8 h à 1 h.
www.cmm.qc.ca/privileges

SKI

Économisez jusqu'à 35 % à l'achat de vos billets de ski dans les centres participants suivants :

- Edelweiss
- Mont Avila
- Mont Olympia
- Mont Saint-Sauveur
- Jay Peak
- Mont Gabriel
- Mont Ste-Anne
- Morin Heights

Pour commander vos billets :

(514) 861-8556
www.cmm.qc.ca/privileges

CINEPLEX ODEON

(Économisez jusqu'à 40 %)

Procurez-vous des billets pour les salles Cineplex Odeon partout au Canada pour seulement 5,50 \$* par billet.

* Des frais administratifs de 0,50 \$ par billet s'ajouteront à ce prix (6 \$, taxes incluses). Frais de livraison de 5,50 \$ par commande non inclus (livraison le lendemain). Le billet est valable en tout temps après le 10^e jour de la sortie du film. Valable 12 mois, jusqu'à la dernière journée du mois poinçonné sur le billet. Quantité limitée.

Pour commander vos billets :

(514) 861-8556
www.cmm.qc.ca/privileges

BESOIN

Bureaux à louer
de 300 pi²
à 63 000 pi²

D'ESPACE

1 800 463-5261

www.inalco.com/Immeubles

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

Montréal
Laval
Trois-Rivières
Québec
Chicoutimi

INDUSTRIELLE ALLIANCE[®]
ASSURANCE ET SERVICES FINANCIERS

* L'Industrielle Alliance Compagnie d'Assurance sur la Vie

PIERRE-MARC JOHNSON... OU COMMENT RÉCONCILIER LE COMMERCE ET LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

PAR JOËLLE GANGUILLET

Avocat, médecin, député, ministre, Premier Ministre du Québec, chef de l'opposition officielle, professeur de droit à l'Université McGill et administrateur de sociétés, la feuille de route de Pierre-Marc Johnson ne laisse personne indifférent. Aujourd'hui avocat-conseil au cabinet Heenan Blaikie de Montréal, Pierre-Marc Johnson pratique la négociation commerciale et le développement de partenariats internationaux dans le secteur des nouvelles technologies de l'information, du divertissement, de l'immobilier et des produits financiers.

Au cours des dix dernières années, M. Johnson s'est intéressé aux questions environnementales et au développement. Il a notamment acquis une vaste expérience des négociations internationales auprès de l'Organisation des Nations Unies. Ancien vice-président de la Table Ronde nationale sur l'économie et l'environnement et président de son comité des affaires étrangères, M. Johnson collabore régulièrement avec des instances de coopération internationale. Auteur de nombreux articles sur le droit commercial international, il donne aussi des conférences sur le processus et les effets de la mondialisation partout en Amérique du Nord, en Amérique latine et en Europe. Nous l'avons attrapé au vol entre deux réunions d'affaires où il nous a fait part de ses réflexions...

...SUR SON CHEMINEMENT DE CARRIÈRE

Bien des gens sont portés à croire que j'ai eu une carrière politique et que cela s'est arrêté là alors qu'en fait, j'en ai eu deux, et même trois. Quand j'étais jeune, j'ai choisi d'étudier le droit au collège classique, un choix naturel dans ma famille. Mais mes intérêts se sont diversifiés, j'étais très intéressé par la médecine. J'ai donc terminé mes études de droit tout en complétant des cours en sciences, le soir, en vue de mon admission à la faculté de médecine. Trois jours après les examens du barreau, je commençais mes études de médecine... Une fois médecin, j'ai pratiqué pendant un an et demi aux hôpitaux Maisonneuve-Rosemont et Saint-Luc. En 1976, je me suis porté candidat aux élections, j'ai été élu député, ce qui a amorcé ma carrière politique qui a duré jusqu'en 1987. Ensuite, j'ai choisi d'enseigner le droit à McGill et, depuis 1996, j'agis à titre d'avocat-conseil spécialisé en négociation commerciale et je suis administrateur de nombreuses sociétés commerciales et d'organismes de coopération.

...SUR LES ORIGINES DE SON INTÉRÊT POUR LES QUESTIONS ENVIRONNEMENTALES

C'est la lecture d'un rapport sur le développement durable dans un avion, à l'occasion d'un voyage en Asie, qui a été l'élément déclencheur de ma sensibilisation aux questions environnementales. Gro Brundtland, qui était alors première ministre de Norvège, avait présidé une commission de l'ONU, dans les années 80, puis publié un rapport en 1987 intitulé Notre avenir à tous pour le développement durable. C'est une «grosse brique», mais le fondement de la thèse est assez simple : il y a une augmentation importante de la population et du niveau de consommation; il existe un certain nombre de ressources fixes non renouvelables; un certain nombre de ressources renouvelables auxquelles on ne prête pas beaucoup d'attention; des phénomènes irréversibles de pollution et d'extinction d'espèces... d'où la nécessité de trouver une logique à la fois politique et économique pour assurer la pérennité du développement. Ce concept de développement durable a piqué mon intérêt et, de fil en aiguille, j'ai consacré de plus en plus de temps aux enjeux environnementaux en tant que conférencier et paneliste dans des réunions internationales d'institutions publiques ou commerciales et d'associations professionnelles ou de regroupements d'ONG. En plus d'avoir publié une demi-douzaine d'essais sur le sujet et d'y consacrer un ouvrage, *The Environment and NAFTA*, j'ai aussi été conseiller spécial auprès du Secrétaire Général de la conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement à Rio en 1992; j'ai également siégé pendant sept ans au comité avisier sur les effets environnementaux du commerce de la Commission nord-américaine de coopération environnementale. Ce n'est pas tellement la façon dont nos pays développés appliquent leurs politiques en matière de dépollution ou de conservation des richesses naturelles qui m'intéresse le plus, mais plutôt comment, à l'échelle internationale, on peut intégrer le développement du commerce et la protection de l'environnement.

... SUR LA LIBÉRALISATION COMMERCIALE ET LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

J'ai présidé le «Symposium hémisphérique sur le commerce et le développement durable» quelques jours avant le Sommet de Québec (ZLÉA) en avril dernier. Les participants qui provenaient d'horizons divers - pro-

fesseurs d'universités, gens d'affaires, représentants d'ONG - avaient pour objectif d'ouvrir le dialogue en ce qui concerne l'élaboration d'une stratégie et l'identification de mesures qui favoriseraient à la fois la libéralisation commerciale, le développement social et la protection de l'environnement. Notre lien avec les pays du sud, particulièrement en Amérique latine, ne peut être qu'économique. On ne peut pas développer notre propre économie et amener les Latino-Américains à développer la leur sans tenir compte des effets que ces activités auront sur l'environnement, sur l'utilisation des richesses naturelles. Ceux qui négocient des accords de libre-échange ne sont pas intéressés a priori par ces questions-là, ce qu'ils négocient, c'est la circulation des biens... une approche bien traditionnelle. Je pense qu'il faut établir un système de coopération entre les États qui visent la protection et le renouvellement des richesses naturelles, il faut adopter des standards environnementaux. Le symposium hémisphérique que je présidais visait à sensibiliser à cette approche les ministres des affaires étrangères qui participaient au Sommet. Notre initiative a entraîné la mise sur pied d'un réseau informel; j'aimerais maintenant qu'il soit formel...

...SUR LES ACCORDS DE COOPÉRATION INTERNATIONALE : DES RETOMBÉES POSITIVES POUR LES ENTREPRISES QUÉBÉCOISES

Le Québec a développé une grande expertise en matière d'industries environnementales, particulièrement dans le secteur de l'eau ou nous avons mis au point des technologies exceptionnelles. Je pense à une entreprise de Victoriaville à titre d'exemple, H2O innovation, qui a fabriqué un appareil qui permet d'analyser la qualité de l'eau dans de petits réservoirs d'eau de surface et qui fabrique aussi des appareils quasi portatifs de traitement des eaux. Cette entreprise peut bénéficier des accords de coopération internationale en vertu desquels elle fait affaire au Mexique. Les tanneries mexicaines, qui constituent une source importante de pollution des cours d'eau, achètent ces appareils mis au point ici pour traiter leurs eaux usées. Mais, pour en arriver là, on a besoin des véhicules que sont les accords de coopération internationale. Selon la théorie économiste capitaliste traditionnelle, on dit que le marché peut tout faire seul mais dans la vraie vie, pour partir de Ham-Nord et descendre au Mexique vendre sa «machine» l'entrepreneur a besoin d'un cadre de coopération internationale.



Me Pierre-Marc Johnson

...SUR LA RÉSISTANCE DES PAYS EN DÉVELOPPEMENT

Les pays d'Amérique latine sont assez réticents à toute discussion environnementale car, selon eux, nos préoccupations environnementales sont des instruments pour adopter des mesures protectionnistes contre l'exportation de leurs produits sur notre territoire. Ils n'ont pas absolument tort. Souvent, on essaie d'adopter des barrières non tarifaires pour empêcher l'introduction de produits qui viennent de l'extérieur en invoquant l'argument environnemental. Ils craignent cela. Par ailleurs, la résistance des pays d'Amérique latine s'explique par le fait que les questions de l'environnement sont souvent mises de l'avant par des gens de l'opposition qui sont donc mal perçus par le pouvoir...

...SUR L'ENGAGEMENT DES GOUVERNEMENTS OCCIDENTAUX

Depuis quelques années, je constate un fléchissement de l'intérêt de nos gouvernements pour les questions environnementales. Sur le plan domestique, il est vrai que les gouvernements ont fait le ménage en instaurant différentes politiques et réglementations environnementales qui touchent, entre autres, la décontamination des sols et la dépollution des eaux. On constate, au sein même d'un gouvernement, une plus grande discipline et l'adoption de diverses mesures dans plusieurs ministères, et pas seulement au ministère de l'Environnement. Cette diminution de la sensibilité politique est compensée par les associations industrielles, les ONG et les entreprises qui ont pris le relais. Il y a déjà une intégration importante qui est faite en-dehors de l'État.



M. Jean-François Planteblat,
directeur général, Monde Club Med World

MONTRÉAL INTERNATIONAL ET CLUB MED WORLD : UN TANDEM RÉUSSI

AU-DELÀ DE SON RÔLE DE PROMOTEUR DU GRAND MONTRÉAL, MONTRÉAL INTERNATIONAL FACILITE L'IMPLANTATION DE SOCIÉTÉS ÉTRANGÈRES ET ACCÉLÈRE LES DÉMARCHES POUR L'ACCUEIL DES TRAVAILLEURS STRATÉGIQUES SUR LE TERRITOIRE DE LA COMMUNAUTÉ MÉTROPOLITAINE DE MONTRÉAL.

LES AFFAIRES ET LA VIE

Les besoins des investisseurs sont d'ordres multiples. Ils sont avant tout des gens d'affaires aux exigences élevées. Mais, ils sont aussi des individus à part entière qui peuvent parfois ressentir certaines appréhensions au moment de l'acceptation d'un mandat à l'étranger. Ils ont des familles, des proches, des collaborateurs qui nécessitent une écoute particulière et attentive. L'arrivée en pays étranger exige de grands efforts d'adaptation. Des plus simples gestes quotidiens aux décisions administratives les plus complexes, le travailleur stratégique doit composer avec de nouvelles réalités. C'est pourquoi les conseillers de Montréal International sont là pour faciliter cette transition. L'équipe de Club Med World en a pleinement bénéficié !

CLUB MED WORLD ET SON ANTENNE

En mars 1998, Montréal International établissait le premier contact d'affaires avec l'organisation Club Med, France. L'entreprise venait de lancer un tout nouveau concept de divertissement «dépassement de proximité», dans le quartier Bercy, à Paris. Cette première fut un succès monstre. Un an et des poussières plus tard, soit en octobre dernier, l'entreprise récidivait en offrant aux Montréalais un second Club Med World.

La venue de Monde Club Med World à Montréal, c'est d'abord l'histoire de la restauration d'un bâtiment unique, l'ancien cinéma Loews, sur la rue Sainte-Catherine. En piètre état à l'achat, le bâtiment a été restauré par ses nouveaux propriétaires. Séduits dès la première visite par l'aspect art déco des lieux, ils ont décidé de conserver l'authenticité des murs. Mais, comment démarrer ce chantier depuis Paris ?

«Quand on est en France et qu'on a un projet à l'étranger, il faut trouver des confidents dans le pays où on va investir. Il est difficile de gérer à distance les rénovations d'un bâtiment. Il nous fallait une antenne montréalaise pour répondre à nos questions et aiguiller notre projet», explique M. Jean-François Planteblat, directeur général de Monde Club Med World, Montréal. Bien qu'homme d'affaires globe-trotteur, puisqu'il a travaillé dans 36 pays à travers le monde, M. Planteblat ne tarit pas d'éloges pour le service d'encadrement qu'offre Montréal International aux investisseurs étrangers.

Montréal International est une antenne fort précieuse pour cette clientèle. Qu'il s'agisse d'obtenir un permis de travail ou bien des renseignements sur le financement ou encore la mise en œuvre du chantier, cet organisme métropolitain joue parfaitement son rôle de conseiller. Mais, comment une rencontre comme celle-ci s'est-elle effectuée ? «On s'est approché mutuellement. Des liens qui ont été renforcés par la suite par l'intermédiaire de l'ambassade du Canada à Paris», précise M. Planteblat.

PARRAIN ET CONSEILLER

Le choix de Montréal par Club Med World est relié à plusieurs facteurs stratégiques. «C'est une grande métropole, on y parle français, avec vue sur les États-Unis»,

explique le directeur. Le caractère multiculturel de Montréal a séduit les investisseurs français, puisqu'il correspond au principe «culture du monde» propre au Club Med. La notoriété de la marque Club Med au Québec est très significative : un total de 20 000 membres. Le membership canadien est aussi élevé, avec un total de 20 000 autres membres. Alors, comment le scénario s'est-il déroulé ?

«En deux phases : Montréal International a d'abord joué un rôle de parrain et de conseiller. Je crois que leur grande force est de conseiller et de faciliter les choses avec la plus grande ouverture d'esprit possible. Ils ont été réceptifs. Leurs questions se résument en deux points : Que voulez-vous faire ? De quoi avez-vous besoin ? Leurs conseils vont de la finance à l'administration ou au recrutement du personnel. Trois sphères où, lorsqu'on se trouve loin du pays où on investit, on est forcément loin de l'information. Je précise, de l'information vraie.»

La deuxième phase en a été une d'adaptation. Par exemple, lorsqu'il s'est renseigné sur les procédures d'immigration, le rôle de MI a été déterminant. Jean-François Planteblat n'en revient toujours pas «d'avoir pu régler ses papiers d'immigration en peu de temps ! Ailleurs dans le monde, cette démarche aurait pris l'équivalent de plusieurs semaines», ajoute-t-il.

UN RÉSEAU D'AFFAIRES EFFICACE

Au chapitre des ressources humaines, seulement six collaborateurs français travaillent à Montréal sur 200 employés. Parmi ceux-ci, l'incontournable chorégraphe des spectacles du Club Med, une signature inimitable. «Tous les gens qui m'entourent au niveau de la direction sont des Québécois», indique son directeur.

«La force de Montréal International, c'est de pouvoir profiter d'un réseau qui nous permet d'être efficace, rapide, de gagner du temps et d'avoir la bonne réponse.» Et ce rôle de facilitateur dépasse le strict cadre des affaires, selon son directeur qui est également papa et qui a été rejoint depuis peu par sa conjointe et leur petite fille de 20 mois.

«Si on prend les extrêmes, cela va des facilités pour me trouver une maison jusqu'à trouver le bon fournisseur pour l'achèvement des travaux du chantier. Sans leur intervention, la recherche aurait été plus longue. Ils ne règlent pas les problèmes à notre place, mais ils m'ont permis de les résoudre plus aisément.» Et, Montréal ?

«Vous avez, ici au Québec, une chance énorme. D'abord vous avez une qualité de vie qui vous permet de prendre les choses sérieusement, mais avec une certaine sérénité. Vous vivez d'une façon agréable, ce qui n'empêche pas d'être créatif, positif et tourné vers l'action. Une situation bien différente de l'Europe, où on s'investit parfois aux dépens de la sérénité.»

Si le Club Med a pour mission de rendre les vacanciers heureux, MI semble bien assumer le rôle comparable de rendre l'investisseur heureux... d'investir dans la métropole. ■

MONTRÉAL INTERNATIONAL COURTISE LES «SITE LOCATORS» AMÉRICAINS

CAMPAGNE MIXTE DANS
LES MÉDIAS IMPRIMÉS ET
ÉLECTRONIQUES POUR
PROMOUVOIR LES AVANTAGES
DU GRAND MONTRÉAL À DES
INFLUENCEURS STRATÉGIQUES.

PERCEPTIONS ET RÉALITÉS

Pour faire la promotion du Grand Montréal à l'étranger, MI a recours à divers médias et activités de relations publiques : publications, site Web, missions commerciales, accueil de visiteurs et de journalistes étrangers, réalisations d'études sur les industries de pointe. Toutes ces activités forment un tout indissociable.

Récemment, le magazine *Wired* craquait devant le «nouveau» Montréal branché et techno. Pourtant, il ne faut pas s'y méprendre, les investisseurs de New York ou de Chicago ne sont pas tous bien renseignés sur la région de Montréal. Notre profil circule très peu parmi les autres technopôles nord-américains. Par exemple, le dynamisme de nos industries de pointe en aérospatiale, en biopharmaceutique et en multimédia leur est encore méconnu.

Trop d'investisseurs américains semblent ne pas avoir notre région sur leur radar. Ils la perçoivent encore trop souvent à travers le prisme déformant de certains médias très influents. Cette réalité est loin d'avoir rendu justice à Montréal au cours de la dernière décennie. MI mettra donc de l'avant une offensive dans les nouveaux médias électroniques. Cette initiative sera soutenue par une campagne dans les médias imprimés américains. Elle misera sur quatre éléments distinctifs liés à sa réputation : son économie diversifiée, sa main-d'œuvre qualifiée, sa qualité de vie enviable, la force de son réseau collégial et universitaire et la présence de nombreux centres de recherche.

«Nous lançons un projet de mise en valeur du Grand Montréal auprès de clientèles clés, en matière de choix de lieux d'investissements et de mise en

suite ►

◀ page précédente

MONTREAL INTERNATIONAL COURTISE LES «SITE LOCATORS» AMERICAINS

marché de nos grandes caractéristiques par le biais de nouvelles technologies», explique M. Jacques Girard, président-directeur général de Montreal International. Comment cela se concrétisera-t-il ?

«Nous allons déployer une stratégie communicationnelle mixte en ciblant, entre autres, les très influents décideurs en matière de localisation», précise M. Girard. «Cette action sera jumelée à un programme intensif de relations publiques. L'intention est de chercher à convaincre des «prospecteurs d'espaces» de considérer le Grand Montréal comme un centre d'affaires international exceptionnel.»

DES CONSEILLERS D'INFLUENCE

Ces prospecteurs sont en fait des consultants. Leur influence est très grande auprès des décideurs stratégiques des grandes entreprises américaines. Ces derniers font appel à leurs services pour obtenir des analyses qui dépassent le simple potentiel immobilier d'une ville. Ces études tiennent compte de l'environnement d'affaires global d'une région; elles comportent aussi des critères de localisation très précis. Par exemple, elles peuvent porter sur l'accès direct aux marchés, les possibilités de croissance de l'entreprise ou sur la disponibilité de la main-d'œuvre. Cet exercice, fait avec une réelle minutie, précède souvent la proposition d'un site.

Or, une étude de marché, commandée par MI, confirme entre autres que les prospecteurs d'espaces sont de grands utilisateurs d'Internet pour documenter leurs propositions. MI souhaite en définitive devenir l'un de leurs signets favoris!

«Depuis un an, nous avons travaillé fort à améliorer notre site Web. Nous y avons complété et mis à jour les données les plus recherchées, par secteur. Cette approche stratégique sectorielle de masses critiques est en lien avec notre approche de prospection. Nous ne pouvons négliger aucun secteur, mais nous avons choisi d'en privilégier certains», d'ajouter M. Girard. ■

DEUX VICTOIRES MAJEURES POUR MONTRÉAL, VILLE INTERNATIONALE

LES MULTIPLES ACTIONS INCITATIVES DE MI AUPRÈS DES ORGANISATIONS INTERNATIONALES PORTENT FRUIT. L'INSTITUT DE STATISTIQUE DE L'UNESCO (ISU) VIENT TOUT JUSTE DE S'ÉTABLIR À MONTRÉAL ET, DÈS JANVIER 2002, L'AGENCE MONDIALE ANTIDOPAGE (AMA) S'INSTALLERA À LA TOUR DE LA BOURSE.

RECONNAISSANCE ULTIME

Pour la première fois depuis sa création, l'UNESCO choisit une ville nord-américaine pour l'établissement de l'une de ses unités administratives. Et ce grand honneur revient à Montréal! Depuis mai dernier, Montréal héberge le très convoité Institut de statistique de l'UNESCO, qui a élu domicile sur le campus de l'Université de Montréal, dans l'ancien immeuble des HEC.

Tout a commencé en janvier 1999 par un appel d'offres reçu par l'Ambassadeur du Canada à l'UNESCO, M. Jacques Demers. Cette offre plus qu'intéressante était ouverte à tous les pays membres de l'organisme à travers le monde. Or, à la demande des gouvernements du Canada et du Québec, l'équipe de Montreal International a rapidement tout mis en œuvre pour préparer le dossier de candidature. Elle misa sur tous les acquis de la vocation internationale du Grand Montréal. M. Koïchiro Matsuura, directeur général de l'UNESCO, a appuyé cette candidature dès le début. Le Conseil exécutif a débattu, puis tranché. Montréal a été choisie pour être la ville hôte. Ce fut une réussite éclatante pour l'équipe de MI, forte de l'appui de ses nombreux partenaires gouvernementaux et institutionnels. Des villes aussi prestigieuses que Birmingham, La Haye et Paris étaient en lice.

Or, il ne fait aucun doute que la notoriété internationale du Canada en matière de collecte et de validation de données a eu aussi une grande influence dans la décision finale. Il est important de rappeler que le dernier classement publié par la revue *The Economist* positionnait Statistique Canada comme «la meilleure agence de statistique au monde.» À cette renommée, s'ajoute aussi celle l'Institut de la statistique du Québec.

«Nos chercheurs, enseignants et consultants suivent de très près les activités de l'Institut sachant qu'il a notamment un mandat de formation partout dans le monde en développement et, que la Banque Mondiale est prête à les appuyer financièrement pour réaliser ce mandat. À

maints égards, cela pourra représenter d'autres retombées considérables pour la région», de préciser Jacques Girard.

C'est en présence du conseil d'administration de l'Institut et de tous les hauts dignitaires invités des milieux politique, scientifique, universitaire et d'affaires du Grand Montréal que M. Koïchiro Matsuura a procédé à l'inauguration officielle des bureaux, le 30 novembre dernier.

AUTRE COUP DE MAÎTRE !

Fin août dernier, après des mois de suspense et de travail acharné, la décision du Conseil de fondation de l'Agence mondiale antidopage (AMA) a été rendue. La satisfaction était grande, car tous les intervenants ont travaillé à ce projet avec une incroyable ténacité.

«La relocalisation de l'AMA est une grande victoire pour Montréal. Un exploit pour le Canada et le Québec! La compétition était organisée. À la dernière étape de la courte liste, notre candidature devait se mesurer à celles de villes européennes de haut calibre extrêmement motivées : Bonn, Lille, Stockholm et Vienne nous livraient une sérieuse bataille. Mais, nous avons remporté!», d'indiquer Jacques Girard.

Il est de plus en plus acquis que l'unique partenariat dont est issu MI joue un rôle très significatif dans ce type de processus de sélection. C'est cette convergence des forces émanant des milieux d'affaires, institutionnels et académiques, soutenues par les trois paliers de gouvernement, qui expliquent sans contredit les succès de MI. À cette concertation menée avec intelligence, s'ajoute la contribution d'un laboratoire de recherche comme celui de l'INRS-Institut Armand-Frappier. Il est le seul laboratoire canadien accrédité par le Comité international olympique pour le contrôle du dopage sportif. La participation d'un intervenant de cette qualité s'avère un atout considérable dans un dossier de candidature de cette nature.

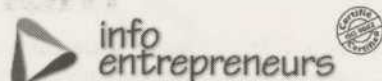
Avec l'établissement de l'AMA, Montréal profite d'un rayonnement dans tout le mouvement olympique. Une vitrine technologique enviable qui renforce son positionnement sur l'échiquier international. Cela rejaille sur l'ensemble du Grand Montréal. Au-delà des emplois prévus, le choix du Conseil de fondation de l'Agence constitue une reconnaissance appréciable de l'expertise des milieux scientifique et universitaire de la grande région métropolitaine.

«Il ne fait aucun doute que l'AMA devrait susciter des activités de recherche supplémentaires en plus de contribuer à l'essor du secteur biopharmaceutique, déjà reconnu comme industrie de pointe dans la région métropolitaine» de conclure M. Girard. L'AMA s'installera dans les bureaux de la Tour de la Bourse, en début de 2002. ■

MontrealInternational

MI a pour mission première d'attirer les investissements étrangers sur le territoire du Grand Montréal. Entreprises d'envergure et organisations internationales sont dans sa mire, à l'échelle du globe. Pour cela, MI consacre la plus large de ses ressources, tant humaines que financières, à promouvoir les attributs particuliers de Montréal. Créé dans le sillon du Sommet économique de 1996, l'organisme est le fruit d'une collaboration étroite entre le privé et le public.

Au niveau financier, MI est doté d'un Fonds de développement de 11 M\$, dont 6 M\$ proviennent du privé, le reste des divers paliers de gouvernement. Le Fonds, d'une durée de cinq ans, est renouvelable en 2002. Cette ressource est exclusivement consacrée aux activités de promotion et de prospection de l'organisme, menées tant en Europe qu'aux États-Unis. Son fonctionnement est assuré par les gouvernements du Québec et du Canada. Une centaine d'entreprises sont membres de MI. ■



UNE TROUSSE D'OUTILS VIRTUELS AU SERVICE DE LA PME !

PAR LINDA BERGERON, ANALYSTE SENIOR

DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS ET SERVICES, INFO ENTREPRENEURS

Êtes-vous à la recherche d'outils conviviaux pour vous aider à planifier le démarrage d'une petite entreprise ou encore le développement de vos activités commerciales sur de nouveaux marchés intérieurs ou à l'international ?

Info entrepreneurs a développé, en collaboration avec le réseau des Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC), une série d'outils interactifs et informationnels sur Internet destinés à vous accompagner dans votre processus de planification d'affaires.

Le réseau des CSEC offre aux PME une combinaison de produits, services, publications et de références à des experts, pour les aider à obtenir des renseignements commerciaux à jour et complets sur une grande variété de sujets, notamment la rédaction d'un plan d'affaires, le démarrage d'une entreprise, la prospection de nouveaux marchés et la préparation à l'exportation.

Voici les principaux outils d'information offerts :

ATELIER EN LIGNE SUR LA PETITE ENTREPRISE (ALPE)

Cet atelier fournit, sur le Web, des conseils et des renseignements sur la façon de réaliser un projet commercial, de lancer et financer une nouvelle entreprise ou de faire prospérer une entreprise existante. Il est divisé en cinq séances, chacune s'articulant autour d'un aspect particulier du développement d'une entreprise, soit :

- une bonne idée pour démarrer
- les rudiments de la commercialisation
- le financement de l'entreprise
- la planification essentielle
- les règlements de base du démarrage

PLAN D'AFFAIRES INTERACTIF (PAI) ET PLAN D'EXPORTATION INTERACTIF (PEI)

Le PAI et le PEI sont les premiers logiciels de création de plan d'affaires interactifs conçus expressément sur Internet. Ces outils en ligne – qui ont été primés (médaille d'argent GTEC 1999) – aident les entrepreneurs dans l'élaboration d'un plan d'affaires exhaustif étalé sur trois ans, que ce soit pour une nouvelle entreprise, une entreprise existante ou encore pour l'élaboration d'un plan d'exportation.

Le PAI et le PEI :

- guident l'utilisateur dans chaque section d'un plan d'affaires au moyen de questions et réponses;
- fournissent des définitions et des conseils et permettent de consulter des modèles de plan d'affaires afin d'aider à en réaliser un;
- aident à produire des prévisions

financières selon l'information qui leur sont soumises; et

- permettent d'utiliser toutes les ressources d'Internet pour faciliter les recherches.

SYSTÈME D'AIDE AU DÉMARRAGE D'UNE ENTREPRISE (SADE)

Ce portail consacré au démarrage réunit, sous forme d'hyperliens, des renseignements utiles pour toute personne qui souhaite lancer une entreprise. Le SADE, organisé par sujet et par province, offre des renseignements fiables de sources gouvernementales et non gouvernementales, notamment le choix d'une structure juridique, la réglementation, la fiscalité, le financement, la préparation d'un plan d'affaires, les études de marché, et bien d'autres sujets tous aussi essentiels les uns que les autres dans le démarrage d'une entreprise.

INFO-GUIDES THÉMATIQUES

Les Info-Guides sont des documents-synthèses intégrant l'information relative aux programmes et aux services gouvernementaux pour une thématique donnée. Info entrepreneurs offre les onze thématiques suivantes : démarrage/expansion, exportation, économie sociale, innovation/R&D, permis et licences, embauche et formation, entreprises autochtones, travailleurs autonomes, multimédia, affaires électroniques et veille stratégique. Ces guides font l'objet d'une vigie et d'une mise à jour régulières. On peut être informé des nouveautés en s'abonnant au bulletin Info entrepreneurs en ligne à l'adresse suivante :

<http://infoentrepreneurs.org/francais/nouvelles.cfm>

L'ensemble de ces outils d'information et de planification virtuels sont disponibles gratuitement par l'entremise de notre nouveau portail à : <http://www.infoentrepreneurs.org> (Choisir une thématique sous le bouton «Information d'affaires» dans la barre de navigation, puis cliquer sur «Boîte à outils» ou «Info-Guides» sur le menu à gauche de l'écran.)

Vous avez besoin d'un coup de pouce pour utiliser ces outils sur le Web ? Vous désirez vous entretenir avec un conseiller sur une question particulière ? N'hésitez pas à communiquer avec nous au (514) 496-4636, ou au 1 800 322-4636 durant les heures d'ouverture. Notre nouvelle application interactive Consultez-nous!, accessible via le Web, permet également de parler à un agent d'information pendant que les renseignements sont transmis à l'écran ! ■

Consultez-nous!



Institut du commerce électronique
Electronic Commerce Institute



Pierre Langelier
Président-directeur général

LEADERSHIP MONTRÉAL
DÉCEMBRE 2001 / JANVIER 2002

LE SUCCÈS DE L'ENTREPRISE PASSE PAR SES EMPLOYÉS

Une chaîne n'est jamais plus forte que son maillon le plus faible : tous connaissent cette expression ou du moins une variante. Lorsque l'on considère que le maillon le plus essentiel et le plus critique à l'entreprise, ce sont ses employés, cette expression est lourde de sens.

Effectivement, le succès de l'entreprise est assuré le plus souvent par les compétences de ses employés. Tout individu doit être à l'affût des meilleures pratiques d'affaires dans son domaine et maintenir ses connaissances afin de pouvoir contribuer non seulement à son mieux-être, mais à celui de son employeur. De même, tout employeur doit reconnaître la valeur de ses employés et agir comme catalyseur, c'est-à-dire équiper ses gestionnaires pour rendre plus efficaces leurs prises de décision.

Les employeurs reconnaissent qu'il est plus facile et efficace de former une ressource déjà à leur embauche que de recruter une nouvelle ressource qui maîtrise certaines connaissances, mais qui n'est pas du tout familière avec la culture de l'entreprise, ses politiques, ses réseaux et ses clients.

De plus, l'évolution des affaires traditionnelles, bouleversées par les affaires électroniques, a changé la donne et renforcé le besoin de formation continue. Parallèlement, l'on cherche à augmenter davantage la productivité et la compétitivité non seulement des entreprises, mais aussi de tous les employés. La formation devient, dans ce contexte, un atout majeur pour tout employeur qui cherche à bonifier les connaissances de ses employés et ainsi capitaliser sur les occasions d'affaires qui pourront lui profiter.

Les affaires électroniques ne se limitent pas à la technologie, mais reposent sur des approches innovatrices pour faire des affaires, autrement. C'est pourquoi les gestionnaires doivent acquérir des connaissances étendues et développer une vision globale des affaires électroniques, et ainsi devenir la ressource stratégique de l'entreprise et de ses clients.

Deux éléments-clé sont proposés dans les programmes de formation et de certification de l'Institut du commerce électronique : intégrer stratégie et technologie pour maximiser ses occasions d'affaires, et comprendre les impacts d'Internet et des TI dans les opérations de l'entreprise. De plus, l'Institut offre aux entreprises qui cherchent à former leurs équipes de vente, de marketing ou de TI divers programmes pour :

- les outiller en stratégie et en intégration des TI à leur modèle d'affaires;
- développer leurs connaissances en analyse, gestion et planification stratégique pour consolider les acquis et profiter des nouvelles occasions d'affaires;
- développer le travail d'équipe multidisciplinaire (marketing, TI, ventes, etc.);
- intégrer leur modèle d'affaires à l'échelle de l'entreprise et auprès des clients et partenaires.

L'Institut du commerce électronique est un organisme formateur reconnu par Emploi-Québec dans le cadre du programme de crédit d'impôt remboursable (loi 90) favorisant le développement de la formation de la main-d'œuvre. ■

PROGRAMME DE FORMATION DE L'INSTITUT DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

JANVIER 2002 À MARS 2002

25 janvier au 8 mars

Programme de certification professionnelle
en affaires électroniques
(8 cours sur 6 semaines)

Information : institut@institut.qc.ca
Tél. : (514) 840-1288



THE BEST RUN E-BUSINESSES RUN my SAP.Com

L'Institut du commerce électronique reçoit l'appui de : Développement économique Canada, ministère de l'Industrie et du Commerce du Québec, ministère des Affaires municipales et de la Métropole ainsi que le Conseil du trésor.

Le PW800 CHANGE LE VISAGE DE L'INDUSTRIE

Pratt & Whitney Canada Cie (P&WC) innove en lançant sur le marché une nouvelle famille, celle de la turbosoufflante à réducteur PW800. Forte de l'expérience et des technologies de pointe développées au cours des dernières années avec l'introduction des familles de moteurs Pratt & Whitney, le PW800 établira de nouvelles normes dans l'industrie en matière de performance et de coûts d'exploitation.

«Nous croyons que les turbosoufflantes à réducteur constituent une percée majeure en matière de performance, d'efficacité et de coûts d'exploitation des moteurs destinés à l'aviation régionale», déclare Gilles Ouimet, président et chef de la direction de P&WC. «Le PW800 est une nouvelle famille de moteurs verts qui respecteront l'environnement en consommant moins de carburant, en étant plus silencieux et plus propres. De surcroît, ils comporteront bien moins de pièces que les moteurs actuels.» D'une poussée comprise entre 44,7 et 89 kN (10 000 - 20 000 lb), le PW800 équipera la prochaine génération des jets de l'aviation régionale et des gros avions d'affaires transportant de 50 à 100 passagers. Il complètera ainsi la gamme des produits de Pratt & Whitney, occupant le créneau existant entre la famille du PW300 et celle du PW6000. Rappelons que le PW300 offre

aux petits jets régionaux et jets d'affaires une poussée comprise entre 22,5 et 36 kN (5 000 - 8 000 lb) et que la famille du PW6000 se classe dans les poussées dépassant 89 kN (20 000 lb).

«Selon nous, les coûts d'exploitation et le respect des normes environnementales dicteront l'évolution de la nouvelle génération des avions de transport régional et d'avions d'affaires, affirme M. Ouimet. De ce fait, le PW800 transformera profondément le marché parce qu'il fournira à nos clients la meilleure technologie et la plus grande valeur au meilleur coût.» Le démonstrateur du PW800, appelé intégrateur de soufflante de technologie avancée (ATFI), a effectué son premier tour au banc en mars. Les démonstrations de technologies de corps basse pression et d'aptitude au fonctionnement progressent bien et une démonstration des technologies essentielles concernant l'ATFI est prévue pendant la deuxième moitié de 2002. M. Ouimet indique que des discussions se poursuivent avec différents avionneurs quant au PW800. «Nous sommes très heureux de l'intérêt qu'il suscite déjà et nous prévoyons offrir le produit 36 mois après le lancement du programme.»

Le groupe motopropulseur, dont la consommation de carburant sera d'envi-

ron 10 % inférieure à celle des moteurs concurrents, engendrera de très faibles quantités d'émissions polluantes, dépassant les exigences de Zurich 5 afin de satisfaire aux mesures plus restrictives attendues dans l'avenir. Le niveau sonore du moteur vise une marge cumulative de bruit de -24 dB prévue au Niveau 3 et sera également inférieur aux limitations attendues du Niveau 4. Le programme du PW800 et son démonstrateur, l'ATFI, sont entrepris par l'ensemble du groupe Pratt & Whitney. Ils bénéficient à la fois de la vaste expertise de Pratt & Whitney Canada en matière d'aviation régionale et de celle qu'a acquise la Division des gros moteurs commerciaux auprès des gros transporteurs. Sont également partenaires l'Allemand MTU Aero Engines, fournisseur de la turbine basse pression, et l'Italien FiatAvio, responsable de l'ensemble réducteur d'entraînement de la soufflante, du carter intermédiaire et du relais d'accessoires. Le PW800 comporte un réducteur permettant à la soufflante de tourner moins vite que le corps basse pression compresseur-turbine. Les composants fonctionnent ainsi à leur vitesse optimale pour une efficacité maximale. La vitesse réduite de la soufflante engendre des niveaux sonores très bas; la vitesse accrue de la turbine et du compresseur basse pression autorise un nombre moindre d'étages du moteur et des turbines plus petites, et ce, pour un même travail. Comportant moins de pièces qu'un moteur classique sans réducteur, le PW800 se caractérise

par des coûts d'exploitation considérablement réduits pour nos clients.

La nouvelle famille se caractérise également par une soufflante haute performance dont la conception avancée offre deux avantages : amélioration de la performance, grâce à l'accroissement de la capacité d'écoulement d'air de la soufflante, et réduction du niveau de bruit. Elle peut ainsi se conformer à la réglementation de plus en plus stricte en vigueur dans les aéroports du monde entier. Ce tout nouveau programme de développement atteste l'esprit innovateur de P&WC, qui est toujours en éveil. Tablant sur les connaissances héritées de son premier moteur, le PT6, P&WC a perfectionné sa méthodologie, ses outils et sa démarche à chacune de ses sept familles de moteurs, soit celle du PT6, du PW100, du PW200, du PW300, du PW500, du JT15D et du PW900.

P&WC conçoit, développe, fabrique et commercialise des turbosoufflantes, turbopropulseurs, turbomoteurs, dont elle assure également le soutien technique. Notre gamme de moteur est offerte dans un vaste régime de puissance pour répondre aux besoins de nos différents marchés - transport régional, aviation d'affaires, hélicoptères, entraînement militaire, aviation utilitaire, groupes auxiliaires de puissance et applications industrielles. La société repousse constamment les frontières en optimisant les technologies les plus récentes pour répondre aux besoins en évolution de ses clients. ■



DEMAIN, PROPULSÉ PAR PRATT & WHITNEY CANADA



Pour répondre aux besoins de demain, il faut pouvoir atteindre nos objectifs aujourd'hui, faire preuve d'avant-gardisme et anticiper les solutions. C'est pourquoi Pratt & Whitney Canada est l'un des plus importants investisseurs en recherche et développement axés sur l'aviation. Allouer les ressources nécessaires à la création de moteurs qui dépassent nos critères inégalés de fiabilité... propulser l'efficacité de notre réseau international vers de nouveaux sommets... et par-dessus tout, investir dans notre personnel : telles sont les véritables énergies motrices de notre avenir.

Bienvenue sur notre site Web : www.pwc.ca
Permanence téléphonique 24 h :
É.U. et Canada - 1-800-268-8000
International - préfixe international + 8000-268-8000
ou 1-450-647-8000



Pratt & Whitney Canada
Une société de United Technologies

ENVIRONNEMENT ET EXPORTATION : DÉFIS ET OCCASIONS POUR L'INDUSTRIE ENVIRONNEMENTALE

Protocole de Montréal, entente de Kyoto, discussions sur l'environnement aux conférences ministérielles de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) : l'environnement fait résolument partie des thèmes mis à l'agenda des rencontres internationales. Les points de vue diffèrent, tant sur la meilleure façon de freiner le réchauffement de la planète que sur les moyens de concilier échanges commerciaux et considérations environnementales. Mais une constante demeure : la reconnaissance du fait que les dommages environnementaux ont un impact beaucoup plus large que sur les lieux immédiats où ils se manifestent d'abord et que, conséquemment, il est pertinent, voire impératif, d'aborder ces questions selon une perspective internationale. Ainsi, malgré la discorde, il semble se créer, tranquillement, une «mondialisation de la conscience environnementale».

NOUVELLE CONSCIENCE, NOUVEAU SECTEUR

L'environnement n'a pas toujours été à l'ordre du jour comme il l'est aujourd'hui. C'est principalement à travers l'action des mouvements environnementalistes, les sommets internationaux tenus sous l'égide du système de l'ONU et une conscientisation de la population que se sont développées, à la fois, une conscience environnementale et une opinion publique critique des comportements polluants. Ces facteurs ont stimulé la demande de biens et de services environnementaux et rendu nécessaire la définition de cette nouvelle catégorie industrielle.



Pérou : réparation d'un système d'assainissement financé par la Banque interaméricaine de développement.

En effet, jusqu'au milieu des années 90, l'environnement ne constituait pas une industrie en soi, selon les définitions de Statistique Canada. C'est pourquoi les statistiques couvrant l'ensemble du secteur ne nous en fournissent que l'histoire récente. On regroupe maintenant dans la catégorie de l'industrie environnementale l'ensemble des activités liées à la production et à la prestation de services environnementaux, de même que les activités de construction liées à l'environnement.

C'est une définition qui n'est pas parfaite. À l'image de la complexité et de la diversité caractérisant la notion même d'environnement, les «biens et services environnementaux» regroupent des sous-secteurs – l'eau, l'air, le sol, etc. – passablement différents et traditionnellement classifiés séparément. La définition de l'industrie environnementale doit donc être assez large pour inclure des activités telles que la gestion des problèmes liés aux déchets, au bruit et à la préservation des écosystèmes; les technologies visant à diminuer l'utilisation de matériaux, à réduire la consommation d'énergie, à récupérer des sous-produits utiles et à réduire les émissions de produits nocifs.

L'INDUSTRIE ENVIRONNEMENTALE CANADIENNE : PME ET SECTEUR PUBLIC

Selon les dernières statistiques disponibles (Statistique Canada, 1998), l'ensemble des ventes de biens et de services environnementaux canadiens représente annuellement un chiffre d'affaires de 14,3 milliards de dollars, dont 3,34 milliards au Québec. À l'origine de cette production, on retrouve un nombre considérable de PME, soit 96 % des entreprises de l'industrie, lesquelles génèrent 48 % des revenus.

À l'intérieur du secteur environnemental, ces ventes sont réparties entre les services (6,3 milliards), les biens (3,2 milliards) et les services de construction liés à l'environnement (3,2 milliards). Parmi les services environnementaux offerts au Canada, les plus importants sont ceux liés aux déchets (3,4 milliards) et les services de génie (2 milliards) qui, conjointement, comptent pour 85 % des revenus tirés de la vente de services. Du côté des biens, les revenus les plus importants sont associés aux activités d'achat, de tri et de vente de matières recyclables (2,9 milliards), de même qu'aux secteurs de l'eau (1,5 milliards) et de l'air (460 millions).

Ainsi, de façon générale, les activités les plus importantes reliées à l'industrie environnementale sont d'abord le commerce de gros, – principalement la vente de matières recyclables – et l'ensemble des services et travaux de construction reliés à la gestion des déchets et à l'assainissement des eaux (usines de traitement de l'eau, réfection d'égouts, etc.).

Fait remarquable, l'ensemble de ces activités, en plus de faire partie de l'industrie environnementale, ont aussi en commun d'être des sous-secteurs fréquemment sous responsabilité gouvernementale. C'est là une autre caractéristique importante de l'industrie environnementale : le secteur public y joue un rôle très important.

Historiquement, de l'avis de M. Sylvain Laramée, directeur général de Réseau Environnement, la croissance de l'industrie environnementale a d'abord été tributaire des réglementations mises en place par les gouvernements qui ont forcé l'achat de biens et de services environnementaux. «L'un des secteurs où nous excellons au Québec est celui de l'assainissement des eaux. Ce n'est pas pour rien : les programmes et la législation mis en place par le gouvernement du Québec dans les années 80 ont suscité une très grande demande pour ce genre de services, ce qui nous a permis de développer une expertise d'envergure internationale.» Encore aujourd'hui, le secteur public demeure le plus gros marché de biens et services environnementaux au pays, les gouvernements municipaux en tête avec plus de 35 % des achats. Cette prépondérance du secteur public comme marché principal pour les biens et services environnementaux fait en sorte que la croissance continue du secteur de l'environnement dépend largement de la volonté future des gouvernements à continuer de légiférer sur les questions environnementales.

R&D : LES DÉFIS DE LA COMPÉTITIVITÉ

Au cours des dix dernières années, la demande des biens et services environnementaux, tant au Canada que dans l'ensemble des pays de l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE), s'est passablement modifiée. Les biens et services demandés ne visent plus tant à réduire la pollution en place qu'à la prévenir, directement à la source. Les technologies de production préventive – «technologies vertes» – sont celles qui, de toute l'industrie, ont connu la croissance la plus rapide. La demande pour ces technologies vertes n'est plus exclusive au secteur public et provient également des grandes entreprises désireuses d'atténuer l'impact environnemental de leur processus de production. À titre d'exemple, la certification ISO 14 000 comporte des critères environnementaux à respecter.

Cette croissance rapide des technologies préventives est à la fois une conséquence et un stimulant de l'innovation et de l'invention de nouveaux procédés de fabrication propre. Le savoir est au centre de la compétitivité dans l'industrie environnementale. «En environnement, la recherche et le développement, c'est le nerf de la guerre», nous confirme M. Laramée.

C'est à ce niveau que les PME canadiennes en environnement font face à un défi de taille. Nul

doute que comparativement à l'ensemble du monde, la position du Canada parmi les économies du savoir qualifie notre industrie pour être concurrentielle en environnement, sur le plan international. Le réseau universitaire et les centres de recherche contribuent d'ailleurs à la recherche canadienne en environnement. Toutefois, la part de recherche et développement financée par le secteur privé au Canada est passablement inférieure à la moyenne des autres pays de l'OCDE (environ 50 % contre 80 %, selon Industrie Canada). La petite taille de la majorité des entreprises canadiennes en environnement n'est pas étrangère à cet état de fait, d'autant plus que l'industrie environnementale canadienne n'a pas connu de phase de consolidation aussi forte que ses compétiteurs européens. Enfin, la petite taille du marché canadien (seulement 2,6 % des dépenses mondiales en environnement) fait en sorte que s'ils s'en tiennent au marché domestique, l'amortissement commercial de la R&D des PME canadiennes connaît également de sérieuses limites. De là le besoin de se tourner vers l'international.

L'EXPORTATION : NÉCESSITÉ ET OCCASIONS

Ce n'est pas par goût d'exotisme que les entreprises canadiennes en environnement se tournent vers l'exportation, mais bien par nécessité. «Par exemple, si votre entreprise vend son produit à des municipalités, on a vite fait le tour du jardin», de dire M. Laramée. Pour poursuivre leur croissance, ces entreprises se doivent d'élargir leur marché, d'abord aux autres provinces, ensuite aux États-Unis et ailleurs.

Comme les autres secteurs de l'économie canadienne, la grande majorité (72 %) des exportations des entreprises canadiennes en environnement se font vers les États-Unis. Si le marché américain est particulièrement intéressant en raison de sa taille (environ 40 % du marché mondial), il demeure qu'on ne s'attend pas à y trouver la plus forte croissance des besoins environnementaux.

Ce sont les pays en développement qui présentent actuellement le plus grand potentiel de croissance. Les problèmes environnementaux y sont souvent considérables et les infrastructures pour les gérer, généralement inexistantes; par contre, la conscience environnementale y est grandissante. Le Mexique nous fournit un bon exemple. En se joignant à l'ALENA, le Mexique est également devenu membre de la Commission Nord-américaine de Coopération Environnementale (CCE). En plus d'offrir un mécanisme trilatéral où l'on peut soumettre, pour évaluation, des plaintes relatives au non-respect des législations environnementales au Canada, aux États-Unis et au Mexique, la CCE a également, depuis sa création en 1993, fait un travail de formation auprès des divers paliers gouvernementaux mexicains afin d'augmenter leur connaissance des règles environnementales en place et de les sensibiliser au respect de l'environnement. Cela a eu pour effet d'augmenter de façon marquée les besoins en services de consultants en environnement et, par le fait même, de créer des occasions d'affaires pour les entreprises canadiennes.

Il est vrai que la situation du Mexique est particulière : ce ne sont pas tous les pays en développement qui font partie d'une union com-

merciale comprenant un volet environnemental aussi explicite. Néanmoins, les principaux organismes multilatéraux qui financent des projets dans les pays en développement représentent également une source de financement et de sensibilisation importante.

D'une part, l'Organisation des Nations Unies, incluant ses agences affiliées, représente un vaste marché. Outre les activités du Programme des Nations Unies pour l'environnement (UNEP), notons, par exemple, les 2,75 milliards de dollars US alloués au Fonds pour l'environnement mondial (Global Environment Facility) en 1998, ou encore les 440 millions de dollars US consacrés à la mise en œuvre, entre 2000 et 2002, du Protocole de Montréal visant l'élimination des substances qui appauvrissent la couche d'ozone.

D'autre part, les banques multilatérales, la Banque mondiale en tête, sont non seulement l'une des principales sources de financement pour de nouveaux projets en environnement, mais elles portent une attention systématique à l'impact environnemental de tous leurs projets, dont la valeur annuelle s'élève à plus de 30 milliards de dollars US. Ainsi, chaque nouveau projet approuvé subit, au préalable, une évaluation environnementale – laquelle requiert l'embauche de consultants externes. Pour l'exercice financier 2001, la Banque mondiale a financé pour 1,340 milliards de dollars US de projets en environnement et en assainissement des eaux, et ce montant n'inclut pas les investissements pour des projets classés en développement urbain ou rural et qui contiennent des composantes environnementales.

DÉFIS ET PROBLÈMES DE TAILLE

Les occasions d'affaires à l'exportation pour la croissance de l'industrie environnementale sont bien réelles et bien nécessaires. Pourtant, selon les dernières statistiques de Statistique Canada (1998), les marchés extérieurs représentent seulement 8 % des revenus des entreprises canadiennes en environnement, ce qui représente très peu comparativement aux 46 % des revenus de l'économie canadienne provenant de l'exportation.

Le problème n'est certainement pas d'ordre technologique : l'offre canadienne est tout à fait compétitive. De l'avis de M. Laramée, la source des difficultés des entreprises québécoises à l'exporta-

tion est la même que pour leur recherche et développement, c'est-à-dire leur taille. La somme d'investissement requise pour percer à l'international est considérable et la compétition y est imposante. Les PME québécoises exportatrices doivent en effet jouer sur le même terrain que de véritables géants, particulièrement les compagnies européennes qui ont eu l'avantage d'être les premières à «s'éveiller» à l'environnement et qui ont pris une longueur d'avance dans la consolidation de leur industrie. Ainsi, ces géants sont en mesure d'offrir aux clients étrangers potentiels des solutions intégrées à l'intérieur desquelles tous les éléments pour régler le problème visé sont inclus. Face à ce genre de compétition, il est alors difficile pour la PME québécoise de se faire entendre du preneur de décisions étranger, d'autant plus que lorsqu'elle s'adresse à lui, c'est souvent pour lui offrir une technologie qui répond partiellement à son problème, et non la solution complète.

L'un des défis pour l'offre canadienne est donc de trouver le moyen de se faire connaître et de se faire valoir. Faute d'une consolidation à l'européenne, les entreprises d'ici ont grand intérêt à se regrouper et à mettre leur expertise complémentaire à profit pour être en mesure de présenter, elles aussi, des solutions intégrées. C'est d'ailleurs l'un des mandats de Réseau Environnement qui, comme son nom l'indique, tente de faciliter le tissage de liens entre les membres du réseau.

Comme complément à cette approche de regroupement, peut-être serait-il intéressant d'étendre également ces liens de collaboration avec les gouvernements. Avec environ 40 % de la main-d'œuvre en environnement à son emploi, le secteur public possède également une expertise environnementale exportable, sans avoir toujours le réflexe de la mettre en marché. Des partenariats innovateurs tels que CSI-Environnement – une «coopérative de solidarité en environnement» regroupant, selon une formule de «consortium ouvert», le Ministère de l'environnement du Québec et l'entreprise privée pour l'exportation du savoir-faire québécois – représentent assurément une avenue qu'il vaut la peine d'explorer. En effet, si la collaboration entre le secteur public et le secteur privé est ce qui nous a donné une industrie environnementale de qualité internationale, pourquoi ne pas poursuivre cette collaboration pour l'exporter ? ■

Répartition des revenus environnementaux, 1998

	millions de dollars	
	Québec	Canada
Emploi total	35 463	164 341
Revenus tirés de biens environnementaux	1 493,7	5 708,2
Revenus tirés de services environnementaux	1 465,9	6 317,0
Revenus tirés de services de construction liés à l'environnement	382,5	2 253,1
Total des revenus environnementaux	3 342,0	14 278,3

Source : Statistique Canada

World Trade Centre **Montréal**

www.wtcmontreal.com

développement de stratégies à l'exportation

missions commerciales

formation en commerce international

380, rue Saint-Antoine Ouest
Bureau 2100 Montréal (Québec) H2Y 3X7

Tél. : (514) 849-1999 / 1-877-590-4040

Télec. : (514) 849-3813

info@wtcmontreal.com

◀ page 10

On n'a qu'à regarder le phénomène du recyclage. Le gouvernement a été un facilitateur et les industries y ont trouvé leur intérêt. Dans une économie de marché comme la nôtre, ce sont les consommateurs qui ultimement vont décider du cours des événements. Et le public est de plus en plus sensibilisé aux questions environnementales; par exemple, les sondages sur l'étiquetage des aliments en font foi. Ce sont les consommateurs qui donnent un signal aux entreprises et elles devront s'y adapter. Les gouvernements s'intéressent maintenant plus au problème de la gestion des ressources et des effets de l'augmentation du commerce dans les pays en voie de développement plutôt que d'augmenter à la marge les indices de dépollution dans nos pays occidentaux. Selon moi, il faut se tourner vers l'essentiel : même si on dispose des meilleures réglementations environnementales chez nous et que les deux tiers de l'humanité vivent dans des pays où il n'y a aucune réglementation environnementale, on ne va pas très loin. Ces pays sont aussi des marchés avec lesquels nous allons échanger dans le contexte de mondialisation, il faut y consacrer nos énergies en priorité. ■

Congé des fêtes

POUR LA PÉRIODE DES FÊTES,
LES BUREAUX DE LA CHAMBRE
ET D'INFO ENTREPRENEURS
SERONT FERMÉS DU
LUNDI 24 DÉCEMBRE
AU VENDREDI 4 JANVIER.

NOUS REVIENDRONS
AUX HORAIRES HABITUELS
LE LUNDI 7 JANVIER.

Nous vous souhaitons
une joyeuse
période des fêtes !

LEADERSHIP MONTRÉAL - DÉCEMBRE 2001/JANVIER 2002

Les activités marquées du logo (90) peuvent faire l'objet d'une dépense admissible dans le cadre de la loi 90.



ACTIVITÉS DE LA CHAMBRE

DÉCEMBRE 2001

4 12 h à 14 h
Déjeuner-causerie
Mondialisation : exode du travail et des entreprises
M. Serge Godin
Président du conseil et chef de la direction
Groupe CGI inc.
Le Centre Sheraton

(90)

4 17 h à 19 h
Les 5 à 7 du mardi
Club 737
1, Place Ville Marie, 37e étage

6 17 h 30 à 19 h 30
Cocktail-réseau de Noël
Comité Action femmes d'affaires
Monde Club Med World Montréal
(dans l'ex-cinéma Loews)

11 8 h à 12 h
Atelier Apprendre et Entreprendre
Au-delà de la formation... le développement des compétences personnelles et professionnelles
M. Normand Richard
Directeur, Développement organisationnel
Domtar inc.
Locaux de la Chambre

(90)

13

7 h 30 à 9 h
Petit déjeuner
Série Perspectives nouvelles
Dr Tim O'Neill
Vice-président exécutif et économiste en chef
Banque de Montréal
Hôtel Inter-Continental Montréal

(90)

29 17 h 30 à 19 h
Activité réseautage
Boomerang : L'effet retour
Endroit à confirmer

30 11 h 30 à 13 h 30
Déjeuner-réseautage
Club-contact Plus
Club Saint-James de Montréal

(90)

JANVIER 2002

22 8 h à 16 h
Ateliers Apprendre et Entreprendre
Commandites et partenariats financiers : les clés du succès
Mme Marjorie Théodore
Directrice générale
La Magnétothèque
Locaux de la Chambre

(90)

23 17 h 30 à 19 h 30
Réception du Nouvel An
Centre Mont-Royal

29 12 h à 14 h
Déjeuner-causerie
Une approche mondiale, une action locale
M. Fernand Perreault
Premier vice-président, Groupe CDP
Président, CDP Immobilier
Fairmont Le Reine Elizabeth

(90)

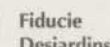
FÉVRIER 2002

12 12 h à 14 h
Déjeuner-causerie
Le vieillissement : un défi de taille au 3^e millénaire
M. Pierre Genest
Président-directeur général
SSQ Groupe Financier
Hilton Montréal Bonaventure

(90)

Renseignements et réservations :

Tél. : (514) 871-4000
Téléc. : (514) 871-5971
Prix réduit pour nos membres via le site transactionnel sécurisé :
www.ccmq.ca/activites



Air Canada / Développement économique Canada / Meloche Monnex / Uniglobe Voyages Lexus



ACTIVITÉS DE L'INSTITUT DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

22 JANVIER 2002
9 h à 12 h
Séminaire de l'Institut

(90)

5 FÉVRIER 2002
9 h à 12 h
Séminaire de l'Institut
Sécurité B2B/B2C

(90)

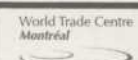
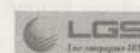


L'Institut du commerce électronique reçoit l'appui de : Développement économique Canada, ministère de l'Industrie et du Commerce du Québec, ministère des Affaires municipales et de la Métropole ainsi que le Conseil du trésor.

Renseignements et réservations :

Tél. : (514) 871-4000 • Téléc. : (514) 871-5971
Prix réduit pour nos membres via le site transactionnel sécurisé :
www.ccmq.ca/activites

COMMANDITAIRES DES DÉJEUNERS-CAUSERIES



ACTIVITÉS DU WORLD TRADE CENTRE MONTRÉAL

DÉCEMBRE 2001

5 8 h 30 à 12 h (en français)
Atelier de formation
Rédaction de soumissions gouvernementales
M. Stéphane Coudé
Info-Opportunité
Hôtel Inter-Continental Montréal

(90)

12 8 h 30 à 12 h (en anglais)
Atelier de formation
Les lettres de crédit
M. Michel Bitar
Banque Nationale du Canada
Hôtel Inter-Continental Montréal

(90)

JANVIER 2002

Date à confirmer
8 h 30 à 12 h
Atelier de formation
Faire affaire avec la Banque mondiale et la Banque inter-américaine de développement
M. Stephen Curran
World Trade Centre Montréal
Hôtel Inter-Continental Montréal

(90)

Information et inscription : (514) 849-8318

SOIRÉE DE BIENVENUE DES NOUVEAUX MEMBRES

Le 24 octobre dernier avait lieu, dans les locaux de la Chambre, la première réunion d'orientation suivie d'un cocktail que la Chambre organise quelques fois par année pour les nouveaux membres.

C'est l'occasion pour les nouveaux membres de se familiariser avec les services que la Chambre leur offre en plus d'obtenir de l'information sur la façon de rentabiliser leur investisse-

ment à la Chambre. Ils peuvent également rencontrer le personnel permanent de leur association... le tout dans une ambiance agréable et détendue.

Puisque, toutes les occasions sont bonnes pour faire du réseautage : nous avons donc ajouté un tirage : les deux gagnants ont pu présenter chacun leur entreprise à toute l'assistance pendant quelques minutes. ■



De gauche à droite : Les gagnants du tirage : Alain Laframboise, président, Chocolat Qualité De Luxe inc., et Martin Saumure, consultant, Formation Martin Saumure Motivation, de même que l'animateur de la soirée : Jean-Luc Géha, directeur général, Stratégies, Bell Canada.



LES ATELIERS APPRENDRE ET ENTREPRENDRE PLAISIR, FIERTÉ ET PROSPÉRITÉ

COMMANDITES ET PARTENARIATS FINANCIERS : LES CLÉS DU SUCCÈS

Dans cet atelier, il sera question du rôle social des entreprises dans la collecte de fonds. La collecte de fonds repose avant tout sur le partenariat avec un individu ou une entreprise. Elle permet d'associer les intervenants de différents milieux œuvrant tous dans un but commun.

Plus précisément, nous discuterons des points suivants :

- Pourquoi un individu, ou une corporation donne de ses biens
- Comment déterminer la qualification d'un organisme que vous voulez soutenir financièrement ?
- Le partenariat
- Les différents types de dons
- Les commandites
- Que veulent les corporations en retour de leur participation financière ?
- Il y a-t-il de bonnes ou de mauvaises causes ?

L'atelier sera animé en français et la période de questions sera bilingue.

L'ANIMATRICE

Marjorie Théodore est détentrice d'une formation universitaire en communication et en relations publiques. Mme Marjorie Théodore dirige actuellement La Magnétothèque. Elle travaille en communication et en collecte de fonds depuis 10 ans. Elle a occupé successivement des fonctions de direction en communication et en



Madame Marjorie Théodore

développement dans des organismes liés à différentes causes.

Date : le mardi 22 janvier 2002
Heure : 8 h à 16 h
Lieu : Locaux de la Chambre, 5 Place Ville Marie, niveau plaza, salle VIA Rail
Coût : Membre - 90 \$*
Non-membre - 130 \$*

* Plus TPS et TVQ

Renseignements : (514) 871-4000

Prix réduit pour nos membres via le site transactionnel sécurisé : www.cmm.qc.ca/activites ■

DÉJEUNER-RÉSEAUTAGE CLUB-CONTACT PLUS RÉSERVÉ EN EXCLUSIVITÉ AUX MEMBRES

PARTICIPEZ À NOS DÉJEUNERS-
RÉSEAUTAGE CLUB-CONTACT PLUS
POUR CIBLER LES GENS QUE VOUS
VOULEZ CONNAÎTRE... ET BIEN
PLUS ENCORE !

Autour d'un bon repas, chaque participant présente son entreprise, à tour de rôle, aux autres convives à sa table. Afin de favoriser les échanges, un membre par table est responsable d'animer les discussions. À la fin du repas, à la suite d'un tirage, une per-

sonne gagnante par table disposera de 4 minutes pour présenter son entreprise à tous les invités présents dans la salle.

En plus de bénéficier d'une bonne visibilité, cette activité vous permet d'identifier les gens avec qui vous voulez établir et maintenir un contact pour...

- devenir leur fournisseur ou client
- les recruter
- obtenir leurs commentaires

- les sensibiliser
- les informer de vos produits et services et bien plus encore !

Apportez vos cartes d'affaires et votre documentation promotionnelle.

Date : le mercredi 30 janvier 2002
Heure : Inscription et cocktail : 11 h 30
Déjeuner-réseautage : midi à 13 h 30
Endroit : Club St. James de Montréal
1145, avenue Union, Montréal

Coût : 45 \$*
* Plus TPS et TVQ

Renseignements : (514) 871-4000
Prix réduit pour nos membres via le site transactionnel sécurisé : www.cmm.qc.ca/activites ■

CGA
Ordre des CGA du Québec

Il y a 55 ans, le 25 novembre 1946,
on pouvait lire ce qui suit dans le bulletin de la Chambre,
COMMERCE - MONTRÉAL :

L'EMPLOIEMENT AU 1^{ER} SEPTEMBRE

Le chiffre de l'emploi au Canada s'est élevé de 1,768,001 à 1,793,875 du 1^{er} août au 1^{er} septembre 1946, soit une augmentation de 25,874, ou 1.5 %, nous rapporte le Bureau fédéral de la statistique.

L'indice se trouve donc rendu à 114.9, si l'on prend comme base le chiffre de 100 en date du premier juin 1941.

Au 1^{er} septembre 1946, Québec compte 542,696 employés gagnant en tout \$17,229,705 par semaine, et recevant individuellement un salaire hebdomadaire de \$31.86. Ontario compte 730,697 employés gagnant en tout \$24,132,370 par semaine et recevant individuellement un salaire hebdomadaire moyen de \$33.03.

L'ouvrier de la Colombie britannique gagne le plus haut salaire hebdomadaire moyen, soit \$35.81. Le salaire hebdomadaire moyen de l'ouvrier canadien se chiffre à \$32.73.

À Montréal, 270,924 ouvriers reçoivent en moyenne \$32.32 par semaine, tandis qu'à Toronto 234 349 ouvriers reçoivent en moyenne \$33.25 par semaine.

SERVICE

LA SÉCURITÉ... UN CADEAU PONCTUEL

Les propriétaires et chefs d'entreprises recherchent constamment des façons créatrices d'attirer et de retenir des employés productifs.

Il existe de nombreuses façons d'atteindre ces objectifs, certes, mais la plus recherchée par les employés est la sécurité financière. Les sociétés les plus dynamiques et recherchées par ces derniers offrent des programmes d'assurance collective attrayants et variés, de façon à leur offrir, ainsi qu'à leurs dépendants, une sécurité financière essentielle.

Vous avez accès, via les Services

aux membres de la Chambre, à un programme complet, flexible et concurrentiel. Plus de 60 000 employés, dans 20 000 entreprises à travers le Canada, profitent de ce pouvoir d'achat.

Ainsi, la taille des régimes et la répartition du risque assurent une stabilité des primes, une qualité de service digne de vos employés et une gamme complète de garanties.

- Aucune entreprise refusée – (assurance médicament)
- Renouvellement garanti
- Carte paiement direct pour

les médicaments (disponible pour deux employés et plus)

- Toutes les couvertures disponibles : vie, salaire, maladie, dentaire, maladie critique, médicament, voyage, paramédical.

Voilà une solution moins coûteuse que vous ne le pensiez et davantage appréciée par votre personnel.

Pour plus d'information, sans obligation de votre part, communiquez avec Nicolas, du Groupe Assurvie, au (514) 842-8791. ■

LE PREMIER 5 À 7 DE LA SAISON 2001-2002 :

UNE SOIRÉE FORMIDABLE



Les participants au 5 à 7 au Jillian's ont profité de cette soirée pour découvrir les lieux et pour faire des échanges fructueux.

Le 6 novembre dernier, le Jillian's, ce tout nouveau lieu de divertissement des plus branchés à Montréal, accueillait les membres de la Chambre pour le premier 5 à 7 de la saison. Tous les types de divertissement sont réunis dans ce mégaplex : jeux de quilles haute technologie, jeux de simulation électronique, tables de billard, un café vidéo-sport, des restaurants ainsi que deux boîtes de nuit. Tout sous un même toit.

La soirée a été une réussite en tout. Les membres ont pu échanger tout en s'amusant.

Le lieu a été identifié par le Time Magazine comme étant «...un grand endroit pour socialiser»; et le Boston Globe en parle comme «...d'un terrain de jeu virtuel pour adultes». Le Jillian's à Montréal – leurs premières installations à l'extérieur des États-Unis – couvre 71 000 p² répartis sur trois étages du Forum Pepsi.

Nous remercions sincèrement nos hôtes MM. Michel Desforges et Louis Dorais du Jillian's pour cette agréable soirée ainsi que nos animateurs Guy Prévost et Emmanuelle Giasson de Devencore. ■

SONY

Captivez... Projetez... Connectez !

Fixe ou portable
2000 lumens ANSI
XGA - 4.9 kg
Adresse IP
Option sans fil Ethernet

Ultra-portable
900 lumens ANSI
XGA - 2.5 kg
Avec ou sans PC

Compatibilité réseau
3500 lumens ANSI
XGA - 10.5 kg
Accès à l'Internet
Mémoire interne

CEV Les projecteurs pour toutes les occasions VENTE - LOCATION - SERVICE
3055, rue Adam, Montréal, QC H1W 3Y7 • Tél : (514) 521-8253 • sans frais 1 800 337-8835 • www.cev.ca



Port de Montréal
Port of Montreal

GRAND PARTENAIRE ACTIF DU RÉSEAU DU LEADERSHIP MÉTROPOLITAIN

LES «GRANDS PARTENAIRES»

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



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



Institut du commerce électronique
Electronic Commerce Institute



World Trade Centre **Montréal**

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

ABB • Aéroports de Montréal • Abitibi Consolidated Inc. • Agropur coopérative • Air Canada • Air France • Air Liquide Canada inc. • Alcan • Alstom Canada inc. • Andersen • Aramark Québec inc. • AstraZeneca Canada Inc. • AT&T Canada • Aventis Pharma • Avon Canada Inc. • AXA Assurances inc. • Banque CIBC • Banque de développement du Canada - Siège social • Banque de Montréal • Banque Laurentienne du Canada • Banque Nationale du Canada • Banque Royale du Canada • Banque Scotia • Banque Toronto-Dominion • Bell ActiMedia • Bell Canada • Bell Helicopter Textron • BMO Nesbitt Burns • Bombardier inc. • Bourse de Montréal inc. • Bowater Produits forestiers du Canada inc. • Brasserie Labatt ltée • Bureau en Gros • Cabinet de relations publiques NATIONAL inc. (Le) • CAE • Caisse de dépôt et placement du Québec • Camco inc. • Canac inc. • Canada 3000 inc. • Canadien National • Canadien Pacifique Ltd. • Cap Gémini Ernst & Young Canada inc. • Cascades inc. • Ciment St-Laurent • Cirque du Soleil • Cogeco inc. • Cognicase • Commission scolaire de Montréal • Communauté urbaine de Montréal / bureau du président • Compagnie d'assurance Standard Life (La) • Computer Sciences Corporation • Computershare • Costco Canada inc. • **Discreet Logic Inc.** / **Autodesk Canada** • Desjardins Ducharme Stein Monast et Sogemis inc. • Dessau-Soprin inc. • DICOM EXPRESS / GOJIT • Domtar inc. • École des Hautes Études Commerciales (HEC) • EDS Canada inc. • EDUMICRO inc. • Eicon Networks • Emploi-Québec • EMS Technologies, Space Electronics Group • Ericsson Canada inc. • Ernst & Young • Fasken Martineau DuMoulin • Fédération des caisses Desjardins du Québec • Fednav Limited • Fiducie Desjardins • Financière Banque Nationale • Financière Sun Life • Fonds de Solidarité des Travailleurs du Québec (FTQ) • Fraser Milner Casgrain • Gartner Group Canada • Gaz Métropolitain • Glaxo Wellcome Inc. • Goodyear Canada inc. • Great West, compagnie d'assurance • Groupe CGI

inc. • Groupe Chagnon international ltée. • Groupe conseil DMR inc. • Groupe Cossette Communication • **Groupe Créatech** • Groupe LGS inc. • Groupe Optimum inc. • Groupe Pharmaceutique Bristol-Myers Squibb • Groupe SNC-Lavalin inc. • Groupe Télécom • Groupe TVA inc. • Groupe-conseil Aon inc. • Hewitt Équipement ltée • **Hewlett Packard (Canada) ltée** • Hydro-Québec • IATA - International Air Transport Association • IBM Canada ltée • Imperial Tobacco Canada ltée • Industrielle-Alliance Cie d'Assurance sur la vie • Industries C-MAC (Les) • Investissement-Québec • Ivaco inc. • KPMG s.r.l. • Kruger inc. • Lafarge Canada inc. • Le Groupe Jean Coutu (PJC) inc. • Le Groupe Télé-Ressources ltée • Les Hôtels Fairmont • **Les produits Bariatrix International inc.** • L'ORÉAL Canada • Loto-Québec • McCarthy Tétrault • McGill University • Médias Transcontinental inc. • **MDS Pharma Services Inc.** • Médis Services Pharmaceutiques et de santé inc. • Meloche Monnex inc. • Merck Frosst Canada inc. • Métro inc. • Microcell Télécommunications inc. • **Mitel Networks** • Molson • **NexInnovations inc.** • Noranda inc. • Nortel Networks • North Star Ship Chandler inc. • Novartis Pharma Canada inc. • Oberthur Jeux et Technologies • Office municipal d'habitation de Montréal • Ogilvy Renault • Ouimet Cordon Bleu inc. • Parmalat Canada • Petro-Canada • Pfizer Canada Inc. • Pitney Bowes du Canada ltée • Pomerleau • Port de Montréal • Postes Canada • Power Corporation du Canada • Pratt & Whitney Canada • Price-waterhouseCoopers • Provigo inc. • Quebecor Media inc. • Raymond, Chabot, Grant, Thornton • Regroupement des collèges du Montréal métropolitain • Réno-Dépôt inc. • Restaurants McDonald du Canada ltée • Richter, Usher & Vineberg • Robert Half International inc. • Rolls Royce Canada Ltd. • RONA inc. • Samson Bélair/Deloitte & Touche • Schering Canada inc. • Scotia Capitaux inc. • Shire BioChem inc. • SITQ immobilier • Sobeys Québec • Société Compaq Canada inc. • Société conseil Mercer ltée • Société de transport de la C.U.M. • Société des Alcools du Québec • Société du Groupe d'embouteillage Pepsi • Société du Palais des Congrès de Montréal • **Société du Vieux-Port de Montréal** • Société générale de financement du Québec • **Sprint Canada** • **SSQ Groupe Financier** • **Stikeman Elliott** • Sucre Lantic ltée • Système M3i inc. • Tecsalt inc. • TELUS Mobilité • The Gazette • Transat A.T. inc. • UAP inc. • **UBI Soft Divertissement Inc.** • Université Concordia • Université de Montréal • Université du Québec à Montréal • Van Houtte inc. • Velan Inc. • Versalys • **Vêtements de sport GILDAN active wear** • VIA RAIL Canada inc. • Ville de Montréal - Service du développement économique • Wyeth-Ayerst Canada Inc.

MERCI À TOUS NOS GRANDS PARTENAIRES
APPELEZ-NOUS AU (514) 871-4000, POSTE 4067