

5888 com

LEADERSHIP Montréal



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

World Trade Centre
Montréal



Institut du commerce électronique
Electronic Commerce Institute

JUIN 2002

VOLUME 5

NUMÉRO 4

Une publication du Réseau du Leadership métropolitain



ÉDITORIAL page 3

PARTENAIRES pages 5, 6, 11

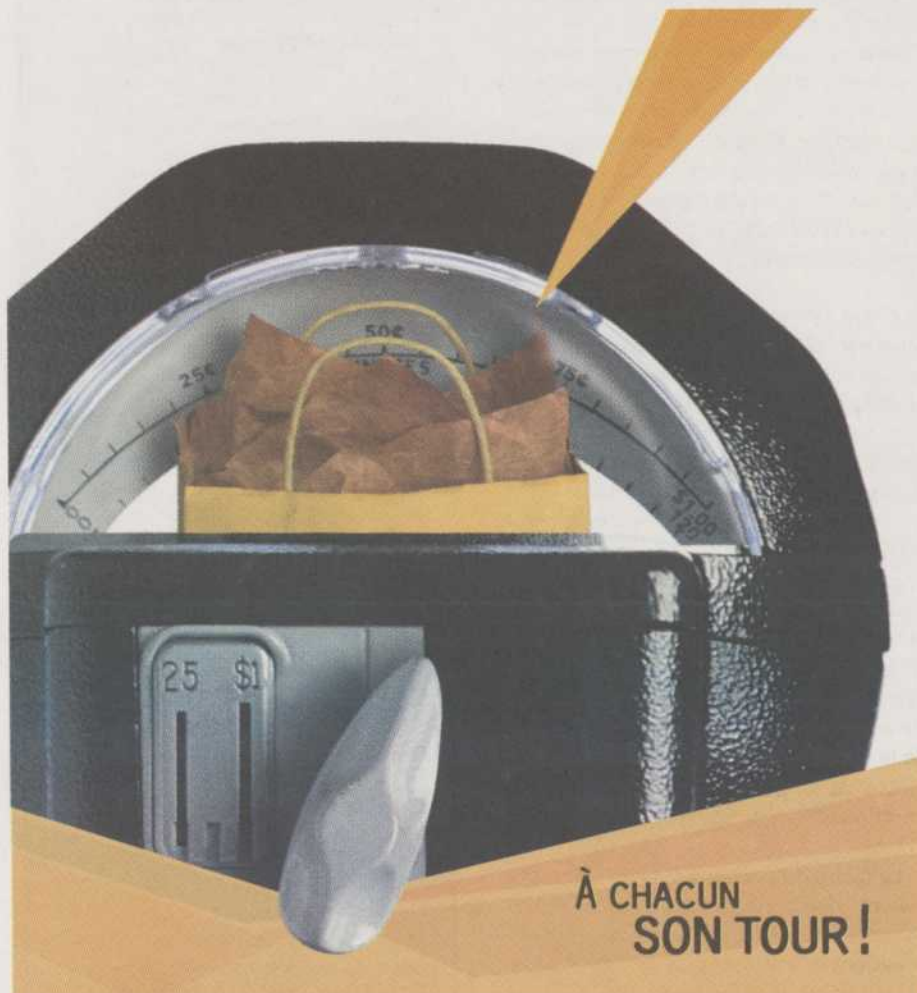
AGENDA page 13

**LA NOUVELLE ÉQUIPE DE
DIRECTION DE LA CHAMBRE**
VOIR ARTICLE CAHIER CENTRAL





Parti des faire cours



À CHACUN
SON TOUR !

VERS DE NOUVELLES TECHNOLOGIES DE STATIONNEMENT...

Depuis quelques années, le parcomètre mécanique est devenu une espèce en voie de disparition. Il cède graduellement la place à de nouvelles générations d'appareils, de plus en plus sophistiqués, tels que les parcomètres électroniques et les bornes informatisées multispaces.

À Montréal, la majorité des appareils de perception sont encore mécaniques. Le remplacement du parc d'équipement est donc un enjeu important.

Dans ce contexte, Société en commandite Stationnement de Montréal travaille de pair avec la Ville de Montréal afin de trouver des outils de gestion du stationnement qui répondent adéquatement aux besoins des différents intervenants concernés : la clientèle, l'exploitant et les responsables de la réglementation.

Actuellement, des prototypes de parcomètres électroniques modifiés sont à l'essai sur la rue Berri et un projet pilote testant un nouveau concept de stationnement – alliant communications sans fil et bornes informatisées – est en cours depuis le mois de février 2001 sur la rue Sainte-Catherine.

À CHACUN SON TOUR !

Peu importe le type d'équipement qui sera retenu, l'objectif ultime de ces appareils est d'assurer le partage des

places de stationnement entre les automobilistes. En limitant la durée de stationnement autorisé dans les secteurs très achalandés, le stationnement tarifé sur rue permet à plusieurs automobilistes d'utiliser successivement une même place, favorisant ainsi une plus grande rotation des véhicules et une meilleure fluidité de la circulation dans les secteurs commerciaux et institutionnels.

SAVIEZ-VOUS QUE LE PREMIER PARCOMÈTRE A FAIT SON APPARITION EN AMÉRIQUE DU NORD EN 1933, À LA DEMANDE DES COMMERÇANTS ?

À cette époque, les grandes villes nord-américaines commençaient à ressentir l'impact grandissant de la circulation automobile sur leurs grandes artères. À Oklahoma City, les marchands constataient que les automobilistes occupaient pendant de longues heures les places de stationnement en face des magasins, limitant ainsi l'accès à leur commerce.

Dès la première semaine d'implantation des parcomètres, on constata une nette amélioration de la circulation automobile et de l'achalandage des visiteurs. L'ère des autos-ventouses était enfin révolue !

À Montréal, on installait les premiers parcomètres sur la Place d'Youville en 1958 et on procédait à un déploiement plus important dans le centre-ville dès 1981. ■

SAVIEZ-VOUS QUE...

La Chambre de commerce hellénique du Montréal métropolitain est affiliée à la Chambre. Une adhésion à la Chambre hellénique donne droit aux mêmes privilèges que la Chambre offre à ses membres – publications, tarifs réduits pour toutes les activités, taux d'escompte réduit pour les marchands sur les cartes de crédit Visa et Master

Card – de même qu'à tous les autres services.

SA MISSION...

Favoriser les échanges d'affaires entre la communauté hellénique et la communauté d'affaires de Montréal. L'organisme œuvre pour développer



CHAMBRE de COMMERCE HELLÉNIQUE du MONTRÉAL MÉTROPOLITAIN

HELLENIC BOARD of TRADE of METROPOLITAN MONTREAL

l'esprit d'entrepreneuriat de la communauté hellénique du Montréal métropolitain en encourageant le leadership, le networking et la participation des membres dans ses activités.

On peut communiquer avec la Chambre hellénique de plusieurs façons :

5 Place Ville Marie, niveau plaza,
Bureau 12500
Montréal (Québec) H3B 4Y2

Tél. : (514) 399-1143
Téléc. : (514) 871-1255
Site Web : <http://www.hbot.ca/>
Courriel : info@hbot.ca



Réunions d'affaires au Windsor...

Le Windsor vous propose un clé en main pour déjeuner-conférence.

À partir de 36\$ par personne.

Salles de réception accueillant de 100 à 420 personnes.



Réervations : Tél. : (514) 393-3588 • Téléc. : (514) 393-0159

1170, rue Peel, bureau 100, Montréal, H3B 4P2 • www.lewindsor.com

Le Windsor, spacieux, luxueux et accessible.

LA CHAMBRE S'ADAPTE POUR MAINTENIR LA TRADITION



M. Guy Fréchette

Cela fait maintenant cent quatre-vingts ans que la Chambre de commerce du Montréal métropolitain contribue à la croissance économique de Montréal. À travers les deux regroupements d'affaires dont elle origine – le Committee of Trade, fondé en 1822, et la Chambre de commerce de Montréal, créée en 1887 – la Chambre porte en elle une importante tradition d'implication dans son milieu et de représentation auprès des décideurs. Pour les individus qui sont responsables de la Chambre aujourd'hui, porter bien haut ce « flambeau » est un défi à la fois impressionnant et stimulant.

Inutile d'insister sur le fait qu'en l'espace de 180 ans, Montréal a bien changé. Ce qui lui a permis d'assurer sa continuité et celle de ses actions à travers toutes ces années, c'est sa capacité à s'adapter aux nouveaux contextes. La fusion des chambres anglophone et francophone en est d'ailleurs un bon exemple. Toujours, ces changements avaient un même but : permettre à la Chambre de perpétuer sa tradition et de mieux accomplir sa mission de promotion du développement économique de Montréal.

Les nombreux changements qu'a connus Montréal au cours des dernières

années la placent de nouveau devant la nécessité de s'adapter : d'une part, la création de la nouvelle Ville de Montréal, d'autre part la Communauté métropolitaine de Montréal. C'est un peu comme si on avait substantiellement agrandi la surface de la patinoire sur laquelle la Chambre évolue. Cette nouvelle patinoire nous offre des perspectives exceptionnelles. En tant que ville-région, Montréal dispose maintenant d'une surface de jeu sur laquelle elle peut s'exprimer pleinement. Or, pour ce faire, il faut être capable de couvrir plus de glace. En réponse à cette nouvelle réalité, la Chambre a renforcé son équipe et a réorganisé ses comités d'analyses stratégiques de façon à maximiser la contribution de ses 7 000 membres aux causes que la Chambre défendra en leur nom.

Les changements dans les organisations municipales n'ont pas été les seuls. Non seulement la Chambre joue-t-elle sur une plus grande patinoire, mais elle joue plus souvent. Depuis l'avènement d'Internet, des chaînes d'information continue et de la couverture régionale des médias en général, l'actualité circule beaucoup plus rapidement qu'avant. Pour bien représenter ses membres, la Chambre doit maintenant être préparée à sauter sur la glace à tout moment.

Pour les joueurs de hockey professionnels d'aujourd'hui, l'entraînement constant et la spécialisation requise sont devenus indissociables de la qualité de leur jeu sur la glace. Certains joueurs exceptionnels pourraient peut-être déménager des meubles dans la journée et être capables, tel Maurice Richard, de compter cinq buts le soir venu, mais qui, aujourd'hui, oserait essayer !

La Chambre a traditionnellement eu à sa tête de ces individus exceptionnels qui ont cumulé de front de hautes fonctions dans le monde des affaires et la tâche de représenter les membres de la Chambre. Avec les nombreux défis et leur complexité, la Chambre réalise aussi qu'il n'y a pas de risque à prendre. Aussi, question de s'assurer d'avoir son capitaine en uniforme pour chacun de ses matches, la Chambre a pris la décision de transformer le poste de président en un poste permanent.

C'est un changement d'importance qui s'est fait après une imposant processus de réflexion, entrepris formellement l'automne dernier, avec la formation d'un sous-comité formé à même le conseil d'administration. Il avait pour mandat de se pencher sur la question de la gouvernance de la Chambre. Les recommandations de ce sous-comité ont ensuite été adoptées par le conseil d'administration et entérinées par les membres dans une assemblée extraordinaire tenue le 16 avril 2002. En rétrospective, je crois que nous pouvons dire que cette nouvelle démonstration de la capacité de la Chambre de s'adapter aux circonstances va lui permettre de maintenir sa tradition d'implication et d'influence.

La tâche de porter le C de la Chambre revient donc désormais à M. Benoit Labonté, qui occupait le poste de vice-président exécutif depuis juillet 2001. Je lui souhaite la meilleure des chances dans ses nouvelles fonctions et que son leadership contribue à faire rouler le « puck » de l'économie en faveur de l'ensemble du Montréal métropolitain. ■

Guy Fréchette
Guy Fréchette

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
Télec. : (514) 871-1255
Site Web : www.ccmm.qc.ca
Courriel : info@ccmm.qc.ca

Président
Benoit Labonté

**Éditeure déléguée et
rédactrice en chef**
Madeleine Murdock

Collaborateurs
Charles Bourgeois
Chantal Desjardins
Rémi Thibault
Serge Rivest

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

Design et production
Talengo Design inc.

Impression
Imprimeries Transcontinental inc./
Division Transmag

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

Page couverture :
Photo : Marc Dussault
Assis : Pierre Boutot et Benoit Labonté
Debout : Éric Meunier, Manuela Goya,
Michel Saint Denis et Isabelle Hudon

ISSN 1480-4638

Dépôt légal
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada

COLLABORATEUR

L'ÉCLOSION DES BIOTECHNOLOGIES - À L'HEURE DE LA CONCERTATION BIOTECH-PHARMA



PAR CHARLES S. BOURGEOIS,
VICE-PRÉSIDENT EXÉCUTIF

son développement dans notre région, il faut analyser les atouts dont nous disposons dans le contexte mondial de cette industrie.

Longtemps perçus comme distincts, les enjeux qui confrontent les sociétés en pharmaceutique et celles en biotechnologie apparaissent aujourd'hui de plus en plus complémentaires et convergents. En effet, bien que les entreprises en pharmaceutique et en biotechnologie ne soient pas, chez nous, au même stade de

leur développement, elles perçoivent clairement les bénéfices d'une plus grande collaboration et concertation.

C'est la conclusion à laquelle sont arrivés, en octobre dernier, les présidents de ces sociétés, réunis par TechnoVision et BIOQuébec, sous la présidence de M. Jean-Michel Halfon, président de Pfizer Canada.

À la demande des chefs d'entreprises de ces industries, TechnoVision a consti-

tué la première table de concertation biotech-pharma. Cette décision a obtenu l'appui unanime des dirigeants du fait qu'elle doit leur procurer de nombreux avantages.

UNE TABLE DE CONCERTATION – POURQUOI?

Pour les sociétés en biotechnologie, elle devrait leur donner accès à l'expertise complémentaire et aux ressources

page 11 ►

TechnoVision
MONTRÉAL

LA TOMATE, FRUIT D'UN TRAVAIL D'ÉQUIPE

PAR RÉMI THIBAUT



Vue partielle de la boutique La tomate, rue De La Roche sur le Plateau Mont-Royal.

Sous la présidence du cinéaste Denys Arcand, le plus récent Grand Prix du jury du concours Commerce Design Montréal, catégorie magasins et boutiques, a été décerné à La Tomate, une boutique spécialisée dans les produits faits à partir de tomates. La firme Espace Concept a conçu l'aménagement.

LA TOMATE DANS TOUS SES ÉTATS

Tout entrepreneur a un rêve. Dans le cas de Marie-Claude Fournier et de Pierre Castonguay, il s'agissait de créer une boutique dédiée à la tomate, et de faire mieux connaître son immense potentiel culinaire. Les nombreux produits en magasin déclinaient les saveurs associées à la tomate, présente dans toutes les cuisines du monde. Le rêve s'est donc réalisé en septembre 2001 avec l'ouverture de la boutique du Plateau Mont-Royal.

Mais d'où vient cette passion pour le savoureux fruit-légume hypocalorique, ultravitaminé, anti-cancérigène, diurétique, anti-fatigue... ? C'est que la copropriétaire de la boutique de la rue

De La Roche est tout simplement tombée dedans, petite... ses parents étant producteurs dans la région de Côteau-du-Lac. D'ailleurs, toutes les préparations vendues à la boutique aménagée dans un style très moderne, sont cuisinées à proximité du lieu de production. La Tomate est donc à la fois producteur, transformateur et détaillant.

UN CONCEPT CONTEMPORAIN ET URBAIN

«Les gens manquent de temps et d'idées pour cuisiner, pour bien manger. Ici, ils peuvent emporter des plats tout prêts ou se servir de certains de nos produits pour accélérer la préparation de leur propre recette», explique Marie-Claude Fournier. Et ce ne sont sûrement pas les idées qui manquent à La Tomate !

La mise en valeur visuelle des produits se retrouve à la fois dans l'emballage, les étagères et l'aménagement soigné de la boutique. Rien n'a été laissé au hasard, des pots jusqu'aux formes arrondies tout en courbes des présentoirs et de la marquerie. Travaillant de concert avec Espace Concept, le designer graphique de Nu Design a été jusqu'à créer Le Portomate, une petite malette cartonnée dans laquelle tout urbain pressé peut entreposer ses sauces, jus, gelées, pâtes et autres produits préférés à la tomate... de l'entrée au dessert.

«Tout a été pensé et repensé par les designers en fonction des grandes lignes que nous avons données», explique Marie-Claude Fournier qui

souligne que l'apport le plus important des designers d'Espace Concept a été d'être fidèles à l'idée, au concept d'entreprise que les entrepreneurs voulaient développer. «Nous voulions un style, un concept urbain, moderne, épuré, lumineux, qui exprime la joie et la santé», de préciser Mme Fournier.

ESPACE CONCEPT, LA «BOÎTE» DE LA TOMATE

Qui conçoit ces nouveaux environnements de travail et de vie qui modifient peu à peu les rues et les quartiers de nos villes ? Qu'on pense seulement à la revitalisation de la rue Mont-Royal ou du boulevard Saint-Laurent... Comment résumer le travail des designers de commerces comme ceux d'Espace Concept ?

«En quelques mots, notre travail consiste à mettre en valeur ce que les clients ont à nous proposer. On peut les aider à être plus visibles, à attirer l'attention dans un environnement agréable, à mieux mettre en valeur les produits», nous a confié Isabelle Comby, présidente d'Espace Concept. «On part d'un espace vide loué ou acheté par le client, ou d'une construction neuve selon le cas, et on commence les plans d'aménagement», poursuit-elle. «Nous travaillons beaucoup dans le domaine de la santé.» De la santé à la tomate, il n'y a qu'un pas... direz-vous !

LA TOMATE, UN STYLE QUI TRANCHE

Mais le projet de La Tomate s'est révélé un cas particulier dans le parcours professionnel des designers : d'abord au niveau du style, puisqu'il

s'agissait d'un projet dans le domaine de l'alimentation; puis ensuite, par l'importance du design graphique dans ce projet, volet relevé avec brio par Nu Design; finalement, parce que le concept n'était pas arrêté au moment où les entrepreneurs sont entrés dans le paysage. «Le mandat s'est précisé au fur et à mesure», de dire la designer. «On est arrivés à quelque chose qui pouvait s'adapter à diverses formes et grandeurs de produits comme des tablettes ajustables. On a étroitement collaboré avec le graphiste; il fallait que tout s'intègre.»

Le projet a duré plusieurs mois, ce qui est exceptionnel. Généralement, c'est de l'ordre de quelques semaines, précise-t-elle. Quel est le processus de base ? «Rencontre avec le client, élaboration des besoins, croquis préliminaires, puis présentation et discussion. Vient ensuite la phase construction ainsi que le design de la décoration et des éléments architecturaux : éclairage, couleurs, présentation des produits, recouvrement du sol. Finalement, le plan des meubles – très important – puis les matériaux.»

Selon Isabelle Comby, on constate un réel intérêt pour l'aménagement de commerces et cet intérêt s'est accru ces dernières années. «C'est florissant. Il y a plus de sensibilité qu'avant... Énormément plus ! On voit de plus en plus de belles boutiques où la marchandise est mise en valeur. Beaucoup plus même que dans certains endroits en Europe ! Ici, au Québec, on fait beaucoup plus ressortir ce côté-là», conclut la designer manifestement d'origine européenne. ■

MONTRÉAL : LE DESIGN COMME OUTIL DE PROMOTION

Les trois Grands Prix du Jury 2002 du concours Commerce Design Montréal ont été dévoilés le 1^{er} mai dernier, au théâtre Outremont. Cet événement n'est pas étranger au fait que Montréal entre dans la liste des 40 villes – aucune autre n'est d'origine canadienne – que le très influent magazine américain I.D. considère à la fine pointe en matière de design.

Commerce Design Montréal est une initiative originale de la Ville de Montréal, dirigée par son service du développement économique et urbain et produite par la Société de développement de Montréal, en partenariat avec l'Ordre des architectes du Québec, la Société des designers d'intérieur du Québec et le Regroupement des centres-villes et des artères com-

merciales. Depuis 1995, une vingtaine de commerces sont primés chaque année par un jury d'experts pour la qualité globale de leur aménagement. La Chambre de commerce du Montréal métropolitain est un partenaire de la Ville de Montréal dans la réalisation du concours.

LE CONCOURS VOYAGE...

Sélectionnée au même titre que Milan, Copenhague et New-York, Montréal est la seule ville canadienne retenue pour le dossier spécial 40 Cities Where Design Rules, paru dans le numéro de février 2002 du magazine américain I.D. À la télévision canadienne, l'émission intitulée Innovative Design, diffusée en avril 2002, a présenté le concours Com-

merce Design Montréal «comme une initiative exemplaire en matière de promotion des effets bénéfiques du design sur notre qualité de vie». Le concours est également connu en Europe.

Ces résultats sont très encourageants car le programme de promotion orienté vers l'étranger consiste essentiellement en la diffusion du Guide Design Montréal dans le magazine américain Metropolis et à bord de la classe Affaires de tous les vols internationaux d'Air Canada, en juin et juillet.

... ET FAIT VOYAGER !

Comme le montre la participation enthousiaste du public à l'édition 2001

(près de 31 000 votes comptabilisés) l'engouement pour le design de commerces touche une corde sensible chez les Montréalais. D'ici le 1^{er} août 2002, le concours donnera aux amateurs l'occasion de s'exprimer en votant sur le site Web ou en retournant un bulletin, tout en courant la chance de gagner un voyage en Europe.

Finalement, amorcés en 2001, des circuits de visites guidées de commerces primés s'adressent aux visiteurs étrangers. Les circuits seront publicisés et réalisés par Guidatour, du 11 mai au 27 juillet. Le design de commerces sera commenté dans un contexte historique, une façon de plus de faire mieux apprécier Montréal. ■

MOT DU PRÉSIDENT

Exporter ses produits et services à l'extérieur de nos frontières requiert une bonne connaissance du marché. L'entrepreneur doit bien souvent adapter son produit non seulement aux règlements et aux normes en vigueur dans le marché en question, mais aussi au goût des consommateurs locaux.



Il doit se démarquer de la concurrence dans ses efforts de promotion, livrer le bien ou le service dans les délais requis et faire en sorte d'assurer le service après-vente. Tout cela souvent à des milliers de kilomètres de son entreprise.

Pour réaliser ce tour de force, un des éléments clés est, sans contredit, la force et la qualité du réseau de distribution. Le choix du type de réseau est une décision importante et le choix de l'intermédiaire même devient capital. Il faut être conscient que ce partenaire contribuera de façon stratégique à votre connaissance du marché et à votre succès à l'étranger, en plus d'y représenter l'image de votre entreprise. La gestion de cette relation d'affaires à distance est un autre défi.

Notre équipe a préparé ce dossier spécial sur les réseaux de distribution afin de vous appuyer dans vos décisions. De plus, les questions légales ne devant jamais être négligées, Me Bernard Colas vous entretient de l'importance de conclure un contrat clarifiant cette relation commerciale, afin d'éviter les conflits.

Liette Lamonde, président-directeur général

LES RÉSEAUX DE DISTRIBUTION : À BÂTIR MORCEAU PAR MORCEAU

Par : Hugo Levert, conseiller, développement de stratégies à l'exportation, World Trade Centre Montréal, et Michel Philibert, coordonnateur des communications, World Trade Centre Montréal

Se lancer dans des démarches d'exportation aux États-Unis sans bien connaître les différents types d'intermédiaires et leur rôles respectifs est une erreur que commettent beaucoup d'entreprises.

Un réseau de distribution, qu'on appelle également circuit de distribution, est constitué de l'ensemble des intermédiaires qui permettent d'acheminer le produit depuis le fabricant jusqu'au consommateur. L'analyse des options qui s'offrent à l'exportateur constitue une étape importante et essentielle dans le développement des marchés étrangers. Elle permet d'éviter des erreurs fort coûteuses qui peuvent compromettre les chances de succès de l'entreprise.



Pour établir son réseau de distribution, l'entreprise peut opter pour un ou plusieurs des neuf circuits de distribution possibles, regroupés en trois catégories : circuit direct, indirect et concerté. Le tableau apparaissant à la page suivante présente de façon succincte les neuf circuits de distribution.

Les stratégies varient grandement et le choix entraîne différentes implications pour les entreprises. Par exemple, l'utilisation des canaux indirects et concertés amènera l'entreprise à déléguer une partie du contrôle sur le marketing et la vente de ses produits. Par contre, le recours aux circuits directs, bien qu'il permette de garder le plein contrôle des décisions, exige généralement une plus grande connaissance du marché.

Le choix d'un réseau de distribution est une décision stratégique qui entraîne des coûts et des défis organisationnels différents. Dicté à la fois par des facteurs internes et externes à l'entreprise, celle-ci doit donc tenir compte de sa taille, sa situation financière, ses ressources humaines ou ses expériences antérieures. Elle doit aussi considérer les facteurs découlant du secteur d'activité tels que la structure commerciale, les contraintes politiques et juridiques, la concurrence, le potentiel de marché et les contraintes liées aux consommateurs locaux.

Pour l'entreprise Bains Ultra, de Saint-Nicolas, son concept novateur est à l'origine du choix de son réseau de distribution. «Nous proposons un concept, un produit haut de gamme, qui ne peut se vendre dans les grandes surfaces. Nous faisons appel à des agents et notre distribution est très sélective», explique Jevto Dedijer, directeur du marketing de l'entreprise. La qualité des agents, tout comme leur formation et leur connaissance du produit et du marché constituent des éléments essentiels de la stratégie de Bains Ultra. «On ne vend pas un concept de bain thermo-masseur comme on

Suite, page suivante ►

UNE POIGNÉE DE MAIN NE SUFFIT PAS !

UNE ENTREVUE AVEC ME BERNARD COLAS, AVOCAT ET DOCTEUR EN DROIT, GOTTLIEB & PEARSON

L'EXPRESS : QUELLE EST L'IMPORTANCE DE SIGNER UN CONTRAT DE DISTRIBUTION ?

Bernard Colas : Le contrat de distribution permet aux parties d'organiser leur relation commerciale. Il détermine notamment si le distributeur agit comme agent (prend les commandes des clients et les achemine au fabricant) ou comme concessionnaire (achète les produits au fabricant et les revend lui-même aux clients).

Le contrat de distribution écrit est plus facile à prouver qu'une poignée de main. Cette précaution devient essentielle advenant un litige entre les parties pour expliquer les engagements pris de part et d'autre. De ce point de vue, le contrat de distribution constitue en outre un actif pour l'entreprise.



Me Bernard Colas

ventes et l'image du produit ? A-t-il un minimum de produits à vendre ?

L'autre souci du fabricant est la protection des droits de propriété intellectuelle afférents aux produits (brevet, marque de commerce, droits d'auteur, secrets commerciaux) en tant qu'actif pour le fabricant. La clause relative aux termes et mode de paiement des produits vendus est également importante. Souvent, le fabricant s'attend aussi à ce que le distributeur ne fasse pas la promotion de produits concurrents, similaires ou de biens susceptibles d'affecter négativement la vente de ses produits. Une clause qui mérite une attention particulière donne au fabricant la possibilité de résilier le contrat sans avoir à verser une indemnité de résiliation au distributeur.

Quant au distributeur, il voudra s'assurer qu'il sera approvisionné par le fabricant en quantité suffisante et le plus longtemps possible. L'autre clause importante est l'exclusivité. Celle-ci répond à la question suivante : le distributeur est-il le seul à pouvoir représenter le fabricant à l'intérieur d'un espace géographique donné ? L'exclusivité est essentielle pour le distributeur car elle a une incidence directe sur les revenus qui découleront de la distribution des produits.

Enfin, quatre autres clauses méritent également une attention particulière, celles relatives à la livraison des produits, au cas de force majeure, au droit applicable et au règlement des différends.

L'EXPRESS : QUELLES SONT LES PRINCIPALES ERREURS COMMISES PAR LES ENTREPRISES ?

B. C. : Le principal reproche qui peut être adressé aux entreprises est de ne pas suffisamment soigner la préparation du contrat de distribution ou de se lancer dans la rédaction d'un contrat avant même d'avoir convenu avec l'autre partie des grandes lignes de leur entente.

L'EXPRESS : LORSQU'IL Y A UN CONFLIT, QUELLE EST L'AUTORITÉ COMPÉTENTE ?

B. C. : Il y a lieu de distinguer si les parties au contrat ont déterminé ou non la manière dont elles souhaitaient régler leur différend, le cas échéant. Si les parties n'ont rien précisé à ce sujet, c'est alors très souvent le tribunal du domicile du défendeur qui sera l'autorité compétente. Mais cette règle est loin d'être absolue et, à cet égard, mieux vaut déterminer à l'avance le mode de règlement des litiges.

Suite, page suivante ►

L'EXPRESS hors série

◀ Suite Les réseaux de distribution...

vend un bain bon marché que l'on retrouve dans les grandes quincailleries», précise M. Dedijer.

Le fonctionnement des circuits de distribution est assez semblable chez nos voisins américains. «Il y a peu de différence pour nous entre vendre au Québec et vendre aux États-Unis. Cependant, aux États-Unis, notre agent doit mettre beaucoup plus l'accent sur le service à la clientèle. Ils sont plus exigeants quand il s'agit du délai de livraison et du service qui doit accompagner la vente», nous a confié M. Marc Ranger, président d'Écono-Porte, qui exporte ses produits aux États-Unis depuis quatre ans.

TROUVER LE BON INTERMÉDIAIRE : UN DÉFI DE TAILLE

La recherche active d'un intermédiaire ou d'un partenaire constitue l'une des étapes les plus difficiles du processus. En effet, plusieurs moyens existent pour trouver un intermédiaire aux États-Unis. Internet, les études de marché canadiennes, américaines et étrangères ainsi que les associations sectorielles et les chambres de commerce constituent des sources d'information appropriées.

Les représentations du Canada et du Québec aux États-Unis sont également des ressources de première ligne pouvant être mises à contribution afin d'épauler les

entreprises d'ici dans leurs démarches sur les marchés américains. «Nous sommes en mesure d'offrir une multitude de services aux entreprises québécoises, des services allant de l'identification de partenaires potentiels

CINQ CONSEILS PRATIQUES

1. Choisir le réseau qui nous convient
2. Ne pas sous-estimer le travail à faire
3. Être patient
4. Bâtir son réseau morceau par morceau
5. Se doter d'un bon contrat écrit

au transfert de licence en passant par l'aide à l'exportation», nous confie M. Frédéric Alberro, directeur des affaires économiques à la délégation du Québec à Boston.

Pour M. Vahe Apelian, attaché commercial à la délégation du Québec à Boston, le développement de réseaux est une grande force de ces bureaux à l'étranger. «Nous sommes branchés sur nos secteurs et nos territoires. Nous connaissons bien les entreprises et cela nous permet de référer les bonnes personnes aux exportateurs québécois», nous a-t-il expliqué.

Tout comme au moment de l'embauche d'un employé, le choix du meilleur intermédiaire exige d'avoir du flair et de poser les bonnes questions. À cet effet, une bonne préparation est indispensable. Questionnaire, grille d'entrevue et recherches constituent des outils utiles pour aider l'entreprise à faire son choix. Pour s'assurer de la crédibilité financière de l'intermédiaire, il est suggéré de faire une vérification de crédit. À ce sujet, on peut communiquer entre autres avec les banques et avec Exportation et développement Canada (EDC).

Enfin, les dernières négociations auront lieu et l'entreprise peut s'entendre avec son nouvel intermédiaire ou partenaire en signant un contrat de distribution. Me Bernard Colas, de la firme d'avocats Gottlieb & Pearson, traite d'ailleurs du sujet dans une entrevue dans ce numéro de l'Express.

ÇA NE S'ARRÊTE PAS LÀ !

Aborder un nouveau marché est un processus long et coûteux. Bien entretenir les relations avec ses intermédiaires est un facteur de succès. Pour M. Ranger, d'Écono-Porte, «il est important, dès le premier jour de l'entrée en fonction de l'intermédiaire, de l'encadrer et de le former. Il faut lui parler quotidiennement, le motiver et s'assurer qu'il représente bien l'entreprise». Certains vont aussi effectuer des voyages sur le terrain et organiser une fois par année une rencontre de formation au siège social de l'entreprise.

Bien choisir le réseau qui nous convient nécessite de la patience et de la rigueur. Aux États-Unis, même si les circuits de distribution semblent similaires aux nôtres, il ne faut pas sous-estimer le travail qu'il y a à accomplir. «Il faut aller s'imprégner du marché, parler avec les gens, bref, comprendre le contexte propre à ce marché et bâtir le réseau morceau par morceau. Il n'y a pas de recette miracle», de conclure M. Dedijer, de Bains Ultra. ■

	INTERMÉDIAIRES	CARACTÉRISTIQUES	CONTEXTE
VENTE DIRECTE	Vente directe	• Moyens employés : équipe de vente sur place, marketing direct, foires commerciales, points de vente au détail ou commerce électronique.	• Grande disponibilité de personnel très qualifié • Service de grande qualité • Clientèle potentielle limitée sur le marché visé.
	Agent manufacturier ou représentant	• Reçoivent et transmettent les commandes des clients étrangers • Commissions payées par les exportateurs.	• Accès rapide à de nouveaux marchés • Bonne connaissance du marché local et de la clientèle visée par l'agent.
	Filiale	• Société de nationalité locale • Indépendante juridiquement de la maison-mère et contrôlée majoritairement par celle-ci.	• Bonne expérience préalable à l'international ainsi que sur le marché en particulier • Personnel qualifié et disponible à l'export, pour encadrer l'activité de la filiale.
	Succursale ou bureau de représentation	• Formes d'implantation directe sur un marché étranger ne disposant pas de personnalité juridique et fiscale propre.	• Bonne expérience préalable à l'international ainsi que sur le marché en particulier • Le marché offre un potentiel de vente important et constant justifiant le coût de ces structures.
VENTE INDIRECTE	Distributeur	• Achètent les produits des exportateurs pour les revendre sur place à leurs clients.	• Moyens financiers et humains insuffisants pour organiser personnellement la vente à l'étranger • Aucun besoin d'avoir une maîtrise absolue de sa politique de commercialisation.
	Maisons de commerce	• Entreprises indépendantes constituées d'experts en commerce international • Servent d'intermédiaires commerciaux.	• Potentiel d'exportation du produit limité • Ressources humaines limitées dans l'entreprise.
CONCURATION	Licence	• Accord concédant le droit d'utiliser ou d'exploiter un ou plusieurs droits de propriété intellectuelle.	• Politique de R-D très poussée et technologies à courte durée de vie • Produits ayant un grand potentiel de vente pour lesquels il y a urgence d'exploiter les marchés d'exportation.
	Franchise	• Contrat temporaire et exclusif de commercialisation de produits ou de services sur un territoire défini.	• Doit posséder un savoir-faire commercial reconnu et transférable à l'étranger • Certains pays interdisent la franchise commerciale.
	Partenariat	• Peut regrouper des entreprises canadiennes ou être formé d'une combinaison d'entreprises canadiennes étrangères.	• Pour certains marchés caractérisés par des législations, des contraintes administratives, des différences culturelles ou commerciales, des réseaux de distribution qui les rendent trop complexes.

Tableau : World Trade Centre Montréal

◀ Suite Une poignée de main...

Si les parties déterminent un mode de règlement, elles peuvent choisir de soumettre leur litige à l'arbitrage ou à un tribunal. Si les parties choisissent l'arbitrage, elles peuvent prévoir l'intervention d'une institution d'arbitrage (par ex. : la Chambre de commerce internationale, le Centre d'arbitrage commercial national et international du Québec) ou encore définir avec précision la procédure qu'elles entendent suivre (par ex. : l'arbitrage ad hoc).

Si les parties ont choisi de soumettre leur juridiction aux autorités judiciaires d'un État, l'attention doit être

portée sur la qualité du système judiciaire. Si les pays développés jouissent de systèmes juridiques dont les tribunaux sont dignes de confiance, d'autres pays, par contre, ont des systèmes dont l'efficacité et l'impartialité ne sont pas les principales caractéristiques. Il convient donc d'être extrêmement prudent lorsqu'on entend soumettre son différend à une juridiction étrangère.

«...LE CONTRAT DE DISTRIBUTION
CONSTITUE UN ACTIF
POUR L'ENTREPRISE.»

**L'EXPRESS : QUELS CONSEILS AVEZ-VOUS À
DONNER AUX ENTREPRISES ?**

B. C. : Le premier conseil touche le démarrage de l'opération envisagée. Ainsi, avant de se lancer dans la rédaction du contrat, il est toujours souhaitable que les parties définissent ensemble les grandes lignes de leur projet. Le fabricant devra en outre veiller à faire protéger ses droits de propriété intellectuelle (notamment les marques de commerce) à l'intérieur du territoire sur lequel il veut que ses produits soient distribués et analyser l'environnement juridique, financier et fiscal de la transaction. Le second conseil porte sur la rédaction et la mise en œuvre du contrat. Il s'agit de déployer l'imagination nécessaire pour trouver des solutions à l'avantage des parties, garder une trace écrite des discussions intervenues avec votre partenaire et toujours agir de bonne foi. ■

World Trade Centre Montréal

www.wtcmontreal.com

développements de stratégies à l'exportation

380, rue Saint-Antoine Ouest
Bureau 2100 Montréal (Québec) H2Y 3X7
Tél. : (514) 849-1999 / 1-877-590-4040
Téléc. : (514) 849-3813
info@wtcmontreal.com

missions commerciales

formation en commerce international

Le WTC Montréal reçoit l'appui de :

Développement
économique CanadaCanada Economic
Development

Canada

VISION ET AUDACE INVESTISSEMENTS MAJEURS DANS L'INDUSTRIE DES SCIENCES DE LA VIE

Le vendredi 26 avril dernier, Montréal International et ses partenaires stratégiques annonçaient la mise en place d'un plan d'action ambitieux visant à accélérer le développement de la Grappe des sciences de la vie dans la région montréalaise. Le Comité d'action bénéficiera de l'appui financier des gouvernements du Québec et du Canada qui ont chacun consenti 650 000 \$ pour une période de 3 ans.

CONCERTATION ET MOBILISATION

Pour la première fois, les différents acteurs industriels, institutionnels et gouvernementaux joignent leurs forces dans un effort concerté. D'ici 2010, la série des mesures prévues dans le plan d'action devraient permettre la création de quelque 16 000 emplois et l'ajout de 1,5 million de pieds carrés au parc immobilier spécialisé, le tout appuyé par des investissements de l'ordre de 6 milliards de dollars provenant à parts égales des secteurs privé et public.

LA FORCE DE FRAPPE DU GRAND MONTRÉAL

Les sciences de la vie regroupent les biotechnologies et le domaine pharmaceutique mais aussi les instruments médicaux, les produits de beauté et de santé ainsi que les technologies de l'information s'y rattachant. Grâce à sa concentration importante d'entreprises spécialisées et de centres de recherche prestigieux, la renommée du Grand Montréal s'est affirmée au fil des ans.

Avec la croissance spectaculaire du secteur des biotechnologies, qui atteint mondialement 30 % par année, la concurrence s'intensifie et la métropole québécoise doit ajuster son tir pour damer le pion aux grands centres urbains rivaux qui cherchent à s'approprier une part du gâteau. L'enjeu, un marché dont on estime qu'il se **chiffre à 540 milliards \$ en 2010**, seulement pour les biotechnologies, d'où l'importance de la mise sur pied d'un Comité directeur regroupant les différentes forces.

LES GRAPPES

Un tout récent article, publié en mars

dernier par l'Economist Intelligence Unit, intitulé «World Investment Prospects – The next FDI Boom», signale que les sociétés multinationales seront, de manière croissante, attirées par les agglomérations où se développent des grappes industrielles. Les auteurs identifient même ce phénomène de grappes (*clustering*) de facteur nouveau et déterminant dans le processus décisionnel lorsqu'il s'agit de choisir un site de localisation d'activités internationales.

SIX AXES ESSENTIELS

Piloté par Montréal International et soutenu par M. Camille Gagnon de la firme Innovitech, le Comité directeur a procédé à une analyse complète et a identifié six axes essentiels faisant chacun des recommandations :

1 – Concertation et mobilisation

Coordonner les ressources et les stratégies de la mise en œuvre du plan.

2 – Attraction et développement des ressources humaines

- Stimuler le développement de programmes spécifiques pour accroître le bassin de main-d'œuvre spécialisée
- Créer un Institut des Bio-Industries pour la formation de gestionnaires
- Promouvoir les programmes incitatifs disponibles et stimuler l'intérêt pour les carrières scientifiques.

3 – Appui au développement des entreprises

L'accessibilité à des ressources importantes en capital de risque est la clé de l'avenir des Sciences de la vie dans la région de Montréal.

- Inciter l'entreprise privée à investir davantage en complémentarité avec le secteur public du Québec
- Encourager la mise en place de mesures incitatives pour favoriser l'émergence de fonds fédérés
- Accroître la disponibilité des espaces locatifs spécialisés.
- Accélérer le processus d'approbation des médicaments et insister sur le développement de politiques de propriété intellectuelle stables et concurrentielles.

4 – Développement des grands pôles d'excellence du Grand Montréal

Cinq grands pôles où sont regroupées des compétences et des installations de calibre international existent sur le territoire. S'ajoute aussi un pôle émergent dont le potentiel est prometteur.

- Regrouper les différents pôles d'excellence au sein d'une offre globale
- Favoriser la saine coopération entre les pôles
- Promouvoir leurs spécificités sur la scène internationale
- Créer un district Bio-Santé dans le Pôle du Centre-Ville de même qu'un Bio-Centre.

5 – Tirer profit des investissements dans les CHU

Deux centres hospitaliers universitaires d'envergure seront bientôt construits à Montréal : le CUSM de l'Université McGill et le CHUM de l'Université de Montréal. On parle aussi de moderniser le Centre hospitalier universitaire mère-enfant (Ste-Justine).

- Favoriser l'utilisation des CHU comme leviers pour l'industrie
- Mettre en place une table de travail pour optimiser les partenariats entre les CHU, l'entreprise privée et le secteur public.

6 – Stratégie de rayonnement international

Dans un contexte de concurrence mondiale, il est impératif de positionner notre industrie parmi les forces dominantes de ce marché en pleine ébullition :

- Élaborer un plan marketing axé sur l'excellence de l'infrastructure de l'industrie montréalaise sur la scène internationale
- Développer un plan concerté pour attirer à Montréal des événements de calibre international
- Établir des partenariats avec d'autres régions de grande réputation dans le domaine, celle de Boston par exemple. ■

MEMBRES DU COMITÉ DIRECTEUR SCIENCES DE LA VIE

- M. Jacques Girard**
Président du Comité directeur
Président-directeur général
Montréal International
- M. Arnold Beaudin**
Directeur du développement stratégique et économiste principal
Montréal International
- M. Francis Bellido**
Président de la Chaire des bio-industries, UQAM
Président et chef de l'exploitation SGF Santé
- M. Bertrand F. Bolduc**
Président
BioQuébec
Chef des opérations
TGN Biotech inc.
- M. Alain Caillé**
Vice-recteur à la recherche
Université de Montréal
- M. Michel Desrochers**
Directeur général
Institut de recherche en biotechnologies
- M. Gervais Dionne**
Vice-président principal, Recherche et Développement
Shire BioChem inc.
- M. Gilles Duruflé**
Vice-président, Planification stratégique
Montréal TechnoVision
- M. André Gladu**
Sous-ministre
Développement économique Canada
- M. Jean-Michel Halfon**
Président et chef de la direction
Pfizer Canada
- M. Pierre Lapointe**
Directeur général
Institut national de recherche scientifique
- M. Martin Leblanc**
Vice-président exécutif et chef de l'exploitation
Capron Pharmaceutiques
- M. Jean-François Leprince**
Président
Aventis Pharma
- M. Camille Limoges**
Sous-ministre
Ministère de la Recherche, de la Science et de la Technologie
- M. Hans J. Madër**
Président et chef de la direction
Procyon Biopharma Inc.
- M. André Marcheterre**
Président
Merck Frosst Canada
- Régis Vigneau**
Vice-président principal et secrétaire corporatif
Montréal International
- M. Luc Vinet**
Vice-principal exécutif et aux affaires académiques
Université McGill

SIX PÔLES OÙ FOISONNE L'EXCELLENCE

1 – Université McGill

2 – Université de Montréal

À eux deux, ces centres universitaires de renommée internationale ont récolté plus de 500 millions de dollars de fonds de recherche des grands organismes subventionnaires, se classant respectivement deuxième et troisième au Canada.

3 – Cité de la biotechnologie et de la santé humaine de Laval

L'un des seuls complexes intégrés en sciences de la vie au Québec, il compte plus d'un trentaine d'entreprises regroupées autour de l'INRS-Santé.

4 – Pôle de l'Ouest de l'Île de Montréal

Ce pôle industriel majeur regroupe le plus imposant sous-ensemble d'entreprises et de centres spécialisés du

Canada en biopharmaceutique. On y retrouve notamment l'Institut de Recherche en Biotechnologie (IRB) qui emploie plus de 800 scientifiques ainsi que plusieurs compagnies d'envergure telles que Merck Frosst, MDS Pharma Services et Pfizer.

5 – Pôle du Centre-Ville de Montréal

Ce pôle essentiel inclut un ensemble impressionnant d'institutions dont

l'IRCM, l'Hôtel-Dieu du CHUM, l'Institut Thoracique de Montréal, l'Hôpital Royal Victoria, l'Hôpital neurologique du CUSM, l'UQAM et le futur Centre de génomique de Montréal.

6 – Pôle émergent de la Rive Sud

Regroupant déjà plus de 950 emplois spécialisés, il englobe principalement les régions de Longueuil, Ste-Hyacinthe et Sherbrooke.

BIO 2002 À TORONTO : UNE OCCASION D'AGIR

Dans la foulée du nouveau plan d'action de la Grappe des sciences de la vie, Montréal International se joindra à plusieurs partenaires stratégiques pour créer un impact majeur lors de la prochaine convention BIO 2002. Cette foire annuelle, à caractère international, constitue l'un des plus prestigieux congrès consacrés au domaine biopharmaceutique dans le monde. Présenté pour la deuxième fois au Canada, l'événement aura lieu du 9 au 12 juin prochain

à Toronto. Les décideurs-clés des plus grandes multinationales et de l'ensemble des entreprises de pointe y seront représentés. Plus de 14 000 représentants, venant de 44 pays, sont attendus. Autrement dit, c'est là que se brassent les affaires!

Regroupés sous la bannière de Bio-Québec, Montréal International, Développement économique Canada, Industrie et Commerce Québec, Investis-

sements Québec, H3 Pharma Inc. et le cabinet Lapointe Rosenstein travaillent en synergie. Ce sera l'occasion idéale pour mousser la candidature de Montréal pour l'obtention de la foire BIO 2008 ou 2009, car l'agrandissement du Palais des congrès de Montréal permettra dorénavant d'accueillir un événement d'une telle envergure.

PLUS DE 150 COMPAGNIES RÉUNIES À QUÉBEC POUR BIOCONTACT 2002

Toujours à l'affût de nouveaux partenariats et d'investissements étrangers, Montréal International participera au symposium BioContact qui aura lieu à Québec du 2 au 4 octobre prochain. Plus de 150 entreprises biopharmaceutiques provenant du Canada, des États-Unis, d'Europe et d'Asie y seront réunies. ■

D'EXCELLENTS RÉSULTATS POUR 2001



Le ministre d'État aux affaires municipales et à la Métropole, à l'Environnement et à l'Eau, M. André Boisclair, a insisté sur l'importance du rôle stratégique de facilitateur de Montréal International dans le développement économique du Grand Montréal.

Malgré la conjoncture difficile qui s'est traduite par un ralentissement économique, Montréal International (MI) a été en mesure de réaliser une excellente performance en 2001. Résultat d'un travail assidu de démarchage et de promotion, les projets internationaux ont continué de se développer à un rythme soutenu dans la grande région montréalaise. MI a ainsi contribué de façon significative à la concrétisation de quelque **920 millions de dollars en investissements étrangers** au cours de la dernière année. Dans la foulée de ces initiatives, ce sont plus de **7000 emplois** qui seront maintenus ou créés.

GÉNÉRER L'INVESTISSEMENT

À l'affût de nouvelles occasions, la division Investissements Grand Montréal a accompli plusieurs offensives sur les marchés américains et européens. Du côté, des États-Unis la clientèle des consultants spécialisés en relocalisation a été davantage ciblée, car l'expertise et l'influence de ces derniers s'affirment de plus en plus auprès des décideurs en quête d'un site potentiel d'implantation de leurs filiales. Résultats : une importante augmentation de 25 %, soit près de 400 millions \$ d'investissements américains.



De gauche à droite, M. Régis Vigneau, vice-président principal et secrétaire aux affaires corporatives de MI; M. Pierre Gingras, maire de Blainville; Mme Francine Gadbois, présidente de l'arrondissement de Boucherville et membre du comité exécutif de la ville de Longueuil et aussi membre du CA de MI; et M. Jacques Girard, président-directeur général de Montréal International.

Quant à l'Europe, le plan de match de MI continue sur sa lancée avec

525 millions \$ d'investissements provenant majoritairement de la France. De nouvelles tactiques de prospection ont été développées pour mieux pénétrer les marchés du Royaume-Uni, de l'Allemagne, de l'Espagne et de l'Italie.

SÉDUIRE LES ORGANISATIONS INTERNATIONALES

Au-delà de son mandat de prospection d'investissements, MI persiste à aussi celui d'attirer les organisations internationales (OI) afin d'accroître leur nombre dans la région montréalaise, car la notoriété d'une ville se mesure aussi au prestige de ses institutions mondialement reconnues. MI se sert de ce levier stratégique pour renforcer l'image du Grand Montréal auprès de la communauté internationale.



Monsieur C.S. Cheasley, associé principal chez Fasken Martineau DuMoulin, et trésorier de Montréal International en compagnie de M. Maurice Prud'homme, président d'Investissement Québec.

En 2001, l'Institut Statistique de l'UNESCO et l'Agence mondiale antidopage ont permis d'accroître le nombre d'OI contribuant ainsi à accroître davantage le prestige du Grand Montréal comme cité internationale. Soixante-sept (67) OI sont établies à Montréal. Résultats : 1 700 emplois de niveau supérieur ont été créés sans compter les retombées économiques substantielles sur l'ensemble de l'économie régionale.

UNE VILLE CONCURRENTIELLE

Montréal international continue de privilégier les quatre grands secteurs industriels où il existe déjà une masse critique : les sciences de la vie; l'aérospatiale; les technologies de l'information et du multimédia et, les télécommunications. Plus de 50 % des investissements étrangers générés par MI au cours de 2001 n'impliquaient aucune aide gouvernementale. Cette statistique confirme l'aptitude du Grand Montréal à convaincre les décideurs par la seule force de ses attraits indiscutables. L'équipe de MI entend bien continuer sur cette lancée en 2002! ■

MONTRÉAL INTERNATIONAL... EN TOURNÉE !

• Fin février, avait lieu au Waldorf Astoria à New York l'événement **Bio CEO** qui regroupait plus de **400 CEO** du secteur de la biotechnologie et la pharmacie en Amérique du Nord..

• Au début de mars, l'équipe de IGM-USA a innové en organisant un événement de réseautage à San Francisco en synergie avec la Délégation du Québec à Los Angeles et les Consuls du Canada de San Francisco et de San Jose. **Québec à la table** a réuni **103 décideurs et consultants d'influence** reliés à l'industrie de la micro-électronique, des télécommunications et du capital de risque.

• Pour la deuxième année consécutive, l'équipe de MI-Europe a participé au **Marché International des Professionnels de l'Immobilier**. La SGF, le Technoparc St-Laurent, la Zone de commerce internationale de Montréal à Mirabel, la Société immobilière Sanuk, le Parc industriel et portuaire de Bécancour et Legault Joly Thiffault avocats y ont participé. - 58 pays étaient représentés et plusieurs décideurs européens ont été courtisés.

• La foire aéronautique «**Maintenance Repair Overhaul**» s'avère une autre occasion de faire valoir l'immense expertise de la main d'œuvre montréalaise hautement spécialisée. MI, la Zone de commerce international de Montréal à Mirabel et Investissement Québec étaient partenaires de cet événement qui a eu lieu en avril dernier auquel 4 000 participants assistaient.

• La première **rencontre annuelle**, d'une série de quatre, **destinée aux professionnels en développement économique de la CMM** a eu lieu le 4 avril dernier. Orchestrée par M. Yves Guérin, nouveau directeur des relations avec les partenaires et

les filiales du Grand Montréal, ces réunions représentent une excellente occasion d'échanges en plus d'être une plate-forme pour faire connaître le rôle de facilitateur de MI et les services mis à leur disposition.

• Le 8 mai dernier, l'équipe IGM-USA pilotée par M. Jacques Girard a assisté à la **première édition** de la **Conférence annuelle Boston-Montréal** portant sur le développement d'alliances durables entre ces deux pôles de haute technologie. Biotechnologie et capital de risque étaient à l'ordre du jour. Le CORIM et le WorldBoston ont signé une entente-cadre prévoyant la tenue de conférences annuelles en alternance entre Boston et Montréal.

• Du 22 au 28 juillet prochains aura lieu la grande exposition **Farnborough**, une opération gigantesque conçue pour le marché de l'aéronautique. En collaboration avec les partenaires habituels de MI, Marie-Josée Loiseleur, directrice du développement Royaume-Uni, aidée de son équipe, travaille à la planification de cet événement depuis plusieurs mois déjà. Quant à la nouvelle recrue, Mme Marianne Wurm, elle participe présentement à la foire internationale **ILA**, exclusivement dédiée à l'industrie aérospatiale qui a lieu chaque année à Berlin. 1 000 exposants de 40 pays à travers le monde y sont représentés.

• **Dernière heure!...**L'inauguration officielle de l'Agence mondiale antidopage aura lieu le 4 juin prochain au siège social de l'organisation situé à la Tour de la Bourse, Place Victoria. Les cérémonies d'ouverture auront lieu à l'occasion de la première réunion du Conseil de Fondation de l'AMA en présence de nombreux dignitaires du monde politique et des sports olympiques, tant au plan national qu'international. ■

LES COMITÉS HORIZONTAUX DE LA CHAMBRE : DES OUTILS DE PRÉCISION POUR COMPRENDRE DES RÉALITÉS COMPLEXES

La réforme des comités d'analyses stratégiques de la Chambre constitue un élément central du processus d'actualisation qui a mobilisé une bonne partie des ressources de l'organisation depuis presque un an.

Aux yeux du nouveau président, Benoît Labonté, la réorganisation des comités s'imposait de façon aiguë pour que la Chambre puisse mieux s'ajuster aux nouvelles réalités métropolitaines et répondre aux nouveaux défis qui sont les siens. «Nous avons investi énormément d'efforts pour permettre à la Chambre de disposer de toute l'information nécessaire pour assurer une veille adéquate et produire à l'interne tous les documents pertinents pour nous aider à prendre des positions éclairées sur les grands enjeux.»

DES COMITÉS THÉMATIQUES HORIZONTAUX

Ce qui caractérise d'abord cette réorganisation, c'est la réduction significative du nombre de comités et une modification importante à la nature de leurs mandats. Auparavant, la Chambre comptait pas moins de 17 comités spécialisés fonctionnant de façon plutôt verticale, c'est-à-dire indépendamment

les uns des autres. Depuis janvier dernier, il n'y a plus que quatre comités d'analyses stratégiques (Affaires sociales, Développement urbain, Finances publiques, fiscalité et cadre législatif et Développement économique) fonctionnant de façon horizontale, c'est-à-dire en étroite relation les uns avec les autres.

«Les nouveaux comités représentent le cadre philosophique dans lequel nous évoluons, souligne M. Labonté. Ils sont orientés vers des tendances et des enjeux plutôt que des projets précis. Ainsi, de façon générale, la Chambre n'abordera plus les problèmes de façon ponctuelle, mais dans un contexte global et en fonction des intérêts de ses membres et de l'ensemble de la communauté métropolitaine de Montréal.»

EXAMINER LES ENJEUX AVEC RIGUEUR

Chacun des comités est composé d'une quinzaine de membres de la Chambre provenant de tous les secteurs de l'activité économique métropolitaine, qu'ils soient du milieu des affaires, du secteur public ou d'organismes sociaux et culturels. Les comités examinent divers enjeux reliés au développement de la région, soumet-

tent leurs réflexions, analyses et positions au conseil d'administration à qui revient la responsabilité de les transformer en prises de position officielles. Chaque comité est appuyé dans son travail par une équipe de permanents de la Chambre qui assurent la veille stratégique et produisent les mémoires, documents, synthèses et analyses qui alimentent la réflexion des membres.

Les comités fonctionnent dans un contexte de proactivité et de rigueur dans la veille et l'analyse, comme le souligne le directeur des Analyses stratégiques de la Chambre, Michel Saint Denis. «Les enjeux se complexifient. Les méthodes de travail changent. La quantité d'information et la vitesse à laquelle elles circulent augmentent constamment. Cela suppose que les décisions doivent aussi être prises avec beaucoup de rapidité. Nous ne pouvons plus nous contenter d'être en réaction. Nous devons être capables de savoir avec exactitude ce qui se passe autour de nous, où nous en sommes et où nous allons.»

DES OUTILS PRÉCIS POUR INFLUENCER LE CHANGEMENT

Dans ces conditions, il y a une nette

volonté de la part de la Chambre de se donner une longueur d'avance dans l'acquisition et l'analyse de l'information. C'est pourquoi M. Saint Denis et son équipe cherchent à développer une approche télémétrique de la situation de Montréal, grâce à des outils plus précis et plus sensibles permettant de percevoir rapidement les changements. «Si on se rend compte qu'il y a des tendances lourdes dans un domaine, des changements brusques dans l'autre, on va essayer de trouver des moyens pour interférer. À mesure que nous voyons les choses, nous voulons pouvoir influencer le changement.»

Au bout du compte, ce qui est en cause, c'est la capacité d'offrir aux membres de la Chambre et à l'ensemble des intervenants sociaux, économiques et culturels les moyens de prendre les décisions les plus éclairées pour le développement de la région métropolitaine de Montréal. «Nous ne nous voyons pas comme des experts, conclut M. Saint Denis, même s'il y a des experts dans nos comités. Nous nous voyons d'abord comme des gens qui ont la possibilité de bien saisir les intérêts de nos membres et de prendre des positions en termes de conditions de succès.» ■

ACTION FEMMES D'AFFAIRES : CHRONIQUE D'UNE ANNÉE BIEN REMPLIE

PAR CHANTAL DESJARDINS



L'année d'Action Femmes d'affaires a pris fin le 9 mai dernier, avec l'événement-phare annuel, le dîner-réseau, une soirée au cours de laquelle un hommage est rendu à plusieurs femmes qui se sont distinguées dans divers secteurs d'activité.

Cette saison a été marquée par diverses réalisations du comité qui traduisent l'engagement, la générosité et le dynamisme des membres qui le composent.

LES FAITS MARQUANTS DES SOUS-COMITÉS

FEMMES EN DÉBUT DE CARRIÈRE

Ce sous-comité a présenté des invités de différentes professions et milieux économiques. À chaque rencontre, jumelée à des visites de leur entreprise, les invités ont pu échanger

sur leur cheminement de carrière et témoigner de l'étincelle qui les a animés à leurs débuts et qui continue depuis. Une formule qui a connu un vif succès et qui sera reprise l'an prochain.

FEMMES ET CARRIÈRE

Pour sa part, ce sous-comité a entamé la saison avec une discussion de groupe sur le réseautage animée par Marie-Ange Bourdon. Le groupe a reçu Ingrid Gratz : elle représente une source d'inspiration en raison de son cheminement de carrière exceptionnel. Nous avons aussi eu la chance d'entendre Marcelle Chénier, présidente d'Aventures douces plein air Inc., qui a livré des trucs sur la manière d'intégrer plaisir et activités de plein air au quotidien. Enfin, deux activités conjointes ont été réalisées avec le sous-comité Femmes entrepreneures et travailleuses autonomes.

SCIENCES ET TECHNOLOGIE

Ici on a clôturé l'année avec une table ronde sur le thème «Les

Femmes en sciences et technologie : du rêve à la réalité» avec Johanne Desrochers, pdg de l'Association des ingénieurs conseils du Québec, et Michèle Savoie, directrice principale des affaires extérieures et de la recherche évaluative, Bristol Myers Squibb Canada. Elles ont fait partager leur expérience et la détermination dont elles ont fait preuve dans le développement de leur carrière. Marie-Ève Boivin, future étudiante en génie aérospatial, a témoigné de son dynamisme et de sa capacité à poursuivre la réalisation de son rêve... aller sur Mars. Une discussion a suivi, animée par Andrée Beaulieu-Green, de l'école de design ICARI.

LECTURE

Par ses lectures, ses rencontres et son action, le sous-comité Lecture a suscité des réflexions profondes parmi les membres sur le monde qui nous entoure. Des collaborations spéciales ont été établies avec la Chaire en études stratégiques et diplomatiques de l'UQAM. Deux rencontres marquantes : une avec le journaliste

Jean-François Lépine, sur la question de la Palestine, et l'autre avec Raymond Klibansky, cet archéologue de la pensée humaine, expert de calibre international en philosophie médiévale, qui a parlé des événements marquants de notre histoire au siècle passé. Nous les remercions d'avoir accepté d'entreprendre ce dialogue avec nous.

MERCI À TOUTES

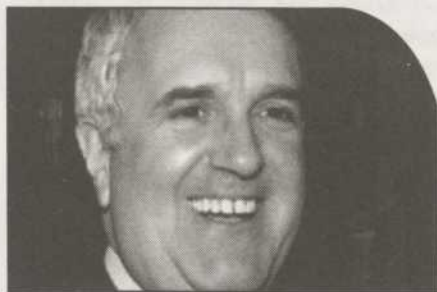
Je salue avec gratitude la Chambre de même que chaque responsable de sous-comité. Ensemble, nous avons pu développer et maintenir à un haut niveau notre connaissance du monde de plus en plus indispensable à l'exercice judicieux du leadership dans le monde mouvant actuel.

AUTRE SAISON, AUTRE PRÉSIDENTE

Cette année marque la fin de mon mandat de deux ans. La prochaine saison commencera sous la direction d'une nouvelle présidente. Ce furent deux années remplies et excitantes où j'ai pu apprécié l'appui de toutes les

VINGT-CINQ ANS DE BÉNÉVOLAT, ÇA SE SOULIGNE

Quand Jacques Mainville est devenu membre de la Chambre, il a opté pour le bénévolat qu'il considérait une excellente façon d'établir des contacts dans le milieu des affaires. Au fil des années, il a fait partie, entre autres, du comité Tourisme, du comité d'accueil général et il est maintenant au comité d'accueil VIP.



Jacques Mainville

Avant de démarrer sa propre boîte de communications, Jacma Marketing inc., Jacques Mainville a été pendant plusieurs années gestionnaire principal des ventes au Holiday Inn Select du Vieux-Montréal.

Le conseil d'administration, la direction et le personnel permanent de la Chambre le félicitent et le remercient de toutes ces années de collaboration généreuse.

MERCI À TOUS LES BÉNÉVOLES

La Chambre profite de l'occasion pour remercier tous les bénévoles qui, tout au long de l'année, et malgré un emploi du temps souvent chargé, contribuent à la bonne marche des activités. ■

HORAIRE D'ÉTÉ ET JOURS FÉRIÉS POUR LA CHAMBRE ET INFO ENTREPRENEURS

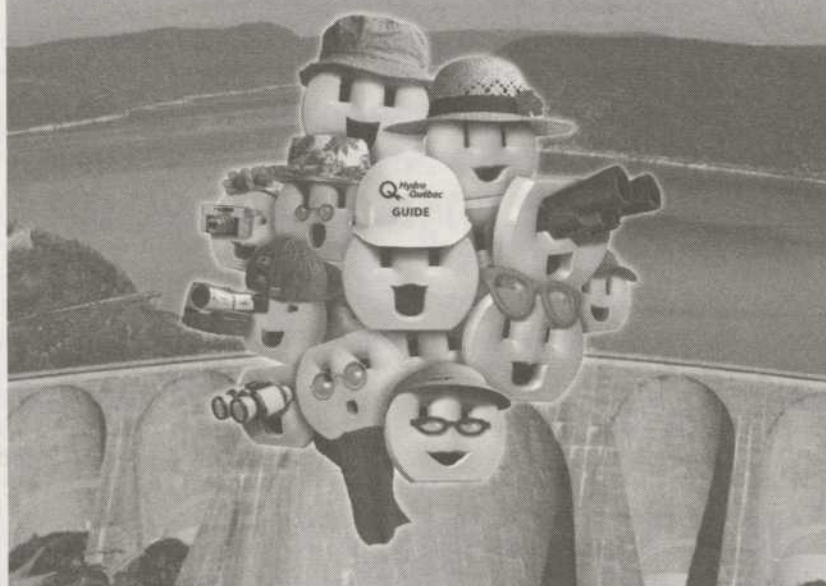
Nos bureaux seront fermés les lundis 24 juin (Saint-Jean-Baptiste) et 1^{er} juillet (Confédération), de même que le lundi 2 septembre (fête du Travail).

À compter du mardi 25 juin, jusqu'au vendredi 30 août inclusivement, nos bureaux seront ouverts de 8 h 30 à 16 h 30.

Nous reviendrons à l'horaire normal à compter du mardi 3 septembre.

Tout le personnel vous souhaite un merveilleux été.

Visites gratuites pour familles branchées



Cet été, Hydro-Québec vous ouvre gratuitement les portes de 12 de ses installations. Pour des découvertes inoubliables, **suivez le guide!**

À Laval

La centrale de la Rivière-des-Prairies
1 800 365-5229

En Montérégie

La centrale de Beauharnois
1 800 365-5229 et
l'Électrium 1 800 267-4558

Dans les Laurentides

La centrale de Carillon
1 800 365-5229

À la Baie James

L'aménagement Robert Bourassa et la centrale La Grande-1
1 800 291-8486

En Abitibi-Témiscamingue

La centrale de la Première-Chute (819) 949-4431 et les centres de formation et de téléconduite (819) 797-3195

Dans les Îles

La centrale des Îles-de-la-Madeleine (418) 986-7276

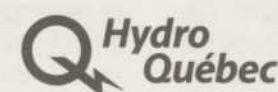
Dans l'Outaouais

La centrale des Rapides-Farmers
1 800 365-5229

Sur la Côte-Nord

Le barrage Daniel-Johnson et les centrales Manic-5 et Manic-2
1 866 LA MANIC

1 800 ÉNERGIE ou le (514) 363-7443 www.hydroquebec.com/visitez



SELENA



Fiers d'offrir



En vedette notre nouvelle cafetière Keurig®



Votre spécialiste de la pause-café

Variété de produits et d'équipements
Livraison garantie en 24h
Plus de 12 000 clients satisfaits

ESSAI GRATUIT

Café Selena
Tél. : (514) 270-0330
www.selena.com



Institut du commerce électronique
Electronic Commerce Institute



Pierre Langelier, président-directeur général

LA CERTIFICATION EN AFFAIRES ÉLECTRONIQUES (AE) - UNE FORMATION INTENSIVE, RAPIDE POUR LES DÉCIDEURS ET LES PROFESSIONNELS D'AUJOURD'HUI

Depuis sa fondation, l'Institut du commerce électronique travaille étroitement avec les entreprises de chez nous dans l'atteinte de leurs objectifs. L'Institut leur propose des services de pointe pour les appuyer dans leurs démarches stratégiques. Depuis plus de douze ans, l'Institut s'est mon-

tré d'avant-garde avec ses produits et ses solutions qui s'adaptent aux besoins changeants des entreprises.

En novembre 2000, l'Institut lançait, en étroite collaboration avec l'École des HEC, le Centre de recherche informatique de Montréal (CRIM-Formation)

et Secor, un programme de formation stratégique intensive de 8 jours, répartis sur 6 semaines, qui débouche sur une certification professionnelle en affaires électroniques. Depuis, plus de 250 gestionnaires, cadres et professionnels de PME et de grandes entreprises de tous les secteurs – industrie manufacturière, transport, santé, télécommunications, finances, services, gouvernements, etc., – ont suivi le programme et se sont vu décerner la certification CICE (*Certified International Credit Executive*). Certains avaient peu de connaissance en affaires électroniques, d'autres étaient très qualifiés en technologie ou en gestion, mais tous ont su profiter des contenus stratégiques et de l'approche *pratico-pratique* de la méthode, des échanges entre professionnels et de leur nouveau réseau de contacts.

La certification CICE reconnaît l'acquisition de connaissances en analyse, en planification et en gestion stratégique dont l'étude de faisabilité et l'élaboration d'un plan d'affaires électroniques. Elle permet, tout en démystifiant les TI, de cerner les enjeux et la portée des affaires électroniques pour finalement intégrer stratégie et technologie, consolidant ainsi les acquis de l'entreprise concernée et également de développer de nouvelles perspectives d'affaires.

Les témoignages des personnes certifiées sont éloquentes. Avec cet acquis comme bagage et une vision globale des affaires électroniques, elles sont considérées comme une ressource stratégique, une référence pour leur entreprise et pour leurs clients. La certification leur a également procuré des chances d'avancement, de promotion et de changement de carrière. «Très bénéfique... ce cours m'a aidée à actualiser mes connaissances dans le B2B. J'ai beaucoup appris et je suis maintenant une meilleure conseillère quand il s'agit des enjeux auxquels notre marché fait face. Je maîtrise davantage les différents aspects de l'entreprise tels que la planification et le marketing ainsi que les aspects légaux, la veille stratégique, la sécurité, etc. Je sais que nous ne sommes pas tout à fait mûrs pour certains produits qui sont pourtant, pour d'autres entreprises, des solutions magiques... je n'y perds donc pas mon temps. Après tout, le commerce c'est du commerce !», nous avoue Lucie Caya, conseillère en Technologies de l'information, Hydro-Québec.

Ce programme est offert en classe et en ligne. Pour plus d'information sur nos prochaines sessions en salle ou pour en connaître davantage sur nos produits et nos services, veuillez communiquer avec nous au (514) 840-1297 ou visitez notre site à www.institut.qc.ca

◀ page 3 L'éclosion des...

des sociétés pharmaceutiques. Elle augmentera la crédibilité de ces entreprises et ouvrira de nouvelles avenues pour des alliances stratégiques.

Pour les sociétés pharmaceutiques, la table de concertation devrait favoriser une collaboration qui leur donnera accès à de nouvelles molécules. Elle devrait aussi contribuer à atteindre et même excéder les 10 % des ventes investis en R&D, tout en leur permettant de mieux exercer leur rôle de citoyen corporatif.

Les sociétés en pharmacie et en biotechnologie partagent des enjeux communs au chapitre de la protection de la propriété intellectuelle, de l'accès au marché, de la disponibilité de la main-d'œuvre hautement qualifiée, du renforcement de l'infrastructure de recherche, de l'augmentation du réseautage entre ces industries et les universités, du maintien du talent dans nos universités et de l'amélioration de l'image de l'industrie face aux multiples enjeux qui sont reliés à la santé humaine.

De nombreux obstacles devront être franchis pour établir une véritable concertation.

Les grandes sociétés pharmaceutiques présentes à Montréal sont des filiales de sociétés globales américaines ou européennes. Les activités de R&D qu'elles réalisent au Canada sont décidées dans les centres mondiaux de ces entreprises. Les sociétés de biotechnologie éprouvent d'énormes difficultés à comprendre tous les rouages des organisations de recherche et développement des grandes sociétés pharmaceutiques. Elles ont encore plus de mal à repérer les dirigeants auxquels elles doivent présenter leurs projets.

Cette réalité, à laquelle s'ajoute souvent un réseautage limité et un manque d'information sur leurs travaux, crée pour les sociétés de biotechnologie un besoin de se faire connaître, individuellement et collectivement.

Les sociétés pharmaceutiques peuvent difficilement évaluer les projets des

biotech d'ici en fonction des besoins de leur organisation. En effet, les programmes de R&D qui sont pilotés par leurs centres mondiaux sont d'une telle taille et d'une telle diversité qu'il est presque impossible pour les dirigeants canadiens de s'y retrouver. Il faut comprendre que le processus de développement d'un médicament requiert de 12 à 15 ans de travail et que les responsabilités principales des sociétés pharmaceutiques présentes au Canada sont l'inscription, la mise en marché et la vente de leurs produits sur le marché canadien. Elles disposent donc rarement des ressources spécialisées consacrées à l'évaluation des découvertes des sociétés de biotechnologie.

En outre, le Canada ne constitue qu'un petit marché avec à peine 2 % des ventes mondiales de médicaments. Notre notoriété nationale en R&D de même que celle de nos universités demeurent relativement plus faibles que celles de quelques autres pays où se concentre la recherche en santé et sciences de la vie.

La table de concertation, qui regroupera 19 entreprises, visera donc à implanter une meilleure communication bilatérale entre les biotech et les pharma pour faciliter la collaboration et les alliances stratégiques.

Les membres de la table se sont déjà engagés à fond. Ils ont déjà établi les priorités à court terme, le calendrier de travail, les principes d'action et le partage des responsabilités. Ils collaboreront régulièrement, physiquement et virtuellement, grâce à un Intranet mis à leur disposition.

Les sociétés qui participent à cette table de concertation sont : Angiogene, ConjuChem, Biophage Pharma, Caprion Pharmaceuticals, Galileo Genomiques, Procyon BioPharma, Procrea Biosciences, Shire BioChem, SignalGene, Theratechnologies, Aventis Pharma, Bristol-Myers Squibb, Boehringer Ingelheim, Novartis Pharma, Wyeth-Ayerst, Merck Frosst, Pfizer, AstraZeneca R&D, MDS Pharma Services et Labopharm. ■

PROGRAMME DE FORMATION DE L'INSTITUT DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

JUIN 2002

4 juin	Aspects légaux des affaires électroniques 9 h – 16 h 30 Lieu : Institut du commerce électronique
12 juin	Finances et affaires électroniques 9 h – 12 h Lieu : Institut du commerce électronique
12 juin	Ressources humaines et affaires électroniques 13 h 30 – 16 h 30 Lieu : Institut du commerce électronique
13 juin	Production et affaires électroniques 9 h – 12 h Lieu : Institut du commerce électronique
Information : institut@institut.qc.ca Tél. : (514) 840-1297	



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.

LA 20^E ÉDITION DES PRIX D'EXCELLENCE

Le 22 mai se tenait à l'hôtel Wyndham la remise des prix d'excellence, un concours que le Centre organise chaque printemps depuis maintenant 20 ans parmi les élèves de la cinquième année du secondaire et de formation professionnelle des commissions scolaires et des établissements d'enseignement privés de l'île de Montréal. Ces prix sont remis dans les catégories Sciences humaines - langues, Sciences - mathématiques, Arts et Formation professionnelle.

La cérémonie de remise des prix de cette année était jumelée au déjeuner-causerie dont l'invité était l'explorateur et conférencier Bernard Voyer. Sa profession d'aventurier a de quoi aviver l'intérêt des jeunes partout où il passe. Depuis qu'il relève des défis et qu'il ne cesse de se mesurer à lui-même. Avec sa devise : «... l'homme grandit en relevant des défis», ses mots frappent toujours l'imaginaire des auditoires devant lesquels il se présente.

Voici les noms des jeunes qui se sont distingués dans ce concours.

LAURÉATS DE LA CATÉGORIE SCIENCES - MATHÉMATIQUES :

Bronze : **Antonio Pistilli**, de la John F. Kennedy Comprehensive School, English Montreal School Board

Argent : **Laurence Girouard**, du Pensionnat du Saint-Nom-de-Marie, Fédération des établissements d'enseignement privés

Or : **Tanya Castelino**, de la Sacred Heart School of Montreal, Quebec Association of Independent Schools



Tanya Castelino

Tanya Castelino : Tanya est une jeune fille polyvalente, active dans les sports et la musique : un coup d'oeil à son bulletin nous convainc qu'elle est une élève modèle... et elle veut devenir médecin. Un projet scientifique réalisé pour la CECM Science fair, et qui lui a valu la médaille d'or, de même que les nombreux autres projets scientifiques qu'elle a présentés à différents concours l'ont certainement mise sur cette voie. Le travail de recherche qu'elle a présenté pour le présent concours, portait sur la chirurgie orthognatique qui est la correction d'anomalies dento-faciales congénitales ou acquises : un travail de recherche passablement fouillé.

LAURÉATS DE LA CATÉGORIE ARTS :

Bronze : **Marielle Saint-Laurent**, École secondaire Des Sources, Commission scolaire Marguerite-Bourgeoys

Argent : **Maude Nepveu-Villeneuve**, Collège Mont-Saint-Louis, Fédération des établissements d'enseignement privés

Or : **Kerianne Wilson**, Royal West Academy, English Montreal School Board



Kerianne Wilson

Kerianne Wilson : Moyenne dans le bulletin scolaire : 92 %. Le directeur de l'école qu'elle fréquente dit d'elle : «Tout ce que Kerianne fait, elle le fait d'une manière exceptionnelle. Ses études, ses activités sportives et musicales remportent les meilleures notes. Kerianne est une leader née, une personne d'équipe, aimée et respectée par ses

collègues et par le personnel enseignant... quelqu'un d'exceptionnel qui fait la différence partout où elle passe...» Elle accumule les distinctions en musique, les récompenses et les médailles sportives. Le numéro qu'elle a présenté devant le jury pour ce concours est un solo de flûte de Mozart.

LAURÉATS DE LA CATÉGORIE SCIENCES HUMAINES - LANGUES

Bronze : **Catherine Rousseau-Saine**, École secondaire Paul-Gérin-Lajoie d'Outremont, Commission scolaire Marguerite-Bourgeoys

Argent : **Stéphanie Rondeau**, École secondaire Honoré-Mercier, Commission scolaire de Montréal

Or : **Patricia Riopel**, École secondaire Saint-Georges, Commission scolaire Marguerite-Bourgeoys



Patricia Riopel

Patricia Riopel : Une autre moyenne spectaculaire de plus de 92 %. Comme projet pour ce concours, Patricia a écrit, en anglais, un texte de 500 mots sur l'économie pour démontrer son point de vue sur les forces qui régissent les marchés. Pourquoi ce choix ? Parce que le commerce est un sujet qui l'intéresse et qu'il est en lien direct avec l'économie et qu'écrire lui permet de présenter ses idées de façon claire et précise. Si on ajoute à ça une liste d'activités parascolaires sportives à faire rougir les sédentaires, on a le portrait d'une fille entière, agréable et facile à vivre selon l'avis de ses professeurs et de tous ceux qui la côtoient.

LAURÉATS DE LA CATÉGORIE FORMATION PROFESSIONNELLE

Bronze : **Gabriel Campeau**, Centre intégré de mécanique, de métallurgie et d'électricité, Commission scolaire Marguerite-Bourgeoys

Argent : **Vanessa Geiring**, Rosemount Technology Center, English Montreal School Board

Or : **Jacinthe Émond**, École des Métiers du Sud-Ouest de Montréal, Commission scolaire de Montréal



Jacinthe Émond

Jacinthe Émond : Jacinthe termine cette année sa formation professionnelle en bijouterie-joaillerie. Elle a participé à ce concours en présentant une de ses œuvres : un collier en argent sterling et perles teintées, une pièce unique fabriquée à la main. Pour elle, la bijouterie est une forme d'expression illimitée qui a été pour elle un «déclat du cœur». «On peut dire que je ne l'ai pas choisi, mais cette forme d'art est venue à moi pour me porter dans son univers sans fin.» Même si elle ne peut pas donner d'explications pour chaque pièce qu'elle réalise, c'est une sorte d'énergie inconsciente qui l'amène à exprimer ses sentiments sous la forme d'un objet concret.

FÉLICITATIONS ET REMERCIEMENTS

Ces jeunes constituent la relève dans plusieurs secteurs : ils possèdent un immense potentiel qu'il s'agit de découvrir, de canaliser en leur donnant la chance de l'exprimer.

page 13 ►



Pour ceux qui veulent accroître leur productivité

De nombreuses entreprises réagissent à l'intensification de la concurrence mondiale en se dotant de technologies modernes et en augmentant leur productivité.

La BDC offre maintenant un mode de financement innovateur et d'une grande souplesse, conçu pour aider les entreprises de fabrication bien établies à acquérir l'équipement de pointe dont elles ont besoin pour accroître leur compétitivité et s'assurer une croissance soutenue : le prêt Productivité Plus.

Pour en savoir plus sur ce produit financier et nos nombreuses autres solutions d'affaires intégrées, communiquez avec la BDC dès aujourd'hui!

Canada

1 888 INFO BDC / www.bdc.ca



Banque de développement du Canada
EXCLUSIVEMENT AU SERVICE DES PME

◀ page 12 La 20e édition...

La Chambre félicite les lauréats de la sélection finale ainsi que les 73 finalistes. Ces jeunes ont démontré qu'ils possédaient des compétences et de la créativité. Leur talent est à l'image des personnes qui les forment – famille et enseignants – et ils représentent bien la génération montante.

La Chambre remercie les enseignants de ces jeunes et la direction des écoles et des commissions scolaires participantes qui encouragent leurs élèves à toujours repousser leurs limites et à participer à ce type de concours.

Merci aux membres des différents jurys qui ont eu la difficile tâche de sélectionner les lauréats. La Chambre reconnaît aussi la disponibilité et la générosité dont ils ont fait preuve.

Merci aux commanditaires grâce à qui les lauréats ont reçu des bourses d'étude de 1 000 \$, 700 \$ et 300 \$: la Fédération des caisses Desjardins, Ernst & Young, Pfizer Canada inc. et Via Rail Canada. Merci aussi au ministère de l'Éducation du Québec qui a offert à tous les lauréats un ordinateur de poche. Merci également au quotidien *The Gazette* pour la publication des photos de tous les finalistes dans son édition du 23 mai.

The Gazette a également offert une bourse de 600 \$ qui a été attribuée par tirage parmi tous les finalistes. La gagnante est : Maude Nepveu-Villeneuve, Collège Mont-Saint-Louis, Fédération des établissements d'enseignement privés.

Merci enfin aux entreprises qui ont offert des billets aux jeunes finalistes pour leur permettre d'assister à ce déjeuner-causerie.



The Gazette

◀ page 9 Action femmes...

membres et celui de la coordonnatrice, Isabelle Scaffidi, ainsi que celui, depuis son entrée en fonction, de la nouvelle directrice des Services aux membres, Manuela Goya.

Marie-Ange Bourdon assurera la responsabilité pour la prochaine année. Marie-Ange dirige le cabinet de chasseurs de tête Bourdon et Associés et est active à la Chambre depuis de nombreuses années. Je la remercie de prendre le relais avec sa grande énergie dont elle fera bénéficier

ACTIVITÉS DE LA CHAMBRE

JUIN 2002

4 7 h 30 à 9 h
Petit déjeuner-conférence
M. John R. Logan
Co-fondateur et ancien président
Aberdeen inc.
et auteur du best-seller
Evolution Not Revolution,
avec la participation de My Scally
Vice-présidente, Affaires électroniques de Bell
Le Windsor

4 17 h 30 à 19 h
Les rendez-vous d'affaires
Locaux de la Chambre

7 8 h 30 à 12 h
Programme de formation pour
dirigeants d'entreprises
et travailleurs stratégiques
Les outils de qualité
Locaux de la Chambre

11 12 h à 14 h
Déjeuner-causerie hors-série
M. Gérald Tremblay
Maire de Montréal
Marché Bonsecours

11 17 h à 19 h
Réception des nouveaux membres
Locaux de la Chambre

Commanditaire principal

BOMBARDIER

Desjardins

Fiducie
Desjardins

Diners Club
International

FRASER MILNER CASGRAIN R.L.
avocats

Pratt & Whitney Canada
Une société de United Technologies

Samson Bélair
Deloitte
& Touche

SNC-LAVALIN

SSQ GROUPE FINANCIER

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

ACTIVITÉS DE L'INSTITUT DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

JUIN 2002

3 Tournoi de golf des affaires
électroniques au profit de la
Fondation de l'Hôpital Sainte-Justine,
sous la présidence d'honneur de
M. Pierre Shedleur, premier vice-président,
Marchés affaires (Québec), Bell
Club de golf Les Quatre Domaines

11 12 h à 14 h
Déjeuner-conférence
M. Larry Smith
Président et éditeur
The Gazette
Hilton Montréal Bonaventure

Renseignements et réservations :
Tél. : (514) 871-4000
Téléc. : (514) 871-5971

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

THE BEST RUN E-BUSINESSES RUN my SAP.Com

Bell

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.

ACTIVITÉS DU WORLD TRADE CENTRE MONTRÉAL

JUIN 2002

5 8 h 30 à 12 h (en anglais)
Atelier de formation
Démystifier les procédures douanières
M. Donald Tardif, Fritz Starber
Hôtel Inter-Continental Montréal

5 au 7 Mission commerciale à la Banque Mondiale
Environnement
à Washington

7 8 h 30 à 12 h
Atelier de formation
Établir son prix à l'exportation
M. Pierre Trudel
Pierre Trudel Solutions Marketing
Hôtel Inter-Continental Montréal

14 8 h 30 à 12 h
Atelier de formation
Les Incoterms 2000s
M. André Bourassa, Fritz Starber
Hôtel Inter-Continental Montréal

19 au 20 Mission commerciale
**Imagerie numérique et production
interactive pour l'industrie des médias
et du divertissement**
à Miami

Information et inscription : Tél. : (514) 849-8318

BESOIN

?

D'ESPACE

1 800 463-5261

www.inalco.com/immobilier

Bureaux à louer
de 300 pi²
à 63 000 pi²

Montréal
Laval
Trois-Rivières
Québec
Chicoutimi

INDUSTRIELLE ALLIANCE
ASSURANCE ET SERVICES FINANCIERS

L'Industrielle Alliance Compagnie d'Assurance sur la Vie

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



**FINANCIÈRE
BANQUE
NATIONALE**

GRAND PARTENAIRES s'associent AU 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. • Agences des douanes et du revenu Canada • Agropur coopérative • Air Canada • Air Liquide Canada inc. • Alcan • Alstom Canada inc. • Andersen • Aramark Québec inc. • Astral Média 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 Scotia • Banque Toronto-Dominion • Bariatix International inc. • BCE inc. • 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 • Cap Gemini • Ernst & Young Canada inc. • Cascades inc. • Casino de Montréal • 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. • de Granpré Chait • Desjardins • Ducharme Stein Monast et Sogemis inc. • Dessau-Soprin inc. • Développement économique Canada • Discreet Logic Inc. / Autodesk Canada • dmg world media (Canada) inc. • Domtar inc. • École des Hautes Études Commerciales (HEC) • EDS Canada 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 (FTQ) • Fonds Ville-Marie • Fraser Milner Casgrain • Gartner Canada • Gaz Métropolitain • Glaxo Wellcome Inc. • Goodyear

Canada inc. • Groupe CGI inc. • 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. • Hewlett 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. • La Great-West Cie d'Assurance • Lafarge Canada inc. • Le Groupe Jean Coutu (PJC) inc. • Le Groupe Télé-Ressources ltée • Les Hôtels Fairmont • L'ORÉAL Canada • Loto-Québec • McCarthy Tétrault • McGill University • Médias Transcontinental inc. • MDS Pharma Services Inc. • Médias Services Pharmaceutiques et de santé inc. • Meloche Monnex inc. • Mercer, Consultants en ressources humaines • Merck Frosst Canada inc. • Métro Richelieu 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 • PricewaterhouseCoopers • Provigo inc. • Quebecor Media inc. • Raymond, Chabot, Grant, Thornton • RBC Banque Royale • Regroupement des collèges du Montréal métropolitain • Réno-Dépôt inc. • Restaurants McDonald du Canada ltée • Richter, Usher & Vineberg • Robert Half International inc. • Rogers Sans-fil 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 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 en commandite Stationnement 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 • TELUS solutions d'affaires • 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. • 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 4021

LA CHAMBRE S'ACTUALISE UN PRÉSIDENT PERMANENT POUR UNE CHAMBRE MIEUX ADAPTÉE AUX NOUVEAUX ENJEUX



Photo : Marc Dussault

Depuis le 16 avril dernier, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain a un nouveau président permanent en la personne de M. Benoît Labonté. Ce dernier agira désormais à la fois comme chef de la direction et chef des opérations, en plus de jouer le rôle de porte-parole de l'organisme auprès des médias. Cette nomination a été ratifiée par les membres présents à l'assemblée extraordinaire convoquée à cette date, avec toute une série d'autres modifications aux règlements généraux de la Chambre.

La décision de conférer un caractère permanent à sa présidence marque une étape importante dans la longue histoire de la chambre. «Jamais, en 181 ans,

LA RÉALITÉ DES AGGLOMÉRATIONS URBAINES

Or, Montréal vit précisément, à l'heure actuelle, une période de changements rapides et importants : mise en place d'une nouvelle ville de 1,8 million de citoyens, création d'une communauté métropolitaine regroupant près de la moitié de la population québécoise et émergence croissante, à l'échelle mondiale, des agglomérations urbaines comme centres de décision économique et politique.

NOUVELLES RESPONSABILITÉS ET NOUVELLE FISCALITÉ

Selon le nouveau président de la Chambre, cette émergence des villes-régions comme pôles de développement entraînera, à moyen terme, une redéfinition en profondeur de leur rôle et de leurs prérogatives. En clair, elles devront disposer d'une plus grande autonomie de décision et d'intervention à l'égard de leur développement. «Inévitablement, il y a des responsabilités qui seront transférées aux villes. Cette dévolution de services à rendre devra s'accompagner d'une capacité financière accrue. L'impôt foncier ne suffira plus à assurer la base de la fiscalité urbaine.»

Cet horizon d'un transfert fiscal aux agglomérations urbaines n'est pas aussi lointain que plusieurs le croient, d'après M. Labonté. Au cours des derniers mois, le Premier ministre du Québec, Bernard Landry, et le ministre fédéral des Finances, Paul Martin – pour ne nommer que ceux-là – ont clairement évoqué l'idée d'une autonomie fiscale accrue pour les villes.

VERS UNE COHÉSION RÉGIONALE

La Chambre de commerce du Montréal métropolitain se donne pour mandat de concevoir pour l'agglomération urbaine de Montréal une perspective de développement orientée vers les 15 prochaines années. C'est d'ailleurs en ayant cette vision à l'esprit qu'elle a organisé, les 30 avril et 1er mai derniers, le symposium *Montréal 2017 : une Cité du Monde de 375 ans* (voir article dans ce cahier).

Cette perspective de développement sera résolument régionale, assure M. Labonté. «L'île de Montréal n'a pas tout ce qui est nécessaire à sa compétitivité internationale. Mais tout ce dont elle a besoin, elle le retrouve dans son bassin régional, qu'il s'agisse de PME exportatrices ou de pôles d'excellence dans des secteurs industriels de pointe comme l'aéronautique et les biotechnologies. C'est donc sur les forces de l'ensemble de la région métropolitaine qu'il faut miser pour réussir.»

Cela signifie beaucoup de travail pour la Chambre : renforcer sa capacité de production, de réflexion et de contenu, prendre position, rassembler, sensibiliser et convaincre. Ces défis ne rebutent pas le nouveau président. «Il est certain que les regroupements municipaux n'ont pas été réalisés dans la joie et l'allégresse, ironise-t-il. Mais à partir du moment où nous allons faire ressortir la nécessité de développer une cohésion à l'échelle régionale, les champs d'intérêt vont s'élargir et nous allons réussir à rallier l'ensemble de la communauté. Parce que notre avenir réside dans une vision métropolitaine de notre développement.» ✕



Photo : Marc Dussault

L'ÉQUIPE DE GESTION

ASSIS :

MANUELA GOYA, BENOÎT LABONTÉ,
MARYVONNE CHÂTEL, ADJOINTE
AU PRÉSIDENT, ET ÉRIC MEUNIER.

DEBOUT :

ISABELLE HUDON, PIERRE BOUTIN,
MICHEL SAINT DENIS ET
SONIA TREMBLAY, ADJOINTE
ADMINISTRATIVE.

la Chambre n'avait eu de présidence permanente, rappelle M. Labonté. Si nous avons proposé cette réforme, c'est parce que nous avons cru nécessaire de donner à l'organisme une cohésion accrue en la dotant d'une permanence et d'une continuité dans sa vigie, dans ses réactions et dans ses contacts avec les décideurs.»

Les modifications adoptées le 16 avril représentent l'aboutissement d'un processus d'actualisation qui était en cours depuis environ un an. Ce processus visait essentiellement à outiller la Chambre face aux nouveaux enjeux auxquels fait face la communauté métropolitaine de Montréal. Le projet a été piloté par le président sortant, Guy Fréchette, devenu depuis président du conseil. Il a accompli ce travail en collaboration avec des anciens présidents et des membres du conseil actuel.

«Si la Chambre a réussi à survivre pendant 181 ans, soutient le nouveau président, c'est parce qu'elle a toujours réussi à s'adapter de façon concrète au changement et à prendre les virages nécessaires au moment où l'environnement externe l'exigeait.»

Les modifications apportées au mode de fonctionnement de la Chambre s'appuient très largement sur le fait, observable à l'échelle mondiale, que le développement des sociétés s'articule de plus en plus clairement autour des agglomérations urbaines. Cela tient notamment à ce que les accords internationaux – particulièrement dans le domaine économique – balisent considérablement les capacités d'interventions des États nationaux.

«De plus en plus, ce sont les villes-régions qui traitent directement entre elles sur les plans commercial, économique, social ou culturel, poursuit M. Labonté. Il est donc essentiel que la Chambre inscrive son action dans cette dynamique qui, pour nous, est le développement de la communauté métropolitaine de Montréal dans son ensemble. C'est le principal enjeu de la réforme que nous avons mise en place.»

De la même façon, les villes-régions de l'ensemble de la planète sont également en forte concurrence entre elles au niveau international. Le nouvel *Énoncé de principes* de la Chambre, rendu public en avril dernier, fait d'ailleurs largement écho au fait que le développement de Montréal passe par l'intégration d'une vision métropolitaine à des aspirations internationales.

LA CHAMBRE S'ACTUALISE

L'ÉQUIPE DE DIRECTION 2002 : DU SANG NEUF POUR RELEVER DE NOUVEAUX DÉFIS

Au cours des derniers mois, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain n'a pas seulement réactualisé ses règlements internes et ses méthodes de travail, elle a aussi fait appel à une nouvelle génération de leaders. Ils sont prêts à mettre leurs idées et leur dynamisme au service de la prospérité et du rayonnement de la région de Montréal et à continuer – dans le même esprit qui prévaut à la Chambre depuis plus de 180 ans – de promouvoir son développement économique.

Animée par le nouveau président permanent de la Chambre, Benoît Labonté, cette équipe comprend notamment cinq personnes dont l'enthousiasme n'a d'égale que l'importance des défis à relever. Ce sont : Pierre Boutot, directeur, Administration; Manuela Goya, directrice, Services aux membres; Isabelle Hudon, directrice, Communications; Éric Meunier, adjoint exécutif au président; et Michel Saint Denis, directeur, Analyses stratégiques.

UNE ÉQUIPE DE TOUS LES DÉFIS

À titre de directeur de l'administration, **Pierre Boutot, CGA**, veille à la bonne marche des finances comme il l'a fait depuis 11 ans, d'abord à titre de chef comptable, de 1991 à 1994, et ensuite à titre de contrôleur, de 1994 jusqu'à tout récemment. «Mon défi est de continuer à faire une gestion rigoureuse des ressources financières qui nous sont confiées, principalement la cotisation de nos membres.»

Auparavant directrice des opérations et du marketing à Oxfam-Québec, **Manuela Goya** a pour responsabilité d'assurer la liaison entre la Chambre et ses membres. «Mon défi et celui de mon équipe, c'est de créer un canal de communication à double sens entre la Chambre et ses 7 000 membres. Écouter pour mieux agir, voilà notre plan d'action !»



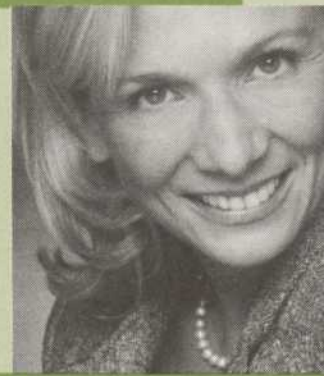
← :: PIERRE BOUTOT,

«Une gestion saine et efficace a toujours été un point d'honneur et a fait la **crédibilité** de l'administration de la Chambre. Je compte bien, avec mon équipe actuelle, la maintenir pour que la Chambre puisse exercer son leadership pour un autre 180 ans...»



:: MANUELA GOYA,

«J'ai l'ambition de créer un espace commun à nos membres, un espace où il fait bon se rencontrer et penser à l'avenir de notre ville unique au monde, un corridor incontournable **pertinent** où activité économique, sociale et culturelle se conjuguent au temps présent et futur !»



← :: ISABELLE HUDON

«Il est essentiel pour la Chambre de maintenir et de chérir sa crédibilité afin que toujours nous puissions être de plus en plus **influents** auprès des décideurs. Pour ce faire l'équipe des communications s'est relevé les manches et consacre toute son énergie à mettre au point les outils nécessaires à l'atteinte de nos objectifs autant auprès des membres, des médias que des décideurs.»



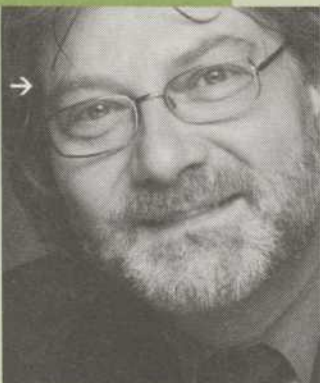
← :: ÉRIC MEUNIER,

«Notre équipe est composée de professionnels aux talents variés et complémentaires qui s'articulent autour d'une même passion, Montréal. Il importe de créer une synergie qui favorisera l'émergence d'idées nouvelles tout en veillant à ce que l'intérêt de nos membres demeure toujours au centre de nos décisions.»

Pour **Isabelle Hudon**, qui dirigeait auparavant le service des communications du Comité de transition de Montréal, la Chambre doit, plus que jamais, affirmer sa présence dans les grands débats montréalais. «En plus de transmettre notre enthousiasme pour le progrès et le développement de la nouvelle ville de Montréal, nous avons à relever, jour après jour, un triple défi : être pertinents pour nos membres, crédibles auprès du public et influents auprès des décideurs.»

Quant à **Éric Meunier**, qui a été conseiller au cabinet du Premier ministre Lucien Bouchard, il est une éminence grise trop souvent dans l'ombre. Il agit comme adjoint exécutif au président et, à ce titre, il déploie ses talents de conseiller et de rassembleur et veille à la coordination des idées tant à l'interne qu'avec les différents intervenants.

Michel Saint Denis, qui a été conseiller au président de la Société du Vieux-Port de Montréal et analyste à Développement économique Canada, coordonne les travaux des comités d'analyses stratégiques (voir article, page 9 du journal). Pour lui, les membres de la Chambre doivent avoir accès à la meilleure information possible pour influencer positivement le développement du Grand Montréal. «Notre défi : avoir une longueur d'avance en matière de veille et d'analyse stratégique et posséder les bons outils nous permettant de prendre les meilleures positions au nom des membres.» ✕



→ :: MICHEL SAINT DENIS,

«Nous sommes passés de dix-sept comités d'affaires publiques à quatre d'analyses stratégiques qui travaillent en étroite relation et qui sont animés par notre équipe d'analystes permanents. Ensemble, nous voulons travailler à faire de Montréal une Cité du monde encore plus performante et plus compétitive...»

LE SYMPOSIUM MONTRÉAL 2017: UNE CITÉ DU MONDE DE 375 ANS

UN SUCCÈS QUI VA DÉBOUCHER SUR L'ACTION

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

Photo : Denis Bernier

Le symposium de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, *Montréal 2017: une Cité du Monde de 375 ans*, tenu les 30 avril et 1^{er} mai derniers, a obtenu un immense succès, autant par la pertinence des sujets abordés que par le niveau de participation et l'intérêt qu'il a suscité.

Avec plus d'une vingtaine de spécialistes provenant de tous les horizons et quelque 250 participants intéressés et souvent même studieux, ces deux jours de réflexion ont été l'occasion à la fois de dresser un bilan des réalisations des 15 dernières années, de prendre connaissance de ce qui se fait ailleurs et de projeter Montréal dans les 15 prochaines années en évaluant ses besoins, ses forces et ses faiblesses.

L'intervention de conférenciers tels que MM. Laurent Picard, président du Comité consultatif sur le développement de la région de Montréal en 1986, et Claude Pichette, président du Groupe de travail sur Montréal et sa région en 1993, auront permis de jeter un regard sur les progrès réalisés par Montréal à la suite de la crise économique du début des années 80. Mais elles auront aussi fait réaliser à plusieurs que beaucoup reste à faire dans l'avenir, dans un contexte de forte concurrence entre les agglomérations urbaines du monde.

Les participants ont également eu l'occasion de voir comment deux villes européennes, Lyon et Barcelone, ont entrepris de répondre chacune à sa façon aux grands défis des agglomérations urbaines en ce début de millénaire. Ces deux villes, considérées aujourd'hui par plusieurs

comme des cités modèles, ont résolument joué la carte de la ville-région innovatrice et humaniste pour se propulser dans l'avenir.

LES GRANDS DÉFIS DE MONTRÉAL

Une part importante du symposium a été consacrée aux grands défis qui se posent à Montréal en vue de l'horizon 2017. Ces défis sont nombreux : ils touchent notamment les questions de financement, d'aménagement et d'infrastructures, mais aussi l'émergence d'une ville créative axée sur l'innovation, d'une ville vibrante au plan culturel, fière de son patrimoine bâti, d'une ville ouverte et clairement engagée dans la lutte contre la violence, la pauvreté et l'exclusion.

Prenant la parole au cours de la dernière journée du symposium, le ministre d'État aux Affaires municipales et à la Métropole, André Boisclair, a souligné que les travaux qui s'amorcent pour doter la communauté métropolitaine de Montréal d'une véritable planification stratégique représentent une occasion unique d'influencer l'avenir de la métropole.

Le ministre s'est également dit d'accord pour doter les agglomérations urbaines comme Montréal de pouvoirs accrus afin qu'elles puissent se développer à la mesure de leur potentiel. «La capacité financière et administrative des municipalités justifie qu'elles disposent d'une plus grande autonomie dans la gestion de leurs affaires», a-t-il indiqué. Toutefois, quant à la mobilisation des ressources financières qui devrait accompagner cette autonomie accrue, M. Boisclair rappelle que le cadre financier actuel du Québec ne le permet pas et il invite le monde municipal à lutter avec le gouvernement québécois contre le

déséquilibre fiscal observé par la Commission Séguin.

CRÉATIVITÉ, COHÉRENCE ET COHÉSION

Pour clôturer ces deux jours de réflexion, le nouveau président permanent de la CCM, M. Benoît Labonté, a souligné que Montréal vivait aujourd'hui un contexte tout à fait unique : nouvelle ville, nouvelle communauté métropolitaine et nouvelle dynamique des agglomérations urbaines dans le monde. «Poussée par des forces et un contexte qu'elle n'a jamais affrontés auparavant, a-t-il poursuivi, Montréal doit aujourd'hui continuer de s'adapter, d'innover, de se réformer.»

Selon lui, trois éléments fondamentaux s'imposent si on veut optimiser, au cours des 15 prochaines années, la qualité de vie, la prospérité et la compétitivité de Montréal. Ces trois éléments sont la **créativité**, la **cohérence** et la **cohésion**.

Selon le président, **créativité** et croissance économique vont de pair. «Montréal ne peut plus se contenter de quelques flashes inventifs, ici et là, aussi lumineux soient-ils. Face à d'autres agglomérations urbaines dans le monde qui déploient des tonnes d'ingéniosité, qui se structurent et se concertent, il est impératif de mettre à profit toute notre créativité. Pour cela, nous devons nous faire confiance, oser et, surtout, avoir le courage de déranger.»

Quant à la **cohérence**, elle consiste pour l'ensemble des intervenants du Montréal métropolitain à faire en sorte que leurs actions ne soient pas en contradiction les unes avec les autres. Elle implique le partage d'idées communes dans la poursuite d'un but commun. À cet égard, la Chambre entend exercer un suivi serré des recommandations émises dans le cadre du symposium, notamment par l'élaboration d'indicateurs tels qu'un index de «gouvernance» pour évaluer le niveau d'implication des acteurs de la région et d'un index de «capital créatif» permettant de mesurer l'accroissement de la population créative au sein de l'économie montréalaise.

Enfin, la compétitivité et la **prospérité** durable de Montréal exigent la **cohésion**, c'est-à-dire la communauté de vision, l'unité et la solidarité entre ses citoyens, ses acteurs et ses décideurs. Cette cohésion, selon le président de la Chambre, impose trois défis aux Montréalais : la mise en marche d'un élan irréversible en faveur de la nouvelle ville et de sa communauté métropolitaine, l'adhésion concrète à une approche qui s'appuie sur le concept d'agglomération urbaine et la participation du plus grand nombre possible de citoyens à l'avancement et au développement de Montréal, avec un accent particulier sur la lutte à la pauvreté et à l'exclusion.

Selon M. Labonté, c'est animée de passion que la Chambre envisage le défi des 15 prochaines années, un défi qui consiste avant tout à «contribuer à faire de Montréal une Cité du monde de tous les espoirs». ✕

LES TROIS «T» DE LA CLASSE CRÉATIVE : TECHNOLOGIE, TALENT ET TOLÉRANCE



Les gouvernements seraient mieux avisés de financer la construction de parcs urbains et de stimuler l'établissement de petits bistrots et de bars gais dans les villes plutôt que de tenter d'attirer les entreprises à grand renfort de fonds publics. C'est du moins la thèse défendue par **Richard Florida**, professeur de développement économique régional à la Carnegie Mellon University de Pittsburgh et auteur de l'ouvrage récent *The Rise of the Creative Class*.

S'il faut en croire M. Florida, qui prenait la parole au symposium *Montréal 2017: une cité du monde de 375 ans*, ce ne sont plus les gens qui déménagent là où se trouvent les entreprises, ce sont plutôt les entreprises qui s'établissent là où il existe une masse critique de gens talentueux et créatifs.

Selon Richard Florida, on assiste aujourd'hui à l'émergence d'une classe créative en train de bouleverser les vieux paradigmes du développement économique. Cette classe, qu'il évalue à environ le tiers de la main-d'œuvre nord-américaine, est composée de scientifiques, d'ingénieurs, de chercheurs et de personnes oeuvrant en haute technologie, mais aussi d'écrivains, de poètes et de représentants de l'avant-garde technologique et culturelle.

MONTRÉAL, SA CLASSE CRÉATIVE ET SON INDICE BOHÉMIEN

Ses recherches ont mené M. Florida à conclure que la nouvelle géographie du développement économique s'articule autour de trois grands critères : la technologie, le talent et la

tolérance. C'est dans les villes qui regroupent ces trois ingrédients que les gens de la classe créative choisissent de s'établir.

En vertu de ces critères, Montréal paraît très bien positionnée à l'échelle nord-américaine pour attirer cette nouvelle classe. Son indice *bohémien* la place en effet au 8^e rang des agglomérations urbaines nord-américaines. M. Florida voit clairement le boom immobilier du Plateau Mont-Royal comme une manifestation concrète de l'émergence d'une importante classe créative à Montréal. D'abord un quartier de travailleurs, le Plateau est devenu le foyer de nombreux artistes et créateurs et constitue aujourd'hui, selon le magazine *Wallpaper*, l'une des zones urbaines les plus branchées au monde.

ET LE SPORT ?

Et à ceux qui croient que le départ prochain des Expos représente une catastrophe pour Montréal, Richard Florida offre une réponse rassurante : la présence d'équipes sportives professionnelles ne joue absolument aucun rôle dans la décision des gens talentueux et créatifs de s'établir dans une ville. ✕

SYMPOSIUM

LES AGGLOMÉRATIONS URBAINES AU CŒUR DE LA GOUVERNANCE PLANÉTAIRE

LYON ET BARCELONE : DES VILLES MODÈLES POUR MONTRÉAL



M. PATRICK LUSSON Chef,
Mission prospective et stratégie
d'agglomération, Grand Lyon

A l'heure où Montréal définit de plus en plus clairement son développement à l'échelle de son agglomération urbaine, il existe de par le monde des villes dont l'expérience récente pourrait se révéler inspirante. C'est notamment le cas de deux cités européennes plus de deux fois millénaires, mais néanmoins résolument orientées vers l'avenir : Lyon et Barcelone.

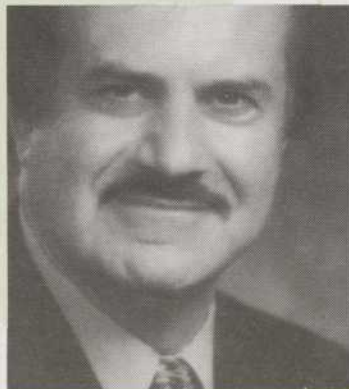
Les participants au symposium de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, *Montréal 2017 : une Cité du monde de 375 ans*, ont eu l'occasion d'approfondir les démarches entreprises par ces deux villes au cours des dernières années, pour asseoir leur développement futur sur des bases solides.

LYON : UNE MÉTROPOLE COMPÉTITIVE ET RASSEMBLÉE

C'est en 1997 que l'ancien Premier ministre Raymond Barre, alors président du Grand Lyon, lance *Millénaire 3*, une initiative à long terme destinée à assurer la place de l'agglomération lyonnaise dans le contexte de la compétition entre les villes.

Trois ans plus tard, les consultations tenues auprès de l'ensemble de la société lyonnaise débouchent sur un projet d'agglomération intitulé *21 priorités pour le 21^e siècle : pour une métropole compétitive et rassemblée*. Le document propose une vision métropolitaine articulée autour de cinq grands défis : la culture, la qualité de vie, l'esprit d'entreprise, la formation continue et la démocratie participative.

Adopté l'an dernier, le projet d'agglomération constitue aujourd'hui la base du développement de l'agglomération lyonnaise. Comme le souligne le *cahier no 21 de Millénaire 3* : «Après avoir été des pourvoyeurs de services urbains et des aménageurs de territoire, nous devenons désormais aussi des inspirateurs et des facilitateurs du développement global, soucieux de croissance économique pour avoir les moyens de nos ambitions, mais aussi de cohésion sociale, donc de création d'emplois et d'actions tendant à renforcer le lien social.»



M. KIMON VALASKAKIS Professeur,
Department of Economics,
Université de Montréal

Montréal, ancien ambassadeur du Canada à l'OCDE et président du Club d'Athènes, alors qu'il prenait la parole, le 30 avril dernier, au symposium *Montréal 2017 : une Cité du monde de 375 ans*.

«Plutôt qu'un Village global, nous nous acheminons vers une «Cité Monde» où les centres urbains reliés en réseaux seront les vedettes dans le nouveau théâtre mondial», affirme M. Valaskakis, en soulignant que les Nations Unies identifient aujourd'hui 560 mégapoles qui dominent déjà la planète.

LA «GLOCALISATION»

Dans une large mesure, le président du Club d'Athènes voit l'essor des agglomérations urbaines comme une réaction contre certains effets de la mondialisation. Selon lui, les progrès fulgurants des technologies de l'information ont

Orientée vers le développement de créneaux d'excellence de la nouvelle économie, l'action du Grand Lyon est aussi fermement axée sur la qualité de l'environnement, la lutte à l'exclusion et la cohésion sociale.

BARCELONE : MISER SUR LE PASSÉ POUR ENTRER DANS L'AVENIR

C'est d'abord en se replongeant dans sa culture et son histoire que Barcelone, au tournant des années 80, a choisi d'amorcer son entrée dans le 21^e siècle.

Largement laissée à l'abandon pendant les noires années du franquisme, Barcelone est passée en quelques années du statut de ville de province à celui de ville internationale. Pour y parvenir, elle s'est d'abord reconstruite sur ses bases historiques et culturelles, en conservant l'approche qu'avait conçue pour elle, au milieu du 19^e siècle, l'ingénieur civil Ildefonso Cerdà, bâtisseur de la Barcelone moderne et véritable fondateur de l'urbanisme.

C'est d'abord sous l'angle de la qualité de vie et de l'harmonie sociale que la ville a fondé son réaménagement urbain, il y a une vingtaine d'années : espaces verts, places publiques sans voitures, relocalisation de l'autoroute qui défigurait le centre-ville, revitalisation de la vieille ville et du bord de mer.

Mais le développement de Barcelone, tel qu'il se déroule aujourd'hui, n'est pas uniquement l'affaire des autorités municipales. Ingénieurs, architectes et urbanistes y collaborent étroitement dans un souci renouvelé de cohérence et d'efficacité. Par ailleurs, le secteur privé, de concert avec le secteur public, participe aussi largement à ces efforts.

La Barcelone moderne a aussi entrepris de se repositionner selon une approche résolument métropolitaine du développement économique et social. Selon plusieurs, c'est cet esprit métropolitain qui lui a permis d'obtenir, au milieu des années 80, la présentation des Jeux olympiques de 1992. ✕

engendré une «contre-tendance qui est l'essor du local pour faire barrage à une mondialisation peut-être trop effrayante et déshumanisante.»

Face à une mondialisation sur laquelle ils ont le sentiment de n'avoir pas toujours beaucoup de prise, les citoyens se replient donc sur un espace social et humain qu'ils sont mieux en mesure de contrôler.

C'est cette opposition entre le global et le local qui a donné lieu à un néologisme pas nécessairement élégant mais qui dit bien ce qu'il veut dire, à savoir la «glocalisation». «La revanche du local, poursuit M. Valaskakis, prend la forme de nationalisme ou d'identités ethniques, religieuses et autres. Mais elle prend aussi et surtout une forme urbaine. La Ville est en train de devenir le contrepois privilégié du local contre le global.»

LE TRIOMPHE DES VILLES «AGRÉABLES»

De la même façon, la ville est aussi devenue le lieu d'une convivialité que la mondialisation n'inspire pas. Cette convivialité est même devenue un facteur d'attraction extrêmement important pour les entreprises. «Bien que les coûts objectifs restent pertinents, la présence de biens culturels, d'espaces verts, de climat agréable, de sécurité urbaine, de festivals périodiques, etc. jouent un rôle beaucoup plus grand», soutient M. Valaskakis, en rappelant que la présence de technopoles sur la Côte d'Azur et en Californie n'est pas l'effet du hasard.

Tout ce qui fait qu'une ville est agréable devient donc un facteur de localisation pour les gens et les entreprises. Mais à l'inverse, une ville mal gérée où règnent l'insécurité, la pollution et les conflits ethniques peut rapidement devenir un repoussoir dans un univers de plus en plus concurrentiel.

REINVENTER LA GOUVERNANCE MUNICIPALE

L'essor des agglomérations locales s'effectue par ailleurs dans un contexte de dilution de souveraineté pour les gouvernements nationaux. M. Valaskakis identifie trois directions vers lesquelles se déroule un transfert de la capacité d'intervention des états : les acteurs non étatiques, entreprises et conglomerats; des organisations intergouvernementales dotées de nouveaux pouvoirs et des instances régionales et métropolitaines où existe une «proximité conviviale».

Selon le président du Club d'Athènes – un groupe qui œuvre précisément en faveur d'une meilleure gouvernance planétaire – les agglomérations urbaines représentent justement un de ces nouveaux lieux de pouvoir. «La Cité Monde semble se former de plus en plus à partir d'atomes urbains et de molécules nationales. Il faudra réinventer la gouvernance du niveau planétaire au niveau municipal pour mieux profiter des fruits du progrès.» ✕