

Certification CSA de l'aménagement forestier durable

Kruger vise la certification de ses pratiques forestières selon la norme nationale canadienne d'aménagement forestier durable CAN/CSA Z809.



Une planification axée sur la concertation

 **Kruger**

 **SCOTT**
Un membre de la société  Kruger


FONDS DES ESPÈCES NORDIQUES

WWW.ESPECESNORDIQUES.COM
KRUGER, PARTENAIRE FONDATEUR

De nombreux partenaires et intervenants locaux, notamment les représentants des municipalités, les pourvoyeurs, les associations de chasse et de pêche, les communautés autochtones et d'autres usagers du territoire, participent à la préparation de nos stratégies et plans d'aménagement.

L'initiative d'aménagement forestier durable de Kruger Scierie Parent, en Haute-Mauricie, a conduit à l'enregistrement à la norme ISO 14 001 du système de gestion environnementale (SGE) des opérations forestières de la Scierie, le 8 août dernier.

www.kruger.com

La Scierie Thomas-Louis Tremblay a adopté une approche ambitieuse



SAINTE-MONIQUE (CC) - En délaissant le tremble en 1996 pour s'orienter exclusivement vers le bouleau, la Scierie Thomas-Louis Tremblay de Sainte-



CLAUDE Côté
ccote@progresdimanche.com

Monique adoptait une approche novatrice et d'autant plus ambitieuse qu'aucune usine n'avait jusqu'alors réussi à scier ce bois de façon rentable dans la région.

Il a d'ailleurs fallu aux propriétaires de cette entreprise familiale investir tout près de 14 millions \$

pour concrétiser ce changement de vocation. Ils ont dû mettre au point un concept qui, adapté aux billes de bois de plus petit diamètre, intègre entièrement une deuxième transformation à l'étape initiale du sciage. Et, comme on ne pouvait se référer à aucun modèle existant, la concrétisation de ce programme d'envergure a nécessité qu'on fasse en sorte d'adapter l'équipement disponible sur le marché et même qu'on aille jusqu'à en concevoir et à en fabriquer.

Les dirigeants de l'entreprise, dont son président et directeur général Jean-Paul Tremblay, croient par conséquent que les développements technologiques, réalisés au cours des travaux de réadaptation de leur usine de Sainte-Monique, profiteront à l'ensemble des scieries

du Québec et même à d'autres entreprises. C'est le cas, par exemple, de la déligneuse-déchiquteuse qui, mise au point à la Scierie Thomas-Louis Tremblay, a des retombées commerciales pour l'entreprise régionale qui la fabrique.

Innovation

En plus d'optimiser la récupération de la fibre et du bois de grade dans les billes, les investissements des dernières années ont permis par-dessus tout d'améliorer l'ensemble de la chaîne de production, de moderniser la section de débitage et de développer un procédé de vision artificielle, une réalisation perçue comme une véritable innovation sur le plan technologique.

Jean-Paul Tremblay était d'ailleurs convaincu qu'en innovant ainsi, la Scierie Thomas-Louis Tremblay allait tracer la voie vers ce que sera la nouvelle génération des scieries. «Confrontées à une diminution des dimensions de la matière première, soutient-il, les scieries devront considérer un accroissement de la valeur ajoutée de leur production pour mieux faire face à la mondialisation des marchés.»

La Scierie Thomas-Louis Tremblay, qui se spécialise dans le bois de sciage servant à la fabrication de meubles, dans le bois de plancher et dans le bois utilisé dans la fabrication de «palettes», fait maintenant partie des entreprises avant-gardistes. En plus de favoriser une utilisation plus noble de sa fibre, l'exploitation du bouleau permet, selon Jean-Paul Tremblay, une utilisation plus rationnelle et plus efficace de la ressource forestière.

Père en fils

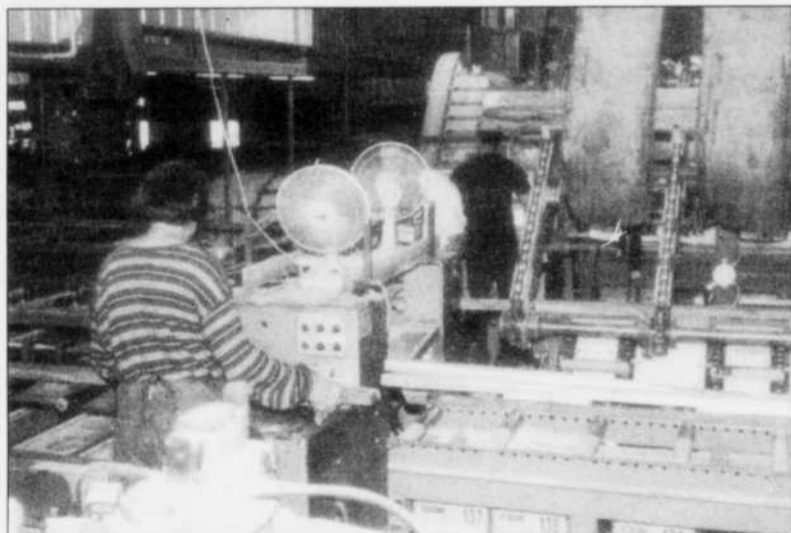
Fondée au début du siècle dernier par David Tremblay, la première scierie des Tremblay était installée à Saint-Henri-de-Taillon avant d'être relocalisée à Sainte-Monique, en 1924. David a ensuite confié son entreprise à son fils, Thomas-Louis, qui rebaptisa la scierie de son nom.

Agé de 53 ans, Jean-Paul Tremblay, l'un des fils de Thomas-Louis, assume la direction générale de l'entreprise depuis 1975. Il en devint également le président en 1993, au décès de son père.

Aujourd'hui, le tiers du personnel de l'entreprise, qui compte quelque 115 employés à la scierie seulement, est constitué de membres de la famille.



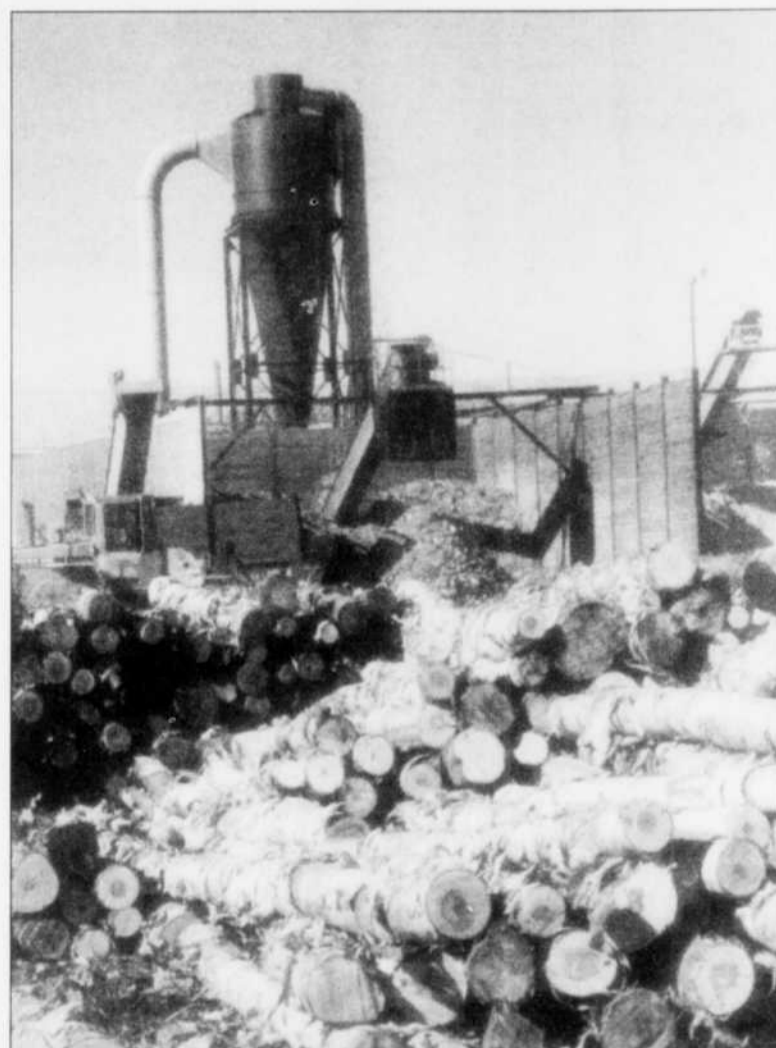
VOIE - Le président et directeur général Jean-Paul Tremblay était convaincu qu'en innovant, la Scierie Thomas-Louis Tremblay allait tracer la voie vers ce que sera la nouvelle génération des scieries.



MODERNISATION - Les investissements des dernières années ont permis d'améliorer l'ensemble de la chaîne de production, de moderniser la section de débitage et de développer un procédé de vision artificielle.

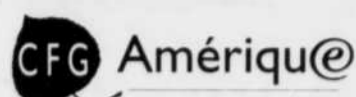


FABRICATION - La scierie se spécialise dans le bois de sciage servant à la fabrication de meubles, dans le bois de plancher et dans le bois utilisé dans la fabrication de «palettes».



BOIS - En 1996, la Scierie Thomas-Louis Tremblay de Sainte-Monique a délaissé le tremble pour s'orienter exclusivement vers le bouleau.

Photos Progrès-Dimanche



Domicilex se dirige vers la certification de la qualité de ses produits et services pour la saison 2002

Depuis le 1^{er} octobre 2001, l'entreprise Domicilex de Jonquière, propriété conjointe de la Coopérative forestière Girardville (CFG) et de la Coopérative des Bâisseurs du Saguenay (CBS), a mis en place une toute nouvelle équipe d'experts et de gestionnaires dans le but d'améliorer la qualité du produit et du service et d'accroître le chiffre d'affaires ainsi que les perspectives d'emploi pour la saison 2002.



M. Jacques Valotaire, diplômé en architecture
M. Martin Larouche, directeur des opérations
M. Carl Guy, estimateur
M. Bertrand Carrier, gérant de projets

Priorité au marché régional

Rien ne sera plus pareil pour cette entreprise de maisons préfabriquées depuis l'arrivée de nouveaux propriétaires qui donnent un vigoureux coup de barre et dont les objectifs sont 1) d'instaurer une éthique en matière de contrôle de la qualité du produit et du service tant sur le marché régional qu'international et 2) de développer une politique d'exportation soutenue qui permettra à l'usine de garder en emploi ses travailleurs sur une base annuelle sans interruption.

Domicilex international

Grâce à la nouvelle entité Domicilex International, le volume d'affaires par les

exportations sera augmenté. On se dirige graduellement vers une intégration des activités de deuxième et troisième transformations du bois par la filiale CFG Amérique située dans le parc industriel de Jonquière.

Depuis un an, de nouveaux marchés ont été explorés et de nouveaux produits comme les chalets utilisant un maximum de bois ont été mis au point.

Quatre chalets modèles en bois sont actuellement disponibles et deux de ces modèles ont été exportés en France dans le cadre d'un important projet de promotion touristique duquel des retombées sont attendues à court terme (300 unités).

Du côté de l'Amérique du Sud, une entente de collaboration avec la compagnie NASCA du Venezuela a été signée et trois maisons modèles viennent d'y être expédiées. L'entente porte sur la construction de 450 habitations sociales.

Un contrat au Chili

Aussi, un important projet de développement immobilier a été conclu avec un partenaire du Chili. La première maison est prévue dès novembre et deux cents autres unités sont à venir.

Enfin, une première percée est réalisée en Chine alors qu'une maison modèle haut de gamme est en route pour Shanghai. Elle sera installée dans un quartier prestigieux pour obtenir un maximum de visibilité.

Après 25 ans d'existence, Domicilex se lance à la conquête d'une autre décennie et si la tendance se maintient, le chiffre d'affaires aura triplé d'ici quelques années et une bonne partie des ventes sera faite sur les marchés étrangers.



Chalet québécois, Cap Découverte, France.



Maison modèle du projet Venezuela.



Un conteneur qui part pour la Chine.



Dean Dubois, chef de mission commerciale, SCHL; Camil Côté, directeur des exportations Domicilex; Cathy Savard, avocate-conseil, CFG; Jacques Verrier, président-directeur général CFG et Domicilex International; Roberto Casarejos, directeur général, Desarrollos UFRO (Universidad de La Frontera) S.A.; Denyse D'amours, responsable du développement des marchés extérieurs, SHQ; Heinrich von Baer, président, Desarrollos UFRO S.A.; Jose Miguel Martabid, directeur général, Inmobiliaria Domicilex S.A.

Le parrainage constitue un outil de création d'emplois

ALMA (PÉT) - Ce sont souvent les PME existantes qui créent de nouveaux emplois. Conseillère en développement économique au CLD Lac-Saint-Jean-Est,



PAUL-ÉMILE **Thériault**
petheriault@progresdimanche.com

Andrée Pilote est l'une des personnes qui font cette constatation.

Elle croit que les grandes entreprises et celles de première transformation pourraient jouer un rôle accru dans la création d'emplois.

Ainsi, elles pourraient identifier des opportunités pouvant servir aux jeunes, croit Mme Pilote, aussi responsable du volet Jeunes promoteurs. Elle estime que bien des entreprises pourraient jouer un rôle plus grand, par exemple en transférant à des jeunes des projets pour lesquels elles n'ont pas nécessairement l'intérêt ou les ressources voulues. Elle aimerait voir s'installer une sorte de parrainage de dossiers. Elle est même convaincue que les entreprises ont identifié de telles opportunités de deuxième ou troisième transformation, par exemple.

Quant aux parrains, ceux qu'on croit les plus occupés, ont parfois la volonté et prennent le temps d'aider les jeunes promo-



RÔLE - Conseillère en développement économique au CLD Lac-Saint-Jean-Est, Andrée Pilote estime que des entreprises pourraient jouer un rôle plus grand, par exemple en transférant à des jeunes des projets pour lesquels elles n'ont pas nécessairement l'intérêt ou les ressources voulues.

(Photo Steve Tremblay)

teurs. Ainsi, il y a quelques années, André Bouchard, le pdg de Bétons Préfabriqués du Lac, avait consacré tous ses samedis avant-midi à rencontrer de jeunes propriétaires d'une nouvelle entreprise, illustre Mme

Pilote. «Il serait important de regrouper des gens d'affaires comme lui; chacun est pris par ses propres affaires, au coeur de l'action, et ne peut faire profiter la communauté de la précieuse expertise acquise en plu-

sieurs années», résume Andrée Pilote.

Elle ajoute que les intervenants ont aussi leurs propres responsabilités quant à la mobilisation à développer.

Selon elle, il faut agir en concertation, dépasser l'individualisme, apprendre à partager des idées et en faire profiter les autres. Les intervenants se rencontrent beaucoup, mais au sein de l'entreprise c'est plus rare, chacun étant pris par le développement de sa propre entreprise, fait-elle observer. Là aussi, un partenariat pourrait s'installer, croit Mme Pilote. Elle comprend

l'attitude voulant que les entreprises continuent à exploiter leur créneau d'excellence, là où il est efficace de travailler. Certaines développent d'ailleurs des idées nouvelles, ce qui lui fait dire qu'il y a «beaucoup de potentiel qu'on peut développer à même ce que nous avons déjà. Ce n'est pas la seule piste.»

Elle donne pour exemple d'initiatives nouvelles, celle de la Ferme Lehmann d'Hébertville et son projet de fromagerie artisanale (voir autre texte) qui fabriquera du fromage au lait cru, à partir de la ferme laitière existante.

FACTEUR DE CROISSANCE

Le manque de projets nouveaux nuit au développement régional

ALMA (PÉT) — Les projets innovateurs soumis par des jeunes sont actuellement trop peu nombreux pour freiner leur exode, estime la conseillère en développement économique au CLD Lac-Saint-Jean-Est, Andrée Pilote. Elle est d'avis que leur proportion est trop faible pour utiliser les subventions mises de l'avant pour aider au développement.

Certains jeunes se trouvent des emplois au sein de la grande industrie ou de PME, mais trop peu présentent de nouveaux projets créatifs, faute d'expérience ou d'un parrainage rassurant, observe-t-elle.

Ainsi, travailler au sein de la grande industrie demeure l'objectif d'un grand nombre, ce qui restreint d'autant plus le développement d'entreprises créatrices d'emploi, mentionne Mme Pilote. Dans le secteur nord de Lac-Saint-Jean-Est, elle cite Végétolab, laboratoire de culture in vitro du secteur Saint-Coeur-de-Marie d'Alma et donne l'exemple d'Agricom, née dans une autre partie d'Alma.

La structure de développement économique de Lac-Saint-Jean-Est est en mesure d'absorber beaucoup plus de projets que ceux présentés, analyse aussi Mme Pilote.

Ceux qui les présentent ont un passé varié, constate-t-elle, avec les années. Souvent, il s'agit de jeunes qui ont de l'expérience dans le domaine où ils veulent démarrer. Le profil de formation des gens qui se présentent s'est par ailleurs amélioré: on rencontre un peu plus de diplômés collégiaux ou universitaires, mais ils sont loin d'être la majorité. Ceux-là ont une formation et une expérience technique dans le domaine visé. Pour être aidés par le système de support, les promoteurs doivent développer un créneau qui ne fasse pas concurrence aux entreprises en place.



Optez pour la Qualité

Micro Ordinateur Lavoie inc.

TANDEX

ORDINATEUR HAUT DE GAMME

Garantie 5 ans

Novell

Microsoft Windows NT COMPATIBLE

Intel Inside Pentium

- Répondant à la norme ISO-9002
- Certifié Novell CSA dans tout son ensemble

PRIX TRÈS COMPÉTITIF

Garantie 3 ans en atelier

MEILLEUR RAPPORT QUALITÉ-PRIX

PRÊT ÉTUDIANT ACCEPTER

MOLI

Tél.: 549-6140
Fax: 549-0937

531, rue Bégin
Chicoutimi

SPECIALITÉS:

- VENTE - RÉPARATION - ENTRETIEN
- RÉSEAU • CONFIGURATION ET COMMUNICATION

ASSURANCES RBC



Sur la photo: Mme Régine Thériault, A.V.C., M. Gilles Gagné, PL. Fin., M. Jacques Pelletier, Mme Chantale Perron, M. André Furlotte, M. Robin Sasseville, Mme Diane Fortin, gestionnaire d'agence, Mme Danielle Bonneau et Mme Jill Mimeault, directrice d'agence.

La compagnie d'assurance vie RBC est heureuse d'annoncer que sa succursale régionale est maintenant située au **114, rue Racine à Chicoutimi**. Vous pouvez rejoindre l'équipe d'assurance RBC au (418) **549-0874**, du lundi au vendredi de 8 h 30 à 17 h.

Une carrière dans le domaine de l'assurance vous intéresse?

Les Assurances RBC, membre du Groupe Financier Banque Royale, fournissent une vaste gamme d'assurance crédit, vie, voyage et autres services et produits d'assurance à environ deux millions de clients au Canada. Le portefeuille des primes, qui est passé de 335 millions à plus de 600 millions de dollars depuis 1995, témoigne de son expansion, une des plus rapides dans l'industrie.

REPRÉSENTANTS EN ASSURANCE VIE, MALADIE ET INVALIDITÉ

L'équipe mandatée de notre division Vie s'agrandit pour faire face à l'incroyable expansion de notre entreprise. Nous recherchons des personnes ayant de l'entregent, capables d'établir des relations solides et de vendre une vaste gamme de solutions d'assurance vie, maladie et invalidité.

- Augmentez vos perspectives de revenus et obtenez une réussite financière, selon vos propres conditions.
- Travaillez en toute autonomie en vous établissant un horaire souple.
- Cultivez vos talents d'entrepreneur à mesure que vous vous constituez une clientèle de base.
- Faites partie d'une entreprise stimulante qui contribuera à votre épanouissement professionnel.

Connaissance de la vente souhaitable mais non obligatoire. Programme de formation et allocation d'étude prévus. Veuillez adresser votre curriculum vitae par télécopie ou par la poste à:

Mme Jill Mimeault

Conseillère en sécurité financière
Directrice d'agence
Compagnie d'assurances vie RBC
114, Racine Est, Chicoutimi (Québec) G7H 1R1
Téléphone: (418) 549-0874
Télécopieur: (418) 693-0550
Courriel: jmimeault@rbcinsurance.ca



ASSURANCES RBC

des solutions brillantes®

Membre du Groupe Financier Banque Royale^{MC}

 Les Assurances RBC pratiquent l'égalité en matière d'emploi. © Marques déposées de la Banque Royale du Canada. ^{MC} Marque de commerce de la Banque Royale du Canada. Compagnie d'assurance vie RBC, licenciée de ces marques.



Domaine de la construction à Chicoutimi

Une année exceptionnelle

Chicoutimi vit une année exceptionnelle dans le domaine de la construction. Rarement a-t-on vu autant d'activités dans ce secteur.

La valeur des permis de construction émis après les neuf premiers mois de l'année dépassait les 79 millions de dollars, c'est-à-dire plus de 50 millions de dollars de plus que l'an passé à pareille date.

De nombreux chantiers majeurs se sont mis en branle au cours de la présente année.

Le domaine commercial occupe toujours une place importante de l'économie de notre municipalité, tel que le prouvent les investissements réalisés pour l'ouverture du marché Maxi du secteur nord et du magasin Winners. De nombreux commerçants ont profité des derniers mois pour considérablement améliorer leur établissement. Citons un exemple, celui du restaurant Chez Georges inscrit dans le contexte de la dynamisation du centre-ville.

Les autres secteurs de l'économie ont été aussi actifs. Plusieurs investisseurs privés reliés à des domaines comme la transformation de l'aluminium, l'hébergement et l'économie sociale ont eu suffisamment confiance en notre avenir pour développer ou améliorer leur entreprise. Encore là, un exemple frappant, celui de l'Hôtel le Montagnais.

Jean Tremblay, maire
Ville de Chicoutimi

Les gouvernements et les entreprises publiques ont aussi contribué à l'essor économique constaté cette année. La municipalité avec le nouveau garage municipal, l'Université du Québec avec de nouvelles résidences, la Commission scolaire des Rives-du-Saguenay avec la polyvalente Dominique-Racine, le Complexe hospitalier de la Sagamie avec notamment le développement bloc opératoire de même qu'Hydro-Québec avec la reconstruction des barrages de Pont Arnaud et Chute Garneau.

Le visage de Chicoutimi a passablement changé en 2001 grâce à ces nombreux investissements et tout indique que l'année 2002 sera tout aussi mouvementée.

D'importants projets connus comme la construction du marché Loblaw sur le boulevard Talbot et celle du Centre des technologies de l'aluminium se concrétiseront.

D'autres investisseurs ont déjà manifesté leur intention de suivre la cadence. Ils devraient mettre de l'avant des idées plus qu'intéressantes, des idées qui feront en sorte que l'économie de notre ville et de notre région se portera mieux.

Grâce au Centre local de développement du Fjord Centre de service de Chicoutimi

Des entreprises prometteuses voient le jour

Porte d'entrée pour les promoteurs, le CLD du Fjord offre des services d'accompagnement, de référence et de suivi pour toute personne ayant un projet de démarrage d'entreprise ou d'expansion.

Une équipe de professionnels est à la disposition de la clientèle afin d'aider à promouvoir l'économie locale et régionale. Ainsi, le CLD du Fjord du Saguenay, Centre de service de Chicoutimi, s'est impliqué activement pendant la période du 1^{er} janvier 2001 au 30 septembre de la même année.

Grâce à ses différents Fonds d'investissement, le CLD a aidé 32 entreprises en phase de démarrage ou d'expansion, ce qui représente 930 993 \$ d'investissements pour un total de 6 744 221 \$ en coût de projet. La création de 94 emplois à temps plein, 31 à temps partiel et la consolidation de 146 autres est le résultat d'un tel effort.

Les montants octroyés par Fonds sont les suivants : Fonds local d'investissement 282 000 \$, Fonds gestion des matières résiduelles 300 000 \$, Fonds jeunesse 99 325 \$, Fonds de pré-



Ville de
Chicoutimi



autonomes (STAU) pour les phases de pré-démarrage et démarrage de son entreprise de services. Elle a de plus, bénéficié d'une subvention du Fonds jeunesse du CLD lui permettant de compléter le montage financier du projet. La Ville de Chicoutimi et la Caisse d'économie des travailleuses et travailleurs du Québec ont été des partenaires impliqués dans le financement.

CoupeSag Laser/Jet d'eau inc.

Messieurs Michel Lavoie, Louis Fournier et Jean-Marc Boivin sont les fondateurs de l'entreprise CoupeSag Laser/Jet d'eau inc. Spécialisée dans la coupe de matériaux industriels (acier, métaux non ferreux, plastique, céramique, composites, tissus, etc.), l'entreprise possède une technologie de haute précision basée sur le laser et les jets d'eau. Œuvrant dans le secteur de la deuxième transformation, le marché visé est celui de la découpe de précision pour les PME, ateliers d'usinage, de soudure, de mécanique industrielle, les fabricants de produits divers, les fonderies, les fournisseurs d'acier, etc.

La propriétaire a développé une expertise toute particulière. Installée dans une maison du quartier du Bassin (216, Price Ouest), la jeune entreprise entrevoit l'avenir avec optimisme en offrant des produits de qualité à la satisfaction des clients et des partenaires.

Elle sollicite la clientèle touristique, des organismes publics, des PME et diverses associations et regroupements intéressés par son atelier d'art multidisciplinaire.

Madame Girard a développé son projet avec l'aide du CLD du Fjord, point de service de Chicoutimi, en obtenant l'aide de la mesure Soutien aux travailleurs

messieurs Michel Lavoie, Louis Fournier et Jean-Marc Boivin sont les fondateurs de l'entreprise CoupeSag Laser/Jet d'eau inc. Spécialisée dans la coupe de matériaux industriels (acier, métaux non ferreux, plastique, céramique, composites, tissus, etc.), l'entreprise possède une technologie de haute précision basée sur le laser et les jets d'eau. Œuvrant dans le secteur de la deuxième transformation, le marché visé est celui de la découpe de précision pour les PME, ateliers d'usinage, de soudure, de mécanique industrielle, les fabricants de produits divers, les fonderies, les fournisseurs d'acier, etc.

Avec sa technologie unique dans la région, les promoteurs sont confiant d'offrir un produit à haute valeur ajoutée qui leur permettra de se positionner sur les marchés régionaux et nationaux. Située au 735, boulevard du Royaume Ouest, l'entreprise est à la proximité de fournisseurs d'acier et des clients en périphérie.

Ce projet d'entreprise a été financé conjointement

par le CLD du Fjord (Fonds jeunesse et Fonds local d'investissement), un PPE en provenance d'une institution financière, DÉCLIC-PME (Investissement Québec), le Fonds d'investissement Desjardins. Six personnes travaillent à temps plein dans l'entreprise.

Centre de réalisation d'outils innovateurs enr.

Monsieur Régent Pelletier a démarré en 1998 l'entreprise du Centre de réalisation d'outils innovateurs. L'idée de base du promoteur était de créer des outils adaptés pour faciliter le retour au travail de personnes victimes d'accidents ou de maladies professionnelles. Elle se spécialise dans la fabrication de sièges ergonomiques, bases pivotantes, appuis-bras à multifonctions et des postes de travail adaptés à des besoins spécifiques.

L'expertise développée jusqu'à maintenant est reconnue à travers le Québec, le Canada, les États-Unis, l'Europe et l'Afrique. Située dans le Parc industriel à Chicoutimi,

cette entreprise est en constante recherche d'innovation et de nouveaux marchés. Onze personnes sont à l'emploi de l'entreprise et les projets d'expansion sont en cours afin d'augmenter la productivité et du

même coup, la création de nouveaux emplois. Le CLD du Fjord a participé financièrement au projet en octroyant des prêts en provenance du Fonds local d'investissement (FLI) et le Fonds SOLIDE. Pour compléter le montage financier, les partenaires suivants sont intervenus : IDÉE-PME, Développement économique Canada, Emploi-Québec, Investissement Québec, le MICST et des institutions financières.



Le Parc industriel du Haut-Saguenay



Il y a 25 ans, lorsque la Ville de Chicoutimi a inauguré le Parc industriel du Haut-Saguenay, l'objectif des leaders de l'époque était de faire de cette zone un véritable centre de

opéré leurs activités dans ce secteur. Des milliers de personnes y ont travaillé.

Quelques statistiques permettent de mieux comprendre l'importance du

développement régional. Quand on regarde le Parc industriel aujourd'hui, on ne peut que parler d'une mission accomplie.

Effectivement, depuis 1976, date d'implantation de la première entreprise à l'intérieur du Parc (Industrie Dodec), plus de 250 entreprises ont

Parc industriel du Haut-Saguenay.

- Environ 125 entreprises y sont actuellement en opération.

- Plus de 3000 emplois de qualité y sont répertoriés, ce qui représente une masse salariale excédant les 80 millions de dollars.

- Le chiffre d'affaires consolidé de ces entreprises est de plus de 550 millions de dollars.

- Plus de 150 millions de dollars ont été investis par le public ou le privé.

- Plus de 75 transactions de vente de terrains ont été comptabilisées, et ce, sans compter les

expropriations et les servitudes.

Lorsqu'on visite le Parc industriel en compagnie de visiteurs de l'extérieur, il est surprenant de constater le nombre d'entreprises qui leur sont familières, au moins de nom : cela démontre bien le caractère réellement régional de ce secteur.

Toutes les entreprises installées dans le Parc industriel desservent le marché régional ou provincial. Plusieurs s'illustrent sur la scène nationale et internationale.



s'agrandit

Des implantations de qualité

Il est aussi agréable de constater qu'il y a peu de fermetures d'entreprises au Parc industriel, un phénomène qui peut, entre autres, s'expliquer par le fait que les organisations qui s'y installent ont déjà un vécu d'affaires : il s'agit souvent d'une relocalisation ou d'une expansion.

Un exemple éloquent est sans doute la firme Cycles de Vincy spécialisée dans la production de vélos haut de gamme qui, en juin dernier, s'implantait au Parc industriel en acquérant un immeuble de plus de 25 000 pieds carrés sur la rue Manic, aménageant de fait une usine de production ultra-

moderne et des plus fonctionnelles.

En procédant à cet investissement, son président, M. Félix Gauthier prévoit être en mesure de fournir à cette entreprise chicoutimienne les éléments nécessaires pour poursuivre sa croissance et augmenter la commercialisation internationale des produits De Vinci. Un avenir fort prometteur en perspective.

Bientôt, un Parc plus grand

Depuis plusieurs mois, Ville de Chicoutimi a amorcé le processus d'agrandissement du Parc industriel du Haut-

Saguenay. Elle a ainsi procédé à l'acquisition d'une superficie de terrain de quelque 10 millions de pieds carrés, adjacente à la zone actuelle. En même temps, la municipalité s'est assurée le support d'experts afin que ce développement se fasse harmonieusement.

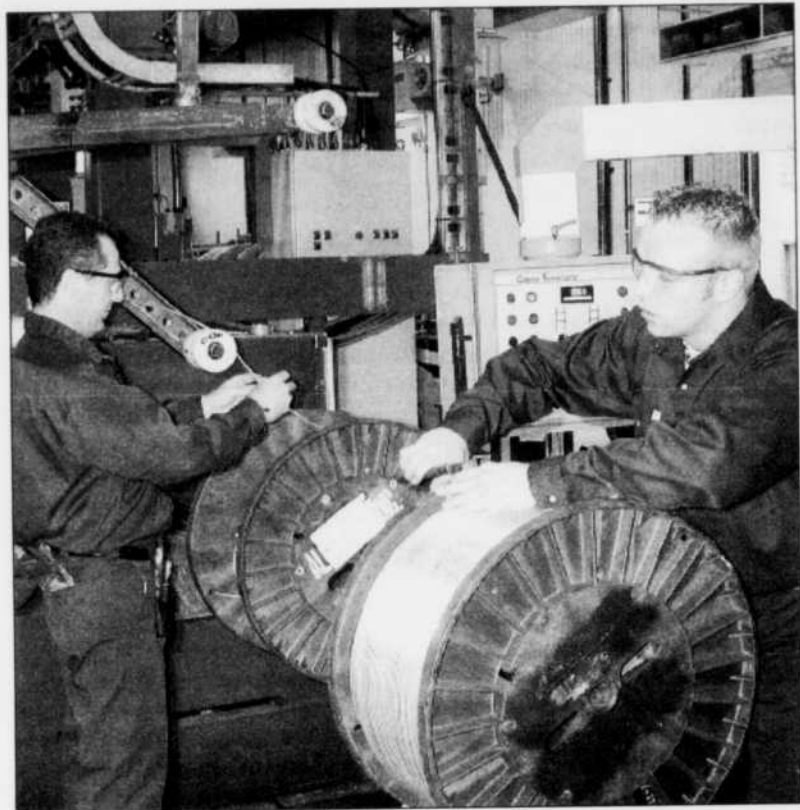
Il est donc logique de croire que dès 2002, les premiers travaux de préparation des sites seront amorcés et feront en sorte que des terrains

seront accessibles pour accueillir des entreprises créatrices d'emplois.

Le positionnement géographique du Parc industriel, au centre de la conurbation saguenéenne, qui avait été à la base du choix de ce site, il y a 25 ans, prend d'ailleurs dans le présent contexte de fusion municipale tout son sens.



C'est un nouveau départ pour l'entreprise Alumiform



PLEIN RÉGIME- Dans trois ans, l'usine fonctionnera à plein régime, sept jours par semaine, 24 heures sur 24.

(Photo Rocket Lavoie)

par **Johanne de la Sablonnière**

CHICOUTIMI (JDLS) – L'entreprise Alumiform repart pratiquement à zéro. Il y a beaucoup, beaucoup de choses à faire. Mais ce n'est pas la détermination qui manque aux nouveaux entrepreneurs qui ont décidé d'insuffler de nouveaux défis à l'entreprise de deuxième et troisième transformation de l'aluminium. Benoît Allard, un entrepreneur chevronné, a racheté la faillite de l'industrie qui avait mis un terme à ses opérations (1999).

Une mise de fonds de 14 millions de dollars de l'homme d'affaires, un apport du gouvernement du Québec de 1 775 000 \$ (prêt sans intérêt), plus 345 000 \$ du ministère du Commerce et de la Société de diversification économique des régions, une autre tranche de 2 733 750 \$ de Développement économique Canada (prêt sans intérêt), et voilà l'industrie remise sur ses rails.

Nouveaux équipements

Il ne reste plus qu'à réajuster le tir d'Alumiform, qui prévoit changer complètement ses équipements. «Nous ne gardons rien. Les anciens équipements ont été vendus et nous en avons racheté de nouveaux. Mais il y a des délais de livraison pouvant aller jusqu'à dix mois, donc graduellement, l'entreprise va se remettre à fonctionner. On se donne trois ans pour pénétrer de nouveaux marchés», indique le directeur des ressources humaines, Éric Larouche qui n'en dévoile pas trop, par souci de protéger la confidentialité des opérations.

Alumiform pourra s'approvisionner chez Alcan, à partir de l'usine Lapointe pour la conception de ses futurs produits. Une nouvelle presse à extrusion qui servira à la fabrication de pièces extrudées utilisées dans le secteur de l'automobile, ...mais pas d'autres détails pour le moment, compte tenu de la concurrence industrielle élevée dans ce secteur. «Dans trois ans, l'usine fonc-

tionnera sept jours semaine, 24 heures sur 24, avec 80 employés. Nous comptons offrir trois ou quatre types de produits différents», précise tout de même le directeur des ressources humaines.

Actuellement, l'entreprise est au stade de la formation et des essais. «Nous devons réaliser un historique de production pour être accrédité et obtenir la norme QS 9000, une norme de qualité indispensable dans l'industrie de l'automobile, et nous procédons graduellement à l'embauche de notre personnel. L'an prochain, nous serons environ 45 et en 2003, 80 employés. Le chiffre d'affaires prévu est de 50 millions \$.

**LA CROISSANCE
PAR L'INNOVATION**
34^e CAHIER
ÉCONOMIQUE



DÉPOSITAIRE EXCLUSIF WHITE AU SAGUENAY – LAC-SAINT-JEAN



ÉQUIPEMENT GMD enr.

802, MÉLANÇON, SAINT-BRUNO - Tél.: (418) 343-2033.

L'expertise acquise inspire un climat de confiance



CHICOUTIMI (JDLS) – Le nouveau président d'Alumiform, l'homme d'affaires Benoît Allard, inspire la confiance, selon le directeur des ressource



JOHANNE de la Sablonnière
jdsablonniere@progresdimanche.com

ces humaines, Éric Larouche. Ce dernier évalue en effet que l'expertise de l'entrepreneur et sa détermination lui permettent d'aspirer à une belle réussite.

«Il compte énormément

d'expérience. Il a travaillé un peu partout à travers le monde et est donc familier avec le commerce international. Tout le monde a confiance en ce gars-là, parce qu'il sait où il s'en va et c'est un homme qui demeure très disponible. De plus, le concept de la Vallée de l'aluminium qu'on a attribué à la région lui tient à cœur», raconte Éric Larouche.

Le directeur des ressources humaines rappelle que Frédéric Allard, le fils de Benoît Allard, prendra la relève de l'entreprise dans quelques années. Ingénieur en mécanique, celui-ci a souligné, lors du lancement officiel de l'entreprise, qu'il était particulièrement fier de pouvoir apprendre d'un homme d'affaires aussi aguerri que son père.

«De plus, la haute valeur ajoutée à l'économie régionale, la création d'emplois, les produits et l'expertise à développer ne font qu'ajouter au plaisir d'investir pour faire travailler des gens de ma région», a déclaré Frédéric Allard devant une galerie ministérielle et plusieurs membres de la presse, le 27 septembre dernier.

En 1997, l'homme d'affaires Benoît Allard a vendu son groupe d'entreprises qui employait 1100 personnes. Le développement de ces entreprises générerait un chiffre d'affaires oscillant autour de 225 millions \$.

De son côté, Éric Cantin, directeur général d'Alumiform, a précisé que l'entreprise n'avait rien laissé au hasard. «L'équipement de pointe et le haut niveau de qualité au plan des ressources humaines permettront d'opérer une usine à faibles coûts, capable d'offrir aux clients un produit de grande qualité».

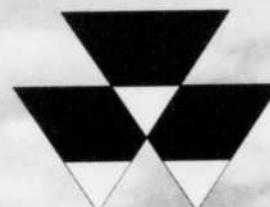


RELÈVE- Frédéric Allard, le fils de Benoît Allard, prendra la relève de l'entreprise dans quelques années.

(Photo Rocket Lavoie)

LA CROISSANCE PAR L'INNOVATION
34^e CAHIER ÉCONOMIQUE

UNE QUESTION DE FIERTÉ



MASSEY FERGUSON

SÉRIE 8200: PRATIQUE ET BIEN CONÇUE

- Sept modèles, de 135 à 225 ch à la pdf (365 à 513 po³)
- Moteurs Perkins et SISU/Valmet 6 cylindres
- 2 ou 4 roues motrices
- Essieux arrière modulaires durables
- Relevage hydraulique inégalé dans l'industrie (jusqu'à 22 046 lb)
- Panneaux amovibles et capot à charnières pour faciliter l'entretien

Les tracteurs les plus vendus,
les concessionnaires les plus fiables!



UNE QUESTION
DE FIERTÉ

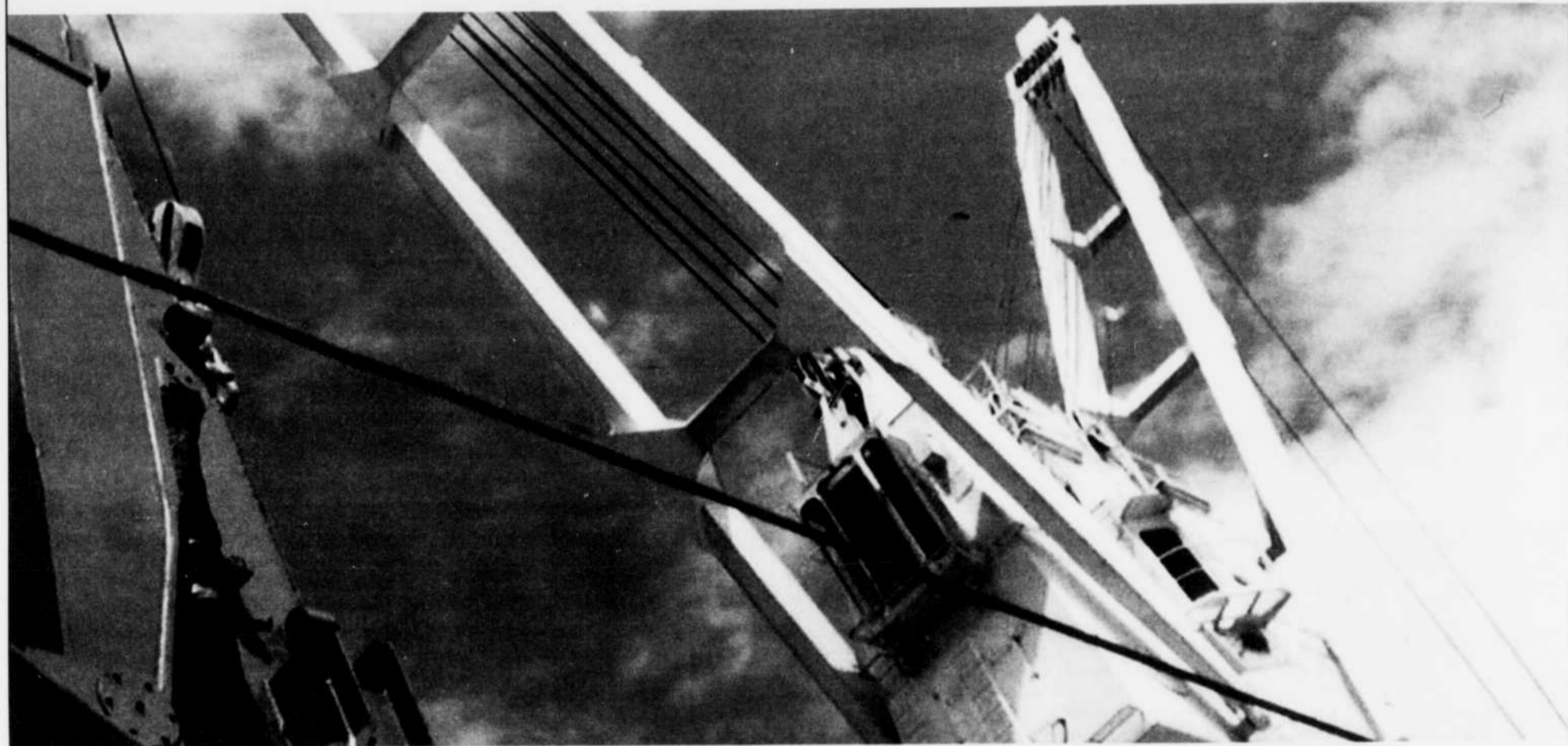
PLAN DE FINANCEMENT
PLAN DE LOCATION
DISPONIBLE



ÉQUIPEMENT GMD enr.

802, MÉLANÇON, SAINT-BRUNO - Tél.: (418) 343-2033

PORT SAGUENAY



Partenaire du
développement
économique
régional



6600, chemin du terminal
Ville de La Baie (Québec)
G7B 3N9

Tél: (418) 697-0250

Bélino: (418) 697-0243

apc@portsaguenay.ca

Canada Administration portuaire du Saguenay
Saguenay Port Authority

Lorsque des stratégies
sont à élaborer...

... que des solutions
fiables sont nécessaires...



misez sur

l'expérience

SOLUTIONS ÉPROUVÉES • EXPERTISE RECHERCHÉE • SERVICE DE QUALITÉ • MAIN D'OEUVRE EXPÉRIMENTÉE

Lorsque des heures de productivité sont en jeu, les stratégies et décisions ne doivent pas être prises sur un coup de dés. Se prévaloir d'un partenaire qui vous aidera à déterminer vos besoins en fonction de vos objectifs vous fera gagner du temps... et de l'argent.



Pour vos projets d'envergure, aussi bien que vos besoins quotidiens, nos solutions sur mesure en télécommunication et informatique ont su répondre à toutes les exigences de nos partenaires d'affaires.... sans exception.

Pour en savoir davantage, ou pour en faire l'expérience, contactez nos conseillers au (418) 690-2774, ou visitez notre site Internet au www.devicom.com

- Vidéoconférence par Internet
- Politiques de sécurité informatique
- Réseaux privés virtuels (VPN - *Virtual Private Network*) et Zones démilitarisées (DMZ - *Demilitarized zone*)
- Accès Internet sécurisés
- Gestion et impartition de pare-feu (firewall)
- Audit de sécurité et piratage informatique
- Liens de télécommunication
- Location de ressources spécialisées
- Formation haute-technologie
- Hébergement de serveurs et eCommerce
- Laboratoire d'essais technologiques

**SAISIR
L'UNIVERS**

 **DEVICOM**^{INC.}
LE GROUPE-CONSEIL EN INFORMATIQUE ET TÉLÉCOMMUNICATION

Gaz Métro vous enlève un poids



EN AFFAIRES, LE GAZ NATUREL, C'EST L'ÉNERGIE CONSEILLÉE.

En affaires, la facture énergétique peut peser lourd sur les opérations. Pour vous enlever un poids, faites appel aux conseillers de Gaz Métropolitain. Spécialement entraînés pour vous épauler, ils peuvent facilement relever votre efficacité et votre rendement énergétiques tout en allégeant le poids de la facture.

EN MATIÈRE D'ÉNERGIE, NOS CONSEILLERS FONT LE POIDS.

1 800 567-1313 www.gazmetro.com

 **Gaz
Métropolitain**

SOURCE D'AVENIR

Les Centres financiers aux entreprises Desjardins

Saguenay—Lac-Saint-Jean—Charlevoix—Côte-Nord

Une porte ouverte au milieu des affaires

Un partenaire compréhensif.
Des conseils financiers prévoyants.
Des produits et des services
à la fine pointe de l'économie actuelle.

- 7 253 membres entreprises
- 1 368 000 000 \$ d'engagements sous gestion
- 854 000 000 \$ d'encours sous gestion
- 93 ressources

Laissez nos spécialistes vous prêter
main-forte dans vos projets de
financement, d'exploitation et d'expansion.



Desjardins

affaires

CENTRES FINANCIERS AUX ENTREPRISES DESJARDINS

Lac-St-Jean—Sud
Tél. : (418) 344-4568
Télec. : (418) 344-4920

Saguenay Centre
Tél. : (418) 543-1718
Télec. : (418) 549-7244

La-Baie—Bas-Saguenay
Tél. : (418) 544-7111
Télec. : (418) 544-8811

Alma—Secteur-Nord
Tél. : (418) 669-1409
Télec. : (418) 669-1478

Domaine-du-Roy
Tél. : (418) 679-1381
Télec. : (418) 679-9329

Maria-Chapdelaine
Tél. : (418) 274-9444
Télec. : (418) 274-8133

Jonquière
Tél. : (418) 547-2335
Télec. : (418) 542-0460

Charlevoix
Tél. : 1-866-770-9906
Télec. : (418) 639-9905

Haute Côte-Nord
Tél. : 1-877-589-1222
Télec. : (418) 589-1210

Basse et Moyenne
Côte-Nord
Tél. : 1-877-650-1414
Télec. : (418) 962-0242

Des solutions d'affaires,
ça se partage!



Pour de l'emploi personnalisé et adapté aux besoins de chacun

JONQUIERE (CD) - Il n'y a pas que les personnes ayant un handicap qui peuvent profiter du service externe de main-d'oeuvre du Saguenay (SEMO), ce service d'emploi personnalisé et adapté aux besoins de chacun. Les jeunes sans diplôme et sans expérience de travail aussi, de même que les personnes immi-



CATHERINE Delisle

cdelisle@progresdimanche.com

grantés. Et depuis le mois d'août, on a même développé un projet dans le milieu rural pour aider les chômeurs à réintégrer le marché du travail.

Voué exclusivement pendant 12 ans (de 1982 à 1994) aux personnes handicapées, le SEMO a commencé à développer de nouveaux services pour une autre clientèle, en 1994, notamment en s'ouvrant aux jeunes de 18 à 35 ans sans diplôme ou sans expérience de travail. En 1998, c'est la clientèle immigrante qui a été visée. C'est que depuis 1996, le Saguenay-Lac-Saint-Jean est devenu une région ciblée pour l'accueil des réfugiés. Le gouvernement du Qué-

bec veut qu'on reçoive une trentaine de familles par année. En 2000, il y en a eu 34.

«La dernière belle innovation, souligne la directrice générale, Francine Lemieux, c'est le projet ruralité pour le Bas-Saguenay et la rive nord du Saguenay (St-Honoré, Falardeau, Canton-Tremblay, St-Fulgence et Ste-Rose-du-Nord) dans le cadre du Fonds de lutte contre la pauvreté.» Ce projet d'une durée d'un an a permis de cibler des gens inscrits depuis plus de deux ans sur la Sécurité du revenu. C'est le Centre local d'emploi de La Baie et de Chicoutimi qui a référé la clientèle. Ensuite, une entente a été établie avec les municipalités de St-Honoré, de St-Félix-d'Otis et de l'Anse-St-Jean pour obtenir des locaux afin d'y tenir les rencontres. Dans chaque secteur, huit personnes ont été choisies pour participer au programme. Lorsque le profil de la clientèle sera établi et les besoins déterminés, Francine Lemieux explique qu'il se tiendra des ateliers de préparation à l'emploi. L'objectif est de les intégrer en emploi dans les entreprises privées en utilisant des programmes de subventions. Les gens (hommes et femmes) ont de 30 à 55 ans. Ils sont peu scolarisés, sans compétence reconnue sur le marché du travail, sans expérience. «On doit leur faire prendre conscience qu'ils ont



EQUIPE - Le SEMO Saguenay peut compter sur une équipe spécialisée de conseillers de 18 personnes. Sur la photo, on voit quelques membres: Jacques Villeneuve, conseiller en emploi pour la clientèle des personnes handicapées, Manon Boily, conseillère pour les personnes immigrantes, Lise Girard, secrétaire-comptable, Marie-Claire Girard, agente d'accueil pour les immigrants, et Francine Lemieux, directrice générale.

(Photo Sylvain Dufour)

des compétences. Il faut également les aider à prendre des habitudes de travail et à modifier leur rythme de vie», dit-elle.

SEMO Saguenay a aussi développé des projets ponc-

tuels comme des programmes de formation pour les personnes handicapées en bureautique et comptabilité et un autre programme en débroussaillage, en collaboration avec le cégep.

Egalement, des ateliers d'employabilité ont été organisés. Même le personnel du SEMO reçoit une formation continue pour améliorer son expertise.

1302 placements et des stages pour 150 personnes

JONQUIERE (CD) - Depuis 19 ans qu'il existe, le service externe de main-d'oeuvre du Saguenay (SEMO) en a vu passer, des clients!

En effet, depuis 1982, SEMO Saguenay a desservi 2028 personnes handicapées, 154 personnes immigrantes et 431 jeunes de moins de 30 ans. La corporation à but non lucratif, supportée financièrement par des organisations comme Emploi-Québec, le ministère des Relations avec les citoyens, l'Immigration et d'autres organisations, a effectué 1302 placements en plus d'organiser des stages en entreprises pour 150 personnes. «Bon an mal an, confie la directrice générale, Francine Lemieux, 50 pour cent des gens qu'on accueille sont intégrés en emploi. 15 pour cent font le choix de retourner aux études. Quant aux autres, ils se dirigent vers le bénévolat ou d'autres mesures d'insertion sociale ou, dans certains cas, ils sont déclarés inaptes au travail.»

Autres statistiques intéressantes, 30 pour cent des clients handicapés trouvent un emploi par eux-mêmes, 60 pour cent grâce au SEMO et 10 pour cent grâce aux demandes qui proviennent de l'extérieur.

Chez les jeunes, 80 pour cent trouvent un emploi par eux-mêmes. Les autres reçoivent l'aide du SEMO. Selon Francine Lemieux, le SEMO réussit à trouver du boulot aux gens grâce à ses contacts privilégiés. En effet, ses collaborateurs siègent sur les conseils d'administration de plusieurs tables de concertation. Ils organisent également des rencontres avec des dirigeants d'entreprises. Ces rencontres prennent la forme de sensibilisation des employeurs aux besoins des clientèles et d'analyse des postes de travail. Le SEMO fournit aussi un service d'interprète pour les personnes malentendantes ou sourdes et pour les personnes immigrantes et il négocie des programmes de subvention selon les besoins de

l'entreprise et de la clientèle. A tous ces services s'ajoute le suivi en emploi.

De quatre employés dans les débuts, on est passé à 18. En 1982, lorsque le SEMO a été lancé, c'était l'époque où les services publics d'emplois n'étaient pas adaptés aux personnes handicapées. Par exemple, il n'y avait pas de rampes d'accès pour les fauteuils roulants, on ne connaissait pas les adaptations possibles en industries ni le langage gestuel... Dès sa première année d'opération, 80 personnes ont reçu le service et 40 d'entre eux ont trouvé un emploi. «Pour être valorisé, analyse Francine Lemieux, un individu doit pouvoir jouer un rôle social et économique dans la société. C'est l'objectif qu'on les aide à atteindre», mentionne Francine Lemieux.

Selon la directrice générale, ce qui fait la force de l'équipe, c'est l'expertise qu'elle a développée au fil des ans. «Chaque équipe a sa spécialité et travaille

avec une catégorie de clients», confie-t-elle. Généralement, les clients sont placés dans les entreprises de services.

Francine Lemieux soutient que la flexibilité est ce qui caractérise le mieux SEMO Saguenay. «Tout le monde ne passe pas dans le même moule. On en fabrique un nouveau, chaque fois», fait-elle remarquer. Car, la clientèle qu'elle reçoit est plus à risque d'être en chômage que n'importe qui d'autre et pour longtemps. Il s'agit souvent de gens défavorisés sur le plan de l'emploi en raison de leurs limitations fonctionnelles importantes (soit sur le plan scolaire, soit sur le plan physique ou intellectuel, soit sur le plan de l'apprentissage... Dans le cas des immigrants, ils doivent apprendre la langue, mais ils doivent aussi se familiariser avec un tout nouveau milieu de vie et de travail).

La mission du SEMO est justement de développer des services adaptés et personnalisés afin de favoriser l'intégration à

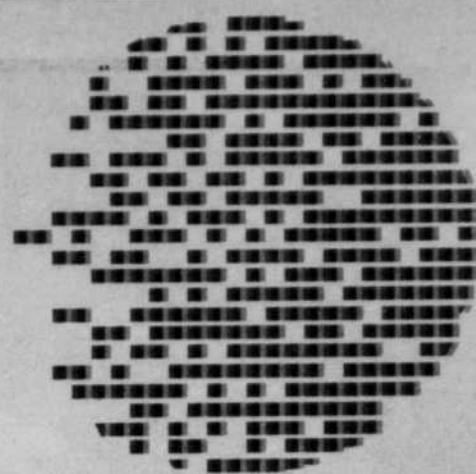


APPROCHE - La directrice générale de SEMO Saguenay, Francine Lemieux, soutient que l'approche personnalisée fait la force de son service.

(Photo Sylvain Dufour)

l'emploi de personnes exclues du marché du travail, en plus de favoriser l'intégration des immigrants au sein de la population régionale.

NOLICAM



LOCATION DE CAMIONS
COURT ET LONG TERME
TOUTES LES CATÉGORIES



100%

RÉGIONAL

Le leader
au Saguenay -
Lac-Saint-Jean
en location de
véhicules



Laval Boulianne
Copropriétaire

1910, boul. St-Paul, Chicoutimi

545-4444



Marc Hamelin
Copropriétaire
Directeur court et long terme



Sylvain Lapointe
Copropriétaire
Directeur succursale Alma

1010, av. du Pont Sud, Alma

668-5032



Julie Boudreault
Directrice de location

391, 1^{er} rue
Ville de la Baie

544-5552



Rock Côté
Directeur location

171, 14^e Avenue
Dolbeau-Mistassini

276-2133

Ligne sans frais: **1-800-223-5292**



LES PROJETS À TOUT CASSER NOUS EMBALLENT

Brasser, stimuler, faire craquer de nouveaux marchés. En investissant dans les entreprises qui ont de la croissance dans les idées, nous engageons des capitaux pour les aider à percer et à prendre leur envol. Ensemble, nous créons de nouvelles richesses. Et l'idée nous emballe.



Avec un agrandissement de 2000 pieds carrés, Réno-Tapis Plus offrira encore plus de choix à sa clientèle. Objectif? Toujours donner un meilleur service. Le magasin qui compte maintenant 8000 pieds carrés, est situé au 2100, boulevard Talbot à Chicoutimi.

Réno-Tapis innove en misant sur un service hors-pair

Quand Chantal Lapointe, Michel Rodrigue et son frère Daniel ont décidé de fonder Réno-Tapis en 1995, le marché n'était pas nécessairement très attirant. Les commerces spécialisés en recouvrement de planchers étaient relativement nombreux et il fallait un brin d'audace pour se lancer en affaires. « Nous avons décidé de miser sur le service et la disponibilité. La clientèle a embarqué tout de suite », évoque avec plaisir, Michel Rodrigue. Toutefois, celui-ci s'empresse d'ajouter que Réno-Tapis, ce n'est pas seulement trois personnes mais toute une équipe qui a à cœur la satisfaction du client. « Les gens se donnent la peine de venir nous voir, à nous de bien les recevoir. »

Le service, c'est donc bien plus qu'un slogan pour ces entrepreneurs qui possèdent une solide expertise dans tout ce qui s'appelle couvre plancher. « Avant de conclure une vente, nous prenons le temps de discuter avec le client. C'est important d'établir un climat de confiance au départ. De cette façon, nous pouvons mieux nous entendre et mieux identifier les besoins du client en fonction du budget qu'il souhaite allouer », indique M. Lapointe.

Évidemment le prix reste toujours une question primordiale et chez Réno-Tapis toute l'équipe s'efforce d'être compétitive. Mais au-delà des prix, il ne faut quand même pas trop sacrifier la qualité, du produit, expliquent les experts. « C'est ici que l'expérience entre en ligne de compte. Ce n'est jamais payant d'investir dans une qualité médiocre pour un endroit très

achalandé par exemple. Il y a souvent plusieurs facteurs à considérer », fait remarquer Michel Rodrigue.

moderne, champêtre, classique ou contemporaine. « Le bois flottant, c'est beau partout. Mais attention. Premièrement, il s'agit de fibres de



Chantal Lapointe, Daniel Rodrigue et Michel Rodrigue n'ont pas hésité à innover et à mettre leur expérience, au service de la clientèle en ouvrant le magasin Réno-Tapis, en 1995. Ils se sont entourés d'une équipe de précieux collaborateurs.

Le bois flottant

Le bois flottant, un matériau apprécié pour sa beauté et son prix concurrentiel est très prisé par le consommateur d'aujourd'hui. Il est offert en faible, moyenne et haute densité dans une gamme de couleurs très diversifiée. Il existe aussi en plusieurs épaisseurs et confère aux pièces où il est installé, une allure chic et décontractée à la fois. Selon sa teinte, il donne une ambiance

bois compressées à différentes densités, précise M. Rodrigue. Chez Réno-Tapis, nous offrons plus de 25 modèles en magasin. Mais, nous vendons presque uniquement de la haute densité, en raison de la résistance du produit. C'est un facteur très important », précise M. Rodrigue, qui prend le temps nécessaire d'expliquer les avantages au client intéressé, par l'une ou l'autre des nombreuses options.

LE PLUS BEAU CHOIX AU SAGUENAY - LAC-ST-JEAN



Jolie céramique

La céramique existe, elle aussi, dans tellement de modèles qu'il serait impossible de les décrire tous. Il suffit de savoir qu'aujourd'hui, les mosaïques, les mélanges de styles de couleurs, les façons de l'installer, lui donnent un caractère extrêmement polyvalent. Son côté pratique, facile d'entretien, pratiquement éternel, compensent amplement pour son installation qui requiert, il est vrai, une certaine expertise. « Encore là, si c'est souhaité, nous avons toute la main-d'œuvre professionnelle capable de procéder à la pose. Sinon nos conseils peuvent suffire pour un bricoleur qui préfère procéder lui-même à l'installation. Ce n'est pas compliqué quand on est bien conseillé », affirme Michel Rodrigue. Et pour améliorer encore son service en céramique, l'équipe de Réno-Tapis s'est adjoint le support

d'un autre expert. « Depuis un an, nous avons ajouté une division commerciale avec à sa tête, Jean Lapointe qui possède 25 années d'expérience », précise Michel Rodrigue.

Une équipe gagnante

Depuis ses débuts, Réno-Tapis fait équipe avec Domco, le plus grand fabricant de couvre-planter au Canada. Ensemble, ils composent une formidable équipe gagnante. Ajoutez à cela l'expertise exceptionnelle des installateurs (Les installations Yvan et Alain) et vous comprendrez ce qui fait le succès de Réno-Tapis. L'entreprise dessert tout le Saguenay - Lac-Saint-Jean et le secteur de la Côte-Nord. En peu de temps, Réno-Tapis est devenu un véritable chef de file dans le domaine.

2100, boul. Talbot, Chicoutimi / Tél.: 545-7366 - Télécopieur: 545-1334

Industries Falmec mise sur la diversification de ses produits



par Paul-Émile Thériault

ALMA (PÉT)—Ajouter le développement de projets utilisant l'aluminium à ses projets d'acier a été, pour Industries Falmec d'Alma, une sage décision. Cette innovation d'il y a trois ans contribue à la croissance de l'entreprise.

Président directeur général, Claude Asselin rappelle que la mécano-fabrication où oeuvre l'entreprise ne montrait pas, spontanément, de créneau industriel dans l'aluminium, rappelle l'homme d'affaires. Dans l'aluminium, il existe des créneaux commerciaux comme la fabrication de plates-formes de service et remorques. Industries Falmec a choisi de se diriger dans des créneaux beaucoup plus innovateurs, notamment dans le secteur des mines. Ces équipements construits en aluminium permettent de transporter plusieurs tonnes de minerai de plus, grâce à leur design et leur légèreté. Elle a misé sur l'innovation, avec la fabrication de bennes pour le transport minier, godets d'extraction et un élévateur à godets, pour monter et descendre plus de travailleurs à leur lieu de travail, dans la mine.

Industries Falmec s'est tournée vers l'ergonomie des travailleurs, dans le cadre des projets qu'elle a développés. Par exemple, elle a développé aussi des abris modulaires pour aller dans les mines et trappes de mines, autant d'équipements adaptés aux mineurs. Selon Claude Asselin, c'est une base de toujours être à l'affût des domaines dans lesquels peu de gens oeuvrent. Or, il faut les trouver et les développer, ce qui n'est pas évident. Il faut aussi voir à assurer une diversification des activités. Il donne pour exemple Bombardier qui a un département d'avionnerie occupant 20 % de son industrie.

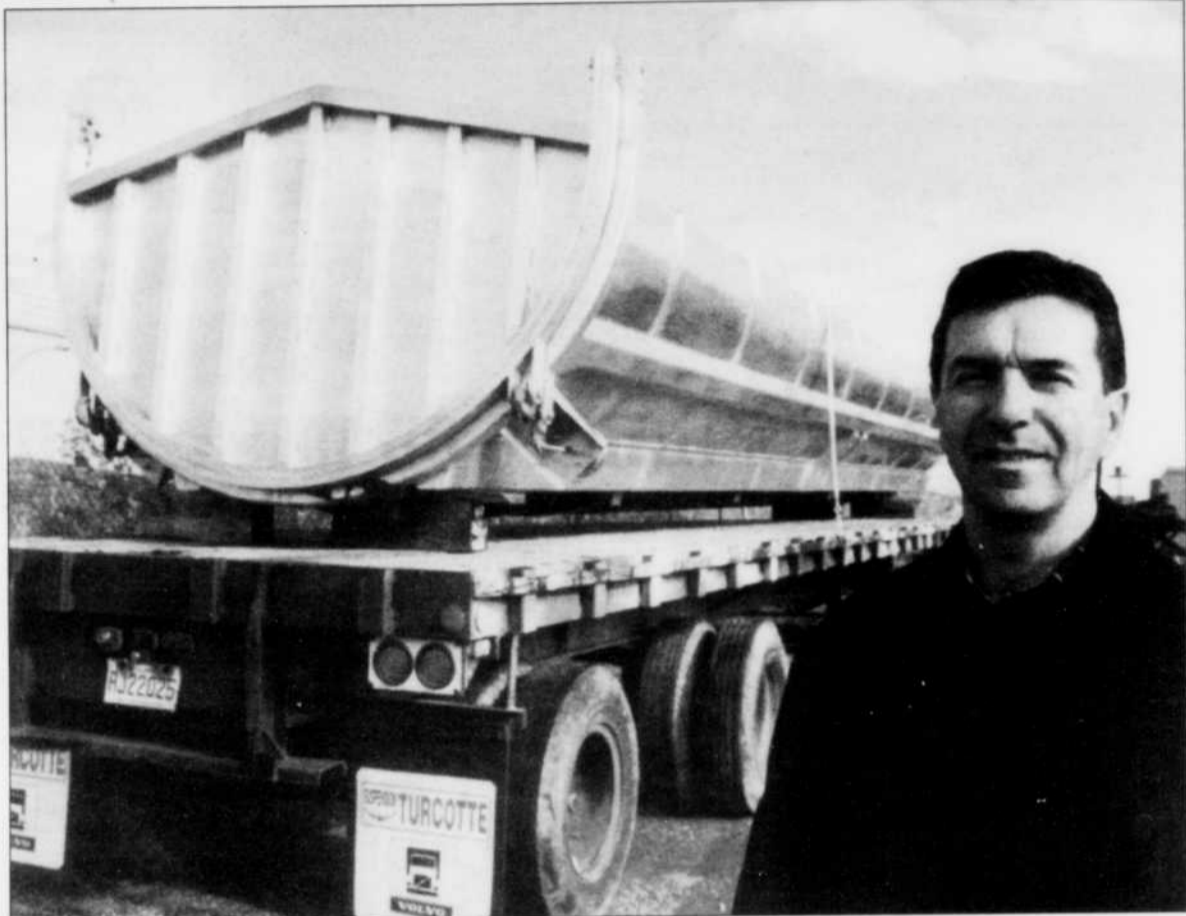
Ainsi, croit Claude Asselin, la croissance équilibrée se fait non seulement par l'innovation, mais aussi par la diversification, une approche dans laquelle Industrie Falmec est très versée.

«Nous avons innové en fabriquant en aluminium de nouveaux produits qui n'étaient fabriqués qu'en acier. Nous avons aussi travaillé avec des composites, en répartissant des forces sur les parois. Nous avons un produit unique, innovateur! Nous sommes maintenant prêts à vendre.» Industries Falmec entre en effet dans une étape de commerciali-

sation des produits qu'elle a développés. Fin septembre, elle avait produit deux bennes et en était aux étapes finales concernant les godets. Aussi, l'entreprise almatoise a développé de nombreux petits équipements en périphérie de ces fabrications principales et qui s'adressent au monde minier et à celui du transport. M. Asselin parle de produits innovateurs alternatifs.

Tout ceci a tout de même occasionné beaucoup de dépenses en recherche et développement, ce qui a conduit à récolter, dans quelques années. L'industrie vise à soutenir sa croissance. La plus forte est à venir, d'autant plus qu'on va changer le mode de production.

Fondée en 1984, sous l'appellation Énergie Thermique A.G., l'entreprise s'est illustrée dans le domaine de l'énergie thermique au plan des bouilloires et autres composantes sous pression dont les vaisseaux, la tuyauterie, etc. Depuis, l'entreprise s'est passablement diversifiée dans la fabrication mécanique, et a connu un essor considérable ces dernières années, à la faveur d'un changement de propriété.



CROISSANCE - Président directeur général des Industries Falmec, Claude Asselin affirme que la croissance équilibrée se fait non seulement par l'innovation, mais aussi par la diversification.

(Photo Steve Tremblay)

CHIFFRE D'AFFAIRES EN HAUSSE

La production se fera désormais en série

ALMA (PÉT)—Après avoir développé de nouveaux appareils miniers faits d'aluminium plutôt que d'acier, Industries Falmec d'Alma passe à une autre étape d'innovation: elle se tourne vers la production en série, plutôt que vers des modèles uniques. Il lui sera possible de procéder à ce développement sur ses propres terrains, lesquels sont vastes: 300 000 pieds carrés.

Autres innovations

Industries Falmec a, dans

ses cahiers de travail, beaucoup d'innovations en ce qui concerne ses bouilloires et appareils sous pression. Le pdg parle de transferts de technologie avec l'Europe.

«Nous sommes un peu à la merci de notre croissance: nous avons quand même grandi vite et augmenté considérablement le chiffre d'affaires... Nous devons subir des retards de paiement dans des dossiers importants, ce qui nous ralentit un peu!», résume-t-il.

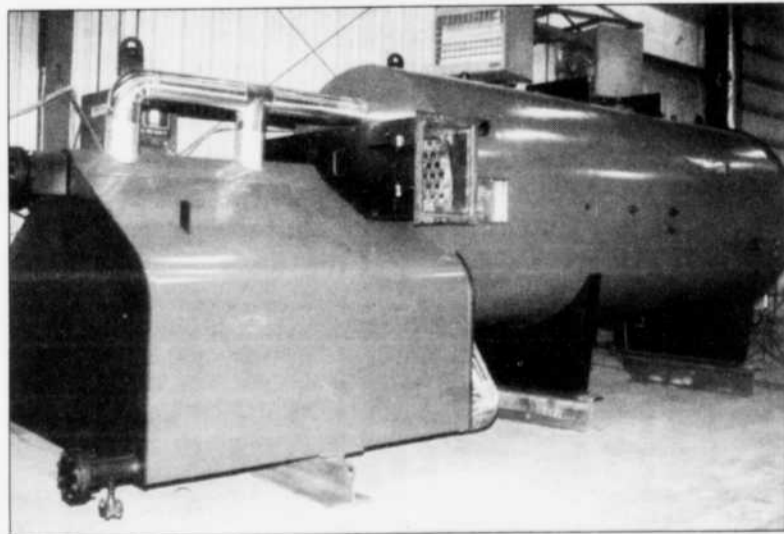
Le chiffre d'affaires de l'industrie a considérablement augmenté depuis que Claude Asselin a acheté l'entreprise et lui a donné un nouveau souffle. Le nombre d'employés a décuplé, si on inclut la division Énergie thermique A.G., indique M. Asselin, président directeur général; la croissance s'est surtout faite par Industries Falmec. Ainsi, le nombre d'employés est passé d'une douzaine à une centaine. À un certain moment, en septembre 2000, il a même atteint 260; à ce moment-là, Alcan, les pâtes et papiers et le dossier minier étaient très actifs simultanément. L'entreprise a repris un rythme normal, avec 100 à 125 employés.

Claude Asselin prévoit que l'entreprise mettra une bonne année à s'adapter complètement à l'importante croissance qu'elle a connue. Elle pourra alors prendre un troisième souffle.

Pour ses projets, il serait moins onéreux de s'approvisionner en aluminium dans la région, si un extrudeur s'installait dans la région. Elle doit actuellement s'approvisionner en Ontario, ce qui augmente les coûts. «Ce serait aussi très bien d'avoir un laminoir ici», explique

Asselin. Le fait de disposer de produits de seconde transformation avantagerait son entreprise quant aux coûts des fournitures de base.

Il n'est pas exclu que les événements du 11 septembre aux États-Unis puissent avoir une incidence sur une entreprise comme Industries Falmec. S'il devait y avoir une guerre, cette entreprise pourrait être appelée à faire sa part, puisqu'il s'agit d'un fabricant d'acier et d'aluminium. «Dans l'industrie de guerre, ce serait très marginal. Par contre, si cela stimule l'économie, il peut y avoir une influence sur le développement des mines: certaines dont l'exploitation n'est pas rentable le deviendraient. Puisque nous fabriquons de l'équipement minier, nous en bénéficierions sûrement, d'autant plus que nous avons beaucoup de nouveaux produits s'adressant à des mines... les mines de l'an 2000 seront fort différentes des anciennes mines, avec beaucoup moins d'acier et beaucoup plus d'aluminium!» Il soutient que le facteur poids aura beaucoup d'influence. Industries Falmec s'est beaucoup intéressée à l'ergonomie des travailleurs.



APPAREILS - Industries Falmec a, dans ses cahiers de travail, beaucoup d'innovations en ce qui concerne les bouilloires et appareils sous pression.

(Photo Steve Tremblay)

LA CROISSANCE
PAR L'INNOVATION
34^e CAHIER
ÉCONOMIQUE

Le seul vrai spécialiste
Marcel SIMARD
 INC

REMORQUAGE

418 549-3625

1-877-700-3625

S
 Spécialité:
 Transport de roulottes
 • Service routier d'urgence
 22 remorques de tous genres
 à votre service 24 h / 24

ESSO



Certifié
ISO 9002

Ce que nos compétiteurs savent, nous le leur avons montré. Mais... nous ne leur avons pas tout appris.

AUTOPRO
 MÉCANIQUE

GRUPE PROFESSIONNEL DE RÉPARATION
 PDG
 Assistance Routière



ASSISTANCE
 MONSIEUR SECOURS



*Transport de remises
 de toutes sortes*

Concessionnaire
Ryder
 Location de camions

**GAMME COMPLÈTE DE CAMIONS
 DIESEL DE QUALITÉ HINO 2002**

CONCESSIONNAIRE CAMIONS
HINO
 UN ÉCLAIR DE GÉNIE!



*Avec garantie de 3 ans/
 kilom trage illimit*

543-5684

Garage Marcel Simard division



Une grande nouveauté qui a déjà fait un long bout de chemin



ALMA (PÉT)— À sa seconde saison d'existence, la Véloroute des Bleuets a prouvé sa popularité: on y a roulé 15 millions de kilomètres, durant l'évaluation officielle de 100 jours. Encore plus s'y sont présentés, du 15



PAUL-ÉMILE **Thériault**
petheriault@progresdimanche.com

mai à la mi-octobre, période durant laquelle les services sont offerts.

Le président Maurice Bérubé parle de prolongation réelle du séjour des touristes. Les cyclistes restent intéressés, avant et après les grandes chaleurs, ce que confirment, dit-il, les statistiques des gîtes touristiques. Il parle d'ailleurs de 30 % d'augmentation de la fréquentation, en fait du nombre de jours/visite, en 2001. Il avance qu'il y a eu sous-évaluation, l'an dernier, avec le chiffre officiel de 90 000 visites, comparativement à 146 000 passages, cette année: «Bien des gens de la région sont sortis sur la Véloroute après 16 heures et les fins de semaine, des périodes non couvertes par l'évaluation, l'an dernier.» Pour l'avenir, on pense à des compteurs automatiques, intégrés à la chaussée.

Le projet de Véloroute était initialement de 12 millions \$, dont 8,6 millions \$ sont actuellement

investis. Le gouvernement fédéral n'a pas versé de contribution, rappelle-t-il. Il avait été convenu de compléter le tour géographique du lac, puis de perfectionner l'infrastructure, ce qui est en cours, en partenariat avec les municipalités et des projets gouvernementaux. «Nous avons déjà un produit de base très intéressant pour devenir la première région du vélo au Québec, peut-être même au Canada. Il suffit de l'améliorer, par exemple avec des boucles thématiques, ce que nous permet la région!», lance le président. Il fait référence aux liens avec le Circuit de la terre... à la table, à la thématique des forestiers et le reste.

L'équipe de la Véloroute prône aussi un lien avec le Saguenay, à développer avant longtemps. «Il y aurait migration des cyclistes dans les deux sens, ce qui permettrait aux gens du Saguenay d'accéder de façon sécuritaire à la Véloroute: qu'on pense au Mont Lac-Vert/Lac Kénogami, à la Route verte. Certains touristes pourraient rester encore plus longtemps dans la région.» Un sur trois (35 %) est de l'extérieur du Saguenay—Lac-Saint-Jean. Le président Bérubé invite tout citoyen qui traverse la Réserve des Laurentides à regarder le nombre d'automobiles comptant des supports à vélos largement utilisés.

Citant des chiffres de 1996, M. Bérubé souligne qu'un cycliste dépensait quotidiennement autant qu'une famille de cinq, en campeur motorisé.

Les exemples de retombées

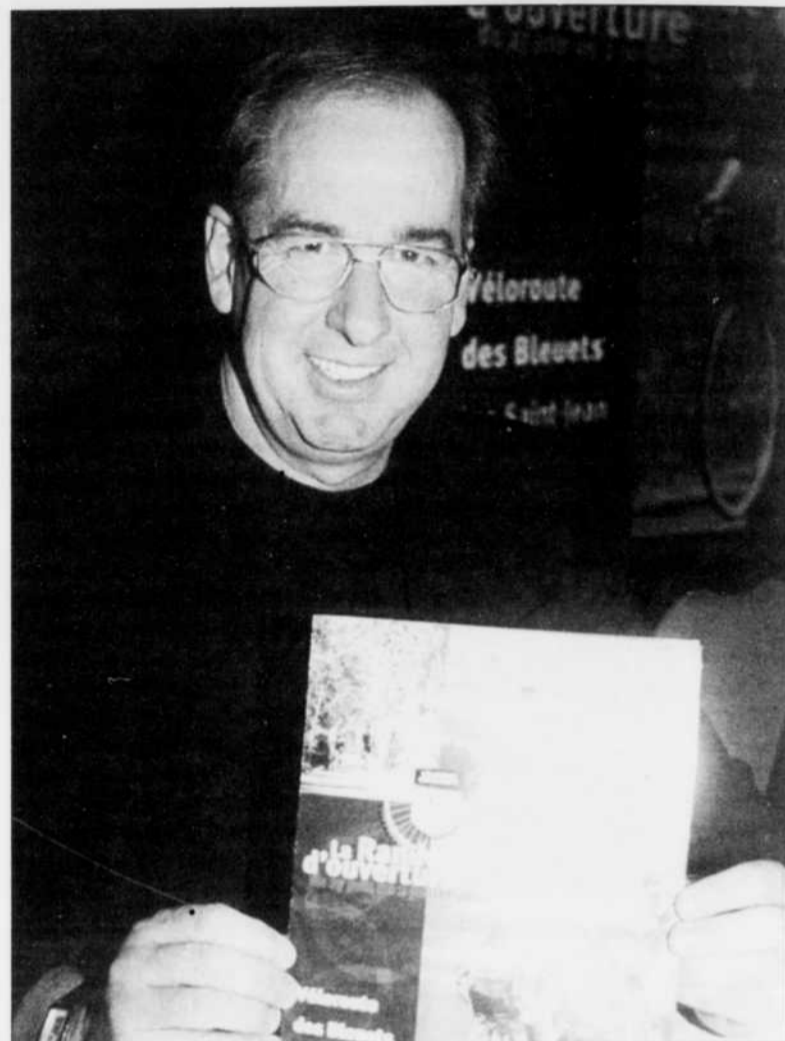
ne manquent pas: réparateurs de vélos, nouveaux commerces et ainsi de suite.

Les cyclistes amateurs de camping ont été plus nombreux, cette année. Un nouveau service de transport de bagages s'est développé, cette année. Un entrepreneur faisait le tour du lac, à chaque jour, avec un camion roulant dans chaque sens.

Le président estime qu'il y a place à améliorations, au chapitre de la promotion de la Véloroute et de ce qui entoure cette innovation unique: «C'est un ruban qui relie ensemble tous les sites touristiques, à travers des paysages naturels. Sans être agressive, une information bien structurée serait profitable aux sites et milieux. La Véloroute est un produit jeune et perfectible. Nous allons travailler à le développer.»

Au nombre des éléments recherchés des touristes, on note l'accès concret au lac Saint-Jean et l'augmentation du nombre de gîtes.

Bien des produits connexes peuvent aussi se développer, ajoute le président de la Véloroute, nombreux exemples à l'appui de projets intéressants. Il y a donc tout lieu d'être optimiste pour l'avenir, conclut-il.



AMÉLIORATIONS- La Véloroute est un produit jeune et perfectible, estime le président Maurice Bérubé.

(Photo Progrès-Dimanche)



SITE- La Véloroute est comme un ruban qui relie ensemble tous les sites touristiques, à travers des paysages naturels.

(Photo Progrès-Dimanche)

DIGICOM TECHNOLOGIES

réseaux micro-ondes haute vitesse

INTERNET HAUTE-VITESSE SANS FIL

Disponible pour votre région ou votre entreprise, dans tous les grands centres et aussi là où les autres fournisseurs INTERNET ne livrent pas en HAUTE-VITESSE.

Notre tarification mensuelle est calculée à la consommation selon votre utilisation.

Nous vous offrons la possibilité de relier directement vos succursales en VPN, en toute sécurité, grâce aux «firewall» Murs de Feu et Routeurs intégrés Barricad(c) développés par DIGICOM avec des vitesses de transfert de 10Mbs Bi-directionnels,

100 fois plus rapides que les vieux liens traditionnels ISDN, et pour un coût moindre.

DIGICOM possède maintenant 5 ans d'expertise unique au Canada dans la distribution d'INTERNET HAUTE-VITESSE SANS FIL, et continue d'étendre son savoir à la grandeur du Québec.

INTERNET HAUTE-VITESSE n'est plus réservé aux grands centres, et représente l'outil que toute entreprise moderne se doit d'utiliser pour communiquer avec ses partenaires et clients, dans un monde d'affaires où la vitesse est question d'efficacité.

Contactez nos conseillers: (418) 668-9999 1-877-944-3266 Fax: (418) 668-2598



www.digicom.ca
info@digicom.ca

00495814



Centre d'entrepreneuriat et d'essaimage
Université du Québec à Chicoutimi

555, boul. Université
Chicoutimi (Québec) G7H 2B1
CANADA
Tél.: (418) 545-5011,
poste 5308 ou 2454
Télec.: (418) 545-5012
cee-uqac@uqac.ca
www.uqac.ca/~cee-uqac

Le CEE-UQAC promeut l'esprit entrepreneurial et la création d'entreprises auprès de toute la communauté universitaire. Le CEE-UQAC fait également la promotion et le support aux activités entrepreneuriales de développement au Saguenay - Lac-Saint-Jean.

Promotion et sensibilisation à l'entrepreneurship
Midi-conférences
Concours idée d'affaires
Stands d'information sur l'entrepreneurship

Formation et encadrement en création et démarrage d'entreprises
Ateliers sur le plan d'affaires
Concours de création et démarrage d'entreprises
Services de gestion conseils

Développement des activités de recherche et d'intervention pratiques
Bourses de recherche et d'intervention en entrepreneurship

Stages internationaux
Programme de stages technologiques



La Fondation de l'Université du Québec à Chicoutimi



Mouvement des Associations Générales Étudiantes de l'Université du Québec à Chicoutimi



Centre d'entrepreneuriat et d'essaimage
Université du Québec à Chicoutimi

L'innovation:
un processus dynamique et complexe

La mondialisation des marchés et l'évolution rapide des connaissances et des technologies font de l'innovation une nécessité pour les PME qui souhaitent maintenir leur niveau concurrentiel (compétitivité), se développer et même survivre. Cependant, le développement d'activités d'innovation au sein d'une entreprise, PME ou grande entreprise, s'accompagne de conditions. Par ailleurs, le concept d'innovation ne s'associe pas uniquement au développement d'un nouveau produit. Nous parlons aussi de développement de nouveaux services et d'adaptation technologique. Voici quelques exemples d'innovations: gamme de services offerts à domicile, faire du neuf avec du vieux comme changer l'emballage d'un produit, réduire les formats et les coûts (livre de poche) et bien d'autres.

Innover au sein d'une entreprise, c'est accepter d'y consacrer des ressources (humaines, techniques et financières). **Toutes activités de développement exigent de nouveaux investissements.** À certains moments, on aura besoin d'équipements supplémentaires. Il faudra affecter des ressources humaines spécialisées et tout cela demande davantage de ressources financières. Une évaluation des besoins en ressources s'impose sans toutefois les **sous-estimer.** Plusieurs projets fondés sur le développement d'un nouveau produit/service échouent pour cause d'une sous-évaluation des coûts qui devaient permettre le développement et la commercialisation de l'innovation. **La capacité de l'entreprise à investir** dans un projet d'innovation est à considérer.

Innover, c'est accepter d'entrer dans le **domaine du risque et de l'imprévu.** L'innovation est régulièrement le résultat d'une recherche en entreprise ou en laboratoire afin de résoudre un problème. L'innovation doit représenter un progrès face aux attentes de la clientèle. Tout ne fonctionne jamais dès la première fois. En contexte de PME, l'innovation résulte souvent de plusieurs allers et retours entre la recherche et les essais jusqu'à la découverte d'une solution acceptable. **Le temps** représente un facteur à considérer lorsque l'on entre dans un processus d'innovation.

Innover, c'est l'adoption par les dirigeants et les employés **d'une attitude de recherche.** L'innovation s'associe à une recherche constante d'information et de nouvelles idées ainsi qu'à leur développement. Pour être innovateur, il faut être curieux, ouvert d'esprit et attentif à notre environnement (les concurrents, les fournisseurs, les clients, etc.) afin de détecter des occasions d'affaires.

Innover, c'est reconnaître que **la matière grise représente la principale ressource d'une entreprise pour innover.** Le savoir-faire et l'expertise des ressources humaines peuvent contribuer à l'innovation. Il faut encourager les essais et stimuler la créativité tout en acceptant les risques et les échecs. Ce travail créatif ne peut se faire que dans un climat de confiance.

Innover, **c'est accepter la critique.** C'est reconnaître, à certains moments, que les résultats de nos recherches (étude technique, étude de marché, etc.) ne sont pas totalement acceptables ou satisfaisantes. C'est accepter humblement nos limites et par conséquent, chercher à s'entourer de collaborateurs (internes ou externes) qui favoriseront un meilleur développement. **On ne peut tout faire seul.** Le chercheur universitaire ou d'un laboratoire, un sous-traitant, un expert en commercialisation... sont des intervenants à consulter et à intégrer dans un projet de recherche et de développement.

Un projet d'innovation (un nouveau produit) qui connaît un succès peut représenter un gain financier important pour l'entreprise. Cependant, les statistiques indiquent que les grandes réussites sont rares. C'est dans cette perspective qu'il est important, pour l'entrepreneur et l'entreprise, **de bien évaluer** le potentiel novateur de l'idée **et de bien se préparer** avant de se lancer dans un projet d'innovation et d'y investir beaucoup de ressources. Au-delà de cette phase préparatoire, l'entreprise qui prendra la décision de se lancer dans un projet doit **établir un plan de travail ainsi qu'un échéancier de réalisations.** Ce plan inclut **une évaluation réaliste des coûts** des différentes étapes de développement de l'innovation. Des résultats de développement satisfaisants obligeront les dirigeants à **structurer un plan de commercialisation** de l'innovation. **L'innovation représente des activités de recherche tout en ayant des préoccupations de commercialisation.** Une innovation parfaite, c'est un produit ou un service intégrant le meilleur état des connaissances et des recherches et qui est parfaitement en concordance avec les attentes de la clientèle. Le processus de commercialisation peut alors s'enclencher.

Louis Dussault, professeur
Directeur général CEE-UQAC

Myriam Duperré
Responsable de projets CEE-UQAC

Programme de stages technologiques

Le CEE-UQAC, en collaboration avec Développement économique Canada, invite les entreprises du Saguenay - Lac-Saint-Jean à participer à son programme de stages technologiques.

Objectifs du programme:

- Supporter l'innovation au sein des PME.
- Développer des projets de stage à caractère technologique.
- Favoriser l'intégration des étudiants de l'UQAC et des collèges à travers des projets technologiques développés par des entreprises.

Clientèles cibles:

- Les étudiants de niveau collégial (finissants) et universitaire de la région du Saguenay - Lac-Saint-Jean inscrits à des programmes scientifiques ou technologiques (informatique, génie, chimie, etc.).
- Toutes les PME du Saguenay - Lac-Saint-Jean sont invitées à nous présenter des projets à caractère technologique.

Modalités de fonctionnement:

- Un projet admissible doit se démarquer par son caractère de développement et d'innovation technologique.
- La rémunération de l'étudiant qui participe à un stage sera partagée à environ 50 % entre le CEE-UQAC et l'entreprise d'accueil.
- La rémunération accordée à un étudiant stagiaire se situera entre 12 \$ et 20 \$ de l'heure.
- La durée minimale d'un stage sera de dix (10) semaines, alors que la durée maximale s'établira à quinze (15) semaines. Une semaine de stage correspond à 35 heures de travail pour l'étudiant.

Vous avez des projets technologiques, le CEE-UQAC peut vous aider.

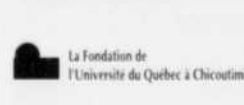
Pour plus d'information, communiquez avec Mme Éline Tremblay, coordonnatrice de programme, au 545-5011 (2454).

555, boulevard de l'Université (Québec) G7H 2B1
Tél.: (418) 545-5011, poste 2454. Fax: (418) 693-9072

cee-uqac@uqac.ca

<http://www.uqac.quebec.ca/~cee-uqac>

Ce programme de stages technologiques est rendu possible grâce à la contribution financière de Développement économique Canada.



Éline Tremblay
Coordonnatrice
de programme

Louis Dussault
Professeur
Directeur général

Caroline Gilbert
Coordonnatrice
des activités

Myriam Duperré
Responsable
de projets

Le Collège d'Alma renouvelle le contenu de trois programmes



LOCAUX - Linda Larouche, Edgar Snellen, Jocelyne Ménard, Jean Lefebvre, Denise Thivierge et Pierre Fradette sont photographiés dans les nouveaux locaux du programme de Soins infirmiers du Collège d'Alma.

(Photo Chantale Hamel)

ALMA (PÉT)— Au Collège d'Alma, l'innovation a été un facteur de croissance. Ainsi, lors de la rentrée automnale, trois programmes comportaient des contenus et une approche pédagogique révisés: Techniques informatiques, Soins infirmiers et Gestion et exploitation d'entreprise agricole.

En informatique, on a inclus une formation sur les réseaux, le multimédia et les télécommunications, tout en conservant la formation de base sur les gros ordinateurs. Le Collège d'Alma avait abordé le passage vers l'an 2000 sous trois aspects: la technologie, la créativité, et la compétitivité ou la concurrence.

Directeur des études du Collège d'Alma, Edgar Snellen souligne les lettres des entreprises qui souhaitent voir se poursuivre

la formation concernant ces gros appareils.

En Gestion et exploitation d'entreprise agricole, on a innové en simplifiant la formation, en développant la diversité de la formation. Outre la production laitière, très importante dans la région, on peut aller jusqu'à spécialiser, par exemple, la production d'aubépines et de canneberges. Aussi, on arrime la formation en agriculture avec les AEC, les Attestations d'études collégiales, en somme la formation donnée par le service d'éducation permanente.

Le Collège est en pourparlers avec la Commission scolaire du Lac-Saint-Jean, afin de constituer un noyau fort en formation, en une même entité: formation secondaire, collégiale régulière et adulte. On ne prévoit pas de

construction, dans cette collaboration, mais ce n'est pas exclu.

Edgar Snellen rappelle qu'on prépare actuellement la révision de deux autres programmes, soit Sciences humaines, présent partout, et Musique qui accueilleront leurs étudiants dans des programmes modifiés, à l'automne 2002.

En Musique, on va investir au moins 400 000 \$ en équipement et aménagement de locaux, pour une option qui deviendra Techniques professionnelles de musique et de chanson. Ces travaux se feront après l'année académique, à l'été 2002. C'est à partir des contenus de programmes qu'on est à finaliser, qu'on verra quels sont les besoins en aménagement (plus de 150 000 \$) et équipement (267 000 \$).

Au programme technique de musique professionnelle, on songe à rendre accessible, outre le volet interprétation, une formation en arrangement et composition, pour les étudiants qui le désiraient, dans le cadre de leurs études de trois ans.

Il restera donc un seul programme à réviser, au Collège d'Alma, soit Techniques administratives, à l'automne 2003. Par ailleurs, une entente a été conclue avec l'UQAC pour une formation Dec/Bac: les étudiants du Collège d'Alma, inscrits en techniques administratives pourront, s'ils s'inscrivent en comptabilité ou administration à l'UQAC, obtenir un baccalauréat en cinq ans plutôt qu'en six. C'est de nature à faciliter le placement et la formation supérieure qui le facilite, tout en permettant à des jeunes de travailler d'abord avec leur formation collégiale en accédant à une ouverture qui se crée, avant de parfaire leur formation. Les étudiants de Collège I et II ont accès à cette formule.

Le principe s'est aussi développé en Soins infirmiers.

Pour faciliter le suivi à l'université, on veut faciliter l'accès aux cours, le perfectionnement universitaire, par des aménagements de la formation.

Aussi, Edgar Snellen croit qu'il y a un lien à privilégier entre la nation Attikamek et le Collège, en ce qui a trait à la formation des jeunes. Les inscriptions se font beaucoup en préuniversitaire et dans les option de la santé, mais on s'inscrit aussi en ébénisterie. D'autres continuent de recevoir une formation en Techniques policières autochtones, une formation de 12 mois. Outre Alma, seul un collège anglophone offre cette formation en formation continue.

ADAPTATION AU MILIEU

Des initiatives locales qui rapportent

ALMA (PÉT)— L'innovation a fait partie de la croissance du Collège d'Alma. C'est ce qui se dégage des propos du directeur des études, Edgar Snellen et du directeur général.

Actuellement titulaire de ce poste, Jean Lefebvre a vu, dans d'autres fonctions, nombre d'innovations au Collège, ce qu'il se plaît à rappeler. Il rappelle les initiatives locales concernant la mise en branle du programme informatique. Avant les autorisations du ministère, le conseil d'administration a développé une association avec un autre collège, faisant réaliser des économies à nombre de parents de Lac-Saint-Jean-Est, rappelle-t-il.

Aussi, le programme en Métiers d'art a bénéficié d'une approche de ce genre, quand des initiatives locales ont permis de contrer la politique ministérielle voulant qu'on crée un centre à Montréal et un à Québec: le Collège s'est associé à ce dernier.

M. Lefebvre rappelle les Initiatives de Techniques policières avec Témoignages en cour, devenu un modèle provincial: il s'agit d'une approche de simulation de procès, reprise ailleurs au Québec. Des initiatives ont aussi permis le développement de Techniques de sonorisation et d'enregistrement musical, un programme d'AEC; non subventionné en enseignement régulier, il a bénéficié d'une approche ingénieuse pour obtenir l'équipement nécessaire à la formation et l'entretenir, ajoute le directeur général.

Il cite aussi le Centre de trans-

fert technologique en agriculture, à Alma, des stages internationaux en Sciences humaines, l'association avec le Cégep de Trois-Rivières pour donner à Alma la première année du cours en Métallurgie et l'association avec les Cégeps de Chicoutimie et Jonquières pour une formation dans le secteur de la transformation de l'aluminium. Dès septembre 2002, un consortium formé des trois institutions offrira un programme d'études collégiales: Techniques de métallurgie, avec spécialisation en transformation de l'aluminium.

Les développements à venir sont par ailleurs assez nombreux.

Le Collège veut se positionner dans le domaine des services aux entreprises et travailler à la recherche et développement de nouveaux produits et programmes.

Des changements sont entrepris et d'autres vont se mettre en branle, avec l'idée d'être à l'écoute des attentes du milieu. L'accroissement de la formation continue en fait partie. Les changements amorcés en certains endroits font suite à une réflexion entreprise l'an dernier, dans ce cadre; on veut évaluer ce que pourrait être le Collège, dans les prochaines années.

«Notre structure est encore suffisamment légère pour permettre une adaptation rapide...», résume Lefebvre.

Le milieu

Le Collège d'Alma dit prendre le virage le conduisant davan-

tage à répondre aux besoins du milieu. Le directeur général Jean Lefebvre parle de développer des Attestations d'études collégiales de spécialité, dans le domaine de la sécurité. On s'y intéresse concrètement, au chapitre de la formation continue.

Depuis plusieurs années, le Collège donne une formation d'un an (AEC) en sécurité industrielle et commerciale.

Au plan médiatique, l'institution a travaillé à offrir des facilités nouvelles, au département d'ATI; on vient d'ailleurs de changer un laboratoire. Il y a sept ou huit ans, le programme d'arts plastiques n'avait plus qu'une dizaine d'étudiants, répartis en deux ans. Aujourd'hui, ce nombre dépasse la centaine, grâce à l'engagement actif des enseignants, attitude qui a amené le renouvellement de l'option.

Au cours de la dernière année, le Collège a développé une AEC en Techniques d'intervention en milieu carcéral, en collaboration avec le ministère de la Justice. On s'est rendu compte, avec des responsables gouvernementaux, des besoins de formation à ce chapitre, pour les agents correctionnels, par exemple en Techniques d'intervention en milieu carcéral, une option au potentiel régional et même provincial. Ainsi, cette AEC est encore exclusive au Collège d'Alma. On est prêt à dispenser ce programme et la clientèle existe. Le collège a placé, en juin, une demande de financement d'environ 140 000 \$ auprès d'Emploi Québec. La réponse a été diffi-



NOUVEAU - Pierre Fradette et Linda Larouche manipulent un squelette miniature dans un nouveau local du Collège d'Alma.

(Photo Chantale Hamel)

cée au début 2002. Le Collège rappelle qu'il s'agit d'une réponse rapide d'attentes formulées, même si on ne trouve pas de prison à Alma.

Le collège, qui y voit une priorité étudie des possibilités d'offrir cette formation par d'autres moyens. Il a évidemment refusé de transmettre son programme à d'autres cégeps, d'autant plus qu'il n'a pu encore l'expérimen-

LA COOPÉRATIVE DE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL CONSTITUE UN LEVIER ÉCONOMIQUE IMPORTANT

GAGNANTS(ES) GALA DU MÉRITE COOPÉRATIVE RÉGIONALE



Mérite Coopératif Régional 2001
Monsieur Benoît Harvey
Fédération de l'UPA du Saguenay-Lac-Saint-Jean



Mérite Coopératif 2001 - Secteur Producteurs
Monsieur Bertrand Robitaille



Mérite Coopératif 2001 - Secteur consommateurs
Centre de la Petite Enfance Coop au Pays des Lutins



Mérite Coopératif 2001 - Secteur travailleurs
Coopérative de travailleuses actionnaires
de couture High Tech 98



Mérite Coopérative 2001
Hommage à un effort exceptionnel
Coop des Artisans Radio-Soleil «CKAJ FM»

Mise en place il y a une quinzaine d'années, la Coopérative de développement régional (CDR) s'est donné comme mission de créer, maintenir et sauvegarder des emplois par le biais de la formule coopérative au Saguenay-Lac-Saint-Jean. Le premier rôle de la CDR du Saguenay-Lac-Saint-Jean est d'appuyer les groupes promoteurs ayant des projets coopératifs dans tous les secteurs d'activités économiques et faisant appel à ses services.

Ainsi, précisons que les quelque 132 membres de la CDR évoluent dans des coopératives de travailleurs, d'habitation, d'épargne et de crédit, du milieu scolaire, de la consommation, de la production et de l'économie sociale. Ajoutons, cependant, que, depuis 1994, trois secteurs coopératifs reçoivent davantage l'attention de la CDR, soit les coopératives de travailleurs (démarrage ou transformation d'entreprises à capital ou organismes sans but lucratif en coopérative), les coopératives de travailleurs actionnaires et les coopératives de solidarité.

Elle est à ce titre fière de certaines réalisations : la Coopérative de solidarité de maintien à domicile JAK (130 emplois), Boulangerie Coopérative du Royaume (16 emplois) et la Coopérative des travailleurs du Mont-Lac-Vert (75 emplois).

Une équipe de professionnels au service de ses membres

Le conseil d'administration de la CDR est composé de 11 représentants d'organismes membres. Comme l'explique le directeur général de l'organisation régionale, M. François Lepage, leur dynamisme et la qualité de leur implication contribuent grandement à la réussite des actions entreprises et à la réalisation des objectifs.

C'est aussi beaucoup un savoir-faire et à la disponibilité des professionnels de son équipe, formée de Caroline Bouchard, Annie Maltais et Régine Jobin, que la CDR doit ses nombreux succès en termes de démarrage de coopératives mais, également, du côté des demandes d'aide, que ce soit au niveau de la formation ou du redressement des coopératives.

En fait, notons que la CDR utilise toutes les ressources extérieures disponibles afin de réaliser des mandats spécifiques qui lui sont confiés. À ce titre, mentionnons que la CDR offre une gamme complète de produits variés et services dont les principaux sont : conseil aux promoteurs de projets sur le plan d'affaires ; conseil en financement ; conseil en démarrage ; diagnostic organisationnel ; conseil en développement organisationnel et des ressources humaines ; conseil en gestion participative ; suivi d'entreprises ; formation des promoteurs ; formation de membres, administrateurs, cadres et travailleurs de coopératives ; redressement.

Spécifions, en conclusion, que la CDR Saguenay-Lac-Saint-Jean, en vertu d'un protocole avec le Ministère de l'Industrie et du Commerce du Québec, est financée proportionnellement à sa performance relative à la création et à la sauvegarde d'emplois.

Un portrait révélateur

Tous secteurs d'activité confondus, la Coopérative de développement régional regroupe quelque 232 coopératives au Saguenay-Lac-Saint-Jean. Son action génère donc près de 3800 travailleurs, soit une masse salariale d'environ 80 millions \$ et un actif de 2,1 milliards \$.

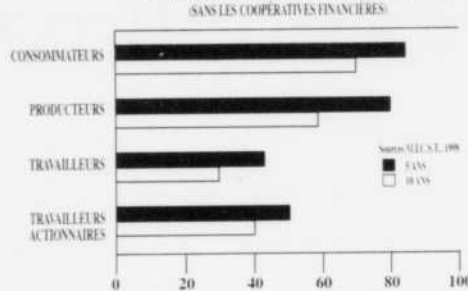
Ces statistiques confirment l'importance de la CDR en tant que levier économique régional. Son incidence prend tout son sens quand on examine, par ailleurs, le taux de survie des coopératives. Ainsi, la

Direction des coopératives du Ministère de l'Industrie et du Commerce vient de produire une étude relativement aux taux de survie des coopératives. Les données, recueillies depuis 1960, permettent une analyse en fonction du type de coopératives et de leur secteur d'activité - elles ne tiennent cependant pas compte des coopératives financières.

De façon sommaire, les résultats de cette étude révèlent que, de 1960 à 1995, il s'est créé 3795 coopératives, soit une moyenne de 108 par année. En 1998, 1697 d'entre elles étaient toujours en activité. Ainsi, 45 % des coopératives constituées depuis 1960 étaient toujours existantes en 1997. Après cinq ans d'existence, le taux de survie de l'ensemble des coopératives se situe à 80 %, et à 70 % après 10 ans ; si on exclut le secteur de l'habitation, le taux de survie des coopératives atteint 64 % après 5 ans et passe à 46 % après 10 ans, comparativement à 36 % et 20 % pour les entreprises qui ne sont pas des coopératives. Les résultats de la CDR régionale sont supérieurs à la moyenne provinciale qui est de 41 % pour 5 ans et de 25,3 % pour 10 ans.

Si l'on considère les coopératives par type et par secteur d'activité, les chiffres sont tout aussi révélateurs. Ainsi, après 5 ans, le taux de survie s'établit à 84 % pour les coopératives de consommateurs ; 76 % pour les coopératives de producteurs ; 45 % pour les coopératives de travail ; 51 % pour les coopératives de travailleurs actionnaires.

TAUX DE SURVIE DES COOPÉRATIVES



Un bilan positif pour le programme d'aide aux coopératives

La Direction des coopératives du Ministère de l'Industrie et du Commerce, (MIC) vient de publier un bilan positif du Programme d'aide aux coopératives. Programme dont les principaux axes d'intervention sont la promotion de la formule coopérative, la concertation des coopératives d'une région ou d'un territoire et l'aide technique (démarrage et suivi) aux coopératives.

Ce bilan montre l'enracinement des CDR dans leur communauté et dans le tissu coopératif régional et l'explosion du nombre d'entreprises démarrées depuis 5 ans reflétant une diversification des clientèles des CDR en plus de noter des percées significatives dans le secteur manufacturier, l'économie sociale et dans la nouvelle économie. Ce bilan évoque aussi le fait que les CDR ont développé plusieurs entreprises gagnantes ou à succès, que les emplois au départ qui ont été perdus ont été comblés en grande partie par la création d'autres emplois porteurs et que le coût par emploi au démarrage est peu élevé.

Les CDR devront, toutefois, chercher à contrer leur isolement et à améliorer leur fonctionnement en réseau ; atténuer les différences de philosophie entre CDR et les variations de leur approche régionale de développement ; accroître le partage de leur expertise



M. François Lepage
Directeur générale

et de leurs outils de travail.

Ainsi après 5 ans, le taux de survie des statistiques...

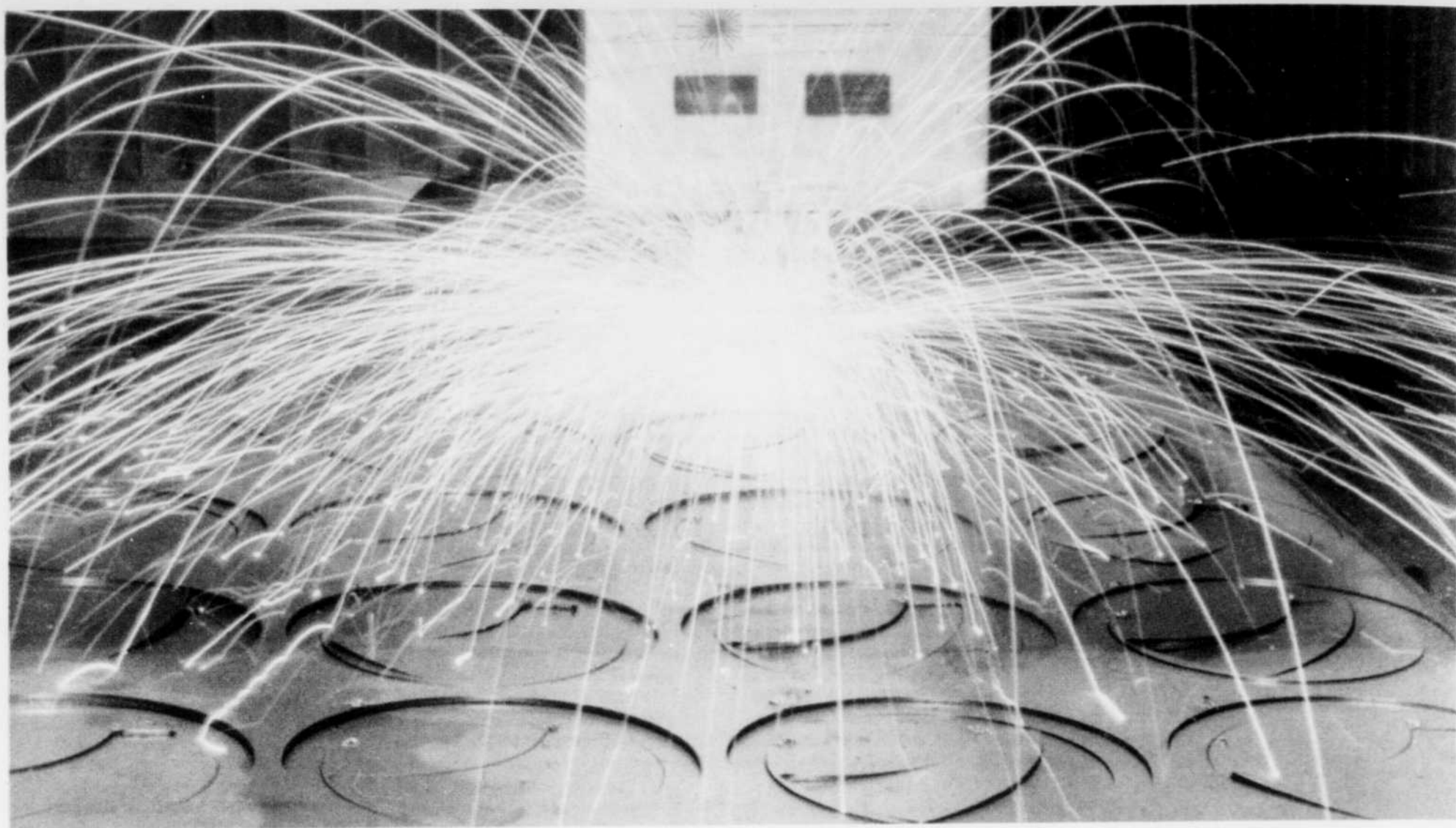
En 15 ans, l'enveloppe budgétaire consentie au Programme, par le MIC, est notamment passée de 2,5 millions \$ à 3,5 millions \$. Au Québec, le nombre de membres a augmenté de 629 à 962 depuis 1994 ; les entreprises démarrées par les CDR, depuis 1985, sont au nombre de 489 et une nette tendance à la hausse est enregistrée, à ce niveau, depuis 1994 (secteurs : primaire 11 %, secondaire 25,2 %, tertiaire moteur 16 %, tertiaire social 16,8 % et tertiaire autres 31,1 %).

Ce n'est pas moins de 7599 emplois qui ont été créés (39 %) ou maintenus (61 %) par le Programme d'aide aux CDR et l'augmentation des emplois créés se veut en progression depuis 1993. Les statistiques montrent qu'au démarrage, chacun des emplois créés coûte 2329 \$, comparativement à 2498 \$ en 1985 et que l'autofinancement des CDR se situe à 32 %.

Pour son bilan, le MIC a eu recours à une méthode d'analyse précise : période couvrant les années 1985 à 1999, évaluation de toutes les entreprises depuis le début du Programme (coopératives déclarées par les CDR et attestées par un vérificateur), survie, indicateurs (membership, autofinancement, entreprises démarrées, secteurs d'activités, emplois créés ou maintenus, survie des entreprises et des emplois, coût par emploi, etc.), deux groupes, soit les CDR initiales et les nouvelles CDR.



3885, boul. Harvey, Place St-Michel, bur. 407
Jonquière (Québec) G7X 9B2
Tél.: (418) 542-7222 • Téléc.: (418) 542-7366
Courriel: coopdr@videotron.ca
Site internet: www.cdrsls.jq.ca



Les électrotechnologies : un choix optimal pour les industries

Votre PME prend de l'expansion. Vous devez agrandir, rénover ou moderniser vos équipements. Avec 1200 réalisations à leur actif, les experts des Services à l'implantation des électrotechnologies (SIE) investissent tout leur savoir-faire dans l'orientation et la réalisation de vos projets. Études préliminaires, essais sous la supervision de notre Laboratoire des technologies électrochimiques et des électrotechnologies (LTEE), tout est mis en oeuvre pour minimiser vos coûts de production tout en maximisant votre productivité et votre rendement énergétique.

Les SIE, votre passeport pour la croissance.

Contactez l'un de nos représentants dans la région au
1 800 463-9900



Notre expertise à votre service • www.hydroquebec.com/affaires

Hydro-Québec soutient activement le développement régional

Bon an, mal an, l'implication d'Hydro-Québec à la vie sociale, culturelle et sportive du Saguenay – Lac-Saint-Jean frise le demi-million de dollars. Tous les secteurs d'activités y trouvent leur compte.

Soutien humanitaire et science

Centraide Saguenay – Lac Saint-Jean est l'organisation privilégiée par le personnel et la direction d'Hydro-Québec dans la région qui lui remettaient un chèque de 150 000 \$ en début d'année. De même, les fondations des principaux centres hospitaliers de la région reçoivent l'appui d'Hydro-Québec. De plus, l'Université du Québec à Chicoutimi est largement supportée par des contributions importantes, entre autres à la Chaire sur le givrage atmosphérique et au département d'Études sur les populations.

Fêtes et festivals

Consciente de son rôle de bon citoyen corporatif, Hydro-Québec est fière de s'associer aux principaux festivals dans la région. Carnaval-Souvenir de Chicoutimi, Jonquière en Neige, Festival du Bleuets de Dolbeau-Mistassini, Fêtes gourmandes de Delisle, Chanson en Fête de Saint-Ambroise, Regard sur la relève du cinéma québécois et de nombreux autres événements se partagent une enveloppe de commande considérable.

Vie artistique et culturelle

Hydro-Québec apporte sa voix et joue un rôle de soutien important aux arts. C'est connu. Chez nous, une trentaine d'organismes reçoivent un appui financier. Pensons à L'Orchestre symphonique du Saguenay –



Lac-Saint-Jean à Ville de La Baie, à la rétrospective québécoise Québecissime à Jonquière, au Festival de musique du Royaume, aux maisons d'enseignement de l'art comme l'Académie de ballet du Saguenay, le Prisme culturel, le Théâtre Mic Mac, l'Atelier de musique de Jonquière ou les Amis de chiffon!

Vie sportive

En 2001, la Traversée internationale du lac Saint-Jean à Roberval a eu lieu sous la présidence d'honneur de monsieur Jacques Ménard, président du Conseil d'administration d'Hydro-Québec. Une implication qui en dit long sur le support de l'entreprise à cette manifestation internationale à laquelle elle participe par sa filiale TransÉnergie.



Hydro-Québec supporte également l'élite jeunesse dans plusieurs disciplines sportives par la remise de bourses d'encouragement.

Mise en valeur de notre environnement

En marge de ses projets d'amélioration de ses équipements, Hydro-Québec permet aux organisations régionales de bénéficier de crédits importants à être investis dans des projets de développement durable. La mise en valeur de l'environnement a fait pousser dans la région une multitude de promenades et parcs urbains, aménagés avec goût, de L'Anse-Saint-Jean à La Doré. Par sa contribution majeure au Zoo sauvage de Saint-Félicien et à la Véloroute des Bleuets au cours des dernières années, Hydro-Québec a cimenté sa volonté de promouvoir les richesses régionales.



Retombées économiques locales

Enfin, l'an dernier, Hydro-Québec et le Conseil régional de concertation et de développement paraient une entente visant à maximiser les retombées économiques locales.

À ce chapitre, les près de 650 employés(es) répartis sur le territoire ont injecté plus de 40 millions de dollars dans l'économie régionale en 2000. Pour leur part, les achats de biens et services locaux connaissent une nette croissance, passant de 11 millions de dollars qu'ils étaient en 1999 à près de 35 millions de dollars l'an dernier.



Groupe de travail conjoint pour l'optimisation des retombées économiques régionales relatives aux projets et activités d'Hydro-Québec : De gauche à droite : rangée du bas : Ghislain Harvey, Hydro-Québec; Claude Munger, CRCD et président du groupe de travail; Michel Michaud, directeur régional Hydro-Québec; Réjean Couture, CLD Lac-Saint-Jean Est. Rangée du haut : Marc Londot et Bruno Larouche, Hydro-Québec; Alain Migneault, ministre de l'Industrie et du Commerce; Daniel Larouche, CLD du Fjord-du-Saguenay; Ravenald Guy, Hydro-Québec; Marie-Claude Côté, CRCD; Michel Fleury, Hydro-Québec. N'apparaît pas sur la photo : Alain Boulianne, Société des fabricants régionaux.



Le développement de l'économie passe par une nouvelle approche



RETOMBÉES - Le président de la Chambre de commerce d'Alma, Daniel Pedneault, estime qu'il faut maximiser les retombées, pour qu'elles servent à d'autres projets.

(Photo Steve Tremblay)

par Paul-Émile Thériault

ALMA (PÉT) — Il faut savoir dépasser les effets de l'important investissement que constitue l'usine Alcan d'Alma. Même si l'usine comptera finalement 300 nouveaux emplois, pour un total pouvant atteindre 750 employés, il faut se garder de pavoiser et négliger de faire tous les efforts pour développer l'économie locale.

Telle est la préoccupation de la Chambre de commerce d'Alma, dont celle de son président Daniel Pedneault. Dès le départ, il s'est dit que le milieu almatois réussirait, dans la mesure où les entreprises qui vont travailler dans le cadre de ce projet vont être capables d'intégrer dans leurs propres structures ce qu'elles ont appris de ce projet et d'exporter l'expertise acquise.

Ainsi, dit-il en substance, si elles peuvent adopter et adapter leurs nouvelles façons de faire à leurs nouveaux contrats, cela peut leur ouvrir bien des portes. M. Pedneault parle donc d'innovations, dans les mentalités.

Arrivé tout juste du congrès des Chambres de commerce du Québec à Shawinigan, il parle de partenariat, une réalité déjà manifeste dans le milieu almatois, avec les collaborateurs que sont la Société d'aide à la collectivité, le Centre local de développement et les comités municipaux d'Alma, notamment

celui portant sur la maximisation des retombées de l'usine.

Il envisage que l'expertise acquise par bien des entreprises sur le chantier Alcan puisse servir dans le cadre d'autres projets.

Projet majeur

Daniel Pedneault songe avec intérêt au projet de construction du quatrième barrage sur la rivière Péribonka, un projet d'un milliard que le premier ministre Landry est venu annoncer, en septembre.

Sans s'attarder aux aspects techniques de ce nouveau projet, il espère que les entreprises de la région et du milieu de Lac-Saint-Jean-Est vont tirer profit de l'expérience acquise avec le chantier Alcan d'Alma, un projet de 2,2 milliards \$ qui atteint finalement les 2,9 milliards \$ canadiens.

«Il faut faire en sorte de prendre l'expertise acquise sur ce chantier et la transposer sur ce chantier-là, que les dirigeants d'entreprises analysent leurs bons coups et erreurs, afin de bien se positionner pour ce nouveau projet, pratiquement sur notre territoire!», résume-t-il. À son avis, les entreprises qui vont savoir effectuer ce positionnement vont avoir une longueur d'avance.

Il pense d'abord à des entreprises comme Bétons préfabriqués du Lac, Groupe Proco et d'autres, traditionnellement animées par une vision.

Étape

Le président de la Chambre de commerce croit important que les entreprises du milieu saisissent bien l'effet de levier que de tels projets peuvent constituer pour leur entreprise et ne se contentent pas de saisir la manne que constitue, temporairement, un volume accru d'affaires.

«Il ne s'agit pas, dit-il, de maximiser seulement les rendements à court terme. Certaines entreprises n'ont peut-être pas le choix de procéder ainsi, mais l'idéal est de développer une approche à plus long terme.»

Un portail Internet

ALMA (PÉT) — La Chambre de commerce d'Alma travaille actuellement à un projet de portail régional sur Internet, en collaboration avec la Société d'aide à la collectivité Lac-Saint-Jean-Est et le Centre local de développement Lac-Saint-Jean-Est. Ce projet consiste à regrouper tous les intervenants socio-économiques et entreprises de la région sous une même adresse: www.lacstjean.com. Le lancement officiel pourrait s'en faire lors du gala annuel, le samedi 3 novembre, le site étant accessible vers la mi-novembre environ, au plus tard.

Au point de départ, on visait exclusivement le territoire de la MRC de Lac-Saint-Jean-Est. Le président de la Chambre de commerce, Daniel Pedneault, croit cependant à l'intérêt que manifestent les Chambres de commerce, qu'il sera possible d'y faire adhérer le Lac-Saint-Jean au complet.

«Nous sommes conscients que, pour des gens de l'extérieur, le mot Lac-Saint-Jean est évocateur, contrairement à Lac-Saint-Jean-Est», dit-il, au sujet de l'esprit qui a animé l'idée d'ouvrir la porte aux autres Chambres de commerce. Il parle d'approches faites auprès des MRC, municipalités, CLSC et autres partenaires potentiels, pouvant trouver une vitrine dans cette porte d'entrée du Lac-Saint-Jean».

Bien sûr, on fera ce qu'il faut pour créer des hyperliens conduisant à d'autres sites régionaux et on s'attend à ce que les choses se fassent aussi dans l'autre sens. En somme, croit-on à Alma, c'est toute la région qui y gagnerait, en bout de ligne.

Spécialisation et sous-traitance font partie des solutions d'avenir

ALMA (PÉT) — Les développements à venir dans l'ancienne usine Alcan d'Alma, par le biais du CETAL, et l'annonce d'un projet comme celui d'Alumiform, au Saguenay, sont de nature à avoir des effets positifs sur l'économie du milieu almatois.

«Il serait intéressant qu'une synergie se crée. Nous allons peut-être voir se développer des liens d'affaires, de la sous-traitance ou un processus de spécialisation là-bas et à Alma, des volets qui vont se compléter l'un l'autre», avance-t-il, optimiste. Il est loin de voir comme négatifs les développements survenant «dans d'autres secteurs de la région ou dans des municipalités autour de nous. Je vais me réjouir si les choses vont bien pour Alumiform, car je sais que des entreprises vont graviter autour». Il

rêve, par exemple, de voir apparaître à Alma une entreprise de même envergure qui développerait une expertise différente, pouvant établir des partenariats profitables à toute la région: «C'est avec une vision plus large qu'on va se diriger vers la seconde transformation! Il faut savoir dépasser la vision qui se limiterait à notre ville et à notre MRC.»

Il voit d'ailleurs dans cette façon différente de voir les choses, une manière d'innover. À ce chapitre, il vante la culture entrepreneuriale qui s'est développée à Alma depuis, particulièrement la création du comité socio-politique, lors de la crise qui a touché, à l'époque l'usine d'Abitibi-Price, devenue depuis Abitibi-Consolidated. «Nous sommes capables de nous parler. Nous n'entendons pas de dissensions

profondes entre leaders politiques et économiques du milieu. Nous avons plutôt développé une culture de concertation et de collaboration qui est en train de dépeindre ailleurs», dit-il. Il donne aussi pour exemple l'attitude développée lors des audiences publiques autour du projet Alcan et la concertation lors des préparatifs et de la tenue de la 35e finale des jeux du Québec, à l'été 1999.

Parlant de recette almatoise, il prend aussi pour exemple la collaboration qui se développe entre la Chambre de commerce d'Alma et celles des autres municipalités d'importance du Lac-Saint-Jean: Saint-Félicien, Roberval, Dolbeau-Mistassini et Normandin. Un rassemblement autour d'une même table va conduire à des prises de position

communes et au travail de mêmes intérêts, fait-il observer.

Dans un premier temps, outre l'attitude, il se manifeste des projets innovateurs, par exemple du côté d'Internet. «En collaborant, nous sommes capables d'être tous gagnants, d'être plus forts. Nous sommes peut-être moins flamboyants qu'ailleurs, mais le travail et ses résultats sont là!»

Au nombre des voies d'avenir, il évoque la deuxième et la troisième transformation du bois et de l'aluminium. «Il faut générer une base et essayer ensuite de développer des petites entreprises autour. Il sera peut-être plus facile pour les entrepreneurs de faire des affaires, par exemple avec Alumiform ou les entreprises du CETAL qu'avec Alcan, qui n'est pas accessible à tout petit entrepreneur.»

Les MATELAS et OREILLERS SUÉDOIS TEMPUR

**Une technologie
innovatrice
pour un sommeil profond
et détendu**

**Une technologie de l'espace à
votre rescousse**

Le sommeil est nécessaire à la vie et développe même la créativité... Alors, si comme la majorité des gens, vous avez changé de position au moins 80 fois durant la nuit, votre sommeil n'a sûrement pas été suffisamment réparateur pour vous permettre d'offrir vos pleines capacités!

Mais pourquoi est-ce si difficile de trouver une position confortable pendant la nuit? C'est probablement dû à la pression qui s'exerce à certains points de votre corps lorsque vous êtes étendu... habituellement sur vos épaules, votre dos, vos genoux ou vos chevilles. Cette pression limite souvent la circulation du sang, ce qui peut entraîner un malaise ou un engourdissement. D'où le besoin, la nuit, de vous retourner si souvent.

Un bon matelas peut éviter bien des douleurs...

Pire, plusieurs maux peuvent découler ou être renforcés par une mauvaise posture du corps durant la nuit: céphalées, raideurs de la nuque, bras endoloris, problèmes de hanche, chevilles douloureuses, rhumatisme inflammatoire, mal de dos et lumbago sciatique, genoux endoloris, peuvent être évités avec un matelas assurant une répartition uniforme de la pression.

Un bon matelas ne doit jamais ni être dur ni mou, mais plutôt conçu d'un matériau et d'une densité unique ayant donc la propriété d'absorber la pesanteur (énergie) et le mouvement (étude à l'appui).



Les matelas Tempur éliminent justement tous ces points de pression grâce à un matériau révolutionnaire. Développée initialement pour les astronautes, soumis à de fortes pressions lors du décollage et de l'atterrissage, le matériau Tempur est composé de millions d'alvéoles sphériques ouvertes, où l'air ambiant circule à 100 %, qui au lieu de s'écraser se déplacent pour épouser les formes de votre corps.

(Au Nano millimètre)

Son confort est tel que dans les hôpitaux, où le matériau Tempur fut d'abord utilisé, on a remarqué que les gens souffrant d'arthrite, de douleurs musculaires, de maux de dos, de rhumatisme, d'ostéoporose et de blessures causées par des accidents, allant même jusqu'à prévenir les plaies de pression, bénéficiaient d'un soulagement exceptionnel en plus de mieux dormir.

Désireux de faire profiter ces bienfaits à toute la population, la compagnie suédoise qui a adapté le matériau Tempur exporte aujourd'hui ses matelas, coussins et oreillers partout à travers le monde, jusqu'au Meuble Gilles Emond à Delisle. Avant d'acheter ces produits révolutionnaires, assurez-vous d'en obtenir leur authenticité, même d'exiger des références par écrit.

Les produits Tempur ont d'ailleurs accédé au Temple de la Renommée de la technologie spatiale américaine pour le transfert de la technologie des recherches aéronautiques et spatiales au secteur privé pour sauver des vies, favoriser le développement économique et améliorer la qualité de vie du genre humain.

Maintenant disponible à Delisle, au Lac-Saint-Jean

Hyppoallergéniques, exempt de CFC et de formaldéhyde, les matelas et oreillers Tempur feront de votre lit l'endroit par excellence pour vous reposer et vous revigorer. Pour toute autre précision, informez-vous auprès du dépositaire Gilles Emond Meubles.

 **eubles**
Gilles Emond Inc.

Le plus grand au Lac-Saint-Jean

1663, rue Ste-Marie, Delisle, Lac-Saint-Jean

347-3315 1-888-826-3315

Le plus grand choix de matelas au Saguenay - Lac-Saint-Jean

Chez

Saturn Isuzu du Saguenay Auto L.P. Tremblay Itée

Toute la famille nous tient
à coeur et nous aimons
bien le souligner!



On rencontre de plus en plus nos véhicules
sur la route... et pour longtemps

Surveillez
l'arrivée prochaine
de la nouvelle
VUE



Informez-vous!



VOITURES D'OCCASION
de SATURN

POUR FAIRE TOUT AUTREMENT.

Saturn Isuzu du Saguenay Auto L.P. Tremblay Itée

Votre concessionnaire «Saturn» au Saguenay - Lac-Saint-Jean
1330, boul. du Royaume, Chicoutimi 549-3320



Techmat innove et étend son réseau d'exportation

ROBERVAL(RT) - Si la firme Techmat de Jonquières et de



ROGER Tremblay

rtremblay@progresdimanche.com

Roberval connaît une forte croissance depuis quelques années dans un milieu aussi spécialisé

en ingénierie des sols et des matériaux, c'est que ses dirigeants n'ont pas cessé d'innover depuis sa fondation en 1983.

Cette firme réalise traditionnellement des études géotechniques pour des routes, des ponts, des bâtiments, des barrages et toutes autres constructions reliées au génie civil. Elle fait le contrôle de la qualité et de la mise en place des matériaux de construction (sols, bétons de ciment, béton bitumineux et autres) et aussi la caractérisation environnementale des terrains.

Son équipe technique et professionnelle compte plus de 50 personnes originant majoritairement de la région Saguenay-Lac-Saint-Jean. Le défi pour le président-directeur-général, Régis Bouchard, est de maintenir ce niveau d'emploi technique en région. Pour y arriver, il faut plus que simplement exister.

«Un des axes de succès de l'entreprise a été de modifier et de diversifier les services offerts. Techmat fut la première firme privée de l'Est du Canada à introduire l'utilisation d'outils d'investigation de terrain sophistiqués, et cela dès 1995. Nous avons mis sur pied un laboratoire de métrologie en région, service qui était embryonnaire avant 1999», raconte Régis Bouchard.

Le succès de ces développements a été très important pour Techmat et lui a permis d'aller travailler hors région, exportant ainsi son savoir-faire. Les équipes de terrain de la firme se sont retrouvées dans toutes les régions du Québec, en Ontario, au Nouveau-Brunswick, en Colombie-Britannique et même en Californie.

Sur la même lancée, Régis Bouchard a présenté, dans le cadre de la Conférence annuelle de géotechnique canadienne tenue récemment à Calgary, les résultats du développement et de l'application d'une technique d'échantillonnage des sols gelés.

«Cette technique a été utilisée pour échantillonner les noyaux gelés de certains barrages du Réservoir Caniapiscau à la Baie-James au printemps 2000. Ces travaux ont été un succès total, selon les représentants du client Hydro-Québec», ajoute Bouchard.

Cette même technique a été modifiée et utilisée pour réaliser



SOPHISTIQUE - Le président-directeur-général Régis Bouchard montre ici l'échantillonneur de grand diamètre. Techmat est la seule entreprise à posséder cet instrument sophistiqué.

(Photo Sylvain Dufour)

Une recette gagnante

CHICOUTIMI (CP) - Les PME qui ont assuré leur croissance en innovant savent fort bien à quoi elles doivent leur réussite. Pour elles, l'innovation est tout bonnement un mode de vie, une culture qui sous-tend toutes leurs actions. Ce sont des entreprises qui accueillent toute forme de changement à bras ouverts, qui sont prêtes à se transformer du tout au tout et qui ont appris depuis longtemps à travailler plus intelligemment et non plus fort.

Les entreprises les plus florissantes appliquent des méthodes innovatrices chaque fois qu'elles prennent des décisions d'affaires, que ce soit à l'égard de la technologie, des matériaux, des prix, des méthodes de marketing ou des techniques de service à la clientèle. Elles proposent des solutions d'affaires originales qui génèrent une nouvelle demande ou leur permettent d'exploiter différemment la demande existante, et qui

débouchent sur une productivité supérieure, un accroissement du nombre d'emplois et des rendements plus élevés.

Plusieurs études de recherche réalisées par Statistique Canada durant les années 1990 ont montré que les PME innovatrices et prospères ont en commun un certain nombre de stratégies importantes.

Parmi celles-ci, les plus performantes sont celles qui innoveront aussi bien au chapitre des produits que des processus.

Dans l'ensemble, les entreprises innovatrices se soucient davantage que les autres de tout ce qui touche à la recherche, à la technologie, aux ressources humaines, aux marchés, aux produits, au financement et aux pratiques de gestion.

Elles sont plus enclines à mettre l'accent sur des activités de recherche et de développement qui donneront naissance aussi bien à des produits qu'à des processus innovateurs.

des forages avec échantillonnage continu dans l'exploration des sols de fondation d'une digue du futur réservoir Pikauba dans le Parc des Laurentides. Pour ce dernier projet, près de 95 % de toute la colonne stratigraphique a été récupéré dans quatre forages de 30 mètres et plus de profondeur.

En se tenant ainsi à la fine pointe du développement et de l'innovation, Techmat assure sa croissance et sa pérennité. Cette firme offre une division géotechnique, une division environne-

ment, une division des sols et matériaux, une division sondages et forages, et finalement une division Tech In Situ. Dans ce dernier cas, les objectifs sont de rendre disponibles des outils tels que le piézocône, l'échantillonneur de grand diamètre, le perméamètre d'exploration spécifiques et d'offrir des services de consultation spécialisés pour des travaux non conventionnels. Pour atteindre ces objectifs, Techmat a réuni connaissance, expérience, infrastructure et ressources humaines.

FALMEC INDUSTRIES

995 ave Bombardier Nord,
Alma, Qc, G8B 6H2

Tel: 418-662-3663

Fax: 418-662-5787

www.falmec-industries.com

Accréditation : ISO 9002 et A.S.M.E.

Services d'urgence 24h/24h
7 jours / 7 jours
(418) 818-1798



- * Fabrication Mécanique Industriel
- * Fabrication de produits et composantes en aluminium
- * Services d'entretien industriel

L'agro-tourisme prend de plus en plus de place dans la région



ALMA (PÉT)— L'innovation qui s'applique à l'industrie agro-touristique régionale, en émergence, contribue à sa croissance et à celle de ses partenaires. C'est lors d'un petit colloque sur ce thème, en 1997, qu'on a connu, dans la région, les premières traces d'un lien entre les premières initiatives de cette nature.

Les Fêtes gourmandes de Delisle en avaient été l'instigateur. La ferme Cinq étoiles, de Sacré-Coeur, l'une des premières organisations à développer cette notion, existait déjà depuis un moment, rapporte Nadine Boutin du quartier Saint-Coeur-de-Marie d'Alma, à la fois présidente d'Agro-tourisme Saguenay—Lac-Saint-Jean et directrice générale des Fêtes gourmandes ainsi que du circuit agro-touristique De la terre... à la table.

Cette activité met à contribution des participants de trois municipalités ou secteurs: Saint-Coeur-de-Marie, maintenant quartier d'Alma, et Delisle, dont elle faisait partie, ainsi que Saint-Henri-de-Taillon. Exemples à l'appui, elle évoque les retombées que ses activités ont enclenché pour les locations, repas et dépenses d'essence. Les Fêtes gourmandes sont davantage d'envergure régionale et mettent l'accent sur les nouvelles productions. «Ce n'est pas du jour au lendemain que tout va changer, surtout dans l'alimentation», explique-t-elle.

Mme Boutin rappelle que le tout est une affaire d'évolution progressive. «Ça fait cinq ans que les gens du milieu parlent d'agro-touristique, ils veulent la développer, faire en sorte que cette notion progresse dans la région», analyse-t-elle. L'agro-tourisme profite d'un principe de base, à savoir le retour à la terre, dit-elle: «Les gens veulent voir ce qu'ils mangent, savoir d'où ça vient, comment se font les productions et travaillent les producteurs». Elle rappelle que la Table de concertation en agro-tourisme a constaté qu'il fallait vraiment adopter une gestion pour aider les gens: en premier lieu, ce sont les producteurs qui se développent. L'accueil, l'animation et la clientèle sont des volets touristiques qui s'ajoutent au fur et à mesure du développement des entreprises participantes, mais il faut faire en sorte, par une planification bien orchestrée, d'avoir des initiatives complémentaires, plutôt que semblables les unes aux autres, par exemple à la suite d'un succès.

«Il faut un équilibre à la grandeur de la région. Agro-tourisme Saguenay—Lac-Saint-Jean est là pour aider à trouver de nouvelles idées et bâtir des choses».

Agro-tourisme Saguenay—Lac-Saint-Jean bénéficie depuis seulement un an des services d'une employée. Cet été, elle a fait le tour des producteurs. Cet automne, elle s'emploie à établir des statistiques qui permettront d'avoir le portrait de la situation.

Au plan concret, deux emplois à temps plein vont apparaître au bureau administratif réunissant les Fêtes gourmandes, le circuit De la terre... à la table et Agro-tourisme Saguenay—Lac-Saint-Jean. Chacune des organisations ne peut se payer un employé à temps plein, mais la mise en commun des ressources permet d'établir un calendrier de travail où la répartition des efforts permet à chacune de bénéficier de support nécessaire à sa croissance. «C'est comme ça que nous pouvons réussir à se développer. Nos organismes ne sont pas millionnaires et se développent lentement», dit-elle.

Fêtes gourmandes

Cette année, l'animation diversifiée de la cinquième édition des Fêtes gourmandes

s'était déroulée sous un chapiteau de 300 pieds par 60. Il y est passé quelque 8000 visiteurs.

Après cinq ans d'existence, les Fêtes gourmandes de Delisle entreprennent une nouvelle étape du développement de la transformation de quelques produits, en appui aux producteurs concernés. L'objectif est de faire en sorte qu'à chaque année, un ou deux nouveaux produits régionaux puissent faire leur place sur les tablettes des supermarchés régionaux.

Après avoir aidé à la popularité de l'agneau d'Agneaux Sag-Lac d'Alain Maltais et Philippe Lapointe, l'organisation a été à même de constater, à l'édition 2001 des Fêtes gourmandes, en août, la grande popularité des saucisses d'autruche.

Des cuisiniers de la région se sont aussi signalés pour l'obtention du premier et du troisième prix au concours provincial de silure d'élevage.

Le chef Louis Normand, 34 ans, du restaurant Le Bordelais d'Alma, a participé aux deux dernières éditions des Fêtes gourmandes. Plus tôt cette année, il avait décroché le premier prix québécois du concours en question.

Le troisième prix était allé à Diane Tremblay, chef du restaurant le Privilège de Chicoutimi.



PROGRESSION - Nadine Boutin, à la fois présidente d'Agro-tourisme Saguenay—Lac-Saint-Jean et directrice générale des Fêtes gourmandes ainsi que du circuit agro-touristique De la terre... à la table, rappelle que ça fait cinq ans que les gens du milieu parlent d'agro-tourisme, et qu'ils font en sorte que cette notion progresse dans la région.

CIRCUIT DE LA TERRE... À LA TABLE

Un guide pour les producteurs verra le jour

ALMA (PÉT)— Nadine Boutin a commencé à écrire un livre sur l'agro-tourisme. Il s'agit d'un projet spécial de l'Initiative canadienne des collectivités rurales agricoles.

Cette organisation, en lien avec Agriculture Canada, lui a fourni une subvention pour écrire sur l'expérience-pilote qu'a constitué le démarrage du circuit agro-touristique De la terre... à la table. Mme Boutin va situer le vécu de son équipe dans la perspective du démarrage d'entreprise.

Il s'agit, en somme, de constituer une sorte de guide du producteur. Ce document servira de référence. «Nous voulons que, pour un producteur qui veut démarrer un projet chez lui, toutes les informations pertinentes soient disponibles», résume-t-elle.

Mme Boutin doit livrer son travail en avril, avec une parution qui ne saurait ensuite tarder. La diffusion se fera à grande échelle: l'ouvrage sera disponible sur Internet, en anglais et en français. Les gens qui voudront avoir une copie traditionnelle devront payer. En plus de faire connaître le circuit De la terre... à la table, cette expérience servira de base à l'élaboration de plusieurs autres projets, ce qui n'est pas pour déplaire à Mme Boutin: «Chacun pourra développer son projet avec son cachet, son authenticité.»

Bien sûr, l'expérience de l'équipe du circuit jeannois sera profitable à tous ceux et celles qui voudront développer des projets. «L'agro-tourisme est une industrie différente des autres; il faut que cela parte de la base: il faut que ce soit sur la terre, chez le producteur que se prenne la décision de faire de l'agro-tourisme...», réaffirme Mme Boutin. Elle insiste sur le fait que lors de son approche des producteurs jeannois ayant contribué à édifier le circuit De la terre... à la table, elle a constaté

une volonté bien réelle de leur part de démarrer des activités de ce genre. Les personnes concernées avaient déjà l'idée de mettre quelque chose sur pied, chacun de leur côté. Son équipe et elle ont réuni ces bonnes volontés déjà manifestes, explique-t-elle en substance. «C'est pour ça que le circuit a fonctionné: grâce à une volonté de la base et non une insistance de l'extérieur.»

Après quatre ans, le circuit affiche un bilan de maturité, d'expérience et de très belles connaissances, analyse-t-elle: «C'est une expérience que je n'aurais pu obtenir ailleurs...

Nous apprenons tant par nos bons coups que nos erreurs. Je suis vraiment heureuse du cheminement parcouru».

Ainsi, dit-elle en lien avec le thème du présent cahier, la croissance par l'innovation, se fait aussi en développant les voies de l'agro-touristique. Ailleurs en Europe, aux États-Unis, ce domaine est plus développé. Même au Québec, il se vit des expériences intéressantes, sur une échelle restée modeste, mais avec des projets prometteurs, spécifie Mme Boutin. «Nous ne connaissons pas encore beaucoup notre agro-tourisme».



SEARS*



LES BELLES Années

La vie à son meilleur.

SEMAINE LES BELLES ANNÉES DU LUNDI 22 OCTOBRE AU DIMANCHE 28 OCTOBRE 2001

Les personnes de 50 ans et plus

Campagne d'adhésion
au programme

LES BELLES
Années
La vie à son meilleur.
de Sears

Pour seulement

19⁹⁹\$
+ taxes



ET VOUS OBTENEZ DES RABAIS INSTANTANÉS

À l'adhésion, vous obtiendrez un livret de
coupons-rabais d'une valeur de 150 \$
applicable sur vos achats futurs en magasin et
en catalogue et plusieurs autres avantages

En adhérant
cette semaine,
participez au tirage
d'un certificat-
cadeau d'une valeur
de 100 \$

Épargnez 5%
de plus

Sur vos achats
d'électroménagers,
quincaillerie,
électronique, petits
appareils électriques.

AU MOMENT DE L'ADHÉSION

Épargnez 10%
de plus

Sur vos achats
mode et
litterie.

AU MOMENT DE L'ADHÉSION

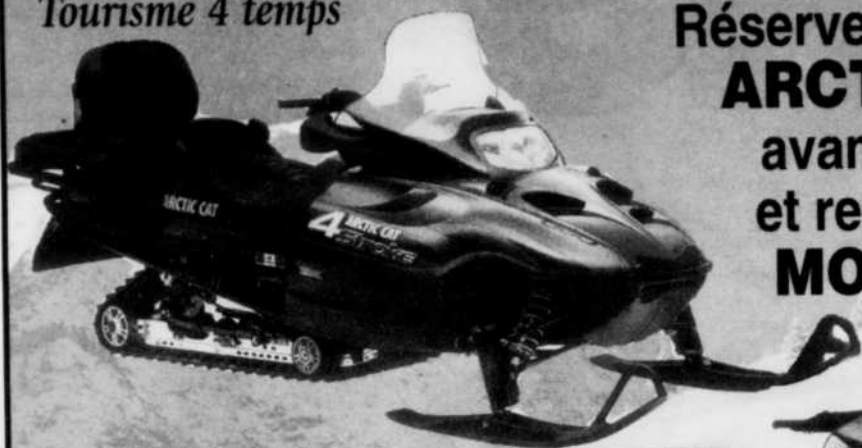
À l'exclusion des cosmétiques, du centre d'optique, du studio de photo et du centre de l'auto.
À L'ADHÉSION, CETTE SEMAINE SEULEMENT.

BIENVENUE À TOUS, À CETTE SEMAINE DE MAGASINAGE!

Pour plus de détails sur le programme Les Belles Années, venez nous voir en magasin.

Prenez de l'avance!

Tourisme 4 temps



Réservez votre motoneige
ARCTIC CAT 2002
avant le 31 octobre
et recevez un lot de
MONNAIE CAT

ZR 800 EFI



Pantera 800 EFI



ZR 800 EFI SS



Bearcat WideTrack

ARCTIC CAT®
Ça c'est de la motoneige!

DALLAIRE
ST-BRUNO

560, Melançon
Saint-Bruno
Tél.: (418)
343-3758

TRX350 4X4

Le TRX350 de Honda

IL DÉFINIT SA PROPRE CATÉGORIE.

- Puissant moteur compact refroidi par air, à montage longitudinal pour optimiser l'efficacité du système d'entraînement et à soupapes en tête pour maximiser le couple et abaisser le centre de gravité.
- Le TRX350 offre au choix la boîte de vitesses avec système révolutionnaire de sélection électrique (ESP) avec boutons de commande montés sur le guidon ou la boîte classique à 5 rapports avec sélection au pied et embrayage automatique.
- Le TRX350 à traction en permanence aux quatre roues avec différentiel avant à glissement limité offre une traction maximale et possède une suspension à long débattement avec une excellente garde au sol.
- Mensualités faciles et sans complications, avec le financement RPM de Honda.

Obtenez un pare-brise avec miroir
GRATUITEMENT à l'achat d'un TRX 350 4X4



TRX350 4X4

PORTEZ TOUJOURS UN CASQUE,
DE LA PROTECTION POUR LES
YEUX ET DES VÊTEMENTS
PROTECTEURS APPROPRIÉS ET
S.V.P. RESPECTEZ
L'ENVIRONNEMENT, OBSERVEZ
LES LOIS ET LISEZ
ATTENTIVEMENT VOTRE MANUEL
DU PROPRIÉTAIRE. HONDA
RECOMMANDE DE SUIVRE UN
COURS DE FORMATION APPROUVÉ
POUR PILOTER VOTRE VTT.



TRX500FA

LE VTT DE L'ANNÉE 2001 selon ATV Magazine.

- Le premier moteur de VTT Honda à quatre-temps et refroidi par liquide est un modèle de 499cc à soupapes en tête, pour plus de couple et un centre de la gravité plus bas.
- La boîte de vitesses Hondamatic™ à rapports continuellement variables est hydro-mécanique et offre trois modes de changement de vitesses incluant l'ESP —sélection électrique au doigt brevetée de Honda. La robuste Hondamatic, contrairement aux systèmes à courroies offre un vrai frein-moteur et est pratiquement sans entretien.
- L'entraînement continu par les quatre roues utilise un différentiel avant à glissement limité, pour une traction supérieure et une direction plus légère.
- Mensualités faciles et sans complications, avec le financement RPM de Honda.

Obtenez un treuil 2000 lb avec rouleau
GRATUITEMENT à l'achat d'un TRX 500



TRX500FA



www.honda.ca

DALLAIRE
ST-BRUNO

HONDA HS928TC/TCD



Moteur Honda ST de 9 ch.
Boîte de vitesse hydrostatique Slick Shift™.
Éjecteur assisté avec manette, démarreur élect. CC et tarière à inclinaison assistée par gaz livrables (modèle TCD seulement). Entraînement par deux chenilles avec largeur de déblaiement de 28 po.

ANS
GARANTIE
NON COMMERCIALE

AN
GARANTIE
COMMERCIALE

HONDA
Produits
Mécaniques

EM2500CC (Nouveau)

2500 watts de douce puissance Honda dans un cadre complet et durable



Conception ultracompacte et légère avec le système Cycloconverter - 30 % plus léger que les modèles conventionnels
Moteur fiable à 4 temps GX160, 5.5 hp, ST, de Honda
Gros silencieux pour un niveau de bruit de 68 db à puissance nominale
Régulation précise de voltage par la technologie Cycloconverter
Capacité de charge de batteries 12 VCC
Disjoncteur intégré pratique
Grand réservoir 10,2 L, permettant jusqu'à 7,5 h de fonctionnement continu
Protection par un cadre complet
Entretien minimal

560, Melançon
Saint-Bruno
Tél.: (418)
343-3758

Une réputation fondée sur l'expérience et le savoir-faire

De nos jours, la récupération prend une signification importante. Industriel Métal du 3510, de l'Énergie dans le parc industriel de Jonquière est devenu, au fil des ans, le centre régional de récupération de métaux (commercial, industriel et résidentiel). Filiale de SNF inc. le leader dans le marché de la récupération et du recyclage de métaux ferreux et non ferreux, Industriel Métal emploie, en période de pointe, pas moins de 25 personnes qui offrent un service de qualité. SNF est la seule compagnie au Canada dans son champ d'activités à détenir une accréditation ISO 9002 (sa filiale de Jonquière travaille pour l'obtenir dans un avenir rapproché).

Si le passé est garant de l'avenir, Industriel Métal s'appuie donc sur des bases solides. Ces gens d'ici travaillent pour les gens de la région du Saguenay—Lac-Saint-Jean Chibougameau-Chapais depuis maintenant dix ans. Son histoire parle d'elle-même.

Industriel Métal est né de la fusion de trois entreprises de la région. D'abord, 1997, G.B. Métal (division carcasses automobiles) entreprenait la première fusion. En mai 1999, s'ajoutait Létourneau Métal d'Alma et en juillet de la même année, Métaux Lucien Côté complétaient le triumvirat pour former Industriel Métal, raconte Richard Gagnon, directeur des opérations de l'entreprise.

La mission Industriel Métal consiste à agir comme grossiste auprès des recycleurs de métaux déjà en place et de desservir les manufacturiers de la région avec les nouvelles normes environnementales.

«À vrai dire, nous constituons la nouvelle génération de recycleurs de métaux, en prônant avec beaucoup de transparence ce qu'est le recyclage des métaux dans les années 2000. Industriel Métal regroupe des activités

majeures sous un même toit, soit l'achat et la vente de métaux ferreux et non ferreux, ainsi que les carcasses d'automobiles et finalement, notre activité de fonderie d'aluminium secondaire. On achète ainsi la matière première et nous la préparons selon les exigences de nos clients», précise Richard Gagnon.

Industriel Métal, présidé par Jean-

détecteur de radioactivité (Rad-Com) afin de répondre aux besoins de certains de nos fournisseurs. Et, nous travaillons aussi avec un Métal Scan qui nous permet de différencier ou analyser les métaux lorsqu'ils arrivent ici à notre usine», ajoute le directeur des opérations.

Industriel Métal comprend une flotte de 50 unités constituée de remorques,

re première est expédiée par wagon. Ce qui nous donne une plus grande efficacité pour gérer nos entrées et nos sorties. Qui plus est, notre produit est livré directement dans les aciéries, ce qui constitue aussi un avantage énorme pour nos clients et pour nous. Depuis le mois de mai, nous utilisons environ 25 à 30 wagons par mois», confirme Richard Gagnon. Au printemps 2002, l'entreprise veut installer aussi une balance pour ces wagons, ce qui facilitera encore plus le travail des employés. «De par notre mission claire de valorisation, Industriel Métal est vu comme un «partenaire essentiel» dans la société. Nous travaillons beaucoup avec les différentes villes et la perception du public est très positive à notre endroit. Notre activité constitue une valeur ajoutée» conclut Richard Gagnon qui œuvre en compagnie du contrôleur Normand Desgagné.

Le Groupe SNF compte quatre succursales (Laval, Québec, Saint-Basile N.-B. et Jonquière) et le siège social se trouve à Laval. Ce groupe traite annuellement 650 000 tonnes de métaux ferreux et non ferreux. D'envergure internationale, SNF, qui compte 30 ans d'existence, couvre le plus important réseau de recyclage desservant l'Est du Canada. Le Groupe SNF et ses filiales possèdent leurs propres usines de traitements et il n'y a aucun intermédiaire afin d'offrir les meilleurs prix. Sa réputation n'est donc plus à faire car il offre un juste prix aux fournisseurs et un produit de toute première qualité à chacun de ses clients. Outillages ultra-modernes, SNF s'adapte constamment aux exigences du marché. Que ce soit l'équipement, les outils, la machinerie ou les méthodes de transformation, tout est taillé sur mesure afin de répondre aux besoins spécifiques de sa clientèle. SNF, une réputation fondée sur l'expérience et le savoir-faire.



Société nationale de ferrailles

Guy Hamelin, fait aussi la cueillette à la source, presse, déchiquette et recycle une large part du marché des rebuts de métaux ferreux et non ferreux (cuivre, aluminium, acier inoxydable et autres), ferraille de toutes sortes tout en offrant un service de conteneurs et de camion «roll off». Selon Richard Gagnon, Industriel Métal a acquis une grande qualité de préparation du matériel, ce qui lui donne une bonne place sur le marché pour vendre aux aciéries locales et internationales.

«Depuis mars 2001, Industriel Métal traite annuellement 40 000 tonnes de métaux ferreux et 3 000 000 de livres de métaux non ferreux. Nous utilisons de l'équipement très spécialisé et moderne pour servir nos fournisseurs à travers la région. Les quatre succursales de SNF possèdent aussi un

de camions, tout en disposant de dix équipements lourds (pelles, chargeurs sur roues) des cisailles hydrauliques, sept camions, dix remorques, 125 conteneurs.

«Nous travaillons beaucoup à développer notre entreprise en partenariat avec les manufacturiers (Alumiform, Spectubes et autres) pour les aider à rentabiliser au maximum leurs rebuts ferreux et non ferreux en ayant des valeurs ajoutées. Nous mettons beaucoup d'efforts à offrir un meilleur service à nos fournisseurs qui se font de plus en plus nombreux», estime Richard Gagnon.

Industriel Métal compte aussi sur trois balances des plus perfectionnées et utilise avec beaucoup de succès le chemin de fer pour expédier sa marchandise.

Il faut savoir que 80 % de notre matiè-



**3510, rue de l'Énergie,
Jonquière**

695-1520 / sans frais: 1 877 695-1520



Les sites naturels de Desbiens seront davantage mis en valeur



CHANGEMENT— La Société récréo-touristique de Desbiens a rendu un hommage posthume au père Gérard Blanchet en donnant son nom au camping-plage. On voit ici le comité de la Société récréo-touristique de Desbiens: Hilaire Audet, Gérard Lavoie, le président Guy Villeneuve, Lucie Régner et Bertrand Côté.

DESBIENS (PÉT)— La Société de développement touristique de Desbiens devrait innover en plusieurs points et améliorer la croissance de la caverne Le Trou de la fée et du camping-plage Blanchet, d'ici cinq à sept ans. On y voit un facteur majeur de croissance, pour l'économie touristique de la municipalité, car ce sera un précieux appui aux deux sites naturels en question.

La Société dispose de ressources informatives précieuses, pour ce faire, soit un imposant document résultant d'un projet de cinq semaines d'évaluation. Ce travail avait été mené à bien par dix finissants en Aménagement et interprétation du patrimoine du Cégep de Saint-Félicien, supervisés par trois professeurs.

Une quarantaine de propositions variées concernent le territoire visé, divisé en trois zones; elles concernent notamment des projets de parois d'escalades,

accès pour le canoë-kayak et développements de ce sport, l'aménagement de sentiers pour courtes et moyennes randonnées pédestres, la construction d'escaliers d'accès à des sites, le développement de l'interprétation et l'ajout d'accès par d'éventuelles voies cyclables, une exposition au pavillon d'accueil et des ponts suspendus conduisant les amateurs de marche au-dessus de la rivière Métabetchouane. À première vue, le maire Claude Turcotte avait situé le coût de réalisation entre 200 000 \$ et 300 000 \$ et parlé, du même souffle, de partenariat et de réalisation progressive. Le superviseur aux opérations et au développement, Gerry Desmeules, croit que cette somme ne comprend pas les frais des trois ponts suspendus. Le plus haut aurait une élévation entre 150 et 200 pieds. «L'idée des ponts suspendus est de former des boucles, que

le visiteur ne revienne pas sur ses pas. La tour d'observation pourrait être le point de rencontre de deux sentiers», explique M. Desmeules.

Lui-même et Hilaire Audet, membre du comité de la Société récréo-touristique de Desbiens, soulignent la volonté des administrateurs d'améliorer le site, d'y créer du nouveau. Bertrand Côté et Gérard Lavoie s'occupent beaucoup de la caverne Le Trou de la fée. Ils ont contribué à établir des priorités de développement, lors d'une rencontre de la Société, plus tôt cet automne. La construction d'une tour d'observation sur la montagne, au-dessus de la caverne, capte en premier l'attention des administrateurs. Dans une entrevue menée à Desbiens dans le cadre du Cahier économique, on a parlé d'une tour d'une hauteur de 60 à 100 pieds, afin de permettre un coup d'oeil complet sur le lac Saint-Jean, un panorama de 360 degrés.

Cela nécessiterait l'aménagement d'un sentier et éventuellement de paliers. On envisage d'y développer progressivement des thèmes qu'il reste à identifier, pour chaque palier. «Il faut y prêter vie, donner une âme à cette tour-là», résume Gerry Desmeules. Il évoque les thématiques d'interprétation des garde-feu, de la géologie et de la végétation.

M. Audet est particulièrement affecté au camping, en compagnie de Lucie Régner, secrétaire et administratrice.

Intéressé directement par l'affluence, le propriétaire du restaurant «Desbiens venue», Robin Lessard est le premier à se réjouir des projets à venir. Il témoigne des références mutuelles qui se font déjà dans le milieu.

Comme M. Desmeules, il rêve de voir les visiteurs prolonger leur séjour dans sa municipalité, ce qui ne peut manquer d'avoir des effets positifs sur l'économie, grâce aux développements à venir. «Desbiens a toujours eu une vocation touristique et les gens recherchent de plus en plus un tourisme qui les mène aux sources de la vie, à la nature...», conclut pour sa part Gerry Desmeules.

Le Centre du Mont Lac-Vert grandit

HÉBERTVILLE (PÉT)— C'est en développant les activités variées et en se donnant une vocation sur quatre saisons que le Centre récréo-touristique du Mont Lac-Vert est parvenu à changer le regard des gens sur son site. L'innovation concerne tant les infrastructures nouvelles que la façon de faire.

Même si le Centre affiche une croissance constante depuis la prise en mains par la nouvelle administration coopérative, il y a cinq ans, le directeur général Alain Girard convient d'emblée que l'industrie du ski alpin est fragile, d'où l'importance apparue lors de la crise économique de 1990, d'élargir la vocation des lieux. Signe des temps, le nombre de stations de ski est passé de 113 à 86, dans un Québec où la population vieillit.

Pendant ce temps, le Centre s'est mis à travailler, surtout depuis cinq ans, à mettre au point un programme de planification stratégique qui ne cesse de porter ses fruits. Graduellement, se sont ajoutées une panoplie d'activités et aménagements se mariant avec sa vocation de base.

M. Girard souligne notamment l'association qui s'est faite avec le partenaire qu'est la Corporation du Parc Kénogami avec laquelle s'est développée la Longue randonnée, un parcours pédestre de 45 kilomètres, avec trois refuges pouvant accueillir jusqu'à 10 personnes, la nuit. À

moyen et long terme, on prévoit que ce parcours attirera des touristes de l'extérieur de la région.

Depuis deux ans, l'équipe du Mont Lac-Vert cherche à développer la courte randonnée, laquelle s'adressera à une plus vaste clientèle. On veut ajouter des boucles plus ou moins longues, dans le cadre de l'aménagement d'un parcours de cinq kilomètres. La clientèle des écoles et terrains de jeux durant l'été, ainsi que l'ensemble de la famille à l'automne devraient y répondre très favorablement. L'hébertiste y trouvera un terrain on ne peut plus approprié. L'hiver, ces sentiers deviendront un parcours pour raquetteurs.

Ainsi, une marche de 20 à 25 minutes sera accessible au sommet de la montagne, tandis que d'autres pourront s'intéresser à un séjour de deux heures au lac Moïse, à deux kilomètres du sommet, et où des infrastructures d'accueil sont à prévoir.

La randonnée pédestre est maintenant l'activité favorite, en Amérique du Nord. À Hébertville, on veut donc appliquer autrement un principe qui a fait ses preuves: aller chercher la masse en ajoutant les glissades en tube au ski alpin, plus élitiste. Il y a eu croissance depuis cinq ans, mais ce potentiel est limité. Toucher la masse est un critère fondamental de rentabilité.

À moyen terme (3 ans), on vise 25 000 visiteurs, l'été, pour un total de 100 000 visiteurs par

an; déjà l'an dernier, on en avait eu 84 000, dont 76 000 reliées à l'hiver.

Depuis trois ans, la MRC de Lac-Saint-Jean-Est soutient l'organisation dans le cadre d'un programme de mise en valeur de la forêt. Cela a permis de disposer d'une somme approchant les 90 000 \$. À la fin octobre, on pourra offrir de l'interprétation et les services connexes.

La tour d'observation d'une hauteur de 30 pieds, située au sommet de la montagne, est maintenant une réalité appréciée. L'horizon accessible, à 360 degrés, permet une vue imprenable, particulièrement par temps clair, notamment sur le lac et une large part de son pourtour, ainsi que la plaine de Lac-Saint-Jean-Est.

«Quand nous aurons complété nos investissements au haut de la montagne, nous serons la seule station de ski de la région à avoir autant de potentiel d'exploitation», lance avec fierté le directeur général. En plus de constituer directement un facteur d'attraction touristique, cette approche permet de consolider les emplois existants, lesquels ont aussi une incidence financière sur la vie économique et sociale du milieu.

Déjà le succès de festival automnal Montagn'art et des fins de semaines d'animation est établi. L'année 2001, été et automne, a été la meilleure à date.



Alain Girard

Une revue musicale est aussi à l'affiche jusqu'au trois novembre.

Partenariat

L'ajout d'autres partenaires devrait conduire à des développements additionnels, après les associations avec la Corporation du Parc Kénogami et Aventure grandeur nature. En copropriété avec des gens d'affaires, le centre est aussi propriétaire des terrains des alentours, ce qui ouvre des portes, pour l'avenir. En plus de son positionnement hivernal, Alain Girard parle de développer une niche particulière dans le créneau estival. «Il s'agit de développer des activités pour compléter l'offre touristique, ne pas faire concurrence à ce qui existe ailleurs», conclut-il, évoquant une vocation nature et culture, déjà amorcée.

Service de Pneus Ruelland Inc.



L'équipe compétente!



**Déménager dans leurs
nouveaux locaux
Plus modernes
Plus vastes
Toujours pour le même
excellent service**

Sur la photo:

- Claude Boucher**, 20 ans d'expérience
mécanique générale et spécialiste en
alignement.
- Denis Dufour**, 7 ans d'expérience,
homme de service.
- Éric Tremblay**, 25 ans d'expérience,
propriétaire.
- Steeve Trotier**, 20 ans d'expérience
en mécanique générale.
- Robin Duchesne**, 20 ans d'expérience
en mécanique générale et spécialiste en
alignement.
- Hubert Tremblay**, aviseur technique,
5 ans d'expérience.



**ENTREPRISE CERTIFIÉE
PAR MICHELIN.**

SERVICES OFFERTS:

ÉQUILIBRAGE
FREINS
SUSPENSION
ALIGNEMENT
MÉCANIQUE GÉNÉRALE
ENTREPOSAGE
AMORTISSEURS
SILENCIEUX



UNIROYAL
ROULEZ BIEN, ROULEZ LOIN!™

BFGoodrich
PRENEZ LE CONTRÔLE™



ALLIANCE
LES PROFESSIONNELS DU PNEU

756, boulevard Barrette, Chicoutimi (418) 549-5656

Une gastronomie conjugquée sur un mode d'excellence

par Andrée Rainville

LA BAIE (AR) - L'utilisation de la superbe verrière de la salle à manger de l'Auberge des 21 comme lieu d'interview s'imposait. Lorsqu'on veut parler de gastronomie et de tourisme, quoi de mieux qu'une table donnant vue sur le fjord, étalé tranquillement quasi à nos pieds et s'ouvrant pourtant sur un horizon montagneux et aventureux!

La réputation du chef propriétaire de l'Auberge des 21, Marcel Bouchard, n'est plus à faire. Tout au long de ses 25 ans d'expérience (les débuts remontent en 1976, où il acquérait Le Provençal, à Alma), Marcel Bouchard a en effet remporté de nombreux prix, honneurs et récompenses. Ici dans la région, et également sur le plan national, une renommée qui le positionne avantageusement sur les circuits internationaux de tourisme où les étoiles et les fourchettes de l'hôtellerie et de la gastronomie constituent une référence de premier ordre.

Selon Marcel Bouchard, il est très important de se démarquer, lorsqu'on veut se positionner dans ce secteur où la concurrence est omniprésente, les concurrents fussent-ils des voisins. Ainsi, pendant quatre fins de semaine de septembre et octobre, les quatre auberges baieri-

veraines — Auberge des 21, Maison de la Rivière, Auberge des Battures et Auberge de la Grande-Baie — ont innové cette année en instaurant des soupers chantants et musicaux. Une formule intéressante, qu'il faudra cependant figner et ajuster si on veut la poursuivre, estime Bouchard.

Lorsqu'on parle tourisme et gastronomie, tout de suite on se demande quel type de touriste il s'agit d'aller chercher pour rentabiliser ces établissements. C'est que pour le genre d'hôtellerie qui prévaut à l'Auberge des 21, tout est important, de l'accueil au service, de la cuisine aux salles de réunion, et jusqu'au volet hébergement où tout est perçu et élaboré dans les moindres détails.

Pour Marcel Bouchard, qui est membre de plusieurs associations de chefs, restaurateurs et hôteliers, aucun doute ne subsiste quant à ces exigences. Et c'est pour cela que l'établissement dont la cuisine est son royaume, peut se classer parmi les meilleurs circuits offerts sur le marché.

Ainsi, l'Auberge des 21 s'insère parmi les 24 établissements québécois de «Hôtellerie champêtre» (aucun lien de parenté avec les Tables champêtres), dont le réseau de distribution s'étend largement au-delà

de nos frontières. Dans la catégorie Auberge (où figurent, histoire d'établir un parallèle pour le lecteur, l'Auberge Lakeview Inn des Cantons de l'Est, et l'Auberge des Falaises de Charlevoix), l'Auberge des 21 de La Baie affiche, à l'instar de ces établissements fort bien cotés, le convoité 4 étoiles.

Seul autre établissement du Saguenay-Lac-St-Jean à figurer dans ce réseau, cette fois dans la catégorie Auberges en forêt, l'Hôtellerie Cépale de Jonquière récolte trois étoiles.

Une passion

Pour Marcel Bouchard, la cuisine constitue une passion. Déjà du temps de sa petite enfance (Marcel Bouchard est natif de St-Nazaire), il se souvient d'avoir pris la place de sa mère qui s'activait à la confection d'un plat. «Je voulais essayer moi aussi!», lance-t-il avec une lueur amusée dans l'oeil. Et quand est venu le temps des études supérieures, il a choisi l'hôtellerie parmi quatre possibilités où se profilait également une ouverture en droit.

De sa feuille de route depuis ses études à l'Institut d'hôtellerie du Québec, soulignons l'expérience de propriétaire et chef (c'est là qu'il a acquis ses titres de noblesse en cuisine) du Pro-



CAVE À VIN - Le chef Marcel Bouchard a constitué une cave de plus de 6000 bouteilles, un atout que lui envie bien des établissements hôteliers. (Photo Jeannot Lévesque)

vençal d'Alma, à laquelle s'ajoutent deux ans au Manoir Richelieu et deux autres années en direction du Centre de recherche en hôtellerie de Montréal, où il fut sollicité pour plusieurs réceptions où se retrouvaient différentes personnalités politiques et autres, du Québec, du Canada, et aussi de l'étranger lorsqu'ils étaient hôtes des drapeaux fleur de lys et feuille d'érable.

Depuis huit ans, Marcel Bouchard est chef propriétaire de l'Auberge des 21. Outre sa cuisine raffinée, sa cave à vin renfermant plus de 6000 bouteilles — un volet exceptionnel qui fait la fierté du chef et... l'envie d'autres cuisines réputées au Québec! — l'Auberge s'est bâtie une solide réputation pour son accueil et son service, qui s'étend à ses 23 chambres, neuf suites et quatre salles de réunion. Le personnel comprend 38 employés.

Congrès et tourisme d'hiver, des secteurs à développer

par Andrée Rainville

LA BAIE (AR) - Les propos de Marcel Bouchard, chef propriétaire de l'Auberge des 21, sont sans équivoque: si on parle d'une clientèle à cibler pour son établissement, il ne faut surtout pas ignorer la clientèle régionale, celle qui vient manger régulièrement, ou qui s'offre un forfait de quelques jours. Avec le Centre de santé connexe, une franchise indépendante de l'Auberge, celle-ci jouit d'un atout supplémentaire.

D'autre part, il est intéressant de souligner ici que pour l'Auberge des 21, la clientèle provenant de la Côte-Nord constitue un apport qui ne se dément pas.

En ce qui a trait aux clientèles saisonnières et épisodiques, donc du côté des secteurs à développer, Marcel Bouchard identifie les congrès, un domaine que toute la région a



CUISINE - Comment décrire Marcel Bouchard dans sa cuisine, ici avec une pièce de saumon, sinon qu'il y règne tel un chef dans son royaume! (Photo Jeannot Lévesque)

intérêt à exploiter, à vendre davantage, parce qu'il est illimité et rentable, ainsi que le promoteur créneau du tourisme

d'hiver et de la motoneige.

Tout cela, bien sûr, sans oublier la clientèle européenne, férue de bonnes tables et toujours sensible à une cave bien garnie!

Pour ce qui est du menu, continuellement en changement, car il faut innover pour s'imposer dans un peloton de tête, et également par respect pour sa clientèle régulière qui en apprécie la diversité, Bouchard précise que de 30 à 35 % des clients choisissent le volet gibier, qu'un pourcentage similaire opte pour le poisson, et que les abats sont devenus ce qu'il convient d'appeler sa marque de commerce.

Les produits de sa table, le chef les achète chez nous, sauf pour certaines spécialités tel le poisson. L'exigence première? La qualité. Pour les herbes fines, il les puise pour plusieurs dans le jardin de l'auberge. Et bientôt, il pourra compter sur les

produits d'un verger qu'il a aménagé à sa résidence.

En terminant, Marcel Bouchard souligne qu'une nouvelle clientèle émerge de plus en plus, une clientèle jeune qui économise pour y venir déguster une bouteille de grande maison. Une bouteille dispendieuse, qu'ils n'assortissent pas nécessairement de nombreux plats, et dont, en gourmets, ils apprécient chaque gorgée.

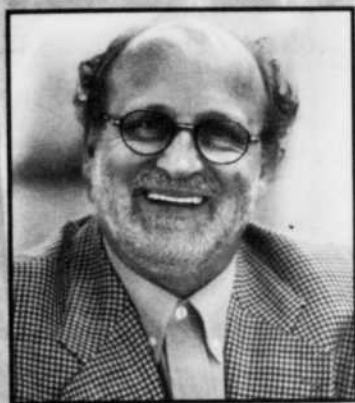
Lorsqu'il raconte cela, Marcel Bouchard est heureux. Cela signifie que son secteur s'accroît. Mais ce sentiment se conforte sans doute aussi du fait qu'il reconnaît là des traits de sa personnalité. Car le raffinement, le bon goût, et pourquoi pas la recherche de la perfection, constituent des qualités fondamentales de la personnalité du chef, récipiendaire du prix de l'Hôtelier 2000 et du prix Renaud Cyr pour la revalorisation de la cuisine au Québec.

Maître d'oeuvre d'un gala à 1000 \$ le couvert

LA BAIE (AR) - Le chef Marcel Bouchard sera le grand timonier, le 3 novembre prochain à la salle à manger de l'ancien Hôtel Windsor à Montréal, de la 5^e édition du gala (250 convives à 1000 \$ le couvert) associant l'ITHQ et les marchands Métro. C'est la première fois que le chef baieriverain sera le maître d'oeuvre de l'événement, avec confection du menu, qu'il en sera donc le chef de la brigade de cuisine au grand complet. Un beau fleuron à ajouter à son tableau! Les profits de cet événement huppé, auquel chaque convive s'attend évidemment à ce que table et sommellerie soient grandioses, vont à la création de bourses pour le perfectionnement de connaissances d'étudiants en hôtellerie. Le thème de ce 5^e gala sera le Portugal.

Au coin du Tapis

La passion de la décoration



André Hudon
Propriétaire



Nycole Hudon
Propriétaire

- Céramique
- Plancher bois flottant
- Tapis
- Tuile
- Prélart
- Peinture
- Draperie

**Accessoires de décoration
pour votre intérieur**
cuisine, salon,
chambre à coucher,
salle de bains.

Nous avons tout ce qu'il
vous faut pour faire de votre
intérieur un endroit accueillant.

Décoratrices d'expérience
en magasin ou à la maison.
Pour rafraîchir votre intérieur,
faites confiance à l'équipe
de **AU COIN DU TAPIS**.

Une institution dans le
domaine de la décoration
depuis 1966!

9 mois/ sans intérêts

**1740, boul. Talbot
Chicoutimi**

549-6240

No de licence R.B.Q.: 8264-5706-26

**AU COIN DU
TAPIS**

0049723

ACHARD

LOCATION

strongco

location

LES ÉQUIPEMENTS J. ACHARD LTÉE annonce son association avec STRONGCO LOCATION

Afin d'offrir une gamme plus complète d'équipements motorisés, que ce soit pour la vente ou la location, nous disposons d'une flotte de chariots élévateurs standard, tout-terrain, télescopiques, des chargeurs à benne de type unichargeur, articulés et à bras pivotant, d'une gamme de mini-excavatrices, des transporteurs de produits en vrac, des plates-formes élévatrices à ciseaux, des plates-formes télescopiques et à mât articulé de type électrique, à gaz, propane et diesel, pour un usage intérieur ou extérieur.



*Tout sous un
même toit avec
une équipe dynamique*

DISPONIBLE 24 H / 24 H

*Un seul numéro de téléphone
548-7182*

Notre service à la clientèle répond à tous vos besoins avec du personnel spécialisé, formé par les manufacturiers d'équipements.



VENTE - LOCATION - SERVICE

LES ÉQUIPEMENTS J. ACHARD LTÉE

3175, boul. du Royaume, C.P. 321
Jonquiére (Québec) G7X 7W1

Tél.: (418) 548-7182

Fax: (418) 548-1456 - Sans frais: 1-800-701-7480
Courriel: jachard@videotron.ca

00495749

Distributeur:



GROVE
MANLIFT

MANTOU

TCM

AUSA

THOMAS

ATLAS

Automobiles Du Fjord INC. 545-3135 CHICOUTIMI

Propriétaire d'Automobiles du Fjord à Chicoutimi, l'homme d'affaires, M. Camil Tremblay, est favorablement connu dans le milieu automobile, puisqu'il évolue dans ce secteur depuis maintenant trente-cinq années, dont quatorze ans à la barre de son commerce de la rue Alma. Le dirigeant d'Automobiles du Fjord est le seul concessionnaire régional à disposer de trois franchises en un unique endroit, soit Volvo, Mercedes-Benz et Subaru.

En constante évolution et afin de répondre à la demande grandissante de sa clientèle, M. Tremblay a investi une somme importante afin d'agrandir sa superficie. En effet, une salle de montre a été aménagée spécialement pour les produits Volvo. Preuve que la croissance de l'entreprise est en pleine effervescence.

UN PRODUIT DE QUALITÉ SUPÉRIEURE

L'entreprise familiale - Camil Tremblay est en l'occurrence heureux de compter sur l'appui de ses deux enfants: Marc et Lina - est en effet associée à des produits d'un niveau de qualité très élevé. Respectivement japonais, allemand et suédois, les manufacturiers Subaru, Mercedes-Benz et Volvo n'offrent que des produits impeccables qui ont tous comme principales caractéristiques leur grande sécurité sur la route, leur extrême qualité de conduite et leur endurance à toute épreuve.

Ce qui est très intéressant voire révélateur chez ces manufacturiers, c'est la constance de la qualité du produit suggéré, peu importe le modèle. Les ventes de chacun des fabricants que représentent Automobiles du Fjord sont continuellement à la hausse. Ce constat positif est certes relié à l'arrivée de nouveaux modèles, adaptés aux goûts et aux besoins des marchés nord-américains mais aussi à la réputation de Subaru, Volvo ou encore Mercedes-Benz qui n'est plus à faire.

UN SERVICE À LA CLIENTÈLE AXÉ SUR LA QUALITÉ

Le succès d'Automobiles du Fjord est certes attribuable à la qualité du produit mais il est aussi lié à tout l'apport des membres de l'équipe formée de Rémi, Steve, Josée, Bruno, Sylvain, Marcel, Roberto, Éric, Damien, Pierre, Maurice et Martin, qui ont à cœur la bonne marche des opérations et travaillent fort pour y parvenir. La philosophie même d'Automobiles du Fjord est la qualité du service à la clientèle. Les représentants sont là avant tout pour agir comme conseillers auprès des clients afin qu'ils soient en mesure de réaliser le meilleur achat qui soit. Cette importance accordée à la qualité du service s'applique tant à la vente des véhicules neufs, qu'usagés et se transporte, de plus, du côté du service, de l'entretien et de la réparation. Chaque technicien a reçu et reçoit très régulièrement une formation pointue de manière à détecter rapidement un problème et le solutionner tout aussi vite. Ils sont à ce niveau aidés par la présence d'équipement à la fine pointe de la technologie actuelle.

Ainsi, Automobiles du Fjord a quatorze ans et M. Camil Tremblay estime important, à ce stade-ci des choses, de remercier sa distinguée clientèle de son encouragement et de sa fidélité au fil des années. En retour, il lui promet de continuer à lui donner entière satisfaction, comme l'exige, d'ailleurs, les manufacturiers qu'il représente avec tout le professionnalisme qui se doit.



Mercedes-Benz



C'est la Volvo qui a surpris tout le monde.

Une conception visionnaire rendue puissante par l'engagement Volvo à la sécurité des occupants. Un concept si avancé qu'il franchit le millénaire et ouvre la voie à une nouvelle ère de technologie de performance et de conception de sécurité.

C'est la meilleure de sa catégorie. Elle atteint un degré supérieur de perfection. Mais fidèle à l'héritage Volvo, la S60 offre cette conduite sophistiquée sans pour autant céder à un appareil de mauvais goût. Un mélange élégant de luxe, de performance et de confort personnel, dans cette Volvo comme dans toutes les autres de ce siècle, la sécurité est la première priorité.

La S60 offre de nombreuses caractéristiques de protection des occupants. Par exemple, le rideau gonflable unique offre aux passagers avant et arrière une protection contre les impacts latéraux. Le système Volvo de protection contre le syndrome cervical (WHIPS) est conçu de manière à réduire les syndromes cervicaux traumatiques débilissants causés par les collisions par l'arrière. Une Volvo sous tous les angles, la S60 ouvre vraiment la voie.



VOLVO S60

VOLVO

LE NOUVEAU LOOK FOUGUEUX DE LA TRACTION INTÉGRALE OUTBACK

« L'habit ne fait pas le moine » dit le proverbe. Permettez-nous de le démentir. En effet, nous sommes d'avis que la performance de la nouvelle Subaru Outback est à la mesure de son look extraordinaire. Grâce à un habitacle réaménagé et à une ligne de carrosserie typiquement européenne, la Outback est aussi passionnante à regarder qu'à conduire. Mais ce qui fait que la Outback est si exceptionnelle, c'est qu'elle est dotée de la meilleure traction intégrale qui soit, contrôlée de manière intelligente par un ordinateur de bord. Votre Outback peut donc réagir immédiatement aux conditions changeantes de la route, souvent bien avant vous. Visitez www.subaru.ca ou téléphonez au 1 800 876-4AWD pour plus de détails.

SUBARU

VOLVO MERCEDÉS - BENZ SUBARU

833, RUE ALMA, CHICOUTIMI - G7H 4E7
TÉL.: (418) 545-3135 - TÉLÉC.: (418) 545-7679

QUE VOUS SOYEZ PRÊT OU PAS, LA VOICI! VOTRE MERCEDES.

Nous avons créé la nouvelle Classe C 2002 pour mettre tout ce que nous savons sur les voitures à la disposition d'un plus grand nombre de personnes. Et pour permettre au maximum de personnes possible de profiter des innovations et des caractéristiques qui, jusqu'alors, n'étaient offertes que par les voitures les plus sophistiquées au monde.

Vous pensiez peut-être qu'une telle automobile n'était qu'un rêve. Ou qu'elle n'était pas prête à voir le jour. Eh bien, elle tient à la fois du rêve et de la réalité.

LA NOUVELLE C.



Quel rapport existe-t-il entre niveau de vie et innovation ?

CHICOUTIMI (CP) - Des vacances d'hiver. Une nouvelle voiture. Une chaîne audio-vidéo domestique. La capacité du consommateur canadien moyen de s'offrir ces articles -et, de ce fait, son revenu disponible-, est déterminée dans une large mesure par le succès des PME canadiennes.

Comment les décisions et les actions des entrepreneurs canadiens influent-elles sur nos moyens financiers et nos décisions d'achat? En fait, leurs innovations ont une incidence directe et phénoménale sur la productivité, qui détermine à son tour notre niveau de vie. Lorsque les entreprises canadiennes innover, le Canada devient plus prospère et nous en profitons tous.

Cela se vérifie particulièrement dans le cas des PME. Déjà perçues comme le pilier de l'économie canadienne et comme le principal moteur de la création d'emplois au pays, les PME jouent un rôle central dans l'innovation, car elles s'adaptent rapidement au changement et contribuent dans bien des cas de façon importante à la croissance d'autres secteurs de l'économie.

C'est pour ces raisons que le thème retenu cette année dans le cadre de la Semaine de la PME est «Le pouvoir de l'innovation au

cœur de la croissance des PME». En tant qu'organisatrice de cet événement, la Banque de développement du Canada (BDC) reconnaît l'importance de l'innovation dans la croissance des PME et la prospérité du Canada.

Le président et chef de la direction de la BDC explique clairement le lien qui existe entre l'innovation et la productivité dans le Rapport annuel de la Banque. «L'innovation est considérée comme le principal déterminant de la productivité, indique-t-il. Les entreprises innovatrices affichent une croissance de la productivité de six à neuf fois plus élevée que les entreprises peu innovatrices».

Les activités prévues durant la Semaine de la PME donneront aux Canadiens et aux Canadiennes l'occasion de poursuivre les discussions sur le sujet et d'échanger des idées et des renseignements sur ce qui constitue une innovation efficace dans le secteur de la petite entreprise canadienne.

Volonté d'innover

La course incessante à la productivité ne date pas d'hier. Elle remonte à vrai dire avant la révolution industrielle. Du 17^e au 19^e siècle, les améliorations apportées aux instruments et aux tech-

niques agricoles ont permis aux travailleurs de ce secteur d'accroître leur rendement de façon saisissante. Puis, à la fin du 18^e siècle, une autre innovation, le moteur à vapeur, a sonné le début de la révolution industrielle laquelle, en plus de transformer la nature du travail, a propulsé la productivité et le niveau de vie en Occident vers de nouveaux sommets.

La révolution technologique, qui nous a donné des systèmes informatiques et de télécommunication très évolués, a eu des répercussions tout aussi marquantes sur le travail, engendrant une concurrence féroce sur les marchés mondiaux ouverts et permettant de communiquer instantanément avec le monde. De tout cela est né le désir insatiable de développer de nouveaux produits ingénieux et des façons plus efficaces et originales de faire des affaires.

Quel que soit votre secteur d'activité, l'innovation passe de nos jours par l'adoption des nouvelles technologies. Pour accroître votre productivité, vous devez utiliser les techniques et les technologies les plus récentes.

Mais, aussi importantes que soient les nouvelles technologies dans la course à la productivité, il demeure essentiel d'innover dans

d'autres domaines. Les entreprises très productives se distinguent toutes par ailleurs par leurs méthodes innovatrices en matière de service à la clientèle, de gestion financière, de mobilisation et de maintien du capital, d'exportation et de recrutement et de conservation d'une main-d'œuvre qualifiée.

En un mot, les véritables innovateurs sont ceux qui ont appris à faire preuve d'ingéniosité, à accorder la priorité au client et à se réinventer sans cesse.

Productivité

L'innovation est LE sujet de l'heure pour nos entrepreneurs. La productivité canadienne a été examinée à la loupe et comparée à celle de nos voisins du Sud, qui jouissent d'un niveau de vie supérieur au nôtre. Les statistiques montrent que la productivité canadienne a augmenté de 0,98 % à 1,6 % dans la seconde moitié des années 1990 alors qu'elle enregistrait aux États-Unis une croissance presque trois fois supérieure au cours de la même période. Les faits sont éloquentes: les entreprises canadiennes doivent innover davantage pour accroître leur productivité et stimuler leur croissance.

«En vérité, plus de 85 % de

l'écart de revenu entre le Canada et les États-Unis est imputable à l'écart de productivité», soutiennent Someshwar Rao, Ashfaq Ahmad, William Horsman et Phaedra Kaptein-Russell dans The Importance of Innovation for Productivity, un document qu'ils ont publié récemment.

Mais, tandis qu'elles s'emploient à augmenter leur productivité en innovant, les entreprises canadiennes ne sont pas laissées à elles-mêmes. Des institutions comme la BDC appuient leurs efforts en leur offrant des solutions de financement souples et des services de consultation de qualité.

À titre d'exemple, la Banque propose les prêts Productivité Plus, qui facilitent l'acquisition de technologies de pointe et permettent d'offrir aux employés la formation connexe. Pour sa part, le Financement à l'innovation cible les entreprises innovatrices qui désirent mener des activités de Recherche et Développement, ouvrir de nouveaux marchés extérieurs ou établir un site Web.

Enfin, le réseau national de consultants de la BDC peut aider les entrepreneurs à planifier leur stratégie en matière de technologie ou à mettre en place des solutions d'affaires électroniques.

Les nouvelles technologies prennent leur place

CHICOUTIMI (CP) - Aujourd'hui, quel que soit votre secteur d'activité, la technologie fait partie du paysage. Même les entreprises qui utilisent peu la technologie ont besoin des systèmes de télécommunications pour communiquer avec leurs clients et leurs fournisseurs et, souvent, pour promouvoir et vendre leurs produits et services.

Internet joue un rôle énorme à cet égard. Les technologies Web ont en effet égalisé les chances

pour bon nombre de PME, en leur donnant les moyens d'adopter des processus automatisés et de rejoindre des publics qui étaient autrefois la chasse gardée des grandes entreprises.

L'innovation a toujours passé par l'adoption des nouvelles technologies et l'exploitation du pouvoir qu'elles confèrent. Les PME canadiennes innovatrices sont celles qui ont appris à se servir d'Internet pour explorer de nouveaux marchés et étendre leur

rayon d'action. Elles emploient les technologies Web pour rationaliser leurs processus, accélérer les délais de livraison et simplifier la gestion de la chaîne d'approvisionnement.

Le défi, pour les PME, est de s'assurer qu'elles adoptent ces nouvelles technologies de la manière la plus efficace possible, qu'elles utilisent pleinement le potentiel des technologies Internet.

Affaires électroniques

Inspirées par la flambée du nombre de sociétés point-coms durant les années 1990, bon nombre d'entreprises se sont empressées d'établir une présence sur Internet. Maintenant que la bulle s'est dégonflée et que les joueurs les moins performants ont été éliminés, la poussière commence à retomber. Et même si certaines entreprises point-coms ont souffert de cette déconfiture, une chose est claire: les affaires électroniques sont appelées à durer.

Le Boston Consulting Group entrevoit un avenir radieux pour le commerce électronique de détail, surtout pour les détaillants traditionnels qui profitent de marques et d'une infrastructure de vente et d'exécution des commandes

bien établies, pour les détaillants purement virtuels qui ont des entreprises en ligne de grande envergure et pour les détaillants qui se spécialisent dans un créneau particulier et ciblent un petit groupe d'acheteurs fidèles.

Le commerce électronique inter entreprises demeure également populaire auprès des dirigeants d'entreprises, selon une enquête menée par Forrester Research, qui révèle que 59 % des cadres interrogés maintiennent ou augmentent leurs efforts dans Internet.

Après avoir réalisé qu'elles devaient, pour continuer de faire des affaires électroniques aujourd'hui, utiliser le commerce électronique de façon plus innovatrice et productive, de nombreuses entreprises ont modifié et rationalisé leur présence sur le Web.

Des organismes comme le Groupe-conseil de la BDC aident les PME dans cette tentative en recommandant des solutions innovatrices qui alimenteront leur productivité et leur croissance. Le Groupe-conseil propose différents outils, dont l'Évaluation du potentiel de croissance, les services de planification Techno Stratégie et e-strat, un programme de planification stratégique et d'éta-

blissement d'un plan d'action, conçus pour les petites et moyennes entreprises.

«Nos études de marché et notre expérience à ce jour indiquent que le succès de l'innovation -surtout lorsqu'il s'agit d'adopter une nouvelle technologie et de nouveaux processus-, passe par l'élaboration d'un plan stratégique d'entreprise et d'un plan d'action, souligne Pierre Bertrand, leader national, Affaires électroniques au Groupe-conseil de la BDC. Cela permet aux entreprises émergentes de déterminer où et comment l'innovation envisagée (qu'elle touche à l'équipement, aux applications ou aux processus) influera le plus avantageusement sur leur productivité, leur compétitivité et leur rentabilité».

Outre la restructuration de la présence d'une entreprise sur le Web, les analystes observent de nombreuses autres tendances. Par exemple, les portails d'entreprise (B2E) qui mettent à la disposition des employés des ressources leur permettant d'accomplir leur travail plus rapidement et plus facilement, ont de plus en plus la cote. Ces portails fournissent des renseignements personnalisés, adaptés au rôle des employés au sein de l'entreprise.



CHANCES - Les technologies Web ont égalisé les chances pour bon nombre de PME, en leur permettant de rejoindre des publics qui étaient autrefois la chasse gardée des grandes entreprises.

(Photo Progrès-Dimanche)

La Fédération touristique régionale doit miser sur l'accueil et l'information



par Paul-Émile Thériault

ALMA(PÉT)—L'une des innovations majeures sur lesquelles il faut miser absolument et sur laquelle la Fédération touristique régionale mise énormément est l'accueil et l'information touristique. Tel est l'avis du président de la Fédération touristique régionale, Gervais Coulombe.

À son avis, la région n'a pas, en 2001, "un réseau d'accueil du XXIe siècle!" Il déplore les déficiences qu'on ne peut que constater. Ainsi, dit-il, le réseau d'accueil n'a pas tous les éléments d'accueil lui permettant de tirer plus complètement avantage des richesses du tourisme régional, comme les outils électroniques modernes comme l'Internet, l'Intra-net, les bornes interactives, les réservations de chambres électroniques à partir de bureaux d'information touristique situés à l'autre bout de la région. Il manque, selon lui, des services de consultation sur Internet, à partir des

bureaux d'information touristique de la région, et la mise en place d'une véritable politique d'accueil et d'information touristique régionale.

M. Coulombe croit que ces nouvelles façons de faire vont continuer à se développer. Pour y aider, on crée un budget spécial dédié à l'accueil et à l'information touristique, explique-t-il.

Le recours au Fonds de partenariat que permettrait de constituer le versement de 2 \$ la nuitée, dans les chambres louées de la région, procurerait -si le principe est accepté-, à l'industrie touristique régionale 560 000 \$ additionnels dès l'an prochain, puis 850 000 \$ par an, à compter de 2003, pour son développement.

"Nous en sommes rendus là", explique en entrevue le président Coulombe. Ce dernier soulignait, au début de la seconde semaine du présent mois, que les orientations fournies lors du second Forum sur le développement de l'industrie touristique

régionale, au début mai, à Alma, étaient celles que le conseil d'administration devait assumer.

Il rappelle qu'au cours des quatre dernières années, l'industrie touristique régionale n'a pu créer l'innovation nécessaire à générer les revenus ou investissements requis à rencontrer les obligations touristiques régionales, "avoir les moyens de nos attentes."

La FTR a occupé tout le début d'octobre à recueillir les commentaires et propositions d'utilisation de la part de l'association des hôteliers, en vertu des paramètres établis par la FTR. Les hôtels, gîtes, auberges, condos, pourvoires et chalets sont concernés par le versement du 2 \$ la nuitée.

Majoration

La majoration du budget de commercialisation de la région sera de 419 000 \$ à partir de 2003. Les besoins des campagnes estivales sont de 450 000

\$ au maximum. Actuellement, une campagne intra-Québec commande une dépense de 275 000 \$ à 300 000 \$, au maximum. Aussi, on créera un budget dédié à l'accueil et à l'information touristique de quelque 71 000 \$ (2002), puis 107 500 \$. "Actuellement, nous n'atteignons pas le potentiel du marché intra-Québec, parce que nous ne pouvons solliciter adéquatement la clientèle par une campagne plus efficace", résume Gervais Coulombe.

Il y a aussi place à amélioration, durant l'hiver, car jusqu'à maintenant, on n'avait pas les moyens de faire plus. De plus, on créera un budget dédié à l'accueil et à l'information touristique de quelque 71 000 \$ (2002), puis 107 500 \$. Ce budget existera pendant au moins 10 ans.

Un autre élément important d'innovation est le développement de "l'intelligence des marchés", analyse Coulombe. Il explique l'expression en parlant

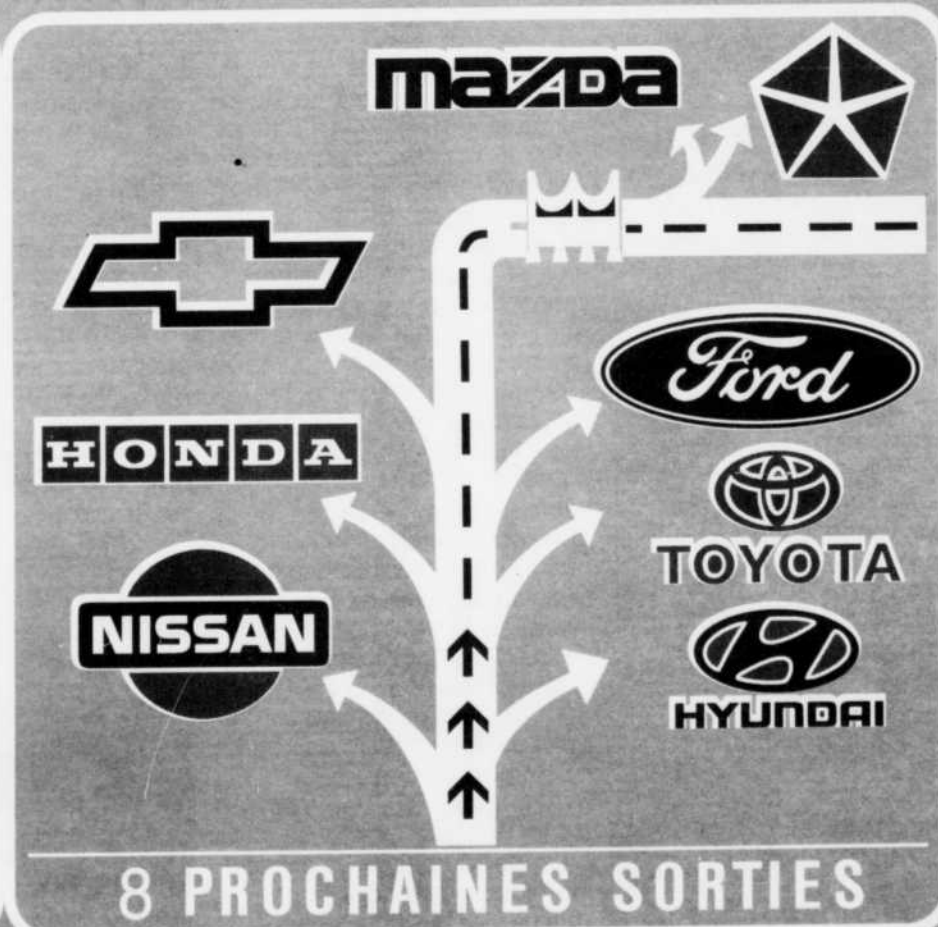
des besoins qu'ont les entreprises de savoir qui sont les visiteurs et quels sont leurs besoins et attentes.

Un autre point important est la mise en place d'un fonds de développement de l'offre touristique de 225 000 \$ à 300 000 \$ par an. Il permettrait, en intégrant à l'entente spécifique sur le tourisme, de générer au moins 1,3 million \$ par an, à ajouter aux 2,5 millions \$ déjà annoncés par Québec. On veut contrer l'effet négatif de "déjà vu" en modifiant l'offre touristique régionale, par exemple avec une amélioration du réseau d'hébergement, aider le renouvellement des attractions touristiques. La région ne peut se priver de ces millions de \$ pour son développement économique, soutient Coulombe.

Pour le moment, la recommandation de l'UPA à ses membres de renouveler le droit de passage des sentiers de motoneiges sur leurs terres, pour 2001-2002, est vue positivement.

SAINT-FÉLICIEN

ST-FÉLICIEN
VILLE DE
L'AUTOMOBILE



8 PROCHAINES SORTIES

Une vitesse de croisière acquise au fil des ans



CHICOUTIMI (AR) - Les Croisières Marjolaine n'ont pas toujours été ce qu'elles sont maintenant, bien implantées dans le paysage et dans les habitudes. Et pour arriver où elles sont, il aura fallu de la foi, du temps et des gens prêts à investir de



ANDRÉE Rainville
arainville@progresdimanche.com

l'argent. Aujourd'hui seuls propriétaires à parts égales, le directeur des opérations Bertrand Picard et le président Gilles Rinfret parlent avec enthousiasme de l'histoire de bientôt 30 ans de ce fleuron du Saguenay navigable.

Nous sommes à l'hôtel Parasol, également propriété de la famille Picard, en haut de la côte de Rivière-du-Moulin. C'est là que sont les bureaux administratifs des Croisières Marjolaine. L'endroit est prédestiné, dirait-on, le site offrant une vue magnifique sur la rivière, et les installations portuaires de Chicoutimi.

Peut-être parce que les croisières voguent maintenant à ce qu'il convient d'appeler — juste retour des choses! — une «vitesse de croisière», on croit qu'elles constituent un acquis de l'industrie touristique. Alors que, selon les propos de Bertrand Picard et Gilles Rinfret, il ne faut justement rien prendre pour acquis, et qu'il faut donc nécessairement renouveler, investir, améliorer, pour que les entreprises croisent.

Il en est coulé de l'eau sous les ponts, depuis la première Marjolaine, navire acquis en 1974 par des actionnaires régionaux, dans la foulée du départ de Cartier Navigation, départ qui avait laissé un vide vivement ressenti par les hôteliers et autres gens d'affaires qui voyaient bien qu'il y avait là un secteur économique à développer.

«Dans les débuts, nous avons été jusqu'à 50 actionnaires dans l'aventure», de confier Picard. Au fil des ans, il y a eu un phénomène d'attrition, causé par des départs, des décès. Depuis dix ans, Picard et Rinfret sont seuls à mener la barque, une belle barque dont les deux navires d'excursions, la Marjolaine et le

Nouvelle-France, ont fait la joie de pas moins de 32 000 passagers la dernière saison.

Selon le directeur des opérations, l'année 2001, qui a pris fin à la fin septembre pour la Marjolaine et au début septembre pour le Nouvelle-France, aura enregistré une augmentation de 10 à 11 % de l'affluence, par rapport à l'an 2000. Une affluence qui réjouit évidemment les propriétaires qui, comme dans bien d'autres entreprises touristiques, gardent en mémoire le très mauvais souvenir de 1996, la désastreuse année du déluge, un écueil sur lequel ils n'ont heureusement pas échoué.

Il faut dire que si 1996 est restée, dans l'esprit des propriétaires des Croisières La Marjolaine, ancrée dans le répertoire des années funestes, c'est que le début de cette décennie, et particulièrement 1992, avait drainé d'importants investissements, des transformations et agrandissements incluant l'ajout d'un 3e pont sur la Marjolaine.

«Ces améliorations, qui ont coûté 750 000 \$, étaient nécessaires, si on voulait augmenter la capacité de passagers. Sans oublier que, les années précé-



CROISIÈRES- Pour Gilles Rinfret et Bertrand Picard, propriétaires de la Marjolaine et du Nouvelle-France, le secteur des croisières est un univers constant de transformations, qui doit être à l'affût des clientèles toujours en mouvement. Ici, le paysage splendide de la zone portuaire de Chicoutimi se déploie derrière le président et le directeur des opérations.
(Photo Sylvain Dufour)

entes, on avait procédé à la modernisation de la motorisation et des engrenages, un investissement de 200 000 \$», d'expliquer les actionnaires.

On voit bien que Bertrand Picard et Gilles Rinfret aiment la navigation et leurs bateaux, eux

qui, par ce volet d'excursions sur l'eau qu'ils exploitent, permettent à la région de se positionner avantageusement sur un échiquier, le Saguenay, où pas moins de 54 navires d'observation, d'interprétation et de croisière sont accrédités à circuler.

Des affluences en progression

CHICOUTIMI (AR) - La croissance des Croisières La Marjolaine est éloquent. En près de 30 ans, on sera passé d'une affluence annuelle de 2000 à 32 000 passagers. Et à un bateau, La Marjolaine (en réalité, deux navires ont porté ce nom sous l'administration des Picard-Rinfret, soit la Marjolaine 1 et la Marjolaine 11), on aura ajouté, en 1993, un autre bateau, le Nouvelle-France (anciennement le Bagotville 11), qui privilégie un partenariat entreprise privée/entreprise publique, alors que ses excursions, à partir du quai Lepage de La Baie, mènent ses passagers vers le Site touristique de la Nouvelle-France (Robe Noire) à St-Félix-d'Otis.

Lorsqu'on parle croisière, on parle aussi de guides et d'interprètes. «Les touristes, qu'ils soient des vacanciers, ou qu'ils originent des clientèles scolaires, du tourisme d'affaires et de congrès, ou encore d'organismes locaux, veulent connaître l'histoire et la géographie. Nos guides sont formés en ce sens». Ainsi, pour ne donner qu'un exemple, sur le Nouvelle-France, les passagers vivent une excursion historique animée par nul autre que Samuel de Champlain!

La clientèle des croisières,

estiment Gilles Rinfret et Bertrand Picard, est constituée de touristes aimant la nature, les paysages, l'histoire. C'est une clientèle en mouvement, pour laquelle il faut viser haut, donner du service, cela en étroite collaboration avec les réseaux d'accueil et d'hébergement des municipalités disposant de quais. Pour La Marjolaine et le Nouvelle-France, les ententes conclues avec les villes de Chicoutimi, Ste-Rose-du-Nord et La Baie sont efficaces, et cela même si Ste-Rose-du-Nord s'est

retrouvée l'été dernier privée de l'Auberge du Presbytère. «C'est déplorables pour la clientèle qui aimait se retrouver et regrouper à cet endroit, mais il a fallu se débrouiller autrement. Et peut-être que pour la saison 2002, on aura trouvé une solution», avancent les administrateurs.

Avenir

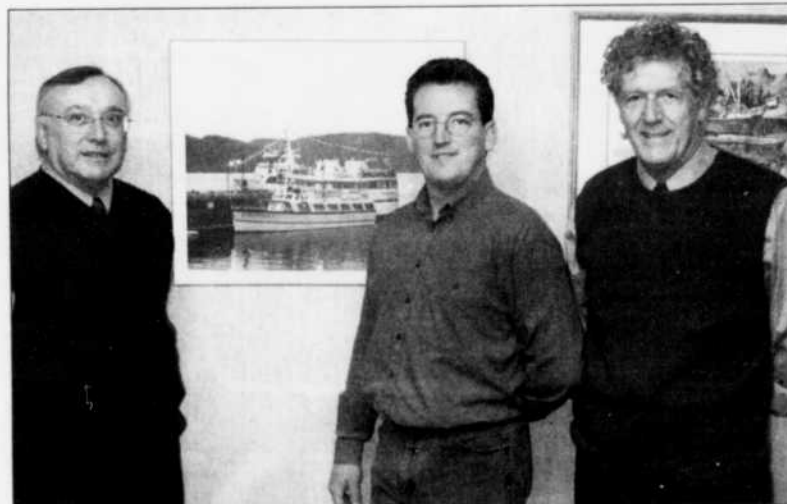
Forts de la collaboration des autorités municipales et portuaires, forts aussi de l'important appui du secteur de l'hébergement et des sites touristiques qui

proposent des forfaits incluant des croisières, Bertrand Picard et Gilles Rinfret expriment leur intention de se pencher sur l'analyse des clientèles, histoire d'élargir encore davantage le réseau.

Chiffres en main —un peu plus de 23 % de la clientèle provient de la région, 64 % du Québec, 10 % de l'Europe, 2,5 % des USA—, les propriétaires avouent qu'on mettra des efforts à développer davantage ce dernier vecteur. «Le Saguenay, le fjord, sont une destination de choix, avec des activités, de l'hébergement, des parcs, tout ce qu'il faut pour dynamiser l'industrie touristique».

Chez les Croisières La Marjolaine, avec un taux d'occupation tournant autour de 40 %, on est prêts à recevoir une plus grande affluence. La situation rêvée? Que les capacités de 150 passagers pour le Nouvelle-France et de 400 pour La Marjolaine soient remplies, à toutes les sorties des navires!

Ce qu'évidemment on souhaite aux actionnaires qui, soit dit en terminant, n'hésitent pas à s'impliquer dans des causes socio-humanitaires, comme ce fut le cas notamment avec des activités pour l'association des malades du cœur.



NAVIGATION- Les propriétaires Bertrand Picard et Gilles Rinfret posent devant une photographie du Bagotville 11 (devenu le Nouvelle-France) et de la Marjolaine. Au centre, le capitaine de la Marjolaine, Patrick Auger.
(Photo Sylvain Dufour)

LA CROISSANCE
PAR L'INNOVATION
34^e CAHIER
ÉCONOMIQUE

Jolie Marjolaine...

CHICOUTIMI (AR) - L'histoire est trop jolie pour ne pas la raconter!

Elle concerne un couple de Chicoutimi, Laura Tremblay et Nicolas Ouellet, qui viennent de faire parvenir à Bertrand Picard une lettre et une photo de bébé... répondant au nom de Marjolaine!

Les amoureux, qui se sont connus en 2000 à l'occasion d'une croisière sur La Marjolaine, ont voulu, en prénommant ainsi leur bébé, perpétuer une rencontre qui leur a procuré beaucoup de bonheur!

Quelle attendrissante histoire, n'est-ce pas? Que MM. Picard et Rinfret ont encore embellie, en envoyant aux parents un laissez-passer pour une croisière en 2002!

Une histoire marquée par un constant sceau d'innovation



par Roger Tremblay

SAINT-FÉLICIEN (RT) - Depuis sa création en 1960, le Zoo «sauvage» de Saint-Félicien a constamment été un lieu d'innovation. C'est sans doute ce qui explique qu'il ait pu devenir l'attrait recevant le plus de visiteurs dans la région et l'un des sites les plus fréquentés au Québec.

De récréative à ses débuts, sa mission s'est enrichie et affinée au fil des années. Que ce soit par l'implantation du Parc des sentiers de la nature en 1972 ou l'abandon de la collection d'animaux exotiques pour le développement du créneau de la nordicité en 1994, le Zoo «sauvage» a toujours été à l'avant-garde, au grand plaisir de sa clientèle qui lui a manifesté son approbation par une affluente soutenue.

S'il est une constante qui se dégage de ces quarante années, c'est cette volonté de présenter un produit distinctif reflétant sa réalité géographique. Ses dirigeants ont la conviction aujourd'hui qu'on ne doit pas se

limiter à mettre en valeur une collection unique d'animaux nordiques; il faut y ajouter les éléments de la nature physique et biologique qui expliquent la biodiversité de l'écozone boréale, dans un contexte qui permettra non seulement la diffusion mais aussi l'avancement des connaissances tant pour les visiteurs que pour la communauté scientifique.

Le projet

Le projet de Centre de conservation de la biodiversité boréale se veut un concept entièrement nouveau, orienté vers le développement durable et ancré dans la réalité régionale. Par divers moyens et une pluralité d'approches, il offrira aux visiteurs réels ou virtuels du monde entier l'accès aux connaissances et aux collections qu'il mettra en valeur. La dimension internationale de ce Centre sera renforcée par sa visibilité et son interactivité sur le réseau Internet et par le développement généralisé de

services multilingues permettant d'accommoder ses visiteurs. Il ne cherchera pas à centraliser les ressources nécessaires à l'accomplissement de sa mission mais verra plutôt à les mettre en synergie et à en potentialiser l'action.

Ce Centre se voudra également un lieu de diffusion de la connaissance scientifique, un lieu de formation et un milieu expérimental où des scientifiques pourront conduire des travaux en fonction de leurs intérêts.

Le Centre de conservation de la biodiversité boréale comprendra les structures actuelles du Zoo «sauvage» ainsi que de nouvelles installations. Les différents volets du projet que la direction veut développer au cours des cinq prochaines années constitueront, une fois à terme, un ensemble dont l'envergure dépassera tout ce qui existe actuellement dans le domaine.

Ces volets sont l'Atrium, un complexe multifonctionnel qui s'avère un outil essentiel à

l'accueil et à la mise en situation des visiteurs, le Centre de conservation de la biodiversité boréale virtuel et les infrastructures et les outils nécessaires à l'interprétation de la biodiversité animale, aquatique et botanique ainsi que des paysages.

Tourisme des années 2000

La présence d'un tel Centre à Saint-Félicien contribuera à multiplier l'effet d'attraction touristique que représentait déjà le Zoo «sauvage». Le renforcement du caractère unique de ses installations, en plus du développement du créneau d'excellence que représente sa collection zoologique, sera complété par une diversification des activités offertes aux visiteurs.

Cette métamorphose répond aux orientations d'avenir identifiées par la Chaire de tourisme de l'Université du Québec à Montréal, dans son étude «Réseau québécois des jardins zoologiques et des parcs animaliers: diagnostic et orientations de

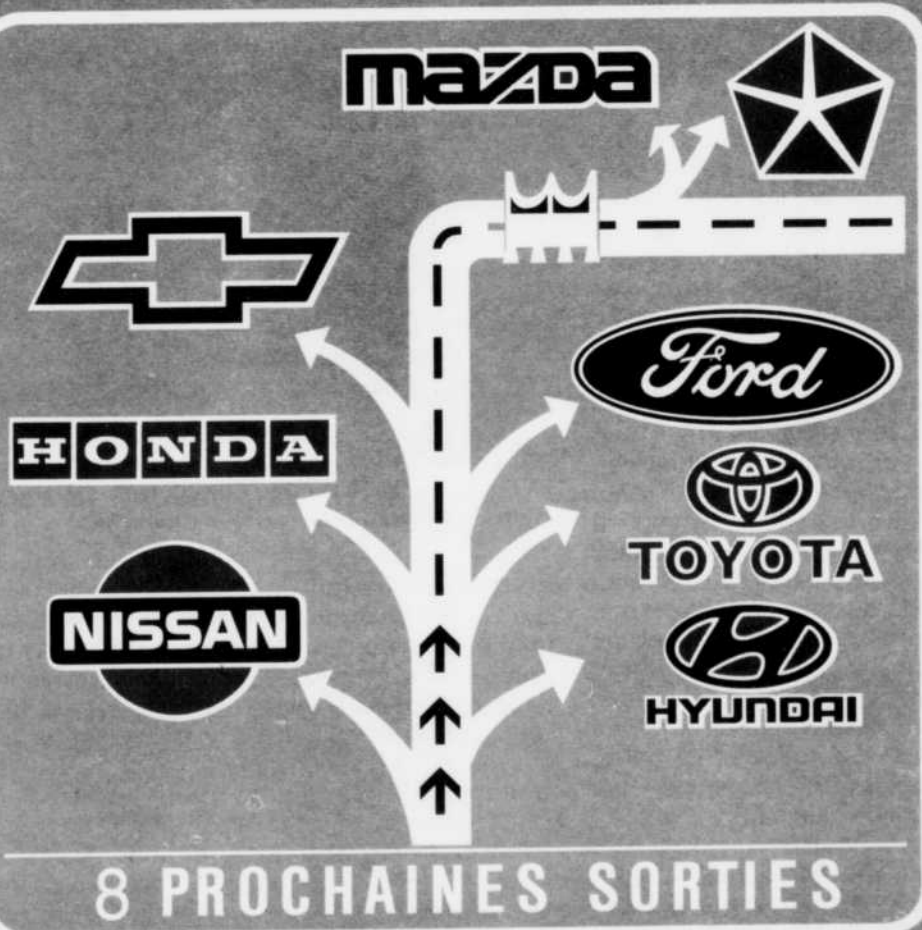
développement» (novembre 1999).

Nul doute que la transformation de la mission du Zoo «sauvage» sera un facteur d'attrait pour de nouvelles clientèles, en plus d'offrir un potentiel beaucoup plus large de renouvellement pour continuer d'intéresser sa clientèle traditionnelle.

Somme toute, la mission de ce nouveau Centre sera de faire connaître, apprécier, conserver la biodiversité boréale et plus particulièrement les écosystèmes, les espèces, les populations animales et végétales de notre région, du Québec et du Canada. Ce projet concret s'inscrit en droite ligne avec les actions préconisées par la Convention cadre des Nations Unies sur la biodiversité adoptée à Rio en 1992. Sa réalisation permettra l'atteinte de nouveaux sommets par ce travail collectif qui s'inspire d'une extraordinaire devise: «apprendre pour connaître, connaître pour aimer, aimer pour protéger».

SAINT-FÉLICIEN

ST-FÉLICIEN
VILLE DE
L'AUTOMOBILE



8 PROCHAINES SORTIES

En tourisme, tendances et affluence vont de pair



CHICOUTIMI (AR) - En tourisme, s'il y a quelque chose qu'il faut savoir, c'est que tendance rime avec affluence. Ainsi, au



ANDRÉE Rainville
arainville@progresdimanche.com

Saguenay-Lac-St-Jean, le cyclotourisme, la motoneige ou les autres secteurs d'aventure telles les activités nautiques, sont des produits qui s'inscrivent dans une grande tendance émergée il y a quelques années. Une tendance qu'il s'agit d'explorer et de développer, parce que génératrice d'affluence.

À la Fédération touristique régionale, avec plus de vingt ans d'existence, on n'en est plus aux prémices en terme de compréhension de clientèle touristique et d'organisation de réseaux: réseaux de sites, réseaux d'évé-

nements, réseaux de distribution, et aussi réseaux de contacts, car, dans ce domaine comme dans tout autre où il faut s'ouvrir aux besoins des clientèles d'ici et d'ailleurs, le réseautage s'avère un canevas essentiel pour pouvoir bien placer ses pièces.

À la Fédération touristique régionale, Doris Gagnon est directrice de la commercialisation. Et qui dit commercialisation dit publicité et marketing. C'est donc là le créneau d'intervention de madame Gagnon, et ce n'est pas pour rien qu'elle juge primordial d'établir des plans d'affaires et de maximiser les budgets publicitaires. C'est en effet par la visibilité, le marketing, qu'on réussit à positionner avantageusement le tourisme de la région, le positionner ici dans la région, et le positionner également sur les marchés extérieurs, particulièrement friands de certains produits qu'ils n'ont pas, notamment ceux d'aventure et de grands espaces.

Les salons

Outre les publications de la FTR, dont le populaire Guide tou-

ristique régional, et les campagnes de marketing, la présence des intervenants touristiques lors de la tenue des divers salons et bourses de tourisme s'avère, selon les propos de Doris Gagnon, un outil de première ligne.

Les visiteurs de salons et de bourses de voyages, qu'ils soient des touristes potentiels ou des agents de tourisme affairés à magasiner produits et forfaits, participent à ces activités parce qu'ils cherchent quelque chose. Et ce quelque chose d'attrayant, estime la directrice de commercialisation de la FTR, on s'efforce à ce que ce soit chez nous qu'ils le trouvent.

Dans cet ordre d'idées, il y a une semaine, la région était présente au Super Salon Motoneige Québec. Au début novembre, le Saguenay-Lac-St-Jean aura également une vitrine au Salon national du Ski, à Québec. Pour le calendrier 2002, différents salons sont déjà inscrits, tel le Salon Camping (plein air, chasse et pêche) Bonaventure, en février; le Salon véhicules récréatifs, en mars au Stade olympique; ou encore le Salon national



ÉVENTAIL - C'est à tout un éventail d'activités et de sites que les touristes sont conviés, comme en témoignent ici les nombreux dépliants que nous montre Doris Gagnon, directrice de la commercialisation à la FTR.
(Photo Jeannot Lévesque)

Grand air, à Montréal en avril.

Soulignons par ailleurs qu'au calendrier national s'ajoutent d'autres salons, ceux-là à envergure internationale (une trentaine d'événements et sites touristiques du Saguenay-Lac-St-Jean font partie du programme marketing international à la FTR), et qu'il ne faut pas ignorer, en

autant que faire se peut évidemment, en raison des coûts.

À la FTR, ou encore dans les Zones d'appartenance touristique (ZAT) locales, on n'a aucun doute sur la pertinence de ces événements: l'argent investi là est de l'argent qui rapporte, et les agendas s'y garnissent de contacts et de clientèles.

Un produit compris, une clientèle ciblée

CHICOUTIMI (AR) - La concurrence est féroce, lorsqu'il s'agit de conquérir les clientèles touristiques et d'en occuper les parts de marché.

Et lorsque les chiffres et les tableaux relatifs aux performances sont compilés, ce sont tous les intervenants qui s'y intéressent, analysant les forces et les faiblesses, les situant dans une échelle comparative avec les autres régions, afin de positionner davantage et rentabiliser le plus possible leurs produits.

Directrice de la commercialisation à la Fédération touristique régionale, Doris Gagnon ne déroge pas à cet intérêt pour les grilles de chiffres et les messages d'intervention qu'elles sous-tendent. Car, il faut comprendre que le succès s'inscrit dans le tandem formé par un produit bien compris pour une clientèle bien ciblée.

Pour la directrice de la commercialisation, l'enjeu est capital pour les régions. Tout en étant très compétitives entre elles, pour captiver le touriste et le garder le plus longtemps possible, il ne faut pas négliger les différentes régions, ne pas se fermer à un partenariat inter-régions, lorsqu'il s'agit de ven-



COMMERCIALISATION - Doris Gagnon est directrice de la commercialisation à la Fédération touristique régionale.
(Photo Jeannot Lévesque)

dre tout le Québec dans un objectif de développement. Ce qui n'enlève rien aux forfaits nécessitant un partenariat intra-régional, une collaboration marketing à laquelle adhèrent plusieurs événements et sites touristiques, autant au Saguenay qu'au Lac-St-Jean.

«Plus on s'éloigne de la région, plus il est important de vendre la région en bloc. Et plus on s'éloigne du Québec, plus on vend la province en bloc, pour attirer le touriste étranger et le garder le plus longtemps possible.»

Le tourisme n'est pas statique. Autant les produits se

modifient selon les besoins de la clientèle, autant il faut tenir compte des grandes tendances pour innover et développer. Et tout cela doit se faire à court, à moyen et à long terme. Un groupe de voyageurs qui a ignoré la région une année peut être séduit pour un voyage ultérieur, avec une publicité et un marketing alléchants.

Clientèle

Si la tendance aventure et grands espaces est si importante pour la région, c'est que cette dernière peut se battre sur un terrain très avantageux, le Saguenay-Lac-St-Jean regor-

geant de nappes d'eau, de sentiers de randonnées pédestres et de motoneiges, sans oublier les circuits cyclistes, telle la Véloroute des bleuets, le tout s'inscrivant comme une destination de premier ordre. Et cela dans une perspective quatre saisons, l'hiver constituant maintenant un attrait supplémentaire à exploiter.

Le tourisme est un travail de terrain. Sur le moment. Et aussi un travail de longue haleine, pour l'an prochain, pour dans deux ans, pour plus tard.

Pour le Saguenay-Lac-St-Jean, les principaux marchés sont constitués (% visites-régions, chiffres de 1999) par le Québec (83,8 %) et le marché d'outre-mer (13 %). Sur ce tableau cernant l'origine des touristes au Saguenay-Lac-St-Jean, le reste du Canada et les États-Unis représentent une portion congrue, l'un avec 2,1 %, l'autre avec 1,1 %.

Le Saguenay-Lac-St-Jean se doit d'être très dynamique, jouer sur ses «must» pour augmenter le nombre de ses visiteurs, et également pour supplanter d'autres régions dans la conquête des marchés. Toujours selon les chiffres de 1999, ceux-là concernant les nuitées,

la région se maintenait au 7^e rang provincial (sur 19), un rang tenu également en 1997 et 1998. Montréal, Québec, les Laurentides et les Cantons-de-l'Est occupent les quatre premiers rangs, et cela sans faillir d'un iota en regard des trois années précédentes, tandis que l'Outaouais et la Mauricie-Bois-Francs se disputent les 5^e et 6^e positions.


Les actions de l'équipe affectée à la commercialisation à la Fédération touristique régionale s'appuient en bonne part sur ces achalandages et l'accroissement des performances régionales, pour se positionner toujours davantage et améliorer la marque.

Doris Gagnon inscrit sa pensée dans la poursuite de cet objectif. Avec les années, la destination touristique Saguenay-Lac-St-Jean s'est imposée. De cette destination globale, des produits d'appel se sont démarqués.

Et il y a encore beaucoup à faire, notamment dans ces créneaux de grandes tendances qui pointent leurs promesses, ces créneaux de plein air et d'aventure dont la région est prodigue et qui sont un plus pour l'économie.

Saint-Félicien

Ville de l'automobile!



GARAGE PAUL DUMAS LTÉE
923, boulevard Sacré-Cœur, Saint-Félicien
(418) 679-1605



NISSAN
ST-FÉLICIEN
Nissan
679-3770

791, Sacré-Cœur, Saint-Félicien
1-800-265-8770
www.nissancanada.com



Image HONDA
855, boul. Sacré-Cœur, Saint-Félicien
(418) 679-9999



SAINT-FÉLICIEN TOYOTA
766, boul. Sacré-Cœur, Saint-Félicien
(418) 679-1984




RICARD AUTO HYUNDAI
706, boul. Sacré-Cœur, Saint-Félicien
(418) 679-4775



LD AUTO
Saint-Félicien (1986) inc.
854, boul. Sacré-Cœur, Saint-Félicien
(418) 679-1546



MAISON DE l'Auto
Saint-Félicien (1983) ltée
1035, route 169, Saint-Félicien
(418) 679-1865
1-800-833-1865



La Maison mazda
Saint-Félicien
1039, route 169, Saint-Félicien
(418) 679-1222



Le vrai centre
d'achats
d'automobiles au
Lac-Saint-Jean

La région offre un capital de main-d'oeuvre unique



LATERRIÈRE (JDLS) – Denis Lemieux, président-fondateur de l'atelier Hydralfor à Laterrière, sait allier à la perfection les qualités que requiert l'entrepre-

rience auprès d'entreprises reconnues, a décidé, il y a deux ans, de faire le saut et d'investir à son tour dans l'avenir et le développement de la région, en mettant sur pied l'atelier de fabrication Hydralfor.

des travaux. Cette solidarité permet de resserrer le maillage des entreprises d'ici», déclare Denis Lemieux qui ajoute cependant qu'il n'hésitera pas à agrandir son atelier, quand cela deviendra nécessaire.



JOHANNE de la Sablonnière
jdsablonniere@progresdimanche.com

neurial avec les bonnes idées et la compétence. Plus encore, il admet profiter d'une main-d'oeuvre dotée d'une expertise exceptionnelle.

«Dans la région, il existe une main-d'oeuvre disponible et très compétente», indique le président d'Hydralfor. «Il y a ici un capital unique en ressources humaines. On n'a qu'à penser au projet de l'usine d'Alma qui a fait travailler un grand nombre de personnes. Ces travailleurs ont acquis de solides expertises», affirme M. Lemieux, qui emploie un peu plus d'une quarantaine de travailleurs. Il ajoute d'ailleurs appliquer une philosophie de gestion spéciale, en focalisant sur la qualité et la sécurité des emplois.

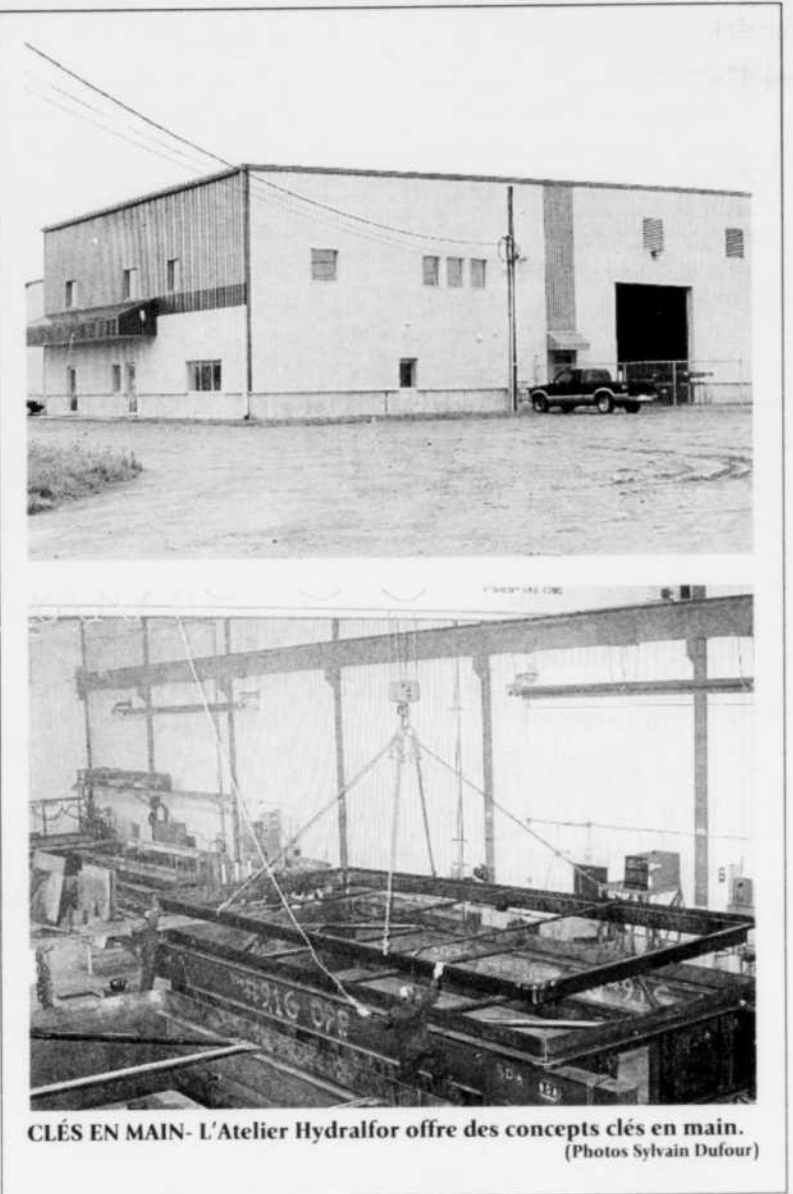
Cet ingénieur qui a cumulé une douzaine d'années d'expé-

Clés en main
À l'intérieur de l'entreprise de 18 000 pieds carrés, fièrement installée en bordure du boulevard Talbot, des employés s'affairent à réaliser... d'autres usines! «Nous réalisons toutes les étapes. À partir de dessins, des concepts d'ingénieries jusqu'aux fondations réalisées sur place. Nous exportons aussi tout l'équipement mécanique fabriqué ici, dans l'usine. Nous effectuons ensuite les travaux électriques, le montage électronique et finalement, la mise en marche de l'usine. Nous offrons à nos clients des concepts clés en main», explique Denis Lemieux, dont la plupart des clients se trouvent aux États-Unis.

L'envergure des projets est telle que l'entreprise régionale peut difficilement envisager de réaliser plus de deux usines à l'intérieur d'une même année, et cette ampleur nécessite même à certaines étapes la collaboration d'autres entreprises. «C'est un principe auquel je crois. Quand le besoin est là, je n'hésite pas à m'associer à d'autres entrepreneurs pour compléter



JEANS CO. // JH LAUREN
MAIN-D'OEUVRE- La région possède une main-d'oeuvre disponible et compétente, estime Denis Lemieux.
(Photo Sylvain Dufour)



CLÉS EN MAIN- L'Atelier Hydralfor offre des concepts clés en main.
(Photos Sylvain Dufour)

PROJETS ET CONCEPTS

Pour le bois, l'électricité et l'aluminium



CHARGEMENT- Une fois les composantes de l'usine réalisées à l'atelier, elles sont acheminées et installées chez les clients.
(Photo Sylvain Dufour)

LATERRIÈRE (JDLS) – Bien évidemment, le contexte économique s'est déjà présenté sous un jour plus favorable mais, en dépit du ralentissement provoqué à la suite des attentats perpétrés contre les États-Unis, l'optimisme reste de mise.

«Le beau temps va revenir et le potentiel d'affaires demeure omniprésent», énonce le président d'Hydralfor. «C'est évident qu'on doit traverser une période plus difficile mais, il faut demeurer confiant». Denis Lemieux admet que la situation se présente un peu différemment et qu'un de ses collaborateurs, attendu à New-York la veille de cet entretien, a dû partir à l'avance, pour éviter un retard imputable au contrôle douanier. «Mais il est tout de même arrivé à destination à temps», relate celui-ci.

D'autre part, la mondialisation des marchés confère, selon lui, des avantages notables pour une région dite éloignée. La

saturation des marchés étant plus rapide ici, l'émergence de nouvelles usines de transformation de bois s'avère plus utile aux États-Unis où la largesse des marchés s'impose d'elle-même. Mais cela dit, l'entreprise Hydralfor, qui commence à se tailler une place intéressante, n'a pas encore atteint la maturité. Elle est à ses premiers balbutiements et commande une attention de tous les instants. «Après seulement deux ans d'existence, il faut faire preuve de beaucoup de vigilance. Une jeune entreprise, ça demeure fragile», avoue Denis Lemieux.

Recherche et innovation

Hydralfor doit planifier un échéancier de six à huit mois pour l'exécution d'un projet d'usine évalué à cinq ou six millions \$. Dans la plupart des cas, ces usines traitent les billes de bois qu'elles transforment en copeaux destinés à la fabrica-

tion de papier, mais Hydralfor élabore aussi des concepts destinés aux entreprises oeuvrant dans le domaine de l'hydro-électricité et de l'aluminium. Son savoir-faire et la qualité de ses produits lui ont d'ailleurs valu la norme ISO 9002.

Hydralfor complète également des projets pour Alcan ou d'autres entreprises. Il s'agit la plupart du temps de fabriquer des équipements spécialisés exigeant un design particulier. «Il faut développer plusieurs petits projets. On n'a pas le choix. Quand le marché devient saturé, il faut s'investir ailleurs. De toute évidence, au cours des prochaines années, nous serons sollicités pour des travaux de réfection, de modification ou de réparation. Par ailleurs, nous investissons beaucoup dans la recherche et le développement. Il faut se maintenir à l'affût et être constamment novateurs», termine Denis Lemieux.

LA FORCE DU RENDEMENT

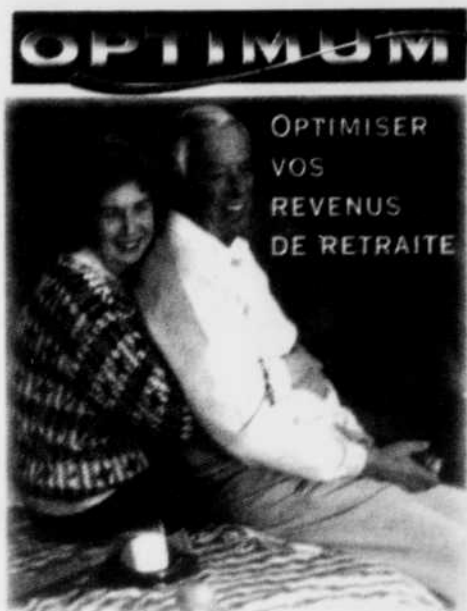
Saviez-vous qu'il est possible de capitaliser ses placements à l'abri de l'impôt sans passer par les REER?

Saviez-vous qu'il est possible de se procurer un revenu de retraite à l'abri de l'impôt?

Saviez-vous qu'il est possible de léguer à ses enfants un héritage intégral?

Non?

Venez nous rencontrer et nous vous présenterons avec plaisir différents concepts financiers peu connus du grand public et qui sont maintenant accessibles à tous!



OPTIMUM

OPTIMISER
VOS
REVENUS
DE RETRAITE

Votre situation financière actuelle vous permet de profiter d'une vie aisée et confortable. Mais vous vous demandez de quelle façon il sera possible de maintenir ce même style de vie lorsque vous serez à la retraite si vous ne pouvez augmenter votre niveau d'épargne au-delà de la limite de cotisation permise dans les REER?

LA STRATÉGIE FINANCIÈRE

OPTIMUM

LA SOLUTION FINANCIÈRE OPTIMALE!

Optimum est une solution financière novatrice qui a toute sa place dans votre planification financière, fiscale et successorale. Faisant partie de la catégorie des véhicules de placement exonérés, elle intègre tous les avantages d'une police d'assurance vie universelle et inclut une gamme complète d'options d'investissement.

Comportant un mécanisme de levier financier, cette stratégie s'adresse particulièrement aux investisseurs déjà initiés aux rouages de la finance et du placement. Elle peut accroître substantiellement la valeur d'un portefeuille de placements. Plusieurs investisseurs seront donc fortement portés à considérer cette solution financière dans leur processus de répartition d'actifs.

Optimum s'avère une solution financière optimale puisqu'elle vous permet :

- d'accumuler des sommes importantes à l'abri de l'impôt en vue d'une retraite bien méritée;
- d'encaisser un revenu de retraite non imposable plus élevé et pendant plus longtemps que si votre argent était placé dans un véhicule de placement traditionnel non exonéré;
- de léguer plus d'argent à vos héritiers, à l'abri de l'impôt.

PROFITEZ DE LA FORCE D'UN GROUPE CENTENAIRE ET DE LA DISPONIBILITÉ DE NOS CONSEILLERS FINANCIERS.

Nos conseillers en sécurité financière prennent soin de votre avenir : c'est leur emploi du temps!

Profitez dès maintenant du professionnalisme et de la grande disponibilité d'un de nos conseillers : il prendra tout le temps nécessaire pour dessiner avec vous l'avenir financier qui correspond à vos besoins et à votre style de vie.

ASSURANCE

- Vie individuelle
- Vie collective
- Hypothécaire
- Invalidité
- Accident

RETRAITE

- Rentes collectives
- Rentes individuelles
- Régime enregistré d'épargne-retraite (REER)
- Fonds enregistré de revenu de retraite (FEER)
- Régime enregistré d'épargne-études (REEE)

AUTRES SERVICES OFFERTS PAR LA COMPAGNIE

- Assurance générale (automobile, résidentielle)

L'INCIDENCE FISCALE SUR LE CHOIX DE VOS PLACEMENTS	
CHOIX DE PLACEMENTS POUR OPTIMISER VOS REVENUS DE RETRAITE	
VÉHICULES TRADITIONNELS (CPG, fonds mutuels)	STRATÉGIE FINANCIÈRE OPTIMUM
↓ Imposition annuelle sur les revenus de placements	↓ Aucune imposition sur les revenus de placements
↓ CONCLUSION ✓ Épargne diminuée par l'imposition annuelle ✓ Revenu de retraite moins élevé	↓ CONCLUSION ✓ Accumulation d'épargne en franchise d'impôt ✓ Revenu de retraite supérieur et libre d'impôt



Guy Blackburn, A.V.C.
Directeur d'agence
Conseiller en sécurité financière



Luc Maltais, A.V.C.
Directeur des ventes
Conseiller en sécurité financière



Christine Duval, A.V.C.
Directrice des ventes
Conseillère en sécurité financière



Yves Bilodeau
Directeur des ventes
Conseiller en sécurité financière



Nelson Bernachez
Adjoint à la direction
Conseiller en sécurité financière



Josée Beaulieu
Préposée assurance générale
(418) 549-2595
1 800 575-1806



Jean-Guy Bouchard, R.A.A.
Conseiller en sécurité financière



Colette Paquet, A.V.C.
Conseillère en sécurité financière



Pascal Aubé, A.V.C.
Conseiller en sécurité financière



André Martin
Conseiller en sécurité financière



Lisa Munger
Conseillère en sécurité financière



Martin Gagnon
Conseiller en sécurité financière



Isabelle Stucke
Conseillère en sécurité financière



Nancy Tremblay
Conseillère en sécurité financière



Françoise Ménard
Conseillère en sécurité financière



Justin Lavoie
Conseiller en sécurité financière
Péto Saguenay



Maude Boucher
Conseillère en sécurité financière



Pierre-Luc Minier
Conseiller en sécurité financière
Saint-Félicien d'Orléans



Linda Lessard
Conseillère en sécurité financière



Daniel Dubé
Conseiller en sécurité financière



Dany Roy
Conseiller en sécurité financière



Daniel Larm
Conseiller en sécurité financière



Isabelle Ouellet, A.V.C.
Conseillère en sécurité financière



Robert Lévesque
Conseiller en sécurité financière



Ralph Ellefsen
Conseiller en sécurité financière



Arthur Lapointe, A.V.C.
Conseiller en sécurité financière
Alma (418) 668-4343



Charles Simard
Conseiller en sécurité financière



Claude Lacroix, A.V.C.
Conseiller en sécurité financière



Jean Plourde, A.V.C.
Conseiller en sécurité financière



Pierre Simard
Conseiller en sécurité financière



Martin Gagné
Conseiller en sécurité financière



Gérard Larouche, A.V.C.
Conseiller en sécurité financière



Joël Gravel
Conseiller en sécurité financière



Isabelle Hudon
Sagaine en assurance de personnes



Doris Brassard
Sagaine en assurance de personnes



Sherley Brisson
Sagaine en assurance de personnes



Denis Lavoie
Sagaine en assurance de personnes



Odilon Guimont
Sagaine en assurance de personnes



INDUSTRIELLE ALLIANCE (MC)
ASSURANCE ET SERVICES FINANCIERS

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

345, rue des Saguenéens, bureau 120, Chicoutimi (418) 549-6914 / Sans frais : 1 800 363-0361
Courriel : ag036@inalco.com / Site Web : www.inalco.com



LE CLUB SÉLECT DES 25

Au Saguenay –
Lac-St-Jean, vos
manufacturiers
Concerto sont:

Fenêtres R.S. inc.
1673, boul. Ste-Geneviève
Chicoutimi-Nord (Québec) G7G 2H2
Tél.: (418) 543-9878

Fenêtres Vision Plus inc.
552, boul. Marcotte
Roberval (Québec) G8H 1Z6
Tél.: (418) 275-6378



Sous la
bannière
Concerto,
nous réunissons
l'élite dans le
domaine des portes et
fenêtres. Partout au Québec,
ce réseau est gage de qualité, de
service, d'expertise et d'accès à
une gamme complète de produits.

**Concerto, c'est la force de la
collaboration !**

Concerto est une création de



*La force
de la collaboration!*

Membre du Groupe Royal Technologies

CANCONTO
La fenêtre tout PVC