

5888

com

# LEADERSHIP Montréal

NOVEMBRE 2001

VOLUME 4

NUMÉRO 8

Une publication du Réseau du Leadership métropolitain



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

World Trade Centre  
Montréal



Institut du commerce électronique  
Electronic Commerce Institute

N.D.L.R.

page 3

PARTENAIRES

pages 7, 8, 9, 18

AGENDA

page 17

## DÉBAT

Le premier débat  
de la campagne à la mairie  
de Montréal : une initiative  
de la Chambre

PAGE 4

## PROFIL

Christiane Ayotte :  
une scientifique intègre  
et passionnée

PAGE 5

## DOSSIER

Les biotechs, ces PME  
qui carburent aux brevets  
et au capital de risque

PAGE 10



## FLASH : DES PETITES NOUVELLES DE NOS MEMBRES

### NOUVELLE SIGNATURE CORPORATIVE POUR OGILVY RENAULT

La fusion entre les cabinets d'avocats Meighen Demers et Ogilvy Renault annoncée il y a quelques mois vient d'entrer en vigueur. Cette initiative

entre deux partenaires réputés pour l'excellence de leurs services spécialisés et leur approche d'affaires innovatrice, permettra aux clients de bénéficier pleinement d'une expertise accrue et renouvelée.

Leur nouvelle image de marque permettra d'améliorer la nouvelle position concurrentielle de la firme et placera encore plus que jamais le client au centre de l'action en offrant des solutions juridiques intégrées, plus innovatrices et orientées davantage vers leurs

besoins. La nouvelle signature *Expertise par excellence* accompagnera un nouveau logo.

\*\*\*\*\*

Assurances automobile et habitation



*enfin, l'esprit libre*

... et le volant bien en mains, avec les solutions d'assurance de Meloche Monnex.

- Assurances automobile, habitation et micro-entreprise
- Un personnel courtois, compréhensif et compétent
- Un service d'urgence qui ne vous laissera jamais tomber, 24 heures sur 24, 365 jours par année
- Une carte-client personnalisée qui vous donne accès gratuitement à un réseau d'assistance international
- Tarifs et rabais concurrentiels sur des produits d'une qualité supérieure

Courez la chance de **gagner** la Nouvelle Mercedes-Benz C240 Classique !\*



Soumission automobile en direct!  
[www.melochemonnex.com](http://www.melochemonnex.com)

1 888 589-5656

Recommandé par



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

**TD Meloche Monnex**  
Notre science... l'assurance,  
notre art... le service

\*Huit autres prix à gagner pendant la période du concours. Pour obtenir les règlements complets du concours « enfin, l'esprit libre pour gagner ! », faites parvenir votre demande par la poste à : Meloche Monnex, 50, Place Crémazie, 12<sup>e</sup> étage, Montréal H2P 1B5

### PLEUVRA... PLEUVRA PAS !

Saviez-vous que... «L'énergie résultant des 30 000 mégawatts de capacité installée au Québec et des 5000 mégawatts de Churchill Falls est sujette aux aléas des précipitations qui, au cours des dix dernières années, n'auraient pas été à la hauteur des attentes des modèles prévisionnels.

Pendant ce temps, la demande électrique continue de croître d'année en année et si rien n'est fait le risque d'une rupture de capacité va aller s'intensifiant. On ne peut gager notre avenir sur l'espoir qu'il pleuvra davantage.» Cette citation est extraite tirée du discours de **Robert Tessier, président et chef de la direction, Gaz Métropolitain**, qu'il a présenté le mardi, 16 octobre dernier, au déjeuner-causerie de la Chambre. On peut lire le texte intégral de cette conférence sur le site Web de la Chambre [www.ccmq.ca](http://www.ccmq.ca)

Quelques jours plus tôt, Gaz Métro annonçait la mise en place de 22 programmes d'efficacité énergétique destinés à la clientèle des secteurs résidentiel, commercial, industriel, institutionnel et multilocatif. Pour plus de détails sur les nombreux programmes de Gaz Métro, visitez leur site Web ([www.gazmetro.com](http://www.gazmetro.com)).

\*\*\*\*\*

### NOUVELLE VOCATION POUR L'IMMEUBLE EATON

Ivanhoe Cambridge annonçait au début d'octobre l'occupation prochaine par Computershare Trust Company of Canada du 7<sup>e</sup> étage et d'une partie du 6<sup>e</sup> de l'édifice Eaton de la rue Ste-Catherine, vacant depuis plusieurs mois. Jadis à vocation unique, cet immeuble commercial septuagénaire de grand prestige, a joué un rôle d'importance dans l'économie montrealaise. Il aura désormais une vocation multifonctionnelle de galerie commerciale et d'espaces à bureaux.

Excellente nouvelle : l'intégrité architecturale du restaurant du 9<sup>e</sup> étage, dont l'aménagement, en 1930, avait été calqué sur celui de la salle à manger du paquebot l'Île-de-France, sera préservée.

\*\*\*\*\*

## UN AUTOMNE DE BUDGETS

Sortez vos loupes et vos calculatrices car, d'ici la mi-décembre, les gouvernements du Canada et du Québec ainsi que la nouvelle Ville de Montréal auront chacun leur nouveau budget.

Le contexte économique dans lequel vivent les Montréalais, les Québécois et les Canadiens nécessitait, de la part de nos élus, qu'ils remettent à jour leurs prévisions budgétaires. Les événements de septembre, la décroissance des entreprises de la nouvelle économie et les nombreuses mises à pied sont certainement des facteurs qui auront contribué à ce climat de récession que nous connaissons présentement.

Soucieuse de bien comprendre l'impact des mesures qui seront appliquées par les différents paliers de gouvernements, la Chambre suivra attentivement la présentation des budgets et fera connaître sa position et ses attentes. À cet effet, la Chambre recevra au cours d'un petit déjeuner, le 8 novembre prochain, la ministre des Finances du Québec, Mme Pauline Marois, qui viendra expliquer son budget.

Le 15 novembre, la présidente du Comité de transition de Montréal, Mme Monique Lefebvre, profitera d'un petit déjeuner Perspectives nouvelles pour présenter le budget de l'an 1 de la nouvelle ville de Montréal. Soyez des nôtres ! Tous les renseignements pour vous inscrire se trouvent en page 17.

Dans le présent numéro, Leadership Montréal se penche sur le dossier de l'industrie de la biotechnologie dans la région métropolitaine. Rémi Thibault nous présente cette industrie en s'attardant à son financement par le capital de risque.

Vous y découvrirez que 133 entreprises composent cet important secteur de l'économie montréalaise et que pour l'ensemble du Québec, le secteur biotechnologique profite de 17 % de l'ensemble du capital de risque disponible, ce qui représente des investissements de 226 millions de dollars. Dans cette industrie comme ailleurs, le recrutement des chercheurs demeure une préoccupation majeure, signe que nos universités ne parviennent pas à produire un nombre suffisant de chercheurs et de professeurs pour répondre à la demande régionale.

L'Institut du commerce électronique (ICE) vous propose des pistes de solution pour régler les problèmes d'infidélité de vos clients, ou comment fidéliser la clientèle. Vous y apprendrez ainsi qu'il est dix fois plus coûteux de gagner un nouveau client que de le conserver, et que chaque dollar investi en fidélisation du client rapporte 60 \$ en revenus. Les stratégies proposées vont du service personnalisé aux lettres de diffusion en passant par les programmes de fidélisation. L'ICE nous parle aussi de l'importance de la veille stratégique pour nos entreprises. Qu'elle soit concurrentielle, commerciale, sectorielle ou technologique, la veille permet notamment à l'entreprise de mieux saisir les enjeux de même que les occasions qu'offre ce marché.

Pour sa part, Montréal Technovision nous fait un portrait de l'industrie de la photonique à Montréal, une industrie qui regroupe une quarantaine d'entreprises et génère 8 000 emplois.

À la rubrique Profil, Joëlle Ganguillet nous propose de faire la connaissance de la Dre Christiane Ayotte, chercheur,

qui dirige le laboratoire de contrôle du dopage sportif de l'INRS-Institut Armand-Frappier, le seul laboratoire canadien accrédité par le Comité international olympique. Montréalaise pure laine, Mme Ayotte a acquis une renommée internationale dans les milieux sportifs, scientifiques et gouvernementaux.

La saison de la Chambre est lancée ! Deux reportages photographiques illustrent les principaux moments de deux événements qui se sont tenus en octobre, l'assemblée annuelle et le débat entre les candidats à la mairie de la nouvelle ville de Montréal, MM. Pierre Bourque et Gérald Tremblay.

Vous êtes à la recherche d'information stratégique ? Cindy Desmarais, du centre Info entrepreneurs, vous dresse un portrait des services offerts par le Centre de documentation pour les entrepreneurs : services de consultation, centre de documentation, accès Internet et agents de recherche sont accessibles aux entrepreneurs sur place, par téléphone ou par courriel.

Bonne nouvelle ! La représentation des femmes dans les conseils d'administration des entreprises et les institutions marque des progrès notables au cours des dernières années, tant au sein de l'administration publique que dans le secteur privé. La directrice du projet Égalité 2005, Mme Nicole Ranger, fait état de ces progrès et nous présente plusieurs femmes d'affaires récemment nommées à des conseils d'administration ou à des postes de direction dans des entreprises montréalaises.

Bonne lecture ! ■

Publié par le Réseau du leadership métropolitain

LEADERSHIP  
Montréal

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

**Président**  
Guy Fréchette

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

**Collaborateurs**  
Sylvain Bouffard  
Marie-Ange Bourdon  
Cindy Desmarais  
Francine Dumont  
Joëlle Ganguillet  
Francis Letendre  
Nicole Ranger  
Rémi Thibault  
Nadia Tripodi

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

**Publicité**  
Johanne Gagné  
Réginald Godin

**Design et production**  
Talengo Design inc.

**Impression**  
Imprimeries Transcontinental inc./  
Division Transmag

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

**Photo de la couverture :**  
Mario Beauregard

ISSN 1480-4638

Dépôt légal  
Bibliothèque nationale du Québec  
Bibliothèque nationale du Canada



## Pour ceux qui choisissent d'innover pour grandir

La vive concurrence crée un climat de changement continu. Les PME qui misent sur l'innovation tirent profit de ces changements pour accélérer leur croissance.

La BDC offre des produits financiers souples et novateurs capables de soutenir vos stratégies de croissance et de vous aider à livrer concurrence sur tous les marchés.

1 888 INFO BDC / [www.bdc.ca](http://www.bdc.ca)

Canada

**BDC**

Banque de développement du Canada  
EXCLUSIVEMENT AU SERVICE DES PME

# LE PREMIER DÉBAT DE LA CAMPAGNE À LA MAIRIE DE MONTRÉAL : UNE INITIATIVE DE LA CHAMBRE

Le 10 octobre dernier, la Chambre présentait, à l'hôtel Le Centre Sheraton, le premier débat public entre les candidats à la mairie de la nouvelle ville de Montréal, Pierre Bourque et Gérard Tremblay. La Chambre a pris cette initiative pour sensibiliser les gens d'affaires aux enjeux de la campagne électorale et pour leur faire connaître la vision respective des principaux candidats quant aux nombreuses questions que soulève la création de la nouvelle ville de Montréal et son développement économique de même que l'influence directe qu'aura la nouvelle administration de la ville sur sa compétitivité.

Outre le Réseau de l'information RDI, qui retransmettait ce face à face en direct, plus de 30 médias étaient présents à ce débat dont Pierre Maisonneuve était le modérateur. Les questions proposées par les membres avaient été regroupées par grands thèmes et c'est devant une salle comble que les candidats, après avoir présenté un court exposé sur chacun des thèmes, en ont ensuite débattu pendant plusieurs minutes.

On a vu depuis que ce débat a changé la couleur de la campagne électorale. ■



Réaction des candidats aux propos de M. Maisonneuve – «Une petite confiance... Après 25 ans de vie en banlieue, je suis maintenant citoyen de Montréal. Vous avez donc la chance inouïe de pouvoir me convaincre pour qui je devrais voter!»



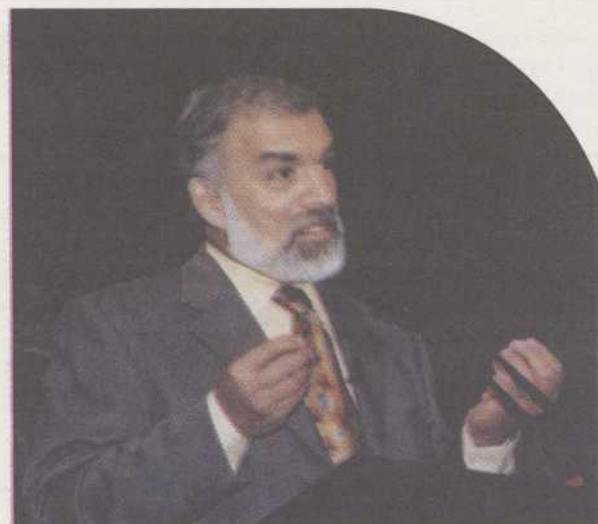
«L'arrondissement, c'est la personnalité, c'est l'identité des quartiers. Il faut remettre le citoyen au cœur même de l'arrondissement...»



«Pour moi, les gens d'affaires, ce sont les 3 000... 5 000 commerçants du centre-ville qui se sont mis ensemble... c'est la renaissance de la rue Ste-Catherine.»



Le débat s'est déroulé devant une salle comble. Plus de 600 femmes et hommes d'affaires, membres et amis de la Chambre, y assistaient.



«Une des grandes inquiétudes des citoyens ce sont les relations de travail. Moi, je ne voudrais pas être directeur des ressources humaines, à la ville de Montréal... parce que cela ne sera pas facile!»



«Cela prend une cohésion (...) il faut qu'il y ait quelqu'un, un leader qui agisse comme conciliateur entre les 27 présidents d'arrondissements...»



Gérard Tremblay : «En matière de gestion de l'eau, notre objectif c'est que tous les revenus de l'eau soient consacrés à l'exploitation et aux investissements dans le réseau.»

## CHRISTIANE AYOTTE : UNE SCIENTIFIQUE INTÈGRE ET PASSIONNÉE



Dre Christiane Ayotte, une chercheuse rigoureuse et une gestionnaire aguerrie.

PAR JOËLLE GANGUILLET

### ...sur les débuts du contrôle anti-dopage

«L'histoire du contrôle anti-dopage remonte aux années 60. On s'intéressait à l'époque aux stimulants comme les amphétamines; on faisait quelques contrôles ponctuels pendant les Jeux Olympiques et à l'occasion de certains championnats internationaux, mais les scientifiques ne disposaient pas encore d'équipements pour faire des tests à grande échelle et pour détecter efficacement les produits antidopants. On ne faisait même pas le lien entre certains accidents et décès d'athlètes et l'abus de médicaments ou de drogues. Il faut comprendre que le dopage concerne l'utilisation de médicaments et de drogues qui ne sont pas nécessairement illégaux. Cependant, on détourne ces substances de leur utilisation médicale légitime. Ainsi, l'absorption de testostérone est bénéfique pour quelqu'un qui souffre de déficience de cette hormone, mais l'utiliser en surplus de ce que le corps produit déjà en doses massives, c'est illégitime et dangereux pour la santé.

### ...sur le choc des Jeux panaméricains de Caracas : un tournant dans sa carrière

«Ce n'est qu'aux Jeux panaméricains de Caracas en 1983 que le milieu sportif s'est véritablement réveillé. Une douzaine d'athlètes américains avaient rebroussé chemin quand ils avaient appris qu'il y aurait des tests de dépistage sur place. Cela a été vécu comme un «électrochoc» et le gouvernement canadien a alors décidé de mettre au point son propre programme de dépistage en vue des Jeux de Los Angeles. Le laboratoire de contrôle du dopage de l'INRS qui existait déjà, mais qui n'avait pas de fonction précise, s'est donc réorienté et j'ai consacré mes efforts à la mise au point des outils de dépistage des stéroïdes anabolisants.

### ...sur les origines de sa passion pour la chimie

«J'ai baigné dans les sciences dès mon enfance, mon père étant biochimiste à l'hôpital Sainte-Justine. Mes frères et sœurs ont tous embrassé des carrières scientifiques : j'ai une soeur médecin, un frère pharmacologue, une sœur orthophoniste. L'orientation scientifique est donc «génétique» chez nous ! Moi, j'ai choisi la chimie organique parce que j'avais une aptitude pour la recherche, un intérêt marqué pour la chimie et j'ai eu la chance de rencontrer des professeurs motivants. Après avoir décroché mon doctorat en 1983, je suis entrée à l'INRS-Santé pour y faire un stage postdoctoral de deux ans. À l'époque, je travaillais sur les polluants de l'environnement, plus particulièrement sur la dégradation des BPC dans l'organisme.

a acquis une expertise dans le domaine qui a été reconnue par le CIO et de nombreuses fédérations sportives internationales.

### ... sur les exigences du métier

«En prenant la tête du laboratoire de contrôle anti-dopage en 1991, je me suis retrouvée sur la place publique et je me suis exposée bien des fois au risque de recevoir des tartes à la crème... J'ai dû défendre à plusieurs reprises, en tribunal sportif, les résultats des tests que notre laboratoire avaient faits. Dans le cas de l'athlète Sotomayer, entre autres, on a mis la crédibilité de notre laboratoire en jeu en accusant nos experts d'avoir délibérément mis de la cocaïne dans son urine... On nous accuse souvent de mettre des carrières en péril alors que les suspensions d'athlète sont très temporaires. Ben Johnson a dû être «épinglé» trois fois avant d'être suspendu... Le monde sportif et la population en général vivent du culte du héros et personne ne veut détruire les rêves. Il faut être très courageux quand on dégonfle les mythes, quand on tient un discours qui n'intéresse personne...



La Dre Christiane Ayotte entourée de ses collègues dans les laboratoires de l'INRS - Institut Armand-Frappier

Il est très difficile de contrôler le dopage quand les athlètes sont poussés à la performance extrême. L'échec ou le fait d'avoir des limites est devenu intolérable dans notre société. On fait face aussi au silence des sociétés pharmaceutiques qui mettent au point les agents dopants et à la complicité des médecins qui les prescrivent aux athlètes. De plus, les entraîneurs exploitent la vulnérabilité des athlètes en les poussant à consommer des substances stimulantes pour atteindre des objectifs de performance de plus en plus exigeants.

À mon avis, ce problème ne concerne pas uniquement une poignée d'athlètes des milieux du sport amateur ou professionnel, l'exploitation de la vulnérabilité touche la population en général à qui l'on fait croire – et qui veut bien le croire – qu'il existe des produits miracles qui font maigrir, conser-

vent la jeunesse ou encore renforcent la musculature. On a trop tendance à se bourrer de produits dont on ne connaît pas l'efficacité. Ainsi, l'industrie des produits naturels n'est pas «normée»; le contrôle de la qualité y est volontaire et pourtant, la population, comme les athlètes, utilise la créatine, les compléments alimentaires, les acides aminés sans vraiment connaître l'efficacité réelle de nombreux produits.

### ...sur l'importance d'harmoniser la réglementation en matière de dopage et le rôle de l'Agence mondiale anti-dopage (AMA)

«L'AMA est née à la suite du scandale du Tour de France de 1998 où l'on avait découvert des traces d'EPO dans l'urine de nombreux participants. Les intervenants de la lutte antidopage du monde entier ont convoqué une conférence internationale à Lausanne qui a entraîné la création de l'AMA en 1999. L'AMA est en quelque sorte une création du CIO qui regroupe, à la même table, des comités olympiques nationaux, des fédérations sportives internationales, des gouvernements et des athlètes. Le principal avantage d'un tel organisme c'est qu'il va harmoniser les réglementations en matière de dopage.

Nous sommes très contents que Montréal ait été choisie pour l'établissement du siège permanent de l'AMA, c'est un apport prestigieux pour notre ville. Je suis déjà très impliquée dans l'organisme en tant que membre du comité Santé, science et recherche de l'AMA et membre d'un groupe de travail de la sous-commission Dopage et biochimie du sport du CIO. L'AMA va donc fixer des normes communes et compatibles sur les contrôles, mettre en œuvre des programmes d'éducation, en plus d'encourager la recherche sur les méthodes de détection des agents dopants. Notre laboratoire va sans doute bénéficier de l'octroi supplémentaire de contrats spécifiquement dédiés à la recherche alors que, jusqu'à maintenant, nous devons souvent gratter les fonds de tiroir dans d'autres programmes !

### ...sur l'importance d'éduquer pour prévenir

«Je participe à de nombreux ateliers de formation de corps policiers, d'entraîneurs et de divers intervenants du milieu sportif. Je suis convaincue de l'importance de sensibiliser les gens aux dangers du dopage et à ses conséquences. La sensibilisation des jeunes m'apparaît essentielle. Je donne aussi des conférences dans les écoles secondaires pour, d'une part, promouvoir les études et les carrières en sciences, particulièrement chez les filles, mais aussi pour sensibiliser les jeunes à la protection de leur santé... Déformation parentale, sans doute, car je suis aussi une mère de famille ! ■

## L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE SOUS LE SIGNE DES GRANDS ENJEUX

Le mardi 2 octobre 2001, à l'hôtel Fairmont Le Reine Elizabeth, se tenait l'assemblée annuelle des membres suivi d'un déjeuner et d'une présentation du programme du nouveau président pour 2001-2002.

M. Fréchette nous a fait partager son plaisir et sa fierté d'avoir accepté la présidence de la Chambre, au moment où une foule de défis s'offrent aux Montréalais à l'arrivée de la nouvelle ville, le 1<sup>er</sup> janvier prochain.

### ...POUR ASSURER LE SUCCÈS DE LA NOUVELLE VILLE DE MONTRÉAL

Le nouveau président a exposé les critères de succès que la Chambre juge essentiels à la pleine réussite de la nouvelle ville et à sa compétitivité :

- l'organisation de l'agglomération;
- le leadership et les pouvoirs politiques accrus;
- la prestation de services et l'organisation du travail; et
- le partage des responsabilités entre la ville-centre et les arrondissements.

Il a aussi insisté énergiquement pour que le plan de développement économique qui sera produit par la Communauté métropolitaine de Montréal (CMM) soit élaboré et coordonné par

les élus de la nouvelle ville de Montréal et que les stratégies qui seront développées soient confiées aux organismes spécialisés de la région.

### ...POUR QUE MONTRÉAL RAYONNE À TRAVERS LE MONDE

La Chambre continuera à agir activement sur des facteurs qu'elle juge essentiels au développement économique durable d'une société tels que l'éducation et la démocratie. Le remaniement de la carte électorale est d'ailleurs une priorité pour la Chambre qui — tel que l'a expliqué M. Fréchette — veut pour Montréal un poids politique égal à son poids économique pour s'adapter aux défis exigeants de la nouvelle économie et du commerce international.

### ...POUR LA PERTINENCE DES INTERVENTIONS DE LA CHAMBRE

M. Fréchette a également confié aux personnes présentes que l'année à venir constituera, pour la Chambre, un moment de transition. De nouveaux comités d'analyse stratégique seront créés et une participation de membres experts dans leurs domaines respectifs enrichiront les prises de position et les interventions sectorielles de la Chambre. ■



Guy Fréchette, le nouveau président de la Chambre, durant son allocution.



Patrice Simard, président en 1995-1996, et Paule Doré, présidente en 1996-1997, entourent Monique Lefebvre, la directrice du Comité de Transition.



Un hommage a été rendu à Pierre Laferrière, le président du conseil sortant, et un cadeau-souvenir lui a été remis par Normand Legault.



Guy Fréchette, le nouveau président de la Chambre en compagnie de Marcel Caron, qui fut président de la Chambre en 1963-1964.



M. Ihab Hanna, président d'Uniglobe Voyage Lexus, remet le prix de présence offert par son agence à Mme Thieu Quan Hoang, directrice des finances, Communauté Métropolitaine de Montréal : un billet aller-retour Montréal-Paris pour deux personnes.

# LA PHOTONIQUE À MONTRÉAL : UN SECRET PLEIN D'AVENIR

La photonique est un secret bien gardé et un gisement sous-exploité à Montréal. Une étude réalisée au début de l'année 2001 par TechnoCompétences révélait que les entreprises œuvrant dans ce secteur représentaient, au printemps 2001, plus de 8 000 emplois dans la région de Montréal – dont 50 % sont en photonique – répartis entre plus de 40 entreprises. En fait, notre secteur photonique se classe parmi les 10 principales agglomérations photoniques du continent nord-américain.

## CE QU'EST L'OPTIQUE-PHOTONIQUE

La photonique est la science de la génération, manipulation, transmission et détection de la lumière. Les technologies qui en découlent ont des applications dans une grande variété de secteurs dont les télécommunications, les processus de production du secteur manufacturier, les technologies de l'information, les soins de santé, la microélectronique, la défense, les produits de consommation, l'aérospatiale et les capteurs.

Les composants optiques sont généralement intégrés au sein de systèmes comprenant des composants électroniques ou mécaniques, intégrés à des produits ou services vendus.

## CONTEXTE

Le ministère de l'Industrie et du Commerce (MIC), l'Institut international des télécommunications (IIT) et Montréal TechnoVision (MTI) se sont associés pour piloter, en collaboration avec le Réseau photonique Montréal, la réalisation d'une étude visant à identifier les enjeux de développement du secteur et proposer des axes d'intervention stratégiques et mobilisateurs

Aux États-Unis, le secteur photonique s'est développé autour d'une douzaine d'agglomérations d'entreprises situées notamment à Rochester, Lehigh, Tiucson, Denver, San Jose, Boston et dans le Maryland.

Au Canada, les trois grandes agglomérations d'entreprises photoniques se retrouvent dans le corridor Ottawa, Montréal, Québec.

Au Québec, l'optique-photonique est un secteur dynamique depuis plus de 40 ans. La région métropolitaine de Québec recèle d'ailleurs un pôle réputé de recherche et développement. Grâce aux activités soutenues de l'Université Laval, de l'INO, de la Cité de l'optique, la région a su mettre en valeur sa capacité d'innovation pour développer une base de fabrication qui a permis la création d'une vingtaine d'entreprises et de plus de 2 000 emplois spécialisés en industrie.

À Montréal, les entreprises en photonique sont concentrées dans la fabrication pour les secteurs des télécommunications et de l'électronique. Elles représentent 30 % des emplois de fabrication du secteur plus large des technologies de l'information et des communications (TIC). Les investissements de ces sociétés en recherche ou en design photonique demeurent limités comme d'ailleurs leurs liens avec les universités.

## ENJEUX DU SECTEUR

Au cours des prochaines années, les applications photoniques subiront des mutations importantes qui découleront de l'évolution des besoins, de la convergence des technologies, de l'industrialisation des procédés de fabrication et d'une nouvelle chaîne de production.

La croissance de la demande pour les composants photoniques demeurera forte dans l'industrie des télécommunications, mais les besoins de fibre optique se déplaceront des grands réseaux vers les réseaux locaux. Les coûts et la performance des produits deviendront donc plus importants que la capacité des réseaux.

La base des produits sera standardisée et l'on verra apparaître des systèmes intégrés. Les nouveaux processus de fabrication seront plus automatisés, optimisés, standardisés et moins intensifs en matière de main-d'œuvre.

La convergence technologique se traduira par l'intégration des composants optiques et électroniques au sein d'un même produit, puis sur un même « chip ». À long terme, on fabriquera de véritables circuits intégrés optiques.

Ces transformations entraîneront la création d'une nouvelle chaîne de production qui sera moins intégrée verticalement et plus éclatée. Les fabricants de composants alimenteront les spécialistes de systèmes (JDS Uniphase, Corning, etc.) dont les produits seront intégrés par des sous-contractants (Selectron, SCI, Celestica, C-Mac) avant d'être livrés aux grands équipementiers (Nortel, Lucent, Alcatel, etc.).

## RÉSEAU PHOTONIQUE MONTRÉAL

À Montréal, l'agglomération photonique a été baptisée Réseau photonique Montréal. Elle est en démarrage et regroupe déjà une vingtaine d'entreprises.

Le renforcement du Réseau photonique Montréal permettra de travailler avec les plus importantes entreprises (Nortel, C-Mac, etc.) pour réaliser des actions collectives, intensifier leur réseautage et favoriser le développe-

ment de l'éducation spécialisée et d'une masse critique en matière de recherche fondamentale ou appliquée.

Malgré le ralentissement actuel, Montréal doit, comme toutes les agglomérations les plus dynamiques d'Amérique du Nord, continuer à investir dans les ingrédients essentiels au développement de son secteur photonique.

## CONSTRUIRE LE SECTEUR PHOTONIQUE

Pour développer le secteur photonique de la région de Montréal, il faudra respecter les orientations suivantes :

- travailler en complémentarité avec la région de Québec : appuyer leurs initiatives structurantes et miser sur les caractéristiques distinctives de Montréal;
- encourager les interrelations entre les acteurs (entreprises, institutions d'enseignement, etc.)
- agir sur les leviers de croissance en éducation et recherche et tenir compte des mutations en cours.

Pour concrétiser ces orientations, les intervenants du secteur photonique devront réaliser quatre actions :

- **Renforcer le leadership industriel** - Accélérer le développement du Réseau photonique Montréal et encourager la participation des entreprises photoniques dans les grands projets du secteur TI.
- **Construire un pipeline d'étudiants en photonique** - Appuyer les projets de formation technique et universitaire, proposés dans les régions de



Montréal TechnoVision Inc.

Québec et de Montréal.

- **Favoriser l'établissement d'une masse critique en recherche** - Appuyer le projet PROMPT-Québec en assurant la participation de l'industrie, et faciliter l'accès et l'utilisation des programmes de bourses industrielles.
- **Développer une stratégie pour optimiser le rôle des sous-contractants** - Établir des mécanismes de collaboration entre les intégrateurs, les sous-contractants et les maisons d'enseignement.

Le conseil des gouverneurs de Montréal TechnoVision est disposé à offrir au Réseau photonique Montréal, l'expertise et le soutien stratégique et technique de MTI dans la réalisation de son plan d'affaires.

La photonique, c'est un avenir lumineux qui se construit ! ■

## NOUVELLES DES MEMBRES

◀ page 2

## FLASH : DES PETITES NOUVELLES DE NOS MEMBRES

### SCÉNO PLUS VOIT GRAND, LOIN ET JUSTE

La firme québécoise vient d'annoncer l'ouverture prochaine de son tout dernier né, le Théâtre du Casino de Hull, un espace culturel haut de gamme. La firme fondée en 1985 offre des services intégrés en architecture, design de salle de spectacle, conception de système d'équipements spécialisés et en gestion de projets.

Parmi ses réalisations, on compte, entre autres, le théâtre Bellagio pour le spectacle O du Cirque du Soleil; la scène pivotante de la Cité de l'Énergie, à Shawinigan. Plus près de nous, on leur doit le

Complexe Ex-Centris, l'Usine C, le Centre Pierre-Péladeau, le Paramount Montréal, pour n'en citer que quelques-uns.

Le prochain défi de Scéno Plus : le concept du Caesars Colosseum, l'une des plus grandes et des plus luxueuses salles de spectacles à Las Vegas, où Céline Dion fera son retour sur scène.

\*\*\*\*\*

page 14 ▶



Institut du commerce électronique  
Electronic Commerce Institute



Pierre Langelier  
Président-directeur général,  
Institut du commerce électronique

## LA VEILLE STRATÉGIQUE - VOUS CONNAISSEZ ?

Inondés d'information, de données et de documents, les gens d'affaires cherchent à être bien informés, ponctuellement et rapidement. La veille stratégique permet aux entreprises d'acquiescer de l'information, facilitant la prise de décisions stratégiques, et de développer une approche structurée pour optimiser leurs sources concernant cette information.

Outil indispensable des décideurs, la veille est aussi connue sous d'autres noms : vigie, intelligence d'affaires et, en anglais, *business intelligence* ou encore *competitive intelligence* ?

Qu'elle soit concurrentielle, commerciale, sectorielle ou technologique, la veille favorise :

- la centralisation et le partage de l'information;
- l'analyse d'information très ciblée et plus pertinente;
- l'accès amélioré à de l'information critique en temps opportun (moins d'information, mais plus spécifique à l'entreprise).

La veille permet aux employés d'être mieux informés — donc plus proactifs — et elle favorise la création de produits et de services optimisés mieux adaptés aux marchés et aux besoins des clients.

### LA VEILLE ADAPTÉE À VOS OBJECTIFS D'AFFAIRES

Pour mieux connaître les tendances de son marché ou des TI, ses clients ou le positionnement de ses compétiteurs, il faut adapter la veille aux besoins de l'entreprise et les lier étroitement à ses objectifs d'affaires, selon son secteur d'activité (télécommunications, fabrication, transport, exportation, santé, finances, services, etc.).

Afin de soutenir les entreprises dans leurs démarches en affaires électroniques, l'Institut du commerce électronique offre un service de veille stra-

tégique qui regroupe plusieurs volets complémentaires dont :

- un mandat de recherche et d'analyse;
- l'accompagnement-conseil;
- la formation en veille stratégique; et
- un bulletin électronique hebdomadaire. — abonnez-vous, c'est gratuit !

Dans le cadre des mandats qui lui sont confiés, l'Institut produit différents types de documents selon des critères et une chronicité préétablis avec les représentants de l'entreprise. Ceux-ci comprenant, par exemple, des rapports et des clips de veille (quotidiens, hebdomadaires ou de type « alerte ») ainsi que de la recherche documentaire ponctuelle.

### LA FORMATION EN VEILLE STRATÉGIQUE

La formation en veille stratégique outille les participants de façon à leur permettre de devenir LA ressource de l'entreprise. Différents éléments-clés y sont présentés, essentiels pour une veille efficace, entre autres :

- l'analyse des tendances, des concepts et des différents types de veille;
- l'utilisation des outils relatifs au domaine; et
- la différenciation des concepts de veille stratégique.

Les professionnels en marketing, recherche et communications, entre autres, peuvent bénéficier de cette formation. Elle s'adresse particulièrement aux internautes intermédiaires et avancés qui veulent réaliser des recherches à l'aide de logiciels performants et surveiller le Web de façon automatisée pour veiller sur leur secteur d'activité. Les responsables de dossiers de veille et toute personne jouant un rôle actif dans une cellule de veille peuvent aussi profiter de cette formation pour perfectionner leur art.

Nous vous invitons à communiquer avec l'Institut du commerce électronique pour mieux connaître les avantages de la veille stratégique pour votre entreprise. Par téléphone : (514) 840-1297 ou par courriel : [veille@institut.qc.ca](mailto:veille@institut.qc.ca) ■

## À LA RECHERCHE D'INFORMATION STRATÉGIQUE...?

PAR CINDY DESMARAIS, AGENT DE RECHERCHE D'INFORMATION,  
CENTRE DE DOCUMENTATION, INFO ENTREPRENEURS

Savez-vous que l'équipe du centre de documentation d'Info entrepreneurs peut vous assister dans vos recherches d'information ? Ainsi, si vous êtes de celles et ceux qui se sentent dépassés par la multitude et la diversité des sources d'information, ou encore qui, par manque de temps, ne peuvent envisager de longues heures de recherche, vous pourriez tirer profit des services de recherche offerts au centre de documentation, en plus de l'expertise et de la motivation des agents de recherche d'information à votre service !

Combien de temps passeriez-vous à tenter de trouver, par exemple, le nombre d'Américains portant des prothèses dentaires, des données sur l'évolution du secteur de l'agroalimentaire aux États-Unis, des statistiques d'importation et d'exportation dans le domaine du meuble, les tendances dans le marché des piles à combustible, ou encore, des listes de fabricants de produits naturels en France, des distributeurs de pièces de véhicules automobiles au Québec, la liste des foires et expositions dans le domaine du vêtement, etc. ?

### TROP DE TEMPS, DIREZ-VOUS !

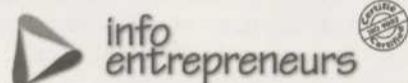
Le rôle des spécialistes de l'information du centre de documentation est de vous aider à chercher et à sélectionner et de vous donner accès à de l'information d'affaires fiable et de qualité. C'est donc dans cette optique qu'Info entrepreneurs propose ses services de documentation.

### ET JUSTEMENT, EN QUOI CONSISTENT CES SERVICES ?

Dans le but de répondre aux différents besoins d'information de la clientèle d'affaires, la création de différents types de services de recherche était appropriée. Ainsi, à leur guise, les clients peuvent opter pour un service en particulier : consultation sur place, service de recherche gratuit ou service de recherche tarifé.

### SERVICE DE CONSULTATION SUR PLACE

Chaque jour, le centre de documentation reçoit la visite de gens qui consultent la collection imprimée\* contenant près de 6 000 documents (dont des répertoires de fabricants, de distributeurs, de foires, des études de marché, des statistiques, etc.) ou qui effectuent, à partir des cinq terminaux disponibles, des recherches dans les cédéroms, les banques de données et



les sites Web d'affaires et ce, gratuitement. Outre l'accès aux différentes sources d'information disponibles, les visiteurs bénéficient de la présence des agents de recherche d'information qui les mettront sur la bonne piste !

### SERVICE DE RECHERCHE GRATUIT

Les agents de recherche effectueront pour vous avec plaisir et gratuitement des recherches simples de 15 minutes ou moins. En effet, le centre de documentation offre la possibilité au public de soumettre leurs demandes d'information en personne, par téléphone, télécopieur ou courrier électronique.

### SERVICE DE RECHERCHE TARIFÉ

Votre demande d'information, plutôt complexe, nécessite des recherches plus longues et plus approfondies ? Vous pourriez alors profiter des sérieux avantages du service de recherche tarifé que vous suggère Info entrepreneurs. Les spécialistes de l'information mettent à profit leur expertise en recherche et utilisent la multitude de sources d'information à leur disposition pour effectuer des recherches exhaustives. L'agent examine rapidement les résultats et prend soin de ne conserver que l'information pertinente, ce qui vous fait sauver beaucoup de temps. Une lettre où figurent les sources d'information consultées et le temps de recherche accordé accompagne la recherche.

Le coût de ce service, basé sur les tarifs en vigueur sur le marché pour des services comparables, est de 80 \$ l'heure (frais minimum de 40 \$) pour la clientèle générale. Les membres du Réseau du leadership métropolitain (la Chambre, Institut du commerce électronique et WTC Montréal) et de la Jeune Chambre de commerce de Montréal bénéficient de réductions substantielles sur les tarifs horaires réguliers (55 \$ au lieu de 80 \$).

Nous espérons vous compter bientôt parmi notre clientèle. Nos services pourraient contribuer au succès de votre entreprise en vous permettant de cibler de nouveaux marchés et de nouvelles clientèles. ■

\* Consultez notre collection via notre site Web [www.infoentrepreneurs.org/fre/collection.cfm](http://www.infoentrepreneurs.org/fre/collection.cfm)



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

# DES PROBLÈMES D'INFIDÉLITÉ : QUOI FAIRE POUR GARDER SES CLIENTS

PAR NADIA TRIPODI, ANALYSTE, INSTITUT DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE



La gestion de la relation *client* est devenue aujourd'hui le centre des priorités de plusieurs entreprises. En effet, nous pouvons même dire que l'année 2001 sera celle de la fidélisation des clients. Les entreprises attribuent une grande importance à cet aspect, puisqu'il est moins coûteux de conserver des clients en les fidélisant que d'en gagner de nouveaux.

Au-delà de la question des coûts pour l'entreprise, il y a aussi une question de revenus. Toute entreprise a avantage à conserver ses clients. Un client fidèle dépense de plus en plus. Les stratégies qui visent à établir des relations solides avec les clients ont un avantage concurrentiel majeur. Une étude récente de Creative Good indique qu'un dollar investi en fidélisation du client rapporte 60 \$ en revenus, comparativement à 5 \$ pour un dollar investi en publicité. De même, les entreprises doivent maximiser les profits générés par chaque client, tout en minimisant les dépenses induites pour les attirer et leur procurer une offre adaptée à leurs besoins.

## POURQUOI FIDÉLISER LA CLIENTÈLE ?

Très simple. Il est beaucoup plus rentable d'augmenter les revenus provenant des clients actuels que d'en acquérir de nouveaux :

- Selon le Harvard Business Review, une augmentation de 5 % du taux de fidélisation des clients entraîne une hausse de 25 à 95 % des profits.
- En moyenne, il est 10 fois plus coûteux de gagner un nouveau client que de le conserver.

Les entreprises peuvent augmenter leurs revenus en connaissant les habitudes d'achat de leurs clients et leur propension à acquérir de nouveaux services. Elles doivent tout mettre en œuvre pour que l'internaute ait envie de revenir.

## LA PERSONNALISATION

Une façon simple et efficace de fidéliser les clients est de s'assurer qu'ils ont une bonne expérience du Web. Si l'entreprise ne répond pas aux exigences de ses clients, ces derniers trouveront sans doute un concurrent qui y répondra. Plus la concurrence est forte, plus l'entreprise doit utiliser des stratégies distinctes et personnalisées pour conserver son capital le plus important : ses clients.

Personnaliser un site Web d'entreprise en lui offrant un environnement de navigation familier et unique est une façon de fidéliser le client.

Le cas de Nike est un exemple très connu. Sur le site de l'entreprise, le client a la possibilité de personnaliser sa chaussure Nike en choisissant la couleur, le style et même en y signant son nom. Kickers Belgique a cependant été la première à offrir la personnalisation des chaussures sur Internet. On propose une chaussure blanche divisée en quatre parties et l'internaute peut créer sa propre chaussure et choisir la couleur à partir d'une palette de 20 couleurs.

Les entreprises qui offrent des services en ligne ont besoin de solutions adaptées pour gérer efficacement les questions, les problèmes et les courriels transmis par les clients.

## LES PROGRAMMES DE FIDÉLISATION

L'Internet offre un éventail de nouvelles possibilités pour gagner la confiance des consommateurs. Or, de nombreux programmes sont disponibles non seulement pour les grandes entreprises, mais aussi pour les PME. Le mix de fidélisation doit être adapté à la stratégie de l'entreprise, à l'environnement et, bien sûr, aux clients, question de permettre de gérer efficacement la relation avec la clientèle. Ils sont par-

fois coûteux, mais des programmes de fidélisation tels que les cartes de fidélité, les clubs de clients et les lettres de diffusion (*newsletter*) offrent généralement d'excellents résultats.

## LES CARTES DE FIDÉLITÉ

Généralement conçues pour les achats en ligne, ces cartes permettent aux clients de gagner des points après différentes actions sur un site Web. Les internautes peuvent aussi acquérir des points en procédant à un téléchargement, en participant à un sondage, en s'abonnant ou en effectuant une simple visite sur le site. Les points acquis donnent droit à des cadeaux, des bons de réduction, etc. Chaque nouvel achat devient ainsi plus intéressant pour le client.

Les cartes de fidélité permettent, entre autres, de proposer des produits ou des services plus personnalisés tout en encourageant les visites répétées des clients. Ce système incite le client à ne pas s'adresser à un concurrent dont le prix serait plus élevé. Toutefois, ce n'est pas parce qu'un client détient une carte de fidélité qu'il va forcément acheter sur votre site.

## LES CLUBS DE CLIENTS

Les clubs font également partie de la panoplie des programmes de fidélisation. Celui-ci est basé sur le concept du privilège. Par l'adhésion du client, les clubs offrent des services supplémentaires tels que de l'information plus approfondie, des conseils, des offres gratuites, etc. Les clubs de clients offrent une valeur ajoutée aux internautes et les incitent à faire des achats sur le Web. Cela permet aux entreprises de se démarquer de la concurrence et de fidéliser leurs clients en développant un sentiment d'appartenance et de privilège.

Nintendo, par exemple, a créé le Club Nintendo qui compte deux millions de membres. Ces membres bénéficient d'avantages supplémentaires, tels qu'une revue contenant de l'information diverse, des indices et la présentation de nouveaux jeux. Ils ont aussi accès aux centres d'appels lorsqu'ils ont des questions ou des problèmes.

## LA LETTRE DE DIFFUSION (NEWSLETTER)

Les lettres de diffusion sont des lettres auxquelles les internautes peuvent s'abonner sur un site Web pour recevoir régulièrement, par courriel, de l'information brève et récente, associée au site.

Ces lettres permettent aux entreprises d'établir avec leur clientèle une communication sur une base régulière tout en offrant une valeur réelle à l'abonné. Une lettre de diffusion permet d'acheminer directement aux abonnés de l'information sur l'entreprise; des dossiers d'actualité ou de publication; des promotions et des annonces d'activités. Ces lettres, qui contiennent des hyperliens, ramènent les visiteurs vers le site Web. Les lecteurs voudront en savoir plus et chercheront plus d'information sur les thèmes qui y sont abordés.

Il faut cependant offrir un contenu utile et intéressant pour les internautes. De plus, en personnalisant les lettres, les abonnés ont le sentiment que l'information est personnalisée.

Enfin, tant que l'entreprise ne met pas le client au cœur de ses préoccupations stratégiques, la fidélisation des clients restera un enjeu majeur sur Internet. Toutes ces démarches stratégiques, ces déploiements d'outils peuvent aider à fidéliser la clientèle. Mais... hélas, il n'existe aucune recette miracle. ■

## PROGRAMME DE FORMATION DE L'INSTITUT DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

NOVEMBRE 2001

29 octobre au 2 novembre	Semaine du commerce électronique (CE) Hilton Montréal Bonaventure
2 novembre - 18 h	Gala du commerce électronique Gare Windsor, Salle des pas perdus
14 novembre 9 h à 12 h	Formation en veille stratégique Locaux de l'Institut du commerce électronique
Information : <a href="mailto:institut@institut.qc.ca">institut@institut.qc.ca</a> Tél. : (514) 840-1288	



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

# BESOIN

D'ESPACE

1 800 463-5261

www.inalco.com/immobilier

**Bureaux à louer**  
de 300 pi<sup>2</sup>  
à 63 000 pi<sup>2</sup>

Montréal  
Laval  
Trois-Rivières  
Québec  
Chicoutimi

INDUSTRIELLE ALLIANCE  
ASSURANCE ET SERVICES FINANCIERS

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

# LES BIOTECHS, CES PME QUI CARBURENT AUX BREVETS ET AU CAPITAL DE RISQUE

*Traitements contre l'Alzheimer et le cancer, soie d'araignée plus résistante que le kevlar extraite du lait de chèvre transgénique, os et disques lombaires synthétiques conçus par ordinateur... voilà un mince aperçu de la vitrine futuriste des biotechs montréalaises.*

PAR RÉMI THIBAUT

## UNE TENDANCE DÉMOGRAPHIQUE

En santé humaine, la croissance de l'industrie globale de la biotechnologie repose sur une donnée très simple : nous serons de plus en plus nombreux à vivre de plus en plus vieux. Nous aurons donc de plus en plus besoin de soins. À l'échelle mondiale, les maladies coronariennes et celles du système nerveux central, de même que les maladies infectieuses pulmonaires et gastro-intestinales passeront tout en haut de la liste des maladies les plus répandues d'ici 2020. Quant aux maladies chroniques associées au vieillissement, elles exploseront. L'avenir de l'Homme semble être... de se soigner.

Les biotechs sont ces PME technos qui carburent aux idées géniales et au capital de risque. En santé humaine, ces PME très innovantes évoluent souvent à proximité des grandes entreprises pharmaceutiques internationales qui ont un incessant besoin de nouveaux produits et traitements.

Montréal est monté dans le train de la biotechnologie il y a une dizaine d'années et a connu un succès rapide. Aujourd'hui, plus de 85 % des activités en biotechnologie du Québec sont concentrées dans la région métropolitaine. Les villes de Saint-Hyacinthe (Technopôle agroalimentaire) et de Québec jouent également un rôle de premier plan dans certains domaines de recherche très prometteurs.

## UNE JEUNE INDUSTRIE

Le terrain de jeu de la biotechnologie est mondial. Selon M. Richard Garant, directeur des politiques-santé chez Merck Frosst, des conditions précises doivent être respectées par les pays qui ont l'ambition de développer une telle industrie : 1) l'existence de lois assurant la protection de la propriété intellectuelle 2) la capacité de financement par l'accès direct aux marchés (pour les grandes pharma) et la disponibilité du capital de risque (pour les PME biotechs), et 3) l'expertise locale (universités, centres de recherche, chercheurs) qui assurent la disponibilité de capital humain et intellectuel nécessaire.

«Ensuite seulement viennent en ligne de compte l'environnement d'affaires et les avantages fiscaux», souligne M. Garant. «Par exemple, au Québec, les économies réalisées en R-D permettent

de bonifier l'offre pour attirer des chercheurs étrangers. L'exemption fiscale de cinq ans accordée aux chercheurs étrangers qui s'installent ici a aussi été un incitatif très important.»

Le développement d'une industrie dans les secteurs à haut risque de l'économie du savoir nécessite donc un savant dosage dans les actions prises par les divers intervenants privés et gouvernementaux. Et rien n'est jamais gagné : «On ne peut jamais, dans ces secteurs-là, s'asseoir sur ses lauriers. Il faut toujours regarder en avant, et essayer d'anticiper pour garder notre position», conclut M. Garant.

Depuis une dizaine d'années, l'industrie des biotechs montréalaises s'est développée rapidement, soutenue par des sources de financement de plus en plus diversifiées en capital de risque provenant de sociétés privées, de grands portefeuilles institutionnels et, progressivement, des institutions financières.

Il demeure que cette jeune industrie qui regroupe plus de 15 000 emplois et connaît un taux de croissance annuelle moyenne de 17 % depuis 1990 demeure fragile et repose «sur sa capacité à prévoir les besoins de l'industrie de demain», insiste M. Garant. «Malgré tout, notre industrie demeure compétitive, même face aux États-Unis qui ont l'avantage du volume.»

## LE CAPITAL DE RISQUE AU RENDEZ-VOUS DE LA BIOTECHNOLOGIE

*Entre 1999 et 2000, le capital de risque tous azimuts sous gestion au Québec a continué de croître : de 6,3 G\$ à 8,6 G\$. Le capital disponible pour investissement est passé de 1,3 G\$ à 2,0 G\$. La biotechnologie y trouve-t-elle son compte ?*

## NET PROGRÈS

Le capital de risque est ce levain financier qui fait lever les idées au prix d'exigences de rentabilité élevée. En biotechnologie, ces horizons profitables sont lointains : 10 ans et plus, ce qui ne rend pas le secteur très attrayant à première vue. Mais les gains peuvent être substantiels. Le capital de risque a-t-il suivi le développement de ce secteur ?



Que ce soit dans la recherche sur les produits antidopants ou sur la génétique, les entreprises en biotechnologie ont besoin de capital de risque pour faire lever leurs idées.

L'INDUSTRIE BIOPHARMACEUTIQUE DU GRAND MONTRÉAL			
Types	Nombre d'entreprises	Activités principales	Emplois
<b>133 entreprises pharma et biotechs</b>			
Filiales de grandes entreprises pharmaceutiques étrangères (Merck Frosst, Biochem Pharma, etc.)	36	Recherche fondamentale et appliquée; fabrication de produits pharma	8137
PME biopharmaceutiques locales (Axcan Pharma, Neurochem, etc.)	97	Recherche fondamentale et appliquée; fabrication de produits pharma	3614
<b>12 centres de recherche clinique</b>			
Entreprises de recherche clinique et pré-clinique (Phoenix, ClinTrials BioRecherches, etc.)	12	«Recherche à contrat» ou essais cliniques et pré-cliniques	2690
<b>Total</b>	<b>145</b>		<b>14 441</b>
<b>76 centres de recherche publics</b>			
Centres de recherche publics et parapublics (Universités de Montréal et McGill, Institut de recherche en biotechnologie (CNRC), la Cité de la biotechnologie (INRS-Institut Armand-Frappier)	76	Recherche fondamentale	5930 *
* étudiants et chercheurs			

Source : Montréal International/E&B DATA; 2001

## NET REÇU

En 1980, le Rapport Descoteaux établissait que le Québec disposait de seulement 10 % du capital de risque au Canada. Aujourd'hui, la part du Québec se situerait plutôt autour de 45 % et les sources disponibles de financement se sont grandement diversifiées. Pourtant, certains chiffres laissent planer un doute sur l'avenir.

Selon les données compilées par Macdonald & Associates pour Réseau Capital, l'association des investisseurs de capital de risque du Québec, le pourcentage de la valeur des investissements en capital de risque investi au Québec diminue depuis 1998. La part de l'Ontario et celle des investissements effectués à l'étranger croissent rapidement.

## LES BIOTECHS... DE QUOI PARLE-T-ON, AU JUSTE?

On associe généralement le terme *biotech* à une PME locale qui met en œuvre les organismes vivants ou les enzymes pour réaliser des transformations utiles en chimie, en pharmacie et en agroalimentaire. Le terme *pharma* s'applique à la grande entreprise biopharmaceutique mondiale qui utilise de plus en plus les procédés biotechnologiques dans le développement des médicaments.

### LES LABORATOIRES DE BIOTECHNOLOGIE

Dans les labos, on scrute le vivant au niveau moléculaire dans trois disciplines : la *génomique* vise l'identification des gènes et de leur séquence sur les chromosomes de toute espèce vivante; la *protéomique* essaie de comprendre le mécanisme d'action des protéines et leurs interactions avec les cellules humaines et les organismes étrangers qui déclenchent les maladies; et finalement, les *thérapies géniques* visent à remplacer des gènes défectueux par des gènes sains.

### LA BIOTECH INDUSTRIELLE

Ici on parle d'usine de fabrication. Ils s'agit de *biofermenteurs* remplis de microorganismes rudimentaires comme la bactérie *echerya coli* (e.coli) servant à produire par exemple de l'insuline humaine. Mais on peut aussi utiliser des organismes plus complexes comme la luzerne ou... une chèvre transgénique.

### LA BIOTECH INSTRUMENTALE

Il faut des outils sophistiqués pour analyser et travailler au niveau moléculaire sur le vivant : les kits de laboratoire pour le séquençage accéléré de l'ADN et les logiciels de biopharmaceutique pour bricoler virtuellement de nouvelles molécules en sont.

Adapté de : *La Biopharmaceutique en pleine expansion*, Yan Barcelo, *Affaires Plus*, vol.23, n°7, juillet 2000

POURCENTAGE DU CAPITAL DE RISQUE INVESTI AU QUÉBEC <small>*Défini par la situation géographique de l'entreprise dans laquelle on a investi</small>			
Année	Québec (%)	Ontario (%)	À l'étranger (%)
2000	21	47	20
1999	27	46	8
1998	38	32	10

PART DU CAPITAL DE RISQUE INVESTI EN BIOTECHNOLOGIE AU QUÉBEC		
Année	Part du secteur biotechnologique (%)	Investissements en M\$
2000	17	226
1999	11	78
1998	11	68

Source : Réseau Capital / Macdonald & Associates

### CONCURRENCE ENTRE SECTEURS

Il reste que la biotechnologie est en concurrence avec d'autres secteurs. Par exemple, il y a peu de temps, les entreprises *point.com* jouissaient d'une grande popularité. Qu'en est-il maintenant ? La biotechnologie québécoise semble bien tirer son épingle du jeu face aux autres secteurs technos (Internet, informatique, électronique, communications), ayant même augmenté sa part à 17 % en 2000, malgré l'arrivée des entreprises *point.com* dans le décor.

Pour 2001, la situation n'est pas encore claire et les données ne sont que partielles. Selon un communiqué d'E&B DATA — la firme qui réalise une étude annuelle de balisage pour les secteurs de la haute technologie dans 15 métropoles d'Amérique du Nord —, «l'environnement était en croissance entre 2000 et 2001 pour le biopharmaceutique (5 %) et en déclin pour les technologies de l'information (-3 %) et l'aérospatiale (-8 %).

Les événements du 11 septembre et leurs effets dévastateurs dans certains secteurs de l'économie ont changé la donne. Toutefois, selon la même source, l'industrie biotechnologique pourrait mieux prendre le coup : «Alors que la croissance du biopharmaceutique demeure inchangée par ces événements, l'aérospatiale et les TI rentrent dans la tourmente», poursuit le communiqué d'E&B DATA.

### UNE INDUSTRIE EN SANTÉ

Selon le Guide des services aux entreprises 2000, il existe plus de 60 sociétés de financement ayant pignon

sur rue au Québec. Plusieurs d'entre elles ont des filiales qui forment des sociétés de capital de risque (SCR) spécialisées investissant exclusivement — ou peu s'en faut — en biotechnologie. Les grands portefeuilles des BioCapital, CDP Sofinov, Fonds de solidarité FTQ, Innovatech, et d'autres encore plus spécialisées comme GeneChem ou T2C2, ont en commun d'investir dans un secteur complexe où les connaissances scientifiques ont leur importance (surtout au stade du démarrage).

Durant la dernière décennie, les SCR oeuvrant en biotechnologie ont évolué avec les besoins des entreprises mais elles ont également resserré leurs critères d'investissement. Les SCR ne sont pas des prêteurs d'argent ni des mécènes de la recherche. Elles sont à proprement parler des investisseurs qui s'attendent à obtenir un rendement substantiel (de 18 % à 30 %) pour une mise à risque élevé. En effet, toutes les biotech ne deviendront pas des BioChem Pharma.

### CONDITIONS À RESPECTER

Pour trouver une oreille attentive auprès d'une SCR, les biotech doivent d'abord frapper à la porte de celles qui se spécialisent en biotechnologie et remplir un certain nombre de critères atténuant le risque. Un solide plan d'affaires, des brevets, des finances saines, plusieurs produits dans le «pipeline de découverte» et une équipe de gestion compétente sont des atouts recherchés.

La grande majorité des SCR soutiennent une biotech après la phase de démarrage (la plus risquée) jusqu'à son introduction en Bourse. D'autres, comme T2C2, agissent en amont et

dénichent les idées prometteuses dès leur éclosion, dans les centres de recherche : elles initient ces *start-up* aux arcanes des affaires et soutenu leur développement pendant 12 à 18 mois. Ensuite, les grands partenaires institutionnels sont généralement prêts à investir dans des produits parvenus à un stade de maturité plus avancé.

### BONNES RÉSERVES

Une fois bien en selle, certaines biotech tentent de contrer une trop grande dépendance envers le capital de risque. Certaines développent alors des stratégies mixtes, finançant une partie de leurs innovations par la vente immédiate de produits plus commerciaux. Il demeure que toute biotech devra avoir de solides réserves d'encaisse (2 ans et plus si possible) pour réussir sa longue traversée du désert (10 ans, voire 15) et faire face à d'inévitables tempêtes boursières.

Le secteur est en évolution constante. Dans un avenir rapproché, fusions et acquisitions se multiplieront. Toute biotech peut devenir une proie alléchante à un moment ou l'autre de

explique M. Richard Garant, directeur des politiques-santé chez Merck Frosst.

Toujours selon cette étude, «plus de 86 % des entreprises interrogées estimaient que le manque de compétence spécialisée freinerait leur croissance au cours des 3 à 5 années à venir». Aujourd'hui, ce constat demeure toujours d'actualité. Le problème le plus aigü se situe au niveau des doctorats et des post-doctorats. Les doctorats expérimentés (avec 5 ans d'expérience ou plus dans l'industrie) sont une denrée encore plus rare. Une récente initiative de Montréal TechnoVision, de concert avec l'industrie, vise à améliorer cette situation.

«Montréal TechnoVision est un organisme sans but lucratif qui mobilise les chefs d'entreprise de la haute technologie», explique M. Charles Bourgeois, président de l'organisme. «On les amène à identifier des projets structurants. Le problème du recrutement demeure une question importante pour tous. Il y a déjà des petites entreprises bien financées qui ont des problèmes de recrutement. Mais même les entreprises internationales ont de la difficulté à recruter.»

### OFFENSIVE INTERNET DANS 20 PAYS

Le site *Web biopharma-montreal.com* est un projet qui découle du Plan Biopharma 2000, lancé par Montréal TechnoVision. Le lancement officiel de ce site bilingue a été jumelé à l'assemblée annuelle de Bio-Québec. Réalisé grâce à l'appui financier de l'industrie et de la Table métropolitaine d'Emploi-Québec, le site vise à répondre aux besoins de recrutement à l'international. Comment attirer les chercheurs ?

«L'objectif du site est de recruter à travers le monde. Pour cela, il faut faire savoir que c'est le *fun* de vivre à Montréal, qu'il y a une vie culturelle, des universités, beaucoup d'entreprises et du capital de risque. En somme, qu'il y a beaucoup de possibilités pour la carrière des chercheurs qui viendraient ici.»

L'interactivité du média Internet permet d'assurer une meilleure adéquation entre l'offre et la demande. Les candidats mondiaux peuvent s'inscrire sans frais sur le site et présenter très précisément leurs habiletés spécifiques de chercheurs. Par la suite, d'autres précisions pourront être demandées aux candidats.

Grâce à un partenariat avec une société internationale spécialisée, les postes offerts sur le site seront promus dans une vingtaine de pays ciblés d'Europe et d'Amérique. Le site servira-t-il à tout le milieu, tant universitaire qu'industriel ? «Je dirais que les deux secteurs vont de pair», conclut M. Bourgeois.

Autre initiative — mais cette fois à l'échelle locale — qui favorise l'émulation et la reconnaissance des acteurs du milieu : la création des prix Genesis. Créé par Bio-Québec, l'association québécoise des bio-industries, ces prix illustrent la réussite d'individus et d'entreprises qui ont fait leur marque dans les sciences de la vie. Le 3 mai dernier, le Prix Innovation a été décerné à Neurochem, le prix Entrepreneurship à Axcan Pharma, le prix Transfert/Émergence à Advitech Solutions et le prix Brio, à Génome Canada. ■

son développement. Ce fut le cas de BioChem Pharma, vendu pour 6 G\$ à la britannique Shire et qui agissait comme dynamo dans le milieu. Actuellement, une nouvelle génération de biotech tente de développer des plans d'affaires orientés vers une croissance autonome à l'international dans des créneaux très particuliers.

### OFFENSIVE MONDIALE EN RECRUTEMENT

*Nos universités, qui ont connu une décennie difficile, ne produisent pas un nombre suffisant de chercheurs et de professeurs, un facteur identifié comme un frein à la croissance des industries biopharmaceutique et biotechnologique.*

### VIVE CONCURRENCE

La concurrence est féroce sur la planète entre les villes à vocation technologique. Chacune veut attirer son lot de chercheurs de haut niveau. Une enquête réalisée par Montréal TechnoVision souligne «qu'au taux actuel d'attrition et d'immigration, l'écart entre l'offre et la demande sur trois ans (1998-2001) s'élève à 912, soit un niveau à peu près équivalent à l'offre des universités québécoises entre 1998-2001». Autrement dit, l'industrie en aurait besoin du double.

«Une partie du problème vient du fait que les domaines de recherche et la formation de haut niveau sont hyper-spécialisées. De plus, il est difficile de prévoir quelle sera la formation de l'heure dans quelques années»,

## PERSPECTIVES NOUVELLES

### CALENDRIER AUTOMNE 2001

BRANCHÉE SUR L'ACTUALITÉ, CETTE SÉRIE VOUS PRÉSENTE  
DES SPÉCIALISTES RECONNUS DANS LEUR MILIEU

Présentées à l'heure du petit déjeuner, ces conférences sont  
suivies d'une période de questions



**30 octobre**  
2001

Hôtel Inter-Continental Montréal, 7 h 30 à 9 h

**Claude Martinand**

Président du conseil d'administration  
Institut de la gestion déléguée, France

*Le partenariat public-privé : l'expérience française*



**15 novembre**  
2001

Hôtel Hilton Montréal Bonaventure, 7 h 30 à 9 h

**Monique Lefebvre**

Présidente  
Comité de transition de Montréal

*Budget de l'an 1 de la nouvelle Ville*



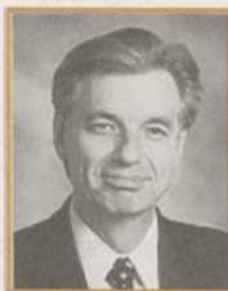
**29 novembre**  
2001

Hôtel Inter-Continental Montréal, 7 h 30 à 9 h

**Claude Béland**

Président-directeur général  
Société d'implantation du Centre hospitalier de  
l'Université de Montréal

*Le 6000 Saint-Denis : un hôpital universitaire à la mesure  
du XXI<sup>e</sup> siècle*



**13 décembre**  
2001

Hôtel Inter-Continental Montréal, 7 h 30 à 9 h

**Dr Tim O'Neill**

Vice-président exécutif et économiste en chef  
Banque de Montréal

*Thème à confirmer*

#### Renseignements et réservations :

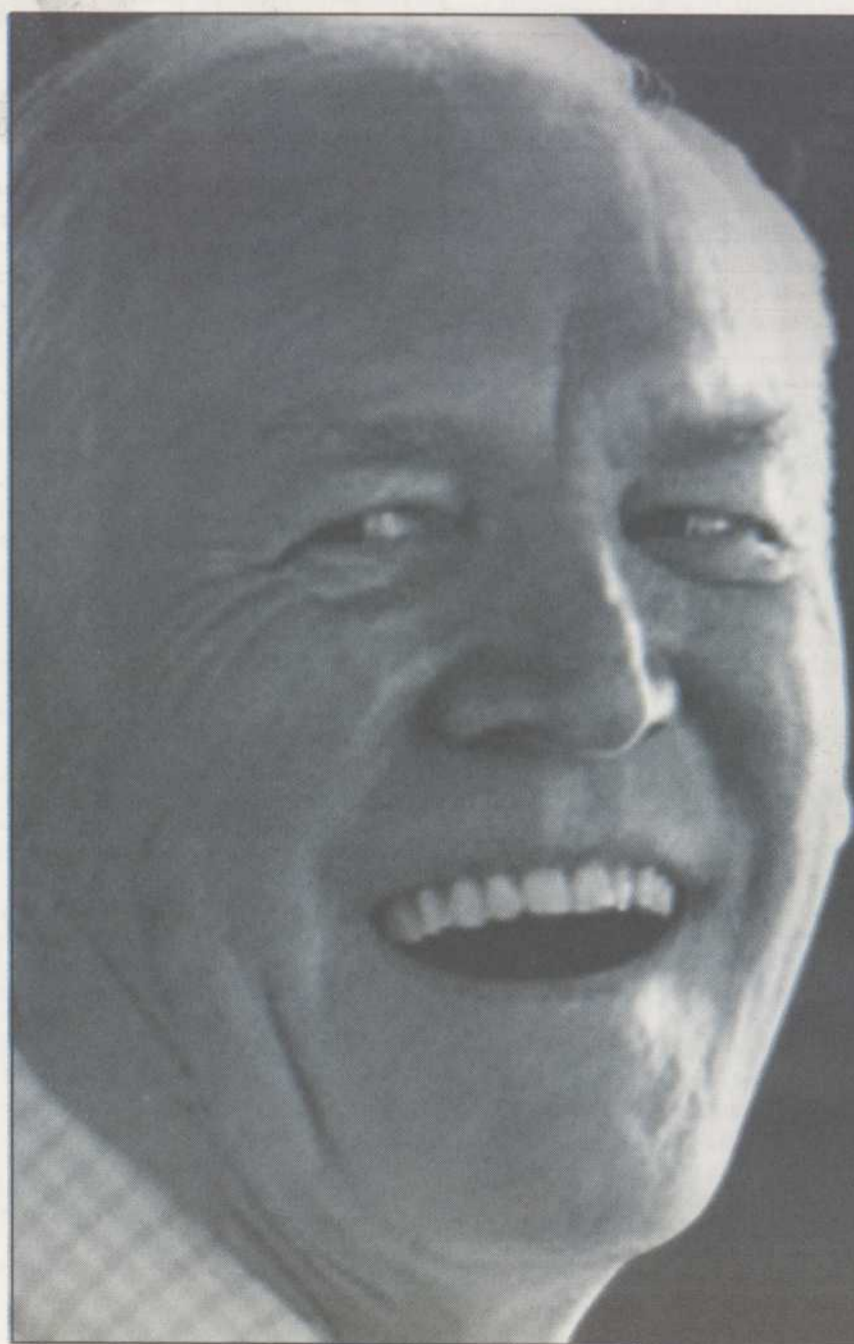
Tél. : (514) 871-4000; Téléc. : (514) 871-5971

Prix réduit pour nos membres via le site transactionnel sécurisé :  
[www.cmm.qc.ca/activites](http://www.cmm.qc.ca/activites)

Commanditaire principal :



Autres sommanditaires :



**\* Il ne prend pas cet instant pour acquis. Nous non plus.** Au cours du dernier siècle, nous avons découvert quelques-uns des médicaments et des vaccins les plus marquants de notre époque. Ainsi, nous contribuons au traitement de l'arthrite, de l'asthme, des maladies cardiovasculaires, de l'ostéoporose, de la migraine, du sida, ainsi qu'à la prévention de maladies infectieuses comme la varicelle. Les femmes et les hommes de Merck Frosst sont fiers de travailler à l'amélioration de la qualité de vie des gens de tout âge, et ce, partout dans le monde. Tant qu'il y aura des maladies et de la souffrance, nous continuerons sans relâche nos recherches.

**MERCK FROSST**

Découvrir toujours plus.  
Vivre toujours mieux.

## LA REPRÉSENTATION DES FEMMES DANS LES CONSEILS D'ADMINISTRATION DES ENTREPRISES ET INSTITUTIONS

# UN ATOUT • UNE FORCE • UN INCONTOURNABLE ÉGALITÉ 2005... À VOS MARQUES ! PRÊTES...

PAR NICOLE RANGER, DIRECTRICE DU PROJET ÉGALITÉ 2005



Le projet Égalité 2005 de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain a été créé dans la foulée du programme d'action 2000-2003 du gouvernement du Québec afin «d'adapter la Politique en matière de condition féminine, *Un avenir à partager...* aux grands courants qui transforment la société québécoise.» Le projet Égalité 2005 vise à augmenter la représentation des femmes aux conseils d'administration des entreprises et des institutions dans le but d'utiliser davantage leur expertise, leur compétence, leur expérience et leur créativité. Tous ensemble, femmes et hommes du Québec, nous avons «un avenir à partager», en toute égalité et des responsabilités à assumer. Relevons ce défi !

### DES PROGRÈS ENCOURAGEANTS... QU'EN PENSEZ-VOUS ?

- Au sein de l'administration publique, 40 femmes occupent les postes de sous-ministres et de sous-ministres adjoints ou associés, soit 28,8 % en 1999, comparativement à 11,8 % en 1994<sup>2</sup>.
- Chez Bell, en 2001, les femmes occupent le tiers des postes de haute direction et 20 % des postes de vice-présidence. Pour arriver à ces résultats, Bell a harmonisé ses politiques, «favorisé le recrutement, le perfectionnement et la promotion des femmes.»<sup>3</sup>
- Au sein du mouvement Desjardins, la présence des femmes à la direction des Caisses populaires représente :
  - 59 % à la direction des différents services
  - 18,5 % à la direction générale<sup>4</sup>
- Pour ce qui est de la présence des femmes parmi les élus des Caisses :
  - 26 % sont élues dirigeantes
  - 15% sont élues présidentes
- En 1997, la firme Raymond, Chabot, Martin, Paré a compilé des données sur 177 entreprises publiques québécoises et 44,06 % d'entre elles compaient des femmes à leur conseil d'ad-

ministration. Dans ces conseils, la proportion de femmes administrateurs était de 6,7 %.

Les tableaux qui suivent annoncent les constatations du rapport du *Corporate Women Directors International* de 1998 (CWDI) pour le Canada :

TABLEAU DE LA REPRÉSENTATION DES FEMMES DANS LES CONSEILS D'ADMINISTRATION D'ENTREPRISES CANADIENNES (1998)			
Catégorie d'entreprises	Nombre d'entreprises recensées	% des entreprises ayant des femmes à leur conseil d'administration	% de femmes administrateurs à ces conseils
Industries et entreprises de services	200	55 %	7,4 %
Institutions financières	100	54 %	12,3 %

TABLEAU DES TROIS ENTREPRISES AYANT LE PLUS HAUT POURCENTAGE DE FEMMES DANS DES POSTES DE DIRECTION (1998)		
Type d'entreprises	Entreprises	Pourcentage
Industries et entreprises de services	Xérox Canada inc.	66,7 % (2 sur 3 sont des femmes)
	General Motors du Canada ltée	44,4 %
	Ford du Canada ltée	3,3 %
Institutions financières	Vancouver City Savings Credit Union	50 %
	Pacific Coast Savings Credit Union	44,4 %
	Delta Credit Union	44,4 %

- Dans le document *Par-delà les frontières, les femmes d'affaires canadiennes et le commerce international*, la Coalition pour la recherche commerciale, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et Industrie Canada rapportent que :
  - Les femmes créent deux fois plus d'entreprises que les hommes.
  - Le nombre de femmes ayant créé une entreprise a plus que doublé au cours de la dernière décennie, alors que le nombre d'hommes qui en ont créé une n'a augmenté que d'un tiers.
- En 1996, un tiers des Canadiens établis à leur propre compte étaient des femmes, comparativement à 19 % en 1975.

Ces statistiques nous laissent entrevoir qu'il est nécessaire d'augmenter la représentation des femmes aux conseils d'administration des entreprises et des institutions.

Comme le soulignait dans ses «dix commandements» la sous-ministre associée au Secrétariat de la condition

féminine, Mme Léa Cousineau, au cours d'un colloque, il faut «faire en sorte que l'entreprise dans laquelle on évolue montre une volonté politique réelle et connue de faire une place aux femmes. Les entreprises ont de nombreux objectifs et ceux qui concernent la place des femmes doivent fréquemment être



Finances, et chef de la direction financière de la Société. Au préalable, Mme Létourneau a travaillé pendant 12 ans à Power Corporation du Canada et à la Corporation Financière Power à titre d'analyste financière, d'assistante-trésorière et, depuis 1997, comme trésorière. Elle a aussi occupé le poste d'analyste financière pour la firme Samson Bélair Deloitte & Touche, ainsi que pour Le Groupe SGF;



Mmes Nicole Bertrand et Monique Riendeau de TELUS Québec, qui deviennent respectivement directrice générale, Ventes marché d'affaires (région de Montréal), et directrice générale, Réseau de distribution indirecte. S'appuyant sur son réseau reconnu comme l'un des plus modernes en Amérique du Nord, TELUS Québec, membre de la famille TELUS, offre à sa clientèle une large gamme d'appareils et de systèmes de communication aux fonctions évoluées, un éventail de services téléphoniques locaux ainsi que des forfaits interurbains avantageux;

remis de l'avant si l'on veut qu'ils soient atteints.»<sup>5</sup> C'est à nous d'y voir, soyons tenaces et ayons de l'audace.

### FEMMES ET ENTREPRISES À L'HONNEUR

La Chambre félicite pour leur nomination :



Mme Johanne Choinière, qui est promue vice-présidente et directrice générale de LOEB, une filiale du groupe Métro inc. Elle s'est jointe à l'entreprise en 1999 à

titre de vice-présidente aux achats et à la mise en marché. Dans ses nouvelles fonctions, elle aura la responsabilité de la gestion quotidienne de LOEB dont les achats, la mise en marché, les opérations de détail et les centres de distribution;

Mme Monique Létourneau, CFA, qui s'est récemment jointe à l'équipe dynamique de Procyon Biopharma inc. en tant que vice-présidente exécutive,

1. La place des femmes dans le développement des régions, 5<sup>e</sup> orientation, Secrétariat à la condition féminine, Québec, 1997, p. 3.
2. Programme d'action 2000-2003, L'égalité pour toutes les québécoises, «Message du Premier Ministre du Québec» Secrétariat à la condition féminine, Québec, 2000, p. iii.
3. Georgina Wyman, Réseaux de possibilités : mise en valeur du talent et du leadership des femmes dans la nouvelle économie, Notes pour une allocution, Conférence «Women in Leadership» de l'Université Queen's, Kingston, mars 2001, p. 7.
4. Pierre Goulet, «La représentation des femmes dans les C.O.R.E., l'heure est à l'action», La revue Desjardins, numéro 1, 2000, p. 13 - 15.
5. Léa Cousineau, propos tirés du «Deuxième colloque traitant de la place des femmes, tenu le 18 novembre 2002 à Drummondville», La Revue Desjardins, numéro 1, 2001, p. 16

# LA CHAMBRE SE PRÉOCCUPE DU POIDS POLITIQUE DE L'ÎLE DE MONTRÉAL

PAR FRANCIS LETENDRE, CHARGÉ DE PROJETS, AFFAIRES PUBLIQUES, À LA CHAMBRE

Le nouveau président de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, M. Guy Fréchette, n'a pas tardé à défendre les intérêts de la région et à s'assurer que les plus hautes exigences démocratiques soient respectées. Dès le jour de sa nomination à la présidence de la Chambre, le 2 octobre dernier, M. Fréchette a transmis au ministre Guy Chevrette, responsable de la Réforme électorale, une lettre exprimant son désaccord, quant à la nouvelle proposition de délimitation des circonscriptions pour l'île de Montréal déposée en juin dernier à l'Assemblée nationale par la Commission de la représentation électorale (CRE).

La CRE propose de retrancher trois circonscriptions électorales sur l'île de Montréal ce qui réduirait le nombre de députés montréalais à l'Assemblée nationale à 27, réduisant du même coup le poids politique de l'île de Montréal. L'île de Montréal se retrouverait avec un poids politique inférieur de 11,8 % sur son poids démographique. Même si les députés de l'île de Montréal représentent aujourd'hui 24,5 % de la population québécoise, les députés de l'île de Montréal ne compteraient plus, avec l'adoption de cette réforme, que pour 21,6 % des effectifs de l'Assemblée nationale. «En réduisant ainsi de 30 à 27 le nombre de circonscriptions, la proposition de la CRE stigmatise l'appartenance des électeurs à un milieu urbain au profit des autres régions du Québec», souligne M. Fréchette.

Par ailleurs, fait important à noter : la carte électorale sera en vigueur pour les huit à dix prochaines années, soit pour deux élections générales. Or, si l'on se réfère aux données de l'Institut de la statistique du Québec, les prévisions démographiques montrent qu'un bon nombre des régions du Québec observeront une décroissance démographique au cours des dix prochaines années, alors que l'île de Montréal connaîtra plutôt une croissance de sa population pour la même période. Cette situation est d'autant plus déplorable que la CRE a le mandat d'établir une carte électorale équitable, qui tienne compte de l'évolution des mouvements démographiques.

Pour Guy Fréchette, «il s'agit là d'un recul très inquiétant pour la métropole du Québec, surtout si l'on considère que, dans le projet de nouvelle carte électorale, chacune des circonscriptions de l'île compterait systématiquement plus d'électeurs que la moyenne provinciale – qui s'établirait à 42 713 –, tandis que 50 % des circonscriptions des autres régions auraient un nombre d'électeurs inférieurs à cette même moyenne».

De plus, le président de la Chambre considère que l'écart de plus ou moins 25 % toléré entre le nombre d'électeurs par circonscription, par rapport à la moyenne provinciale, doit être revu. Cette norme fixée par la loi électorale devrait être substantiellement resserée, afin d'éviter que l'appartenance à

une région donnée modifie le poids du vote de chaque électeur. À cet égard, M. Fréchette soulève l'exemple des États-Unis, dont la variation du nombre d'électeurs par circonscription est d'à peine 5 %, et celui de l'Australie, où les conditions en vigueur génèrent un écart type maximal de 10 %.

Le président de la Chambre déplore également le fait que la nouvelle proposition pourrait augmenter à six le nombre de circonscriptions d'exception à la règle du 25 %. À l'heure actuelle, seules les circonscriptions d'Ungava (21 893 électeurs) et des Îles-de-la-Madeleine (10 272 électeurs) sont reconnues comme étant des circonscriptions d'exception. Mais à la suite de consultations publiques menées par la CRE dans la région de la Gaspésie au printemps dernier, la nouvelle carte électorale pourrait compter non plus deux, mais six circonscriptions électorales d'exception. À cet effet, Guy Fréchette soutient «que la CRE aurait été mieux avisée de ne pas multiplier les cas d'exception en région et, conséquemment, de maintenir ou d'ajouter des circonscriptions là où l'accroissement de la population – incidemment prévue et documentée par l'Institut de la statistique du Québec – le justifierait, notamment sur l'île de Montréal.»

Au nom de la Chambre, M. Fréchette demande donc au ministre Chevrette de surseoir à l'adoption de la présente proposition de la CRE, afin de permettre la révision des critères de confection de la carte électorale. Dans sa lettre au

ministre, le président de la Chambre suggère que l'écart maximal soit ramené à 5 %, afin d'assurer une plus juste représentativité des électeurs et demande que les cas d'exception se limitent strictement aux deux circonscriptions actuellement reconnues. Guy Fréchette conclut sa lettre en affirmant que «le Québec ne possède qu'une grande métropole capable de rayonner à travers le monde. Il serait injuste et inefficace de ne pas lui reconnaître sa pleine représentativité politique».

À titre indicatif, le rapport final de la CRE sera déposé à l'Assemblée nationale d'ici la fin du mois de décembre 2001. Dans les cinq jours suivant ce dépôt, le rapport devra faire l'objet d'un débat de cinq heures à l'Assemblée nationale. Au plus tard dans les 10 jours suivant la fin du débat, la délimitation finale des circonscriptions électorales doit être adoptée. La nouvelle carte électorale du Québec sera ensuite publiée dans la *Gazette officielle du Québec*.

En terminant, soulignons que cette prise de position a reçu des commentaires très positifs de la part de très nombreux membres de la Chambre et d'intervenants de la région de Montréal.

On peut lire la version intégrale de cette lettre à l'adresse suivante : <http://www.ccmq.ca/dbmail/communication/lettre.pdf> ■

## NOUVELLES DES MEMBRES

◀ page 7

### FLASH : DES PETITES NOUVELLES DE NOS MEMBRES

#### L'ANCIEN VÉRIFICATEUR DU CANADA À L'UNIVERSITÉ

L'Université d'Ottawa annonçait au début d'octobre la nomination de Denis Desautels, ancien vérificateur général du Canada, au titre de directeur général du Centre d'études en gouvernance et cadre en résidence à la Faculté d'administration à l'Université d'Ottawa.

Cette nomination a suscité un grand enthousiasme. L'expérience extraordinaire de M. Desautels et son grand attachement à l'étude des défis de la gouvernance, font que tous les espoirs sont permis pour que le Centre brille sur la scène internationale.

\*\*\*\*\*

#### UN PROGRAMME DE PARTENARIAT QUI NE FAIT QUE DES GAGNANTS

Le programme de partenariat entre Moisson Montréal et Kraft Canada... un geste humanitaire doublé d'une fonction écologique ! C'est ce qui est ressorti au petit déjeuner-conférence organisé par l'organisme en septembre dernier pour annoncer ce partenariat. Tout en étant satisfaisant du point de vue social et environnemental, ce programme de partenariat a déjà permis à l'entreprise de réaliser d'importantes économies tant en frais de gestion et d'entreposage, entre autres... Car, qu'il s'agisse de mauvais étiquetage ou de bris d'emballage, ces facteurs n'altèrent pas la qualité du produit mais le rendent invendable.

Dans sa lutte contre la faim et la pauvreté, Moisson Montréal souhaite l'appui de toutes les entreprises agroalimentaires afin de pouvoir répondre aux besoins de 275 centres communautaires. C'est un geste où tout le monde gagne !

\*\*\*\*\*

#### DES BOURSES D'ÉTUDES INTERNATIONALES ET UN STAGE DE TRAVAIL POUR DES ÉTUDIANTS

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) dévoilait récemment les noms des trois étudiants lauréats de ces bourses. Pour la deuxième année, la SEE appuie des étudiants dans leur recherche de possibilités de carrière en affaires internationales et leur offre une

expérience de travail pertinente leur permettant d'acquérir les compétences nécessaires dans ce domaine.

Les lauréats sont : **Mateo Celi-Cadieux**, École de gestion John-Molson de l'Université Concordia, en finances; **Bernard-Daniel Solomon**, Université McGill, en commerce; et **Virginie Giroux**, École des Hautes Études Commerciales, en économie.

\*\*\*\*\*

Faites-nous savoir ce qui arrive de nouveau dans votre entreprise : lancement d'un nouveau produit, nouvelles acquisitions, investissements récents... Nous en parlerons dans Leadership Montréal autant que l'espace le permettra... ■

page 13



**Mme Danielle Savoie**, vice-présidente et chef des technologies de l'information; **Mme Lyn Heward**, présidente-directrice générale, Division Contenu créatif; et **Mme Suzanne Gagnon**, vice-présidente principale, Ressources humaines; toutes trois du Cirque du Soleil.

**FEMME DE MÉRITE**

**Mme Johanne Dion**, présidente de TransHerbe inc., a reçu le Prix d'excellence à l'exportation bio-alimentaire du Québec. Très active dans son milieu, Mme Dion est membre du réseau des décideurs d'entreprises et de celui des femmes d'affaires. Elle participe à différents conseils d'administration et s'investit dans des causes humanitaires. Son entreprise se spécialise dans la production de tisanes et de thés. Les ventes à l'exportation représentent 30 % du chiffre d'affaires de l'entreprise.

**À VENIR**

Ateliers-conférences sur la communication et le leadership pour les femmes siégeant à des instances décisionnelles ou désirant y accéder. Les activités seront données par la Dre Danielle

Maisonnette, professeur à la Faculté des langues, lettres et communications de l'UQAM, et titulaire de la Chaire en relations publiques de l'UQAM, en collaboration avec le service de Formation sur mesure de l'UQAM. Merci également à Mme Francine Boudreault, directrice du Bureau des centres d'études et de la formation sur mesure de l'UQAM, pour la réalisation de ces ateliers-conférences.

Vous désirez améliorer votre communication stratégique et votre leadership dans la gestion de la communication ou vous souhaitez influencer ? Vous cherchez à développer les bonnes stratégies d'influence qui vous permettent de prendre votre place dans les réseaux formels et informels de votre organisation ? Lisez notre prochaine chronique pour en savoir plus sur l'organisation des ateliers-conférences.

Vous êtes une femme et vous désirez vous inscrire à notre banque de candidates, ou encore vous êtes un dirigeant d'entreprise à la recherche d'une

administratrice ? Vous avez des commentaires, des suggestions ? Vous désirez vous perfectionner ou en savoir plus sur le projet Égalité 2005 ? Communiquez avec nous :

**Par courriel**

Nicole Ranger, directrice du projet : nranger@ccmm.qc.ca  
Karine Bardier, adjointe administrative : kbardier@ccmm.qc.ca

**Par téléphone**, (514) 871-4000, poste 4402 ■

N.d.l.r. : Il est possible de consulter les précédentes chroniques de Nicole Ranger parues dans les numéros de juin, septembre et octobre 2001 de ce journal, sur le site Web de la Chambre à l'adresse [www.ccmm.qc.ca](http://www.ccmm.qc.ca) / Salle des nouvelles / Leadership Montréal.

## SERVICE

## VOTRE RÉGIME D'AVANTAGES SOCIAUX RÉPOND-IL AUX BESOINS DE VOS EMPLOYÉS ?

Presque tous les régimes d'avantages sociaux offrent en premier l'assurance-vie de base aux employés. La société choisit un montant qui peut être uniforme ou calculé selon une méthode (ex. : montant correspondant à deux fois le salaire).

Même si cet avantage est intéressant pour les employés, il couvre rarement tous leurs besoins. Le montant versé suffira peut-être à couvrir les frais payables au décès, mais sans plus.

Comment une entreprise peut-elle remédier à cette situation sans augmenter le coût des avantages sociaux et de façon à bien tenir compte des besoins de tous les employés du groupe ?

La réponse : en optant pour une assurance-vie facultative collective. Les régimes offrent habituellement une protection supplémentaire en tranches de 10 000 \$ et les employés choisissent eux-mêmes la protection dont ils ont besoin et paient les primes de leur assurance. Aux termes du Régime des Chambres de commerce, les employés peuvent conserver leur protection s'ils quittent leur employeur.

Recherchez une assurance-vie facultative qui offre une protection pour le conjoint, idéalement sans que la participation de l'employé ne soit nécessaire. Beaucoup de régimes prévoient également une prestation minimale, disons de 5 000 \$, pour les enfants, si l'un des parents adhère au régime.

Une régime d'avantages sociaux traditionnel a pour objet de servir les intérêts de tous les employés, sans distinction. Une assurance-vie facultative bien conçue aidera votre régime à atteindre un équilibre, car elle permettra à vos employés d'adapter leur assurance en fonction de leurs besoins. L'assurance-vie facultative constitue un ajout important qui ne sera pas un fardeau financier pour votre entreprise et qui donnera à vos employés la possibilité de bénéficier d'une protection à un prix concurrentiel que seule une assurance collective peut offrir.

Le Groupe Assurvie est autorisé par la Chambre à vous faciliter l'accès à un régime sans risque ni honoraires. Pour obtenir de l'information sur ce régime d'assurance collective ou pour obtenir une soumission sans frais, communiquez sans tarder avec Simon, au (514) 842-8791. ■

## SÉRIE HAUTE TECHNOLOGIE

À la découverte de nouveaux leaders !

Prochaine conférence :

«La câblodistribution :  
porte d'accès par excellence au monde virtuel»



**Monsieur Louis Audet**  
Président et chef de la direction  
COGECO inc.

Date :  
Le jeudi 22 novembre 2001

Heure :  
de 7 h 30 à 9 h

Lieu :  
Fairmont Le Reine Elizabeth  
900, boul. René-Lévesque Ouest  
Montréal

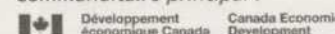
Prix des billets :  
Membre : 31 \$ • Non-membre : 45 \$  
Table de 10 (membres seulement) : 295 \$

Renseignements et réservations :

Téléphone : (514) 871-4000 • Télécopieur : (514) 871-5971

Rabais pour nos membres via le site Web sécurisé de la Chambre : [www.ccmm.qc.ca/activites](http://www.ccmm.qc.ca/activites)

Commanditaire principal :



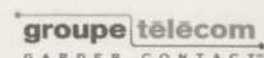
Canada



Banque de développement du Canada  
Business Development Bank of Canada



COMPAQ



OGILVY  
RENAULT

Recherche, Science  
et Technologie  
Québec

## LES ATELIERS APPRENDRE ET ENTREPRENDRE PLAISIR, FIERTÉ ET PROSPÉRITÉ

### DÉVELOPPER SES AFFAIRES, C'EST DÉVELOPPER SES RELATIONS AVEC LES GENS D'AFFAIRES

Savez-vous ce que vous voulez ? En fonction des objectifs de votre activité professionnelle – que vous soyez gestionnaire ou professionnel, chef d'entreprise ou travailleur autonome – vous avez besoin de ressources autour de vous : des personnes-contacts, des références, des fournisseurs, des clients... Comment rencontrer et cibler les bonnes personnes et fréquenter les bons événements ?

Avez-vous de l'impact dans vos rencontres ? Une fois que vous avez réussi à rencontrer les bonnes personnes, vous devez communiquer de façon appropriée, adaptée aux circonstances éphémères du réseautage. Comment vous présenter brièvement mais avec puissance, vous distinguer des concurrents, frapper les mémoires, vous faire comprendre...

N'oubliez pas vos cartes d'affaires, agenda et carnet d'adresses pour bénéficier au maximum de cet atelier.

#### ANIMATRICE

**Nadia Nadège**

Présidente

AADVENIR Marketing stratégique

Diplômée d'universités européenne et américaine en marketing et éduca-



tion des adultes, Nadia Nadège fait carrière depuis 30 ans en Europe, aux États-Unis et maintenant au Canada.

Son expérience internationale couvre tous les domaines du métier : planification stratégique, recherche, communication corporative, communication avec les employés, publications d'entreprises en ligne, relations publiques numériques et formation... Auteure de plusieurs ouvrages, elle est une conférencière appréciée et s'appuie sur le réseautage pour développer la clientèle de son entreprise.

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

**Date :** le mardi 20 novembre 2001

**Heure :** 8 h à 16 h

**Lieu :** locaux de la Chambre, 5 Place Ville Marie, niveau plaza, salle VIA Rail

**Coût :** Membre – 90 \$\*

Non-membre – 130 \$\*

\* Plus TPS et TVQ

### AU-DELÀ DE LA FORMATION... LE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES PERSONNELLES ET PROFESSIONNELLES

Vous connaissez l'expression : « On a les employés qu'on mérite » ? Elle est en grande partie vraie ! Quand on n'investit rien auprès de ses employés, il ne faut pas s'attendre à ce qu'ils désirent investir davantage en retour.

Dans cet atelier, il sera question de la façon dont l'entreprise ou l'organisation doit d'abord investir dans le développement des compétences de son personnel avant de pouvoir accéder à son propre développement : les programmes de formation n'étant qu'un infime moyen de développement.

**Plus concrètement, nous verrons :**

- comment déterminer le profil des employés recherchés
- comment établir la liste des postes de l'entreprise et la liste des compétences clés recherchées
- comment mesurer chez nos employés les compétences recherchées
- à quoi peut ressembler un plan de développement simple et efficace en lien avec les besoins de l'entreprise, et
- comment identifier les employés prêts pour la relève

#### ANIMATEUR

**Normand Richard**

Directeur

Développement organisationnel

Domtar inc.

Détenteur d'une formation universitaire en psycho-éducation, en administration et en ressources humaines, ainsi qu'une maîtrise en gestion de projets, Normand Richard est actuellement directeur du développement organisationnel à Domtar inc., une entreprise de 12 500 employés. Gestionnaire depuis l'âge de 22 ans, il a œuvré au sein de multiples entreprises, tant à l'échelon des opérations qu'à celui des ressources humaines.

Impliqué dans le développement professionnel, il est actuellement au cœur d'un exercice d'intégration à la suite de l'acquisition par Domtar d'usines aux États-Unis.

**Atelier animé en français - période de questions bilingue.**

**Date :** le mardi 11 décembre 2001

**Heure :** 8 h à 12 h

**Lieu :** locaux de la Chambre, 5 Place Ville Marie, niveau plaza, salle VIA Rail

**Coût :** Membre – 60 \$\*

Non-membre – 90 \$\*

\* Plus TPS et TVQ

#### POUR LES DEUX ATELIERS

**Renseignements :** (514) 871-4000

**Prix réduit pour nos membres via le site transactionnel sécurisé :**

[www.ccmq.ca/activites](http://www.ccmq.ca/activites)

## LA TRANSFORMATION DU TRAVAIL DANS LA PROCHAINE DÉCENNIE - UN CARREFOUR PRÉSENTÉ PAR LE COMITÉ ACTION FEMMES D'AFFAIRES

**Nous sommes ce que nous faisons et ce que nous faisons nous transforme...**

Les années 90 ont apporté leur lot de bouleversements : réductions des effectifs, réingénierie, restructuration... Les impératifs technologiques, la rationalisation des tâches, la valeur ajoutée, tous ces facteurs ont exercé une pression sur le travailleur et ont influencé son style de vie.

Il en résulte un état de fragilité qui nous amène à reconsidérer notre approche par rapport au travail et, plus encore, à nous questionner sur le sens du travail. Que recherchons-nous dans le travail ? Jusqu'à quel point ce que nous faisons correspond à ce que nous valorisons ?

#### LA CONFÉRENCIÈRE

**Estelle M. Morin** est professeure titulaire à l'École des Hautes Études

Commerciales de Montréal et psychologue en pratique privée depuis 1984. L'orientation de sa pratique est existentielle et analytique. Elle enseigne la psychologie et le comportement organisationnel aux programmes de premier et de deuxième cycles. En recherche, elle s'intéresse principalement à l'organisation du travail et au sens que lui donnent les employés; aux représentations et à la mesure de l'efficacité des organisations; aux théories de la personnalité et à la consolidation des équipes de travail. Estelle M. Morin a obtenu un doctorat (Ph.D., 1990) en psychologie du travail et des organisations à l'Université de Montréal. Elle est l'auteure de *Psychologies au travail*, 1996, aux



éditions Gaëtan Morin; et co-auteure de trois ouvrages : *La quête du sens* (1996), avec Thierry C. Pauchant et collaborateurs; *Les indicateurs de performance* (1996) avec M. Guindon et É. Boulianne, et *L'efficacité de l'organisation* (1994), avec A. Savoie et G. Beaudin.

**La conférence sera prononcée en français et la période de questions sera bilingue.**

**Un cocktail «vin et fromage» suivra cette conférence : vous pourrez y poursuivre la discussion et échanger à votre guise.**

**Date :** le mercredi 7 novembre 2001

**Heure :** 17 h 30 à 20 h

**Lieu :** locaux de la Chambre, 5, Place Ville Marie, niveau plaza, salle Développement économique Canada

**Coût :** Membre – 25 \$\*

Non-membre – 40 \$\*

\* Plus TPS et TVQ.

**Renseignements :** (514) 871-4000

**Prix réduit pour nos membres via le site transactionnel sécurisé :**

[www.ccmq.ca/activites](http://www.ccmq.ca/activites)

**Affaires**

**Banque Scotia**

**Bell**

**VIA**  
VIA Rail Canada

Il y a 54 ans, le 8 avril 1947, on pouvait lire l'annonce suivante dans le bulletin de la Chambre, *Commerce - Montréal* :

**PREMIER LUNCH  
HEBDOMADAIRE**

JEUDI, 16 OCTOBRE,  
À MIDI ET TRENTE EXACTEMENT  
AU SALON YORK  
DE L'HÔTEL WINDSOR

CONFÉRENCIER  
S. H. CAMILLEN HOUDE  
MAIRE DE MONTRÉAL

PRIX DE PRÉSENCE :  
MAGNIFIQUE SERVIETTE EN CUIR  
(VALEUR DE \$18.00),  
DON DE L'IMPRIMERIE CANADA,  
PAR M. JULES TRUDEAU, REPRÉSENTANT  
DE LA CHAMBRE DES JEUNES AU CONSEIL  
DE LA CHAMBRE.

BILLETS : \$1.50

LES LUNCHS COMMENCERONT  
À MIDI TRENTE ET SE TERMINERONT  
À DEUX HEURES.

ACTIVITÉ



**COCKTAIL-RÉSEAU DE NOËL  
DU COMITÉ ACTION FEMMES  
D'AFFAIRES**

Le jeudi 6 décembre 2001,  
de 17 h 30 à 19 h 30  
Monde Club Med World Montréal  
(dans l'ex-cinéma Loews)

Nouveau concept - nouveau style  
de dépaysement en plein cœur  
de la ville

Même formule, mais concentrée  
autour des loisirs urbains

Vin et canapés seront servis  
Animation et prix de présence

Coût : Membre - 30 \$\*  
Non-membre - 45 \$\*  
\* Plus TPS et TVQ

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

**Affaires**

**Banque Scotia**



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

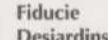


**ACTIVITÉS DE LA CHAMBRE**

NOVEMBRE 2001		DÉCEMBRE 2001	
8	12 à 14 h Déjeuner-causerie hors-série <b>Le nouveau budget du Québec</b> Mme Pauline Marois, ministre d'État aux Finances du Québec Hôtel Delta Centre-Ville	21	11 h 30 à 13 h 30 Déjeuner-réseautage Club-contact Plus Club Saint-James de Montréal
13	12 h à 14 h Déjeuner-causerie <b>Les promesses de la convergence dans l'économie du savoir</b> M. Michael J. Sabia Président, BCE inc. Vice-président du Conseil, Services généraux, Bell Canada Hilton Montréal Bonaventure	22	7 h 30 à 9 h Petit déjeuner Série Haute technologie <b>La câblodistribution : porte d'accès par excellence au monde virtuel</b> M. Louis Audet Président et chef de la direction Cogeco inc. Fairmont Hôtel Le Reine Elizabeth
15	7 h 30 à 9 h Petit déjeuner Série Perspectives nouvelles <b>Budget de l'an 1 de la nouvelle ville</b> Mme Monique Lefebvre, présidente Comité de transition de Montréal Hilton Montréal Bonaventure	29	7 h 30 à 9 h Petit déjeuner Série Perspectives nouvelles <b>Le 6000 Saint-Denis : un hôpital uni- versitaire à la mesure du XXI<sup>e</sup> siècle</b> M. Claude Béland Président-directeur général Société d'implantation du Centre hospitalier de l'Université de Montréal Hôtel Inter-Continental Montréal
20	8 h à 16 h Atelier Apprendre et Entreprendre <b>Réseautage et image : en relation avec vos publics</b> Mme Nadia Nadège, présidente AAdvenir Marketing stratégie Locaux de la Chambre	4	12 h à 14 h Déjeuner-causerie <b>Globalisation et technologies : l'exode du travail... ?</b> M. Serge Godin
		4	17 h à 19 h Les 5 à 7 du mardi Endroit à confirmer
		6	17 h 30 à 19 h 30 Cocktail-réseau de Noël Comité Action femmes d'affaires Monde Club Med World Montréal (dans l'ex-cinéma Loews)
		11	8 h à 12 h Atelier Apprendre et Entreprendre <b>Au-delà de la formation... le développement des compétences personnelles et professionnelles</b> M. Normand Richard Directeur, Développement organisationnel Domtar inc. Locaux de la Chambre
		13	7 h 30 à 9 h Petit déjeuner Série Perspectives nouvelles Dr Tim O'Neill Vice-président exécutif et écono- miste en chef Banque de Montréal Hôtel Inter-Continental Montréal

Renseignements  
et réservations :

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

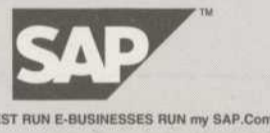


Air Canada / Développement économique Canada / Meloche Monnex / Uniglobe Voyages Lexus

**ACTIVITÉS DE L'INSTITUT DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE**

NOVEMBRE 2001

27 7 h 30 à 9 h  
Petit déjeuner-rencontre  
M. Robert Dutton  
Président et chef de la direction  
Rona Inc.  
Hôtel OMNI Mont-Royal

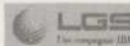


L'Institut du commerce électronique reçoit l'appui de : Développement économique Canada, ministère de l'Industrie et du Commerce du Québec, ministère des Affaires municipales et de la Métropole ainsi que le Conseil du trésor.

Renseignements et réservations :

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

COMMANDITAIRES  
DES DÉJEUNERS-  
CAUSERIES



**ACTIVITÉS DU WORLD TRADE CENTRE MONTRÉAL**

OCTOBRE 2001

1 Mission commerciale inversée ONU  
(Montréal)  
2 Profitez de la présence des spécia-  
listes de l'UN/PD et l'UNOPS  
(Québec)  
2 8 h 30 à 12 h  
Atelier de formation  
**Démystifier les procédures  
douanières**  
M. Donald Tardif  
Fritz Starber  
Hôtel Inter-Continental Montréal  
9 8 h 30 à 12 h  
Atelier de formation  
**Préparation à l'exportation**  
James O'Farrell  
O'Farrell et Houde  
Hôtel Inter-Continental Montréal  
15 8 h à 17 h 30  
Séminaire à Montréal

Faire affaire en Amérique latine et  
dans les Antilles à partir de Miami,  
pour les entreprises québécoises  
16 8 h 30 à 12 h  
Atelier de formation  
**Gérer le risque lié aux taux de  
change**  
M. Robert Audet  
RBC Dominion Securities  
Hôtel Inter-Continental Montréal  
23 8 h 30 à 12 h  
Atelier de formation  
**Rédiger des contrats de vente et  
de distribution à l'international**  
Me Bernard Colas  
Gottlieb Pearson  
Hôtel Inter-Continental Montréal  
26  
au 28 Mission commerciale à Washington :  
Services juridiques de la Banque  
mondiale et de la Banque inter-  
américaine de développement

30 8 h 30 à 12 h  
Atelier de formation  
**Les marchés publics canadiens**  
M. Stéphane Coudé  
Info-Opportunité  
Hôtel Inter-Continental Montréal  
**DÉCEMBRE 2001**  
5 8 h 30 à 12 h  
Atelier de formation  
**Rédaction de soumissions gou-  
vernementales**  
Stéphane Coudé  
Info-Opportunité  
Hôtel Inter-Continental Montréal  
12 8 h 30 à 12 h (en anglais)  
Atelier de formation  
**Les lettres de crédit**  
M. Michel Bitar  
Banque Nationale du Canada  
Hôtel Inter-Continental Montréal

Information et inscription :  
(514) 849-8318

# L'ASSOCIATION DES WORLD TRADE CENTERS : LE RÉSEAU DERRIÈRE LES TOURS JUMELLES

PAR SYLVAIN BOUFFARD, CONSEILLER PRINCIPAL, WORLD TRADE CENTRE MONTRÉAL

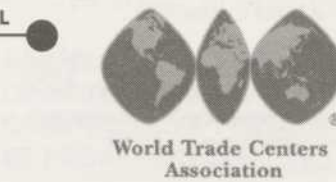
Depuis les attentats du 11 septembre dernier, l'appellation «World Trade Center» (WTC) est devenu le tragique synonyme de pertes de vies. Pourtant, et plus que jamais depuis cette date, dans 321 villes à travers le monde, les différents organismes membres de l'Association des WTC poursuivent leur mission et maintiennent leurs services et leurs activités et ce, même à New York où tous les employés de l'Association sont miraculeusement sortis indemnes de l'attentat.

Mais le WTC, symbole pour plusieurs de la puissance économique américaine, est aussi le nom d'une association qui, depuis 1970, a pour mission de faciliter les échanges commerciaux de personne à personne, permettant ainsi la promotion de la compréhension internationale et de la paix. En effet, s'il est un principe qu'il faut retenir de cette association de centres apolitiques et sans but lucratif, c'est sa volonté d'inclure les pays en



développement et d'assurer leur participation aux échanges commerciaux internationaux. L'Association des WTC, avec à sa tête son président, M. Guy Tozzoli, a même été mise, à trois reprises, en nomination pour le prix Nobel de la paix. Manifestation de cette volonté d'inclusion, l'Association des WTC est parmi les organisations les plus actives à briser l'isolement international de certaines régions avec une présence dans des villes comme Belgrade (Yougoslavie), Pyongyang (Corée du Nord) ou Tripoli (Libye).

Mais qu'est-ce réellement qu'un WTC ? À l'origine, le concept de WTC visait à regrouper en un même lieu physique les différents intervenants, publics et privés, impliqués dans la conduite du commerce international de façon à faciliter leur interaction. Ce concept



a été à l'origine de la construction, de 1966 à 1973, des tours jumelles de New York et des cinq autres édifices avoisinants constituant le WTC de New York. À l'idée d'un lieu physique central, on associa ensuite celle d'un centre de services pour le commerce international destiné à la communauté d'affaires locale : le concept actuel d'un WTC était né. Seize de ces centres, dans sept pays différents, ont vu le jour en 1970 et c'est ainsi que fut fondée l'Association des WTC. Le World Trade Centre Montréal devint, quant à lui, membre de l'Association en 1984, à l'initiative de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain. L'organisme montréalais est situé dans l'immeuble du Centre de commerce mondial, à l'angle des rues Saint-Jacques et McGill. Le World Trade Centre Montréal est un organisme sans but lucratif qui



Liette Lamonde, directeur général,  
World Trade Centre Montréal

offre aux entrepreneurs d'ici un programme intégré de solutions à l'exportation. C'est d'ailleurs en vertu de son adhésion à l'Association des WTC, et pour refléter sa participation à ce réseau international, que l'organisme est désigné par l'appellation anglaise «World Trade Centre» qui est en fait une marque de commerce.

Ce qui caractérise aujourd'hui le réseau des WTC et qui, en ces circonstances exceptionnelles, en fait l'une de ses forces, c'est à la fois la diversité du réseau et les principes de coopération directe et de réciprocité qui l'animent. Même si chaque WTC exerce selon sa propre mission, l'objectif initial est d'être au service de la communauté d'affaires de la ville, de la région ou du pays qu'il représente et, conséquemment, d'offrir l'ensemble de services les mieux adaptés aux réalités et aux besoins de sa région. Loin d'être des succursales du WTC de New York, les WTC à travers le monde fonctionnent de façon indépendante, tant dans leur financement que dans la gestion de leurs activités. Ainsi, les WTC se retrouvent dans une multitude de formats et l'éventail de services offerts varie de l'un à l'autre. Il revient à chaque WTC de tisser des liens directs avec ses homologues, selon ses besoins et intérêts. L'appartenance à un même réseau et le partage d'objectifs communs font en sorte que l'établissement de liens de collaboration se fait avec une surprenante efficacité.

Cet esprit de famille entre les divers WTC est d'autant plus manifeste depuis les attentats. Du 14 au 17 octobre dernier se tenait à Sao Paulo, au Brésil, la 32<sup>e</sup> Assemblée générale de l'Association des WTC. Déjà, après le 11 septembre, les organisateurs observèrent une hausse marquée des inscriptions à l'événement. Aux dires de Mme Liette Lamonde, directeur général du World Trade Centre Montréal, «tant la participation exceptionnelle à la l'Assemblée générale que la teneur des échanges que nous y avons eus nous ont permis de constater la totale détermination de l'ensemble des WTC d'aller de l'avant dans nos efforts pour faciliter les échanges commerciaux internationaux. Nous revenons de Sao Paulo motivés et confiants du potentiel d'affaires que représente le réseau des WTC pour nos entreprises». ■



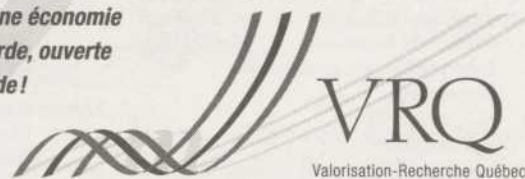
## L'UNIVERSITÉ, UN PARTENAIRE D'AFFAIRES!

VALORISATION-RECHERCHE QUÉBEC  
rapproche la recherche universitaire de l'innovation  
et de la commercialisation

### Un programme d'investissements audacieux:

- qui mise sur les sociétés de valorisation destinées à accroître la valeur commerciale des résultats de recherche universitaire
- qui investit en maturation commerciale
- qui finance sur mesure dans des secteurs de recherche jugés prioritaires au Québec
- qui supporte des équipes universitaires qui adoptent l'approche multidisciplinaire, pluri-institutionnelle et multisectorielle

FAIRE ÉQUIPE AVEC L'UNIVERSITÉ,  
le gage d'une économie  
d'avant-garde, ouverte  
sur le monde!



3700, rue du Campanile, bureau 110, Sainte-Foy (Québec) G1X 4G6  
Téléphone: (418) 657-7117 • Télécopieur: (418) 657-7751

1001, boul. de Maisonneuve Ouest, bureau 410, Montréal (Québec) H3A 3C8  
Téléphone: (514) 281-1755 • Télécopieur: (514) 281-1963

Ligne sans frais: 1 866 281-1755

Plus qu'une  
institution  
d'enseignement,  
l'université est  
aussi un moteur  
de croissance et  
de progrès pour  
les sociétés.

Combiner recherche  
universitaire et  
projets d'affaires,  
voilà une stratégie  
gagnante pour  
relever les défis  
d'une économie  
compétitive  
et innovante.

www.vrq-qc.ca

## LE MENTORAT, UN MOYEN EFFICACE DE DÉVELOPPEMENT PERSONNEL ET PROFESSIONNEL

PAR FRANCINE DUMONT, PRÉSIDENTE, SERVICES DUFRAN INC., EN COLLABORATION AVEC MARIE-ANGE BOURDON, PRÉSIDENTE, RECRUTEMENT DE CADRES BOURDON ET ASSOCIÉS

Au cours de la dernière année d'activités, Femmes et carrières, un sous-comité relevant du comité *Action femmes d'affaires*, a exploré les thèmes du coaching et du mentorat. En plus de tenir une séance d'information sur le coaching en mars 2001, ce sous-comité a organisé deux tables rondes, une en octobre 2000 et l'autre en mars 2001, où des représentants de la grande entreprise et de la PME, d'organismes sans but lucratif, du milieu universitaire et de l'administration publique ont été invités à échanger sur la définition, les objectifs, les formes et les pratiques du mentorat.

Les discussions ont fait ressortir certains éléments fondamentaux du mentorat :

- le mentorat répond à un besoin, soit celui du partage de l'expérience : il met du coup un frein à l'isolement;

- il repose sur la confiance, le respect et l'ouverture (l'accessibilité des partenaires);
- son succès découle de son insertion dans la culture organisationnelle d'une entreprise; il semble de plus que le mentorat informel soit porteur de résultats plus concluants.

Il existe donc plusieurs voies au mentorat; il s'agit de choisir la formule qui répond le mieux aux objectifs mis de l'avant.

Toutefois, à la lumière de l'expérience des participants, il semble que la plupart des entreprises en soient à une étape d'expérimentation en ce qui concerne le mentorat.

Le comité Action femmes d'affaires poursuit donc ses réflexions sur la question du mentorat au cours de l'automne et de l'hiver 2001-2002 pour, d'une

part, approfondir ses connaissances sur le sujet et, d'autre part, constituer un regroupement de cadres de grandes entreprises intéressés à partager leur expérience sur le mentorat et à échanger sur cet outil de gestion. Un programme de rencontres est en voie d'achèvement à cette fin. Il prend appui sur quelques grandes firmes membres de la Chambre prêtes à participer au projet expérimental.

Une fois la formule bien en place, il sera possible d'ouvrir les rencontres à l'ensemble des membres de la Chambre; le mentorat pourrait alors constituer un nouveau service que l'organisme pourrait offrir à ses membres.

Pour obtenir plus d'information sur le mentorat, vous pouvez communiquer avec les auteures de cet article, Marie-Ange Bourdon, (514) 990-7798, ou Francine Dumont, (514) 484-4052. ■

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

Participez à nos déjeuners-réseautage Club-contact Plus Pour cibler les gens que vous voulez connaître... et bien *plus* encore !

Autour d'un bon repas, chaque participant présente son entreprise, à tour de rôle, aux autres convives à sa table. Afin de favoriser les échanges, un membre par table est responsable d'animer les discussions. À la fin du repas, à la suite d'un tirage, une personne par table dispose de quatre minutes pour faire une présentation de son entreprise à tous les invités présents dans la salle.

En plus de bénéficier d'une bonne visibilité, cette activité vous permet

d'identifier les gens avec qui vous voulez établir et maintenir un contact pour...

- devenir leur fournisseur ou client
- les recruter
- obtenir leurs commentaires
- les sensibiliser
- les informer sur vos produits et services

et bien *plus* encore !

Apportez vos cartes d'affaires et votre documentation promotionnelle.

Date : Le mercredi 21 novembre 2001

Heure : Inscription et cocktail : 11 h 30  
Déjeuner-réseautage : midi à 13 h 30

Endroit : Club St. James de Montréal  
1145, avenue Union, Montréal

Coût : 45 \$\*  
\*Plus TPS et TVQ

Renseignements : (514) 871-4000

Prix réduit pour nos membres via le site transactionnel sécurisé :  
[www.ccmq.ca/activites](http://www.ccmq.ca/activites) ■



### SONY

## Captivez... Projetez... Connectez !

Fixe ou portable  
2000 lumens ANSI  
XGA - 4,9 kg  
Adresse IP  
Option sans fil Ethernet

Ultra-portable  
900 lumens ANSI  
XGA - 2,5 kg  
Avec ou sans PC

Compatibilité réseau  
3500 lumens ANSI  
XGA - 10,5 kg  
Accès à l'Internet  
Mémoire Interne

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

## Le succès à votre portée



Vous faites déjà confiance à MERX dans la recherche des Avis d'appel d'offres gouvernementaux, maintenant laissez-nous vous aider dans l'univers du commerce électronique. Vous aurez cette possibilité par l'achat et la vente de produit et services auprès des 50,000 fournisseurs qui utilisent déjà MERX. Voilà 50,000 nouvelles occasions de faire des affaires, permettant ainsi à votre entreprise d'aller plus loin.

Nous déposons le monde du commerce électronique dans vos mains et nous serons heureux et fier de vous aider à en tirer le maximum.

# MERX

La clé des affaires

[www.merx.com](http://www.merx.com)

1-800-964-MERX (6379)



FINANCIÈRE  
BANQUE  
NATIONALE

GRAND PARTENAIRE ACTIF DU RÉSEAU DU LEADERSHIP MÉTROPOLITAIN

LES «GRANDS PARTENAIRES»

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



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



Institut du commerce électronique  
Electronic Commerce Institute



World Trade Centre Montréal

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

Les leaders  
s'associent  
aux leaders!

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

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