

L'ULTIME RECONNAISSANCE

1 9 9 7



MERCURIADES

*Un trophée Mercure,  
une forme de benchmarking!*

*Les portes  
s'ouvrent  
devant nous*

UN  
ÉVÈNEMENT  
DE LA



CHAMBRE DE COMMERCE  
DU QUÉBEC

# Mercuriades 1997 : « La qualité des candidatures régionales contredit de façon éloquente la thèse d'un Québec à deux vitesses »

- Michel Audet, président, Chambre de commerce du Québec

« Les Mercuriades sont-elles le reflet de la vitalité économique du Québec ? Ce serait présomptueux de le croire, mais pourtant, il faut reconnaître que nous avons eu la main heureuse depuis la création du concours il y a 17 ans.

Les lauréats « Entreprise de l'année » sont toujours en affaires, et plusieurs qui étaient reconnus comme des PME performantes sont aujourd'hui de très grandes entreprises. Je constate aussi que partout où il y a eu des gens dynamiques qui ont pris le virage technologique et celui de la formation, on a moins entendu parler de récession. »

Le président de la Chambre de commerce du Québec, Michel Audet, a toujours été de ceux qui croient que les grandes entreprises commencent par être des PME. Celles-ci, pour réussir, ont besoin d'un environnement créatif et dynamique. Elles ont surtout besoin de partenaires fiables sur lesquels s'appuyer pour élargir leurs activités.

« Le réseautage, on n'insistera jamais assez sur cette notion. Mais avant de songer aux réseaux virtuels ou inter-

nationaux, il faut une masse suffisante autour de soi pour créer un effet de levier. C'est ce que nous tentons de favoriser nous-mêmes à la Chambre de commerce du Québec en partenariat avec toutes les chambres de commerce locales. Nous sommes plus que jamais le principal porte-parole des milieux d'affaires québécois, aussi bien dans les grands centres qu'en région. Et nous pouvons contribuer à notre façon à l'amélioration de la conjoncture économique au Québec. »

## 284 entreprises honorées

Depuis 1981, la Chambre de commerce du Québec a remis 307 Mercuries à 284 entreprises, dont 23 à des « entreprises de l'année ». Une partie d'entre elles étaient cotées en Bourse lorsqu'elle ont reçu leur prix. Nous avons comparé le cours moyen des actions de l'époque avec celui d'aujourd'hui. Conclusion ? S'il existait un fonds commun spécialisé en Mercuriades, celui-ci fracasserait bien des records (voir le tableau à la page 4).

« Les catégories ont un peu changé au fil des ans, mais

elles ont toujours tourné autour du service à la clientèle, du marketing, de l'innovation et de la R & D.

« Dans les années 80, on considérait la R&D comme étant surtout le lot des grandes entreprises. On s'aperçoit aujourd'hui que ce sont bien souvent les PME qui développent des idées novatrices. Les technologies de l'information permettent à présent à de petites entreprises de travailler sur des projets qui n'étaient auparavant accessibles qu'aux plus grands laboratoires mondiaux.

« Quand on sait que l'économie du Québec tourne autour des PME, c'est bon signe pour notre avenir. Et si je regarde notre moyenne au bâton, j'espère que les lauréats des Mercuries, catégorie PME d'aujourd'hui, seront les multinationales de demain. »

## Favoriser le démarrage d'entreprises

La Chambre de commerce du Québec, par le biais des Mercuriades, favorise aussi le démarrage de nouvelles entreprises. Pour le jury, c'est certainement la catégorie la plus difficile à évaluer.

Il faut séparer le clinquant du durable : « Il nous est toujours apparu essentiel de saluer l'entrepreneuriat. Grâce à des critères de sélection élevés et à l'expertise des membres des différents jurys, les entreprises sélectionnées, non seulement sont toujours là, mais ont connu, pour la plupart, une croissance fulgurante. »

Depuis deux ans une nouvelle catégorie, Contribution au développement régional, permet de saluer les entreprises qui ont été honorées au cours de l'un ou l'autre des 80 galas des chambres de commerce locales.

« Ce sont des entreprises de très haut niveau, qui ont choisi de se faire reconnaître d'abord au niveau régional. Les gagnants des galas des chambres de commerce en région peuvent se retrouver



Michel Audet, président de la Chambre de commerce du Québec : « Grâce à des critères de sélection élevés et à l'expertise des membres des différents jurys, les entreprises sélectionnées ont connu, pour la plupart, une croissance fulgurante. »

inscrits aux Mercuriades, catégorie Contribution au développement régional, sous-division Contribution au développement économique ou engagement communautaire et développement du milieu. C'est dire à quel point nous sommes sensibles au développement et à la promotion des régions. La qualité de ces candidatures régionales contredit de façon éloquente la thèse d'un Qué-

bec à deux vitesses. » Michel Audet veut également éviter les duplications avec d'autres concours. C'est ainsi que dans le domaine de l'énergie, les gagnants du Gala Energia de l'Association québécoise pour la maîtrise de l'énergie (AQME) deviennent automatiquement finalistes aux Mercuriades dans la même catégorie : « Nous songeons à une formule analogue avec le Mou-

vement québécois de la qualité, et nous travaillons avec d'autres organisations à des ententes comparables. »

Les Mercuriades ? Un instrument de promotion incomparable pour les récipiendaires et un gage de crédibilité : « Parlez-en à tous ceux et celles qui ont reçu un Mercure. Ils en ont eu des échos jusqu'à l'autre bout du monde. Et tous ont profité des retombées. »

## Quelle est la mission de la Chambre de commerce du Québec ?

Organisme sans but lucratif, la Chambre de commerce du Québec veut favoriser le développement économique et social par son rôle de catalyseur auprès des entreprises québécoises.

Par l'exercice de son leadership, elle assure le maintien de conditions socioéconomiques propices à la croissance des affaires et à la promotion des intérêts de ses membres.

Fondée en 1909, la Chambre de commerce du Québec est le plus grand réseau de gens d'affaires au Qué-

bec. Elle regroupe plus de 4 000 entreprises et est la fédération de 205 chambres de commerce locales qui comptent plus de 50 000 membres. Ces derniers, majoritairement des petites et moyennes entreprises, proviennent de tous les secteurs de l'économie québécoise.

La Chambre défend leurs intérêts en intervenant auprès de l'opinion publique et des gouvernements, afin de faire progresser les dossiers touchant le développement économique et social du Québec.

## Présentez votre entreprise à l'édition 1998 des Mercuriades

Pour toute information, veuillez communiquer avec le secrétariat du concours Les Mercuriades, Chambre de commerce du Québec

Téléphone : (514) 844-9571 1-800-361-5019

Télécopieur : (514) 844-0226



# Les lauréats des Mercuriades 1997

## Qui sont-ils et pourquoi ont-ils gagné ?

### **Mercure de l'entreprise de l'année - Grande entreprise et Mercure du Développement de la main-d'œuvre**

Harris Farinon Canada  
Dollard-des-Ormeaux  
(514) 421-8400

Harris Farinon Canada (HFC) est l'un des principaux fournisseurs d'équipement de transmission radio numérique micro-ondes pour les marchés mondiaux. Depuis le début des années 90, l'entreprise s'est tournée vers les marchés internationaux et a porté de 15 % à plus de 90 % la part de ses expéditions à l'étranger. On note une hausse du nombre d'employés de 36 % au cours des trois dernières années, surtout des postes hautement qualifiés. Depuis 1994, HFC a triplé les montants investis en formation. En outre, le nombre de jours de formation est passé de 3,8 à 10,3 par employé.

### **Mercure de la Contribution au développement régional - Contribution au développement économique - Grande entreprise :**

ADS inc.  
Québec  
(418) 693-3853

ADS enregistre un taux de croissance impressionnant. Spécialisée dans les secteurs des textiles techniques et des matériaux de composites, elle emploie 250 personnes au Québec. L'entreprise mise sur le savoir-faire de chez nous, ce qui explique pourquoi elle entretient des relations permanentes avec les centres de recherche des universités de la province et consacre des efforts importants en recherche et développement. Grâce à son sens de l'innovation et à son processus d'amélioration continue, ADS engendre des retombées économiques non négligeables pour la région de Québec.

### **Mercure de la Contribution au développement régional - Contribution au développement économique - PME :**

Corporation du Festival de montgolfières  
de Saint-Jean-sur-Richelieu  
Saint-Jean-sur-Richelieu  
(514) 346-6000

La Corporation du Festival de montgolfières de Saint-Jean-sur-Richelieu, « le festival le plus familial au Québec », attire chaque année près de 250 000 visiteurs. Créé en 1984, ce festival se classe immédiatement après le Festival international de Jazz en termes de popularité dans la région de Montréal. De plus, cette grande fête annuelle engendre des retombées de plus de 10 M\$ dans la région du grand Montréal et des répercussions majeures sur le tourisme au Québec.

### **Mercure de la Contribution au développement régional : Engagement communautaire et développement du milieu - Grande entreprise :**

Corporation du Festival d'été international de Québec  
Québec  
(418) 692-4540

Le Festival d'été international de Québec compte à son actif 29 ans de diffusion et de promotion des arts de la scène et de la rue. La formule du Festival est devenue un modèle pour les grands événements : offre culturelle, environnement d'animation des sites et des places touristiques, offre touristique. Ses missions culturelle et touristique ont fait de lui un acteur important qui génère une activité économique de 85 millions,

### **Mercure de l'entreprise de l'année - PME et Mercure des Marchés extérieurs**

FORDIA limitée  
Saint-Laurent  
(514) 336-9211

FORDIA est le seul fabricant industriel d'outils diamantés pour l'exploration minière au Québec. Elle développe et commercialise elle-même ses outils. Son usine de Saint-Laurent est l'une des plus grandes au monde dans le genre. Après avoir investi pour améliorer la technologie de ses produits, FORDIA s'attaque au marché international, soutenue par six bureaux de vente, dont trois à l'extérieur du pays, et par huit distributeurs attirés. Taux d'augmentation des exportations : 820 % en l'espace de trois ans. L'entreprise occupe 10 % du marché mondial.

dont 39 millions d'argent neuf dans la région de Québec, en plus d'y créer de nombreux emplois.

### **Mercure de la Contribution au développement régional - Engagement communautaire et développement du milieu - PME :**

Caisse d'économie des travailleuses et travailleurs (Québec)  
Québec  
(418) 647-1527

Fortement impliquée au sein de la collectivité, la Caisse d'économie des travailleuses et travailleurs (Québec) n'hésite pas à appuyer financièrement des projets considérés à haut risque par la plupart des institutions bancaires. Mais l'implication de la Caisse ne s'arrête pas là, puisqu'elle a mis sur pied des services d'accompagnement et de conseil auprès des clientèles peu familières avec les règles financières. Par son ouverture et son soutien constant, la Caisse d'économie des travailleuses et travailleurs (Québec) joue un rôle déterminant dans la réalisation de nombreux projets culturels, sociaux et coopératifs, économiquement viables et socialement rentables.

### **Mercure de l'Entrepreneuriat :**

Chez Cora déjeuners  
Boisbriand  
(514) 435-2426

Chez Cora déjeuners compte déjà 20 restaurants franchisés dans la province, spécialisés dans les petits déjeuners «santé et plaisir». En plus d'offrir des services de formation, de support aux opérations, de publicité et de marketing, Chez Cora déjeuners assure aussi la recherche et le développement de nouveaux produits pour son réseau de franchisés qui regroupe plus de 500 employés. Confrontée aux pièges de la croissance, Chez Cora déjeuners a réalisé en 1996 un partenariat lui permettant de consolider les opérations du réseau et d'entreprendre son développement vers les États-Unis.

### **Mercure du Marketing - Grande entreprise :**

Les Papiers Perkins ltée  
Candiac  
(514) 444-6400

Papiers Perkins occupe 25 % des parts du marché canadien dans son domaine, ce qui la place au 2<sup>e</sup> rang. C'est grâce à une stratégie de marketing intégrée et efficace que l'entreprise est parvenue à ce résultat. Une rationalisation de sa gamme de produits et un repositionnement adéquat lui ont permis de mettre l'accent sur les produits les plus rentables. Cela se traduit par une croissance intéressante des ventes, mais sur-

tout par un positionnement avantageux qui classe l'entreprise comme le manufacturier ayant le taux de rentabilité le plus élevé de son industrie en Amérique du Nord.

### **Mercure du Marketing - PME :**

Groupe Informission inc.  
Québec  
(418) 627-2001

Le Groupe Informission, spécialisé dans la conception de produits informatiques innovateurs, est la seule entreprise de la région de Québec à offrir un centre de réingénierie pour remédier au problème du passage des années 90 à l'an 2000. La solution qu'elle propose est reconnue comme l'une des meilleures par les plus grandes firmes canadiennes, américaines, françaises et italiennes. Le Groupe est très présent dans les médias (dont Internet) et au sein des milieux d'affaires et a conclu des ententes avec de multiples partenaires canadiens et étrangers, ce qui lui ouvre en grand les portes des marchés extérieurs.

### **Mercure Performance énergétique :**

Prodair Canada Limitée  
Saint-Augustin  
(418) 878-1400

Prodair est un chef de file mondial dans le domaine de la fabrication de gaz industriels et de produits chimiques ainsi que de systèmes et de technologies de production connexes. En 1995, l'entreprise a remplacé sa tour de refroidissement afin de réduire d'au moins 4,5 °C la température moyenne de l'eau de refroidissement et améliorer la performance énergétique de trois compresseurs multiétagés. La baisse de température a permis de réduire la consommation d'électricité des compresseurs de 583 000 kWh par an, entraînant des économies annuelles de 22 000 \$. De plus, les gains d'efficacité des compresseurs ont permis de hausser la capacité de production d'azote, d'oxygène et d'argon de 10 tonnes métriques par jour.

### **Mercure de la Qualité - Grande entreprise :**

Société canadienne de métaux Reynolds ltée  
Baie-Comeau  
(418) 296-3311

Reynolds est le plus important producteur d'aluminium de première fusion en Amérique du Nord. Certifiée ISO 9002, l'entreprise a intégré sa politique en matière de qualité à tous les secteurs d'activité de l'usine. Un programme structuré de visite chez les clients et un système de mesure de leur satisfaction permettent à Reynolds de se fixer des objectifs d'amélioration précis. Tout est mis en œuvre pour répondre parfaitement aux besoins des clients, qui démontrent un remarquable degré de satisfaction de 87 %.

### **Mercure de la Qualité - PME :**

Les services de placement Télé-Ressources ltée  
Montréal  
(514) 842-0066

Télé-Ressources recrute et place du personnel de bureau temporaire et permanent et offre depuis peu des services d'impatriation. L'entreprise, qui occupe 45 % du marché montréalais, use d'une approche systémique et s'appuie sur un soutien informatique avant-gardiste pour livrer un service impeccable de jumelage. Première entreprise de placement à mériter la certification ISO 9002, Télé-Ressources a su insuffler une rigueur tout au long de la démarche de traitement d'un dossier, du recrutement des candidats au suivi post-placement, ce qui lui permet d'offrir une garantie de satisfaction.

Suite à la page suivante



## Les lauréats des Mercuriades 1997 - suite

### Mercure de la Recherche et développement - Grande entreprise :

Mégatech Électro inc.  
Grand-Mère  
(819) 533-3201

Mégatech Électro connaît un essor spectaculaire et a créé 470 emplois cette année. Elle se spécialise dans la conception et la fabrication de composantes électroniques et de câblage électrique haut de gamme de même que de modules destinés aux marchés des transports. Mégatech concurrence des géants de classe mondiale. Certifié ISO 9001, le Centre de recherche et de développement de Mégatech consacre des efforts considérables pour offrir un produit qui répond aux critères précis des clients en plus de faire de la recherche interne sur de nouvelles technologies.

### Mercure de la Recherche et développement - PME :

Niedner limitée  
Coaticook  
(819) 849-2751

Niedner œuvre depuis plus de 100 ans dans le domaine des boyaux, principalement des boyaux à incendie. C'est grâce à une mobilisation et à une implication exceptionnelle de son personnel que cette entreprise manufacturière a obtenu la certification ISO 9001. Cette politique très rigoureuse régit tout dans l'entreprise, notamment le processus de recherche et développement. Niedner s'efforce de lancer chaque année une ou deux innovations ou nouveaux produits, ce qui fait d'elle l'entreprise la plus révolutionnaire de son secteur d'activité.

### Mercure du Service à la clientèle :

Le Groupe Technimeca  
Saint-Laurent  
(514) 333-0030

Regroupant trois entreprises manufacturières et comptant plus de 150 employés, le Groupe Technimeca détient plus de 200 accréditations de maîtres d'œuvre de classe mondiale. Spécialisé dans l'usinage de précision, le traitement de surface des métaux et l'assemblage de composantes mécaniques, le Groupe agit à titre de sous-traitant dans les secteurs de haute technologie.

Par son programme « Fiabilité, Qualité et Service intégré », il optimise la qualité de son service à la clientèle, rencontre les exigences de la livraison « juste-à-temps » et est en mesure de retracer chaque commande afin d'assurer un suivi personnalisé auprès de ses clients.

## Les lauréats cotés en Bourse lorsqu'ils ont reçu un Mercure. Combien valent-ils aujourd'hui ?

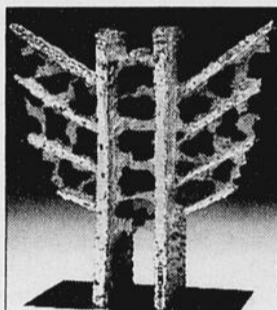
Dix des 23 Mercuries - Entreprises de l'année étaient cotées à la Bourse de Montréal l'année où elles ont été honorées.

Combien ces entreprises valent-elles aujourd'hui? Bombardier, entre autres, lauréate en 1983, donne un rendement de 5 885 %.

Les Mercuriades seraient-elles donc un nouvel indice à suivre de plus près? Bref, si vous aviez investi

1 000 \$ dans chacune de ces entreprises l'année où elles ont reçu leur Mercure, pour un total de 10 000 \$, vous auriez aujourd'hui un peu plus de 87 600 \$.

Un grand merci à Alain D'Anjou Lessard, de chez Lévesque Beaubien Geoffrion à Saint-Georges de Beauce (1-800-463-1664), pour la compilation des résultats. Ceux-ci tiennent compte du fractionnement des actions.



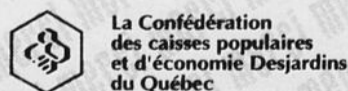
Année du Mercure	Lauréat	Cours moyen de référence	Cours moyen en 1997	Rendement brut	Rendement annuel moyen	Pour 1 000 \$ à l'époque, vous auriez aujourd'hui
1996	Bell Mobilité (GE) *	44,56 \$	44,95 \$	1 %	1 %	1 009 \$
1995	CAE Électronique (GE)	8,22 \$	10,61 \$	29 %	15 %	1 290 \$
1994	Méto-Richelieu (GE)	5,77 \$	16,63 \$	188 %	63 %	2 882 \$
1992	CGI (GE)	1,78 \$	23,75 \$	1 234 %	247 %	13 343 \$
1991	Vidéotron	6,75 \$	11,25 \$	67 %	11 %	1 667 \$
1990	UAP	11,33 \$	16,14 \$	43 %	6 %	1 425 \$
1988	GTC	5,38 \$	10,65 \$	98 %	11 %	1 980 \$
1986	Banque Nationale	12,99 \$	15,96 \$	23 %	2 %	1 230 \$
1985	Cascades	3,60 \$	8,79 \$	142 %	12 %	2 416 \$
1983	Bombardier	0,46 \$	27,53 \$	5 885 %	420 %	59 848 \$

#### Autres entreprises ayant été nommées *Entreprise de l'année*

1997	Harris Farinon Canada (GE); Fordia Limitée (PME)	1992	Technologies AMB (PME)
1996	ZED (PME)	1989	Guillevin International
1995	Unibroie (PME)	1987	IBM Canada
1994	Exfo ingénierie électro-optique (PME)	1984	Lévesque Beaubien Geoffrion inc.
1993	Velan Canada (GE); Louis Garneau Sports inc. (PME)	1982	Le Groupe D.M.R.
		1981	Le Groupe La Laurentienne

\* GE : Grande entreprise

## Merci à nos commanditaires





# L'économie du savoir, c'est avant tout vendre un savoir-faire

Dans leur domaine respectif, et dans des marchés où la compétition est féroce, Harris Farinon, Mégatech Electro, Niedner et le Groupe Informission tirent fort bien leur épingle du jeu. Leurs dirigeants tiennent un discours semblable sur la façon de réussir dans une économie axée sur le savoir.

## Harris Farinon Canada, Entreprise de l'année - grande entreprise

À Dollard-des-Ormeaux, Harris Farinon, une division de Harris Corporation, fabrique et met en service des systèmes de radios micro-ondes, principalement pour le marché de la téléphonie cellulaire. Son chiffre d'affaires a atteint 143,2 M\$ en 1996, en hausse de 40 % par rapport à l'année précédente. Chacun de ses quelque 500 employés doit suivre au moins 40 heures de formation par année. Mais la moyenne oscille entre 80 et 100 heures.

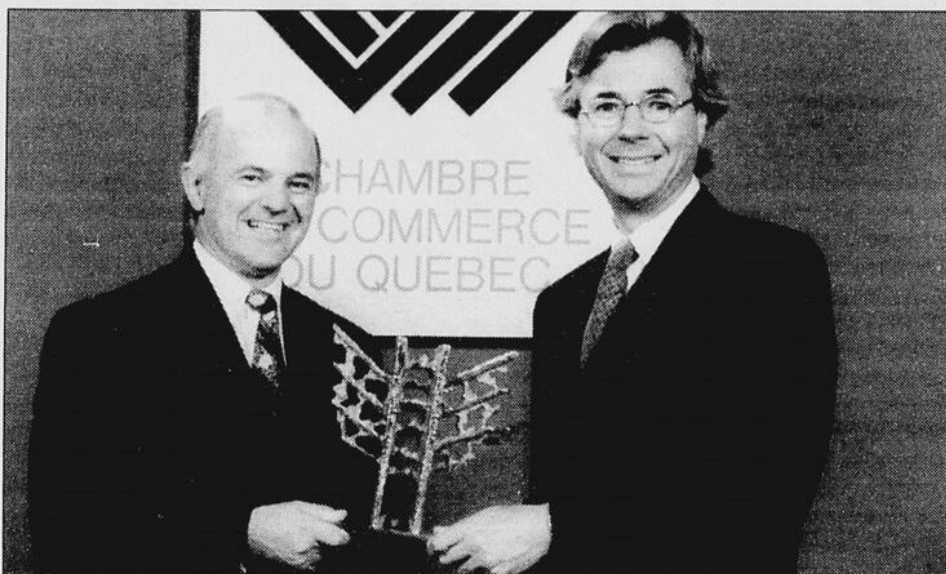
« Beaucoup de nos efforts stratégiques de gestion portent sur nos employés », précise Jean-Guy Frenette, directeur administratif et de soutien aux affaires internationales de l'entreprise qui a reçu le Mercure dans la catégorie Développement de la main-d'œuvre, en plus de se distinguer comme Entreprise de l'année - Grande entreprise.

« En 1996, nous avons consacré 1,8 M\$ de dollars à la formation de la main-d'œuvre. » En plus d'insister sur la formation, la société a instauré plusieurs programmes de reconnaissance des employés.

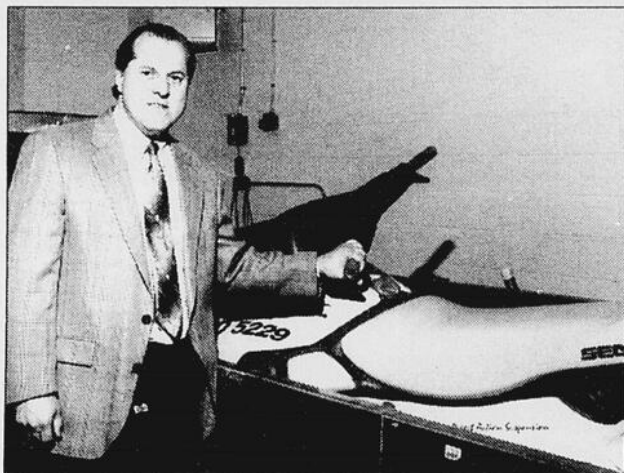
Les cerveaux, dit Jean-Guy Frenette, sont la matière première d'une entreprise technologique comme Harris Farinon. C'est pourquoi elle traite son personnel aux petits soins. Elle a mis en place un régime de rémunération variable basée sur les profits, accessible à tous les employés, et un régime de rémunération incitative individuelle offert à certains employés.

« Dans un marché compétitif comme le nôtre, notre savoir-faire, notre service, nos connaissances des télécommunications nous permettent de nous démarquer. Nous occupons le 4<sup>e</sup> rang à l'échelle mondiale. Pour concurrencer les plus grands que nous, il faut miser sur la valeur ajoutée. »

Fin septembre, Harris Farinon annonçait un contrat de 50 M\$ d'équipement pour concevoir et installer un système de radios micro-ondes



Harris Farinon Canada a obtenu le Mercure de l'Entreprise de l'année - Grande entreprise, ainsi que le Mercure du Développement de la main-d'œuvre. Jean-Guy Frenette, directeur, administration et soutien au développement des affaires internationales (à gauche), reçoit le trophée de Pierre Pettigrew, ministre du Développement des ressources humaines Canada.



Yvan Lafontaine, président de Mégatech Electro : « Notre place au soleil, nous la devons à la créativité de nos gens. »

destiné au réseau cellulaire numérique de deux des régions les plus peuplées du Brésil, Sao Paulo et les six États de la région nord-est du pays.

Pour réaliser ce contrat, elle a conclu un partenariat avec deux sociétés brésiliennes, BellSouth et le Groupe Safra. « Pour continuer notre pénétration mondiale, notre stratégie est de nous associer avec des compagnies locales. C'est ainsi que nous voyons la mondialisation des marchés. »

### La recherche d'abord

Chez Mégatech Electro, à Grand-Mère, un employé sur six se consacre à la recherche. La firme, qui s'est distinguée dans la catégorie Recherche et développement - grande entreprise, compte 375 employés, conçoit et fabrique des systèmes électroniques et électromécaniques pour les véhicules de transport industriels et récréatifs,

tels motomarines, bateaux, motoneiges, tracteurs, autobus, machinerie lourde.

Son chiffre d'affaires, qui était de 7 M\$ en 1994, a gonflé à tout près de 30 M\$ en 1997.

« Notre place au soleil, nous la devons à la créativité de nos gens, souligne son président, Yvan Lafontaine. Nous développons nos produits en collaboration avec nos clients, selon leurs besoins. Nous vendons donc notre savoir-faire. Nous sommes en quelque sorte un prolongement des activités de recherche de nos clients. » Des clients prestigieux : Bombardier, Komatsu, Prevost Car...

La firme vient d'ailleurs d'être choisie par Carrier, une division de United Technologies, seul fournisseur externe pour l'assemblage de modules électroniques pour le contrôle de systèmes de réfrigération. Elle a été sélectionnée parmi plus d'une centaine de fournisseurs.

Parmi ses projets les plus récents, signalons le développement d'un système de multiplexage. « Ce produit de haute technologie remplace les systèmes électriques traditionnels par divers modules électroniques répartis dans le véhicule. Au lieu d'une couette comprenant plusieurs centaines de kilos de câbles, il n'y en a que quelques dizaines de kilos. » Les avantages ? Une programmation simplifiée des options et un entretien plus facile.

### Place à l'innovation

Niedner, une compagnie établie à Coaticook et comptant 95 employés, a été fondée il y a 102 ans pour fabriquer des boyaux à incendie. C'est toujours son créneau, même si elle fabrique désormais des produits connexes comme des boyaux pour canons à neige.

Comment peut-on durer si longtemps ? En mettant l'accent sur la recherche et le développement, répond Jérôme Caron, directeur des ressources humaines de cette PME lauréate du Mercure en Recherche et développement. « Nous avons choisi la voie de l'innovation pour conserver nos parts de marché. Nous voulons introduire au moins deux innovations par année. »

Par exemple, en 1996, Niedner a lancé un boyaux à incendie « rétro réfléchissant ». Lorsque la fumée est intense, les pompiers peuvent se guider sur ce boyaux pour trouver la sortie. L'entreprise a de plus conçu un boyaux pour le transport de l'air comprimé dans les coussins gonflables latéraux dont sont dotées certaines voitures de luxe.



Niedner, une entreprise centenaire de Coaticook, fabrique des boyaux à incendie et autres produits connexes.

Soixante pour cent de la production de Niedner est exportée, principalement aux États-Unis. « Comme nous l'avons fait avec le boyaux pour coussins gonflables, nous voulons de plus en plus associer nos clients au développement de nouveaux produits. Nous avons d'ailleurs d'autres projets de ce genre en marche. »

Comme toutes les entreprises qui réussissent dans l'économie du savoir, Niedner accorde une grande importance à la formation de ses employés. « Nous n'avons pas eu besoin de la loi pour consacrer 1 % de la masse salariale à la formation. »

### En croissance

En 1996, le Groupe Informission réalisait un chiffre d'affaires de 8 M\$. En 1997, 17 M\$. Une augmentation de 112 %. La firme de services-conseils en informatique, établie à Montréal et à Québec, se spécialise dans la conversion de langage ou de migration de système, et dans la problématique de l'an 2000. Son logiciel Recyc 2000 a été classé l'un des neuf meilleurs au monde par

la firme Gardner Group. L'entreprise a remporté le Mercure dans la catégorie Marketing - PME.

Le président Jacques Topping ne cache pas que ce dernier créneau apporte beaucoup d'eau à son moulin.

« Au cours des 10 derniers mois, nous avons signé 11 partenariats dans sept pays différents. Et nous avons plusieurs autres alliances en chantier. Nous croyons que pour réussir à l'étranger, il vaut mieux s'associer avec des sociétés locales qui connaissent leurs marchés que de tout faire soi-même. »

Le Groupe Informission, dont les quelque 200 employés suivent en moyenne 23 jours de formation par année, a un autre projet sur la table : ses centres d'excellence de développement à distance.

« Nous voulons offrir à des clients américains la possibilité de faire développer chez nous leurs projets d'informatique des télécommunications, le développement d'un réseau intranet, par exemple. » Informission a ouvert récemment un centre d'excellence à Québec, et prévoit en ouvrir un bientôt à Montréal.



Quatre associés du Groupe Informission (de gauche à droite) : Luc Filiatrault, Jacques Topping, Mathieu Fortin et Réal Perron.



# Le service à la clientèle, une plus-value qui fait la différence

Fordia, un fabricant d'outils diamantaires pour le forage et l'exploration minière a remporté le Mercure Marchés extérieurs, en plus d'être nommée Entreprise de l'année - PME.

Pour son président, Luc Paquet, le service à la clientèle implique d'exporter tout autant sa philosophie de gestion que ses produits. Établie à Saint-Laurent, Fordia a vu ses exportations croître de 820 % en trois ans.

Elle s'est dotée d'un réseau de bureaux à l'étranger en conséquence. Elle est présente au Chili, au Mexique, en Australie, au Japon depuis peu et bien sûr... toujours à Val-d'Or.

## Fordia, Entreprise de l'année - PME

Luc Paquet affirme que le succès de l'entreprise repose sur sa capacité à transplanter ses valeurs et son style de gestion partout où elle fait des affaires. « Nous voulons que le client puisse diminuer ses coûts de forage. Comme nos outils couvrent tous les types de roches, nous étudions les besoins du client en déléguant systématiquement un technicien sur le terrain. »

Exploitant en plus la revente de la gamme complète des équipements de forage, Fordia offre aussi un service clés en main aux exploitations minières qui opèrent des sites à l'étranger. Si un client le désire, elle prend en charge l'acheminement de tout l'équipement nécessaire sur le site désigné en assumant le choix du ou des transporteurs et toutes les formalités avec les douanes.

## Groupe Technimeca

Groupe Technimeca a rejoint l'an dernier le club très sélect d'une douzaine de fournisseurs de Bell Helicopter, parmi 1200 dans le monde, qui ont décroché la

certification la plus élevée, marque d'un excellent service et d'une qualité irréprochable. Mais ces critères seuls ne suffisent plus. En matière de service à la clientèle, il faut se distinguer de ce que font les concurrents.

Afin de se démarquer des nombreuses entreprises d'usinage de pièces de précision que compte la région de Montréal, Technimeca, à Saint-Laurent, a choisi de ne desservir qu'un nombre restreint de clients.

« Nous avons choisi délibérément de nous limiter aux clients suffisants pour faire rouler l'entreprise, explique son président Armand Carola. Cela nous permet de mieux répondre à leurs exigences très élevées et de prolonger notre relation avec eux. »

Pour compenser les occasions d'affaires perdues, Technimeca a élargi la gamme de ses services en intégrant le sous-assemblage pour certaines pièces et les tests non destructifs pour déceler des fissures éventuelles dans les pièces usinées pour l'aéronautique.

Elle exploite aussi maintenant une division de placage, qui consiste à traiter les surfaces des pièces pour les protéger contre la corrosion ou l'usure. Pas étonnant que cette entreprise ait remporté le Mercure dans la catégorie Service à la clientèle.

## Prodair Canada

Prodair Canada ltée, producteur de gaz industriels situé à Saint-Augustin-des-Desmaures, qui a reçu le Mercure dans la catégorie Performance énergétique, s'efforce de son côté de libérer ses clients de tout souci à propos de leurs approvisionnements.

Division québécoise de l'américaine Air Products & Chemicals, elle sert les entreprises du nord-est de l'Amé-



Fordia, Entreprise de l'année - PME. Son président, Luc Paquet (à gauche), reçoit le trophée des mains de Renaud Caron, sous-ministre du Bureau fédéral de développement régional (Québec).

rique du Nord pour leurs besoins en oxygène, azote et argon. Les industries de la métallurgie, des pâtes et papier, de l'alimentation et de l'électronique regroupent la majorité de ses clients.

Alain Côté et Yves Rochon, respectivement superviseur de la distribution et directeur de l'usine, expliquent que le service de base oblige actuellement les clients à téléphoner chaque semaine pour transmettre à Prodair la mesure du niveau des réservoirs.

Depuis peu, on a raffiné le service en installant des unités de télémétrie sur les réservoirs

de certains clients, une innovation qui les dégage de la responsabilité de faire le suivi de leur consommation de gaz.

« Une alarme se déclenche dès que le gaz franchit des niveaux préétablis dans le réservoir, explique Alain Côté. Un signal est alors transmis électroniquement à Saint-Augustin et relayé à la distribution qui réapprouvisionne le client au moment opportun sans qu'il ait à intervenir en quoi que ce soit. Il nous est même arrivé de téléphoner à un client pour lui demander ce qui se passait en voyant son réservoir se vider plus vite que d'habitude. Il a vite vu qu'une valve avait été mal fermée. »

Prodair affecte 24 heures sur 24 une équipe de trois techniciens aux réparations d'urgence. On peut les joindre à l'usine 365 jours par année.

« Nous étions tous très fiers d'avoir gagné le Mercure. Cela met les projecteurs sur nous pendant quelque temps, et ce n'est pas négligeable. Comme nous sommes loin de Montréal ou de Québec, on entend généralement moins souvent parler de nous... »

## Société canadienne de métaux Reynolds

Dans la grande entreprise, l'amélioration du service à la clientèle imprègne maintenant toutes les facettes des activités.

Chez la Société canadienne

de métaux Reynolds, à Baie-Comeau, récipiendaire du Mercure de la Qualité - Grande entreprise, la démarche a pris la forme de l'accréditation à la norme QS 9600, une variation de la norme ISO 9002 adoptée par les constructeurs automobiles américains.

L'usine de Baie-Comeau a créé du même coup deux précédents en devenant la première aluminerie canadienne et la première usine du groupe Reynolds à obtenir cette norme de qualité.

Les 20 mois consacrés à l'atteinte de cet objectif étaient amplement justifiés : l'usine destine maintenant 20 % de sa production d'aluminium aux fabricants de roues d'automobile alors qu'elle partait de zéro il y a quatre ans.

Louis Dufour, directeur de la gérance de la qualité, note que la transformation de la production s'est traduite par une approche beaucoup plus rigoureuse. « Auparavant, chacun des trois horaires de production appliquait sa propre vision quant aux meilleures façons de faire. Nous avons désormais des règles claires qui sont acceptées par tout le monde. »

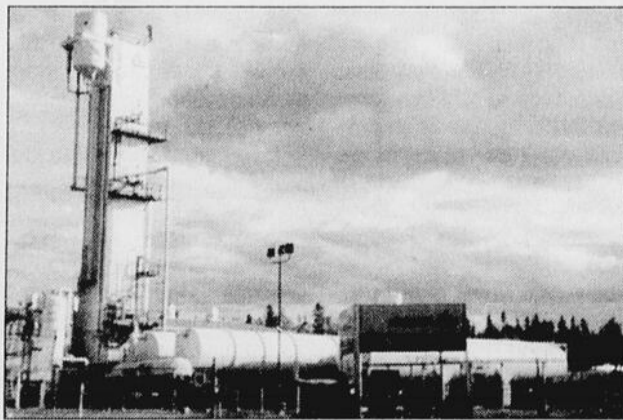
Louis Dufour estime que, même si elle n'a pas nécessairement permis de décrocher de nouveaux clients, la conformité à la norme a renforcé la position de Reynolds auprès de ceux qu'elle sert déjà.

En bout de ligne, les mérites d'une démarche d'amélioration du service à la clientèle ou de la qualité profitent aux clients et rejaillissent sur les employés.

« Nous étions tous très fiers d'avoir gagné le Mercure. Cela met les projecteurs sur nous pendant quelque temps, et ce n'est pas négligeable. Comme nous sommes loin de Montréal ou de Québec, on entend généralement moins souvent parler de nous... »



Afin de se démarquer, Technimeca a choisi de ne desservir qu'un nombre restreint de clients.



Prodair Canada ltée, un producteur de gaz industriels, s'efforce de libérer ses clients de tout souci à propos de leurs approvisionnements.



L'usine de Reynolds à Baie-Comeau est devenue la première aluminerie canadienne à obtenir l'accréditation à la norme QS 9600.



# « Un Mercure aide à s'améliorer. On peut le voir comme une forme de *benchmarking* » - Lynn Charpentier



Lynn Charpentier, présidente des Mercuriades 1997 : « Rendez service à votre région en faisant connaître vos succès. C'est tout le Québec qui en profitera. »

Lynn Charpentier, vice-présidente de la Chambre de commerce du Québec et pdg du Centre de langues internationales Charpentier (le réseau CLIC), parcourt le Québec depuis plus de 20 ans. Partout, elle rencontre des entreprises et des dirigeants qui ne demandent qu'à acquérir de nouvelles connaissances et améliorer leur réseau. Pour y parvenir, un bon moyen, dit-elle : le bénévolat.

« Les dossiers qui progressent le mieux et qui obtiennent les résultats les plus spectaculaires sont bien souvent l'oeuvre de bénévoles. Il n'y a pas plus convaincant

et dynamique qu'un bénévole qui croit à ce qu'il fait.

« Nous l'avons vécu cette année encore à l'occasion des Mercuriades 1997. Ce sont les bénévoles, ceux des chambres de commerce locales et d'ailleurs, qui permettent d'être présents partout au Québec et de rappeler aux entreprises l'importance de s'inscrire aux Mercuriades. En fait, notre slogan de cette année, « Les portes s'ouvrent devant nous », est aussi vrai pour les lauréats que pour les bénévoles. Les liens tissés grâce à l'action communautaire mènent souvent sur des pistes insoupçonnées. »

Le bénévolat, Lynn Charpentier en a fait elle-même beaucoup à titre de présidente de la 17<sup>e</sup> édition des Mercuriades. Elle a parlé à des centaines de gens pour les convaincre d'être fiers de leur succès et de le faire savoir, ailleurs que sur la scène régionale.

« J'entends parfois des gens me dire que les Mercuriades, ce n'est pas pour eux, qu'ils sont trop petits, qu'ils ont une entreprise qui réussit bien, oui, mais dans un petit coin de pays... Je leur rappelle alors que certains des lauréats qui étaient dans le même cas il y a 10 ou 15 ans sont aujourd'hui

reconnus dans le monde entier. Et je leur dis aussi que certains s'y sont pris à deux ou trois reprises avant de gagner.

« Ce type de concours aide à s'améliorer. On peut le voir comme une forme de *benchmarking*. »

En outre, un Mercure est un gage de crédibilité auprès d'un nouveau client : « À l'étranger, quand notre interlocuteur sait qu'on a été reconnu par ses pairs, les portes s'ouvrent plus facilement. » Autrement dit, les petits ruisseaux font les grandes rivières. Le Réseau CLIC lui-même en est un exemple, avec sa vingtaine

d'écoles franchisées qui forment à présent le plus grand réseau d'enseignement privé des langues au Québec : « Il ne faut pas s'étonner de savoir qu'on donne aujourd'hui des cours de mandarin à Rouyn, de coréen à Sherbrooke ou d'espagnol à Chicoutimi. L'isolement traditionnel des régions n'a plus sa raison d'être.

« L'excellence a sa place partout, et j'aimerais que chaque PME qui croit en son produit se présente aux prochaines Mercuriades. Rendez service à votre région en faisant connaître vos succès. C'est tout le Québec qui en profitera. »

## De nombreuses entreprises en région en pleine phase d'expansion

Persévérance, talent et leadership. Ces trois qualités caractérisent Cora Tsoufidou, Johanne Berry et Suzanne Blanchet, trois femmes d'affaires à la tête d'entreprises bien différentes : Chez Cora déjeuners, Les Services de placement Télé-Ressources et Les Papiers Perkins.

Elles ont aussi deux autres points communs : elles ont remporté chacune un Mercure, décerné par la Chambre de commerce du Québec, et elles ont en tête des projets d'expansion.

Qui aurait parié, il y a quelques années, sur le succès d'un restaurant spécialisé en petits déjeuners, ouvert jusqu'à 15 h ? Aujourd'hui, ils sont nombreux à s'intéresser aux franchises Chez Cora déjeuners, qui a reçu le Mercure dans la catégorie Entrepreneurat. Cora Tsoufidou a vendu sa première franchise en 1994. Elle en compte aujourd'hui 23.

Son objectif ? Au moins une quarantaine au Québec. Et elle compte bien faire découvrir ses crêpes, ses pains dorés, ses omelettes et ses galettes aux gens de la Nouvelle-Angleterre, de l'Ontario et de l'est du Canada. D'ailleurs, elle ouvrira sous peu un premier Cora's breakfasts à Burlington.

Pour atteindre ses buts, Cora Tsoufidou renouvelle la formule du franchisage. Elle a signé avec un de ses franchisés, fin octobre, un tout nouveau contrat, un hybride entre le développement territorial et la franchise maîtresse.

« Le franchisé devient lui-même un peu franchiseur. Il trouvera de nouveaux sites et



Chez Cora déjeuners compte aujourd'hui 23 franchises. Et les projets d'expansion ne manquent pas !

de nouveaux franchisés, et fournira à ceux-ci les services. Les redevances seront partagées. » Les contrats de franchise seront toutefois signés avec Chez Cora déjeuners, de Boisbriand.

Elle a aussi trouvé un autre moyen de prendre de l'expansion : commercialiser ses produits. Ainsi, on trouve depuis peu le café Cora sur les tablettes de certains supermarchés dont Club Price et Provigo. Et bientôt on pourra aussi s'y procurer de la confiture et du sirop Cora.

« Si les consommateurs décident de déjeuner à la maison, je veux qu'ils pensent quand même à nous, signale Cora Tsoufidou. Mais vous ne verrez jamais de crêpes Cora dans les magasins. Ce serait nuire à mes franchisés. Je ne commercialise que les produits d'accompagnement. »

Mijote aussi dans les casseroles de Cora, un projet de boutiques dédiées aux petits déjeuners. On pourrait s'y procurer cafetières, cocotiers,

nappes, tabliers, livres de recettes, etc. À l'effigie de Cora, bien sûr !

### Une croissance soutenue pour Télé-Ressources

Ça bouge aussi chez Les Services de placement Télé-Ressources de Montréal, qui a reçu le Mercure dans la catégorie Qualité - PME. Télé-Ressources est spécialisée en recrutement et en placement de personnel, et en gestion de dotation.

Le 1<sup>er</sup> novembre dernier, l'entreprise doublait sa superficie de bureaux en déménageant au 9<sup>e</sup> étage du 2021 Union, l'édifice qu'elle occupe depuis sa fondation, il y a 12 ans.

C'était devenu nécessaire : Télé-Ressources a connu une croissance de ses revenus de 45 % par rapport à l'an dernier. Les raisons, selon Johanne Berry ? La vigueur de l'économie et la certification ISO 9002 qui a permis à sa firme d'augmenter sa productivité et de bien



Johanne Berry, présidente de Télé-Ressources.

gérer les non-conformités.

Il faut dire que Télé-Ressources prend de l'expansion ces temps-ci. Après l'ouverture d'une division assurances il y a deux ans, elle fondait en octobre dernier une division dédiée au placement de personnel en ingénierie, informatique et télécommunications, Télé-tech Ressources.

Et en août, Johanne Berry créait une filiale pour placer des cols bleus, Option industrielle ltée. Elle vise surtout le personnel de manutention, mais prévoit aussi placer des camionneurs.

La femme d'affaires veut changer la perception selon laquelle son entreprise se consacre au placement de secrétaires.

« Nous proposons aussi aux employeurs des cadres intermédiaires et, désormais, des cols bleus. Ils peuvent



Suzanne Blanchet, présidente et chef de la direction des Papiers Perkins, entourée de Richard Portelance, vice-président ventes et marketing, et Denis Desbiens, vice-président (Québec) et directeur général, secteur voyages et transports, d'IBM.

trouver, chez nous, une bonne partie des employés dont ils ont besoin. »

### Perkins veut élargir son marché

Quant à Suzanne Blanchet, présidente et chef de la direction des Papiers Perkins, elle se réjouit du fait que le plan d'investissement de 90 M\$ sur trois ans, annoncé au début de 1997, progresse selon l'échéancier prévu.

Les cinq usines de Perkins (à Kingsey Falls, Lachute, Candiac, Laval et Rockingham aux États-Unis) verront certains de leurs équipements modifiés ou remplacés. Les nouvelles machines à papier, par exemple, sont deux fois plus rapides.

Perkins a aussi fait l'acquisition d'une nouvelle machine à serviettes de table, un créneau qu'elle commence à

exploiter aux États-Unis. « Nous souhaitons augmenter notre compétitivité en offrant plus de produits et en améliorant la qualité de ceux-ci », signale Suzanne Blanchet, fière de son Mercure en marketing - Grande entreprise. Perkins a deux marchés, le détail et l'institutionnel.

Pour le détail, l'entreprise lance une nouvelle gamme de papier hygiénique et entend développer de nouveaux programmes de marketing. Certains de ses produits ont aussi subi une cure de jeunesse. C'est le cas des papiers-mouchoirs Cascades dont l'emballage est devenu beaucoup plus attrayant.

Du côté de l'institutionnel, Perkins veut élargir sa variété de produits, en partant du haut de gamme jusqu'aux produits de première nécessité.



# Le développement régional mène à des pistes surprenantes : le succès d'un festival en région aide à vendre des voitures

Lauréats des Mercuriades 1997 pour leur contribution au développement régional, le premier dans la catégorie engagement communautaire et développement du milieu (grande entreprise) et le second pour son impact sur le développement économique de la région (PME), le Festival d'été international de Québec et le Festival de montgolfières de Saint-Jean-sur-Richelieu sont devenus, au fil des ans, des événements incontournables.

Bien au-delà de leur apport à la vie culturelle et collective, ces manifestations populaires entretiennent la notoriété et le rayonnement de leur région respective. Les retombées économiques se chiffrent par millions de dollars, y compris dans des secteurs inattendus : « Nous savons que le Festival aide au développement résidentiel, dit le vice-président marketing du Festival de montgolfières, Paul Thouin. En effet, des gens ont découvert et apprécié la région au point de vouloir s'y installer. Nous savons aussi que des concessionnaires d'automobiles bénéficient de l'achalandage du moment pour augmenter leurs ventes durant cette période de l'année. »

La candidature du Festival de montgolfières a été présentée aux Mercuriades par la Chambre de commerce du Haut-Richelieu. Pour Robert Lafontaine, président du Festival et conseiller municipal, le Festival de montgolfières est un excellent outil promotionnel pour la ville et la région. C'est l'occasion d'organiser chaque jour des 5 à 7 informels où peuvent notamment se rencontrer les gens d'affaires et la classe politique.

Le Festival de montgolfières en sera à sa 15<sup>e</sup> édition en 1998. Sa croissance est remarquable. Dans le cadre des championnats mondiaux de 1991, la Ville avait accueilli une centaine de compétiteurs et 75 montgolfières. Depuis, plusieurs reviennent pour le simple plaisir de l'envolée. Au cours des trois dernières années, le nombre de visiteurs a presque doublé, passant de 130 000 à 250 000 personnes.

## Festival d'été de Québec

Pendant ce temps, l'aine des événements culturels au pays, dont la candidature était présentée par la Chambre de commerce régionale de Sainte-Foy, le Festival

d'été international de Québec a célébré cette année son 30<sup>e</sup> anniversaire.

Une célébration qui a connu un grand succès, tant du point de vue de la programmation que des retombées économiques, souligne le président du Festival Alain Lemay, en rappelant que l'événement avait accueilli cette année de nombreux journalistes étrangers : « De modeste aventure qu'il était en 1968, le Festival a évolué jusqu'à devenir un événement moteur de la vie culturelle comportant des retombées économiques et touristiques de première importance pour la région. On parle d'une activité économique de 85 M\$, dont 39 M\$ d'argent neuf dans la région. »

Instauré par un groupe de citoyens bénévoles (de jeunes artistes et des gens d'affaires du Vieux-Québec), le Festival d'été international de Québec a été le premier à faire descendre la culture dans la rue. Ce faisant, il a participé à l'amélioration de la qualité de vie et au développement du caractère international de Québec.

« En outre, les liens avec la communauté sont toujours très forts. L'engagement social est important pour la réussite de nos activités. C'est presque un événement en soi, un festival dans le festival... »

Qu'il s'agisse de Québec ou de Saint-Jean-sur-Richelieu, ces manifestations culturelles et populaires ne sauraient voir le jour et croître

sans un important engagement communautaire et financier. Mais ne prête pas qui veut à de telles entreprises dont la principale marque de commerce n'est pas de faire des profits.

## Une contribution reconnue pour la Caisse d'économie

Ayant déjà mérité, en début d'année, le prix d'excellence Arts et Affaires décerné par le Conseil de la culture de Québec, la Caisse d'économie des travailleuses et travailleurs de Québec a également vu son engagement envers la communauté et le développement du milieu récompensé par l'attribution d'un Mercure (PME) dans la catégorie Contribution au développement régional. Sa candidature était présentée par la Chambre de commerce et d'industrie du Québec métropolitain.

La recette de ce succès ?

« Nous sommes plus qu'une banque ou un simple outil de financement, nous sommes un outil de développement, rappelle Clément Guimond, coordonnateur général de la Caisse. Notre esprit d'entreprise repose sur une motivation humaine et sociale. Notre conception de l'économie et notre philosophie du développement sont centrées sur les besoins des gens, des communautés et des régions. »

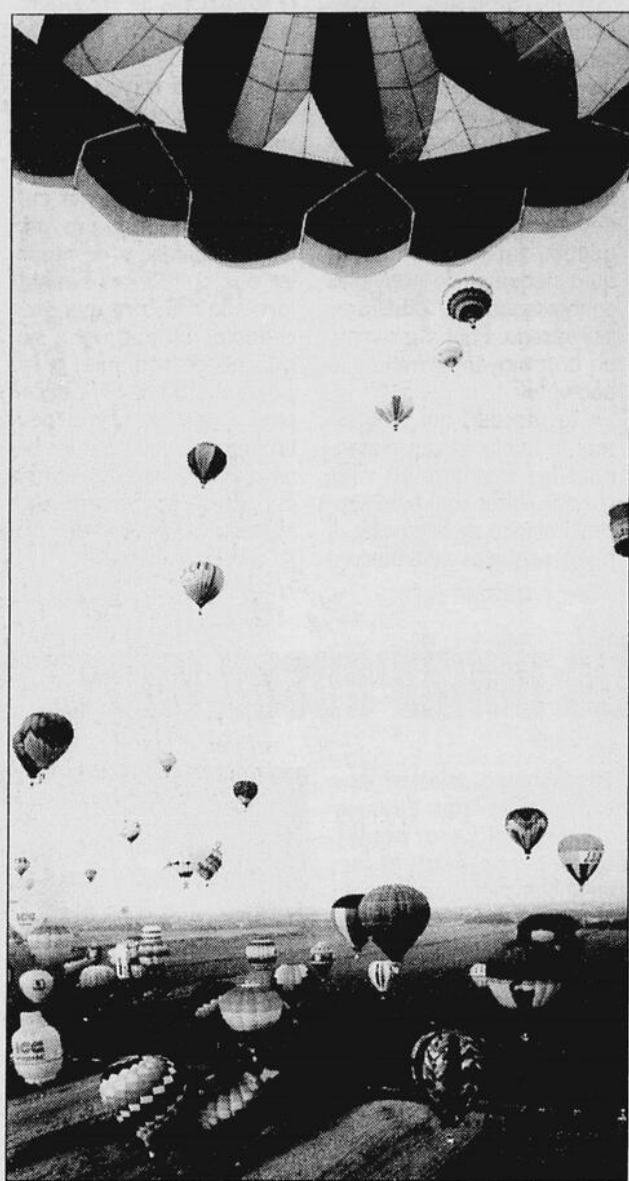
Par le financement des réseaux syndical, coopératif, communautaire et culturel, la Caisse participe à la réalisa-

tion de projets et d'interventions axés sur les personnes : « Nous travaillons selon une perspective différente des autres institutions financières. Notre action n'est pas uniquement basée sur la recherche du rendement, sinon, nous n'accepterions que peu de projets de financement. Nous portons à la fois un chapeau de banquier et de consultant. Nous avons des services d'accompagnement et de conseil auprès de clientèles peu familières avec les règles financières. Cela nous permet d'accepter des projets un peu risqués mais qui sont potentiellement viables s'ils sont bien dirigés. »

Pas étonnant que le projet des Echassiers de Baie-Saint-Paul, qui sont devenus depuis le célèbre Cirque du Soleil, et de nombreux autres projets aux actifs intangibles, aient pu prendre forme et se concrétiser grâce à l'appui de la Caisse.

Affiliée à la Fédération des caisses d'économie Desjardins du Québec, la Caisse compte environ 3 000 membres individuels et un millier de membres corporatifs.

Au cours des sept dernières années, son actif a doublé pour s'établir à près de 100 M\$. Elle gère de Québec, mais elle fait des affaires partout en province : « Nous sommes dans une époque très favorable au développement des régions. A mon avis, une bonne partie du prochain boom économique viendra de l'extérieur des grands centres. »



Au cours des trois dernières années, le nombre de visiteurs au Festival des montgolfières de Saint-Jean-sur-Richelieu a presque doublé, passant de 130 000 à 250 000 personnes.

## « Pour nous, le développement régional est synonyme de partenariat » - René Drouin, ADS

Lauréat d'un Mercure pour sa Contribution au développement régional, sous-division Développement économique volet grande entreprise, ADS s'inscrit dans la tradition beauceronne: une entreprise familiale qui espère que son dynamisme et son esprit d'entreprise rejailliront dans toute la région, et bien au-delà.

Sa candidature a été présentée par la Chambre de commerce et d'industrie du Québec métropolitain.

« Pour nous, le développement régional est synonyme de partenariat », explique René Drouin qui, en compagnie de ses frères Paul et

Guy, voit au développement de l'entreprise, dont les activités ont été réorientées il y a une dizaine d'années, du génie-conseil vers le secteur manufacturier. Aujourd'hui, ADS regroupe une douzaine d'entreprises des textiles techniques ou des composites.

« Le partenariat en région est encore plus essentiel qu'ailleurs. C'est en s'épaulant que chacun peut progresser. En outre, plus nos fournisseurs et sous-traitants sont performants, plus nous pourrions nous-mêmes nous améliorer. C'est peut-être ce qui explique pourquoi les liens en région sont tissés

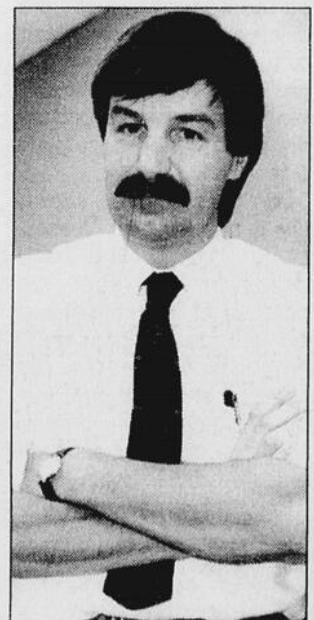
plus serrés et durent généralement plus longtemps. »

Le plan de croissance d'ADS était conçu en quatre phases orchestrées autour de la croissance interne des activités, d'acquisitions stratégiques et corporatives dans des secteurs connexes, ou encore de démarrage d'entreprises visant à commercialiser les produits issus de ses projets en recherche et développement.

La gamme des produits d'ADS, va des matériaux de chaussure à l'agrotexile, en passant par le traitement des eaux usées résidentielles et la fabrication de pièces industrielles. Les ventes se font

aussi bien au Canada qu'à l'étranger. ADS prévoit un chiffre d'affaires d'environ 120 M\$ en 1997, une hausse de près de 50 % par rapport à l'année précédente. Elle entend notamment poursuivre sa croissance en pénétrant davantage les marchés européen et asiatique. D'autres acquisitions sont également envisagées.

ADS compte plus de 1000 employés répartis dans ses unités de production de Thetford Mines et de la région montréalaise. Elle compte également une centaine de travailleurs dans ses usines américaines du Vermont et de la Caroline du Nord.



René Drouin : « Le partenariat en région est encore plus essentiel qu'ailleurs. »