



Les Prix ontariens d'excellence en commerce international soulignent la réussite de nos exportateurs

On a déroulé le tapis rouge pour six PME exportatrices exceptionnelles lors de la deuxième remise annuelle des Prix ontariens d'excellence en commerce international, en mars.

Bernard Mould Ltd., Xenos Group Inc., Ecolo Odor Control Systems Worldwide Inc., Gary Jonas Computing Ltd., MetalCraft Marine Inc. et Connor Industries ont été récompensées pour leurs réalisations remarquables en matière de création d'emploi et leur réussite sur les marchés internationaux. Grâce à leurs exportations, ces

six entreprises ont directement créé un total de 2 576 emplois ces deux dernières années, ce qui représente une augmentation de 39 pour cent de leurs effectifs. Plus de 70 pour cent de leurs ventes combinées des deux dernières années étaient destinées à l'exportation, pour un chiffre d'affaires dépassant le milliard de dollars.

« Ces remarquables exemples encouragent d'autres petites entreprises ontariennes à prendre d'assaut les marchés étrangers et à créer davantage d'emplois dans la province, a déclaré Al Palladini, ministre du Développement

économique et du Commerce. Afin de tabler sur sa capacité de croissance, l'Ontario doit demeurer compétitif sur la scène mondiale. Nous nous appliquons à accroître nos exportations et il est clair que ces entreprises gagnantes nous montrent la voie à suivre. »

Les Prix ontariens d'excellence en commerce international ont été créés dans le but de souligner, de récompenser et d'encourager la réussite des exportateurs ontariens. Plus de 200 entreprises et particuliers ont été mis en nomination en 1999. En février, des prix

suite à la page 8

Pour le



Al Palladini, ministre du Développement économique et du Commerce, en compagnie des gagnants des Prix ontariens d'excellence en commerce international : (dans l'ordre habituel) Bill Connor, Connor Industries; Monty Smith, MetalCraft Marine Inc.; Stuart Butts, Xenos Group Inc.; Shannon McCarthy; Gary Jonas, Gary Jonas Computing Ltd.; Ed Bernard, Bernard Mould Ltd.

*meilleur et
sans le pire
page 2*

*le FOERD crée
des débouchés
économiques
page 3*

*De nouveaux
marchés grâce
à la R-D
page 4*

*Exportation de
produits
médicaux de
pointe
page 9*

Page 1

vol 3, numéro 4

WeddingBells, un exemple de réussite dans toute l'Amérique du Nord

« Difficile à croire que tout a commencé par un supplément de 32 pages », s'exclame Diane Hall, présidente et éditrice de *WeddingBells*. Elle s'étonne qu'un magazine qui fut d'abord un simple encart dans une revue d'Ottawa soit depuis devenu un exemple de réussite partout en Amérique du Nord.

WeddingBells, la source d'information la plus

« En 15 ans, nous sommes devenus la plus grande référence en matière de mariage, affirme une représentante du siège social de *WeddingBells* à Toronto. Le magazine a grandi ici, en Ontario, et est devenu un modèle de réussite partout au Canada et même ailleurs. »

Misant sur la formule qui a fait son succès, *WeddingBells* a entrepris, l'an dernier, de percer le marché des États-Unis, en lançant une édition

complète au Canada en matière de planification de mariage, est lu par plus des trois quarts des couples de fiancés du pays. À l'occasion de son 15^e anniversaire, ce magazine a publié le plus gros numéro de toute l'histoire de l'édition canadienne. Le numéro Printemps/Été, actuellement en kiosques, comporte 740 pages et ne pèse pas moins de un kilo et demi.

Selon M^{me} Hall, le magazine doit son succès à une formule unique qui combine des cahiers nationaux et régionaux contenant d'excellents articles de portée nationale et des publicités de grandes marques, ainsi que des renseignements et des messages publicitaires de détaillants s'adressant aux fiancés des différentes régions.

« Les couples doivent louer une salle de réception; il s'agit là d'une décision de portée régionale. Ils doivent également choisir quel Champagne servir et cette décision vise les marques nationales, explique M^{me} Hall. Voilà pourquoi nous publions un magazine qui répond à ces deux types de besoins. »

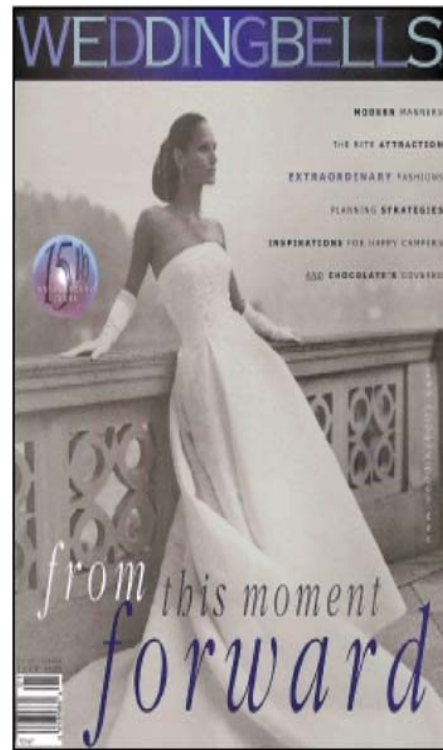
Deux fois par année, *WeddingBells* publie un numéro national canadien et 11 numéros régionaux.

nationale et six éditions régionales. Les résultats ont été tels qu'on a annoncé en avril l'ajout de quatre autres éditions régionales.

« S'attaquer au marché des États-Unis était quelque peu comparable à l'histoire de David et Goliath. En fait, notre expérience sur le marché canadien et celui de l'Ontario, plus limités, nous a procuré un réel avantage sur nos concurrents américains. »

« Les États-Unis sont si vastes qu'il est impossible qu'un seul magazine réponde à tous les besoins. En développant nos marchés national et régionaux au Canada, nous avons exploré tous les créneaux de marketing et connaissons la meilleure façon de répondre aux besoins de tous nos clients, c'est-à-dire les annonceurs, les détaillants et les consommateurs. Nous savons qu'il faut bien comprendre ce que recherchent ces trois groupes interdépendants pour être bien informés et devenir des as du marketing. Cette formule fonctionne tout aussi bien aux États-Unis. »

Samir Husni, critique de l'industrie de l'édition, a choisi *WeddingBells* comme l'une des publications les plus remarquables parmi plus d'un millier de magazines lancés aux États-Unis en 1999. Selon lui, « si la qualité se maintient, *WeddingBells* pourrait bien devenir le magazine nuptial numéro un aux États-Unis. »



M^{me} Hall attribue la réussite croissante de *WeddingBells* à son contenu, composé à 40 pour cent d'articles et à 60 pour cent de publicité. « Le nombre d'articles que nous publions est très élevé selon les normes de l'industrie, presque quatre fois plus que certaines publications nuptiales américaines. Nous savons que *WeddingBells* percerait grâce à un bon équilibre entre d'excellents articles rédactionnels, des renseignements utiles, une conception attrayante et des publicités pertinentes. »

Une autre réalisation, quoique petite, viendra confirmer une fois de plus la réussite de *WeddingBells* : son apparition dans trois épisodes de l'émission Beverly Hills 90210.

Le lancement du site Web de *WeddingBells* en 1996 - la première incursion d'une publication nuptiale sur Internet - constitue un autre facteur important de succès. Aujourd'hui, **weddingbells.com** reçoit plus d'un million de visites par mois et plus de 30 000 couples de fiancés en Amérique du Nord lisent son bulletin électronique hebdomadaire gratuit intitulé *insite*.

« Notre magazine et notre site Web dynamisent le marché et permettent aux

annonceurs de rejoindre la nouvelle génération de consommateurs à l'affût des médias, de les inspirer, de les divertir, de les informer et les motiver », conclut M^{me} Hall.

« Nous avons dépassé les frontières de l'Ontario, mais notre croissance profite à tout le monde. Le fait d'atteindre un plus grand public signifie que nous pouvons offrir de meilleurs articles et travailler avec les meilleurs chercheurs, rédacteurs, photographes et mannequins. On obtient alors un meilleur magazine, qui aide les couples à faire du jour de leur mariage un jour très spécial. »

Page 2

Cahier des affaires de l'Ontario

Le Fonds ontarien d'encouragement à la recherche-développement :

Quand la recherche scientifique crée des avenues de développement économique et des emplois

L'Ontario est l'hôte de quelques-unes des plus extraordinaires activités de recherche et développement en Amérique du Nord. Pourtant, la province n'a pas toujours eu la réputation de tirer profit des découvertes importantes effectuées dans ses établissements de recherche.

Cette situation est appelée à changer grâce au Fonds ontarien d'encouragement à la recherche-développement (FOERD) du gouvernement de l'Ontario.

« Notre niveau de vie repose sur notre capacité à développer et à commercialiser de nouvelles idées, explique Jim Wilson, ministre de l'Énergie, des Sciences et de la Technologie. L'innovation est la clé du succès et la recherche-développement

secteur privé. Selon les estimations, le FOERD devrait accroître les dépenses en R-D dans la province de 2,5 milliards de dollars au cours des dix prochaines années.

Déjà, ce partenariat unique a financé 63 projets, qui ont donné des résultats impressionnants.

Le Dr Jim Woodgett, de l'Institut ontarien du cancer, participe à la mise au point d'une technologie faisant appel à des micro-tableaux génétiques, ou biopuces, qui permettent d'étudier des milliers de gènes en même temps.

Cette technologie accélère considérablement les essais



L'Ontario offre des produits et des services que le monde entier veut acheter.

Nos exportations génèrent des revenus annuels de 169 milliards de dollars et soutiennent 1,6 million

d'emplois dans la province. En fait, chaque tranche de 100 000 \$ d'exportations crée un nouvel emploi en Ontario. Fait indiscutable, nos exportations sont importantes pour la santé économique de la province et notre qualité de vie.

Le gouvernement est déterminé à les accroître, car il comprend



est le moyen d'y arriver. »

En 1997, le gouvernement de l'Ontario a mis sur pied ce fonds, d'une valeur de 500 millions de dollars, en vue d'encourager la recherche et le développement. Pour chaque dollar que le FOERD consacre à un projet, un montant égal doit être investi par un établissement de recherche, ainsi que par un partenaire du

sur les médicaments et pourrait permettre d'adapter les traitements à chaque patient et de faciliter la prévention ainsi que le traitement des maladies.

On a annoncé, en décembre, que le FOERD, l'Institut ontarien du cancer et Engineering Services Inc., leur partenaire du secteur privé, participeraient à la mise sur pied à l'Institut d'un laboratoire principal de développement de biopuces et de cinq laboratoires satellites

suite à la page 10



Le Dr Jim Woodgett de l'Institut ontarien du cancer participe à la mise au point d'une technologie permettant d'étudier des milliers de gènes à la fois.

que, pour tabler sur sa capacité de croissance et créer des emplois, l'Ontario doit être compétitif à l'échelle mondiale.

Depuis 1995, nous réduisons les impôts et les formalités administratives et travaillons de concert avec les entreprises ontariennes en vue de stimuler la croissance ainsi que la création d'emplois et de débouchés. Connaissant l'importance des exportations pour notre avenir, nous voulons aider nos PME à rejoindre sur les marchés mondiaux nos grandes sociétés qui y sont déjà reconnues pour la qualité de leurs exportations.

Grâce à Ontario Export Inc., notre nouvel organisme de promotion du commerce, nous les aidons à apprendre les rudiments de l'exportation et à percer de nouveaux marchés mondiaux. Nous avons réuni une équipe de spécialistes des marchés qui partagent leur savoir, trouvent des projets d'investissement et des possibilités d'exportation et organisent des salons professionnels.

À n'en pas douter, les entreprises exportatrices ontariennes sont en plein essor. Pourtant, il est possible d'accroître leur compétitivité à l'échelle mondiale. Depuis dix ans, le commerce mondial a connu une croissance rapide - pour atteindre 5,4 billions de dollars - qui devrait d'ailleurs se poursuivre. Le gouvernement continuera d'aider les entreprises ontariennes à réaliser leurs objectifs à long terme à l'échelle internationale.

De nombreuses entreprises se

sont déjà illustrées sur les marchés mondiaux. L'an dernier, en partenariat avec la Banque de Montréal, le gouvernement a créé les Prix ontariens d'excellence en commerce international qui récompensent les meilleures PME exportatrices.

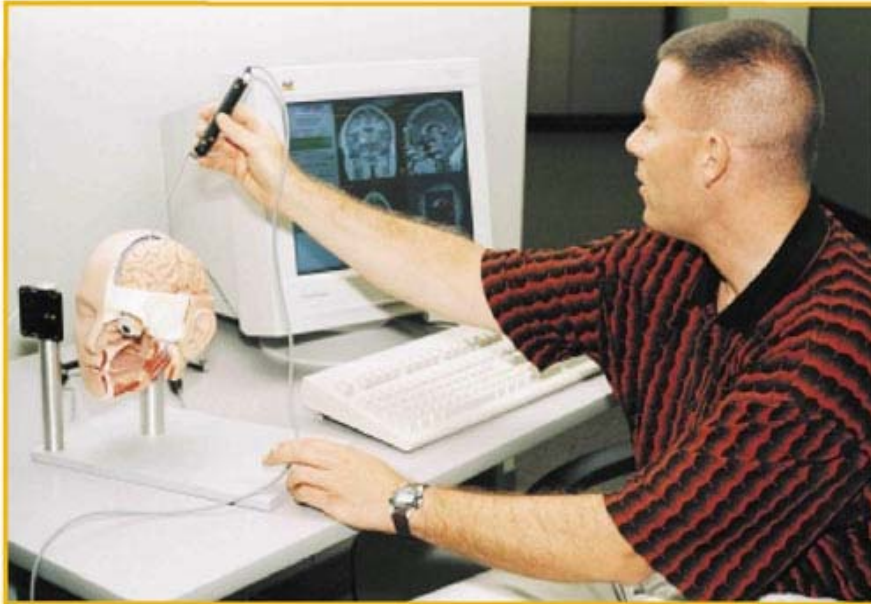
En mars, nous avons eu le privilège de souligner les réalisations exceptionnelles de six entreprises en matière de création d'emplois et de réussite sur les marchés internationaux : Bernard Mould Ltd., Xenos Group Inc., Ecolo Odor Control Systems Worldwide Inc., Gary Jonas Computing Ltd., MetalCraft Marine Inc. et Connor Industries. Je tiens également à féliciter Shannon McCarthy, étudiante.

Ces entreprises, de même que les gagnants des prix régionaux, des prix du mérite et les autres candidats ouvrent la voie à l'accroissement des exportations de l'Ontario. Félicitations aux lauréats, ainsi qu'à toutes les entreprises ontariennes qui exportent des services et des produits de qualité ainsi que leur savoir-faire.

Ensemble, nous pouvons faire de l'Ontario le meilleur endroit où travailler, investir et exporter.

**Le ministre du
Développement économique
et du Commerce,
Al Palladini**

Northern Digital ouvre de nouveaux marchés à ses systèmes de mesure



David Ristau, chef d'équipe de projet chez Northern Digital, montre le fonctionnement du système POLARIS, qui permet de suivre la position des instruments chirurgicaux durant les opérations.

Pour Northern Digital Inc. de Waterloo, la réussite se mesure par des marchés en plein essor, un engagement soutenu envers la recherche et le développement et une liste toujours plus longue de clients internationaux. Cette entreprise se spécialise dans les appareils de mesure spatiale faisant appel à des dispositifs optiques et des capteurs de pointe.

Fondée en 1983, l'entreprise affiche un taux annuel de croissance de 25 pour cent et compte 74 employés, contre 54 il y a deux ans à peine.

« La mesure spatiale consiste à utiliser des appareils pour évaluer la distance ou l'orientation d'un objet dans un espace donné, explique Paul Clausen, vice-président de Northern Digital. Par exemple, pendant une opération, le chirurgien veut savoir où se situent ses instruments par rapport au patient.

Notre système POLARIS mesure la position des objets à l'intérieur du patient et affiche l'information en trois dimensions sur un écran d'ordinateur. »

On peut fixer des marqueurs brillants à l'infrarouge à n'importe quel type d'objet, par exemple un scalpel ou une sonde, et

M. Clausen. À l'étape de la conception, les ingénieurs peuvent ainsi recueillir des données et modifier la structure des ailes en conséquence. »

Dans le domaine de l'automobile, cette technologie permet notamment d'éliminer les gros appareils encombrants autrefois nécessaires. Les techniciens qui évaluent la tolérance d'une pièce d'automobile par rapport aux spécifications peuvent se servir d'une sonde à main qui prend les mesures voulues à la surface de la pièce.

« Vous pouvez ainsi amener l'appareil de mesure à la pièce plutôt que le contraire. Grâce à notre technologie, il est possible d'inspecter une pièce et d'apporter les modifications nécessaires en cours de production. »

Northern Digital a également étendu ses activités au monde du spectacle. Les responsables des effets spéciaux du film Godzilla, qui a coûté plusieurs millions de dollars, ont fait appel à son système de capture de mouvements appelé OPTOTRAK pour suivre les mouvements corporels à partir desquels était animé le lézard géant déchaîné. Des capteurs fixés à un acteur transmettaient ses mouvements à un ordinateur qui les enregistrait et les analysait. L'image numérique de Godzilla fut ensuite ajoutée aux mouvements préenregistrés de l'acteur.

L'entreprise affiche maintenant un taux d'exportation de près de 95 pour cent et expédie ses produits

suivre ses déplacements grâce à des capteurs qui transmettent les données à un ordinateur à des fins d'analyse.

Actuellement, le principal marché de l'entreprise est celui de la thérapie et de la chirurgie assistées par ordinateur, selon M. Clausen. Outre les domaines de la médecine et du divertissement, on utilise les appareils de Northern Digital dans les secteurs de l'aérospatiale, de l'automobile et des sports.

« Notre système a été installé dans des avions, où il mesure des points le long des ailes ainsi que la dynamique de celles-ci pendant le vol, déclare

dans 20 pays. Les réalisations de Northern Digital lui ont valu un Prix ontarien d'excellence en commerce international en 1998.

Ses principaux clients se trouvant aux États-Unis, l'entreprise, située dans le Sud-Ouest de l'Ontario, a un avantage supplémentaire, car elle a facilement accès aux marchés américains. Northern Digital se concentre également sur d'autres marchés, notamment l'Asie et l'Europe, où la chirurgie assistée par ordinateur est en hausse.

L'entreprise s'applique toujours à former de nouveaux partenariats avec des sociétés internationales, tout en mettant l'accent sur la recherche et le développement. Selon M. Clausen, Northern Digital a toujours eu pour mission « de fournir à ses partenaires commerciaux de nouvelles solutions faisant appel aux toutes dernières technologies. Au XXI^e siècle, notre préoccupation demeurera la même. »

Page 4

Cahier des affaires de l'Ontario

Griot Productions aide ses clients à communiquer leur message

Aider les sociétés à créer des liens solides avec leur clientèle, voilà la spécialité de Griot Productions, une entreprise de Toronto qui s'emploie à communiquer de façon positive les messages d'autres organismes.

En Afrique occidentale, un griot est un conteur et un spécialiste de la tradition orale. Ce personnage qui cultive l'art de la communication a inspiré

conférencier, une personne différente dont la vie peut motiver les autres, déclare M^{me} Bowen. Nous trouvons des vedettes de l'actualité qui peuvent aider les entreprises. Nous ne nous en tenons pas à la liste de conférenciers traditionnels. Nous recherchons des gens qui font réellement des choses intéressantes dans la vie. »

règle générale des motivateurs, explique M^{me} Bowen. Bien que nous fassions affaire avec une agence de conférenciers, nous allons encore plus loin. Nous essayons de dénicher des vedettes de l'actualité qui peuvent parler de divers sujets et contribuer à faire connaître notre client. Je trouve toujours des moyens d'élargir leur clientèle et d'accroître leurs recettes. »

Beverley Bowen de Griot Productions lorsqu'elle a fondé son entreprise l'an dernier. « Au fond, notre travail comporte trois volets, explique-t-elle. Nous concevons des exposés de A à Z, nous trouvons les meilleurs conférenciers pour les présenter et nous les commercialisons.

M^{me} Bowen a récemment participé à la commercialisation et à la planification d'une conférence présentée à guichets fermés par l'ancien boxeur Rubin « Hurricane » Carter (dont la vie est racontée dans le film *The Hurricane*, produit à Hollywood) au Centre des sciences de l'Ontario. D'autres organismes ont aussi fait appel à ses services, notamment Timothy's Cafés du monde et Harbourfront, pour qui elle a créé des conférences s'adressant à une clientèle aux intérêts diversifiés. Elle a également collaboré avec la librairie de l'Université de Toronto, la Frederick Varley Gallery et le Children's Own Museum.

Pour un organisme cherchant à mieux se faire connaître, une série de conférences offre l'avantage de générer des revenus (les conférences attirent des centaines de participants) et de capter l'attention des médias.

Il est certain que les motivateurs ne sont pas étrangers au circuit florissant des conférences. Parmi les séries d'ateliers et de conférences les plus connues, mentionnons celles présentées par The Learning Annex, qui offre des séminaires sur tout, qu'il s'agisse de conseils sur le

M^{me} Bowen, qui était rédactrice adjointe spécialiste des affaires au *Toronto Star* et productrice principale au Studio 2 de TVOntario (où elle a remporté un Prix Gémeaux), croit que la création de son entreprise a découlé tout naturellement de son expérience dans le milieu.

« Pour avoir été journaliste, je sais très bien comment se créent les nouvelles, affirme-t-elle. Lorsqu'on produit des émissions de télévision, il faut non seulement savoir trouver la nouvelle, mais aussi être capable de la présenter au public. » Griot Productions vise à organiser des événements à la fois instructifs et divertissants, tant pour les participants que pour les médias.

« D'ordinaire, les entreprises font appel à un organisme qui représente des conférenciers, en

Aux dires de M^{me} Bowen, les conférences deviennent un passe-temps populaire, tout particulièrement à New York où, en règle générale, on a toujours un an ou deux d'avance sur Toronto en matière de tendances sociales. Là-bas, les conférences « de rigueur » ont remplacé l'heure de l'apéritif.

« Les conférences sont extrêmement populaires, ajoute-t-elle. Elles constituent un excellent moyen pour les gens d'un même milieu d'obtenir les renseignements dont ils ont besoin de façon très directe. »

Pour obtenir plus de renseignements, prière de communiquer avec Griot Productions au (416) 405-8490.

mode de vie ou de cours de cuisine, et la récente et très populaire série « Women », des conférences données dans différentes salles du Canada par des femmes célèbres, notamment Jane Goodall, chercheuse et environmentaliste spécialiste des chimpanzés, ainsi que des vedettes d'Hollywood et des écrivains. Ce qui différencie les conférences de Griot Productions n'est pas tellement l'effet produit par le message, mais le fait que les conférenciers font souvent part de leurs propres expériences, ce qui sensibilise davantage l'auditoire et le rend plus réceptif.

« Le meilleur service que l'entreprise peut rendre à un client, c'est de l'aider à trouver un



Misant sur son expérience en journalisme et en production, Beverley Bowen de Griot Productions a créé une entreprise de communication prospère qui prépare des séries de conférences pour différents clients.

Tant à découvrir en Ontario

« Ce n'est un secret pour personne : l'Ontario est un endroit très spécial, vaste et diversifié, avec ses forêts sauvages au Nord et ses villes cosmopolites au Sud, déclare Cam Jackson, ministre du Tourisme. Cette province offre des activités pour tous les goûts et, au cours de la Semaine du tourisme, nous invitons tout le monde à participer aux festivités et à profiter des attractions qu'on y



trouve. »

Cette année, la Semaine du tourisme se tiendra du 19 au 28 mai. Dans toutes les régions, les attractions touristiques accueilleront des visiteurs de l'Ontario et d'ailleurs et afficheront fièrement le slogan « Tant à découvrir ».

« Les fêtes organisées dans le cadre de la Semaine du tourisme soulignent l'engagement du gouvernement à stimuler le tourisme, affirme M. Jackson. Notre objectif est d'attirer encore plus de visiteurs et de créer davantage d'emplois pour les Ontariens. »

Le tourisme est l'un des secteurs économiques ontariens qui affiche la croissance la plus rapide. Il offre d'importantes possibilités d'affaires, de création d'emplois et de développement économique.

En plus de 475 000 emplois permanents, le tourisme crée de nombreux emplois saisonniers, surtout l'été. C'est l'une des principales sources d'emploi pour les jeunes et un grand nombre d'étudiants, tout particulièrement, comptent trouver un emploi d'été dans ce secteur. En 1999, plus de 50 pour cent des postes créés au cours de la saison estivale l'ont été dans des domaines reliés au tourisme. En fait, la population active de l'Ontario comptait 60 000 personnes de plus en été que pendant le reste de l'année.

Conscient de l'apport considérable du secteur touristique dans de nombreux domaines d'activité, le gouvernement de l'Ontario a créé l'an dernier son premier ministère du Tourisme. Celui-ci se concentre exclusivement sur la croissance, le développement et la prospérité de l'industrie touristique.

Cahier des affaires de l'Ontario

pendant la Semaine de tourisme, du 19 au 28 mai

« Le tourisme est un secteur florissant dans le monde entier et il est important que nous accroissions notre part de ce marché en plein essor », explique M. Jackson. Les revenus touristiques mondiaux devraient atteindre 2 billions de dollars d'ici 2020. En 1998, le tourisme a rapporté 16 milliards de dollars à l'économie provinciale.

Le gouvernement de l'Ontario s'est fixé pour objectif de hisser la province en tête de liste des meilleures destinations au monde, de faire en sorte que les touristes pensent d'abord et toujours à l'Ontario lorsqu'ils planifient leur prochain voyage.

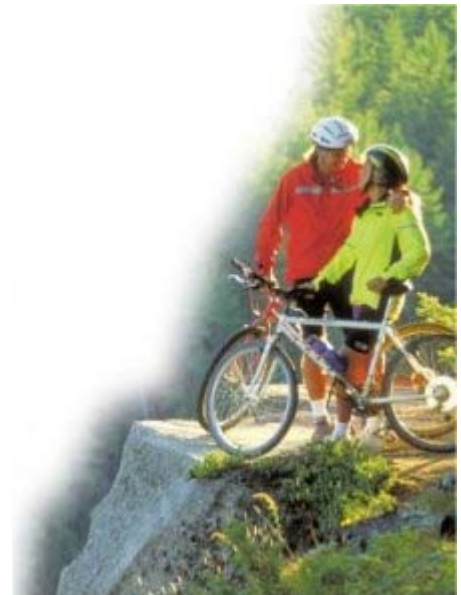
Dans le budget de 1998, le gouvernement a prévu un investissement de 120 millions de dollars sur quatre ans visant à promouvoir l'Ontario comme une destination incontournable. C'est dans cette optique qu'est né le Partenariat ontarien de marketing touristique qui réunit tous les intervenants de l'industrie en vue d'exploiter le plein potentiel de la province.

La Semaine du tourisme ouvrira la saison estivale ontarienne, foisonnant de festivals et d'événements très courus. Lancée en 1997, la Semaine du tourisme remporte tellement de succès qu'on a organisé cette année des événements d'une envergure et d'une qualité sans précédent, qui attireront un nombre record de participants.

Le ministre Jackson est impatient de se rendre aux quatre coins de la province afin d'assister aux festivités dans différentes localités, comme Muskoka,

Ainsi, des camps de pêche du Nord de l'Ontario aux établissements vinicoles de la région du Niagara et de l'Upper Canada Village, situé près de Morrisburg, à la Place Ontario, au centre-ville de Toronto, les exploitants d'entreprises touristiques dérouleront le tapis rouge pour tous leurs visiteurs.

« La Semaine du tourisme inaugurera une saison estivale du tonnerre, dont profiteront des gens du monde entier, souligne M. Jackson. Il y a tant à découvrir en Ontario, quelle que soit la saison. »



Le tourisme est l'un des secteurs économiques ontariens qui affiche la croissance la plus rapide. Il offre d'importantes possibilités d'affaires, de créations d'emplois et de développement économique.

Réalités sur le tourisme en Ontario

- En 1998, le tourisme a fourni plus de 270 000 emplois directs en Ontario et 190 000 emplois indirects, ce qui représente plus de 8 % de la main-d'œuvre totale de la province.
- Le tourisme est un élément crucial de l'économie ontarienne. Sa part du PIB provincial est de 7,8 milliards de dollars, soit davantage que les secteurs de l'agriculture, des mines, de l'exploitation forestière et de la foresterie.
- En 1998, les dépenses touristiques se sont élevées à 15,9 milliards de dollars, contre 14,1 milliards l'année précédente. Elle était la cinquième industrie d'exportation de la province avec 6,9 milliards de dollars en devises.
- L'industrie touristique ontarienne, la plus

Niagara Falls et Stratford, à cette occasion. Joe Spina, adjoint parlementaire du ministre du Tourisme, prévoit quant à lui rencontrer des visiteurs et participer à des fêtes communautaires un peu partout dans le Nord de l'Ontario, notamment à North Bay, Thunder Bay et Sudbury.

importante au Canada, génère 37 % des revenus nationaux à ce chapitre. L'Ontario, qui accueille 44 % des visiteurs du pays, constitue la principale porte d'entrée au Canada.

- L'Ontario compte quelque 105 000 entreprises touristiques œuvrant dans les domaines de la restauration, de l'hébergement, des loisirs, des services de transport, de location de voitures et de voyage, ainsi que du commerce de détail.

Mai 2000

Page 7

suite de la page 1

Les Prix ontariens d'excellence en commerce international soulignent la réussite de nos exportateurs

régionaux ont été décernés lors de cérémonies tenues à Windsor, Markham, Sault Ste. Marie et Ottawa. Les 24 gagnants régionaux avaient la possibilité de recevoir l'un des prix provinciaux.

« La Banque de Montréal est très heureuse de prendre part à la remise de ces prix, a déclaré Maurice Hudon, vice-président principal. À titre de cofondateur des prix avec Ontario Export inc., nous avons toujours eu à cœur de créer de solides partenariats avec les PME et de les aider à réaliser leurs objectifs à long terme sur le plan international. Nous tenons sincèrement à féliciter tous les gagnants des Prix



Le ministre Palladini félicite Ed Bernard, de Bernard Moulds Ltd. (Prix du leadership), et l'étudiante Shannon McCarthy, du Collège St. Clair de Windsor, tous deux gagnants de Prix

ontariens d'excellence en commerce international, qui sont une source d'inspiration pour toutes les entreprises ontariennes. »

Les exportations soutiennent 1,6 million d'emplois en Ontario et génèrent un chiffre d'affaires annuel de 169 milliards de dollars. Plus de la moitié des exportations canadiennes viennent de l'Ontario.

ontariens d'excellence en commerce international.

Les gagnants

Prix du leadership **Ed Bernard, président,** **Bernard Mould Ltd. de** **Windsor**

Sous la direction d'Ed Bernard, Bernard Mould Ltd., qui ne comptait qu'un gros client et un nombre limité de marchés d'exportation, s'est ouvert des débouchés dans les secteurs de l'automobile et de la consommation, en plus de percer d'autres marchés en Europe et dans le Pacifique. Aujourd'hui, l'entreprise fabrique des moules pour des clients du monde entier grâce à la technologie informatique et à du matériel d'usinage de pointe.

Prix du partenariat **MetalCraft Marine Inc. de** **Kingston et Connor** **Industries de Parry Sound**

MetalCraft s'occupe de vendre les navires ateliers de Connor Industries à l'étranger. Le Service des parcs nationaux américains fut leur premier client conjoint. Après cette réussite, MetalCraft a amorcé, pour le compte de Connor Industries, une campagne de

Prix de l'innovation **Xenos Group Inc. de** **Richmond Hill**

Xenos, pionnier du domaine des logiciels de transformation de documents, a regroupé ses nombreuses innovations et technologies en un progiciel complet appelé Documorph. Actuellement, l'entreprise convertit chaque année plus d'un milliard de pages imprimées en format électronique.

Prix des études en **commerce international** **Shannon McCarthy**

Shannon McCarthy, de Chatham, est étudiante du programme de commerce international du Collège St. Clair de Windsor. L'été dernier, tandis qu'elle travaillait chez Bail Machinery Sales Ltd., qui vend des estampeuses pour métaux, elle a de son propre chef étudié les débouchés qu'offrait le marché mexicain. Bail a établi d'excellents rapports avec un certain nombre de clients potentiels.

Prix de l'expansion de **marché (services)** **Gary Jonas Computing Ltd.** **de Richmond Hill**

Au milieu des années quatre-vingt-dix, l'entreprise a commencé à exporter ses logiciels de gestion de terrains de golf sur le marché américain. Elle réalise aujourd'hui des ventes de plus de 3,5 millions de dollars aux États-Unis.

Prix de l'expansion du **marché (produits)** **Ecolo Odor Control Systems** **Worldwide Inc. de** **Mississauga**

Cette entreprise conçoit et fabrique des systèmes d'élimination des odeurs destinés aux stations d'épuration des eaux, aux composteurs, aux décharges, aux restaurants, aux hôtels et à diverses applications industrielles. Grâce à une stratégie d'expansion efficace, son chiffre d'affaires a augmenté de 30 pour cent en 1998.

marketing dynamique qui s'est soldée par plusieurs ventes à des clients gouvernementaux aux États-Unis.

Les Prix ontariens d'excellence en commerce international sont parrainés par Ontario Export inc. et la Banque de Montréal, en association avec leurs partenaires commerciaux : les Lignes aériennes Canadien International, Deloitte & Touche, la Société pour l'expansion des exportations, l'Institute of Chartered Accountants of Ontario, Canadian Business Media/Profit Magazine et Le Lien Économique.

Page 8

Cahier des affaires de l'Ontario

Une entreprise d'instruments médicaux de pointe qui se porte à merveille

Lorsque John Mumford a mis un terme à sa carrière d'entraîneur olympique, il a choisi de suivre une autre piste.

M. Mumford a fondé XLTEK, une entreprise multimillionnaire spécialisée dans la technologie, qui exporte 95 pour cent de ses produits (dont 80 pour cent aux États-Unis et 15 pour cent en Europe de l'Ouest) et qui a figuré en 1998 sur la liste des 50 entreprises privées les mieux gérées du National Post.

XLTEK, qui s'implante maintenant sur les marchés du Japon, de Singapour, d'Australie et d'Allemagne, a récemment emménagé dans de nouveaux locaux de 4 900 mètres carrés, où travaillent 130 employés. L'entreprise compte embaucher 150 autres personnes cette année.

Cet entrepreneur d'Oakville est devenu, en un temps record, l'un des chefs de file du secteur

Après les Olympiques de 1984, où il était l'entraîneur de l'équipe canadienne féminine d'athlétisme, il s'est senti prêt à réorienter sa carrière. Bardé de diplômes en mathématiques et en physique et fort d'une vaste connaissance de l'athlétisme, il s'est tourné vers les produits aidant à guérir les blessures au système nerveux central et périphérique.

Il a commencé à fabriquer une gamme de produits comprenant des appareils de physiothérapie qui accélèrent le processus de guérison grâce à l'électrostimulation musculaire. Parmi sa clientèle, il compte des athlètes olympiques et les Blue Jays de Toronto.

L'entreprise exporte plus de 500 instruments médicaux chaque mois et en a installé dans différents hôpitaux, dont l'Hôpital pour enfants malades et le London Health Sciences Centre.

XLTEK a également lancé du matériel d'électroencéphalographie, dont on se sert pour examiner le système nerveux central. Ces appareils entièrement portatifs renferment des processeurs Pentium II et des lecteurs de CD-ROM. L'entreprise compte parmi ses clients les laboratoires d'électroencéphalographie de l'Hôpital général d'Etobicoke, du Centre de santé Centenary de Scarborough et de Grey-Bruce Health Services d'Owen Sound.

« Nos appareils permettent aux médecins de voir ce qui se passe chez le patient, explique M. Mumford. Tout fonctionne par vidéographie diffusée, qui favorise l'interaction entre le patient et le médecin. Ce dernier peut consulter Internet où qu'il se trouve dans le monde et recueillir des renseignements importants sur un patient, jeter un coup d'oeil à celui-ci et obtenir une lecture de ses signes vitaux. »

de la technologie au Canada.



Une employée de l'usine d'Oakville de XLTEK prépare une carte de circuits imprimés. L'entreprise, qui exporte actuellement plus de 500 instruments médicaux chaque mois, a été nommée l'une des 50 sociétés les mieux gérées en 1998 par le National Post.

« Nos activités comportent énormément de valeur ajoutée, explique M. Mumford. Selon les estimations, notre produit permet de gagner de deux à trois heures par jour. Dans une unité de 10 patients, cela signifie qu'on libère un lit tous les jours.

Même si l'entreprise affichait un chiffre d'affaires annuel de 5 millions de dollars, M. Mumford a décelé de meilleures occasions en ajoutant des systèmes de diagnostic à sa gamme de produits.

Tandis que les systèmes d'information devenaient de plus en plus perfectionnés au début des années quatre-vingt dix, M. Mumford a mis au point une plate-forme qui reliait de façon synchrone les technologies de surveillance vidéo et physiologique.

En 1993, XLTEK a commencé à mettre au point ses appareils d'électromyographie, servant à examiner le système nerveux. Puis, en 1995, elle a lancé le dispositif NeuroMax EMG qui est devenu, en moins de deux ans, l'instrument d'examen neurologique le plus vendu au monde.

Ce matériel est particulièrement utile pour surveiller les patients qui sont sujets à des crises.

Cette entreprise à intégration verticale conçoit, met au point et fabrique ses propres produits. Aux dires de M. Mumford, XLTEK a également étendu ses activités au génie logiciel et offre des services de programmation à toute une clientèle internationale.

L'une des clés de la réussite de XLTEK consiste à « écouter le client, déclare M. Mumford. Le client nous dit exactement ce qu'il veut et nous le construisons. Si on n'écoute pas le client, on ne peut créer des produits de pointe. »

Sa gamme de produits reçoit un si bon accueil que l'entreprise prévoit un taux de croissance de 6,5 pour cent l'année prochaine. En 1999, son chiffre d'affaires se situait à 27 millions de dollars, contre 16 millions en 1998.

Mai 2000

Page 9

suite de la page 3

**Le Fonds ontarien d'encouragement à la recherche-développement :
Quand la recherche scientifique crée des avenues de développement économique et des emplois**

dans la province. Ces six laboratoires sont les seules installations du genre au Canada, ce qui représente un avantage concurrentiel pour l'Ontario.

« Il est difficile de trouver des scientifiques disposés à effectuer des recherches s'ils n'ont pas accès aux nouvelles technologies. Le FOERD nous aidera à bâtir l'infrastructure voulue, à faire connaître la technologie et à promouvoir la collaboration, déclare le Dr Woodgett. La mise en oeuvre de nouvelles technologies servira de point de départ à une foule de découvertes scientifiques. »

Voilà un résultat qu'aurait escompté le Conseil d'administration du FOERD.

Son président, Calvin Stiller, explique que, lorsque le Conseil étudie une proposition, il évalue d'abord et avant tout son potentiel de transformation. « Nous voulons que la recherche transforme le service, la division, l'université et le travail des scientifiques afin de les rendre concurrentiels dans toute l'Amérique du Nord et à l'échelle mondiale, affirme-t-il. Cette transformation repose sur trois principes : la vision, l'excellence et les retombées. »

En ce qui concerne la vision, le candidat doit devenir, dans les cinq ans, l'un des trois chefs de file de son domaine en Amérique du Nord.

L'excellence se traduit par la qualité des chercheurs, des idées et des partenaires.

Les retombées doivent profiter à l'université comme au secteur privé. La recherche doit permettre à l'université de créer ou de développer une plate-forme durable qui attirera des scientifiques et des étudiants de haut calibre. Le secteur privé doit pouvoir mesurer les retombées du projet sur les plans de la propriété intellectuelle et de la création de nouvelles richesses et d'emplois de haut niveau.

Comme l'indique le ministre Wilson, « la croissance économique qui en découlera profitera à tous les Ontariens. »

Le Conseil étudie les projets de recherche et développement tous les 120 jours et reçoit actuellement des demandes pour son septième cycle. Il vise un délai d'exécution de 60 jours.

Il s'agit d'un examen totalement impartial auquel ne participent ni les autorités politiques ni les candidats.

En 1997, le FOERD a versé le tiers du financement de 28 millions de dollars destiné à l'Institut des télécommunications Nortel, en partenariat avec l'Université de Toronto et Nortel. L'Institut est un chef de file mondial en recherche, en formation et en éducation dans le domaine des télécommunications. Vu le succès remporté par l'Institut, l'Université lui adjoindra une installation ouverte de recherche,

Les laboratoires, dont l'ouverture est prévue en décembre 2001, concentreront leurs activités sur les technologies nouvelles, la gestion et le contrôle de réseaux et les communications par satellites à radiofréquence et sans fil.

« Grâce au FOERD, nous avons pu réaliser un projet d'une envergure sans précédent jusqu'ici », déclare M. Smith. Depuis l'investissement initial, l'Institut a élargi ses assises afin d'attirer de nouveaux partenaires des milieux industriel et universitaire et d'accroître ses ressources et ses capacités. «

Nous faisons également travailler les étudiants dans des domaines qui intéressent particulièrement les employeurs potentiels. Ainsi, la roue tourne toute seule, ce qui est très positif. »

Le 1^{er} juin, le FOERD publiera un rapport sur ses activités et présentera un grand nombre de ses investissements à l'occasion d'un symposium qui aura lieu au Palais des congrès du Toronto métropolitain. Il vise en outre à sensibiliser les gens d'affaires à cette importante possibilité de tirer profit de leur investissement en recherche-développement.

M. Stiller croit fermement que le FOERD contribue à remédier à une situation qu'il déplorait depuis des années. « J'ai toujours été renversé de constater que nous ressentons énormément d'angoisse, et avec raison, lorsqu'on envisage de déménager une usine au Mexique, alors que nous avons ici une foule d'esprits créatifs qui font des découvertes extraordinaires et que nous les laissons filer. »

Selon lui, le FOERD rayonne d'une énergie qui se dégage de ses



Calvin Stiller, président du Fonds d'encouragement à la recherche et développement

Page 10

actuellement en construction.

« Contrairement à la plupart des installations universitaires de recherche, celles-ci se veulent des laboratoires ouverts à tous les chercheurs travaillant à l'Université, ce qui nous permet de forger des partenariats et de favoriser une collaboration qui dépassent les frontières des départements et des facultés », explique le professeur

bénévoles, de ses partenaires et du vaste changement d'attitude qu'il a favorisé. « Franchement, je ne connais aucun autre programme dans les pays du G-7 qui soit aussi innovateur et propice aux partenariats que celui-ci. »

« Lors de l'annonce de la création du FOERD, certains se sont montrés sceptiques, mais nous avons travaillé très fort pour sensibiliser le public à la valeur de nos universités en tant que moteurs de l'économie », affirme-t-il.

Consultez le site Web du Fonds ontarien d'encouragement à la recherche-développement à www.ontariochallengefund.com

Cahier des affaires de l'Ontario



DÉPÊCHES-AFFAIRES

Lofthouse Brass trouve des marchés clés au Canada et aux États-Unis.

Lofthouse Brass, un fabricant de produits de laiton et d'aluminium, s'est taillé un créneau important dans divers secteurs.

Fondée en 1957 par George Lofthouse, cette entreprise fabrique des produits destinés aux marchés de la plomberie, des ferrures, des vannes électromagnétiques, du soudage et de la lutte contre les incendies.



D'après une récente étude de Priée Waterhouse, entre 1976 et 2000, plus de 178 entreprises spécialisées dans la technologie ont vu le jour et existent encore dans le « triangle technologique » du Sud-Ouest de l'Ontario, délimité par Kitchener-Waterloo, Cambridge et Guelph. Seize œuvrent dans le domaine des réseaux, 72 dans celui du génie logiciel, 33 dans celui de la mise au point de systèmes, 22 dans celui des services Internet, 32 dans celui des sciences de la terre et une dans celui des

À ses débuts, l'entreprise de Whitby ne comptait qu'une poignée d'employés et fabriquait des raccords coniques. En 1978, elle a ouvert une deuxième usine à Burk's Falls, qui a récemment été agrandie pour la sixième fois. De 124 employés en 1992, l'effectif est passé à 170 personnes.

Selon Dan Smith, directeur général, l'engagement de Lofthouse en matière de technologie et de service à la clientèle constitue la clé de sa réussite.

« Notre entreprise est l'une des plus avancées de sa catégorie sur le plan technologique, affirme-t-il. Nous misons également sur une excellente main-d'œuvre hautement qualifiée. Nous offrons des produits de première qualité et avons des employés extrêmement compétents aux spécialisations diversifiées, qu'il s'agisse d'outilleurs, de techniciens ou de mécaniciens-monteurs. »

En 1998, George Lofthouse a légué sa société à ses filles, Mary Lofthouse et sa sœur, Jean Keane.

Selon Bryant Brown, président de Lofthouse Brass, « elles visaient à accroître la compétitivité de l'entreprise en faisant de celle-ci un chef de file en matière de qualité. »

En 1994, l'établissement de Burk's Falls est devenu la première usine de forgeage de laiton en Amérique du Nord à être certifiée ISO 9002. L'entreprise compte parmi les premiers fournisseurs de produits de laiton usinés à l'aide de machines commandées par ordinateur en Amérique du Nord.

Mary Lofthouse, présidente du Conseil de Lofthouse Brass, (ci-dessus) et sa sœur Jean Keane ont donné une nouvelle orientation à l'entreprise.

En 1999, les magazines *Canadian Business* et *Châtelaine* ont classé Lofthouse Brass parmi les 100 entreprises canadiennes les plus prospères appartenant à des femmes.

Le Bureau du développement économique urbain dévoile son site Web

Le Bureau du développement économique urbain du ministère du Développement économique et du Commerce a récemment inauguré son site Web. On peut y découvrir ce qu'offre le Bureau et se renseigner sur les sept plus grands centres urbains et leurs économies régionales, ainsi que sur les activités de développement économique à venir.

Le Bureau construit également un centre de documentation qui offrira l'une des listes les plus complètes de sources d'information sur le développement économique urbain au Canada. Pour obtenir plus de précisions, prière de consulter le site Web du Bureau à www.ontariocanada.com/ued.

Waterloo Ventures aide les nouvelles entreprises de haute technologie à prospérer

La société d'investissement Waterloo Ventures a créé un fonds de capitaux de lancement de plus de 5 millions de dollars destiné à aider les nouvelles entreprises de haute technologie à démarrer.

Selon Andrew Abouchar, gestionnaire du fonds, la société,

semiconducteurs.

Leur essor reflète la conjoncture actuelle de l'Ontario, dont les initiatives du gouvernement, notamment la réduction des impôts et l'élimination des obstacles à la croissance et des formalités administratives, ont stimulé le potentiel économique.

Le fonds, exploité sous l'égide du Fonds de relance canadien Inc., cible les besoins des entreprises qui ne peuvent obtenir de financement des prêteurs traditionnels comme les grandes sociétés d'investissement en capital de risque.

Selon Ron Beggs, président-directeur général du Fonds de relance canadien Inc., Waterloo Ventures offre de formidables possibilités aux actionnaires du Fonds de relance comme aux entrepreneurs de Kitchener-Waterloo. « La région compte certaines des entreprises de haute technologie affichant la croissance la plus rapide au Canada. En décembre dernier, Waterloo Ventures a conclu sa première transaction avec Ardesic Corporation, un fabricant de logiciels de gestion électronique des relations commerciales. Ce logiciel est particulièrement utile aux clients qui font des affaires virtuelles. »

Aux dires de M. Abouchar, Waterloo Ventures répond à un besoin dans un domaine où « ceux qui cherchaient à obtenir des fonds de roulement ont traditionnellement été mal servis », malgré le fait que la région de Waterloo soit connue comme un centre de technologie de pointe. Il ajoute que la société investit en moyenne de 250 000 à 500 000 \$ pour le démarrage d'une nouvelle entreprise.

Lofthouse Brass exporte 75 pour cent de ses produits, principalement aux États-Unis.

L'entreprise a sans aucun doute réalisé de grands progrès depuis ses modestes débuts. La percée de nouveaux marchés mondiaux lui a assuré une croissance annuelle de 15 pour cent au cours des années quatre-vingt dix. Toujours tournée vers l'avenir, elle a récemment lancé un vaste programme de formation pour mieux venir en aide aux nouveaux employés.

qui a lancé ses activités en septembre dernier, a déjà effectué un certain nombre d'opérations dans la région de Waterloo, où abonde la technologie.

Pour obtenir de plus amples renseignements, consultez le site Web de Waterloo Ventures à www.waterlooventures.com.

Mai 2000

Page 11

Neil Levac Engineering Ltd., tournée vers le monde

L'ingénieur Neil Levac de Rockland cultive une « vision mondiale » grâce à laquelle son entreprise, Levac Engineering Ltd., a conclu des contrats de plusieurs millions de dollars. Pareil succès vient confirmer le fait que l'on perçoit de façon extrêmement positive les compétences des ingénieurs ontariens dans les autres pays du monde.

L'entreprise fondée par M. Levac il y a 14 ans compte maintenant 16 employés et des bureaux à Hawkesbury, Kanata et Gatineau (Québec), en plus de son siège social à Rockland, près d'Ottawa. Elle se spécialise dans divers projets de génie civil, notamment dans les domaines du génie municipal, du développement des ressources hydriques, de l'étude des sols, du gros œuvre, du génie géotechnique, de la gestion des travaux de construction et du génie des

effectué des travaux pour les ministères des Transports et de l'Environnement, ainsi que pour ceux, à l'échelon fédéral, de la Défense nationale et des Travaux publics. Il y a quatre ans, nous avons commencé à diversifier nos activités et travaillons actuellement à un projet de construction routière au Burkina Faso, en Afrique de l'Ouest. » L'entreprise n'a eu aucune difficulté à obtenir ce contrat dans un pays francophone grâce à son personnel bilingue.

Parmi ses autres projets internationaux, mentionnons la construction de serres en Algérie et d'une station d'épuration des eaux au Pérou. Actuellement, les contrats internationaux représentent 10 pour cent de ses affaires, proportion qui devrait d'ailleurs augmenter.

Une étroite collaboration avec des associations professionnelles

faire que nous offrons. Au fur et à mesure que se multiplieront les possibilités de contrats dans d'autres pays, notre entreprise pourra se doter de solides assises partout dans le monde. »

Bien que la plupart des experts-conseils affirment qu'il faut surtout se concentrer sur le marché américain, M. Levac invite à « faire ce que les entreprises canadiennes font si bien depuis 10 ou 15 ans, c'est-à-dire regarder ailleurs qu'en Amérique du Nord et se tourner vers le reste du monde pour faire des affaires. »

À l'échelle internationale, on a une opinion extrêmement positive des services professionnels qu'offre l'Ontario. Selon M. Levac, les entreprises ontariennes « ont toujours été les bienvenues » dans les pays avec lesquels il a fait affaire. Par exemple, la Côte d'Ivoire compte plus de 60 000 km de routes, dont moins de 5

transports.

Depuis quatre ans, l'entreprise s'emploie à percer de nouveaux marchés internationaux, surtout en Afrique de l'Ouest.

« Auparavant, nous nous concentrons surtout sur l'Est de l'Ontario et l'Ouest du Québec, explique M. Levac, diplômé du programme de génie de l'Université d'Ottawa. Nous avons

et des missions commerciales favorise la prospection internationale.

Même s'il peut s'agir d'un processus lent au début, le travail à l'échelle internationale donne des résultats positifs à longue échéance. « Nous avons constaté que nous effectuons beaucoup de travaux dans des régions qui ne disposent pas de la technologie disponible au Canada, déclare M. Levac. Il existe ailleurs dans le monde un marché pour le type de technologie et de savoir-

000 km sont goudronnés. « La Banque mondiale encourage les Ivoiriens à améliorer leur infrastructure, ce qui crée d'excellentes possibilités d'affaires pour les sociétés d'ingénierie. »

À l'heure actuelle, M. Levac compte accroître ses rapports avec l'Amérique Latine, tout particulièrement le Mexique, le Chili et l'Argentine. Il prévoit embaucher 25 employés supplémentaires d'ici deux à trois ans.



paraît 10 fois par année et est publié par le :

Ministre du Développement économique et du Commerce	Téléphone : (416)325-6666
Direction des communications et des relations publiques	Télécopieur : (416) 325-6688
Édifice Hearst, 8 ^e étage	Ministre: L'honorable Al Palladini
900, rue Bay	Sous-ministre : Barbara Miller
Toronto, ON, CANADA M7A 2E1	Directeur de la rédaction : Gabriel Manseau
	Ad. élec. : gabriel.manseau@edt.gov.on.ca

On peut consulter la version électronique du *Cahier des affaires de l'Ontario* à l'adresse suivante : www.ontario-canada.com.

Ce bulletin est axé sur les affaires en Ontario et vise à dégager les tendances, les possibilités, les défis et les questions qui influent sur le climat économique de la province. Les renseignements qu'il contient proviennent de ministères et d'organismes gouvernementaux et de diverses sources du secteur public jugées fiables. Tous les efforts ont été faits afin d'assurer l'actualité et l'exactitude des renseignements publiés.

The English version of the *Cahier des affaires de l'Ontario* is available under the title Ontario Business Report.

Liste des best-sellers sur les affaires

Sept habitudes de ceux qui réalisent tout ce qu'ils entreprennent

Stephen Covey

Un barbier riche

David Chilton

La bourse ou la vie

Guy LeBlanc

Le nouvel art du temps

Jean-Louis Servan-Schreiber

Votre Argent, votre liberté

François Beauregard

Entre le boom et l'écho 2000

David Foot

Investisseur

Michel Bell

Réduisez vos Impôts

Danièle Boucher

Votre vie ou votre argent

Robin Dominguez

J'accuse l'économie triomphante

Albert Jacquard

Gracieusement communiqué par Chapters Inc.

Chapters Inc. est une société cotée en bourse (TSE:CHP), qui administre des librairies dans

La distribution du Cahier des affaires de l'Ontario est effectuée en collaboration avec la Chambre économique de l'Ontario, ceo-on.com.

Nous vous invitons à nous communiquer vos commentaires et projets de collaboration, par la poste ou par télécopieur.



toutes les provinces sous les noms de Chapters, Coles, SmithBooks, LibrairieSmith, The Book Company et World's Biggest Bookstore. Chapters Inc. est le propriétaire majoritaire du libraire grossiste national Pegasus Wholesale Inc. Sous le nom de Chapters Campus Bookstores, la société administre des librairies situées dans des collèges et des universités. Chapters Online Inc. (TSE.-COL), administre www.chapters.ca, premier libraire détaillant électronique au Canada.