

CAHIER DES AFFAIRES DE L'ONTARIO

Mars 2001

Publié par le ministère du Développement économique et du Commerce



Nelvana et la magie de l'animation

Savoir écrire un conte pouvant captiver l'imagination d'un enfant est un don remarquable, mais savoir donner vie à ce conte et à ses personnages en est un autre tout aussi remarquable.

Au cours des trente dernières années, Nelvana Limited est passée maître dans l'art de faire connaître l'univers de l'animation à des millions de gens. La société, qui a son siège social à Toronto, constitue maintenant le plus important studio d'animation au monde et réalise ses propres productions brevetées. Des séries de dessins animés pour enfants aussi populaires que *Franklin*, *Fifi Brindacier* et *les Câlinoirs* portent le logo de la société, sans compter l'émission *Bob and Margaret*, qui est diffusée aux heures de grande écoute.

En 1971, Michael Hirsh, codirecteur général, fonde l'entreprise, conjointement avec ses associés

Patrick Loubert et Clive Smith. « Clive est animateur-graphiste; quant à Patrick et moi-même, l'intérêt pour l'animation est venu lorsque nous étions ensemble à l'université. À cette époque, aucune industrie de production, qu'il s'agisse d'animation ou de production télévisée, n'existait au Canada. Certaines stations produisaient des émissions locales, mais personne ne le faisait dans le but de les vendre à travers le monde, déclare M. Hirsh. Alors, parfaitement inconscients de tout ce que cela impliquerait, nous avons décidé de fonder une entreprise à Toronto. »

C'est ainsi qu'ils achètent les droits des dessins animés historiques de Canadian Whites, qui datent de la dernière guerre, dont *Nelvana of the Northern Lights*. Cette acquisition fait non seulement connaître rapidement le nom de l'entreprise, mais grâce à des productions de télévision et de multimédia brevetées, elle permet également aux associés de connaître les débuts de la réussite.

M. Hirsh nous indique de nombreux événements qui, à partir de ce moment-là, ont eu un effet

décisif, notamment la percée qu'a réalisée Nelvana avec son film *Les rois mages du cosmos* en 1977 et la première, en 1985, d'une série de dessins animés diffusée sur réseau et inspirée des personnages de *La guerre des étoiles*. Il y a eu aussi leur première coproduction d'envergure internationale, *Babar le film*, réalisée en 1989 et qui a fait naître la division de commercialisation et de concession de licences de l'entreprise. Aujourd'hui, Nelvana est une société lauréate à l'échelle internationale, qui possède une collection de plus de 1 450 épisodes cumulatifs d'une demi-heure et dont plus de 20 séries sont présentement diffusées sur les ondes d'importants réseaux de télévision et de chaînes de services spécialisés partout en Amérique du Nord. L'automne dernier, elle a même lancé plus de programmes aux États-Unis que tout autre producteur. De plus, Nelvana distribue ses programmes dans plus de 160 pays.

M. Hirsh est fier du fait que beaucoup d'émissions de Nelvana sont classées en tête de liste. « Nous

suite à la page 2



Michael Hirsh, codirecteur général de Nelvana, a contribué à fonder le plus grand studio d'animation indépendant au monde.

Bulldog maintient sa prise
page 3

■
Atlantis s'envole vers
de nouveaux sommets
page 5

■
Principaux investissements
page 7

■
Outils révolutionnaires
page 10

Nelvana et la magie de l'animation

pouvons attribuer notre succès au fait que nous choisissons de bons produits, que nous travaillons avec d'excellents auteurs et que nous développons des relations exceptionnelles avec les réseaux de télévision, déclare-t-il. De plus, le fait que nous soyons une société indépendante nous permet de vendre à Disney, à Fox, à Warner ou à Nickelodeon, alors qu'aucune de ces sociétés n'achètera des produits de l'une ou n'en vendra à l'autre ».

Nelvana emploie environ 600 personnes à son studio de Toronto. « Certains des meilleurs talents se trouvent en Ontario. Le Collège Sheridan est le Harvard des écoles d'animation, et grâce à lui, nous disposons constamment de personnes talentueuses », déclare M. Hirsh.

En 1997, le gouvernement de l'Ontario a aidé le Collège Sheridan à tirer avantage de sa réputation grandissante dans ce domaine et a mis de l'avant le projet de développement d'un nouveau centre pour l'animation et les technologies émergentes (*Centre for Animation and Emerging Technologies*) en accordant un prêt de 12 millions de dollars au collège. En juin 2000, le gouvernement a investi 7,2 millions de dollars par l'intermédiaire de SuperCroissance afin que l'établissement puisse accueillir 400 étudiants de plus.

Les produits de consommation de marque constituent une autre branche fondamentale de Nelvana. Par l'intermédiaire de celle-ci, la société a acquis *Kids Can Press* et *Klutz*, ce qui lui a permis de devenir le chef de file en matière d'édition de livres pour enfants au Canada et de se classer parmi les dix premiers aux États-Unis.

Cette branche de l'entreprise s'occupe également de la concession de licences et de la commercialisation des programmes qui fonctionnent bien. Par exemple, Nelvana et Sears, Roebuck & Co., son partenaire en matière de commercialisation, travaillent de concert pour satisfaire à la demande croissante de produits *Franklin* et espèrent que cette marque générera 150 millions de dollars US à l'échelle mondiale en 2001.

Cette année, Nelvana a 30 ans, mais la société célébrera calmement et continuera de développer la philosophie qui l'a si bien guidée au fil des ans. Dit simplement, comme le déclare M. Hirsh : « Nous insufflons la vie à d'excellents livres ».



Chalmers remonte la pente grâce à une gestion vigoureuse

Vous vous rappelez peut-être de Victor Kiam, l'homme qui a « tellement aimé le rasoir Remington qu'il a acheté l'entreprise ». Harinder Takhar, président et directeur général de Chalmers Suspensions International Inc., vit une histoire similaire, qui a débuté à peu près en même temps, soit vers la fin des années soixante-dix.

« En 1978, j'étais le contrôleur principal de la société, déclare M. Takhar, mais je me suis dirigé vers autre chose. Puis, plusieurs années plus tard, j'ai rencontré un de mes anciens collègues au supermarché qui m'a dit que Chalmers ne se portait pas très bien. J'ai été un peu surpris, car je connaissais le potentiel de la technologie qu'elle possédait. »

Cette technologie est légendaire dans les milieux de l'ingénierie. Chalmers Suspensions a été fondée en 1969 par un ingénieur et inventeur, dont la suspension à ressorts en caoutchouc brevetée a comblé un manque dans le marché des camions tout terrain. En effet, les suspensions traditionnelles à ressorts à lames étaient trop lourdes pour les camions tout terrain et les suspensions pneumatiques n'étaient pas assez résistantes pour les camions lourds utilisés dans les domaines de l'exploitation minière, de la construction et de la foresterie.

Le système à ressorts résistant en caoutchouc breveté de Chalmers a rapidement gagné en popularité auprès de fabricants comme Navistar, Mercedes-Benz, Volvo, Kenworth, Mack et Freightliner. En répartissant également le poids brut sur chaque roue, le système de Chalmers ne nécessite pas d'entretien et dure toute la vie du véhicule.

En 1993, M. Takhar et ses associés sont intervenus et ont acquis la société. « Le problème se situait au niveau de la gestion, déclare M. Takhar. Aussitôt après avoir acheté, nous avons restructuré la société dans son ensemble, réduit les frais généraux et déménagé la société à Mississauga. Notre plan d'action pour la première année consistait à atteindre le seuil de rentabilité, mais en fait, nous étions rentables dès le premier jour. »

Chalmers comptait 23 employés et ses ventes totalisaient 2,7 millions de dollars lorsque M. Takhar et son équipe ont pris la relève. Huit ans plus tard, le groupe Chalmers employait environ 180 personnes et ses ventes dépassaient les 50 millions de dollars. Tandis qu'en 1992, moins de la moitié des



Harinder Takhar et ses partenaires ont fait de Chalmers une histoire à succès.

ventes de la société provenaient de l'exportation, les ventes internationales comptent aujourd'hui pour plus de 75 pour cent du volume total.

« Quatre-vingt-dix pour cent de nos ventes vont aux fabricants, déclare M. Takhar. Nous exportons aux États-Unis, au Mexique, en Australie, en Nouvelle-Zélande, en Inde ainsi que dans plusieurs pays d'Asie. En 1996, nous avons fait partie de la mission commerciale d'Équipe Canada en Asie. De plus, cinq représentants des ventes travaillent pour nous à temps plein aux États-Unis.

Après avoir noué de nouvelles relations au cours du voyage d'Équipe Canada en 1996, Chalmers a signé un contrat de coentreprise avec APM, un important fabricant d'Asie. L'usine d'APM, située à Kuala Lumpur, fabrique actuellement les suspensions de Chalmers pour les autocars et les autobus de luxe destinés au marché asiatique. Chalmers travaille également à la mise sur pied d'une opération de fabrication en Inde grâce à un autre contrat de coentreprise.

La société a également diversifié sa gamme de produits en achetant un fabricant de produits sidérurgiques de précision, un fabricant aux États-Unis ainsi que Scientek, un fabricant de matériel hospitalier et de laboratoire ayant son siège social à Vancouver.

« À présent, la bannière CSI Inc. regroupe vraiment quatre entreprises », déclare M. Takhar, dont la société a reçu l'accréditation tant convoitée ISO 9001.



Bulldog maintient sa prise sur les marchés mondiaux

Quand Chris Strachan cherchait un nom pour sa nouvelle entreprise, il avait plusieurs priorités. Il voulait un nom facile à identifier et offrant de grandes possibilités sur le plan de la marque, qu'on n'oublierait pas. Le gagnant?

Bulldog.

Le nom a été à la hauteur des espérances. L'entreprise qu'il représente aussi d'ailleurs. Le Bulldog Group, dont M. Strachan est co-fondateur, a vu le jour en 1991. Son siège social se trouve à Toronto. Bulldog est maintenant le chef de file incontesté en gestion et distribution numériques, avec une part du marché mondial de 34 pour cent.

« Nous avons toujours positionné la société au carrefour du logiciel de communication et de la révolution grandissante de la télécommunication interactive. Nous voulions mettre au point des produits qui auraient des répercussions mondiales sur le plan de cette convergence, déclare M. Strachan. Finalement, nous nous sommes demandés de quelle façon les entreprises pouvaient automatiser la distribution de contenus d'une chaîne à l'autre. Nous croyions que la gestion du contenu représentait un énorme marché non exploité, ce qui a suscité la première version du logiciel Bulldog en 1995. »

Sans aucun doute, la convergence numérique a changé la façon dont les entreprises communiquent avec leurs clients et leurs partenaires. Les sociétés possèdent présentement plus de contenu sous forme d'imprimés, d'images, et de vidéo et audio que par le passé. Le logiciel Bulldog (la plus récente version étant la Bulldog Two.Six) offre un moyen sûr de charger, d'indexer, d'explorer et de distribuer toutes sortes de contenu numérique sur plusieurs réseaux de distribution, y compris Internet, la diffusion et la télévision interactive.

Comme exemple, M. Strachan cite l'utilisation de Bulldog par Sony Pictures Entertainment pour la distribution mondiale de ses documents de commercialisation. À chaque lancement de film, Sony distribue à l'aide de Bulldog le matériel nécessaire, y compris les photographies de plateau, les affiches et le contenu, à la nationalisation ou à la régionalisation de leur mise en marché. Autrement dit, la société n'a pas à expédier ce matériel dont la production est automatisée. Le client a accès au matériel et peut s'en servir avec un minimum d'intervention.

Quokka Sport a aussi choisi le système Bulldog pour étendre la couverture des jeux olympiques du réseau NBC sur Internet.

Bulldog cible les secteurs dont la gestion et la distribution de contenu numérique constituent l'essentiel des activités. Actuellement, elle concentre ses efforts sur quatre secteurs clés : la diffusion, l'édition, les spectacles et les entreprises. Elle adapte la technologie aux besoins réels de ses clients, parmi lesquels on peut compter des grands noms comme Disney, Fox, BBC, Sears et TV Guide.

On peut également utiliser le logiciel Bulldog efficacement dans les entreprises. « Microsoft a lancé Windows 2000 à l'interne à l'aide de Bulldog. Elle a mis tout le matériel de commercialisation et de formation sur Bulldog et en a ainsi permis l'utilisation simultanée par environ 2 400 usagers internes », souligne M. Strachan.

Bulldog a établi de précieux partenariats avec des clients comme Microsoft Studios et Sony Pictures en vue de relever les défis reliés spécifiquement aux activités de ces sociétés. Cela permet à Bulldog de reproduire les solutions pour venir en aide aux nouveaux clients faisant face à des problèmes similaires. Il a aussi établi plusieurs partenariats sur le plan technologique pour assurer le soutien de la gestion et de la distribution numériques.

Dans les marchés actuels axés sur la technologie, l'emploi réussi du numérique amène souvent une croissance remarquable. Il y a deux ans, Bulldog comptait 45 employés. L'année dernière à pareille date, 65 personnes y travaillaient. Aujourd'hui, on peut compter 145 employés dans ses bureaux de Toronto, New York, Los Angeles, Berlin et Londres.

M. Strachan reconnaît qu'il y a d'énormes avantages au fait d'être implanté en Ontario. « Le coût de la main-d'œuvre informatique est beaucoup plus bas qu'aux États-Unis, nos concurrents doivent probablement faire face à des dépenses deux fois plus élevées. Les compétences sont ici. Les établissements d'enseignement sont ici. Le dollar canadien représente un avantage. » D'ailleurs, il croit que, même s'il est difficile de trouver de la main-d'œuvre qualifiée, il est facile d'attirer de bons candidats en leur offrant de bonnes occasions.

Tout comme son homonyme, Bulldog avance et ne lâche pas prise.

POINT DE VUE



Je suis très heureux d'avoir été nommé ministre du Développement économique et du Commerce à ce moment important de l'histoire de l'Ontario. L'équipe Harris redouble d'efforts pour préparer l'Ontario aux défis du XXI^e siècle et j'ai le privilège de pouvoir stimuler la croissance et le succès des nombreuses entreprises de notre province et d'y attirer des investissements de partout dans le monde.



Il y a certainement beaucoup d'occasions. Notre économie évolue. Elle se diversifie. Elle atteint la maturité. S'il est vrai que l'industrie automobile demeure le plus important secteur et constitue le pivot de notre croissance, il y en a d'autres qui émergent et aspirent à cette position. De nos jours, l'Ontario reçoit des chefs de file bien établis dans les domaines des technologies de l'information et des communications, de l'aérospatiale, des plastiques et des produits pharmaceutiques. Notre économie fondée sur la connaissance et les technologies de pointe est réputée grâce à des entreprises à la hauteur de la concurrence mondiale.

Par beau temps, cette diversité renforce l'Ontario. Elle consolide aussi sa position lorsque l'économie ralentit. Les économistes prévoient une croissance de 2,5 à 3 pour cent cette année. Il est vrai que la progression de l'industrie automobile s'est atténuée, mais il n'en demeure pas moins que d'excellentes nouvelles s'annoncent pour ce secteur et pour d'autres à un moment où l'Ontario poursuit sa croissance.

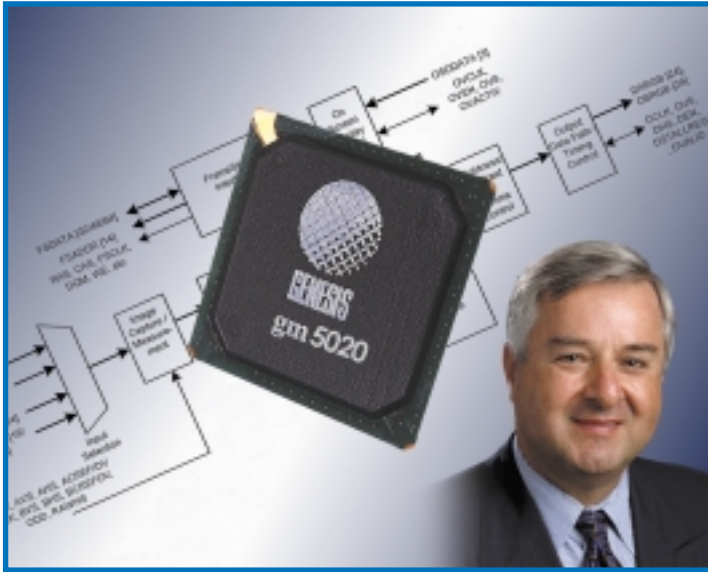
Voyons quelques exemples d'annonces récentes. À London, Keiper Canada Ltd. a annoncé qu'elle investirait 100 millions de dollars dans une nouvelle usine de pièces d'autos. À North Bay, TeleTech Holdings annonçait l'ouverture d'un centre d'appels embauchant 500 employés. À Ottawa, Catena Networks a vu son effectif croître de quatre à près de 250 employés au cours des deux dernières années et prévoit engager 130 personnes de plus l'année prochaine.

Notre gouvernement s'engage auprès de toutes les entreprises à ne ménager aucun effort pour maintenir le niveau de compétitivité et l'élan de notre économie croissante. La réduction des impôts demeure la pierre angulaire de notre projet de créer des emplois et de stimuler l'investissement.

Dans les mois à venir, j'aurai l'occasion de rencontrer les propriétaires et exploitants de nombreuses petites, moyennes et grandes entreprises essentielles au succès et à la croissance de notre province. À titre de ministre du Développement économique et du Commerce, je suis heureux de servir tous les Ontariens et Ontariennes.

Bob Runciman
Ministre du Développement
économique et du Commerce

Le succès de Genesis, une bonne nouvelle pour l'Ontario



M. Paul Russo a participé à la fondation de Genesis Microchip Inc. en 1987.

Qu'est-ce qui est à l'origine de la réussite dans le secteur ontarien des technologies de l'information et des communications? Est-ce la fusion d'une technologie novatrice, de l'ingénierie de pointe et d'une nouvelle démarche visant à trouver une solution scientifiquement valable? Est-ce des efforts de recherche et de développement de première qualité et une conception supérieure, assortis d'un service à la clientèle exceptionnel? Ou, serait-ce encore une fine stratégie de marketing alliée à une liste de clients qui ressemble plutôt à un bottin mondain du marché cible? Pour Genesis Microchip Inc. de Thornhill (www.genesis-microchip.com), il s'agirait d'une combinaison de tout cela et plus encore.

Le président du conseil actuel, Paul Russo, a fondé Genesis avec des collègues en 1987. Le groupe a créé une technologie de mise à l'échelle algorithmique de vidéo (pour convertir la résolution de l'image en une autre à l'aide de calculs mathématiques très complexes). L'idée était de visionner la vidéo à plusieurs résolutions, l'idéal étant de la réduire, afin de permettre le multifenêtrage sur un écran d'ordinateur ou un moniteur vidéo.

Il s'agissait d'un défi de taille. La technologie devait prendre une image vidéo et la réduire au quart de sa taille, ce qui nécessitait la suppression de 75 pour cent de l'information sans perte de qualité de l'image. Une formule mathématique capable de trier les pixels de façon à conserver l'intégrité de l'image réduite s'avérait impérative.

L'adoption d'une démarche commerciale venant s'ajouter à la forte culture technologique de l'entreprise a constitué une étape importante de son évolution. Comme le directeur des communications, Rob Hunter, l'explique : « Les spécialistes du marketing nous ont dit que nous pouvions faire progresser cette technologie et l'adapter aux besoins d'autres marchés plus importants et à plus fort volume ».

Depuis 1987, la société s'est développée de façon très importante. « Au début, nous comptons une demi-douzaine d'ingénieurs, se rappelle M. Hunter. En 1994, il y en avait 24 et, aujourd'hui, nous comptons 100 employés. La plupart d'entre eux travaillent à l'ingénierie, à la conception et à la recherche-développement. » Genesis a grandi à un point tel qu'elle a dû déménager son siège social à deux reprises, d'abord à Markham, et ensuite dans ses locaux actuels à Thornhill. Nous avons deux autres bureaux dont un dans Silicon Valley en Californie, qui compte 50 employés, et l'autre à Taipei, avec 12 employés », déclare M. Hunter.

La réussite de Genesis Microchip est bien connue de nos jours. La société est l'un des principaux fournisseurs de circuits intégrés (CI) hautement novateurs et économiques pour les écrans plats, les téléviseurs numériques, les écrans cathodiques numériques et les produits vidéo de grande consommation.

Deloitte & Touche classe Genesis au 58^e rang des 500 sociétés technologiques à forte croissance en Amérique du Nord, ce qui reflète bien sa façon

Le télémanipulateur spatial ou « Canadarm » de la navette spatiale a été l'une des premières applications pratiques de la technologie Genesis. Le télémanipulateur comporte quatre caméras et le poste de travail qui le commande depuis la terre utilise la puce de première génération de la société, ce qui permet l'affichage de quatre images de grande qualité à l'écran.

En exploitant cette première réussite, la société a grandi et pris de l'envergure.

ingénieuse d'aborder la recherche et le développement et, d'autre part, sa capacité de mettre au point des produits qui répondent aux besoins des clients.

Au cours des dernières années, Genesis s'est concentrée sur les marchés en pleine expansion des écrans plats et des produits vidéo de grande consommation, ce dernier comprenant les lecteurs DVD, les écrans numériques, le matériel de cinéma-maison et de nombreuses autres applications. Parmi les sociétés qui utilisent les produits de Genesis Microchip figurent entre autres Apple, Dell, IBM, Philips, Sony et ViewSonic.

Ce secteur comporte quelques défis. « Notre industrie a du mal à trouver des concepteurs de puces qualifiés. Heureusement, l'Université de Waterloo a une faculté d'ingénierie formidable. Nous avons un programme d'enseignement coopératif dynamique où les étudiants travaillent pour nous pendant trois ou quatre mois, et la plupart d'entre eux reviennent après avoir obtenu leur diplôme », précise M. Hunter. Cette démarche proactive de Genesis auprès de l'Université de Waterloo vient compléter les divers programmes novateurs du gouvernement de l'Ontario visant à augmenter le bassin de spécialistes hautement qualifiés du secteur des technologies de l'information et des communications de la province.

Genesis Microchip bénéficie de la vigueur de l'économie ontarienne. « Le climat commercial s'est certes amélioré depuis le temps, souligne M. Hunter, et nous apprécions l'attitude du gouvernement actuel qui est favorable aux entreprises. » La croissance rapide du secteur a aussi ses avantages. « Le nombre d'entreprises de semi-conducteurs augmente d'année en année ainsi que celui des entreprises de technologie émergentes en général, ce qui est bien. Nous apprécions la proximité de ces entreprises, car cela crée un marché dynamique. »

Genesis est maintenant un chef de file de l'industrie. Son succès veut tout dire. Selon M. Hunter, « Les fonds publics ont aidé à la mise sur pied de cette entreprise et cet exemple démontre comment ce type d'investissement peut se révéler profitable ». À l'instar de nombreuses autres entreprises de ce secteur, le succès de Genesis Microchip représente un rendement du capital investi très intéressant pour la population.

Atlantis mène la formation vers de nouveaux sommets

Atlantis Systems International Inc. est une société ontarienne qui sait à quel point il est important d'investir dans la recherche et le développement. Cette société fondée en 1979 par quatre ingénieurs a son siège social à Brampton. Son premier projet a été de construire le système d'entraînement de base au pilotage des chasseurs F-15 utilisés par les forces armées du monde entier. En se servant des connaissances acquises au cours de ce projet, les ingénieurs d'Atlantis ont mis au point des simulateurs pour un grand nombre d'avions commerciaux et militaires. Après plus de vingt ans, la société récolte les fruits de son important investissement en recherche et développement et enregistre une augmentation des ventes de simulateurs de vol et d'entretien d'aéronefs.

« Les fondateurs d'Atlantis étaient à l'avant-garde de l'industrie, déclare Douglas Olson, président et directeur général d'Atlantis. Essentiellement, ils ont pris des données complexes qu'ils ont converties pour en faire un support de formation. Cela a été un processus évolutif, puis, plus tard, ils ont mis au point des simulateurs pour les chasseurs F-18. Les dix premières années ont été consacrées principalement à la recherche et au développement et les dix années suivantes, à la mise au point de nouveaux produits. Nous disposons maintenant d'une grande variété de systèmes de formation destinés aux clients des secteurs commercial et militaire. »

Le moment est excellent pour la société. En effet, la croissance énorme qu'a connue l'industrie du transport aérien a créé une forte demande en matière de pilotes partout dans le monde. Cette demande, combinée à la complexité grandissante des appareils, a contribué au développement du

marché des solutions de formation technique visant à compléter les simulateurs complets de vol dans le cadre de la formation des pilotes.

En entraînant les pilotes à l'aide de l'appareil de formation au pilotage d'Atlantis, qui est relativement peu coûteux, les lignes aériennes et les écoles de pilotage peuvent utiliser plus efficacement leurs précieux simulateurs complets de vol. Les appareils de formation au pilotage reproduisent l'intérieur et les fonctions du poste de pilotage de l'aéronef, les commandes et les instruments étant contrôlés par des simulations automatisées. La formation est dirigée par un instructeur assis derrière le siège du « pilote ».

« La formation est un besoin fondamental de l'industrie actuellement, a déclaré M. Olson. Toutefois, elle peut s'avérer très coûteuse, particulièrement avec un simulateur complet de vol. Nos appareils de formation au pilotage se vendent environ le dixième du coût. Ils ne remplacent pas les simulateurs complets de vol, mais les lignes aériennes et les écoles de pilotage sont conscientes qu'avec nos systèmes, elles peuvent former un plus grand nombre de pilotes à un coût moindre. Nous prévoyons donc que nos ventes augmenteront de 50 pour cent au cours des trois ou quatre prochaines années. »

En fait, les ventes ont déjà commencé à augmenter. L'entreprise a récemment obtenu un contrat pour fournir des simulateurs de vol à Boeing. Le matériel de formation a été expédié au centre de formation de Boeing à Manchester, en Angleterre, qui constitue un élément clé du programme de formation des pilotes pour les Airbus A320.

« Cette vente a été un événement clé pour nous, a déclaré M. Olson, car c'était la première fois que nous vendions de l'équipement à Flight Safety Boeing. Ce sont les plus importants formateurs indépendants de personnel navigant pour les grandes lignes aériennes. »

Atlantis a également fourni des appareils de formation au pilotage pour les Boeing 737, 747 et 767, les McDonnell Douglas MD-82 et les Raytheon-Beech King Air C-90A. Les appareils sont adaptés en fonction des besoins spécifiques des clients, de même qu'en fonction de leur appareil et de leur budget. Air Canada, Air New Zealand, China Southern Airlines, Alitalia, Boeing et Canadair figurent parmi les clients de la société.

À l'heure actuelle, Atlantis compte autant de clients dans le secteur commercial que militaire. Sur le plan



Douglas Olson, président et directeur général d'Atlantis.

militaire, les simulateurs d'entretien d'aéronef de la société reproduisent tout, des moteurs au train d'atterrissage, ce qui permet aux étudiants en maintenance des aéronefs de recevoir une formation pratique et réaliste à une fraction du prix qu'il en coûte pour travailler sur un vrai aéronef.

« En ce qui a trait à l'entretien des aéronefs, le même principe de formation s'applique, déclare M. Olson. Personne ne peut s'offrir une formation pratique au quotidien. C'est pourquoi nous construisons des simulateurs de haute qualité. Cela permet aux forces armées d'offrir une formation réaliste et peu coûteuse, dans un environnement sans danger. De plus, comme les appareils sont commandés par un logiciel, il est facile d'effectuer des mises à niveau. »

Les simulateurs d'entretien d'aéronef reproduisent les conditions du monde réel tout en éliminant les dangers associés au travail sur un vrai aéronef. Les simulateurs d'entretien d'aéronef d'Atlantis sont utilisés par les forces de défense partout dans le monde, notamment par l'Aviation canadienne, la Royal Australian Air Force, Navy and Army, les forces aériennes et navales des États-Unis ainsi que la Royal Saudi Air Force.

« Par le passé, les lignes aériennes comptaient sur l'armée pour la formation des pilotes et du personnel d'entretien », a déclaré M. Olson. « Grâce à nos systèmes, nous pouvons produire une nouvelle génération de pilotes à un coût inférieur. De plus, nous pouvons aider les lignes aériennes à former du personnel d'entretien de façon beaucoup plus efficace. »



Atlantis a livré des appareils de formation au pilotage à de nombreuses grandes lignes aériennes à l'échelle mondiale.

L'industrie automobile de l'Ontario demeure solide

L'industrie automobile de l'Ontario a enregistré une année record en l'an 2000. L'économie a prospéré dans toute l'Amérique du Nord, et pour bien des gens, l'achat d'une nouvelle voiture se situait parmi leurs premières priorités.

Le rythme rapide de l'économie commence à ralentir aux États-Unis et, comme plus de 90 pour cent des véhicules fabriqués en Ontario y sont exportés, l'industrie automobile de la province est la première à ressentir les effets d'un ralentissement, qui se traduit par une diminution de l'inventaire.

Le ministre des Finances Jim Flaherty a déclaré que les analystes du secteur privé préoyaient un taux de croissance soutenu égal ou à peine inférieur à 2,8 pour cent pour 2001.

On prévoit que 1,5 million de véhicules seront vendus au Canada en 2001, soit un volume de vente légèrement inférieur à celui de 2000 qui atteignait 1,55 million, mais tout de même supérieur à celui de 1995 qui était de 1,16 million. En 1995, 2,4 millions de véhicules ont été fabriqués, et on prévoit qu'il y en aura 2,86 millions en 2001. Ces prévisions, qui représentent une diminution de l'ordre de 100 000 véhicules, reflètent bien la vigueur continue de l'industrie en Ontario.

Le gouvernement de l'Ontario comprend les problèmes auxquels l'industrie de l'automobile doit faire face et a pris bon nombre de mesures pour s'assurer que la province devienne hautement compétitive et qu'elle le demeure. Ainsi, le taux d'imposition sur la fabrication sera réduit de 12 à 8 pour cent d'ici 2005 et le processus réglementaire a été simplifié. La province compte un grand nombre de travailleurs qualifiés, et ses coûts d'exploitation sont inférieurs à ceux des États-Unis. Au cours des cinq dernières années, le gouvernement a mis beaucoup d'efforts non seulement pour attirer les investissements d'importants fabricants d'automobiles, mais aussi pour encourager la formation d'un réseau de fournisseurs qui pourrait appuyer la fabrication de véhicules.

Ces mesures ont fonctionné, car l'Ontario constitue l'une des principales zones de production de produits automobiles en Amérique du Nord et elle se classe juste derrière l'État du Michigan. Selon les données des rapports sur l'industrie de l'automobile émis par Ward, la production en Ontario a augmenté de 61 pour cent depuis 1990. En termes de revenus, l'industrie de l'automobile demeure notre plus important secteur économique.

Les usines de fabrication d'automobiles de l'Ontario produisent en exclusivité mondiale des modèles populaires et extrêmement rentables, dont l'Intrepid,

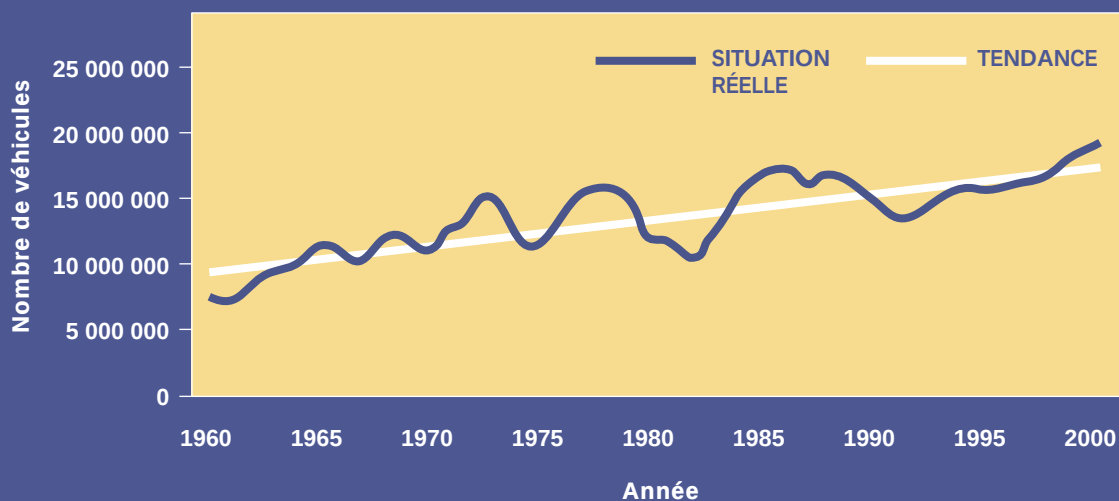
le Windstar et la Corolla. Bien que la demande diminue, les gens continuent de vouloir des véhicules neufs. C'est ce qu'a établi la General Motors, qui a enregistré une augmentation de 7,2 pour cent de ses ventes en janvier 2001 par rapport à janvier 2000.

Voici certains événements qui ont contribué à aider l'industrie :

- En janvier 2001, Toyota a annoncé qu'elle prévoyait produire la Matrix 2003 à son usine de Cambridge.
- Le 8 février 2001, Ford du Canada Limitée a annoncé que la production de la Marauder de Mercury débiterait au printemps 2002 à l'usine de montage de St. Thomas.
- Honda fabriquera environ 40 000 utilitaires sport de luxe Acura par année à une nouvelle usine située à Alliston.
- En décembre 2000, Keiper Canada Limited a annoncé un investissement de 100 millions de dollars dans une nouvelle usine de fabrication de pièces d'automobiles située à London.
- En août 2000, UBE Automotive a annoncé un projet de 180 millions de dollars prévoyant la construction d'une usine de fabrication de roues en aluminium à Sarnia.
- L'usine de CAMI Automotive à Ingersoll (une coentreprise de la General Motors du Canada Limitée et de Suzuki Motor Co. Ltd.) a été affectée à la fabrication d'un nouveau véhicule dont la production débutera en 2003.

L'industrie de l'automobile a toujours été une industrie cyclique. Ainsi, après avoir enregistré un rendement record pendant plusieurs années, le ralentissement actuel n'est pas surprenant. « L'économie mondiale est en constante évolution, a déclaré le premier ministre Mike Harris. Chaque jour, de nouveaux défis et de nouvelles possibilités économiques surgissent. C'est pourquoi nous ferons tout ce qui est nécessaire pour protéger nos acquis et pour demeurer concurrentiels à l'échelle mondiale. »

VENTES DE VÉHICULES AUX ÉTATS-UNIS ET AU CANADA



En 1999 et en 2000, les ventes se sont situées largement au-dessus de la tendance.

Source : Wards Automotive Yearbook 2000 (données), ministère du Développement économique et du Commerce, Bureau de l'industrie automobile

Principaux investissements

Wescast Industries Inc.

a annoncé un projet d'investissement d'environ 23 millions de dollars dans l'établissement de son nouveau centre de développement technique et de son siège social à Brantford. Les travaux de construction sur le site de 6 968 m² débuteront en 2001 et prendront fin au début de l'année 2002. Le site accueillera également le groupe de soutien de la société qui déménagera de l'usine actuelle de Brantford. On prévoit qu'une centaine de nouveaux employés seront engagés dans les prochaines années.

AmeriCredit Corp.

prévoit la construction d'un nouveau centre de services financiers à la clientèle à Peterborough. L'établissement de 7 897 m² sera conçu pour accueillir 500 employés. L'ouverture du centre est prévue en juin 2001.

Amex Canada Inc.

affectera cinq millions de dollars à l'établissement d'un centre d'appels de services touristiques à Hamilton. Il est prévu que cet investissement créera 150 nouveaux emplois.

Hershey Canada Inc.

a investi 60 millions de dollars à Smiths Falls dans le but d'ajouter deux nouvelles gammes de production, d'élargir celle déjà existante et de développer le traitement des déchets. Les travaux se termineront à la fin de l'hiver 2001. Ce développement créera 100 nouveaux emplois en 2001.

Domtar Inc. et Anthony Forest Products

ont annoncé un projet de construction d'une nouvelle usine à Sault Ste. Marie. La coentreprise investira 20 millions de dollars dans cette usine, qui fabriquera des poutrelles profilées en I en bois massif. Une cérémonie d'inauguration des travaux du nouvel établissement a eu lieu le 5 octobre 2000.

Les Industries C-MAC

ont inauguré officiellement leur nouvelle usine de fabrication de 7 897 m², située à Cornwall. L'usine compte présentement plus de 50 employés et on prévoit que ce nombre atteindra 150 d'ici six mois. L'usine s'occupera de l'assemblage électromécanique et fournira des services d'intégration de systèmes.

Embouteillage Coca-Cola Limitée

a annoncé un projet d'investissement de 150 millions de dollars dans la construction d'un centre de production, de vente et de distribution à Brampton. Le nouveau centre emploiera environ 550 personnes, qui seront transférées d'autres usines. Il est possible que de nouveaux emplois soient créés.

Great Dane Trailers

a acheté un terrain de 265 645,9 m² dans l'ancienne ville de Trenton en vue de construire un établissement de 27 871 m². La société emploiera 500 personnes lorsque l'usine sera entièrement opérationnelle.

Nokia Corp.

construira un établissement de 13 936 m² dans le parc scientifique de Kanata. Le nouvel établissement pourra accueillir jusqu'à 500 employés et permettra une éventuelle croissance de l'entreprise, qui compte actuellement un effectif de 200 personnes à Kanata. Le 10 octobre 2000, la société a inauguré les travaux de la première phase d'un important projet de développement concernant son premier centre de développement de produits à Kanata. Ce plus grand établissement pourra accueillir 300 nouveaux employés du domaine de la haute technologie. Nokia est un fournisseur de téléphones mobiles et de réseaux de télécommunication mobiles et fixes.

Triptych met en vedette le talent canadien

Malgré sa petite taille, Triptych Media est une force croissante au sein de l'industrie cinématographique. En 1996, son long métrage intitulé *Lilies* (*Les Feluettes*) a remporté quatre prix Génie, dont celui du meilleur film. En 1997, le film *The Hanging Garden* (*Le jardin suspendu*) a gagné le prix du meilleur film canadien et celui du film le plus populaire au Festival international du film de Toronto. Grâce à des longs métrages, à des émissions dramatiques et à des spectacles télévisés, Triptych s'est bâti une réputation internationale pour son travail primé, qui met en vedette certains des réalisateurs, des auteurs et des acteurs les plus talentueux du Canada.

« C'est gratifiant de recevoir la reconnaissance de ses pairs et du public. Ça l'est encore plus de savoir qu'on a rejoint et touché des gens par son travail, déclare Anna Stratton, productrice et partenaire chez Triptych Media. C'est pour cela que nous exerçons ce métier. »

M^{me} Stratton et ses deux collègues, Robin Cass et Louise Garfield, ont fait connaissance à l'époque où ils collaboraient au long métrage intitulé *Zero Patience*. Au moment du lancement du film, le trio a décidé de fonder une société de production. Triptych Media a vu le jour en 1994.

« Les longs métrages pour le cinéma constituent l'essentiel de notre travail, mais nous nous intéressons également aux dramatiques de longue durée pour la télévision », explique M^{me} Stratton. L'entreprise réussit très bien dans ce domaine, comme en témoignent le récent téléfilm *The Bookfair Murders* et la dramatique familiale intitulée *The Tale of Teeka* (*L'Histoire de l'oie*), qui a remporté le prix de la meilleure émission pour enfants en 1998 au Festival de la télévision de Banff, devançant des concurrents internationaux de taille.

« Nous choisissons nos projets de différentes façons. Nous lisons des livres, nous voyons des pièces de théâtre et nos choix sont motivés par la qualité de l'œuvre, affirme M^{me} Stratton. Notre travail est surtout axé sur les personnages. Alors nous recherchons des personnages forts, des histoires riches et des voix originales. Ce sont toutes des œuvres canadiennes. »

Triptych compte actuellement neuf projets en préparation. Il s'agit d'un processus de longue



Les partenaires de Triptych Media (dans l'ordre habituel) Anna Stratton, Robin Cass et Louise Garfield.

haleine. Selon M^{me} Stratton, il faut parfois plusieurs années pour préparer un scénario, obtenir le financement, tourner le film, le monter et le distribuer. « J'ai vu la pièce *Lilies* (*Les Feluettes*) pour la première fois en 1988. Nous en avons acquis les droits d'adaptation en 1991 et le film est sorti en 1996 », explique-t-elle. Tous les films de l'entreprise ont été distribués aux États-Unis. Par exemple, *The Hanging Garden* (*Le Jardin suspendu*) a été vendu aux MGM Studios ainsi qu'à des distributeurs internationaux.

Située à Toronto, Triptych Media compte cinq employés permanents. Lorsqu'elle amorce la production d'un film, elle met sur pied une entreprise distincte consacrée exclusivement au film et embauche du personnel en conséquence. Un film peut nécessiter l'embauche de 100 à 150 personnes. Le bureau de Triptych sert essentiellement de centre de développement. M^{me} Stratton et ses collègues travaillent en étroite collaboration avec les auteurs et les réalisateurs à la préparation

d'un scénario et s'occupent activement de l'obtention du financement et de la distribution des rôles. « Nous pourrions n'agir qu'à titre de producteur financier ou créatif, mais nous aimons nous occuper de tous les aspects. Nous sommes également très présents sur le plateau de tournage et nous essayons de participer le plus possible à la publicité et au marketing. »

M^{me} Stratton dit espérer que l'entreprise en arrive un jour à lancer idéalement trois films par année. Elle aimerait également créer davantage de débouchés pour les films canadiens sur le marché international. « Nous désirons réellement faire connaître les œuvres canadiennes et promouvoir les talents des scénaristes canadiens. »

Les téléphiles pourront bientôt voir la toute dernière œuvre de Triptych Media, coproduite avec Alliance Atlantis. Ce printemps, le réseau CTV diffusera *Lucky Girl*, une dramatique frappante qui illustre les effets dévastateurs des jeux de hasard sur une adolescente et sa famille.

GenFast offre une combinaison idéale de produits, de rendement et de bons prix

GenFast Manufacturing Company de Brantford, le plus important fabricant de fixations pour automobiles au monde, a une forte prise sur le marché. Parmi sa clientèle, elle compte la division des groupes propulseurs de General Motors, Ford Motor Company, Dana Corporation et Tower Automotive aux États-Unis. Plus de 80 pour cent des activités de base de GenFast consistent à fabriquer des boulons, des vis, des organes d'assemblage, des rivets et d'autres pièces de fixation vendues à l'industrie automobile. Le reste de ses produits est destiné à des applications industrielles qui nécessitent toutes des fixations faites sur mesure, notamment des réglages de meubles de bureau, des roulettes, du matériel de sécurité pour les chantiers de construction et des pièces pour les lignes de transport d'énergie et pour l'industrie des pâtes et papiers.

« Nous ciblons l'après-vente et les marchés autres que celui de l'automobile, mais c'est sur ce marché que se vendent toujours les pièces à grand volume. Par exemple, nous fournissons plus de 50 millions

d'unités d'un seul modèle de boulon à General Motors », explique Dan Penrose, vice-président des ventes et du marketing.

Depuis 1910, Genfast fonctionnait sous le nom de Stelco Fasteners. À la suite de son acquisition par General Fastener de Livonia (Michigan) en janvier 1998, l'entreprise a changé son nom pour celui de GenFast Manufacturing Company. Aujourd'hui, l'usine ultra-perfectionnée de Brantford, en exploitation depuis 1990, occupe une superficie de 32 516 mètres carrés, emploie 380 personnes et compte plus de 60 unités de production primaire. Grand River Technologies (GTR), une entreprise distincte, fabrique de l'outillage automobile, des outils progressifs et des pièces usinées. Le laboratoire de GTR effectue des essais rigoureux et des analyses approfondies sur les produits.

La volatilité du marché de l'automobile peut causer des bouleversements chez de nombreux fournisseurs qui comptent sur des ventes soutenues de voitures et de camions. Pour se préparer à d'éventuels ralentissements dans l'industrie automobile, GenFast a pris des mesures en vue d'en minimiser

les contrecoups sur ses activités et ses ventes. Selon M. Penrose, GenFast doit sa position enviable à une bonne gestion et à un peu de chance. « Nous nous sommes fait une place dans les groupes propulseurs et les produits à valeur ajoutée. L'entreprise a connu une croissance considérable, soit de 50 pour cent depuis trois ans. Nos nouvelles activités se concentrent sur de nouveaux modèles de moteurs, de boîtes de vitesses et de composants, qui se trouvent principalement dans les véhicules les plus populaires. »

Le développement de produits constitue une priorité pour GenFast. L'entreprise est motivée en partie par les clients qui exigent une réduction des coûts, mais également par son engagement à s'améliorer constamment. « Nous avons

considérablement augmenté notre prix de vente unitaire grâce au développement de produits. Nous sommes passés à des composants assemblés, à des ferrules, des MATHreads (un produit fabriqué sous licence) et au filetage à la molette après traitement thermique. Nous déployons beaucoup d'efforts en ce qui a trait à la réduction des coûts et à l'uniformisation, grâce à l'amélioration des méthodes de fabrication des produits. Afin de réduire leurs frais, les constructeurs automobiles délèguent l'ingénierie à leurs fournisseurs. C'est pourquoi nous nous occupons beaucoup de développement et que nous offrons un service complet. »

Les plans de croissance de GenFast témoignent de son souci de la qualité. L'entreprise prévoit développer sa division d'outillage située à l'usine de Grand River au moyen de plusieurs nouvelles machines actuellement mises en service. « Nous nous concentrons également sur les étapes finales du processus (triage, emballage et expédition). Nous utilisons les composants nécessaires afin de faire en sorte que nos produits soient exempts de défauts », ajoute M. Penrose.

Engagée envers la collectivité, GenFast a récemment reçu le prix d'excellence en affaires 2000 décerné par la Chambre de commerce de Brantford. « En raison de tous les emplois que nous avons créés à Brantford depuis trois ans, nous avons embauché près de 100 personnes. Si l'on tient compte de l'attrition et des départs en retraite, cela revient à plus de 75 postes. Nous avons remis en vigueur un programme d'apprentissage et formé des dizaines d'opérateurs de machines. Normalement, une entreprise est en nomination pendant deux ou trois ans avant de gagner le prix d'excellence en affaires. Nous l'avons obtenu du premier coup. »

Ouvrant dans un secteur assujéti à de nombreux éléments imprévisibles, GenFast prospère grâce à plusieurs facteurs. L'an dernier, elle a adopté le système Six Sigma, un système de réduction des coûts, d'amélioration des méthodes et de rationalisation de la fabrication, qui est très prisé au sein de l'industrie automobile américaine. La réussite de l'entreprise tient également en grande partie à sa compréhension réaliste et candide de sa clientèle.

« Les clients s'attendent à ce qu'on s'intéresse à leurs affaires et qu'on leur fournisse des produits exempts de défauts. Il faut être le meilleur dans le domaine. Il faut être un partenaire et un fournisseur de produits de qualité et offrir un service complet, mais également proposer les meilleurs prix en ville. La seule façon d'y parvenir, c'est de se doter de matériel moderne et de donner un meilleur rendement en améliorant constamment tous les aspects de l'entreprise. C'est ce que fait GenFast. »



Dan Penrose, vice-président des ventes et du marketing (à gauche) et Craig Hagopian, directeur du contrôle de la qualité, inspectent certains de leurs produits.

Canica conçoit des outils chirurgicaux révolutionnaires

« C'est frustrant, s'est exclamé le médecin. Je trouve plus d'outils spécialisés pour le travail du bois que pour la chirurgie. » Ce commentaire, Leonard Lee, fondateur et président de Lee Valley Tools, l'a entendu à maintes reprises. Depuis plus de 20 ans, son entreprise familiale fabriquait des outils à main de qualité pour les fervents du travail du bois et du jardinage. De nombreux clients étaient des médecins.

« Un jour, un client de longue date est venu me voir et j'ai appris qu'il utilisait l'un de nos manches de couteau, qui reçoit des lames de scalpel, lorsqu'il pratiquait une chirurgie. Il a dit que c'était le manche le plus confortable qu'il avait jamais utilisé et qu'il offrait un bien meilleur équilibre qu'un scalpel normal, explique M. Lee. Il m'a suggéré de créer un scalpel chirurgical. »

M. Lee, qui envisageait de prendre sa retraite à cette époque, s'est rendu compte que son savoir-faire en matière de conception d'outils à main pour le travail du bois pouvait en grande partie s'appliquer directement aux outils manuels médicaux et donner des résultats très positifs tant pour les médecins que pour les patients. C'est ainsi qu'il a fondé Canica, une entreprise de fabrication d'outils médicaux.

Depuis deux ans et demi, Canica effectue des recherches et met au point des outils efficaces et abordables qui permettent de réduire la durée des interventions et d'obtenir de meilleurs résultats en ce qui concerne les patients. L'entreprise amorce la mise en marché de trois systèmes innovateurs et M. Lee est très enthousiaste quant à l'énorme potentiel que chacun représente.

Tout d'abord, il décrit les avantages du nouveau scalpel à lame éjectable de Canica. Le scalpel standard a été inventé en 1915; après avoir fait



Leonard Lee, fondateur et président de Canica.

l'objet d'améliorations mineures il est toujours utilisé aujourd'hui. « Ce n'était pas aussi crucial avant que le VIH et l'hépatite B et C soient aussi répandus. Maintenant, bien entendu, une coupure accidentelle avec un scalpel usagé peut être mortelle », affirme M. Lee. Le nouvel outil éjecte les lames usagées d'une simple pression d'un bouton et offre une meilleure stabilité en chirurgie, ainsi qu'une sécurité accrue.

L'idée dont découle le deuxième système provient directement du même médecin qui a suggéré la réinvention du scalpel. « Il avait acheté de Lee Valley des aimants faits de terres rares et croyait qu'il pourrait peut-être s'en servir pour maintenir les lèvres de plaie écartées pendant les opérations », explique M. Lee. En collaboration avec le Dr Michael Bell, un chirurgien plasticien innovateur d'Ottawa, l'entreprise a conçu un système manuel chirurgical (Canica Hand Surgical System ou CHSS).

On dit que le troisième produit est révolutionnaire. Il s'agit d'un système de fermeture (*Canica Wound Closure System*) qui permet de fermer les plaies sans utiliser de dispositifs rigides comme des agrafes ou des

points de suture. Un petit crochet se fixe à la peau saine, de part et d'autre de la plaie, et une force semblable à celle d'un élastique tire les lèvres l'une vers l'autre. Dans la plupart des cas, les greffes de peau ne sont pas nécessaires.

« De tous les systèmes que nous avons conçus, déclare M. Lee, celui-ci est le plus satisfaisant parce que le patient en profite directement. »

Les réalisations de Canica sont toujours le fruit de collaborations avec des médecins. M. Lee et ses concepteurs ont maintenant l'habitude d'observer des interventions chirurgicales afin de trouver des moyens de les améliorer. L'équipe de neuf personnes œuvrant dans un bureau situé à Almonte, à 30 minutes au sud-ouest d'Ottawa, étudie le problème, crée un instrument permettant de le résoudre et fabrique un prototype mis à l'essai par le médecin. On améliore l'instrument jusqu'à ce que le médecin en soit satisfait. Les produits sont actuellement fabriqués dans les installations de Lee Valley ou chez des sous-traitants.

L'entreprise a distribué son premier catalogue commercial à 4 200 chirurgiens canadiens à la fin janvier. « Au Canada, nous prévoyons maintenir des rapports commerciaux très directs avec les chirurgiens, affirme-t-il. Nous voulons qu'ils nous fassent part directement de leurs commentaires positifs ou négatifs. » L'entreprise fait appel à des distributeurs pour vendre ses produits aux hôpitaux et sur le marché international.

Selon M. Lee, sur bien des plans, la transition des outils de travail du bois aux outils médicaux a été facile et des plus satisfaisantes. Elle est la continuité de 20 ans d'expérience chez Lee Valley.



Nienkämper : forme + fonction = ventes accrues

Il ne suffit pas qu'un produit bien conçu soit beau, il doit être également fonctionnel et dépasser les attentes de l'utilisateur. Nienkämper, un fabricant de meubles de Toronto, produit des meubles fonctionnels primés depuis plus de 30 ans. L'entreprise, qui collabore souvent avec des designers émérites, a récemment gagné le prix du meilleur concepteur et fabricant de meubles décerné par le *National Post*. L'an dernier, elle a également reçu un prix d'excellence à l'exportation soulignant sa réussite sur les marchés internationaux.

« Nos activités sont axées sur le marché, affirme Klaus Nienkämper, président et fondateur de l'entreprise, et le marché désire de bonnes créations. Nous discutons avec nos clients et nous répondons à leurs besoins. »

Il y a quelques années, un client avait besoin d'un système modulaire pouvant contenir les nombreux fils, câbles et boîtes de plastique nécessaires dans un bureau ou une salle du conseil modernes. Mark Muller, chef concepteur de l'entreprise, a alors conçu la collection Vox, une solution élégante qui permet de disposer la technologie de façon

optimale, sans encombrer la pièce. Elle comprend des tables de réunion et de conférence, des armoires pour le matériel de vidéo-conférence et de communication, des bahuts et des lutrins pour les présentations audio-visuelles.

« Nous avons choisi de traiter le concept de la table et la connectivité comme un tout, déclare M. Muller. Nous avons conçu cette unité en pensant à la connectivité dès le départ et non après-coup. »

Le premier produit Vox a été monté avec des composants électroniques « commerciaux »

suite à la page 12



En 2001, le premier ministre mettra l'accent sur l'emploi et l'économie

Le premier ministre de l'Ontario, Mike Harris a déclaré que l'objectif de son équipe pour l'année était de favoriser une économie solide en Ontario et de créer davantage d'emplois.

« Nous nous efforçons de maintenir l'essor économique pour qu'il y ait autant d'emplois que possible en Ontario, quels que soient les changements que subiront les conditions mondiales », a déclaré M. Harris, à l'issue d'une réunion extraordinaire du Conseil des ministres sur les perspectives budgétaires de la province.

M. Harris a confirmé que la population ontarienne aura droit à d'autres réductions d'impôt dans l'avenir et que son équipe adhérera toujours à l'équilibre budgétaire.

« Nous poursuivrons notre plan, qui est de réduire les impôts et de favoriser la création d'emplois et l'investissement, car c'est le meilleur moyen de protéger notre prospérité et de rendre l'Ontario encore plus vigoureux », a souligné M. Harris.

« Nous sommes conscients que l'économie mondiale est en évolution constante. Nous devons donc viser, jour après jour, à garder l'Ontario en tête du peloton. »

L'équipe de M. Harris avait promis une réduction de 30 pour cent de l'impôt sur le revenu des particuliers lors de la campagne électorale de 1995; ayant rempli cette promesse, elle s'est engagée à une nouvelle réduction de 20 pour cent en 1999. Maintenant que plusieurs étapes de cette réduction d'impôt ont été franchies, celle-ci est en passe d'être intégralement mise en œuvre, en avance sur les prévisions.

« Les réductions d'impôt sont trop importantes pour ne se produire qu'une fois dans la vie. Nous continuerons de réduire les impôts, car c'est le meilleur moyen de favoriser encore davantage la création d'emplois. »

Des partenaires des Premières nations reçoivent un prix

Une entreprise autochtone prospère de sylviculture a surgi dans le Nord-Ouest de l'Ontario. Sa réussite tient à un partenariat innovateur entre une Première nation de la région et deux importantes sociétés forestières, qui ont reçu récemment le premier Prix annuel d'excellence pour le développement des partenariats dans les communautés autochtones de l'Ontario.



Janet Lane, chef d'équipe, Foresterie améliorée, chez Weyerhaeuser et le chef Ruben Cantin de la Première nation Waabigon Saaga'igan Anishinaabeg inspectent des semis à la pépinière Wabigoon Anishnaabe Gitigewin Inc.

La pépinière Wabigoon Anishnaabe Gitigewin Inc. est le fruit d'une collaboration couronnée de succès entre les sociétés forestières Bowater Forest Products Division (Thunder Bay Woodlands Operations) et Weyerhaeuser Company Ltd. (Dryden) et la Première nation Waabigon Saaga'igan Anishinaabeg.

La pépinière doit, en vertu d'un contrat, fournir 3,1 millions de semis par année à Weyerhaeuser Company Limited et 2 millions à Bowater Forest Product Division, Thunder Bay Woodlands Operations.

Située dans une réserve, la pépinière est abritée par une serre moderne à ambiance contrôlée de 8 733 mètres carrés. Cet emplacement offre assez d'espace pour un éventuel agrandissement des installations, qui pourraient alors contenir 10 millions de semis. La pépinière appartient à la Première nation Waabigon Saaga'igan Anishinaabeg, qui l'exploite et qui emploie actuellement huit travailleurs à temps plein, et entre 30 et 40 travailleurs saisonniers.

Les deux sociétés forestières ont donné des conseils d'ordre technique, juridique et commercial au personnel de la pépinière. Roger Barber, vice-président des zones boisées de l'Ontario et du Nouveau-Brunswick de Bowater affirme : « Nous sommes très impressionnés par la qualité d'exécution du travail du personnel de la pépinière.

Bowater est très heureuse d'avoir eu la possibilité de jouer un rôle important dans la concrétisation du projet de pépinière de la Première nation Waabigon Saaga'igan Anishinaabeg. Ce partenariat donne lieu à d'excellentes relations de travail entre les parties. »

« Nous travaillons à ce projet avec la Première nation Waabigon Saaga'igan Anishinaabeg depuis un certain nombre d'années et nous l'appuyons beaucoup, déclare Fred Dzida, chef de la gestion des terres forestières de Weyerhaeuser Company Limited. Nous avons passé des contrats avec la pépinière parce que nous y voyons une bonne occasion d'affaires pour les deux parties et un véritable avantage pour la région. C'était un bon investissement et je recommande chaudement le programme « Partenariats de travail » de l'Ontario à mes collègues d'autres sociétés. »

Les partenariats avec des collectivités autochtones peuvent aider les sociétés à accéder à de nouveaux marchés et à obtenir un soutien communautaire aux fins du développement économique et commercial. Ils peuvent également permettre de réaliser des économies et ils assurent une main-d'œuvre stable à long terme, tout particulièrement dans les collectivités éloignées.

« En novembre 2000, j'ai eu le grand plaisir de décerner aux partenaires de la pépinière, le premier Prix annuel d'excellence pour le développement des partenariats dans les communautés autochtones, a déclaré le ministre des Finances Jim Flaherty, ancien Procureur général et ministre délégué aux Affaires autochtones. Ce prix fait de la pépinière l'un des symboles de la vision de l'Ontario en matière de partenariats entre les collectivités autochtones et le secteur privé ontarien. »

Ce prix récompense les partenariats réussis conformément aux principes de la stratégie du gouvernement intitulée « Une économie autochtone plus vigoureuse ».

Grâce à plus de 35 programmes coordonnés répartis dans 11 ministères, le gouvernement de l'Ontario joue un rôle clé dans la promotion des partenariats de travail et autres initiatives de développement dans les collectivités autochtones.

« La pépinière créera de nombreuses retombées économiques pour les Premières nations de la région, affirme le chef Ruben Cantin Senior de la Première nation Waabigon Saaga'igan Anishinaabeg. En outre, nous préparons notre autonomie économique. »

Nienkämper : forme + fonction = ventes accrues

intégrés pour un client de Dallas. « Nous sommes des fabricants de meubles, alors la partie électrique du produit était totalement nouvelle pour nous, explique M. Nienkämper. La conception et la fabrication du Vox Forum offrant des possibilités de connectivité dans la salle du conseil ou les salles de réunions constituait un nouveau défi que nous avons relevé avec succès. »

Les sociétés multinationales apprécient particulièrement la fonctionnalité de la collection Vox. Un employé qui se trouve dans un bureau équipé de meubles Vox peut aller dans un autre du même type, brancher un ordinateur portable dans l'une des prises intégrées et effectuer une présentation audio-visuelle sur le tableau blanc électronique du système. De grandes sociétés d'experts-conseils comme Deloitte & Touche et Accenture (autrefois Andersen Consulting) et beaucoup d'autres organismes importants ont adopté la collection Vox et en font une norme à l'échelle mondiale. Savant mélange de tradition et de modernisme, les produits Vox représentent plus de la moitié des ventes de Nienkämper.

Il n'est pas étonnant que la vaste usine de Nienkämper située en banlieue de Toronto allie également la tradition et la technologie. Des scies industrielles automatisées découpent le bois et lui donnent les formes impossibles dictées par les



designers de l'entreprise et des artisans spécialisés finissent à la main les composants et les assemblent soigneusement, au milieu de piles de morceaux de bois de placage et de cuir fins. On y remarque l'absence d'une atmosphère « d'usine », la plupart des employés saluant les visiteurs avec le sourire, de toute évidence fiers de leur travail.

« Nous avons actuellement 220 employés et nous en comptons probablement 250 d'ici la fin de l'année, affirme M. Nienkämper. Notre effectif comprend huit créateurs et nous travaillons avec plusieurs autres. »

Le designer-vedette de New York, Karim Rashid, est l'un des collaborateurs de Nienkämper. Parmi leurs récentes réalisations, mentionnons la collection de sièges Wavelength, qui comprend des sofas, des bancs et des fauteuils, et le Blob, un fauteuil qui épouse naturellement les formes du corps. Diplômé de l'Université Carleton d'Ottawa, M. Rashid a déjà enseigné au Collège des arts de l'Ontario avant d'ouvrir son propre bureau à New York en 1993.

« Nous collaborons avec le Collège des arts de l'Ontario depuis de nombreuses années, explique M. Nienkämper, et nous participons à un programme de bourses depuis la fin des années soixante-dix. Nous encourageons les étudiants à visiter nos installations pour observer ce que nous y faisons. »

Jusqu'à tout récemment, environ 80 pour cent des exportations de Nienkämper étaient destinées aux États-Unis. En partenariat avec le IFC Group, l'entreprise a ouvert des bureaux de vente et des salles d'exposition dans la plupart des grands centres américains. Bien que l'exportation vers les États-Unis demeure solide, l'accroissement des ventes sur d'autres marchés constitue une priorité formelle.

« Nous exposons nos produits au salon du bureau de Cologne, le plus important au monde, déclare M. Nienkämper. Après notre dernière visite là-bas, nous sommes allés au Royaume-Uni et en France et nous vendons maintenant nos produits à Londres, où nous avons un agent de vente. Nous voulons élargir notre marché, surtout si les affaires ralentissent aux États-Unis. »

L'entreprise vend déjà ses meubles à Hong Kong et espère les exporter bientôt en Chine continentale. Le mois dernier, Klaus Nienkämper s'est joint à la mission commerciale d'Équipe Canada en Chine, un nouveau marché qui permettrait à l'entreprise d'accroître son chiffre d'affaires encore plus rapidement. Nienkämper est prête à relever le défi.

CAHIER DES AFFAIRES DE L'ONTARIO

Ministère du Développement économique et du Commerce
Direction des communications et des relations publiques
Édifice Hearst, 8^e étage
900, rue Bay
Toronto ON CANADA M7A 2E1

Téléphone : (416) 325-6666 Télécopieur : (416) 325-6688
Ministre : L'honorable Bob Runciman
Sous-ministre : Barbara Miller
Directeur de la rédaction : Dale Lubitz
Ad. élec. : dale.lubitz@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*. 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.

Faites-nous parvenir vos commentaires!

Changement de nom ou d'adresse

Veuillez apposer votre étiquette d'adresse ci-dessous et y apporter les changements nécessaires afin que nous puissions garder nos dossiers à jour

ou/ indiquer vos nom et adresse exacts ci-dessous.

Adresse postale actuelle :

Nouvelle adresse postale :

Nom	
Raison sociale de l'entreprise	
Poste	
Adresse	
Ville	Province
Code postal	Téléphone
Télocopieur	Adresse électronique

Que pensez-vous du *Cahier des affaires de l'Ontario*?

Si vous avez des suggestions pour rendre le *Cahier des affaires de l'Ontario* plus intéressant et plus utile, veuillez nous en faire part. Nous attachons beaucoup d'importance aux commentaires des lecteurs, dont nous pouvons nous inspirer pour les prochains numéros.

☐ Oui, vous pouvez vous servir de mes commentaires pour le *Cahier des affaires de l'Ontario*.

Signature

Connaissez-vous quelqu'un qui devrait recevoir le *Cahier des affaires de l'Ontario*?

Nom	
Raison sociale de l'entreprise	
Poste	
Adresse	
Ville	Province
Code postal	Téléphone
Télocopieur	Adresse électronique

Télocopier à : Dale Lubitz, directeur de la rédaction
416•325•6688 ou envoyer
par courriel à : dale.lubitz@edt.gov.on.ca

ou envoyer par la poste à : Dale Lubitz, directeur de la rédaction
Direction des communications et des relations publiques
Ministère du Développement économique et du Commerce
Édifice Hearst, 8^e étage, 900, rue Bay
Toronto (Ontario) M7A 2E1

Avis important : Nous actualisons notre liste d'envoi. Si vous ne recevez pas le numéro de avril, envoyez-nous la feuille d'envoi par télécopieur de sorte que nous rajoutions votre nom sur notre liste. Merci de votre collaboration.



Présentés par :

Ontario Export Inc.
Une agence du gouvernement de l'Ontario

 **Banque de Montréal**



Chartered
Accountants
of Ontario



Export Development
Corporation

Société pour l'expansion
des exportations



Corporation
Commerciale
Canadienne

**CANADIAN
BUSINESS**

PROFIT

l'Economique

Business Sense

**Deloitte &
Touche**

LES PRIX ONTARIENS D'EXCELLENCE EN COMMERCE INTERNATIONAL • SOULIGNENT VOS RÉUSSITES

PRIX ONTARIENS D'EXCELLENCE EN COMMERCE INTERNATIONAL

please centre existing film
on 8.5x11 page

LES EXPORTATEURS CRÉATEURS D'EMPLOIS À L'HONNEUR.

Obtenez vos billets pour les Prix ontariens d'excellence en commerce international
N'ATTENDEZ PAS. INSCRIVEZ-VOUS EN DIRECT!

Le moment est revenu de célébrer les réalisations des petits et moyens exporta-
teurs de l'Ontario.

Présentés par Ontario Export inc., principal organisme de promotion du commerce
du gouvernement, la Banque de Montréal et ses partenaires commerciaux, les
Prix ontariens d'excellence en commerce international reconnaissent l'énorme
contribution des exportateurs à l'économie de l'Ontario, à la création d'emplois et
à l'accroissement de la compétitivité ontarienne sur les marchés internationaux.

Près de 350 mises en candidature ont été reçues de tous les coins de la province.
Les gagnants régionaux seront annoncés à l'occasion de déjeuners et de céré-
monies qui auront lieu dans le Centre, le Nord, le Sud-Est et l'Est de l'Ontario aux
endroits et jours suivants :

- Mississauga, le 22 mars 2001
- Thunder Bay, le 28 mars 2001
- Brantford, le 4 avril 2001
- Kingston, le 11 avril 2001

Les gagnants régionaux deviendront finalistes pour les premiers prix provinciaux,
qui seront remis à Toronto, le 17 mai.

*N'attendez pas. Inscrivez-vous en direct à www.ontario-canada.com/export
ou appelez sans frais au 1 877 468-7233.*

La globalisation au XXI^e siècle, tel est le thème sensationnel cette année des
forums sur le commerce de l'Ontario, qui donneront le coup d'envoi de chaque
événement régional, avec des allocutions prononcées par des conférenciers
d'honneur et des panels spéciaux réunissant des présidents et des directeurs
généraux. Ne manquez pas cette occasion d'échanger avec d'autres gens
d'affaires dynamiques et de découvrir les brillantes réussites d'exportateurs
de l'Ontario.

 **Ontario**