

CAHIER DES AFFAIRES DE L'ONTARIO

Avril 2001

Publié par le ministère du Développement économique et du Commerce

La mission commerciale en Chine favorise les nouvelles relations économiques, la croissance et la création d'emplois

La participation de l'Ontario à la récente mission économique de dix jours d'Équipe Canada 2001 en Chine a été une réussite totale. « Les entreprises ontariennes ont signé des accords qui accroîtront leurs affaires à court terme. Elles ont aussi établi des contacts qui favoriseront, à long terme, des échanges commerciaux soutenus, des relations étroites et la création d'un nombre encore plus élevé d'emplois », déclare le premier ministre Mike Harris.

M. Harris a dirigé la délégation ontarienne composée de quelque 150 sociétés. La mission s'est rendue à Beijing et Shanghai, puis à Hong Kong. Les représentants de l'Ontario provenaient d'entreprises de haute technologie, de télécommunications, d'approvisionnement agricole, de transformation des aliments, et de services aux entreprises, ainsi que de collègues et d'universités. Selon M. Harris, ce voyage s'inscrivait dans une plus grande stratégie visant à renforcer l'économie ontarienne, à créer des emplois et à établir des relations.

« L'économie mondiale se transforme constamment et nous devons nous préparer aux changements. L'un des plus importants est l'émergence de nouveaux marchés en Chine, affirme M. Harris. La mission en Chine nous a donné l'occasion de diversifier nos relations commerciales au-delà de l'Amérique du Nord et de démontrer la force de l'Ontario au sein de la nouvelle économie de pointe. »

La Chine constitue actuellement le quatrième plus important marché d'exportation de l'Ontario. Les exportations de la province vers la Chine ont augmenté de façon spectaculaire depuis quelques années, principalement grâce au secteur de l'automobile. En 1998, les exportations ontariennes vers



Le premier ministre Mike Harris et Stewart Beck, consul général du Canada à Shanghai. Le nouveau Service de marketing à l'étranger de l'Ontario aura ses bureaux au consulat du Canada de Shanghai.

la Chine se chiffraient à 286 millions de dollars. En 2000, elles ont atteint 856 millions, et se sont élevées à 1,4 milliard de dollars au total pour la Chine et Hong Kong.

Équipe Ontario retient plusieurs faits marquants de la mission commerciale. À Beijing, M. Harris a assisté à la signature de plus de 50 accords entre des entreprises et des organismes gouvernementaux ontariens et chinois. À Shanghai, Bombardier a lancé l'avion à réaction Global Express, de construction ontarienne, sur les marchés asiatiques. À Hong Kong, M. Harris a assisté à la signature d'un nouvel accord qui favorisera de meilleurs échanges commerciaux et la création d'emplois dans les entreprises exportatrices de l'Ontario.

suite à la page 2

Chaises musicales pour adultes
page 2

■
La famille Laplante sur le toit
page 5

■
Principaux investissements
page 7

■
Projet hydro-électrique d'une Première nation
page 12

Concert Design fabrique des chaises pour les musiciens



Sal Poretta et Lois Stouffer sont devenus des experts de la fabrication de chaises spéciales pour les musiciens.

Sal Poretta et son épouse Lois Stouffer sont tous deux des musiciens accomplis. En fait, ils se sont connus par l'entremise de leur professeur de piano. Leur relation ne s'est pas arrêtée là. Partenaires dans la vie comme en affaires, ils sont devenus spécialistes des chaises pour musiciens.

Après être resté assis sur un tabouret de piano pendant un certain temps, M. Poretta sentait ses jambes engourdis. « Le tabouret de mon professeur, dont les pattes avant étaient raccourcies, m'intriguait », explique-t-il. Mettant en pratique ses talents d'artisan, M. Poretta a créé, avec

fabriquer sur mesure des chaises adaptées à leurs besoins.

Parmi son impressionnante clientèle, l'entreprise compte la section des contrebassistes de l'opéra et de l'orchestre symphonique de Dallas, de l'orchestre symphonique de l'Utah, de l'opéra lyrique de Chicago, de l'orchestre symphonique de Buffalo et de l'orchestre symphonique de la Floride. Certaines personnes, comme Joel Quarrinton et Daniel Domb, respectivement premier contrebassiste et premier violoncelliste de l'orchestre symphonique de Toronto, utilisent les chaises de Concert Design.

M^{me} Stouffer, un banc confortable qui soutiendrait le dos pendant les longues heures de répétitions et de concerts

Aujourd'hui, M. Poretta conçoit et fabrique la gamme de chaises de concert de la société Concert Design depuis son domicile-studio situé à Port Franks, sur le lac Huron, au sud de Grand Bend.

Chaque chaise est façonnée à la main et travaillée par M. Poretta lui-même. Il taille, sculpte et monte les dossiers droits et les sièges. Les harpistes, les contrebassistes et les pianistes ont tous des besoins particuliers. Collaborant directement avec les musiciens, dont il tient compte des suggestions, il peut

M. Poretta donne à ses chaises une forme ergonomique qui favorise une bonne posture et élimine la tension et le stress musculaires. Ainsi, grâce aux chaises de Concert Design, plusieurs clients atteints de sclérose en plaques peuvent jouer de la harpe.

Les ventes à l'exportation s'effectuent principalement par commande postale et grâce au bouche à oreille. Le site Web www.concertdesign.com contribue à promouvoir les ventes à l'étranger. Cet outil s'avère payant. Le site Web a mis l'entreprise en contact avec le joueur de timbale de l'orchestre symphonique du Danemark, ce qui lui a ouvert des marchés internationaux. En juin, Concert Design présentera ses produits au congrès de l'International Society of Bassists, à Indianapolis. « Notre chaise a été nommée chaise officielle du millénaire », déclare M. Poretta, rayonnant.

En concert, les musiciens ont également besoin d'un éclairage discret. Concert Design offre une gamme de lampes aux halogènes pour les partitions. Grâce à un bloc-piles et à un chargeur portatifs, les musiciens peuvent voyager en toute quiétude, sachant qu'ils auront toujours le même éclairage partout dans le monde.

M. Poretta et M^{me} Stouffer voient beaucoup de possibilités de croissance. Grâce à l'excellent climat commercial qu'offre l'Ontario, et avec un constant effort de marketing, Concert Design se composera une symphonie de succès.

suite de la page 1

La mission commerciale en Chine favorise les nouvelles relations économiques, la croissance et la création d'emplois

Cet accord de deux ans prévoit un engagement commun visant à promouvoir des visites d'échanges de délégations commerciales pour la mise sur pied de coentreprises industrielles et commerciales.

M. Harris a également annoncé l'ouverture du Service de marketing à l'étranger de l'Ontario à Shanghai, qui a ses bureaux au consulat du Canada de cette ville. Ce nouveau service permettra d'accroître la notoriété de l'Ontario, d'attirer davantage d'investissements et d'augmenter les exportations. « Shanghai est un emplacement tout indiqué pour le Service de marketing, car il s'agit du plus important centre commercial de la Chine, précise M. Harris. Ce service aidera les entreprises ontariennes à relever les défis

uniques qui attendent les gens d'affaires en Chine, notamment la distance, la culture et la langue. »

Près de 600 gens d'affaires, huit premiers ministres provinciaux et trois chefs territoriaux ont pris part à Équipe Canada 2001. Les entreprises canadiennes ont conclu des accords d'une valeur totale de 5,8 milliards de dollars. Les sociétés ontariennes représentent 33 pour cent de ce total grâce à la signature de contrats, de protocoles d'entente, de lettres d'intention et autres accords d'une valeur de 1,9 milliard de dollars.

À son retour à Toronto, M. Harris a souligné que l'Ontario compte de nombreuses entreprises qui

fabriquent des produits de calibre mondial, nécessaires aux quatre coins de la planète. Il a réitéré l'engagement du gouvernement à travailler d'arrache-pied pour les faire connaître. « Équipe Ontario a réussi à attirer l'attention des décideurs chinois et cela créera davantage de ventes et d'emplois pour notre province », affirme-t-il.

« Notre priorité absolue consiste à instaurer les conditions idéales pour la création d'emplois en Ontario, poursuit M. Harris. Nous devons constamment chercher à accroître le commerce international. Si les entreprises ontariennes vendent à plus de marchés étrangers, elles amélioreront la compétitivité de notre province et assureront notre avenir. »

Bitcasters mise sur la convergence



(De gauche à droite) Mike Nesbitt, vice-président – Exploitation, Nathon Gunn, président, et Duane Wall, vice-président de Bitcasters. Cette entreprise a participé à la dernière mission commerciale d'Équipe Canada et d'Équipe Ontario en Chine.

« La convergence des médias » est une expression populaire ces temps-ci qui décrit comment les grands conglomerats jettent leur dévolu sur tout, des journaux à la câblodistribution. Il existe pourtant un autre type de convergence des médias qui pourrait exercer beaucoup plus d'influence sur la façon dont nous sommes informés et divertis. Une jeune entreprise torontoise est à l'avant-garde de son développement.

Avec la « convergence des nouveaux médias », il est possible d'exprimer, d'enregistrer et de distribuer presque toutes les formes d'art et de divertissement en langage numérique. Une toile peut devenir une pochette de disque et être ensuite intégrée à un vidéoclip diffusé sur les stations de câblodistribution ou un site Web.

Bitcasters Multiple Media Services est une petite entreprise en pleine croissance dont la réputation de chef de file n'est plus à faire. Fondée il y a quatre ans par son président, Nathon Gunn, et son vice-président, Duane Wall, Bitcasters se démarque de la plupart des jeunes pousses dans le secteur des nouveaux médias. L'entreprise, qui possède une expérience impressionnante dans la conception et la production multimédias, s'est fixé des objectifs clairs et s'est dotée d'une philosophie d'entreprise solide.

Bien que Bitcasters ait travaillé pour des entreprises plus traditionnelles, sa très grande créativité

attire les clients qui ne craignent pas de réinventer la façon d'aborder le multimédia. Mentionnons les géants de la musique BMG, Universal Music, Disney, Miramax Films, la division des médias interactifs de Citytv et Grosvenor Park, une grande entreprise anglo-canadienne spécialisée dans le financement et la réalisation de films.

« Nous voulons créer des expériences enrichissantes grâce au croisement de différents médias, explique Mike Nesbitt, vice-président – Exploitation de Bitcasters. Les membres de notre équipe sont des artistes aussi talentueux en informatique que créatifs. Nous pouvons donc offrir à nos clients des services innovateurs de meilleure qualité. »

Véritable entreprise multimédia, Bitcasters est également une maison de production à part entière. Elle a créé des messages publicitaires, des vidéoclips, des films d'animation, des premières et l'image de marque de nombreuses entreprises internationales de télédiffusion et de divertissement.

Le succès de cette entreprise repose sur ses 12 employés talentueux à temps plein auxquels des contractuels et des pigistes viennent prêter main-forte.

« De 15 à 25 personnes de l'extérieur travaillent presque exclusivement pour nous, explique M. Nesbitt. Nous disposons ici même en Ontario d'un

suite à la page 4

POINT DE VUE



Les débouchés sur le marché mondial sont très nombreux. Les entreprises ontariennes de toutes tailles le savent depuis longtemps et ont toujours su faire preuve d'initiative et de créativité dans la vente de leurs produits et services à l'étranger. On trouve partout dans la province des exemples de réussite.

Notre gouvernement fait sa part pour que ces réussites inspirent de nouvelles générations d'entrepreneurs. Nous travaillons d'arrache-pied afin que les entreprises ontariennes obtiennent la notoriété internationale dont elles ont besoin et qu'elles soient bien en vue partout dans le monde.

La participation d'Équipe Ontario à la récente mission commerciale d'Équipe Canada en Chine a été fructueuse. Les représentants de quelque 150 sociétés ontariennes ont accompagné le premier ministre Harris et réussi à donner plus de visibilité à leurs entreprises et à l'Ontario sur ce vaste marché naissant. Ensemble, les entreprises ont signé des ententes évaluées à 1,9 milliard de dollars. Elles ont également établi des contacts qui permettront d'ouvrir d'autres débouchés, d'établir des rapports étroits et de créer des emplois dans la province lorsque les occasions d'affaires se concrétiseront.

Le gouvernement Harris reconnaît qu'en vendant davantage sur les marchés étrangers, les entreprises ontariennes améliorent la capacité concurrentielle de notre province et assurent notre avenir. Voilà pourquoi nous continuons à mettre énergiquement en œuvre notre stratégie mondiale. D'ici un an, nous avons l'intention d'ouvrir cinq services de marketing dans des grandes villes du monde. Non seulement ces services mettront-ils en valeur les sociétés ontariennes, mais ils feront également connaître l'Ontario comme une destination de choix pour les investisseurs.

La position concurrentielle de l'Ontario s'est encore améliorée grâce à la diversification. Le secteur de l'automobile, qui a longtemps été le fer de lance de l'économie ontarienne, partage maintenant la vedette avec les secteurs de l'informatique, de l'aérospatiale, des plastiques et des produits pharmaceutiques. D'autres secteurs connaissent également une croissance rapide.

Notre engagement à baisser les impôts, à réduire les formalités administratives et la réglementation, et à accroître les possibilités d'expansion des entreprises, d'échanges commerciaux et de croissance s'est traduit par une vigueur économique et de nouveaux emplois dans chaque région de la province. De la région vinicole du Niagara à celle de l'Outaouais avec ses entreprises de haute technologie à forte intensité de connaissances, en passant par la région du Nord de l'Ontario riche en ressources naturelles, qui occupe une place de plus en plus importante dans la nouvelle économie, les entreprises ontariennes ont des histoires de réussite à raconter, de bons produits à vendre au pays comme à l'étranger et d'excellents débouchés à offrir au monde entier.

L'Ontario est concurrentiel. Son succès en est la preuve. Notre gouvernement fera tout en son pouvoir pour que la province demeure prospère.

Le ministre du Développement économique et du Commerce,
Bob Runciman



Nouveaux services de marketing à l'étranger pour promouvoir les entreprises ontariennes

Dans le cadre de la nouvelle stratégie mondiale de l'Ontario, le gouvernement s'emploie à promouvoir énergiquement la province auprès des investisseurs et des importateurs étrangers de produits et de services. À cette fin, il ouvrira cinq services de marketing à l'étranger, soit à Shanghai, à Tokyo, à Londres, à New York et en Allemagne.

Le premier ministre, Mike Harris, a annoncé l'ouverture du premier de ces services à Shanghai au cours de la récente mission commerciale d'Équipe Canada en Chine, où il a signé un protocole d'entente qui permettra d'établir le Service de marketing à l'étranger de l'Ontario au consulat du Canada à Shanghai. Le service devrait ouvrir officiellement ses portes au printemps en même temps que celui de New York.

Les services de marketing à Londres, à Tokyo et en

Allemagne seront inaugurés au cours de la prochaine année. On s'attend à ce qu'ils soient établis dans les missions canadiennes à l'étranger. La présence de l'Ontario sur ces marchés clés procurera un avantage concurrentiel dans la course chaudement disputée à l'obtention de contrats commerciaux et d'investissement. Les services de marketing aideront les sociétés ontariennes à établir des relations d'affaires dans les pays hôtes et contribueront à accroître la notoriété de l'Ontario, ce qui se traduira par une augmentation des investissements et des exportations.

Les exportations, qui représentent 52 pour cent du PIB de l'Ontario, ont permis de créer 1,6 million d'emplois dans la province. Environ 20 pour cent de la croissance économique de l'Ontario sont attribuables à l'accroissement des exportations nettes au cours des quatre dernières années. De même, les investissements étrangers directs se sont toujours traduits par une croissance du nombre d'emplois

dans des secteurs clés, comme l'automobile, les technologies de pointe et les produits pharmaceutiques. Selon des études sectorielles, chaque milliard de dollars en investissements étrangers directs en Ontario crée 8 200 emplois.

« Les services de marketing apportent un soutien très précieux aux exportateurs ontariens, explique Bob Runciman, le ministre du Développement économique et du Commerce. Ils auraient été très utiles au cours des pourparlers que nous avons eus ces dernières années avec l'Union européenne au sujet de l'accès équitable des viticulteurs ontariens au marché de l'UE. »

L'année dernière, le ministre Runciman et le président de la RAO, Andy Brandt, ont dirigé une délégation en Europe afin de convaincre l'UE de permettre la vente de vin de glace ontarien sur ce continent. L'UE y a finalement donné son aval récemment.

suite de la page 3

Bitcasters mise sur la convergence

formidable bassin de compétences qui proviennent des collèges Sheridan et Centennial, de l'université Ryerson et de l'Université de Waterloo. »

Aux dires de M. Nesbitt, les entreprises comme Bitcasters possèdent un avantage concurrentiel indéniable en raison des compétences disponibles et des faibles coûts d'exploitation en Ontario. L'entreprise s'associe également à des artistes et à d'autres sociétés œuvrant dans le secteur des nouveaux médias.

Bitcasters a créé récemment Soup et Palindrome, deux entreprises de production dirigées par Oli Goldsmith et Justin Stephenson, tous deux directeurs de la création. L'une des premières

coproductions qu'elle a réalisées avec Soup était le vidéoclip innovateur du meilleur groupe canadien que compte Sony, Our Lady Peace. Le clip dans lequel une toile se transforme en un monde d'art vivant poursuit rapidement son ascension au palmarès de MuchMusic.

L'expansion sur les marchés étrangers fait partie des priorités de l'entreprise. Joint au téléphone à Hong Kong, où il participait au sein de la délégation d'Équipe Ontario à la mission commerciale de dix jours d'Équipe Canada, Nathan Gunn décrit quelques-uns des plans d'expansion de l'entreprise. « L'Asie présente des débouchés intéressants, explique-t-il. C'est le genre d'initiative qui nous ouvre la voie. Je dois rencontrer des investisseurs en capital risque à Hong Kong et nous commençons à nouer des liens avec quelques-unes des grandes maisons de radiodiffusion locales. »

Même si elle cherche des débouchés à l'étranger, Bitcasters continue de miser sur le gigantesque marché américain. Une semaine à peine avant leur voyage en Chine, MM. Gunn et Nesbitt ont rencontré des clients à Los Angeles afin de discuter de leur plus récent projet. Bitcasters est en train de mettre au point un logiciel qui permettra aux artistes créateurs de distribuer leurs œuvres en ligne dans un format sécurisé afin de prévenir la reproduction illégale.

« Nous mettons au point des outils à l'intention des créateurs de contenu, précise M. Gunn. Le système sera intégré au contenu à l'étape du montage et les artistes pourront distribuer leurs œuvres, que ce soit des jeux, des films, des vidéoclips ou de la musique, facilement et en toute sécurité. Nous sommes convaincus qu'il existe une meilleure solution et nous prévoyons la lancer à la mi-juillet 2001. »

Bitcasters a acquis une solide expérience dans le domaine, ayant contribué à la mise au point de « Bluematter », le format musical numérique sécurisé de Universal Music Group. Les consommateurs en ligne obtiennent un son de meilleure qualité et du contenu multimédia additionnel, comme des images, des paroles, des mentions de sources et des biographies. Le cofondateur de Bitcasters, Duane Wall, et d'autres employés ont créé la marque Bluematter, le soutien des sites Web et l'interface de reproduction.

« Voilà ce qu'est réellement la convergence, explique M. Gunn, et l'Ontario doit profiter des occasions qu'offrent les nouveaux médias. La création de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SDIMO) (voir l'encadré) reconnaît ce fait et je crois qu'elle ouvrira la voie à une industrie vraiment dynamique. Nous avons tout ce qu'il faut pour réussir. »

Site Web : www.bitcasters.com

SDIMO : De nouveaux partenariats dans les médias

La Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario a été inaugurée le 1^{er} février dernier.

Grâce à un financement de 30 millions de dollars sur cinq ans, la SDIMO est le premier organisme gouvernemental au Canada dont le mandat vise à encourager la création de partenariats stratégiques entre les entreprises des différentes industries culturelles, notamment les suivantes : cinéma et télévision, enregistrement, publication de livres et revues, et médias numériques interactifs. Pour obtenir un complément d'information sur la SDIMO, consultez le site Web www.omdc.on.ca.

Idéal Revêtement, spécialisée dans les toitures et les lambris métalliques depuis plus de 70 ans



Idéal Revêtement a fourni 136 078 kg de panneaux métalliques pour les murs intérieurs et extérieurs du Centre Corel d'Ottawa.

Tous les bâtiments ont besoin d'un toit. Idéal Revêtement, une entreprise familiale d'Ottawa, répond à ce besoin depuis son ouverture en 1929, dans une gare abandonnée.

Depuis, trois générations de la famille Laplante se sont adonnées à la fabrication et à la distribution de produits de toiture et de lambris métalliques. Cette famille est restée à la barre de l'entreprise lorsque celle-ci prospérait dans la région au cours des premières années, de même qu'à l'époque où elle a frôlé la faillite, pendant la Deuxième Guerre mondiale, alors que l'acier nécessaire à ses activités devait servir à fabriquer des armes. Aujourd'hui, René Laplante exploite Idéal Revêtement avec son frère et sa sœur. Les produits de l'entreprise sont distribués par un réseau de revendeurs en Ontario, au Québec, dans les Maritimes et le Nord-Est des États-Unis.

« L'agriculture constitue notre plus gros marché, car nos panneaux recouvrent souvent les bâtiments agricoles. Les bâtiments commerciaux et industriels forment un autre marché important; les entrepôts, les devantures de magasins et les centres commerciaux sont souvent revêtus de métal que nous produisons », explique M. Laplante. Les toitures résidentielles constituent le quatrième domaine de spécialisation de l'entreprise. M. Laplante avoue qu'il est difficile de convaincre les gens de choisir du métal au lieu des bardeaux traditionnels, mais, selon lui, la société accroit lentement sa part de marché, surtout en région rurale.

« L'avantage des panneaux de métal, c'est qu'ils durent plus longtemps que les bardeaux. Nous offrons un choix de 24 couleurs. Nos panneaux sont faciles à installer et économiques, car une

feuille métallique peut couvrir une surface d'environ un mètre sur huit », affirme M. Laplante.

Idéal Revêtement achète son acier auprès de grandes aciéries canadiennes dont Stelco et Dofasco. Le métal lui est expédié en rouleaux dont le poids varie entre 4 536 kg et 9 072 kg. Une fois les commandes reçues, l'acier est taillé sur mesure. Les clients

peuvent choisir divers épaisseurs, largeurs et profilés, conçus pour des usages précis. La nouvelle série Heritage destinée aux bâtiments résidentiels et commerciaux prestigieux, qui offre un panneau d'attache dissimulant les vis, est très prisée. Cette caractéristique a en fait été conçue et brevetée par un ancien employé d'Idéal Revêtement, qui la lui a achetée. L'entreprise possède un parc de 30 camions qui livrent ses produits aux clients, notamment Home Depot et Home Hardware, aux distributeurs et aux tôleries.

Une autre division de l'entreprise, le Centre de service d'acier, représente un tiers du chiffre d'affaires. Idéal Revêtement achète des rouleaux d'acier galvanisé ou pré-peint et les coupe en plus petits morceaux. Elle approvisionne des ateliers de carrosserie, des fabricants de systèmes de chauffage et de ventilation, et d'autres entreprises qui n'ont peut-être pas le volume ou les ressources nécessaires pour acheter directement d'une aciérie.

À l'heure actuelle, l'entreprise vend 60 pour cent de ses produits à l'extérieur de l'Ontario. « Nous vendons beaucoup plus en Ontario qu'au Québec, mais le marché québécois est en pleine croissance », explique M. Laplante. L'un des plus gros contrats de la société consistait à fournir plus de 340 000 kg d'acier pendant un an à une mine du Nord du Québec. Elle a également fourni quelque 136 000 kg de lambris métalliques pour les murs intérieurs et extérieurs du Centre Corel d'Ottawa.

« Nous sommes bien situés à Ottawa et tirons parti du grand bassin de personnes bilingues que nous pouvons embaucher. En outre, le climat commercial de l'Ontario est très bon depuis cinq ans, affirme M. Laplante. Nous sommes très fiers de nos quelque 70 ans d'existence et des emplois spécialisés et payants que nous offrons à 185 travailleurs. »

Idéal Revêtement a récemment été nommée meilleure entreprise de l'année 2000 dans la catégorie des grandes entreprises par la Chambre économique de l'Ontario. Elle continue de bâtir sa réputation et sa force et prévoit prendre encore de l'expansion. « Actuellement, nous vendons beaucoup de panneaux métalliques aux États-Unis, tout particulièrement du Maine à la Pennsylvanie. Nous souhaitons étendre nos activités à d'autres États, déclare M. Laplante. Nous prévoyons également lancer de nouveaux produits de toiture résidentielle. »

Fidèle à sa tradition, la famille Laplante continuera de réinvestir tous ses bénéfices dans son entreprise. « Nos clients peuvent continuer de compter sur davantage de croissance, de nouveaux produits et un service de qualité », affirme M. Laplante.



Marcel Laplante (assis) et René Laplante d'Idéal Revêtement. La famille Laplante œuvre dans le domaine de la toiture depuis 1929.

L'industrie ontarienne des matières plastiques est unique, concurrentielle et en plein essor

Les plastiques sont des matériaux de synthèse modernes qui peuvent être moulés lorsqu'ils sont mous et façonnés à la forme désirée. Réutilisables et recyclables, ils ont permis de réduire considérablement la dépendance envers les ressources naturelles partout dans le monde. Qu'elles servent à produire des emballages, des bouteilles, des pièces pour véhicules automobiles ou des membres artificiels, les matières plastiques constituent une partie essentielle de la vie actuelle et l'un des plus importants secteurs manufacturiers de l'Ontario.

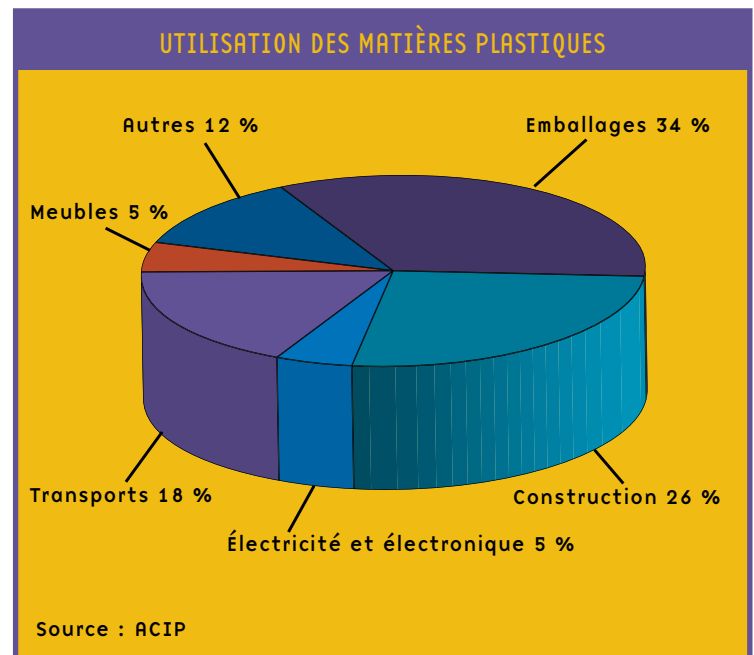
« Les matières plastiques sont utilisées dans bon nombre de secteurs clés de l'Ontario, notamment ceux de l'automobile, de la construction, de l'électronique et des emballages », explique Faris Shammass, directeur administratif de la section ontarienne de l'Association canadienne de l'industrie des plastiques. « L'industrie des matières plastiques est importante pour l'Ontario en raison de sa taille et de ses perspectives de croissance. »

Plus des deux tiers des produits en plastique fabriqués au Canada le sont en Ontario. En 1999, les expéditions des entreprises ontariennes de transformation des plastiques ont atteint 16,2 milliards de dollars et les expéditions de matières premières, de machinerie et de moules ont atteint 6,2 milliards. L'utilisation des plastiques se divise ainsi : environ un tiers est destiné aux emballages, un peu plus du quart

à la construction, un peu moins du cinquième au matériel de transport (principalement l'automobile) et le reste à l'électronique, au mobilier et aux autres secteurs. Plus de 1 800 entreprises emploient quelque 85 000 travailleurs au sein de l'industrie.

« Le secteur ontarien des matières plastiques est unique en raison de la grande proximité des maillons de la chaîne

d'approvisionnement, affirme M. Shammass. Les producteurs de matières premières et les fabricants de machines, de moules et de produits en plastique sont tous concentrés dans la région géographique relativement petite du Sud de l'Ontario. Nous nous trouvons également très près des principaux marchés américains, ce qui nous donne un avantage sur beaucoup d'autres territoires. »

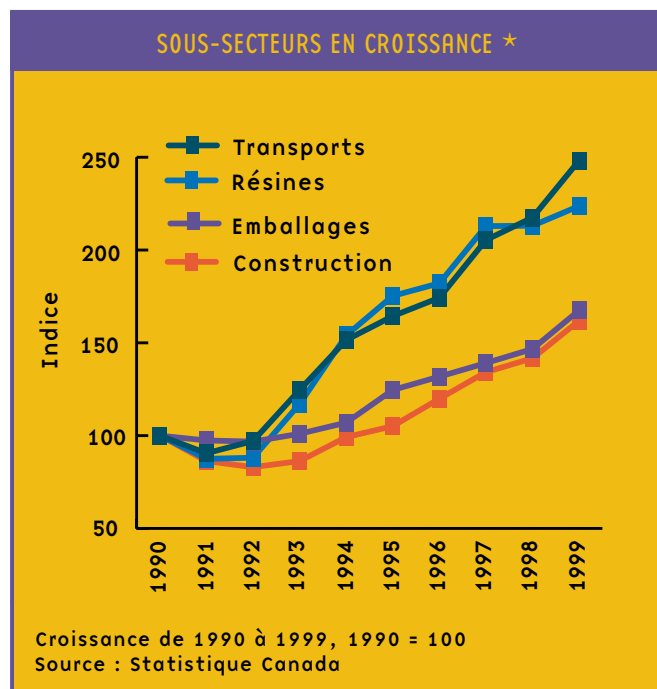


moules contribue particulièrement à la compétitivité de la province. L'Ontario compte parmi les trois plus importants producteurs et exportateurs de moules au monde.

De l'avis de M. Shammass, l'avenir s'annonce prospère pour l'industrie des matières plastiques. « Depuis dix ans, elle connaît une croissance deux fois plus rapide que l'ensemble du secteur de la fabrication, affirme-t-il. Cette croissance est saine et je m'attends à ce qu'elle se poursuive grâce à l'augmentation des débouchés à l'exportation et de l'utilisation des plastiques pour remplacer d'autres matériaux. »

Prenons par exemple l'industrie de l'automobile. La quantité de matières plastiques utilisée dans ce secteur, notamment pour la fabrication de tuyaux et de tubes, de systèmes sonores, de tableaux de bord et de ventilateurs, est passée de quelque 27 kg par véhicule en 1970 à plus de 163 kg en 1999. Selon un rapport européen, l'utilisation de 100 kg de plastique dans une voiture moderne remplace entre 200 et 300 kg d'autres matériaux. La consommation d'essence se trouve ainsi réduite de 750 litres pendant la durée utile d'une voiture moyenne, qui est de 150 000 km.

Les matières plastiques ne constituent pas uniquement une solution de rechange sûre et fiable pour les matériaux traditionnels. Elles font également partie intégrante de la vie quotidienne.



Bien que la plupart des produits en plastique fabriqués en Ontario soient vendus au pays, cette industrie est de plus en plus orientée vers l'exportation, tout particulièrement depuis les vingt dernières années. En 1979, on exportait environ 7 pour cent des produits du plastique. En 1998, on en exportait près de 21 pour cent, pour une valeur de 3 milliards de dollars. Les matières plastiques et les produits en plastique représentent 3,6 pour cent du total des exportations de l'Ontario. L'industrie florissante de la fabrication de

Principaux investissements

Group Telecom

Prévoit créer 800 emplois hautement spécialisés en technologie dans la région du grand Toronto d'ici cinq ans. Elle a également ouvert officiellement son siège de Toronto, qui compte quelque 200 employés.

Cisco Systems Inc.

Prévoit un agrandissement de quelque 55 742 mètres carrés de son centre de développement de Kanata et la création de 2 400 emplois d'ici deux ans.

TG Minto Corporation

Ouvrira une usine de pièces d'automobile à Minto. La production devrait s'amorcer d'ici décembre 2001. L'effectif initial de 40 employés passera à 70 en 2003. L'usine représente un investissement de 20 millions de dollars.

Teletch Holdings Inc.

A annoncé l'ouverture d'un nouveau centre d'appels à North Bay. Ce nouveau centre devrait créer 500 emplois. Prévoit également implanter un centre de service à la clientèle à Timmins. Teletch construira des installations de 3 717 mètres carrés qui accueilleront quelque 400 travailleurs pendant sa première année d'activités.

EDS Canada Inc.

Prévoit ouvrir un centre de service à la clientèle à Mississauga. Ce centre créera jusqu'à 250 emplois à temps plein. EDS Canada est une entreprise offrant des services professionnels en informatique.

Keiper Canada Ltd.

Cette filiale de Keiper GmbH and Co. d'Allemagne prévoit ouvrir une usine de pièces d'automobiles à London. Celle-ci devrait coûter environ 100 millions de dollars et créer quelque 300 emplois lorsqu'elle atteindra son plein régime de production en mai 2003. Elle produira des structures de sièges pour DaimlerChrysler.

DaimlerChrysler Canada et Université de Windsor

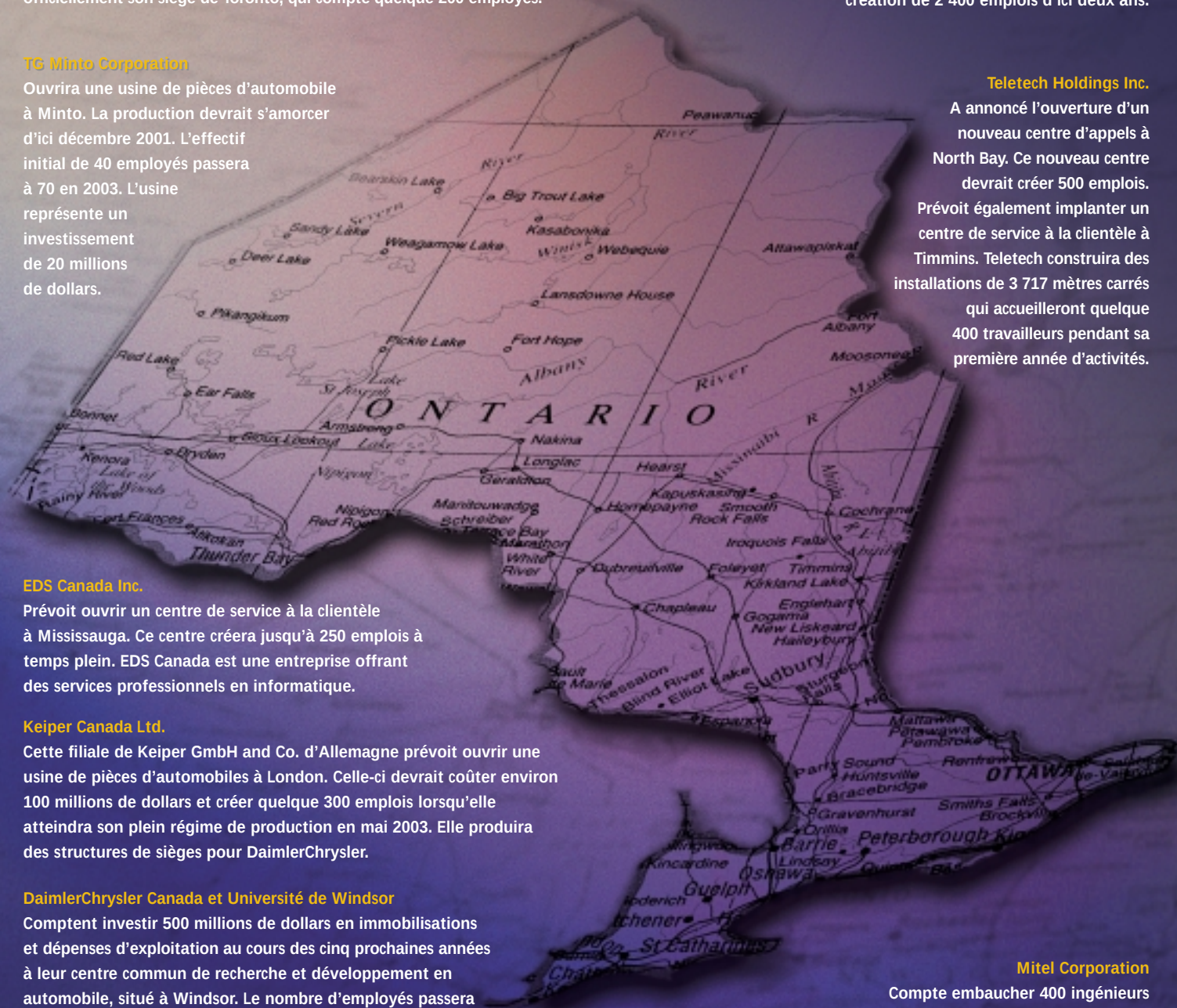
Comptent investir 500 millions de dollars en immobilisations et dépenses d'exploitation au cours des cinq prochaines années à leur centre commun de recherche et développement en automobile, situé à Windsor. Le nombre d'employés passera de 200 à 400.

Samuel Manu-Tech Inc.

A annoncé un projet d'agrandissement de 26 millions de dollars chez Nelson Steel. Le projet, qui consiste à mettre en place une septième installation de décapage de l'acier, créera 45 emplois. La nouvelle installation, construite à Nanticoke, entrera en service au troisième trimestre de 2001.

Mitel Corporation

Compte embaucher 400 ingénieurs à Ottawa et ajouter 9 290 mètres carrés à ses installations au cours de la prochaine année. Cet agrandissement du siège social à Ottawa devrait coûter 20 millions de dollars. Ce projet touche la division des semi-conducteurs et vise à répondre aux besoins croissants en matière de technologie à l'échelle mondiale. Tous les ingénieurs devraient être embauchés à la fin de 2001.



Mitchell Plastics au service des secteurs de l'automobile, de la bureautique et de l'électronique

Selon l'Association canadienne de l'industrie des plastiques, le secteur des plastiques a affiché un taux de croissance près de cinq fois supérieur à celui de l'industrie manufacturière depuis 1961. La fabrication de ce matériau de synthèse moderne n'a pas de secrets pour Mitchell Plastics Ltd. de Kitchener.

Fondée il y a plus de 50 ans, l'entreprise produit des pièces et éléments de pointe moulés par injection pour un éventail de clients des secteurs de l'automobile, de la bureautique et des appareils électriques et électroniques. En fait, elle réalise plus de 75 pour cent de son chiffre d'affaires dans l'industrie de l'automobile. Les activités connexes comprennent la conception, l'estampage à chaud, la tampographie, le rivetage à chaud, le soudage par ultrasons, la peinture, le montage et d'autres activités après moulage.

À l'heure actuelle, Mitchell Plastics compte 220 employés. Selon Murray Ariss, président de la société, l'effectif devrait atteindre près de 250 employés d'ici deux ans grâce, en partie, au récent regroupement des installations de la société.

En effet, un nouvel emplacement a permis à l'entreprise de regrouper tous ses équipements de fabrication sous un même toit et, avec une surface dépassant les 15 000 mètres carrés, il est près de 42 pour cent plus grand que les installations précédentes combinées. M. Ariss attribue cette rationalisation à une meilleure efficacité du flux des matières et des produits ainsi qu'à la réduction des coûts auparavant attribuables à la répétition de tâches. La nouvelle

installation, qui s'étend sur un terrain de 10 acres, offre d'importantes possibilités d'expansion.

Par ailleurs, la chaîne de machines à mouler s'est considérablement enrichie. En février, l'entreprise a en effet acquis une machine de 3 000 tonnes permettant de produire des pièces de haute qualité comme les coffres arrière et couvercles de voitures familiales. Ce mastodonte vient s'ajouter aux 36 machines à mouler existantes.

Mitchell Plastics coordonne la fabrication des outils et des moules pour ses machines avec les fournisseurs externes. « Au chapitre de la fabrication d'outillages, les Canadiens sont très dynamiques. Dans ce secteur, nos exportations dépassent les importations », précise M. Ariss. L'entreprise dispose d'un service d'assurance de la qualité ainsi que d'un laboratoire d'essai de matières premières et de pièces finies pour veiller à ce que les normes de qualité élevées de l'industrie automobile soient constamment respectées.

Le ralentissement économique qu'accusent les trois grandes sociétés automobiles nord-américaines n'a pas eu de fortes répercussions sur Mitchell Plastics. « Nous travaillons essentiellement avec des sociétés transplantées, c'est-à-dire des usines de montage d'automobiles japonaises et des fournisseurs japonais de premier palier. »

Mitchell Plastics exporte actuellement des pièces vers la côte ouest des États-Unis, mais la plupart de ses clients se trouvent dans le Sud de l'Ontario. La société entrevoit cependant des débouchés impres-

sionnants à l'exportation puisqu'elle prévoit vendre des pièces à des usines de montage d'automobiles au Japon d'ici la fin de 2002. M. Ariss attribue cette remarquable réalisation aux antécédents de l'entreprise au chapitre de la qualité et de la livraison ainsi qu'aux avantages liés à la réduction des coûts.

Les consommateurs connaissent déjà les vastes possibilités de recyclage des plastiques. À l'instar du programme de collecte sélective, l'entreprise réutilisera les emballages pendant une période pouvant atteindre cinq ans. En outre, elle entend réduire l'utilisation de contenants en papier pour l'entreposage. Ainsi, un nouveau silo de stockage remplacera les conteneurs Gaylord actuellement utilisés (boîtes en carton épais ondulé servant à l'entreposage des matières premières). Cette mesure a déjà été mise en place dans le service d'expédition de l'entreprise, permettant d'économiser de l'espace et des matières.

M. Ariss et ses employés sont fiers de la certification ISO 9000 de l'entreprise et entendent obtenir, au cours des deux prochaines années, la certification ISO 14000 touchant la protection de l'environnement. En outre, le système de contrôle de la qualité des pièces d'automobiles de l'entreprise a récemment valu à l'entreprise la certification QS 9000 de KPMG.

Forte du regroupement de ses installations, de son nouveau matériel de moulage et de son engagement envers la qualité, la rentabilité et la satisfaction de la clientèle, Mitchell Plastics devrait connaître une croissance continue.

Le bassin de compétences en haute technologie de Toronto attire un investissement américain de plusieurs millions de dollars

Le 8 mars 2001, l'entreprise américaine OAO Technology Solutions (OAOT) a annoncé ses projets d'expansion concernant le centre de solutions de commerce électronique de Toronto, où elle compte créer plus de 400 emplois et investir chaque année plus de 30 millions de dollars en avantages salariaux.

OAOT Technology, dont le siège social est situé à Greenbelt (Maryland), emploie 2 200 personnes. Toronto sera pour la société une base d'exploitation clé pour offrir des applications d'entreprise et des

solutions de commerce électronique. « Cette expansion est la plus importante dans ce nouveau secteur d'activités et elle témoigne clairement de notre forte croissance dans le domaine des services d'intégration et de consultation en informatique », déclare Greg Pratt, président et chef de la direction d'OAOT.

Jim Peterson, Secrétaire d'État fédéral, David Young, procureur général de l'Ontario, et Mike Feldman, conseiller municipal de Toronto, ont assisté à l'annonce de M. Pratt.

Avec l'ouverture de son nouveau centre de solutions de commerce électronique, OAOT occupera 4 645 mètres carrés de locaux commerciaux de premier choix. L'entreprise a choisi Toronto pour y établir sa nouvelle base, car « l'Ontario offre un climat propice à l'investissement, un accès aisé à une main-d'œuvre professionnelle très compétente et une excellente qualité de vie », souligne Shiraz Patel, premier vice-président, Division des applications d'entreprise et des solutions de commerce électronique d'OAOT.

suite à la page 9

ITML Inc., la fine fleur des plastiques

Tout se résume à l'innovation. C'est en 1963 qu'ITML Inc. a entrepris ses activités à Brantford, avec seulement cinq employés. Elle fabriquait alors des outils destinés aux secteurs automobile, électroménager, agricole et aéronautique. « Tout a commencé dans un double garage défraîchi », plaisante Kleis Hensen, vice-président – Ventes et marketing.

L'entreprise familiale dirigée par son père n'a pas tardé à devenir florissante, au sens propre comme au sens figuré. En 1970, ITML délaisa la fabrication d'outils pour acquérir une solide réputation dans la fabrication de moules pour l'injection des plastiques et le moulage par injection sur commande.

Étant donné ses antécédents horticoles et ses racines néerlandaises, quoi de plus naturel pour l'entreprise que de cibler l'industrie



horticole naissante de l'Ontario? ITML commença donc à produire des contenants de culture en plastique pour le secteur de la culture en serre.

Au début, les propriétaires de serres ont quelque peu hésité à délaisser les récipients traditionnels en argile et en fer blanc. Cependant, la facilité d'utilisation et la rentabilité des contenants en plastique ont vite dissipé leurs craintes.

Au cours des dernières années, un projet d'expansion de plusieurs millions de dollars a permis de doubler la capacité de production d'ITML. La surface d'entreposage de la société a en outre augmenté de 3 717 mètres carrés, pour totaliser 13 936 mètres carrés.

La plupart des fabricants se spécialisent dans un type de moulage. ITML tire son originalité du fait qu'elle utilise trois procédés différents – le moulage par injection, le moulage par soufflage et le thermoformage.

Aujourd'hui, ITML est fière d'utiliser plus de 85 pour cent de résines recyclées dans tous ses contenants de culture et d'être reconnue pour cette pratique. L'entreprise a reçu de nombreux prix d'excellence environnementale pour ses efforts en matière de recyclage, notamment pour l'utilisation de matières recyclées dans ses produits et dans ses boîtes et emballages en carton ondulé.



ITML se spécialise dans la fabrication d'un vaste éventail de produits en plastique pour l'industrie horticole.

ITML a par ailleurs considérablement misé sur la technologie. « Il faut un marché qui soit assez vaste ainsi que l'engagement des intervenants pour investir dans l'outillage et le matériel permettant le simple fonctionnement des moules », déclare M. Hensen.

L'entreprise investit également dans les ressources humaines. Malgré son vaste marché à l'exportation, ITML compte un effectif pouvant atteindre 175 employés permanents et saisonniers. L'entreprise bénéficie de la main-d'œuvre qualifiée de Brantford formée dans les collèges, les universités et les programmes coopératifs des écoles secondaires de la région. En contrepartie, ITML investit dans les programmes de formation professionnelle qu'ils offrent à ses employés. Comme en témoignent ses récents succès, l'investissement s'avère rentable.

suite de la page 8

Le bassin de compétences en haute technologie de Toronto

MM. Pratt et Patel font l'éloge des compétences canadiennes en haute technologie. Cette richesse permet à OAOT d'œuvrer à l'échelle internationale pour conclure des partenariats et obtenir des contrats avec certaines des plus grandes sociétés des secteurs du commerce, des communications et de l'automobile.

M. Patel a en outre brossé un tableau du secteur des TI. Il explique que ce marché (c.-à-d. services de TI, logiciels, télécommunications, systèmes et périphériques) est évalué à 1,47 billion de dollars et qu'il devrait atteindre le montant impressionnant de 2,72 billions en 2004. Il ajoute que le plan de dépenses d'OAOT s'élève, pour

le centre de Toronto seulement, à quelque 300 millions de dollars sur une période de dix ans.

La société emploie actuellement 150 personnes à Toronto. L'effectif atteindra 400 employés au cours des deux prochaines années.



Greg Pratt (à gauche), président de l'entreprise américaine OAOT Technology Solutions, a été accueilli en Ontario par David Young, procureur général de la province.

Croissance phénoménale pour le géant pharmaceutique Pfizer

La croissance de Pfizer Canada n'est pas que rapide, elle est fulgurante. Il y a huit ans, la division canadienne du géant mondial Pfizer Inc. se classait au 27^e rang des plus grandes sociétés pharmaceutiques du pays. Les ventes de médicaments d'ordonnance se chiffraient alors à 50 millions de dollars. L'entreprise, devenue aujourd'hui chef de file, devrait enregistrer un chiffre d'affaires de plus d'un milliard de dollars en 2001.

« Notre croissance peut être attribuée d'une part à la décision de nous concentrer et de miser sur la recherche et le développement pharmaceutiques et au succès d'un certain nombre de nouveaux produits lancés dans les années quatre-vingt-dix », déclare Jean-Michel Halfon, président et chef de la direction de Pfizer Canada. « En outre, la fusion conclue l'année dernière avec Warner-Lambert s'est avérée fructueuse. »

Les activités de Pfizer Canada ont débuté à Montréal en 1953. Aujourd'hui, la société compte des installations au Québec et en Ontario ainsi qu'un effectif de 2 200 employés répartis dans toutes les divisions. Plus de 1 200 employés travaillent en Ontario.

« Nos médicaments d'ordonnance offrent une source considérable de croissance. Viagra, probablement le plus connu de nos produits, joue un rôle très important dans notre réussite, mais ce n'est que l'un de nos six produits vedettes au Canada. À l'échelle internationale, c'est l'un des huit produits Pfizer qui génèrent un chiffre d'affaires annuel de plus d'un milliard de dollars US », précise M. Halfon. Parmi les produits-phares de Pfizer, citons Lipitor, contre le cholestérol, Norvasc, contre l'hypertension et l'angine, et Aricept, le premier médicament contre la maladie d'Alzheimer autorisé au Canada. « Pfizer a eu l'honneur de collaborer avec le gouvernement ontarien à la mise sur pied d'un programme novateur faisant de l'Ontario la première province canadienne à rembourser Aricept dans le cadre de son régime public de soins de santé », ajoute M. Halfon.

La recherche et le développement sont essentiels au succès de Pfizer. Il faut en moyenne créer et essayer 10 000 composés avant de trouver un médicament prometteur. Sur 15 de ces produits, un seul survivra pour être effectivement commercialisé.



Jean-Michel Halfon, président et chef de la direction de Pfizer Canada, est ravi de la croissance constante de la société.

La mise au point d'un médicament coûte en moyenne quelque 500 millions de dollars US et peut prendre de 10 à 15 ans. Cette année, Pfizer investit environ cinq milliards de dollars US dans la R.-D. à l'échelle internationale. Au Canada, la société a porté ses dépenses annuelles de R.-D. à 100 millions de dollars, soit environ 10 pour cent de son chiffre d'affaires.

Environ 33 nouveaux produits de Pfizer Canada font actuellement l'objet d'essais cliniques. Un bureau d'études cliniques situé au centre-ville de Toronto coordonne les activités de recherche de la société en Ontario. Il y a en outre un centre de recherche à Mississauga.

Les installations ontariennes comprennent par ailleurs le Groupe de la santé animale dont le siège canadien est situé à London et qui produit des médicaments pour les animaux d'élevage et de compagnie. À Scarborough, la division des produits grand public fabrique des produits bien connus comme Listerine, Trident, Halls et Lubriderm. La ville d'Arnrior, près d'Ottawa, accueille l'usine de fabrication pharmaceutique de la société, dont la petite histoire est entrée dans la

légende de Pfizer. En 1955, le maire d'Arnrior et 52 personnalités locales du monde des affaires se sont spécialement rendus à New York pour convaincre Pfizer d'établir son usine de fabrication canadienne dans leur ville. Leur mission a été fructueuse puisque l'installation a vu le jour l'année suivante.

« Parallèlement à la croissance de la société, l'usine d'Arnrior a pris de l'ampleur au cours des huit dernières années, commente M. Halfon. Nous y avons investi 24 millions de dollars depuis 1992. »

L'engagement philanthropique de Pfizer rayonne dans 250 organismes. Pfizer est notamment la principale société commanditaire de l'équipe paraolympique canadienne, composée d'athlètes d'élite handicapés.

L'année dernière, Pfizer est devenue le principal partenaire du Programme Sci-Tech de l'Ontario, une initiative mise de l'avant par le ministère de l'Énergie, de la Science et de la Technologie de l'Ontario en vue d'encourager les élèves des écoles secondaires ontariennes à participer aux expo-sciences organisées dans la province.

Au chapitre des débouchés, Pfizer est sur le point de mettre en marché un nouveau produit qui aide à maîtriser la schizophrénie. Un autre produit novateur qui est dans une phase relativement avancée de mise au point est l'insuline inhalée. Si le médicament est homologué, les diabétiques pourront pour la première fois absorber de l'insuline sans injection.

Selon M. Halfon, « l'Ontario offre un climat très favorable à l'investissement ainsi qu'un bassin impressionnant de compétences. La province a été un terrain très fertile pour les affaires de Pfizer. Nous espérons préserver cette relation et cet environnement alors que nous allons de l'avant avec la mise au point de médicaments novateurs. Nous espérons en outre avoir la possibilité de créer davantage de programmes de partenariat avec le gouvernement provincial. »

« À l'échelle internationale comme canadienne, Pfizer vise une croissance annuelle de 20 pour cent au cours des cinq prochaines années, conclut M. Halfon. Une croissance plus forte exigera des investissements accrus dont l'Ontario devrait certainement profiter. »



John Holer (à gauche), fondateur et propriétaire de Marineland, est accompagné de Wayne Thomson, maire de Niagara Falls, lors de l'inauguration de la deuxième étape du projet d'aménagement du site River Country de Marineland, d'une surface de 162 hectares. Le premier module sera terminé pour la saison 2002.

Marineland se prépare à accueillir un nouveau complexe d'aquariums

En décembre 2000, Wayne Thomson, maire de Niagara Falls, et John Holer, fondateur et propriétaire de Marineland, ont inauguré la deuxième étape du projet d'aménagement du site River Country de Marineland, d'une surface de 162 hectares, lors d'une cérémonie qui se tenait dans ce parc d'aventure de Niagara Falls. La deuxième étape du projet comprend l'aménagement d'un nouveau complexe d'aquariums de calibre international et d'« Arctic Cove », un nouvel habitat pour bélugas. La première étape du projet, terminée en 1998, a permis l'aménagement de « Friendship Cove ».

S'étendant sur une superficie de 8 hectares, le nouveau complexe marin abritera trois aquariums. Le premier (« Shark Encounter ») présentera différents types de requins ainsi que des pastenagues et autres créatures marines; le deuxième (« Ocean Reef ») accueillera des espèces marines exotiques vivant normalement dans les récifs des Caraïbes; le troisième aquarium (« Freshwater Fish ») abritera des poissons d'eau douce colorés du monde entier. Chaque aquarium contiendra 4,5 millions de litres d'eau.

La construction du complexe d'aquariums s'effectuera en deux étapes. « Arctic Cove » et « Shark Encounter » seront terminés d'ici la saison 2002. Quant aux aquariums « Ocean Reef » et

« Freshwater Fish », ils devraient être prêts pour la saison 2003.

« Le nouveau complexe d'aquariums sera une installation divertissante et éducative de calibre international, souligne M. Holer. Ce centre répondra aux besoins de la famille moderne qui recherche des excursions à la fois amusantes et instructives. »

Un centre de recherche et de formation dynamise l'industrie automobile

Une automobile est une machine complexe. Elle renferme des matériaux comme l'acier, l'aluminium, le plastique et le magnésium. Sa construction dépend d'une série de procédés de fabrication comme l'estampage, le soudage et le moulage. Or, la conception et les techniques de fabrication des pièces peuvent toujours être améliorées.

Le « Centre for Automotive Materials and Manufacturing » (CAMM) a été créé en vue de favoriser ces améliorations et, par là même, de rendre plus concurrentielle l'industrie automobile de l'Ontario. « Nous avons deux grands objectifs à long terme, explique Floyd Tuler, directeur administratif. Le premier est de mener des activités de recherche de haut calibre visant à résoudre les problèmes et les questions auxquels fait face l'industrie automobile. Le second est de renforcer les compétences. Nous voulons former une main-d'œuvre hautement qualifiée capable de travailler dans le secteur automobile et d'avoir une influence positive sur cette industrie. »

Le CAMM a été fondé en 1998 dans le cadre d'une initiative conjointe de l'Université Queen's, d'Alcan International et du gouvernement de l'Ontario, grâce au Fonds ontarien d'encouragement à la recherche-développement. Aujourd'hui, le partenariat comprend également l'Université McMaster et devrait bientôt accueillir l'Université Waterloo et l'Université de Toronto. Plus de 20 sociétés du secteur de l'automobile participent actuellement à des projets de recherche du CAMM, dont 20 sont en cours de réalisation.

La plupart des activités de recherche sont menées dans les installations de 4 645 mètres carrés du CAMM, à Kingston. Le centre combine les fonctions de laboratoire et d'établissement de formation. Environ 40 étudiants diplômés, associés de recherche et détenteurs de doctorats participent

chaque année aux projets. Ce nombre devrait toutefois augmenter du fait de la collaboration accrue des universités et de l'industrie.

« Nous avons réalisé que notre contribution à l'amélioration de la compétitivité des entreprises du secteur de l'automobile ne se limitait pas aux seules considérations techniques, explique M. Tuler. Il faut également tenir compte des questions d'ordre commercial et organisationnel. C'est pourquoi, outre les projets axés sur l'ingénierie ou les sciences appliquées, nous avons lancé quelques projets touchant l'optimisation des systèmes de fabrication, la gestion du processus d'approvisionnement et les ressources humaines. Le nombre de ce type de projets est en croissance. »

« Le CAMM est un organisme encore relativement jeune. Nous essayons de faire en sorte que les intervenants de l'industrie connaissent notre existence ainsi que l'extraordinaire possibilité que représente, à mon avis, un chercheur se consacrant à une question ou un problème particulier », ajoute M. Tuler. Selon ce dernier, les entreprises commencent à reconnaître les avantages de la recherche et le fait qu'un étudiant affecté à un projet pour une entreprise cherchera plus probablement un emploi auprès de celle-ci. « Cinq des diplômés de cette année ont rédigé leur thèse de maîtrise à partir de l'un de nos projets. Ces experts travailleront principalement dans l'industrie automobile. »

Un conseil d'administration régit les activités du CAMM. Il se compose de représentants du secteur industriel, du milieu des universités et des organismes voués à la recherche. Un comité consultatif sur la recherche industrielle étudie toutes les propositions et fait des suggestions au conseil sur l'orientation et la pertinence de chaque proposition. Le CAMM finance en très grande partie la plupart des projets de recherche, même si le conseil a adopté un modèle de financement axé sur la participation du secteur industriel en ce qui concerne des projets particuliers, ce qui a permis d'accroître l'appui des industries et des établissements.

« Voilà de toute évidence une initiative ontarienne. Notre entente avec le Fonds ontarien d'encouragement à la recherche-développement stipule que toutes les activités de recherche seront menées dans la province. N'oublions pas que la clé du succès de ce secteur réside dans les gens et leurs idées », conclut M. Tuler.

Un projet des Premières nations éclaire des communautés éloignées



Une équipe de techniciens s'affaire à l'installation de lignes qui achemineront le courant électrique jusqu'aux communautés éloignées du Nord de l'Ontario.

L'énergie électrique a une incidence considérable sur tous les aspects de la vie des communautés autochtones éloignées de l'Ontario. Qu'il s'agisse de nouveaux logements, d'un nouveau système de distribution d'eau, d'une école ou d'un centre de soins de santé, tout projet visant à améliorer la qualité de vie est tributaire de cette énergie.

En dépit de leur bruit, de leur coût et de leur impact négatif sur l'environnement, les génératrices diesel ont souvent été la seule solution pour les personnes vivant à l'écart du réseau électrique de l'Ontario. C'est pourquoi la société Five

Nations Energy Inc. a été créée dans la région de Moosonee, dans le Nord de l'Ontario.

« Dès que nous proposons un nouveau projet d'investissement dans nos collectivités, nous nous heurtons au même problème », explique Ed Chilton, directeur de projet pour Five Nations Energy. « Comment va-t-on l'alimenter en électricité? »

Dans une étude menée en 1995, le Conseil tribal Mushkegowuk de la région s'est penché sur le problème en examinant la faisabilité de diverses méthodes de production d'électricité. L'augmentation du nombre de génératrices diesel existantes dans chaque communauté a aussi été envisagée.

Selon les prévisions, l'amélioration des groupes électrogènes pour répondre à la demande croissante des collectivités en expansion entraînerait également des coûts élevés, de l'ordre de 3,5 millions de dollars en moyenne par année. Une solution différente s'imposait. L'étude de 1995 effectuée par le Conseil concluait que la meilleure solution à long terme consistait à étendre le réseau électrique existant.

Considérant les économies de 150 à 200 millions de dollars sur 30 ans que pourrait entraîner la construction de lignes électriques reliant Moosonee aux trois collectivités éloignées de Fort Albany, Kashechewan et Attawapiskat, cette solution apparaissait comme la plus viable d'un point de vue économique et écologique.

« La conception et la construction des lignes nous coûtent 58 millions de dollars, ajoute M. Chilton. Nos partenaires du secteur privé et du gouvernement ont permis la réalisation du projet. »

Five Nations Energy a emprunté 4,9 millions de dollars à la Société de gestion du Fonds du patrimoine du Nord de l'Ontario et la société Hydro One Networks a investi 11 millions de dollars dans le projet. La conception et la construction des lignes ont été confiées au géant de l'ingénierie, les Services SNC-Lavalin, tandis que PowerTel Utilities Contractors Limited se chargera du parachèvement des travaux.

« SNC-Lavalin a entrepris les travaux liés à ce projet bien avant la conclusion des ententes financières, explique M. Chilton. La société a commencé à travailler sur les sous-stations, la conception et les études, ce qui nous a permis de lancer la construction comme prévu, en décembre. »

Le déblaiement de l'emprise de 30 mètres de largeur a débuté en mars 2000, tandis que la construction des lignes a commencé au début de décembre. Les travaux sont actuellement en avance sur l'échéancier.

Le projet crée quelque 150 emplois. Par ailleurs, les contrats prévoient l'utilisation maximale de la main-d'œuvre et des fournisseurs locaux.

« Five Nations Energy sera propriétaire du réseau et en assurera l'exploitation, explique M. Chilton. Nous reconnaissons toutefois que nous ne disposons pas encore des ressources humaines nécessaires. Nous sommes en voie de conclure avec Hydro One Networks Inc. une convention d'exploitation et d'entretien qui prévoit un programme de transfert de compétences. »

M. Chilton souligne qu'à long terme, les contribuables ontariens réaliseront des économies, puisque le coût élevé de la production électrique au moyen de génératrices diesel dans les communautés éloignées est subventionné.

CAHIER DES AFFAIRES DE L'ONTARIO

paraît 10 fois par année et est publié par le :
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@ed.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.



Ontario



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
Télécopieur	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
Télécopieur	Adresse électronique

Télécopier 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
8^e étage, édifice Hearst, 900, rue Bay
Toronto (Ontario) M7A 2E1

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