

CAHIER DES AFFAIRES DE L'ONTARIO

Juin 2001

Publié par le ministère du Développement économique et du Commerce

Le budget met l'accent sur la responsabilité financière, la reddition de comptes et la croissance



Le premier ministre, Mike Harris, félicite le ministre des Finances, Jim Flaherty, lors de la présentation du budget de 2001 de l'Ontario.

« Les choix responsables que nous faisons aujourd'hui sont garants de notre prospérité de demain, a déclaré Jim Flaherty, ministre des Finances, en déposant le budget de 2001 de l'Ontario. Notre plan est solide : réduire les impôts pour assurer la croissance,

justifier nos dépenses et dépenser de façon responsable. Notre plan est marqué au coin du bon sens. »

Pour la première fois en près de 100 ans, l'Ontario affiche trois budgets équilibrés consécutifs. Le budget de 2001 annonce également la plus importante réduction de la dette jamais effectuée dans l'histoire de la province, le respect de l'engagement du gouvernement de réduire de 20 % l'impôt sur le revenu des particuliers et une réduction de l'impôt sur les sociétés pour appuyer la compétitivité des entreprises. Des investissements records dans les services de santé et l'éducation s'accompagnent de mesures de reddition de comptes et d'optimisation des ressources financières.

Selon M. Flaherty, depuis 1995, l'économie de l'Ontario a affiché un taux de croissance de presque 25 %. Les analystes du secteur privé estiment que l'économie continuera de croître et que cette croissance atteindra 2,3 % cette année et 3,6 % en 2002. « La croissance exceptionnelle de l'Ontario n'est pas le fruit du hasard, a déclaré M. Flaherty. Le gouvernement avait un plan bien établi. » Les réductions fiscales étaient au cœur de ce plan et demeurent la pierre

angulaire du budget de 2001. Ce budget table sur le plan d'action du gouvernement qui comprend 21 objectifs pour le XXI^e siècle (v. page suivante) annoncés lors du récent Discours du Trône.

Voici quelques faits saillants du budget :

Réductions fiscales

Depuis que le gouvernement de l'Ontario a commencé à réduire les impôts, les recettes fiscales ont augmenté de plus de 15 milliards de dollars et les investissements des entreprises se sont accrus de 66 %. Depuis 1995, les entreprises ont créé plus de 822 000 emplois. Dans ce budget, M. Flaherty a présenté le programme *Avantage Ontario*, un ensemble d'initiatives visant à assurer la vigueur et le dynamisme des entreprises de la province et à encourager de nouvelles entreprises à venir s'établir

suite à la page 2

Une idée qui fait du chemin
page 3

■
Aérospatiale : à pleins gaz
pages 6-7

■
Des produits naturels
page 9

■
Écotourisme
page 12

Le budget met l'accent sur la responsabilité financière, la reddition de comptes et la croissance

en Ontario. Il prévoit des mesures visant à rendre le régime fiscal de l'Ontario compétitif, notamment :

- adopter par voie législative le calendrier intégral de mise en œuvre annuelle du plan de réduction du taux d'imposition des sociétés entre le présent exercice et 2005. Le gouvernement se propose de réduire le taux général d'imposition des sociétés et le taux d'imposition des sociétés des secteurs de la fabrication et de la transformation en les abaissant respectivement à 12,5 % et 11 % d'ici le 1^{er} janvier 2002. Ces deux taux diminueront graduellement chaque année et se stabiliseront à 8 % en 2005;
- éliminer l'impôt sur le capital en exonérant la première tranche de cinq millions de dollars de capital imposable à compter du 1^{er} janvier;
- procéder à un examen détaillé des incitatifs fiscaux.

Dans le budget, le gouvernement tient la promesse qu'il avait faite dans le Plan d'action 1999 de réduire de 20 %, soit de quatre milliards de dollars, l'impôt sur le revenu des particuliers. Grâce aux réductions fiscales mises en œuvre depuis 1995, une famille de quatre personnes gagnant un revenu de 60 000 \$ paie 2 345 \$ de moins en impôts à la province.

Réduction de la dette

Au dernier exercice, le gouvernement a effectué le plus important remboursement au titre de la dette dans toute l'histoire de l'Ontario, soit trois milliards de dollars. En 2001, il affectera la réserve de un milliard de dollars, si elle n'est pas nécessaire, ainsi que tout excédent, au remboursement de la dette provinciale nette qui devrait s'établir à 110,7 milliards de dollars au 31 mars 2001.

Optimisation des ressources

Le gouvernement a annoncé de vastes mesures en vue d'appliquer les principes de l'optimisation des ressources dans le secteur public. L'an dernier, plus de 80 % de l'argent affecté aux programmes et aux immobilisations a été versé à des particuliers et à des organismes du secteur parapublic. Dans le cadre du plan proposé de reddition de comptes :

- Tous les organismes importants du secteur public, y compris les hôpitaux, les municipalités, les conseils scolaires et les organismes de services sociaux, devraient équilibrer leur budget annuel.
- Une loi proposée sur la responsabilisation du secteur public obligerait tous les organismes importants du secteur public à publier chaque année un plan d'activités et à rendre compte de la mesure dans laquelle ils respectent ce plan.

- La Caisse d'épargne de l'Ontario, une société d'État qui offre des services bancaires limités, sera vendue.

Services de santé

En 1999, le gouvernement a promis d'augmenter les dépenses en santé de 20 % d'ici 2003-2004, les portant à 22,7 milliards de dollars. Avec les mesures prévues dans le nouveau budget, le gouvernement remplira cet engagement deux ans plus tôt que l'échéancier prévu.

En 2001, les investissements dans les services de santé augmenteront de 1,2 milliard de dollars, soit de 5,4 %, pour atteindre 23,5 milliards de dollars. Il s'agit de la sixième augmentation consécutive des dépenses dans le secteur de la santé.

M. Flaherty a souligné qu'on ne pourrait plus continuer de dépenser à ce rythme. Il a demandé au gouvernement fédéral de faire sa juste part et de financer 50 % de toutes les augmentations de crédits affectés aux services de santé. Il a également demandé des échanges ouverts et honnêtes sur l'avenir du système de santé.

Enseignement postsecondaire et formation professionnelle

Le gouvernement a annoncé les plus grands investissements jamais faits en Ontario dans le système d'enseignement postsecondaire. Ces investissements considérables tiennent compte de l'augmentation prévue du nombre d'inscriptions découlant de la réforme de l'enseignement au palier secondaire, des changements démographiques et de l'augmentation du nombre d'élèves qui décident de poursuivre leurs études au collège ou à l'université.

- Le gouvernement augmentera les subventions de fonctionnement qu'il verse aux collèges et aux universités de 293 millions de dollars d'ici 2003-2004.
- Le gouvernement investira 60 millions de dollars pour la création de l'Institut de technologie de l'Ontario, une nouvelle université qui sera établie sur le campus du Collège Durham.

Le budget propose également des mesures ayant trait à la formation professionnelle :

- 23 000 nouvelles places pour les étudiants en informatique et au sein des programmes de génie à forte demande dans les collèges et les universités;

21 objectifs, 21 clés pour le XXI^e siècle

Le budget de 2001 de l'Ontario table sur le plan d'action du gouvernement composé de 21 objectifs pour le XXI^e siècle. Ces objectifs, annoncés dans le Discours du Trône, décrivent les nouvelles idées et mesures déterminantes qui sont nécessaires pour protéger l'économie et maintenir la qualité de vie en Ontario.

Ces 21 objectifs sont les suivants :

- 1 Éliminer les obstacles à l'emploi, à l'investissement et à la croissance
- 2 Rembourser la dette
- 3 Réduire la taille du gouvernement
- 4 Améliorer l'efficacité du gouvernement
- 5 Améliorer le service à la clientèle et l'accessibilité par voie électronique
- 6 Se préparer à la nouvelle économie
- 7 Promouvoir la croissance dans toutes les régions et dans tous les secteurs d'activité
- 8 Tenir l'ensemble du secteur public responsable devant les contribuables
- 9 Assurer une croissance intelligente
- 10 Offrir souplesse et choix en matière d'éducation
- 11 Instaurer des normes d'enseignement élevées et une reddition de comptes axée sur le rendement
- 12 Donner à nos enfants le meilleur départ possible dans la vie
- 13 Ouvrir les études postsecondaires à tous les étudiants et étudiantes admissibles
- 14 Former une main-d'œuvre compétente
- 15 Jouer un rôle national de premier plan dans la réforme des soins de santé
- 16 Améliorer les services de santé
- 17 Préserver la salubrité de l'environnement
- 18 Aider les bénéficiaires de l'aide sociale à trouver du travail
- 19 Améliorer la sécurité dans les collectivités et promouvoir les droits des victimes d'actes criminels
- 20 Assurer l'égalité des chances
- 21 Favoriser la réforme parlementaire

suite à la page 11

Les panneaux de signalisation font peau neuve avec le Flex-Vest

En tant que conseiller auprès des municipalités à l'emploi du ministère des Affaires municipales et du Logement de l'Ontario, Alexandre Moricz passait beaucoup de temps sur la route. Domicilié à Kingston, il devait constamment parcourir la province.

« J'empruntais toujours des routes en construction et je voyais fréquemment des panneaux de signalisation recouverts, explique M. Moricz. Souvent, ils n'étaient qu'enveloppés dans des sacs à ordures attachés avec du ruban gommé et flottaient au vent, pendants et tout déchirés, ce qui, franchement, constituait un danger routier. J'ai décidé de trouver une façon sûre et efficace de recouvrir les panneaux. »

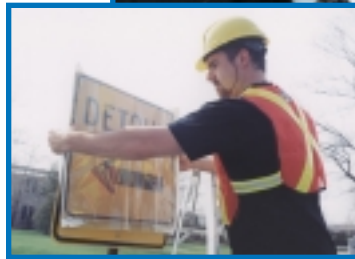
C'était il y a deux ans. Depuis, M. Moricz n'a pas chômé. Il a quitté le gouvernement et a fondé Contour Tek avec son épouse Linda. Il a d'abord effectué une recherche en antériorité de brevets, une étude de marché et une analyse statistique détaillée de la signalisation routière en Ontario, au Québec et aux É.-U. « On trouve 1 000 panneaux différents en Ontario, affirme M. Moricz. Il fallait déterminer lesquels étaient les plus répandus et, parmi ceux-là, lesquels avaient le plus besoin d'être recouverts. » Puis, en collaboration avec Design Workshop d'Ottawa, l'entreprise a conçu un produit, mis au point des prototypes et effectué des essais poussés en laboratoire et sur le terrain. Peu après, elle a trouvé un fabricant.

Ainsi naquit le Flex-Vest, un couvre-panneau résistant, léger, bon marché et réutilisable, qui s'adapte à la plupart des panneaux de signalisation et des panneaux d'affichage pour événements spéciaux. Le Flex-Vest comporte également une pochette transparente où l'on peut insérer d'autres messages. Ce couvre-panneau est fabriqué en 15 tailles, mesurées selon le système métrique ou impérial. Il se vend actuellement sous forme carrée ou rectangulaire, mais il sera également offert sous forme de losange plus tard au cours de l'été.

« Nous avons participé à notre premier salon professionnel en février, raconte M. Moricz. Nous avons épuisé nos stocks dès le premier jour. » Au même moment, l'entreprise a reçu le Prix de la relève entrepreneuriale de l'année, décerné par la Fondation de l'entrepreneuriat du Québec. « Nous avons été absolument enchantés, déclare-t-il. C'était extraordinaire de se faire confirmer par un organisme indépendant que nous avions mis au point un produit vraiment utile. »



Alexandre Moricz,
concepteur d'un
couvre-panneau
réutilisable.



Depuis, M. Moricz a embauché des vendeurs chevronnés. La clientèle visée comprend les entreprises de construction et d'affichage, les services des travaux publics, des parcs et des loisirs et toutes les sociétés chargées d'un réseau routier, par exemple, les aéroports et les commissions de transport. La signalisation des événements spéciaux offre également d'énormes possibilités. « Les sociétés de production cinématographique en constituent un parfait exemple, affirme M. Moricz. Il faut souvent recouvrir les panneaux en place et installer des panneaux temporaires pendant la durée des tournages. »

Contour Tek est établie à Ottawa-Hull, et M. Moricz prévoit concentrer pour l'instant ses activités de promotion en Ontario, au Québec et dans l'Ouest du Canada. « Il est essentiel d'accorder la même importance au français et à l'anglais, explique M. Moricz. C'est pour cela que nous avons même choisi une raison sociale bilingue pour notre entreprise. » Contour s'écrit et se prononce de la même façon en français et en anglais.

« Le Flex-Vest n'est officiellement sur le marché que depuis huit semaines, mais la réaction qu'il a suscitée jusqu'ici est très encourageante, commente M. Moricz. Nous espérons que les gens pourront en voir régulièrement le long de nos routes et de nos autoroutes; ce sera la meilleure publicité possible. Nous entrevoyons de nombreuses possibilités de commercialisation. »

Renseignements : www.contourtekinc.com

POINT DE VUE



Lorsque l'équipe Harris a été élue pour la première fois en 1995, elle était déterminée à prendre les décisions difficiles et à faire les choix responsables qui remettraient la province sur la voie de la prospérité. Depuis, l'Ontario jouit d'une vigueur économique renouvelée et des centaines de milliers d'emplois ont été créés.



Le budget de 2001 de l'Ontario maintient le cap. Notre gouvernement a déposé un troisième budget équilibré consécutif. Ce budget prévoit d'autres réductions fiscales et d'autres mesures de réduction de la dette. Il vise l'optimisation des ressources fiscales. Déposé le 9 mai par le ministre des Finances, ce budget met l'accent sur trois priorités :

- **La croissance** : Comme toujours, la croissance économique et la création d'emplois demeurent des priorités absolues de notre gouvernement. À ce jour, nos politiques ont favorisé la création de plus de 822 000 emplois. Plus de 578 000 bénéficiaires de l'aide sociale ont retrouvé du travail. Ces deux dernières années, l'économie ontarienne a dépassé celle de chacun des pays du G-7. Nous avons pour objectif de protéger et de conserver ces acquis pour tous les Ontariens.
- **La responsabilité financière** : Elle commence par une utilisation prudente de l'argent des contribuables – en donnant la priorité à la santé, à l'éducation, à la protection de l'environnement et à l'infrastructure.
- **La reddition de comptes** : Elle est nécessaire, non seulement de la part du gouvernement provincial, mais aussi de *tous* les paliers de gouvernement et de *toutes* les institutions financées par les contribuables.

Le budget de 2001 fait avancer la province dans chacun de ces domaines fondamentaux. Dans ce contexte, les entreprises de l'Ontario prospéreront elles aussi. Notre gouvernement estime que la toute première priorité d'une entreprise devrait être de payer des salaires et non des impôts. Dans cette optique, nous déposerons un projet de loi établissant le calendrier complet des réductions annuelles de l'impôt sur les sociétés à partir d'aujourd'hui jusqu'en 2005, ce qui donnera aux entreprises plus de certitude quant à l'avenir. En outre, en 2005, le taux combiné d'impôt ontarien sur les sociétés sera inférieur à celui de n'importe lequel des 50 États américains et de n'importe laquelle des provinces. Cette mesure fera à elle seule de l'Ontario une destination de choix pour les affaires en Amérique du Nord.

Depuis cinq ans et demi, notre gouvernement prend des décisions difficiles pour maintenir l'Ontario sur la bonne voie. Aujourd'hui, notre économie est concurrentielle, la création d'emplois est florissante, l'inflation et les taux d'intérêt sont à la baisse, le revenu réel disponible est à la hausse et les finances des consommateurs, des entreprises et du gouvernement se portent très bien. Les choix responsables que nous avons faits, et que nous continuons de faire, s'inscrivent dans l'engagement de notre gouvernement de faire de l'Ontario le meilleur endroit où vivre, travailler, investir et élever une famille.

Bob Runciman, ministre du Développement économique et du Commerce

Transformix automatise les processus opérationnels

« **L**a vie est courte et puisqu'il faut bien travailler quelque part, autant que ce soit dans un endroit où on est heureux et traité avec respect et dignité », affirme Peng-Sang Cau, présidente et chef de direction de Transformix Engineering Inc. de Kingston.

C'est en voulant mettre sur pied une entreprise qui traite ses employés, ses clients et ses fournisseurs le mieux possible que M^{me} Cau et son époux Richard Zakrzewski ont fondé Transformix dans le sous-sol de leur maison en 1995. M. Zakrzewski est ingénieur électricien et M^{me} Cau détient un diplôme universitaire spécialisé en commerce et possède une grande connaissance de la vente et de la commercialisation. En combinant leur expérience, ils ont décroché leur premier contrat, ont invité les ingénieurs Martin Smith et Ken Nicholson à s'associer à l'entreprise et ils ne se sont pas arrêtés depuis.

Cinq ans plus tard, Transformix est un concepteur réputé de machines intelligentes haut de gamme personnalisées. Ces machines automatisées aident les entreprises à accroître leur productivité, à respecter des normes plus sévères de contrôle de la qualité ou à rationaliser la manutention de matériaux.

Transformix a relevé tous ces défis et bien d'autres encore. Les ingénieurs ont conçu divers processus automatisés, articulés autour d'un robot portique, aidant à régler les problèmes d'ergonomie inhérents à une tâche répétitive, ainsi qu'une machine destinée à l'industrie automobile, qui fait appel à l'acquisition de données et à la technologie des vibrations acoustiques pour détecter les particules en vrac. L'entreprise travaille actuellement à la conception d'une machine permettant d'automatiser la fabrication de composantes à fibres optiques. « Nous présentons notre entreprise comme un fournisseur de solutions aux problèmes de fabrication dans n'importe quelle industrie, mais nous nous spécialisons dans les produits pharmaceutiques, l'automobile, les télécommunications de pointe et les biens de consommation courante, explique M^{me} Cau. L'un des principaux avantages d'avoir fondé notre entreprise en Ontario est que cette province compte le

plus grand nombre d'usines de fabrication au Canada. »

Outre ses activités principales axées sur l'automatisation industrielle, dont l'ampleur double chaque année, Transformix offre également des services individuels de fabrication et d'ingénierie. Elle conçoit des produits particuliers comme des modules de commande électroniques intégrés ou des pièces de machine précises comme des effecteurs robotiques.

« L'innovation constitue un élément important de notre réussite. Nous nous tenons au fait des toutes dernières technologies afin de pouvoir les offrir à nos clients, affirme M^{me} Cau. Par exemple, nous créons une machine virtuelle en trois dimensions par CAO avant de construire une vraie machine. Ainsi, nous pouvons d'abord l'examiner avec notre client et y apporter alors les modifications nécessaires, ce qui se traduit par des économies considérables à long terme pour la clientèle. » Transformix fabrique les vraies machines dans ses installations de 465 m².

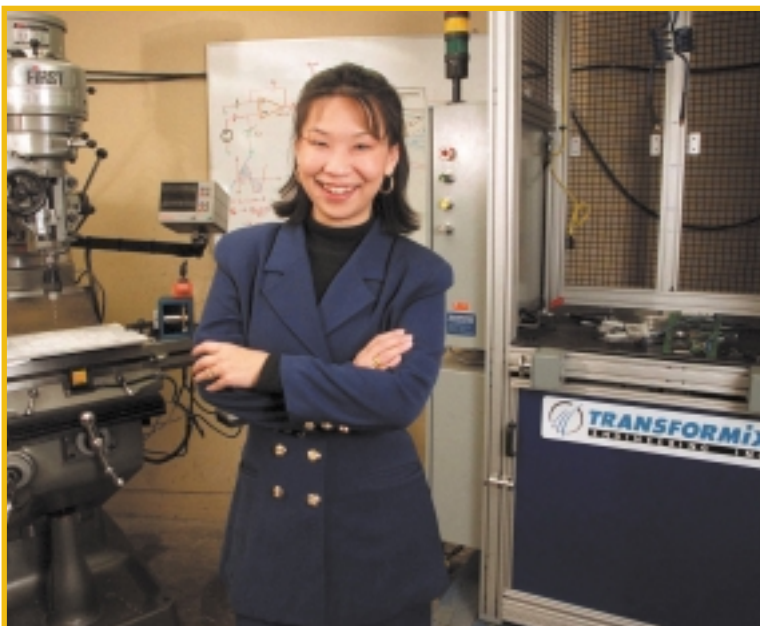
Le service à la clientèle constitue un autre engagement important. Un gestionnaire en marketing est affecté à chaque projet afin de veiller à ce qu'il soit réalisé à temps et dans les coûts prescrits. L'entreprise compte des mécaniciens-monteurs, des électriciens et des outilleurs chevronnés qui facilitent la réalisation des projets. En outre, elle consigne soigneusement le processus de

conception-construction, afin que le client dispose de tous les renseignements nécessaires pour entretenir le matériel ou y apporter des modifications bien après sa mise en service.

Manifestement, cette formule s'avère payante pour l'entreprise, dont la clientèle comprend des sociétés de premier ordre comme 3M Canada, Pfizer, Proctor & Gamble et Nortel Networks. Transformix compte maintenant 19 employés, dont cinq ingénieurs possédant une expérience pratique très diversifiée ainsi qu'un représentant qui aide M^{me} Cau à vendre les services professionnels de l'entreprise. Transformix participe aussi à des programmes du gouvernement provincial visant à aider les Ontariens à trouver du travail, notamment le programme Service d'emplois d'été, qui aide les élèves et les étudiants de 15 à 24 ans à trouver un emploi d'été et leur permet d'acquérir de l'expérience et une formation.

« Nous désirons devenir des chefs de file de la conception et de la construction de machines intelligentes qui aideront nos clients à fabriquer leurs produits plus efficacement et de façon plus fiable et plus sécuritaire. Nous désirons également nous spécialiser davantage dans la technologie de pointe, tout particulièrement dans le domaine de la fibre optique, déclare M^{me} Cau. Je vois beaucoup de débouchés dans le jumelage d'une société de pointe comme la nôtre avec une industrie d'avant-garde. » Selon M^{me} Cau, la seule difficulté qui freine la croissance de l'entreprise consiste à pouvoir recruter un nombre suffisant d'ingénieurs compétents.

« Transformix a récemment été mise en nomination pour un prix d'excellence en affaires ainsi que pour un prix Pinnacle, deux grands honneurs. Mais ce dont nous sommes le plus ravis, c'est d'avoir atteint notre objectif : créer une société où il est agréable de travailler. Certains employés nous disent qu'ils aiment vraiment venir travailler, affirme M^{me} Cau. L'important pour nous a toujours été d'offrir un service de qualité supérieure à nos clients et à nos fournisseurs. Nous croyons que notre entreprise a très bien réussi sur ce plan. »



Peng-Sang Cau, présidente et chef de la direction de Transformix, concepteur réputé de machines intelligentes haut de gamme personnalisées.

Timberland croît grâce à la diversification

La société The Timberland Group a fait beaucoup de progrès depuis 1947, lorsqu'elle n'était qu'un modeste fournisseur de l'industrie forestière. Depuis, le fabricant ontarien de treuils est devenu une entreprise internationale polyvalente qui dessert des sociétés de services publics, des sociétés pétrolières et des sociétés d'exploitation minière souterraine aux quatre coins du monde. Établie à Woodstock (Ontario), l'entreprise compte maintenant deux usines de fabrication aux É.-U. et une autre usine située à Sudbury. Elle exporte environ 75 % de sa production.

« L'entreprise a subi des changements considérables depuis que je m'y suis joint à titre d'ingénieur en 1964, déclare le président Walter Booth, qui en est maintenant le propriétaire unique. Le matériel de manutention de câbles conducteurs, qui sert à installer des lignes d'énergie électrique et des réseaux de communication, génère la plus grande partie de nos affaires. Nous fabriquons également du matériel d'exploitation minière et les ventes de nos treuils marins augmentent très rapidement. »

Après avoir réussi dans les secteurs de l'exploitation forestière, de l'exploitation minière et de la construction lourde, l'entreprise s'est tournée vers le marché du matériel de manutention de câbles conducteurs dans les années 1970 et en est rapidement devenue une force dominante. Les sociétés productrices d'électricité et de télécommunications apprécient énormément le matériel de manutention de câbles de Timberland qui favorise l'installation rapide et efficace de lignes de transport d'énergie et de réseaux de distribution. À l'époque, des projets hydroélectriques canadiens d'envergure comme celui de la baie James ont assuré à Timberland un marché durable pendant de nombreuses années.

Lorsque ce marché a connu un ralentissement, Timberland s'est tournée vers le Sud, où ses produits étaient très en demande. Elle a exploité avec dynamisme le marché en pleine expansion des sociétés américaines de services publics, jusqu'à



Remorqueur doté de treuils Timberland. Les ventes de treuils nautiques Timberland connaissent une croissance rapide.

ce qu'elle sente la menace de la loi encourageant l'achat de produits des É.-U., qui limitait les importations.

« Nous avons résolu le problème en faisant l'acquisition de notre principal concurrent américain en 1984, explique M. Booth, et nous avons par la suite acheté l'autre plus importante société américaine. En même temps, nous avons déployé beaucoup d'efforts à vendre notre matériel de câblage dans d'autres pays du monde et avons connu un franc succès. Notre entreprise est maintenant l'une des plus grandes au monde dans le domaine de la manutention de câbles conducteurs. »

The Timberland Group joue également un rôle de premier plan dans le domaine du forage pétrolier en mer, tout comme sa filiale Almon Johnson Limited. Ses treuils constituent un élément clé d'un nouveau procédé de forage qui promet d'accroître la sécurité de l'équipe de foreurs et la rentabilité de la production. Contrairement aux plate-formes utilisées par le passé, qui sont fixées au fond de l'océan, la nouvelle technologie fait appel à d'énormes bouées flottantes manipulées à

l'aide de puissants treuils. Le pétrole est ensuite déchargé dans un pétrolier navette.

« Nous avons vendu un système d'ancrage funiculaire au projet Terra Nova, au large de Terre-Neuve, déclare M. Booth, et nous nous préparons à en vendre d'autres. Les treuils marins sont un élément clé de la nouvelle méthode de forage pétrolier en mer, ce qui nous offre d'énormes possibilités. »

On utilise également le matériel de Timberland dans les mines souterraines du monde. Sa filiale Marcotte Mining Machinery Services Inc., située à Sudbury, fabrique des véhicules et du matériel de service souterrain. TSE International Inc., une autre de ses filiales, fabrique des ébrancheurs-abatteurs d'arbres et du matériel d'entretien des voies d'accès vendu dans les régions forestières à croissance rapide des É.-U. « La croissance soutenue que nous avons connue est manifestement due à la diversification, affirme M. Booth. Les ventes à l'exportation sont la clé de notre croissance future. Grâce au climat positif en Ontario et au travail acharné de nos employés, je suis persuadé que notre entreprise poursuivra sa croissance en lançant de nouveaux produits et en perçant de nouveaux marchés. »

L'industrie ontarienne de l'aérospatiale est solide et concurrentielle



**L'aérospatiale en Ontario : 30 000 emplois et des ventes de 6,8 milliards de dollars en 1999!
Cela représente 35 % du chiffre d'affaires de cette industrie au Canada.**

L'industrie ontarienne de l'aérospatiale est réputée depuis longtemps pour son excellence et ses nombreuses réalisations sont reconnues dans le monde entier. Elle est un chef de file dans les niches clé du marché international telles que les systèmes d'atterrissage, les avions à turbopropulseurs de 20 à 70 places, les systèmes de conditionnement d'air et les turbines à gaz de petites dimensions.

De plus, l'Ontario accueille certaines des sociétés aérospatiales les plus novatrices et les plus prospères au monde. Avec ses 6 000 employés, Bombardier Aéronautique, qui conçoit et fabrique des avions à ses installations de Toronto, constitue le plus important employeur de la ville dans le secteur industriel. Honeywell, BF Goodrich, Messier-Dowty et Boeing sont toutes des sociétés d'envergure internationale installées en Ontario. Les sociétés aérospatiales canadiennes indépendantes ayant établi leur siège social en Ontario,

telles que Magellan, ComDev, Devtek Aerospace et Derlan Aerospace, sont toutes de vigoureuses entreprises clés.

« L'industrie ontarienne de l'aérospatiale constitue l'un des secteurs industriels les plus importants de notre province, déclare Bob Runciman, ministre du Développement économique et du Commerce. Elle est solide, dynamique et concurrentielle, et elle présente d'excellentes possibilités de croissance dans l'avenir. »

« Selon l'Association des industries aérospatiales du Canada, l'industrie canadienne de l'aérospatiale se classe quatrième à l'échelle mondiale au chapitre des ventes sectorielles. » En 1999, ces ventes ont totalisé 19,6 milliards de dollars. L'Ontario compte pour 35 % de ce total, soit 6,8 milliards de dollars. En 1999, plus de 30 000 personnes travaillaient au sein du secteur de l'aérospatiale de la province.

Bombardier Aéronautique

Bombardier exerce ses activités dans les domaines de l'aéronautique, du matériel de transport ferroviaire, des produits récréatifs et des services financiers. Cet avionneur est le chef de file mondial en matière de production d'avions régionaux et amphibies et possède des installations au Canada, aux É.-U. et au Royaume-Uni. Bombardier conçoit et fabrique des avions à son usine de Toronto, qui compte plus de 6 000 employés.

Boeing

La compagnie Boeing est la plus importante société aérospatiale au monde. Elle exerce ses activités dans les trois principaux marchés de l'aérospatiale, soit le secteur commercial, le secteur de la défense et l'industrie spatiale. Son groupe d'avions commerciaux compte plus de 3 000 employés au Canada, soit à Winnipeg, à Toronto et à Arnprior. De plus, Boeing octroie des contrats au Canada pour une somme évaluée à environ 1 milliard de dollars par année, par l'intermédiaire de plus de 250 fournisseurs, qui emploient 32 000 Canadiens dans les diverses régions du pays.

Valcom Limited

Fondée à Guelph, en 1955, la société s'est développée et diversifiée au cours des quatre dernières décennies et compte maintenant des usines à Guelph, à Ottawa et à Vancouver Ouest. L'usine de Guelph, certifiée ISO 9001, est une installation moderne et entièrement équipée qui se spécialise dans la conception et la fabrication de systèmes électroniques et électromécaniques. Valcom offre entre autres une vaste gamme de services professionnels, dont la gestion de l'information, l'ingénierie de même que l'assistance technique et spécialisée.

BF Goodrich Aerospace

La division Trains d'atterrissage de BF Goodrich, située à Oakville, assure la conception, la mise au point et la fabrication de systèmes d'atterrissage et de commandes de vol complets. Actuellement, elle produit entre autres des trains d'atterrissage pour Boeing, McDonnell Douglas, Fokker et Bombardier de Havilland.

Délégation de l'industrie de l'aéronautique ontarienne au Salon du Bourget

L'industrie ontarienne de l'aéronautique cherche à se faire connaître notamment dans le cadre de foires d'envergure internationale. Cette année, elle a choisi de se rendre au Salon de l'aéronautique de Paris, qui se tiendra du 17 au 24 juin. Cette foire commerciale de renommée mondiale qui comprend des spectacles aériens est présentée tous les deux ans à l'aéroport Le Bourget. Il s'agit du plus ancien salon dans le domaine de l'aéronautique et il est considéré comme la foire commerciale de l'aérospatiale la plus prestigieuse au monde. Y sont attendus quelque 1 700 exposants provenant de 43 pays et plus de 270 000 visiteurs dont la moitié sont des membres de l'industrie.

Le ministre Bob Runciman et le ministère du Développement économique et du Commerce, ainsi que des représentants de l'industrie, de l'Ontario Aerospace Council et d'Ontario Export inc. (principal organisme voué au commerce du gouvernement de l'Ontario) constitueront la délégation ontarienne au Salon de l'aéronautique de Paris.



Une forte présence de l'industrie de l'aérospatiale de l'Ontario cette année au Salon de l'aéronautique de Paris, le plus prestigieux du monde.

« Notre objectif est d'aider les petites et moyennes entreprises exportatrices à forger de nouvelles alliances avec les sociétés étrangères et à saisir les occasions d'affaires, explique M. Runciman. C'est également l'occasion idéale de faire valoir les atouts de la province afin d'inciter les sociétés d'aéronautique étrangères à investir chez nous. En plus d'être situé au cœur du continent, l'Ontario possède une main-d'œuvre qualifiée, une infrastructure bien établie, un réseau de fournisseurs fiables, un climat propice à la recherche-développement et un régime fiscal équitable, des avantages dont pourront profiter bon nombre d'entreprises, petites et grandes, du monde entier. »

Plus d'une douzaine de sociétés ontariennes du secteur de l'aéronautique feront partie de la délégation provinciale, dont les suivantes :

- Atlantis Systems International, de Brampton, qui fournit un vaste éventail de systèmes de formation axés sur la simulation aux entreprises internationales d'aéronautique;
- Derlan Aerospace Canada, de Milton, qui conçoit et fabrique des produits en métal utilisés dans des secteurs de haute technologie;
- Eagletronic Industries Inc., de Weston, qui est spécialisée dans l'usinage de précision et l'assemblage de diverses composantes de trains d'atterrissage, de pièces de commandes de vol et de pièces de structure;
- EMS Technologies, d'Ottawa, qui fournit à l'industrie aéronautique les terminaux satellites, les antennes et les systèmes destinés à des applications aéronautiques;
- Shimco North America, de Markham, le seul fabricant canadien de feuilles de métal laminées utilisées dans la fabrication de cales pelables de précision.

« Le Salon de l'aéronautique de Paris permet aux entreprises participantes de rencontrer les représentants d'autres entreprises et de nouer des relations d'affaires, que ce soit comme fournisseurs, partenaires

ou clients, explique Rod Jones, directeur général de l'Ontario Aerospace Council. Les entreprises ontariennes accompliront beaucoup en peu de temps. »

Le Salon de l'aéronautique de Paris offre d'incroyables perspectives non seulement pour les PME faisant partie de notre délégation, mais aussi pour les grandes entreprises d'aéronautique qui y participent de façon indépendante. Ces entreprises, de concert avec le gouvernement, continuent d'enrichir un patrimoine dont nous sommes tous fiers et de travailler à améliorer la position et le rendement de l'industrie.

Comme le dit M. Jones, « l'industrie ontarienne de l'aéronautique possède un énorme potentiel, notamment en ce qui a trait aux systèmes et au matériel. Les emplois y sont très attrayants. Cette industrie est axée sur les exportations et la technologie et contribue à la diversité et à la prospérité de la province. Nous espérons que notre industrie de l'aérospatiale poursuivra sa croissance et demeurera vigoureuse dans les années à venir. »

Stokes : une tradition ontarienne dans le domaine du jardinage depuis 1934



Wayne Gale, président de Stokes, premier fournisseur de semences de plantes et de fleurs au pays, troisième en Amérique du Nord.

C'est une tradition estivale en Ontario. Vous partez en voiture avec les enfants et sillonnez les chemins de campagne. Vous vous arrêtez au bord de la route à un étal débordant de maïs sucré et de légumes cueillis le matin même dans le champ. Vous remplissez un sac de légumes et repartez à la maison en songeant au festin que vous dégusterez ce soir.

Ce festin, vous le devez fort probablement à Stokes Seeds, une entreprise familiale de troisième génération établie à St. Catharines. Stokes est le plus important vendeur de semences de plantes potagères et de fleurs au Canada et le troisième en importance en Amérique du Nord. L'entreprise a vu le jour en 1881 au New Jersey. En 1934, le représentant commercial de Stokes et producteur de choux-fleurs de Niagara, Harry Gale, a fait l'acquisition de la filiale canadienne de l'entreprise. Aujourd'hui, la famille Gale distribue ses semences partout en Amérique du Nord.

« Nos semences sont adaptées au climat et à la courte période de croissance qui caractérisent le nord-est de l'Amérique du Nord, explique Wayne Gale, président de Stokes Seeds. Nous en vendons plus de 3 000 variétés de l'aillyssum à la courgette. »

Stokes approvisionne deux grands marchés : celui des agriculteurs et des serriculteurs et celui des jardiniers amateurs. Les premiers cultivent leurs produits et les vendent à la Commission du Marché des produits alimentaires de l'Ontario, aux principales chaînes d'alimentation, aux épiceries, aux fleuristes et aux étals que l'on retrouve au bord des routes. Ce marché représente environ 85 % du

chiffre d'affaires de l'entreprise. Dans son deuxième marché, celui des jardiniers amateurs, Stokes compte plus de 240 000 clients fidèles qui commandent leurs semences par catalogue, en ligne ou dans ses centres de distribution.

« La tomate est le légume le plus populaire chez les jardiniers amateurs, explique M. Gale. Du côté des fleurs, l'impatiante a détrôné le pétunia. » Le président de Stokes constate une augmentation de la demande en minilégumes ou en légumes gastronomiques, ce qui oblige l'industrie à développer sans cesse de nouvelles variétés. « On trouve aujourd'hui de nombreuses variétés de laitue qui n'existaient pas il y a à peine quatre ans », affirme-t-il. Cet essor est attribuable aux percées réalisées non seulement dans les domaines de la génétique, de la sélection et des produits, mais également dans les domaines de la récolte et de l'emballage.

Stokes offre deux types de semences : des semences à pollinisation libre et des hybrides. Les semences à pollinisation libre donnent des plantes identiques à l'originale. Les semences hybrides résultent du croisement de deux plantes-mères afin d'obtenir les meilleures caractéristiques de chacune. Stokes achète les semences dans le monde entier, les emballe en Ontario, puis les distribue. Les ventes de l'entreprise sont réparties également entre le Canada et les É.-U. et une vente peut rapporter entre 2 \$ et 500 000 \$US.

« Nous détenons une si grande part du marché canadien que nos affaires n'augmentent que progressivement, explique M. Gale. Aux É.-U., cependant, le potentiel de croissance est énorme. Notre stratégie consiste à nous positionner, que ce soit sur le plan de notre situation financière, de notre effectif ou de nos installations, de façon à pouvoir saisir les occasions qui se présentent. Si l'un de nos concurrents ferme ses portes, nous sommes prêts à agir rapidement afin de capturer sa part du marché. » Stokes entend continuer à se concentrer sur l'important marché du Nord-Est américain. L'expansion vers d'autres régions américaines nécessiterait différentes variétés de semences et différentes techniques de commercialisation.

Stokes compte une centaine d'employés pendant l'année, mais ce nombre peut atteindre 260 à la mi-février en Ontario.

Le siège social de l'entreprise, son magasin et son entrepôt d'une superficie de 290 m² sont situés à St. Catharines. Elle a établi ses autres centres de distribution à Fredonia, dans l'État de New York et à Vineland, au New Jersey, qui approvisionnent un grand nombre de producteurs commerciaux dans cette région.

Stokes possède une ferme semencière de 14 hectares et un jardin expérimental à St. Catharines. Les décisions quant aux variétés de semences vendues par Stokes sont prises après leur évaluation au jardin expérimental. « Nous leur faisons également subir des tests d'adaptabilité, explique M. Gale. Par exemple, nous collaborons présentement avec une société scandinave qui veut offrir certaines de ses semences en Amérique du Nord. Nous vérifions si les plantes conservent les mêmes caractéristiques ici qu'en Scandinavie. » Stokes est également le lieu d'essais officiels de All America Selections, un organisme qui évalue les nouvelles plantes et qui accorde des prix à celles qui offrent un rendement supérieur au jardinier amateur.

Pour M. Gale, les avantages que procure la culture des plantes à partir de semences ne font aucun doute. « Il faut considérer les coûts. Avec quelques dollars, on peut acheter 50 semences, ce qui est nettement moins cher que d'acheter une caissette de jeunes plants. Vous avez également un meilleur choix de couleurs et de variétés. De plus, faire pousser des plantes à partir de semis a un effet thérapeutique, ajoute-t-il. Vous avez presque besoin d'un microscope pour voir une graine de bégonia, mais avec un peu de patience, la graine deviendra une plante généreuse et colorée. C'est un processus fascinant. »

Renseignements : www.stokeseeds.com



Le jardin expérimental de Stokes Seeds est ouvert au public en juillet et août.

Jamieson, un chef de file des produits naturels

Dans les pharmacies et les magasins de détail du Canada, les clients s'arrêtent régulièrement devant des rayons de petits flacons aux bouchons verts. Ils examinent les produits naturels offerts, par exemple des multivitamines, du millepertuis, de l'échinacée et des suppléments de calcium, tous fabriqués dans le but d'accroître le bien-être personnel.

La société Jamieson Laboratories fabrique des vitamines, des minéraux, des produits à base d'herbes médicinales et des suppléments nutritionnels depuis plus de 75 ans. Aujourd'hui, elle offre plus de 400 produits.

« Les gens sont de plus en plus sensibilisés aux remèdes et aux programmes de santé alternatifs. Ils perçoivent les produits nutritionnels comme une bonne police d'assurance », explique Victor Neufeld, président de Jamieson Laboratories.

La croissance qu'a connue Jamieson, tout particulièrement au cours des années 1990, confirme cette prise de conscience des consommateurs. Grâce à un plan solide axé sur la qualité des produits, sur une nouvelle présentation et sur une campagne de publicité pancanadienne, Jamieson a vu son chiffre d'affaires annuel passer de 20 millions de dollars au début de la décennie à plus de 100 millions aujourd'hui. Cette société de droit privé détient une part d'environ 24 % du marché canadien dans son domaine.

« Aujourd'hui, non seulement attirons-nous de nouveaux clients, mais de nombreux clients de longue date ajoutent des suppléments nutritionnels à ceux qu'ils prennent déjà tout les jours », déclare M. Neufeld. Au début des 1990, environ 42 % des Canadiens d'âge adulte prenaient des suppléments nutritionnels sous une forme ou une autre. Ce taux est maintenant passé à près de 47 %. Jamieson n'a pas tardé à répondre à la demande accrue. L'entreprise a construit un laboratoire et une usine de fabrication de quelque 32 400 m² à Windsor (son siège social se trouve à Toronto) et loué d'autres locaux de 16 200 m². C'est grâce à des activités intensives de recherche-développement qu'elle offre ses remèdes.

« En 1994, nous avons déterminé que les produits à base d'herbes médicinales connaîtraient un succès fracassant, raconte M. Neufeld. Dans cette optique, Jamieson a été la première à adopter le programme d'extraits standardisés. Nous avons exigé que les fournisseurs de matières premières standardisent leurs produits, l'échinacée par exemple, afin d'optimiser la puissance de la plante. » Jamieson n'utilise que des ingrédients

naturels qu'elle se procure auprès de fournisseurs des quatre coins du monde.

L'entreprise, qui s'intéresse à la santé des femmes et aux préoccupations de la population quant à la perte de densité osseuse avec l'âge, a décidé de mettre davantage l'accent sur les produits à base de calcium. Chef de file de la catégorie des multivitamines, elle a également relancé toute sa gamme Vita-Vim. Quel que soit le produit, la qualité est une priorité absolue. Au Canada, les vitamines, les minéraux et les produits à base d'herbes médicinales sont réglementés comme des médicaments. Chaque produit de Jamieson fait l'objet d'un processus interne de contrôle de la qualité pharmaceutique, qui compte jusqu'à 211 étapes.

Jamieson compte 300 employés, dont un cinquième s'occupent du contrôle et de l'assurance de la qualité, des questions de réglementation et de consommation et de recherche-développement. Ils contribuent à la mise en marché de 40 à 50 nouveaux produits chaque année. Le processus consiste à élaborer un document propositionnel, un modèle de prévision des coûts et une formule théorique, puis à trouver des fournisseurs capables d'apporter des matières premières de qualité à la teneur voulue. Il peut s'écouler de six mois à un an entre la conception d'un produit et sa mise en marché.

« Des produits comme de l'huile de thé vert ou de l'extrait de feuille d'olivier peuvent sembler étranges, mais nous effectuons des recherches, cernons un besoin et offrons le produit correspondant, affirme M. Neufeld. La demande des consommateurs détermine la survie d'un produit. Nous considérons comme une réussite un taux de 50 % de survie des nouveaux produits après deux ans. »

L'entreprise exporte ses produits vers plus de 30 pays, dont ceux de l'Asie et du Moyen-Orient, et prend le temps de s'allier à de bons partenaires pour élargir son marché à l'échelle internationale. La croissance est également forte aux É.-U. où l'on a épuisé du jour au lende-

main les stocks du nouveau produit *Ultra Slim Down* à la suite d'une récente présentation sur le réseau de télévision Fox. M. Neufeld est aussi fier du site Web de Jamieson, www2.jamiesonvitamins.com, qui offre des renseignements et des conseils sur les produits naturels les plus efficaces, notamment pour lutter contre les allergies ou pour perdre du poids.

L'Ontario s'avère un bon emplacement pour Jamieson. « Notre situation au centre du pays est idéale parce que nous expédions nos produits d'un océan à l'autre, dit M. Neufeld. En outre, la plupart de nos installations se trouvent à Windsor et offrent l'avantage d'être tout près de la frontière. » Il attribue le succès de la société à un effectif compétent et consciencieux qui, selon lui, « a relevé tous les défis avec nous au cours des années de vaches maigres ou de prospérité ».

M. Neufeld prévoit que Jamieson Laboratories connaîtra une croissance soutenue au fur et à mesure que de plus en plus de gens prendront conscience de l'importance d'une nutrition équilibrée pour une vie active et saine.



Victor Neufeld, président de Jamieson Laboratories, qui exporte vers plus de 30 pays.

La stratégie Jeunes entrepreneurs encourage la création d'emplois

Créez votre propre emploi. Bâtissez votre avenir.

Le gouvernement provincial a dévoilé la stratégie Jeunes entrepreneurs, dotée à 15 millions de dollars sur quatre ans, qui vise à promouvoir l'esprit d'entreprise chez les jeunes.

« La stratégie Jeunes entrepreneurs encourage les jeunes de l'Ontario à créer leur propre emploi, a expliqué Bob Runciman, ministre du Développement économique et du Commerce. Nous voulons que les jeunes Ontariens envisagent la création de leur propre entreprise comme un choix de carrière viable et intéressant. »

La stratégie comprend quatre volets :

- *Futurs entrepreneurs* – programme qui présente aux étudiants de 7^e et 8^e années l'esprit d'entreprise et les aptitudes d'entrepreneuriat.
- *Mon entreprise d'été* – programme qui aide les étudiants entrepreneurs à démarrer et à exploiter leur propre entreprise d'été. Il offre une formation commerciale pratique et des services de mentorat, ainsi que des subventions s'élevant jusqu'à 3 000 \$, aux jeunes de 15 à 29 ans qui reprennent des cours, à temps plein, en septembre.
- *Mon entreprise* – programme qui combine une formation commerciale pratique et des prêts à faible intérêt jusqu'à concurrence de 15 000 \$, pour aider les jeunes entrepreneurs de 18 à 29 ans, à démarrer leur propre entreprise. Le programme, organisé en partenariat avec la Banque Royale, accepte les demandes de participation depuis le 28 mai.
- Une campagne de sensibilisation du public pour rappeler aux étudiants de l'Ontario, à leurs parents et au public, l'importance de l'entrepreneuriat comme choix de carrière viable. Cette campagne prévoit la création, au début de l'année prochaine, d'un nouveau site Web interactif qui offrira des renseignements et des services de soutien aux jeunes entrepreneurs.

Le programme du ministère est activement soutenu par la Banque Royale et Jeunes entreprises.

« Au cours des quatre prochaines années, le programme *Mon entreprise* se donne pour but de créer 600 nouvelles entreprises, explique

Rod Schaff, vice-président, petites et moyennes entreprises, Banque Royale. Imaginez les retombées qu'un tel programme peut avoir – pour stimuler l'économie, créer des emplois et orienter les jeunes de façon à en faire profiter toute la société. »

« Des milliers d'entreprises de toutes tailles, du magasin de détail à la multinationale, ont vu le jour parce que de jeunes entrepreneurs ont voulu réaliser leurs rêves », ajoute M. Schaff.

Gale Carey, pdg de Jeunes entreprises de Toronto et de la région de York, considère le programme *Mon entreprise d'été* comme le prolongement des programmes Jeunes entreprises où les étudiants peuvent apprendre tant à l'école qu'après l'école les principes du démarrage et de l'exploitation de leur propre entreprise dans un milieu d'apprentissage coopératif exempt de risque.

« Le programme *Mon entreprise d'été* mis sur pied par le ministère permettra à ces étudiants de

mettre leurs talents à l'épreuve tout en créant leur propre entreprise, précise M^{me} Carey. Ils auront la chance de faire tout cela dans un milieu valorisant et d'être entourés de mentors et de formateurs. »

Kim Ades a connu les tribulations de l'entrepreneuriat avant de connaître le succès. À l'âge de 26 ans, M^{me} Ades a démarré sa propre entreprise, Upward Motion Interactive Training Solutions, qui met au point des logiciels d'évaluation et de formation des employés. Six ans plus tard, elle dirige une équipe de huit employés et vend son logiciel aux banques, aux conseils scolaires et aux grands magasins de détail.

« L'aide que j'ai obtenue des programmes d'entrepreneuriat m'a donné le coup de pouce dont j'avais besoin, explique M^{me} Ades. Ils m'ont aidée à établir des contacts et à obtenir du financement. L'entrepreneuriat est une profession mésestimée. C'est formidable de voir que les étudiants pourront découvrir ce que c'est que d'être un entrepreneur. »



La présidente d'Upward Motion démontre son logiciel de formation au ministre du Développement économique et du Commerce, lors du lancement de la stratégie Jeunes entrepreneurs.



Bob Runciman, ministre du Développement économique et du Commerce, lors de l'inauguration du Centre d'entrepreneuriat des Mille-Îles.

De l'aide pour les petites entreprises de Brockville

Le Centre d'entrepreneuriat des Mille-Îles, ouvert récemment, viendra en aide aux propriétaires de petites entreprises de Brockville. Le ministre du Développement économique et du Commerce, Bob Runciman, a assisté à l'inauguration du Centre le 24 avril dernier.

Le ministère du Développement économique et du Commerce de l'Ontario, avec la collaboration de la 1000 Islands Community Development Corporation, de la ville de Brockville et d'autres partenaires locaux, a fourni les fonds nécessaires à la création du 15^e Centre d'encadrement des petits entrepreneurs de la province.

Situé à l'hôtel de ville de Brockville, le Centre d'encadrement contribuera au démarrage des

petites entreprises de Leeds et de Grenville. Le Centre offrira des conseils spécialisés et de l'information aux entrepreneurs – que ce soit pour élaborer des plans d'entreprise ou de commercialisation, enregistrer les entreprises ou les aider à aplanir les obstacles auxquels elles peuvent faire face dans le monde des affaires.

Patheon prévoit une croissance de 20 %

Le fabricant de médicaments Patheon Inc., de Mississauga, prévoit dépasser le chiffre d'affaires de 300 millions de dollars qu'il s'était fixé comme objectif, au cours de l'exercice se terminant le 31 octobre.

Patheon a fait cette annonce lors de l'assemblée des actionnaires plus tôt cette année. Le pdg

Robert Tedford attribue cette augmentation à l'achat d'une nouvelle usine de fabrication de Novartis Pharma Canada inc.

Les bénéfices de la société ont fait un bond de 67 %, pour atteindre trois millions de dollars, soit six cents l'action, grâce à la hausse de 27 % du chiffre d'affaires, qui a atteint 64,2 millions de dollars au premier trimestre se terminant le 31 janvier.

Selon M. Tedford, « avec l'acquisition de l'usine de Novartis à Whitby, il est permis de croire que Patheon deviendra la première pharmaceutique au Canada ».

Ford modernise son usine de St. Thomas

Ford du Canada a récemment annoncé un important investissement à son usine de St. Thomas. L'objectif consiste à moderniser l'atelier de peinture afin d'améliorer la qualité de la peinture des voitures et d'accroître l'efficacité des procédés de fabrication. Pour les principales usines de montage, un atelier de peinture complet coûte environ 450 millions de dollars.

L'usine fabrique actuellement les voitures de grand gabarit préférées des compagnies de taxi et des corps de police, soit la Ford Crown Victoria et la Mercury Grand Marquis. L'an dernier, l'usine a assemblé plus de 235 000 véhicules. L'installation, qui possède une capacité de production annuelle de 270 000 voitures, augmentera sa production l'an prochain grâce à la fabrication d'une troisième voiture, la Mercury Marauder, dont la production du modèle 2003 débutera au printemps prochain.

Ford vise à produire environ 10 000 Marauder au cours de sa première année de fabrication.

suite de la page 2

Le budget met l'accent sur la responsabilité...

- 50 millions de dollars sur cinq ans pour la mise à niveau de l'équipement et l'amélioration des installations des collèges servant aux programmes d'apprentissage;
- 12 millions de dollars sur trois ans afin d'aider les professionnels formés à l'étranger à mettre leurs compétences en pratique plus rapidement en Ontario.

Investissements dans les transports

Des investissements dans les transports viendront appuyer la stratégie de croissance intelligente du gouvernement élaborée pour répondre aux besoins

de l'Ontario et visant à soutenir une économie vigoureuse, des collectivités solidaires, un environnement sain et une meilleure qualité de vie en Ontario.

- Le gouvernement s'attaquera au problème de l'engorgement dans la région du grand Toronto et les régions avoisinantes en affectant, dans le cadre de SuperCroissance, 250 millions de dollars à l'expansion du transport interrégional.
- Le gouvernement investira 250 millions de dollars dans des projets d'infrastructure stratégiques, touchant notamment les transports et l'environnement, à Ottawa, Hamilton, Windsor, London,

Sudbury, Thunder Bay, dans la région de Waterloo et la région du Niagara.

- Dans le cadre du programme de SuperCroissance, le secteur privé sera invité à terminer l'auto-route 407 vers l'est jusqu'aux routes 35 et 115.

M. Flaherty a remercié la population de l'Ontario qui a donné ses idées et ses conseils tout au long des consultations relatives au budget de 2001. « Le présent budget s'adresse à la population de la province, qui bénéficiera de meilleurs lendemains par suite des décisions prises aujourd'hui », a-t-il déclaré.

Nouveau centre d'écotourisme dans le nord de la province

Le tourisme est un puissant moteur de l'économie en Ontario. Il fait travailler plus de 400 000 personnes et génère des revenus de plusieurs milliards de dollars. Partout dans le monde, les touristes dépensent de plus en plus d'argent pour vivre des expériences écologiques et culturelles uniques, un fait bien connu de la Première Nation crie de

Moose Factory dans le nord de l'Ontario, près de la baie James.

« Les gens s'intéressent beaucoup à notre culture, explique Bert Wapachee, directeur du développement économique de la Première Nation crie de Moose Factory. Nous organisons des expéditions culturelles depuis plusieurs années déjà et les groupes touristiques d'Europe ne tarissent pas d'éloges à notre égard. Ce qu'il nous manque toutefois ce sont des installations permanentes à l'intention de nos visiteurs. »

Le Wa-Sh-ow Cree Eco-tourism Wilderness Centre offrira à l'écotouriste d'aujourd'hui l'expérience authentique qu'il recherche. Le centre, présentement en construction à l'emplacement d'un ancien pavillon de chasse à 60 km au sud-est de Moose Factory, comptera des chambres confortables et donnera aux visiteurs un aperçu de la culture et des traditions crie. Le projet de 2,2 millions de dollars sera achevé cet automne et

l'inauguration du centre aura lieu en mars 2002.

« Les installations sont construites en bois rond à la verticale et ressemblent aux maisons de nos ancêtres, précise M. Wapachee. Il s'agit d'une conception unique en son genre qui s'inspire de nos traditions. L'édifice principal a la forme d'un oiseau aux ailes déployées. Les chambres sont situées dans ces ailes; la tête et le corps de l'oiseau abritent la cuisine et la queue, les salles de conférence. »

Le centre est l'œuvre de David Andersen, un architecte du Minnesota qui fait autorité dans le domaine du développement durable, de la planification et de la conception.

« Nous sommes à la fois planificateurs, anthropologues, chercheurs et architectes, explique M. Andersen. Nous devons faire preuve d'humilité devant un projet de l'envergure de Wa-Sh-ow et être à l'écoute des gens du pays. Nous savions, puisque nous avons participé à la construction du Cree Village Lodge sur l'île Moose Factory, que les animaux font partie de la symbolique de la tradition crie, mais Bert Wapachee a été le maître d'œuvre de la conception du projet. »

M. Andersen a rencontré à maintes reprises Chas Cachagee, un spécialiste local de la construction de maisons en rondins verticaux, afin de déterminer quelle serait la meilleure méthode de construction traditionnelle de cette structure en forme d'oiseau. L'entreprise de M. Cachagee, Vertical Log Homes, réalise la construction de l'édifice avec l'aide de plusieurs autres entrepreneurs. Le projet a été financé par Entreprise autochtone Canada, la Wakenagun Community Futures Development Corporation et des investisseurs de la Première Nation crie de Moose Factory.

« Nous aurons des installations des plus modernes, affirme M. Wapachee. Ce sera un centre vraiment écologique puisque nous utiliserons l'énergie solaire et l'énergie éolienne. Une passerelle reliera le bâtiment principal à un cercle des aînés où ils partageront leur sagesse et nos traditions avec les invités autour d'un feu. »

L'auberge pourra accueillir 24 invités qui découvriront comment vivaient autrefois les Crie. Les activités varieront en fonction de la saison : pêche en été, chasse à l'oie en automne et piégeage en hiver. Les enfants défavorisés de la région se joindront de temps à autre aux invités, aux guides et aux aînés afin que les traditions se transmettent à la prochaine génération.

« C'est un exploit que de construire un tel édifice dans une région éloignée, mais je suis convaincu que le résultat en vaut la peine tant pour les visiteurs que pour les habitants de la région », conclut M. Wapachee.



Le Wa-Sh-ow Cree Ecotourism Centre, près de Moose Factory, une expérience d'écotourisme authentique.

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@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.

