

CAHIER DES AFFAIRES DE L'ONTARIO

Juillet/Août 2001

Publié par le ministère du Développement économique et du Commerce

Les Prix ontariens d'excellence en commerce international soulignent le succès en matière d'exportations



Les gagnants : (à l'arrière plan) Tim Eby, président de Wabi Iron and Steel corp; Bob Runciman, ministre du Développement économique et du commerce; Ricardo de Lima, diplômé en gestion du commerce international, Niagara College of Applied Arts and Technology; Joseph Ouellette, président, Acrolab Ltd; Pam Robertson, vice-présidente à la direction, Direction de l'Ontario, Banque de Montréal. (première rangée de gauche à droite) Suzanne Cobey, présidente-directrice générale, Eagle Crusher Company Inc.; Ferry Kwik, directeur, Assurance de la qualité et technologie, Medtronic Canada Ltd.; Brian Mergelas, président, Pressure Pipe Inspection Company Ltd. Absent : Gary Flack, vice-président principal et chef de l'exploitation, Vistar Telecommunications.

Les meilleurs exportateurs de l'Ontario ont été honorés pour leurs réalisations sur les marchés mondiaux lors de la remise des troisièmes Prix ontariens d'excellence en commerce international annuels qui a eu lieu à Toronto en mai.

Vingt-et-une entreprises et personnes des quatre coins de l'Ontario rivalisaient pour le premier prix provincial, après avoir remporté un prix régional lors des cérémonies qui se sont déroulées plus tôt cette année.

« Il y a trois ans, le principal organisme commercial de notre gouvernement, Ontario Export inc., a lancé le défi aux exportateurs ontariens de percer des marchés internationaux en grande partie inexplorés par les entreprises ontariennes. Je suis fier qu'ils aient relevé ce défi et qu'ils aient réussi à réaliser des gains importants », a déclaré Bob Runciman, ministre du Développement économique et du Commerce de l'Ontario.

Quelque 350 invités étaient présents alors que le ministre a fait l'éloge des meilleures PME

d'exportation de la province. Il s'est joint à des entreprises partenaires pour présenter les prix dans six catégories.

Les récipiendaires pour l'année 2000 sont : Vistar Telecommunications (Ottawa) – Prix d'innovation; The Pressure Pipe Inspection Company (Mississauga) – Prix pour l'expansion des marchés (services); Medtronic of Canada Ltd. (Mississauga) – Prix pour l'expansion des marchés (produits); Wabi Iron & Steel Corp. (New Liskeard) et Eagle Crusher Company Inc., (Galion, Ohio) – Prix pour l'établissement de partenariats. Joseph Ouellette a remporté le Prix de leadership et Ricardo de Lima, du collège, le Prix des études en commerce international.

Les gagnants provinciaux ont été sélectionnés parmi les lauréats régionaux désignés à

suite à la page 2

Enregistrement des évanouissements
page 3

Rénovation du Beer Store
page 5

SPG au service des entreprises
ontariennes
pages 7-9

Succès d'une société du Nord
page 12

Lauréats – Prix ontariens d'excellence en commerce international

Prix de leadership

*Joseph Ouellette, président
Acrolab Ltd., Windsor*

Croyant et doivent que les fabricants de moules canadiens peuvent se montrer concurrentiels sur la scène internationale, Joseph Ouellette a formé la Windsor Association of Mould Makers en 1981. Elle est devenue une association pancanadienne et compte plus de deux cents adhérents. M. Ouellette est un conférencier actif et un mentor, en plus d'avoir contribué à l'élaboration du programme de commerce international de trois ans au St. Clair College. Acrolab offre des services de vente et d'ingénierie dans 15 pays.

Prix des études en commerce international

Ricardo de Lima

Ricardo de Lima, de St. Catharines, est diplômé du Niagara College en gestion du commerce international. Parlant couramment le portugais, l'espagnol et l'anglais, il a aidé Frontline Focus International, des spécialistes en étude de marché et en collecte de données, à réaliser un projet au Brésil. En tant qu'agent des opérations, M. de Lima a organisé un voyage d'affaires et les décideurs ont accompli en dix jours ce qui aurait pris deux ou trois mois en temps normal.

Prix d'innovation

Vistar Telecommunications, nouvelles Ottawa

Vistar met l'accent sur les technologies mobiles sans fil. Au cœur de son système GlobalWave se trouve le modem MT2000, l'un des plus petits terminaux de communication et de suivi par satellite au monde offrant l'intégration entre le satellite de positionnement global (SPG) et les systèmes de communication. Les ventes à l'exportation ont quadruplé depuis deux ans.

Prix pour l'expansion des marchés (services)

The Pressure Pipe Inspection Company Ltd., Mississauga

Cette entreprise met à l'essai des canalisations d'alimentation d'eau en béton, à l'aide d'un système électromagnétique breveté. Les inspections mènent souvent à une remise en état plutôt qu'à un remplacement, ce qui permet d'économiser des millions de dollars. PPIC exporte 60 pour 100 de ses services aux États-Unis et 40 pour 100 en Afrique du Nord.

Prix pour l'expansion des marchés (produits)

Medtronic of Canada Ltd., Mississauga

Medtronic of Canada est le seul fabricant d'enregistreurs à anse implantables servant à diagnostiquer un évanouissement inexplicable.

L'appareil, le *Reveal*, enregistre des électrocardiogrammes ensuite lus par des médecins. L'entreprise exporte à Hong Kong, aux États-Unis, en Europe, au Mexique, en Amérique latine, au Japon et en Australie. Le *Reveal* est utilisé dans plus de 1 500 centres médicaux.

Prix pour l'établissement de partenariats

*Wabi Iron & Steel Corp., New Liskeard
et Eagle Crusher Company Inc.,
Galion (Ohio)*

Wabi fabrique des composants en fer et en acier pour la machinerie. Depuis cinq ans, l'entreprise s'est associée à Eagle Crusher, un fabricant de matériel de broyage par percussion, afin de mettre à l'essai et d'améliorer ses nouveaux alliages dans les composants, élaborés exclusivement pour les produits Eagle. Les produits fabriqués pour ses clients fonctionnent à un moindre coût et sont concurrentiels dans les nouveaux segments de marché.

Les Prix ontariens d'excellence en commerce international sont parrainés par Ontario Export inc., le principal organisme commercial du gouvernement et la Banque de Montréal, ainsi que par leurs Partenaires pour le commerce : Deloitte & Touche, Corporation commerciale canadienne, Société pour l'expansion des exportations, Institut des comptables agréés de l'Ontario, United Parcel Service Canada Ltd., PROFIT, Canadian Business, Le Lien économique et Business Sense.

suite de la page 1

Les Prix ontariens d'excellence en commerce international soulignent le succès en matière d'exportations

Thunder Bay, Mississauga, Brantford et Kingston plus tôt cette année.

Près de 240 mises en candidature ont été évaluées dans la province. Le nombre d'emplois dans ces entreprises candidates a augmenté de 23 pour 100, passant d'environ 7 000 à 8 600 entre 1999 et 2000. Les exportations sont passées de 54 pour 100 il y a deux ans à 64 pour 100 l'an dernier.

« Ces résultats sont phénoménaux, a indiqué M. Runciman. Ils illustrent la vigueur de notre

économie et le rôle des exportations dans la création d'emplois et le maintien de notre qualité de vie. »

Les Prix d'excellence en commerce international s'adressent aux PME, aux dirigeants d'entreprise et aux étudiants.

Ontario Export inc. s'est joint à la Banque de Montréal et à d'autres partenaires en 1998 pour créer ces prix. « Nos lauréats prouvent que les entreprises ontariennes peuvent rivaliser avec les meilleures au monde », déclare Pam Robertson,

vice-présidente à la direction, Direction de l'Ontario, de la Banque de Montréal.

Les exportations rapportent 190 milliards de dollars par année, représentent plus de 51 pour 100 de l'économie de l'Ontario et soutiennent plus de 1,6 million d'emplois.

Les dates et les emplacements de la prochaine remise des prix régionaux seront annoncés sous peu. Le site Web www.ontario-canada.com/export renferme de plus amples renseignements sur les gagnants.

La « boîte noire » de Medtronic diagnostique les évanouissements récurrents

Lorsqu'un avion s'écrase, un enquêteur cherche la boîte noire pour expliquer ce qui s'est passé. Medtronic of Canada a mis au point un type de boîte noire pour les humains afin d'expliquer et de diagnostiquer les évanouissements récurrents et inexpliqués.

Le Dr George Klein, un cardiologue de London, a pensé qu'une « boîte noire » permettrait d'obtenir un diagnostic efficace. « Il y a environ 13 ans, nous étions dans un restaurant à London et nous faisons des dessins sur une serviette en papier », a expliqué Ferry Kwik, directeur de la qualité et de la technologie pour Medtronic. « Aujourd'hui, nous avons le *Reveal*. »

Medtronic of Canada, établie à Mississauga il y a 26 ans, a l'exclusivité mondiale pour fabriquer le *Reveal* et sa prochaine génération, *Reveal Plus*. « La genèse de ce projet est intéressante. Nous sommes une petite entreprise par rapport à notre société mère située au Minnesota et nous avons dû la convaincre que ce projet valait la peine d'être appuyé », explique Gino Ariano, directeur de l'expansion des marchés et des communications. « Au début, il n'y avait aucun financement officiel, mais il y avait la détermination d'un petit groupe d'ingénieurs qui ont travaillé avec le Dr Klein et son groupe d'étude à l'Université Western Ontario. »

Le *Reveal* a été implanté dans plus de 12 000 patients du monde entier et est utilisé dans environ 1 500 centres médicaux.

Medtronic exporte le *Reveal* principalement aux États-Unis et en Europe, mais aussi à Hong Kong, au Mexique, en Amérique latine, au Japon et en Australie. Les ventes augmentent rapidement et sont passées de 15 millions de dollars en 1998 à 25,5 millions de dollars en 2000.

Medtronic of Canada a remporté le Prix ontarien d'excellence en commerce international 2000 dans la catégorie de l'expansion des marchés (produits). « Nous avons été très heureux de remporter ce prix, déclare M. Ariano. C'est un hommage à tant de personnes qui ont aidé à concrétiser cette idée. » L'entreprise continuera d'élargir son marché d'exportation et compte sur l'expertise de sa société mère en matière de marketing et de mise en marché pour y parvenir. Medtronic est emballée par les nouvelles possibilités qui s'offrent au *Reveal*, notamment pour diagnostiquer l'épilepsie.

Outre le *Reveal*, l'entreprise fabrique des stimulateurs cardiaques. Medtronic a récemment réalisé un agrandissement de 5 millions de dollars et créé plus de 30 emplois spécialisés. Environ 200 employés travaillent chez Medtronic. C'est grâce à leur excellent travail que les gens dans le monde qui subissent un évanouissement, un étourdissement ou une confusion légère bénéficient maintenant d'un diagnostic précis et sont traités avec efficacité.



Medtronic a mis au point *Reveal*, un appareil implantable plus petit qu'un paquet de gomme. Il est inséré sous la peau et sert à diagnostiquer et à expliquer les évanouissements fréquents.

POINT DE VUE



Dans une économie mondiale, le commerce importe plus que jamais pour la croissance économique et la création d'emplois. Les entreprises ontariennes font leur part. Les exportations rapportent 190 milliards de dollars par année, représentent plus de 51 pour 100 de l'économie et soutiennent plus de 1,6 million d'emplois en Ontario. Ces chiffres impressionnants continuent d'augmenter.



Dans ce numéro du *Cahier des affaires de l'Ontario*, nous soulignerons les réussites remarquables de nombreux exportateurs de l'Ontario, ainsi que leur travail inlassable.

En fait, les histoires sont variées. Des produits automobiles aux produits médicaux, en passant par les biens de consommation, les produits et les services de l'Ontario sont reconnus pour leur innovation et leur qualité et sont recherchés partout dans le monde. Beaucoup de ces exportations émanent de grandes sociétés, mais dans un monde de commerce électronique, même nos petites entreprises ne sont plus si petites. De nombreux exemples éloquentes témoignent de la réussite des PME de l'Ontario.

J'ai été heureux de remettre récemment les Prix ontariens d'excellence en commerce international 2000. Ces prix ont été créés il y a trois ans par le principal organisme commercial de notre gouvernement, Ontario Export inc., et la Banque de Montréal. Cette année, près de 240 entreprises ont posé leur candidature. Les six lauréats provinciaux sont représentatifs de la grande qualité de toutes les entreprises de l'Ontario. Je me joins à mes collègues de la Banque de Montréal et à tous nos partenaires commerciaux pour féliciter ces lauréats, ainsi que les gagnants régionaux, les gagnants au mérite et tous les candidats. Ces entreprises contribuent toutes de façon significative à la croissance économique, à la création d'emplois et à la réussite de notre province.

Cela est vrai pour toutes les sociétés qui s'engagent dans le commerce international. Notre gouvernement reconnaît ce fait et par l'entremise d'Ontario Export inc., nous travaillons fort pour soutenir notre armée croissante d'exportateurs et pour encourager plus d'entreprises ontariennes à entrer sur le marché international.

Nous croyons que la réussite à l'étranger commence chez nous. Pour que les entreprises puissent soutenir la concurrence, c'est à nous de faire en sorte que le coût d'exploitation dans cette province soit concurrentiel. C'est pourquoi notre gouvernement a diminué les impôts, a réduit la paperasse administrative et les règlements, a équilibré le budget et s'est assuré que l'Ontario possède les conditions nécessaires pour favoriser l'investissement, la création d'emplois et la croissance.

Le monde s'ouvre. Le commerce jouera un rôle de plus en plus important dans l'économie de l'Ontario. En travaillant ensemble, nous ferons en sorte que les produits et services offerts par nos entreprises soient de plus en plus en demande dans le monde entier.

Bob Runciman
Ministre du Développement économique et du Commerce

Pro-Safe s'entraîne à combattre des incendies

À la fin des années 1970, Gary Joice était agent de formation au service des incendies et il n'arrivait pas à trouver des techniques d'enseignement donnant aux pompiers le genre d'expérience dont ils avaient besoin. Afin d'offrir une formation plus efficace « dans le feu de l'action », M. Joice a mis au point un dispositif alimenté au propane. La nouvelle de l'arrivée de ces simulateurs d'incendie et de sauvetage s'est rapidement répandue et la société Pro-Safe Fire Training Systems Inc. a vu le jour.

« Nous construisons des systèmes permettant aux pompiers d'apprendre à éteindre de vrais incendies, a indiqué M. Joice. Ils s'habituent à la chaleur et à d'autres conditions, pour réagir de la bonne façon au cours d'un véritable incendie. »

En réponse aux demandes de clients satisfaits, l'entreprise a commencé à fabriquer des unités d'entraînement à la lutte contre les incendies pour les vendre. Les premières commandes sont venues des services des incendies municipaux, mais une vente au ministère de la Défense nationale du Canada en 1992 a ouvert de nouveaux marchés.

La marine américaine a vu en action le système de formation mobile pour les avions de Pro-Safe et a commandé une unité de 750 000 \$. Des ventes à l'Armée de l'air américaine et à la Garde nationale aérienne ont transformé Pro-Safe en exportateur majeur. Approvisionnant les marchés mondiaux à partir de son siège social à Nobel (près de Parry Sound), Pro-Safe a vu ses exportations augmenter de plus de 160 pour 100 en deux ans. L'entreprise a reçu un Prix de l'innovation dans le cadre du programme ontarien d'excellence en commerce international.

« Nos systèmes simulent une gamme complète d'incendies, dit-il, où qu'ils puissent se produire dans un avion. Nous travaillons avec les clients avant de livrer le système et nous formons leurs moniteurs. Nous avons un contrat à long terme avec la marine américaine et sommes les chefs de file mondiaux en matière de systèmes de formation mobiles pour les avions. »

Pro-Safe fabrique des systèmes pour les tours d'entraînement à la lutte contre les incendies (les services des incendies de Vancouver et de Winnipeg sont des clients) et possède des installations de formation dans des aéroports commerciaux à Détroit, Denver et Toronto.



La marine américaine a utilisé une unité de formation mobile pour une démonstration devant les membres du U.S. Congress Fire Services Caucus à Washington, D.C.

La réputation de Pro-Safe croît de plus en plus. Le président de l'entreprise, Gary Joice, vient de signer un contrat à long terme avec la Federal Aviation Authority (FAA) des États-Unis. Pro-Safe exploitera et gèrera le centre de formation de la FAA situé à Ocala, en Floride. L'International Certified Fire and Rescue Training Academy (ICERTA) offrira un jour de la formation anti-terrorisme aux agences de sécurité nationale, aux services de sécurité dans les aéroports et aux organismes d'application de la loi.

« Cela nous ouvre un autre domaine où nous pouvons élaborer une formation « pratique » efficace, a expliqué M. Joice. Nous regardons aussi du côté de la simulation et de la formation au niveau des catastrophes naturelles. Nous voulons créer des appareils de simulation. Par exemple, un mur s'effondrerait et les stagiaires apprendraient à sauver les victimes. »

L'avenir est prometteur pour Pro-Safe, qui a récemment fait une démonstration de l'un de ses systèmes pour les membres du U.S. Congress Fire Services Caucus à Washington, D.C. Des ventes aux clients en Espagne et au Moyen-

Orient sont sur le point d'être conclues et le contrat de formation avec la FAA promet d'ouvrir encore plus de marchés mondiaux. Pro-Safe travaille avec un partenaire américain (Environmental Tectonics Corporation) afin de mettre au point des systèmes de formation en réalité virtuelle hautement perfectionnés.

« Ce type de formation comprendra trois volets, dit M. Joice, soit l'enseignement en classe, les simulations en réalité virtuelle et la formation en situation réelle, avec des systèmes comme les nôtres. Ils se combinent tous pour former des diplômés prêts à tout affronter. »

L'industrie de la bière en Ontario vise la croissance des marchés intérieurs et des marchés d'exportation

Pensez à l'été. Aux journées chaudes. Aux bons amis. Aux bonnes conversations. À la bonne nourriture. Et à quelque chose de bon à boire. Que vous vient-il à l'esprit? Bière lager ou ale, pression ou en bouteille, « dry » ou légère, les choix offerts par les brasseurs de l'Ontario sont nombreux. Vous pouvez tous les trouver au Beer Store.

Le Beer Store, une société vraiment unique, est le principal centre de distribution et de vente de bière en Ontario. Bien qu'il soit exploité par trois brasseurs ontariens, soit Labatt, Molson et Sleeman, le système est ouvert à tous les brasseurs, grands ou petits, étrangers ou nationaux. Aujourd'hui, le Beer Store vend plus de 260 marques de bière dans 431 magasins situés dans 231 collectivités.

« C'est le marché le plus concurrentiel possible », déclare Jeff Newton, directeur général du Brewers of Ontario. « Contrairement aux autres systèmes où les brasseurs doivent convaincre les détaillants de stocker leur marque, ce sont les brasseurs qui approchent le Beer Store, lui paient des droits de présentation uniques et peuvent automatiquement être inscrits dans les 431 magasins. Il existe une grille tarifaire réduite pour les microbrasseurs qui ont le même accès à la clientèle que les plus grandes brasseries, ce qui crée un marché florissant pour les bières de spécialité. »

L'ouverture du système a multiplié les choix pour les consommateurs au cours des dernières années. Le nombre de brasseurs vendant leurs produits au Beer Store est passé de 15 en 1993 à 55 aujourd'hui et le nombre de marques est passé de 105 à 260.

L'industrie de la bière contribue de façon significative au succès de l'économie ontarienne. Deux brasseurs nationaux (Labatt et Molson), deux brasseurs régionaux (Sleeman et Lakeport) et 29 microbrasseurs et brasseurs artisanaux produisent l'équivalent de 110 millions de caisses de 24 bouteilles par année. L'industrie emploie 6 700 personnes directement. Si l'on tient compte des 10 500 entreprises qui fournissent les services, l'orge, le malt, le maïs, les étiquettes, l'emballage et plus, le nombre d'emplois reliés à l'industrie passe à 51 000. L'an dernier, l'industrie a acheté pour 1,2 milliard de dollars en services et en intrants aux entreprises de l'Ontario et les consommateurs ont acheté pour 2,5 milliards de dollars de bière.

Soixante-dix pour 100 de la bière brassée en Ontario est vendue au pays. « Mais les ventes

intérieures ont un peu diminué au cours des dix dernières années », précise M. Newton. « Par le passé, les hommes de 19 à 25 ans étaient nos meilleurs clients, mais leur nombre a diminué. Au début des années 1990, une conjoncture économique anémique coïncidait avec de mauvaises conditions climatiques. Malgré de légères améliorations du volume ces dernières années, nous restons toujours en deçà des reprises qu'ont connues le vin et les spiritueux. Nous devons regagner le terrain perdu. »

Il faut d'abord rajeunir le Beer Store. Six magasins dans Burlington essaient présentement de nouveaux concepts et cherchent à innover en matière de service à la clientèle et de commercialisation. « Un magasin plus vivant et dynamique accroîtra l'intérêt des consommateurs pour la bière ainsi que le chiffre d'affaires », déclare M. Newton. Les nouveaux formats de vente au détail et les nouvelles stratégies de marketing apparaîtront dans les autres magasins de la province cet été.

La vente de la bière est aussi touchée par la concurrence internationale. La catégorie des bières importées a pratiquement doublé au cours des cinq dernières années. « Malgré la concurrence, c'est également une évolution positive pour cette catégorie », explique M. Newton. « Une plus grande variété crée de l'intérêt et permet aux gens d'en apprendre davantage sur la bière. C'est bon pour tous les brasseurs. »

Alors que les importations se sont accrues, les marques de l'Ontario trouvent leur créneau au sud de la frontière. Les exportations de bières ontariennes, qui représentent 30 pour 100 de la production, ont doublé depuis le début des années 1990 et cette production est presque entièrement écoulée aux États-Unis. « Il y a d'énormes possibilités de croissance si l'on considère que le marché américain est 10 fois plus gros », affirme M. Newton.

Les deux principales brasseries de l'Ontario augmentent leurs investissements dans la publicité, les infrastructures et l'expansion des exportations afin d'exploiter pleinement leur



The Beer Store essaie de nouveaux concepts et des innovations en service à la clientèle et en commercialisation, comme on peut le voir au magasin de Millcroft.

potentiel aux États-Unis. Labatt investira plus de 100 millions de dollars au cours des trois prochaines années au niveau des immobilisations, du personnel et de l'expansion des marchés. Des partenariats et des alliances stratégiques sont également utilisés pour améliorer les réseaux de distribution et accroître les ventes. Molson a récemment investi 133 millions de dollars dans la restructuration de ses partenariats américains, en concluant un nouvel accord de commercialisation et de distribution avec Coors.

« Si vous voulez réussir au niveau des marchés d'exportation, vous devez avoir un marché intérieur sain qui vous soutient. Nous l'avons maintenant », déclare M. Newton. « L'Ontario bénéficie d'un contexte commercial favorable et de l'appui d'un gouvernement qui reconnaît la contribution économique de l'industrie ainsi que la valeur de la nature coopérative du Beer Store. Cela donne à l'industrie la confiance nécessaire pour exploiter davantage le marché intérieur et mettre l'accent sur l'expansion des exportations. » The Brewers of Ontario vise des objectifs de croissance annuelle pour l'industrie ontarienne de la bière de 1,5 pour cent par rapport au volume national. Les niveaux d'exportation atteindront 40 pour 100 au cours des cinq prochaines années.

Virtek – une nouvelle vision pour l'avenir

Virtek Vision, de Waterloo, est un chef de file mondial dans l'élaboration et l'application de systèmes et de technologie laser de précision. L'entreprise commercialise ses produits dans deux secteurs commerciaux : la biotechnologie et la fabrication de précision, qui touche l'aérospatiale, la construction préfabriquée et l'imagerie industrielle.

Au cours du dernier exercice, Virtek a connu une croissance remarquable et enregistré de fortes ventes. Bob Sandness, vice-président de l'ingénierie et de l'expansion des affaires, énumère les trois facteurs à l'origine de la hausse des ventes de 92 pour 100 qu'a connue Virtek au cours de l'exercice 2000 :

« Il y a d'abord la croissance organique c'est-à-dire les nouveaux produits que nous avons mis au point comme le système LaserQC, en imagerie industrielle. Il a été élaboré en 1999 pour ensuite prendre de l'essor et générer des recettes importantes. L'autre source de croissance provient des acquisitions. Nous avons accru nos activités aérospatiales en faisant l'acquisition de notre plus grand concurrent, GSI Lumonics. Mais rien ne nous garantissait sa clientèle. Nous avons dû soutenir la concurrence et avons très bien réussi. Le troisième domaine de croissance se situe en biotechnologie. »

Les produits biotechnologiques spécialisés comprennent le ChipReader et le ChipWriter, des produits à haute sensibilité qui sont utilisés dans la recherche sur l'ADN et dans l'imagerie rapide des jeux ordonnés de microéchantillons d'ADN. Les produits Virtek sont reconnus pour

leur combinaison de performance, de productivité, de précision, de rapidité et de facilité d'utilisation.

Le centre d'intérêt de Virtek est clair. « Depuis 1996, notre président actuel, Jim Crocker, met l'accent sur notre principale compétence qui est de faire bouger un faisceau laser très rapidement et de façon très précise, déclare M. Sandness. La plupart de ses 120 employés travaillent à Waterloo et le reste à Toronto et dans ses bureaux à l'étranger. L'entreprise fait beaucoup de recherche et de développement, même si elle n'est pas une société de recherche et de développement. » Fondée à l'Université de Waterloo, Virtek privilégiait davantage la recherche et le développement.

De nouvelles technologies sont fréquemment mises au point dans l'industrie de la haute technologie. Virtek ne fait pas exception. « La nouvelle application la plus intéressante est notre acquisition de la technologie FONA, analyse d'acide nucléique à fibres optiques, une technique biocaptrice. Un échantillon est placé à l'une des extrémités du capteur; en peu de temps, souvent de six à vingt secondes, vous saurez si des matières colibacillaires ou génétiquement modifiées sont présentes. C'est une technologie de test et de dépistage génétiques très évoluée, mise au point au Canada. « Grâce à cette acquisition, Virtek élargit sa gamme de produits, avec un lecteur laser sensible et les fibres biocaptrices.

Virtek produit plus de 100 systèmes différents qui sont exportés et installés dans 13 pays du monde. Ses produits de précision comprennent



Le système TrussLine®, qui sert à la préfabrication des fermes, utilise la technologie à gabarit de Virtek.

le LaserQC, une technologie unique brevetée par Virtek et utilisée dans l'industrie de la tôlerie où les pièces doivent répondre à des spécifications et des tolérances rigoureuses. La technologie à gabarit de Virtek est utilisée dans la construction préfabriquée pour les fermes de toit et dans le secteur aérospatial où il faut passer du métal à des matériaux composites dans la construction des avions. « Presque tous les avionneurs du monde utilisent nos lasers pour fabriquer leurs avions », affirme M. Sandness.

M. Sandness déclare que l'engagement envers le service à la clientèle donne un net avantage concurrentiel à Virtek. « Nous voulons établir des relations à long terme qui permettront de travailler avec les clients à la mise au point de nouveaux produits. Notre objectif est d'être les premiers dans chaque marché que nous exploitons. »

De l'air plus pur grâce à GFI

Les Canadiens s'attendent à respirer de l'air pur et frais, mais les dangereuses émissions de plomb, d'oxydes nitreux, de monoxyde de carbone et d'autres polluants, libérées par les véhicules, amoindrissent considérablement la qualité de l'air. La société GFI Control Systems, Inc. fait sa part pour améliorer la situation. Cette entreprise de Kitchener se spécialise dans la recherche-développement, ainsi que dans la production et la commercialisation de systèmes de contrôle d'alimentation et de composants connexes, qui sont destinés aux

moteurs automobiles et industriels électroniques fonctionnant au gaz naturel et au propane. Elle est le principal fournisseur de systèmes d'alimentation des équipementiers automobiles nord-américains comme Ford, GM et Chrysler.

Depuis une dizaine d'années, les politiques et stratégies gouvernementales sont axées sur les carburants de remplacement. Les modifications apportées en 1990 à la loi sur la qualité de l'air aux États-Unis visaient à rendre les véhicules fédéraux moins polluants en imposant l'utilisation de carburants de remplacement. La

loi de 1992 sur la politique énergétique visait à réduire la dépendance des États-Unis envers le pétrole étranger. La *Loi canadienne sur la protection de l'environnement* a fixé des objectifs semblables chez nous. La réussite des politiques nord-américaines d'assainissement de l'air dépend beaucoup de leur mise en œuvre par les constructeurs automobiles.

« Les équipementiers ne veulent pas manquer d'occasions de produire des véhicules alimentés au gaz naturel ou au propane », explique Lloyd Austin, président-directeur général de

suite à la page 10

Trois entreprises ontariennes se servent du SPG pour devenir des chefs de file dans leur domaine

Applanix trace la voie de la réussite

Lorsque Honeywell Canada a restructuré ses activités au début des années 1990, son centre de technologie de pointe a fermé ses portes. Plusieurs années de recherche et développement prometteurs en technologie de la navigation allaient être reléguées aux oubliettes, jusqu'à ce que trois employés décident de poursuivre les travaux et de fonder leur propre entreprise, Applanix Corporation.

« Nous avons très vite décelé les possibilités de développement de la technologie topographique et cartographique, déclare Blake Reid, président-directeur général d'Applanix. Le Système de positionnement global (SPG) était en fonction et les systèmes d'information géographique prenaient de plus en plus d'importance. C'était le moment idéal pour lancer notre technologie. »

M. Reid et ses deux associés, Bruno Scherzinger et Erik Lithopoulos, avec quatre anciens employés d'Honeywell, ont commencé à exploiter cette technologie pour les besoins des levés et de la cartographie. Ils ont eu raison. Aujourd'hui, Applanix Corporation de Richmond Hill est un chef de file mondial dans son domaine.

Installé sur des véhicules mobiles (aéronefs, navires, trains et camions), le système de positionnement et d'orientation (SPO) de l'entreprise allie le SPG à la navigation par inertie pour enregistrer la position exacte d'un véhicule et son orientation angulaire à un moment précis. Les topographes et cartographes peuvent recueillir et enregistrer des données en une fraction du temps nécessaire avec un système conventionnel, ce qui accroît la productivité et l'exactitude.

« Les utilisateurs de notre technologie œuvrent dans divers domaines, notamment les levés et la cartographie aériens, la cartographie des fonds marins, les levés routiers et l'entretien des voies ferrées. Dans chaque application, notre

technologie réduit les coûts d'exploitation et augmente la productivité », affirme M. Reid.

M. Reid attribue l'essor de l'entreprise au climat de recherche-développement en Ontario, de même qu'à un investissement initial de la Société Innovation Ontario.

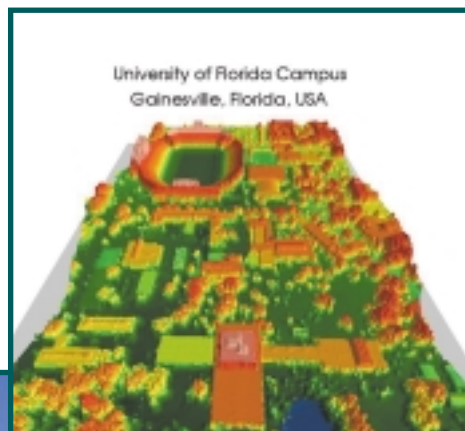
« Le gouvernement a appuyé nos efforts au fil des ans et les crédits d'impôt pour la recherche-développement nous ont aidés à mettre notre technologie au point, explique-t-il. Les partenariats avec d'autres entreprises ont également favorisé notre croissance. »

Applanix compte un personnel de vente de sept personnes et ouvrira des succursales aux États-Unis et en Allemagne. Les exportations représentent 98 pour 100 de ses ventes. Gagnante d'un Prix ontarien d'excellence en commerce international, Applanix distribue son matériel aux quatre coins du monde. Elle a récemment vendu deux de ses systèmes SPO au service de cartographie d'État de Grande-Bretagne. Malgré son succès commercial, la R-D demeure une priorité absolue de l'entreprise.

« Nous achevons l'élaboration d'un système transportable dans un sac à dos, déclare M. Reid. En plus d'offrir beaucoup d'avantages techniques aux utilisateurs, il contribue également à sauver de nombreux arbres dans une région fortement boisée. Actuellement, les topographes doivent ouvrir un large corridor pour établir leur « ligne de visée », mais avec notre technologie, ce ne sera plus nécessaire. »

Applanix a décuplé son effectif, composé maintenant de 70 employés, et affiche des bénéfices depuis 18 trimestres consécutifs. Elle s'est fixé un ambitieux objectif de vente de 50 millions de dollars d'ici 2004, avec un taux annuel de croissance de 30 à 40 pour 100.

« Nous dépasserons nos marchés à créneaux, explique M. Reid. Nous devons percer de plus gros marchés, et, au fur et à mesure que les coûts diminueront, d'autres secteurs s'ouvriront à nous. Il existe de nouvelles applications topographiques pour notre technologie, tout particulièrement là où le SPG n'est pas disponible. Sans aucun doute, le potentiel de notre technologie est énorme. »



Le siège social Applanix à Richmond Hill. Ci-dessus, un modèle numérique de terrain du campus de l'université de Floride (campus de Gainesville) obtenu en utilisant le SPO d'Applanix et le ALTM 1210 d'Optech.

À l'assaut du monde sans quitter son bureau avec Vistar

À Paris, un technicien suit en temps réel la progression d'un wagon qui traverse l'intérieur de l'Australie. Le directeur d'une entreprise de camionnage de Toronto sait exactement à quelle heure un camion transportant du jus d'orange surgelé a quitté l'usine de Floride hier soir et où il se trouve ce matin. Dans un coin désolé du Nord de l'Alberta, le compresseur d'un gazoduc tombe en panne et un opérateur est immédiatement avisé afin d'éviter un arrêt de la production.

Un jour, un système mondial de télécommande sans fil sera mis en place et la technologie d'une entreprise ontarienne joue un rôle clé dans sa création. Elle n'est peut-être pas très connue pour l'instant, mais Vistar Telecommunications est déjà un chef de file dans le domaine des produits et services de transmission de données sans fil.

« Notre dispositif MT2000 est l'un des terminaux de localisation et de transmission de données par satellite les plus petits et les plus puissants au monde, déclare Michael Zuliani, président de Vistar, et il est doté d'une très grande autonomie, ce qui est essentiel pour l'utilisation à distance. Ces terminaux servent à envoyer des données à toutes sortes de satellites sur notre réseau mondial sans fil. »

Le système GlobalWave breveté de Vistar permet aux entreprises de surveiller, de localiser et de gérer leurs équipements, quel que soit leur emplacement. Qu'il s'agisse d'équipements mobiles, comme un wagon ou un train routier, ou bien d'équipements fixes comme un réservoir de stockage de pétrole ou un pipeline, les

terminaux à piles de Vistar fournissent un flot constant de données et de renseignements de positionnement au réseau GlobalWave.

Vistar renforce sa présence mondiale grâce à des partenariats. La société australienne Startrack Communications est le distributeur exclusif de GlobalWave en Australie et en Nouvelle-Zélande. Alcatel, le géant des télécommunications, exploite les systèmes de Vistar en Europe, où un nouveau réseau est entré en service. L'entreprise expédiera un système en Afrique du Sud cet été et a signé des contrats avec des partenaires au Moyen-Orient, au Mexique et en Amérique centrale. Vistar a entrepris des négociations en Amérique du Sud et commercialise actuellement ses services en Asie. En Amérique du Nord, c'est Vistar Datacom, une filiale installée à Washington, (D.C.), qui exploite le système.

« Notre objectif consiste à mettre en place un réseau sans fil mondial complet, explique M. Zuliani. Au début, nous prévoyions un délai de cinq ans pour le faire, mais nous y arriverons probablement en 18 mois. Nous désirons dominer le marché mondial. »

Contrairement à d'autres réseaux similaires, celui de Vistar n'est pas gêné par des investissements massifs dans le lancement et l'entretien

de ses propres satellites. L'entreprise loue simplement sur des satellites existants la petite largeur de bande passante dont elle a besoin et se sert de sa technologie exclusive pour créer son propre réseau mondial de transmission de données sans fil.

« Nos coûts sont considérablement inférieurs à ceux d'autres sociétés qui ont investi dans leurs propres satellites, déclare M. Zuliani. Comme nous aimons le dire, notre génie est au sol. C'est grâce à notre technologie brevetée que tout est possible. »

Vistar exporte presque tous ses produits et services, qu'elle commercialise par l'entremise de revendeurs à valeur ajoutée. Ce n'est pas étonnant qu'elle ait reçu un Prix d'innovation dans le cadre de l'édition 2000 des Prix ontariens d'excellence en commerce international. Vistar compte en tout 125 employés, la plupart au siège social d'Ottawa. Elle attire des travailleurs compétents des quatre coins du monde.

« La région d'Ottawa est la meilleure au Canada pour une entreprise comme la nôtre, opine M. Zuliani. On a qualifié notre société d'excellent lieu de travail. Nous avons découvert que les bonnes personnes attirent les bonnes personnes. »



Le système GlobalWave de Vistar permet aux sociétés de surveiller, de localiser et de gérer leurs actifs matériels, où qu'ils soient.

SiGEM Inc. offre une technologie de localisation précise et efficace

Vous êtes-vous déjà demandé comment la police, les pompiers ou les services médicaux dépêchaient sur les lieux d'une urgence le véhicule qui s'en trouve le plus rapproché? C'est grâce au SPG.

Un système de positionnement global, ou SPG, peut repérer une position exacte sur terre au moyen de satellites mis en place à l'origine par l'armée américaine. Ces satellites transmettent des signaux aux récepteurs SPG et déterminent un emplacement précis dans une zone de 3 à 5 mètres. Maintenant qu'il n'est plus réservé aux activités militaires, le SPG trouve de nombreuses applications dans le monde réel.

Comme l'explique Herb Woods, président-directeur général de SiGEM Inc. : « Nous créons des applications de localisation pour nos clients. Nous obtenons les renseignements du SPG dans un véhicule et les transmettons à nos clients au moyen d'un réseau sans fil en temps réel. Lorsqu'ils connaissent l'emplacement d'un véhicule à un moment précis, nos clients peuvent mieux gérer leurs affaires. » Dans une application à grande échelle, comme des parcs comptant plus d'un million de véhicules loués, le fait de connaître la position et l'état de chaque voiture permet aux entreprises de location d'exercer leurs activités plus efficacement.

SiGEM Inc., de Kanata, a vu le jour en 1997. Trois acquisitions subséquentes, qui l'ont dotée de nouvelles compétences, lui ont permis de progresser et d'établir ses objectifs commerciaux.

L'Amérique du Nord et l'Europe sont les marchés cibles de SiGEM. Actuellement, 60 pour 100 de ses revenus proviennent des États-Unis et 25 pour 100 du Royaume-Uni. L'entreprise compte 180 employés au siège social de Kanata où sont concentrés la R-D, les ventes, la mise au point et l'essai de prototypes.

Pour la transmission des données, SiGEM se sert des installations des réseaux sans fil ou cellulaires

existants, comme le réseau GSM en Europe et le réseau ClearNet au Canada. La société fournit à ses clients un dispositif intégré au véhicule. Celui-ci combine le récepteur SPG, souvent de la taille d'un téléphone portable ou même plus petit, un modem sans fil et un système de diagnostic de bord branchés au bus électronique du véhicule. Les données sont transmises au moyen du réseau cellulaire à l'application Web de SiGEM, où les clients peuvent les consulter et les utiliser.

En plus des récepteurs et des antennes, SiGEM offre des dispositifs télématiques intégrés et des solutions complètes de gestion des parcs pour les entreprises de taxi et de transport adapté. La société détient 30 pour 100 de ce marché à l'échelle mondiale. « Nous sommes le plus important fournisseur de ce type de système au monde », affirme M. Woods.

Cette technologie présente de nombreuses utilités dans notre monde moderne et la liste ne cesse de s'allonger. Par exemple, les camions de livraison et de messagerie munis des systèmes de SiGEM peuvent effectuer plus rapidement leurs livraisons.

Les applications futures semblent illimitées. « Dans le cas de services d'assistance routière, le matériel de SiGEM permettrait au technicien de déverrouiller les portes à distance. Il ne serait pas nécessaire d'envoyer une dépanneuse, ce qui permettrait d'économiser du temps et de l'argent et d'accroître l'efficacité », déclare M. Woods.

« Ces systèmes gagnent en popularité dans le domaine de l'assurance avec les assurances



Herb Woods, président-directeur général de SiGEM, une société qui crée des applications de localisation pour ses clients en utilisant le système de positionnement global (SPG).

payables à l'utilisation. La prime est calculée en fonction du kilométrage réel parcouru et les conducteurs versent un montant établi selon la région où ils travaillent. Le secteur progressera lorsque les constructeurs automobiles intégreront cette technologie aux nouvelles voitures. D'après les prévisionnistes, d'ici 2005, de 50 à 80 pour 100 des voitures neuves en seront munies », précise M. Woods.

« Imaginez des services de conciergerie embarqués qui offriraient aux propriétaires de véhicules des fonctions de couponnage électronique et de commerce mobile. L'essentiel, c'est d'avoir un marché de masse », ajoute-t-il. Lorsque ce sera le cas, SiGEM sera en mesure d'exploiter tout le potentiel de la technologie de localisation.



L'OBPEA bâtit des ponts pour les exportateurs

Qu'il s'agisse de portes et fenêtres ou de maisons préfabriquées, les produits de construction ontariens jouissent d'une réputation internationale d'excellente qualité. De plus en plus de constructeurs étrangers se tournent vers l'Ontario pour se procurer des matériaux de construction de premier ordre à prix concurrentiels. Cependant, il faut investir énormément de temps et d'argent dans la commercialisation internationale d'un produit ou d'un service.

Pamela Kanter, conseillère en commercialisation à l'étranger d'Ontario Export inc., est responsable de la création de l'Ontario Building Products for Export Association (OBPEA). Il y a un peu plus de trois ans, plusieurs membres de l'industrie ont découvert que la coopération par l'entremise d'un groupe axé sur l'exportation pouvait accroître leurs ventes.

« Pamela a compris la nécessité d'un effort concerté entre les entreprises ontariennes », déclare Hank Delmas, président-directeur général de Madawaska Doors Inc. de Bolton (Ontario) et président de l'OBPEA. « Le Japon faisait partie de la région asiatique dont elle s'occupait et les mêmes entreprises étaient toujours représentées là-bas aux foires et missions commerciales. Elle a vu le potentiel

d'une synergie et ses avantages et c'est là que tout a commencé. Dan Pokocky de Gentek et Wayne Toyama de HCC Canada ont également aidé à fonder l'association. »

Financée par ses 30 entreprises membres, l'OBPEA offre aux acheteurs étrangers un mode d'approvisionnement à source unique pour un éventail de produits et services ontariens de construction. Du sous-sol au grenier, les acheteurs étrangers peuvent trouver tout ce qu'ils cherchent dans le répertoire annuel de produits et services de l'OBPEA. Les marchés cibles du groupe s'étendent maintenant à toute la planète.

« Le répertoire est publié en cinq langues, déclare M. Delmas, et il est distribué dans 55 bureaux commerciaux des quatre coins du monde, dans les foires et les salons commerciaux et partout où vont nos membres. Il accroît considérablement notre visibilité et facilite la tâche des acheteurs étrangers. »

Les efforts concertés de l'OBPEA donnent aux exportateurs une plus grande crédibilité auprès des acheteurs étrangers qui ne connaissent pas nécessairement une entreprise ou un produit en particulier. Les membres partagent des renseignements sur les marchés, sur les clients

potentiels et parfois même des conteneurs d'expédition.

« L'association crée une image de marque pour ce secteur d'exportation, affirme M^{me} Kanter. Le site Web comporte une page où les acheteurs peuvent soumettre leur demande en ligne. Il offre également des liens vers des sites gouvernementaux et industriels connexes. »

Le site d'Ontario Export inc. est l'un d'entre eux, tout comme celui de la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL). Selon M. Delmas, les liens étroits avec les organismes gouvernementaux confèrent aux membres une présence beaucoup plus forte sur les marchés internationaux. Le groupe a récemment effectué une présentation devant une délégation étrangère dans les bureaux de la SCHL.

« J'assisterai au salon international de l'habitation de Sapporo, indique M. Delmas. J'emporterai une pleine boîte de nos répertoires. Tous les membres de l'OBPEA profiteront des retombées de mon voyage. »

Pour obtenir de plus amples renseignements, consulter les sites Web suivants : www.obpea.com et www.ontario-canada.com

suite de la page 6

De l'air plus pur grâce à GFI

l'entreprise. « Nous élaborons des stratégies relatives aux piles à combustion hybrides pour DaimlerChrysler, Ford et Ballard. Cinq équipementiers nous ont confié la production de composants à l'hydrogène. » Pourtant, les systèmes d'alimentation en carburant de remplacement ne sont pas très répandus. « Il faudra attendre jusqu'en 2010 avant que ces systèmes deviennent monnaie courante », déclare M. Austin.

Les installations de pointe de GFI, qui compte près de 250 employés, comprennent un centre de modification des véhicules de quelque 16 460 mètres carrés. L'entreprise produit le plus grand volume de composants à carburant de remplacement en Amérique du Nord. M. Austin affirme que « les équipementiers fabriqueront quelque 30 000 véhicules hybrides

fonctionnant à l'électricité et au gaz naturel ou au propane en 2001. Cette production est répartie entre 12 constructeurs différents. Il est possible de produire 100 000 véhicules par année, estime M. Austin. Malgré les incitatifs offerts, le coût demeure prohibitif ».

M. Austin compare la situation à celle de la poule et de l'œuf. Selon lui, l'absence d'une bonne infrastructure et de modèles qui répondent aux besoins des clients, ainsi que le coût dans les pays où l'on n'offre aucun incitatif, constituent d'importants obstacles à une forte production.

Les systèmes d'alimentation et les composants de GFI doivent satisfaire à des normes sévères en matière d'émissions, y compris les systèmes à carburant de remplacement destinés à des

applications industrielles. « Pour des raisons de sécurité et parce qu'on les utilise surtout à l'intérieur, les chariots élévateurs à fourche sont l'application la plus répandue. Ils fonctionnent à l'électricité ou avec des carburants de remplacement depuis bon nombre d'années », explique M. Austin. Parmi les autres applications industrielles, mentionnons les resurfaçuses de glace et les balayeuses municipales.

Comme elle exporte près de 99 pour 100 de sa production vers 19 équipementiers dans 13 pays, GFI est reconnue pour ses technologies de pointe et son esprit d'innovation.

« Chaque fois que quelqu'un achète une voiture, il est fort probable qu'elle est munie d'un produit de GFI. Nous souhaitons que le monde entier achète davantage de véhicules à carburant de remplacement. »



DÉPÊCHES AFFAIRES

Les meilleurs de Burlington récompensés au cours d'une remise de prix



(de gauche à droite) : Gayla McDonald, directrice générale, Société de développement économique de Burlington; Robert Runciman, ministre du Développement économique et du Commerce; Robert MacIsaac, maire de Burlington; Rudy Reimer, président, Reimer Construction Ltd; et Steve Parsons, Legato Systems (Canada) Inc.

« Façonner une économie ultra-performante pour Burlington ». Voilà l'objectif de la Société de développement économique de Burlington. À en juger par le succès remporté depuis un an, cet objectif se réalise rapidement. Le milieu des affaires de Burlington connaît une forte croissance qui favorise la vigueur de l'économie régionale.

Le 7 juin 2001, la Société a tenu sa deuxième cérémonie annuelle de remise de prix, récompensant les entreprises locales qui ont participé à l'essor économique de Burlington grâce au développement, à l'expansion commerciale, à la création d'emplois et à des programmes de formation et d'éducation exemplaires.

Centré sur le thème de la course pour illustrer l'évolution rapide de Burlington, l'événement mettait en vedette les véhicules et l'écurie de Ford et Speedy, et comprenait une présentation vidéo ultra-dynamique sur la croissance du milieu des affaires de Burlington.

Bob Runciman, ministre du Développement économique et du Commerce de l'Ontario, était le conférencier d'honneur. Devant plus de 300 gens d'affaires, il a déclaré que « le gouvernement de la province reconnaît la nécessité de faire preuve d'audace, d'ouverture au progrès et de créativité pour demeurer en tête de la concurrence en affaires ». Il a ajouté que « la saine croissance des affaires en Ontario se

poursuivra grâce à la force d'une main-d'œuvre spécialisée, à une infrastructure de calibre mondial et à un excellent climat commercial ».

Il a également souligné que la croissance économique et la création d'emplois constituent les priorités absolues du gouvernement Harris qui s'efforce de faire de l'économie ontarienne la plus performante en Amérique du Nord. M. Runciman a déclaré que, pour ce faire, on compte beaucoup sur l'initiative « Investissement dans les compétences stratégiques », un partenariat des secteurs public et privé qui vise à former des travailleurs compétents pour assurer la compétitivité des entreprises ontariennes. Parmi les autres mesures provinciales axées sur la croissance économique, mentionnons la création d'un groupe de travail chargé de mesurer et de surveiller la productivité, la compétitivité et le progrès économique de l'Ontario par rapport à ceux des autres provinces et des États américains. M. Runciman a indiqué que le gouvernement contribue à la création d'emploi en encourageant les PME ontariennes à exporter davantage et en offrant des programmes de marketing visant à attirer plus d'investissements directs étrangers en Ontario.

Le ministre a souligné que, selon le récent budget de Jim Flaherty, ministre des Finances, l'économie ontarienne a crû de 25 % depuis 1995. Il a affirmé que les réductions fiscales demeureront la pierre angulaire de la vigueur de l'économie provinciale. Il a complimenté la Société de développement économique de Burlington pour ses succès et son soutien aux entreprises locales et félicité les gagnants de 2001.

La Société a remis des prix à six entreprises de Burlington :

- **Westbury International** – Prix du développement commercial et industriel
- **Paletta International** – Prix de l'aménagement domiciliaire
- **E-Manufacturing Networks Inc** – Prix de la croissance économique (entreprise de moins de 50 employés)
- **Legato Systems (Canada) Inc** – Prix de la croissance économique (entreprise de plus de 50 employés)
- **Dofasco Training & Development Centre** – Prix de la valorisation de l'apprentissage (entreprise de moins de 50 employés)

- **Joseph Brant Memorial Hospital** – Prix de la valorisation de l'apprentissage (entreprise de plus de 50 employés)

Depuis 18 mois, la Société de développement économique de Burlington a répondu à 400 demandes de renseignements relatives à la sélection d'un emplacement et aidé à loger 80 nouvelles entreprises pour un total de 109 920 mètres carrés d'espace commercial, 269 809 mètres carrés d'espace industriel et 1 252 nouveaux emplois.

Le ministère effectuera des consultations auprès des entreprises et des secteurs d'affaires

Le 11 juin 2001, Bob Runciman, ministre du Développement économique et du Commerce, a annoncé les premières mesures que prendrait le gouvernement en vue d'assurer la vigueur soutenue de l'économie ontarienne, la compétitivité des secteurs d'affaires et la création d'emplois. Pour ce faire, il faudra éliminer les obstacles à l'emploi, à l'investissement et à la croissance, afin que l'Ontario demeure fort et en mesure de faire concurrence au reste du monde.

Dans le cadre de ce processus, Ted Chudleigh, député de Halton et adjoint parlementaire du ministre du Développement économique et du Commerce, organisera des discussions en tête-à-tête et des tables rondes avec des représentants de l'industrie chimique et du secteur de la construction industrielle, commerciale et institutionnelle, ainsi qu'avec des spécialistes du financement initial par actions. Ces consultations visent à découvrir les obstacles, actuels ou nouveaux, à la concurrence et à relever les possibilités d'accroître la vigueur des entreprises et des secteurs d'affaires.

Selon le ministre Runciman, « nos dirigeants d'entreprises et nos associations de gens d'affaires constituent la meilleure source d'information. Ils possèdent une expérience pratique des luttes quotidiennes contre la concurrence internationale. Je crois que nous tirerons de ces démarches des idées et des suggestions concrètes qui aideront à assurer la compétitivité de l'Ontario à l'échelle mondiale ».

Le ministre Runciman fera état des résultats des consultations lorsqu'il aura reçu le rapport de M. Chudleigh à l'automne.

Nor-Fab – une véritable réussite pour le Nord

Mel DeGagné n'était pas satisfait des délais de livraison de six semaines pour les fermes de toit et autres composants de construction. Il savait qu'il pouvait résoudre ce problème en s'occupant de tout lui-même. En 1984, fort de sa grande expérience des travaux à contrats, il a fondé Nor-Fab Building Components Ltd.

Aujourd'hui, Nor-Fab est une entreprise de taille moyenne en plein essor, qui fabrique des composants de construction et des bâtiments préconstruits. Elle se spécialise dans les fermes et les poutres de plancher triangulées, les belvédères, les limons, les remises de jardin et les panneaux muraux. Très axée sur la recherche-développement, l'entreprise ajoute au moins deux produits à sa gamme chaque année.

« En région, nous n'avons aucun concurrent, mais dans un marché métropolitain comme Winnipeg ou Toronto, la concurrence est plus vive. Nous nous concentrons sur les États-Unis. La concurrence y est féroce, mais les Canadiens jouissent d'un avantage en raison du taux de change », explique Brian Hagarty, directeur général de Nor-Fab.

Situées à Fort Frances (en face d'International Falls (au Minnesota)), les installations de

Nor-Fab occupent une superficie de plus de 10 600 mètres carrés et emploient près de 130 personnes. En 2001, ce nombre devrait passer à 150. « Nous sommes le principal employeur privé de la région », affirme M. Hagarty.

L'ALÉNA et l'Accord sur le bois d'œuvre résineux ont aidé Nor-Fab à devenir l'un des principaux exportateurs canadiens de produits « à valeur ajoutée ». « Ces produits sont exempts de droits. Ils traversent la frontière facilement. L'Accord sur le bois d'œuvre résineux a imposé un tarif sur le bois américain, mais pas sur le nôtre, ce qui nous a donné un avantage quant au prix », indique M. Hagarty.

Les ingénieurs du service de conception mettent au point de nouveaux produits et améliorent les produits existants. « Une seule autre entreprise en Amérique du Nord fabrique autant de belvédères que nous.



Nor-Fab se spécialise dans la production de belvédères, comme ci-dessus, pour le marché américain.

La production de masse nous permet d'offrir des économies d'échelle. » La série de composants d'escaliers de l'entreprise constitue une autre gamme de produits unique. « Nous avons trouvé un créneau avec un produit original, un limon de 10 à 14 marches. Nous sommes pratiquement les seuls en Amérique du Nord à offrir un limon plus long. Nous l'avons inventé nous-mêmes. Il est une fois et demie plus solide que les limons ordinaires et dessert un marché unique. »

Nor-Fab vend aux grossistes nord-américains. Elle distribue ses produits à près de 4 200 détaillants, parcs à bois et grands points de vente des États-Unis et du Canada. Environ 80 pour 100 des produits de Nor-Fab sont destinés au Midwest américain. En 2001, un nouveau client situé sur la côte Ouest lui permettra de rester ouverte toute l'année. « Actuellement, la majorité de notre effectif travaille pendant huit à dix mois. Avant, nous fermions pendant deux mois, mais maintenant, nous fermons une semaine à Noël. La fenêtre saisonnière raccourcit. »

M. Hagarty attribue le succès de l'entreprise à sa participation à des programmes d'exportation et à des missions commerciales. « Notre principal client est le premier gros client américain avec lequel nous ayons fait affaire. Nous le courtisons depuis plusieurs années. » Des rapports tissés au cours d'une mission commerciale ont accéléré le processus de vente pour Nor-Fab.

CAHIER DES AFFAIRES DE L'ONTARIO

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

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

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

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

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

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

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



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

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