

Le Discours du Trône tient compte des **priorités** des **Ontariens**



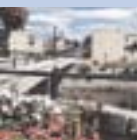
Centre de la
découverte MaRS
page 2



Les douceurs du foyer
attirent les visiteurs à
Settlement House de
Port Perry
page 8



Une tradition
en croissance
page 11



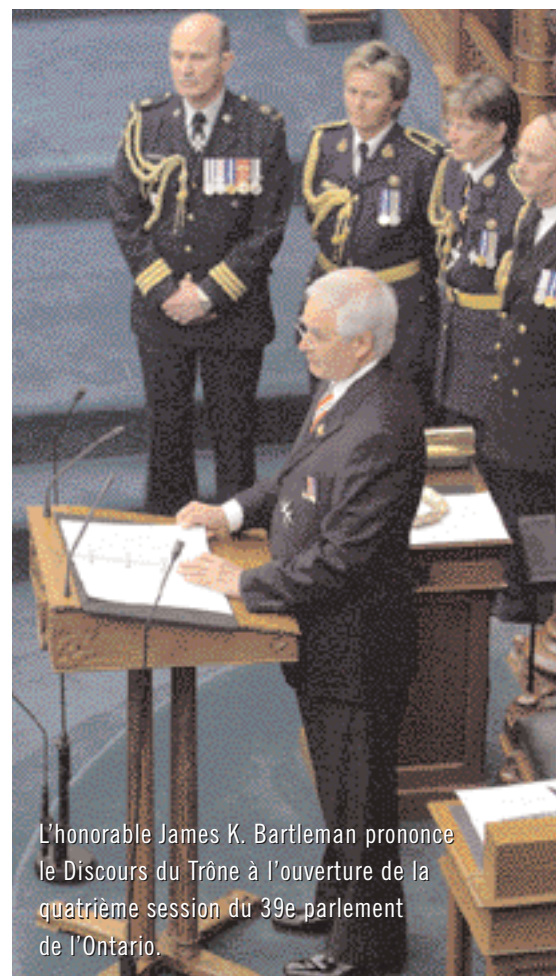
Ouverte aux
affaires : St. Marys
page 14

Le 30 avril, l'Assemblée législative de l'Ontario a repris ses activités après un Discours du Trône qui décrivait les projets et les priorités du gouvernement pour les années à venir. Prononcé par l'honorable James K. Bartleman, lieutenant-gouverneur de l'Ontario, le Discours du Trône a mis l'accent sur l'économie vigoureuse de l'Ontario, qui continuera d'appuyer les investissements en soins de santé et en éducation.

« L'Ontario a subi une transformation remarquable depuis huit ans, a déclaré Ernie Eves, premier ministre de l'Ontario. Seul un fort leadership de la part de personnes chevronnées nous permettra de protéger et d'accroître les gains que nous avons réalisés afin que tous les citoyens puissent bénéficier de la promesse de l'Ontario. »

Depuis 1995, le gouvernement a contribué à la création de plus de un million d'emplois, annoncé 225 réductions d'impôts, éliminé les obstacles à la croissance de même qu'un déficit potentiel de 11 milliards de dollars, commencé à rembourser la dette de l'Ontario et aidé plus de 600 000 bénéficiaires de l'aide sociale à trouver du travail. L'économie ontarienne a connu une croissance plus rapide que celle du Canada dans son ensemble au cours des six dernières années et les

suite à la page 5



L'honorable James K. Bartleman prononce le Discours du Trône à l'ouverture de la quatrième session du 39e parlement de l'Ontario.

Photo de Jay Millington

Le Centre de la découverte MaRS vise à créer une adresse mondiale pour la commercialisation

Jim Flaherty, ministre de l'Entreprise, des Débouchés et de l'Innovation, a souligné l'investissement de 20 millions de dollars de l'Ontario dans le Centre de la découverte MaRS (sciences médicales et connexes) lors du dévoilement du chantier de construction qui a eu lieu à Toronto le 22 avril. Cet événement a été suivi du lancement officiel du projet le 12 mai.



Représentation du Centre MaRS de Toronto actuellement en construction

Le Centre MaRS, qui vise à accélérer la commercialisation du fruit de la recherche universitaire, attire déjà l'attention de chercheurs et d'entrepreneurs du monde entier.

C'est parce que le Centre MaRS est un complexe de convergence scientifique d'une superficie de quelque 120 000 m² construit au coût de 345 millions de dollars adjacent à l'Université de Toronto et de ses établissements de recherche affiliés. Il s'agit de l'une des plus fortes concentrations de recherche médicale en Amérique du Nord. En outre, la rue Bay, une importante source de capital-risque est à proximité.

« Le Centre MaRS a pour objectif d'aider les grandes découvertes scientifiques à devenir de grandes réussites commerciales, explique John Cook, président et chef de l'exploitation du Centre MaRS. Il représente également une occasion unique de tirer parti des compétences de Toronto et de l'Ontario en sciences biologiques, ainsi qu'en calcul de haute performance, en conception de logiciels, en nanotechnologie et en photonique. »

M. Cook souligne que, bien que le Centre MaRS soit situé à Toronto, il est conçu pour servir de lien entre tous les centres de recherche universitaires et hospitaliers de la province, du Canada et, éventuellement, du monde. La mise au point de nouveaux services de recherche scientifique, de commercialisation et de réseautage, de même que la première phase de la construction, vont bon train.

Les locaux construits pendant la première phase sont destinés aux entreprises en incubation et qui ont fini d'incuber. Ils comprendront également des laboratoires de recherche et des bureaux qui seront occupés par des fournisseurs de services professionnels, comme des sociétés canadiennes et internationales d'investissement en capital-risque, des cabinets juridiques, des bureaux des brevets, des cabinets d'experts-comptables et des conseillers en ressources humaines. Les locaux de la deuxième phase abriteront des entreprises plus développées.

À ce jour, le Centre a recueilli 100 millions de dollars par l'intermédiaire de la Société de fiducie du Centre de la découverte MaRS, une obligation novatrice de 30 ans adossée à un crédit-bail simple et 66 millions provenant de diverses sources, dont 20 millions du gouvernement de l'Ontario, 20 millions du gouvernement fédéral, 4,5 millions (en nature) de la ville de Toronto, 10 millions du Fonds ontarien pour l'innovation et 5 millions de l'Université de Toronto. Plus de 11 millions de dollars ont été fournis par des sociétés privées et des particuliers.

Le concours de robotique FIRST initie les écoliers à la science et à la technologie

La deuxième édition du concours annuel régional canadien de robotique FIRST a contribué à inspirer la prochaine génération de scientifiques, de technologues, d'ingénieurs et d'entrepreneurs. Le concours FIRST (For Inspiration and Recognition of Science and Technology [pour l'inspiration et la reconnaissance de la science et de la technologie]) s'est déroulé les 28 et 29 mars à Mississauga et comptait 53 équipes provenant de toute l'Amérique du Nord, dont 38 de l'Ontario, qui avaient chacune conçu et créé un prototype puis construit un robot et mis celui-ci à l'épreuve.

« Tous les robots sont conçus et construits en six semaines par des équipes de 30 à 40 élèves qui représentent chacune une seule école secondaire », nous a expliqué Mark Breadner, le directeur du concours régional canadien de robotique FIRST. « On donne à chaque équipe un même ensemble de composants de base avec un dispositif de télécommande et le robot doit ensuite être conçu selon des limites de poids et de taille précises. Mais c'est l'équipe qui décide complètement de ce que fera son robot. »

Les concours sont des activités sportives de pointe présentées devant public. Les robots se mesurent les uns aux autres dans des épreuves chronométrées. Par exemple, dans Stack Attack, des équipes doivent réunir et empiler le plus grand nombre possible de caisses en plastique en deux minutes. Chaque équipe est parrainée à l'échelon local par diverses entreprises des secteurs de l'automobile, de la fabrication, de l'énergie et de la finance, avec le soutien de professeurs et de mentors. Les prix de FIRST récompensent l'excellence dans la conception, le travail d'équipe et l'exécution, tout comme dans la conception d'un site Web, l'animation 3-D, l'éditique, la commercialisation et les relations publiques.

suite à la page 5



Des participants au concours de robotique FIRST tenu récemment à Mississauga

Le Discours du Trône constitue un symbole de notre démocratie parlementaire. Il sert à informer les Ontariens des plans et des priorités du gouvernement pour les années à venir. Le 30 avril, le lieutenant-gouverneur James K. Bartleman a prononcé un Discours du Trône fidèle à la tradition, mais avec un petit quelque chose de spécial.



Ce discours tenait compte d'un processus de consultation historique auquel tous les Ontariens étaient invités à participer. Notre gouvernement est déterminé à s'assurer que notre vision pour l'Ontario correspond aux intérêts de tous les citoyens afin que nous puissions façonner ensemble l'avenir de cette province.

Au cours de la consultation, les Ontariens nous ont fait part de leurs priorités – une économie vigoureuse et de bons emplois, l'égalité des chances en éducation, des soins de santé fiables, un environnement sain et de fortes collectivités – ainsi que de leurs points de vue et de leurs idées sur la façon de préserver la force de l'Ontario. Nous les avons écoutés et nous avons réagi. Le Discours du Trône décrit un plan d'action ambitieux qui aidera notre province à demeurer concurrentielle et à l'écoute.

Notre vision repose principalement sur la vigueur économique. Nous savons qu'une économie vigoureuse nous donne les moyens d'investir dans les priorités des Ontariens. Nous demeurons déterminés à réduire les impôts afin de stimuler la création d'emplois et l'augmentation des revenus. Notre gouvernement prévoit mettre en œuvre 17 réductions proposées annoncées dans le récent budget de l'Ontario, notamment celles visant à aider notre milieu des affaires à devenir plus concurrentiel, plus innovateur et plus prospère.

Le Discours du Trône a également mis en lumière les priorités du gouvernement, comme le renforcement de notre système de santé, la promotion de l'excellence en éducation et la protection de l'environnement pour les générations futures. Nous prévoyons veiller à ce que le gouvernement soit plus responsable à l'égard de l'argent des contribuables qu'il dépense et à ce que nos rues soient plus sûres et nos frontières plus sécuritaires. Nous comptons également soutenir les plus vulnérables et améliorer la qualité de vie de chaque famille ontarienne.

Notre gouvernement s'est engagé à tenir la promesse de l'Ontario. Nous continuerons de prendre les décisions difficiles qui sont nécessaires afin que notre province demeure forte. Nous visons à instaurer une économie concurrentielle et innovatrice qui offrira de l'espoir et des débouchés aux Ontariens.

Le ministre de l'Entreprise, des Débouchés et de l'Innovation,
Jim Flaherty

EthicsCentre.ca prône la responsabilité sociale et organisationnelle

Four Seasons Hotels, Nike Canada, Toyota Motor Manufacturing Canada, la Banque de Montréal, AstraZeneca Canada, Bell Canada sont toutes des sociétés très différentes, mais qui ont au moins un point commun.

Entreprise : EthicsCentre CA
Secteur : organisme sans but lucratif
Emplacement : Toronto
Site Web : www.ethicscentre.ca

Elles sont toutes membres d'EthicsCentre CA (centre canadien pour la déontologie dans les politiques d'entreprise, un organisme sans but lucratif qui met en valeur la déontologie dans les processus et les pratiques décisionnels des entreprises et des autres organismes.

Dans l'ère de l'après Enron et de l'après WorldCom, la déontologie des affaires a pris plus d'importance, parce que les actionnaires et les consommateurs exigent des normes plus strictes en matière de responsabilité sociale et organisationnelle.

« On juge les entreprises et organismes aujourd'hui non seulement en fonction de leur rendement financier, mais aussi selon leur comportement déontologique, affirme Ellen Mary Mills, directrice générale d'EthicsCentre CA. Les sociétés et les particuliers sont de plus en plus tenus responsables de leurs actions. »

L'intérêt que le centre porte aux normes déontologiques commerciales remonte bien plus loin qu'à l'effondrement spectaculaire des deux géants américains des affaires et à ses conséquences. En fait, le Centre tire son origine de la King Bay Chaplaincy, une aumônerie qui fut ouverte dans le district financier de Toronto au milieu des années 1980. C'était une période de réduction des effectifs et le révérend Graham Tucker, qui avait fondé le Centre afin de venir en aide aux employés en détresse, a vu la nécessité d'appliquer des principes déontologiques aux activités commerciales. Il a mis sur pied un groupe de personnes animées par les mêmes idées afin d'étudier des questions de gestion déontologique et de politique organisationnelle : ainsi naquit le Centre pour la déontologie dans les politiques d'entreprise.

Le centre est à présent un organisme séculier. En font partie plus de 200 entreprises et institutions canadiennes de premier plan, toutes désireuses de favoriser l'adoption de principes déontologiques en matière de leadership et de prise de décisions.

Le centre remplit son mandat grâce à diverses activités dont une série de déjeuners-conférences, des séminaires et des congrès auxquels participent d'éminents spécialistes en déontologie organisationnelle. Il organise aussi des tables rondes et des ateliers à l'intention des cadres supérieurs, pendant lesquels des dirigeants d'entreprise et des spécialistes de la déontologie peuvent échanger sur les dilemmes et les problèmes éthiques. Les organismes aux prises avec des problèmes déontologiques peuvent consulter divers spécialistes du centre.

« Le défi auquel font face de nombreuses entreprises aujourd'hui provient de ce qu'elles sont redevables au service non seulement au monde extérieur, de leurs actionnaires et de leurs clients, mais aussi de leur personnel, qui se compose de ceux qui créent, commercialisent et vendent leurs produits ou services et qui désirent travailler pour une entreprise dans laquelle la déontologie et la prise de décisions se complètent », explique Howard Kaufman, président du conseil d'administration d'EthicsCentre CA, et avocat chez Fasken Martineau de Toronto, une société membre du centre.

Cela signifie la promotion d'un leadership responsable du point de vue social et déontologique à tous les niveaux d'une entreprise, mais, comme le souligne M. Kaufman, le jeu en vaut la chandelle. « Les sociétés qui prennent la déontologie et la responsabilité organisationnelle au sérieux, et qui intègrent ces objectifs dans leurs valeurs et leurs processus décisionnels en retirent généralement un avantage concurrentiel. Cette démarche les aide à recruter et à retenir leur personnel, à vendre leurs produits ou services et, en bout de ligne, à améliorer leurs résultats nets ».

Le gouvernement accroît la compétitivité de l'industrie

pronostiqueurs du secteur privé lui prédisent une croissance plus rapide que celle de n'importe quel pays du G-7 en 2003-2004.

Le Discours du Trône a été préparé à la suite d'un processus de consultation innovateur qui a permis aux Ontariens d'exprimer leurs points de vue au gouvernement. « Je crois que les Ontariens ne veulent pas se contenter d'être gouvernés, ils veulent que le gouvernement tienne compte de leur opinion. Nous avons demandé à tous les Ontariens de nous dire ce que nous pouvions faire pour que la province demeure forte et prospère », a déclaré M. Eves.

Plus de 10 000 personnes ont participé à la consultation, en ligne, par télécopieur, par la poste ou en personne. « Les Ontariens sont manifestement convaincus de la nécessité de continuer à tirer parti de notre prospérité économique, car c'est elle qui, à la base, nous permet d'investir dans les axes prioritaires d'intervention, affirme M. Eves. Le Discours du Trône décrit ce que l'Ontario compte faire pour tabler sur les progrès que nous avons réalisés. » Voici quelques points saillants.

Une économie vigoureuse

- Offrir 17 réductions d'impôt supplémentaires aux entreprises, aux aînés et aux travailleurs ontariens.
- Adopter une démarche globale pour le secteur ontarien de l'énergie, qui prévoit une augmentation de l'approvisionnement, l'élaboration d'un plan intégré d'économie de l'énergie et des mesures assurant des tarifs stables.
- Dévoiler une stratégie rurale complète.

Soins de santé de qualité

- Aider les hôpitaux à éliminer les retards dus au SRAS, indemniser les travailleurs ainsi que protéger notre économie et en faire la promotion. Le gouvernement a promulgué la *Loi de 2003 sur la stratégie d'aide et de reprise suite au SRAS* le premier jour de la

session parlementaire. Le projet de loi a été adopté par l'Assemblée législative en une seule séance.

- Affecter un milliard de dollars à la création d'un nouvel Institut ontarien de recherche sur le cancer.
- S'engager à commander 20 autres appareils d'IRM et cinq tomodensitomètres.

Excellence en éducation

- Créer plus de 135 000 nouvelles places dans les établissements postsecondaires. Il s'agit du plus important investissement de capitaux dans nos universités et collèges depuis les années 1960.
- Augmenter l'investissement annuel dans les collèges et universités et exiger des comptes rendus plus rigoureux sur les résultats obtenus.
- Encourager les jeunes à faire carrière dans les métiers spécialisés.

Un bon gouvernement

- Déposer un projet de loi prévoyant la création de postes de vérificateurs de la qualité dans les secteurs de la santé, de l'éducation et des services municipaux afin d'assurer la prestation de services efficaces et de haute qualité et de veiller à ce que les fonds servent aux fins prévues.
- Obliger les syndicats à exercer leurs activités en appliquant des principes de démocratie, de transparence et de responsabilisation.

« Notre gouvernement veut miser sur les forces de la province et offrir aux Ontariens tous les débouchés que procure une économie vigoureuse, a déclaré Jim Flaherty, ministre de l'Entreprise, des Débouchés et de l'Innovation de l'Ontario. Il nous tarde de continuer à travailler avec tous les citoyens afin de cerner les priorités, d'investir en ce sens et de concrétiser la promesse de l'Ontario dans toute sa mesure. »

Concours de robotique FIRST

« Le concours régional canadien de robotique FIRST est un excellent moyen de motiver les jeunes et de les inciter à apprendre, affirme Jim Flaherty, ministre de l'Entreprise, des Débouchés et de l'Innovation. Notre gouvernement est fier de parrainer ce concours, qui montre bien toutes les possibilités intéressantes offertes par la science et la technologie, ainsi que la fascination que peuvent susciter les sciences, les mathématiques, l'ingénierie et l'invention. Les élèves peuvent également prendre conscience des compétences et des études dont ils ont besoin pour poursuivre une carrière dans ce domaine passionnant. »

« FIRST représente un investissement dans les jeunes esprits de l'Ontario, ajoute M. Breadner. Les élèves relèvent des défis et se montrent extrêmement enthousiastes. Ils s'amusez tellement qu'ils en oublient qu'ils sont en train d'apprendre. »



Le ministre Jim Flaherty prononce un discours à l'occasion du deuxième concours de robotique FIRST.

L'innovation permet à Pegasus Industrial Specialties de créer son propre créneau

Lorsque Pegasus Industrial Specialties Inc. a décidé que le moment était venu d'étendre son marché vers le Mexique, elle savait qu'elle aurait besoin d'aide.

Entreprise : Pegasus Industrial Specialties Inc.
Secteur : fabrication
Emplacement : Guelph
Site Web : www.pegasus-glass.com

« Il s'agit pour nous d'un marché nouveau et très différent, affirme le vice-président Ron Trent. Nous nous sommes donc adressés à Ontario Export inc. (OEI) afin de nous aider à mettre un pied dans la porte. Nous avons expliqué nos besoins et la conseillère sur place à Mexico nous a aidés à trouver le distributeur qui nous convenait. Ensuite, bien sûr, ce fut à nous de faire le reste ».

Fort heureusement, le reste n'a jamais été un problème pour l'entreprise installée à Guelph, qui crée et fabrique des produits de verrerie industriels et scientifiques pour une large gamme de secteurs dont les industries aérospatiale, automobile, pharmaceutique, environnementale et chimique.

Pegasus a vu le jour en 1993 et s'est créé son propre créneau prospère en demeurant le chef de file sur ses marchés et en décrochant des contrats que des géants comme Corning et Schott considéraient trop peu importants.

« Notre taille a vraiment joué en notre faveur, déclare M. Trent, qui souligne que l'entreprise compte seulement 12 employés.

Comme nous sommes rationnels, nous pouvons agir rapidement quand nous repérons un

débouché et c'est un avantage important pour une entreprise concurrentielle comme la nôtre. »

Pegasus fabrique de nombreux produits verriers de pointe pour des milliers de clients du Canada et des États-Unis, dont Xerox, General Motors, Tyco et JDS Uniphase. L'année dernière, Pegasus a affiché des ventes de plus de cinq millions de dollars, un chiffre qui est d'autant plus impressionnant quand on sait qu'il correspond au double des ventes de 2001 de l'entreprise.

« Notre succès tient à notre esprit d'innovation, tant sur le plan de nos produits que de notre commercialisation », déclare M. Trent.

L'entreprise en croissance rapide, qui assure elle-même sa promotion au moyen de son site Internet, de salons professionnels et d'annuaires commerciaux, connaît parfaitement ses secteurs d'activité et développe constamment sa gamme de produits pour répondre aux demandes de l'industrie.

Pegasus est également toujours à l'affût des occasions d'expansion.

« Actuellement, 60 pour 100 de nos ventes sont réalisées à l'échelle internationale, en majeure partie aux États-Unis, indique M. Trent. Le Mexique semble prometteur et, à partir de là, nous progresserons vers l'Amérique centrale et du Sud. »

Il ajoute : « Nous ferons pour cela également appel au service sur place d'OEI ».

Bien que Pegasus soit prête à se déplacer pour étendre la gamme de ses produits et ses marchés, cette entreprise restera établie à Guelph.

« Guelph est un centre industriel de haute technologie où nous pouvons trouver les types de travailleurs dont nous avons besoin, explique M. Trent. « Elle est également située à proximité de la frontière des États-Unis, ce qui est important pour la distribution et, bien sûr, nous y bénéficions de prix de revient relativement bas. »

Rio Grande

On s'attend à ce que le PIB du Mexique augmente de 3,3 pour 100 cette année et de 4 pour 100 en 2004, ce qui amène de plus en plus d'entreprises ontariennes à envisager la possibilité d'exporter chez notre autre partenaire de l'ALENA. Ontario Export inc., l'organisme provincial de développement des exportations, aide les exportateurs actuels et potentiels à tirer profit de ce marché en pleine croissance.

Entreprise : Ontario Export Inc.
Secteur : exportation
Emplacement : Toronto
Coordonnées : Fred. Sheehy@eoi.gov.on.ca

« La concurrence est vive, puisque le Mexique a signé des accords commerciaux avec 30 pays, déclare Fred Sheehy, conseiller en marketing international d'Ontario Export inc. (OEI) qui s'occupe du Mexique. Je conseille aux entreprises qui percent le marché mexicain de réaliser de sérieuses études de marché en Ontario. Une fois qu'elles disposent d'un plan d'affaires de base qui montre qu'elles sont prêtes à exporter, je les dirige vers notre conseillère sur place à Mexico qui peut les guider à chaque étape du processus de mise en marché de leurs produits ou de leurs services. »

Les subtilités du marché mexicain s'étendent bien au-delà des éléments les plus évidents comme la langue, la monnaie et la réglementation. Gabriella Esquinca est la conseillère d'OEI sur place à Mexico ; sa spécialité consiste à aider les nouveaux exportateurs à se lancer en affaire avec succès. (Voir l'article sur Pegasus, à la page précédente.)

« La clef des affaires au Mexique consiste à comprendre que l'on traite avec une culture différente, affirme M^{me} Esquinca. Les Mexicains aiment faire des affaires avec des gens avec qui ils se sentent à l'aise. Un fournisseur se doit donc de gagner leur confiance et leur respect. Il faut entretenir de bons contacts personnels et effectuer un suivi. Il faut aussi s'engager dans le marché. »

Ce marché offre un gros potentiel aux entreprises ontariennes. Le Mexique est aujourd'hui le pays d'Amérique



latine qui attire le plus d'investissements étrangers directs, et l'inflation y est à son plus bas niveau (5 pour 100 l'année dernière) depuis 31 ans. Soixante-cinq pour cent des 102 millions de Mexicains sont âgés de 15 à 64 ans. Les secteurs particulièrement prometteurs comprennent l'automobile (équipementiers et pièces de rechange), l'environnement, la construction, l'exploitation minière et la fabrication de pointe.

« Il existe plusieurs stratégies d'entrée sur le marché qui sont efficaces au Mexique, affirme M^{me} Esquinca. De nombreuses entreprises ont recours à l'exportation directe, ce qui signifie faire appel à des agents ou des représentants des ventes, des distributeurs ou des sociétés de négoce au Mexique. D'autres mettent sur pied une filiale sous la forme d'un bureau de vente, établissent un partenariat ou s'adressent à des fabricants locaux. Chaque stratégie est valable, et nous aidons les entreprises ontariennes à faire le bon choix. »

Le service sur place d'OEI fournit aux exportateurs de l'information sur le marché par secteur précis, des services de recherche de débouchés et de liaison, des missions commerciales, un appui sur le terrain pour les visites au Mexique, des listes de personnes-ressources et des services promotionnels. Il aide également les exportateurs à franchir la barrière de la langue, un point crucial pour de nombreux nouveaux exportateurs.

« Les entreprises ontariennes font souvent concurrence à des sociétés européennes ou américaines qui sont implantées depuis longtemps au Mexique, soutient M^{me} Esquinca. Nos services peuvent les mettre sur un pied d'égalité avec leurs concurrentes de manière à ce qu'elles puissent se battre et gagner. »



Les douceurs du foyer

attirent les visiteurs à Settlement House de Port Perry

Port Perry est une charmante petite ville perchée sur les rives du lac Scugog, à environ une heure de route au nord-est de Toronto, dont la rue principale au cachet historique attire des foules de visiteurs chaque année. L'une de ses plus importantes attractions est un établissement à la façade victorienne soigneusement restaurée, appelé Settlement House Shops et situé rue Queen.



SEE RANDOM SHEET
(UPDATE THE PHOTO)

Daphne Mitchell



SEE RANDOM SHEET
(UPDATE THE PHOTO)

Settlement House

reproduit l'environnement du foyer. C'est un paradis du magasinage qui transforme les visiteurs en acheteurs et dont les ventes affichent une croissance constante chaque année depuis deux décennies.

« Nous créons dans notre magasin une ambiance qui, depuis des années, attire des excursionnistes de partout. Ils préfèrent venir nous voir plutôt que d'aller dans d'autres magasins », affirme Daphne Mitchell, qui a fondé Settlement House avec son mari Tom en 1978.

La philosophie du magasin est qu'un client, quel que soit son budget, trouvera toujours un trésor à emporter chez lui. « Une fois que les gens sont venus ici, nous n'avons aucune difficulté à les faire revenir », soutient M^{me} Mitchell.

Le succès du magasin est reconnu dans tout le pays : M^{me} Mitchell a été nommée détaillante de l'année par l'Association canadienne de cadeaux et d'accessoires de table (ACCAT). Cette association représente plus de 1 600 fabricants, distributeurs et grossistes d'articles de cadeaux des quatre coins du Canada. Ses prix sont décernés d'après la présentation visuelle et la conception du magasin, la réussite commerciale, la publicité, la promotion et l'engagement communautaire. (En 1997, Settlement House a été nommé détaillant de l'année de l'Est du Canada par l'ACCAT.)

Le magasin était initialement une boutique de quelque 55 m² qui s'est agrandie grâce à une stratégie commerciale prudente, axée sur l'établissement et ses produits. Le magasin expose de la marchandise d'excellente qualité et offre un bon rapport qualité-prix et un très bon service à la clientèle. L'ambiance est créée par deux décorateurs étalagistes sur place et la disposition originale de l'éclairage a été conçue par un éclairagiste professionnel.

Entreprise : Settlement House Shops
Secteur : vente au détail
Emplacement : Port Perry
Site Web : www.settlementhouse.com

S Settlement House offre près de 1 300 m² de meubles, d'accessoires, de cadeaux et d'articles pour la cuisine, la chambre à coucher et la salle de bains dans une atmosphère douillette et accueillante. Des modèles de décors soigneusement choisis montrent à quoi ressemble la marchandise dans un cadre qui

suite à la page 12

conception, construction et aménagement

Comment une petite entreprise ontarienne peut-elle devenir l'un des plus importants cabinets d'ingénierie et d'architecture-conseil d'Amérique du Nord? Si vous vous appelez Giffels Associates Limited (une entreprise du Ingenium Group), vous commencez par développer et consolider une relation de 50 ans avec les plus importants fabricants ontariens de véhicules et de pièces automobiles.

*Entreprise : Giffels Associates Limited,
une entreprise du Ingenium Group Inc.
Secteur : conseillers en ingénierie et en architecture-conseil
Emplacement : Toronto
Site Web : www.giffels.com*

Depuis 1949, Giffels a établi avec succès des relations avec les chefs de file de l'industrie automobile, dont fait partie son premier client, Ford du Canada Limitée. « L'usine de Ford située à Windsor, construite à l'origine dans les années 1920, a été complètement reconstruite et on y a annexé deux

moteurs. « Il s'agit d'un programme continu d'ingénierie et de conception destiné à moderniser les procédés de production de moteurs de Ford et à en améliorer le rendement. »

À titre de fournisseur de première catégorie, Ford a nommé Giffels son partenaire d'alliance en architecture et ingénierie. Le Système de contrôle de la qualité Giffels (GQS) répond aux critères de certification Q1 de Ford, qui exigent que les fournisseurs utilisent un système de gestion de la qualité dans le cadre de leurs pratiques commerciales habituelles.

L'usine de moteurs de Ford à Windsor : ajout de 50 000 m² pour lequel Giffels a fourni des services de conception des installations et de conception des procédés pour les canalisations et l'équipement de réfrigération.



usines de gros camions, explique Robert Hindle, président de Giffels. Nous avons conservé l'ossature d'acier de l'usine de 93 000 m² de Ford, mis en œuvre un vaste programme environnemental et érigé de nouvelles installations autour de l'enveloppe originale. » On a ensuite réalisé trois ajouts importants et construit une nouvelle installation de 56 000 m² pour les culasses de

L'ingénierie n'est toutefois qu'une des activités de ce groupe polyvalent. Une entreprise associée, Giffels Design-Build Inc., a également remporté du succès dans la fourniture de services intégrés de conseil et de construction. Ce concept, qui provient d'Europe, permet aux fournisseurs d'offrir des solutions clefs en main.

suite à la page 12

On craque pour les œufs

En 2003, Ontario Egg Producers souligne la renommée canadienne de sa marque de commerce, qui existe depuis plus de 25 ans. Les 550 membres de l'association célèbrent également le succès ininterrompu d'une industrie de 300 millions de dollars qui emploie plus de 3 000 personnes et fournit plus de 40 pour 100 de tous les œufs produits au Canada.

Organisme : Ontario Egg Producers
Secteur : agriculture
Emplacement : toute la province
Site Web : www.eggsite.com

« À nos débuts, en 1965, nous avons construit un poulailler de 5 000 poules et on nous payait cinq cents par douzaine d'œufs, explique Carolynne Griffith, qui, avec son mari, gère Art Griffith Farms Inc. situé près de Petrolia. Aujourd'hui, nous avons 27 000 poules pondeuses et un système de gestion de l'offre qui nous assure un prix équitable pour nos œufs. »

M^{me} Griffith est présidente du conseil d'administration d'Ontario Egg Producers (OEP), un groupe industriel financé par les exploitants agricoles qui garantit aux Ontariens un approvisionnement sécuritaire et continu en œufs à un prix raisonnable. OEP gère l'industrie ovocole de la province depuis 1972 et assure la pérennité des exploitations familiales, comme celle des Griffith, en établissant des quotas de production, en fixant les prix et en maintenant la qualité de leur production.

« On recense environ 550 producteurs d'œufs en Ontario, affirme Brian Ellsworth, directeur général d'OEP, et leurs fermes peuvent compter de 500 à 300 000 poules dans les plus grosses exploitations. En moyenne, une ferme compte environ 20 000 volatiles et peut assurer la subsistance d'une famille si les propriétaires effectuent la majeure partie du travail. L'exploitation type est une



À la ferme, la collecte des œufs est automatisée et a généralement lieu deux fois par jour.

petite entreprise dont le revenu brut tourne autour de 200 000 \$.

OEP finance également des recherches en vue d'améliorer le volume et la qualité de la production d'œufs. L'organisme a soutenu les recherches qui ont permis de lancer les œufs oméga-3 très prisés qui offrent des avantages supplémentaires pour la santé, car ils contiennent des acides gras oméga-3 qu'on trouve habituellement dans le poisson, le soja et les graines de lin.

Les grosses exploitations comme celle des Griffith sont à présent entièrement mécanisées et dotées de systèmes de ventilation, d'alimentation, de nettoyage et de transport commandés par ordinateur. Les poules sont nourries et abreuvées automatiquement et les œufs sont transportés des cages jusqu'à une salle d'emballage et de réfrigération grâce à des convoyeurs. L'environnement est contrôlé en permanence afin d'assurer l'excellent niveau de qualité et de salubrité de la production chez tous les producteurs ontariens.

« Le personnel du Guelph Food Technology Centre effectue des contrôles chez les producteurs d'œufs qui participent à notre programme de salubrité des aliments, explique M. Ellsworth. Ce que nous voulons en bout de ligne, c'est que tous les producteurs d'œufs soient accrédités en vertu de notre programme, dont les normes sont très strictes. »

Le système de gestion de l'offre veille à ce que les exploitations ovocoles demeurent rentables à des prix raisonnables et qu'il revienne une plus grosse part du prix de détail au producteur. Les producteurs ontariens obtiennent environ 60 pour 100 du prix de détail, alors qu'ailleurs ils peuvent n'en retirer qu'environ 30 pour 100. La gestion de l'offre assure également aux clients de payer un prix équitable. Les prix des œufs au détail sont à peu près les mêmes en Ontario qu'aux États-Unis.

« Toute une génération de producteurs d'œufs ont adhéré au système de gestion de l'offre dans les années 1970, indique M^{me} Griffith, qui a récemment présenté une conférence sur la gestion de l'offre à l'Odette School of Business de l'Université de Windsor. La plupart d'entre nous sommes encore là et nous sommes en mesure de transmettre nos exploitations à nos enfants. Ce qui est plutôt rare dans le secteur de l'agriculture. »

Une tradition en croissance

Quand les Wahta Mohawks ont quitté Oka (Québec) pour la région de Muskoka, dans le centre de l'Ontario en 1881, les canneberges sauvages qu'ils trouvèrent constituèrent pour eux une source naturelle de nourriture et de revenu. Au début des années 1960, la bande a mis sur pied une petite entreprise de culture et de commerce, qui occupe maintenant un terrain d'une trentaine d'hectares. Aujourd'hui, Iroquois Cranberry Growers emploie des membres de la collectivité et soutient la base économique de l'administration locale.

SEE RANDOM SHEET
(UPDATE THE PHOTO)
REPLACE WITH HIRES

Cueillette des canneberges

Entreprise : Iroquois Cranberry Growers
Secteur : agriculture
Emplacement : Muskoka
Site Web : www.iroquoiscranberries.com

« Notre personnel compte cinq employés à temps plein, dix au cours de la saison de croissance, et 35 qui travaillent ici pendant la récolte, explique Matthew Commandant, le directeur d'Iroquois Cranberry Growers. L'une de nos principales différences est que nous nous soucions véritablement de nos produits. Les employés vivent tous ici et ils font attention à ce qu'ils produisent. Nous recevons de nombreux visiteurs et nous essayons d'établir une relation personnelle avec nos clients. »

Chaque automne, Iroquois vend quelque 18 000 kilos de canneberges en sacs aux touristes et aux habitants de la région qui viennent observer la récolte et la transformation des baies. Les lits de canneberges sont remplis d'environ 60 centimètres d'eau pour permettre à une cueilleuse de détacher en douceur les baies de leurs

vignes et de les retirer de l'eau. À l'usine de transformation, les baies sont dépoussiérées, séchées, calibrées avec des tamis et inspectées pour garantir l'excellence de leur qualité. La majeure partie de la production de canneberges est emballée selon les exigences des clients, habituellement dans des boîtes de 18 à 454 kilos.

L'entreprise produit également son propre jus et d'autres produits tirés de la canneberge, qui sont vendus sous la marque Iroquois Cranberry Growers dans des magasins de produits naturels et d'aliments fins dans l'ensemble de l'Est du Canada, ainsi qu'à New York et en Pennsylvanie. Les avantages du jus de canneberge du point de vue de la santé sont à présent bien connus, notamment en ce qui concerne la prévention et le traitement des infections urinaires.

« Nous nous préparons à offrir des produits à valeur ajoutée », affirme M. Commandant, qui œuvre au sein de l'entreprise depuis 10 ans. Nous désirons ajouter plus de valeur ici, sur l'exploitation, parce que nous pourrions en tirer d'importants bénéfices. Nous lançons actuellement une nouvelle étiquette qui met l'accent sur le fait qu'il s'agit d'un produit autochtone. »

À la différence des marques destinées au marché de masse, le jus de canneberge d'Iroquois Cranberry Growers est vendu à sa concentration intégrale afin que les consommateurs puissent le diluer dans de l'eau ou du jus de fruit et obtenir la proportion optimale (27 pour 100) de jus de canneberge qui procure tous les avantages pour la santé. L'entreprise cultive à présent plus de quatre hectares de fruits, neuf acres certifiés biologiques et pourra en ajouter cinq autres l'année prochaine.

« Pour le moment, le chiffre d'affaire tiré de la culture de fruits biologiques ne couvre pas les frais supplémentaires engagés, mais cela devrait changer sous peu », affirme M. Commandant. « Les gens sont bien mieux informés sur la nourriture et ses origines, et ce ne peut qu'être bénéfique pour des activités comme les nôtres. »

REPLACE WITH HIRES

Tourbières à canneberges

Douceurs du foyer...

« Nous sommes à l'affût des tendances du marché et investissons dans les stocks de manière à pouvoir offrir à nos clients un choix attrayant de produits. »

Les 30 membres du personnel « s'appliquent tout autant à aider une personne à choisir un chandelier qu'à commander un canapé sur mesure », déclare M^{me} Mitchell. Ils se sentent appréciés et sont motivés par des salaires et des avantages sociaux concurrentiels. Ils remportent également des prix annuels en fonction des ventes et du rendement, par exemple, ceux d'employé de l'année et de la suggestion d'employé de l'année, ainsi qu'en fonction d'un rendement de vente particulier, comme la meilleure vente de la fin de semaine.

Les promotions et une publicité active ont grandement contribué à bâtir l'image du magasin. Tous les ans, il tient le solde de la plus longue journée de l'année au mois de juin, ainsi qu'une journée portes ouvertes à Noël et participe à des événements organisés par la chambre de commerce locale et l'association pour l'amélioration des affaires (que les Mitchell ont aidé à fonder il y a neuf ans).

Le magasin fait de la publicité à la télévision et à la radio, dans des journaux locaux et régionaux, ainsi que dans des magazines de décoration, par publipostage direct et au moyen d'une page Internet – sans parler du bouche à oreille.

Le magasin constitue une partie visible du patrimoine de Port Perry et un héritage pour ses clients : « De nombreux enfants de nos premiers clients sont devenus des clients réguliers aujourd'hui », affirme M^{me} Mitchell.

SEE RANDOM SHEET
(UPDATE THE PHOTO)

Settlement House

Giffels : conception, construction...

F. K. Peterson, un fournisseur de pièces automobiles, a fait appel à Giffels pour trouver un terrain, obtenir les permis nécessaires et concevoir et construire ses installations d'Oakville, ce qui a pour avantage qu'un seul fournisseur offre tous les services, de la conception à la livraison. La conception-construction est un secteur d'activité en croissance pour Giffels. « Nous voyons des possibilités de projets dans le Sud-Ouest de l'Ontario et dans le reste du Canada », affirme M. Hindle.

L'entreprise s'est dotée de nouvelles compétences en architecture grâce à l'acquisition de NORR Limited en 1998. Le marché traditionnel de Giffels était celui de la fabrication industrielle, mais NORR lui fait profiter de son efficacité commerciale et institutionnelle, tout comme de sa réputation internationale bâtie grâce à ses bureaux des Émirats arabes unis. Parmi ses divers projets NORR a réalisé la tour de 40 étages de Simcoe Place, la station de métro Sheppard et le SkyDome, tout cela à titre de membre du consortium RAN

Étant l'un des trois gestionnaires de projet pilotant l'agrandissement de l'Aéroport international Pearson, Giffels s'occupe notamment d'apporter des modifications au réseau routier de l'aéroport et de concevoir un stationnement de 12 600 places. L'entreprise a également conçu une plate-forme centrale qui accélère le mouvement des avions en attente de dégivrage.

M. Hindle cite un projet de conception-construction d'installations de 23 000 m² pour UPS comme exemple des capacités considérables de Giffels. « Nous avons commencé la conception en juillet et UPS a emménagé en décembre dernier. C'est une réalisation qui n'était possible que pour un groupe très concentré de professionnels multidisciplinaires disposant d'énormes ressources. Giffels l'a fait. »

Le 3 avril 2003, Giffels a été nommée parmi les 50 entreprises les mieux gérées du Canada pour la deuxième année consécutive.

Les médias numériques vont faire des étincelles à Oakville

Pour de nombreux nouveaux entrepreneurs, quitter le sous-sol de son domicile et entrer dans la salle du conseil revient à franchir un gigantesque fossé. Ce saut peut toutefois sembler bien plus facile grâce à Sheridan Spark, l'incubateur d'entreprises de médias numériques d'Oakville. Ce programme est un projet conjoint du Collège Sheridan de technologie et d'enseignement supérieur et de la ville d'Oakville. Spark est géré pour la ville par l'alliance de développement économique d'Oakville.

« **S**heridan Spark offre aux entrepreneurs œuvrant dans le secteur des nouveaux médias l'occasion de porter leur entreprise à un autre niveau, affirme Sharon Aitken, directrice de Sheridan Spark. Il offre aux entreprises de l'aide, de l'encadrement et des services professionnels auxquels un entrepreneur pourrait ne pas avoir accès. Il donne également l'occasion d'échanger des connaissances dans un environnement de travail coopératif d'aide et de soutien. »

L'appui de la ville d'Oakville, une récente subvention ministérielle de 100 000 \$ du Fonds pour les projets de démonstration visant la prospérité et des commanditaires privés, ont aidé le concept Spark à prendre forme. Situées dans le complexe de l'aile H, sur le campus Trafalgar Road de Sheridan, les nouvelles installations de Spark accueilleront des bureaux privés et des lieux de réception et de réunion sur une superficie de 511 m².

« Notre objectif consiste à accueillir des entreprises et des entrepreneurs du domaine des nouvelles technologies dans nos espaces et d'observer la croissance du secteur des médias numériques à Oakville, déclare M. Aitken. Nos efforts visent principalement à encourager les nouvelles entreprises d'Oakville, Burlington et Halton. »

Spark ne pouvait se trouver dans un meilleur cadre pour le faire. Il mise des atouts et de la réputation des départements d'animation, de cinéma, de télévision, de design et de multimédia interactif du Collège Sheridan. L'objectif à long terme est de voir des entrepreneurs tirer parti des ressources technologiques, du corps professoral et des élèves du Collège Sheridan grâce à des stages d'enseignement coopératif et de travail. « Nous espérons également que certains enseignants et élèves saisiront cette occasion et occuperont un espace à titre de locataires. » Le bassin de quelque 4 000 anciens élèves œuvrant dans des domaines connexes constituera le principal marché cible de Spark.

Ce modèle d'incubateur de niveau collégial est unique. « Sheridan est l'un des rares collèges du Canada à se lancer dans le programme d'incubation, en particulier en partenariat avec la collectivité, affirme M. Aitken. Nous sommes certains d'avoir le seul incubateur qui travaille avec les médias numériques. »

Les entrevues vont bon train actuellement. Les locataires potentiels doivent avoir une idée d'entreprise, un plan d'affaires et de commercialisation, ainsi qu'un prospectus financier et un soutien financier. « Nous offrons un environnement qui aide et encourage les nouvelles entreprises. Nous nous attendons à ce que la majeure partie des locataires se trouve dans une phase précommerciale, déclare M. Aitken. Nous sommes ici pour faire prospérer les entreprises, ce qui nécessite un solide esprit d'entrepreneuriat. »

« Nous espérons voir entre dix et dix-huit entreprises devenir nos locataires. Elles compteront d'une à quatre personnes. En tant qu'incubateur d'entreprises, il nous faut faire preuve de souplesse pour répondre aux besoins des locataires, soutient M. Aitken. Spark peut recevoir des locataires physiques, virtuels et ceux qui s'occupent de projets.

La date d'ouverture est prévue pour septembre 2003 et M. Aitken est sûr que Spark fera des étincelles à Oakville.



St. Marys

Fondée en 1841, St. Marys est connue comme « la ville de pierre », parce qu'on y trouve de nombreux bâtiments construits avec le calcaire local. Située au centre d'une riche zone agricole, St. Marys a rapidement pris de l'importance grâce à l'industrie céréalière qui constituait son activité commerciale initiale. De nos jours, cette ville, petite mais remarquable (qui compte 6 300 habitants et une zone de rayonnement qui en touche 20 000), accueille des fabricants et des commerçants et attire de nombreux visiteurs au cœur de son charmant centre-ville, dans un cadre pittoresque et une atmosphère amicale.

« St. Marys a beaucoup à offrir au milieu industriel et commercial. Nous sommes bien situés dans le Sud-Ouest de l'Ontario. Nous n'avons pas eu d'augmentation d'impôt foncier depuis 10 ans. Nous offrons des terrains industriels aménagés à bas prix et nous sommes en train d'élaborer un plan visant à agrandir notre parc industriel, explique James Timlin, directeur municipal de St. Marys. Nous avons également un conseil municipal très proactif qui est prêt à déployer d'importants efforts afin de développer les affaires au sein de notre collectivité. » St. Marys possède un riche tissu économique. Son plus important employeur est un fabricant de pièces automobiles, Dana Canada Inc., qui compte plus de 500 employés.

La ville est située à mi-chemin entre Kitchener, à l'est, et London, à l'ouest, sur la route interprovinciale 7. Elle se trouve à 30 minutes de voiture de l'autoroute 401 et est bien desservie par le train, des aéroports à proximité (Stratford, et aéroport international de London) et des ports en eau profonde.

« Le tourisme occupe une place importante à St. Marys, qui offre un potentiel de croissance considérable, affirme M. Timlin. Nous nous trouvons à seulement 12 minutes de voiture de Stratford et nous développons



Rue principale de St. Marys : l'histoire au rendez-vous

activement notre milieu théâtral local qui constitue une attraction supplémentaire pour les visiteurs du festival de théâtre. » St. Marys possède également la plus grande piscine extérieure du Canada, The Quarry. Il s'agit d'une ancienne carrière de calcaire qui s'est remplie d'eau dans les années 1930 et où les gens aiment beaucoup nager depuis plusieurs décennies. Le Temple de la renommée du baseball canadien et son musée surplombent The Quarry. St. Marys a été choisie en 1994 pour en être l'hôte perpétuel. L'un des facteurs de la sélection de la ville est ses liens étroits avec les débuts du baseball au Canada. L'un des premiers pionniers de St. Marys a rédigé un article décrivant une partie qui s'est déroulée en 1838 dans la collectivité avoisinante de Beachville et qui ressemble beaucoup au baseball sous sa forme actuelle.

« St. Marys forme une collectivité qui est petite mais d'avant-garde, déclare M. Timlin. Notre population augmente à un rythme d'environ 5,6 pour 100 par an. Nous comptons de nombreux aménagements de qualité et nous déployons beaucoup d'efforts pour en offrir davantage. Par exemple, nous venons tout juste d'entreprendre une étude sur la revitalisation de notre centre-ville unique et nous avons des projets passionnants dans cette optique. St. Marys continue d'offrir à ses habitants et à son milieu d'affaires un excellent environnement dans lequel vivre et travailler. »

Pour de plus amples renseignements, consultez le site www.townofstmarys.com ou composez le (519) 284-2340.

www.townofstmarys.com

Si vous le construisez, ils viendront

Voilà 10 ans que Joe Carter a frappé le coup de circuit de trois points, ce qui a permis aux Blue Jays de Toronto de remporter le championnat de la série mondiale et de gagner le cœur de nombreux Canadiens. En juin, Joe Carter et sa famille visiteront St. Marys, où le champion sera intronisé au Temple de la renommée du baseball canadien et à son musée. Si le souhait de Tom Valcke se réalise, la visite de Carter marquera le début d'une nouvelle ère qui transformera le CBHFM en une attraction touristique.



Entreprise : Temple de la renommée du baseball
canadien et musée
Secteur : tourisme
Emplacement : St. Marys
Site Web : www.baseballhalloffame.ca

« **S**t. Marys a battu 12 autres villes canadiennes pour obtenir le Temple de la renommée en 1994, rappelle Tom Valcke, président et directeur général du CBHFM. Nous avons gagné pour plusieurs bonnes raisons. Le baseball a fait ses débuts au Canada en 1838 tout près d'ici, à Beachville. Nous sommes situés dans une zone touristique prospère proche de l'autoroute 401 et à 10 minutes de Stratford. En outre, la cimenterie de St. Marys a été suffisamment généreuse pour nous donner notre terrain de près de 13 hectares et la maison en pierre que nous utilisons comme musée temporaire. »

Le Canada a une riche histoire dans le domaine du baseball, comme le montre le musée. On y trouve des centaines d'objets dont un hommage aux Canadiennes qui ont joué dans la All-American Girls Professional Baseball League, une collection unique de souvenirs de Fergie Jenkins et une variété d'objets provenant des deux équipes canadiennes jouant au sein des ligues majeures.

Au CBHFM, on trouve également un losange de baseball de ligue majeure où se tient chaque année un match du Temple de la renommée, des camps d'essai de la ligue majeure et des parties d'exhibition de l'équipe canadienne participant au championnat mondial. Un second terrain moderne a été conçu pour les enfants de moins de 15 ans. Les groupes scolaires sont des visiteurs assidus.

« La fréquentation du site augmente chaque année et le sondage que nous effectuons à la sortie montre que les visiteurs sont très contents, affirme M. Valcke, qui compte 16 années d'expérience dans le domaine du baseball, dont huit à titre de recruteur dans les ligues majeures. Mais notre objectif consiste à faire de ce lieu une destination qui attirera un bien plus grand nombre de visiteurs dans la région de St. Marys. »

M. Valcke a élaboré un ensemble complet de plans d'expansion pour atteindre cet objectif, en commençant par la construction d'un stade autour du terrain de jeu. On a déjà récupéré des sièges provenant de l'ancien stade de l'exposition de Toronto et reçu un don de ciment de la cimenterie de St. Marys pour construire les gradins.



Dave McKay et Gary Carter (les deux du centre) et deux agents de la GRC, après leur intronisation au Temple de la renommée du baseball canadien en 2001.



SEE RANDOM SHEET
(UPDATE THE PHOTO)

Vue aérienne du site du musée.

suite à la page 16

Des cendres d'une ancienne entreprise est née une nouvelle société rentable

On pourrait le voir comme un exemple classique du proverbe « Faire contre mauvaise fortune bon cœur ».

Lorsque Sanmina-SCI, un sous-traitant de l'industrie de la haute technologie, a fermé ses installations de Brockville en octobre 2002, 850 personnes ont perdu leur emploi, dont Jag Chawla, John Pike et Terry Gwinnett. Chacun d'eux comptait plus de 35 ans de service au sein de l'entreprise et ils auraient pu prendre une retraite confortable.

Mais, convaincus qu'ils avaient encore quelque chose à offrir au monde des affaires, ils ont uni leurs ressources et créé Apex Facility Management Services à partir des cendres de l'ancienne entreprise.

Apex œuvre dans trois principaux secteurs commerciaux en s'appuyant sur les talents de ses trois directeurs. Le premier est celui de la gestion des installations, qui comprend la supervision du bâtiment de 46 451 m² qu'a quitté SCI et qui est actuellement occupé, en partie, par le géant des centres d'appels NuComm International, établi en Ontario.

Viennent ensuite l'installation et la réparation de matériel de placement de composants pour des fabricants de haute technologie. La clientèle croissante d'Apex comprend notamment Tekmart, une entreprise située à Toronto, Galitech Electronics de Peterborough et SigmaPoint Technologies, de Cornwall.

En dernier lieu, on trouve le secteur de la formation et des compétences.

« Il manque des hommes de métiers, déclare M. Pike. Tout particulièrement, il y a pénurie d'électriciens, d'outilleurs-ajusteurs, de mécaniciens-monteurs, de techniciens en électromécanique et de techniciens en électronique. » Apex travaille en collaboration avec le Collège St. Lawrence qui se trouve à proximité, afin d'élaborer des programmes qui combleraient cette pénurie de main-d'œuvre. Ainsi, le collège s'occuperait de la formation en classe et Apex de la pratique. Apex offrira également une expérience d'observation des employés en milieu de travail.

Comptant 15 employés à temps plein et six à temps partiel, Apex se développe rapidement et ses fondateurs voient l'avenir avec optimisme.

« Quand SCI a annoncé qu'elle fermait ses portes à Brockville, ça a été un choc, déclare M. Pike, mais à présent nous fonctionnons avec ce que nous avons réussi à sauver après sa fermeture. »

Suite de la page 15

Si vous le construisez, ils viendront

« Il a été conçu et approuvé, déclare M. Valcke, et nous allons le bâtir par étapes. Nous prévoyons également construire un pavillon qui pourra accueillir 200 personnes dans des dortoirs et des chambres semblables à des chambres à l'occasion des tournois de baseball, des camps d'entraînement et des événements spéciaux. Enfin, nous aurons un musée de pointe ici, qui offrira des expositions interactives. »

Le CBHFM reçoit du financement de différentes sources, notamment des Blue Jays de Toronto, de la Major League Baseball, des trois ordres de gouvernement et de plusieurs commanditaires du secteur privé. Ce qu'il lui faut maintenant est un important commanditaire qui croit dans la vision de Valcke : si vous le construisez, les touristes viendront.

« Notre potentiel est illimité, affirme M. Valcke. Ce rêve fera boule de neige une fois que nous aurons trouvé un commanditaire. Attendez de voir ce que nous allons faire dans les prochaines années. »

CAO l'Ontario

Ministère de l'Entreprise, des Débouchés et de l'Innovation
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 Jim Flaherty
Ministre associé : David Turnbull
Adjoint parlementaire : Al McDonald
Sous-ministre : Barbara Miller

Directeur de la rédaction : Robert D. Mikel
Ad. élec. : ontariobusiness.program@eoi.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*.

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