

DACS

A1
A679
13f
ovember
997

LIBRARY E A / BIBLIOTHÈQUE A E
3 5036 01029692 2

CANADA

INFO - INVESTISSEMENT

NOVEMBRE 1997

À Burnaby, en Colombie-Britannique

Daimler-Benz, d'Allemagne,
la société
canadienne Ballard

forment
une coentreprise de

450 millions de \$

Des partenaires qui se complètent.



Il y a deux sociétés. La première est Daimler-Benz, le légendaire géant de l'industrie européenne du transport dont le champ d'activité englobe les automobiles, les autobus, les camions et les systèmes aériens et spatiaux. L'autre est Ballard Power Systems Inc., de Burnaby (Colombie-Britannique), pionnier canadien de la commercialisation et de la conception d'une nouvelle génération de systèmes d'alimentation non polluants.

La société Ballard est devenue un chef de file mondial dans le développement de systèmes à pile à combustible qui convertissent le gaz naturel, le méthanol ou l'hydrogène en électricité sans combustion. Qu'ils alimentent des camions, des automobiles ou des centrales électriques stationnaires, les systèmes à pile à combustible sont écologiques : il ne se dégage des tuyaux d'échappement ou des grandes cheminées que de la vapeur d'eau tiède. La demande à l'égard de ces systèmes croît sans cesse, car on s'efforce de satisfaire aux normes relatives à la qualité de l'air qui se font de plus en plus strictes en Amérique du Nord et ailleurs.

Voir **BALLARD** à la page 2

Dans ce numéro

- Trois sociétés américaines ouvrent des centres téléphoniques au pays **3**
- Ewarld Dörken & Cosella Products : coentreprise de 8,5 millions de \$ **4**
- Rolls-Royce : investissement de 20 millions de \$ au Québec **5**
- L'usine de Toyota en C.-B. va de l'avant avec cinq millions de roues **6**
- Alcatel Canada investit 8 millions de \$ en Saskatchewan **8**
- Ubi Soft implante un studio multimédia à Montréal **9**
- Compétitivité mondiale : le Canada se hisse parmi les meneurs **10**
- Furukawa Electric investit 14,4 millions de \$ au Québec **11**
- Grandir avec le Canada **12**

BALLARD • Suite de la page 1

« Daimler-Benz souhaite être le premier producteur grand public à pile à combustible et devenir avec Ballard l'un des principaux fournisseurs de moteurs à pile à combustible au monde. »

Pour répondre à cette tendance, Ballard et Daimler-Benz investiront plus de 450 millions de dollars dans une coentreprise complexe formée de deux sociétés : l'une sera chargée de mettre au point et de fabriquer des moteurs à pile à combustible, et l'autre s'occupera de les vendre aux constructeurs d'automobiles et d'autobus. Dans le cadre de l'entente, Daimler-Benz investira 198 millions de

dollars pour acquérir 25 % des actions de Ballard Power Systems.

Le président-directeur général de Ballard, M. Firoz Rasul, considère cette alliance comme « l'événement le plus important de toute l'histoire de Ballard ».

Le vice-président directeur de Daimler-Benz, M. Ferdinand Panik, est pour sa part d'avis que le moteur à pile à combustible constitue « la solution de rechange la plus apte à concurrencer sérieusement le moteur à combustion. Daimler-Benz souhaite être le premier producteur d'automobiles grand public à pile à combustible et devenir avec Ballard l'un des

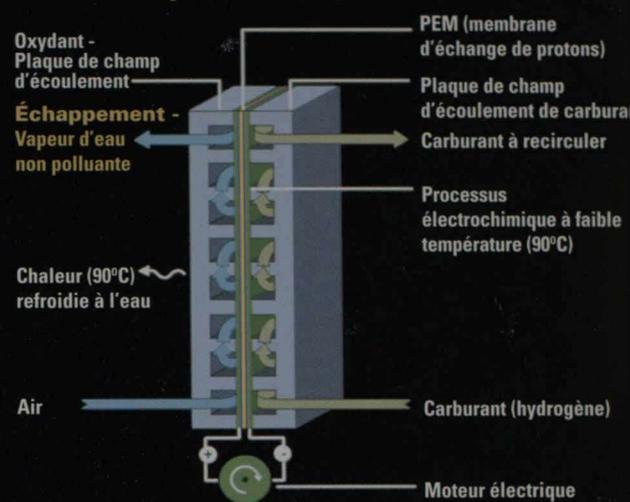
principaux fournisseurs de moteurs à pile à combustible au monde ».

La coentreprise est le fruit de quatre années de collaboration à la mise au point des véhicules à pile à combustible. La pile à combustible de Ballard alimente la première automobile au monde alimentée par une pile à combustible qui soit prête à circuler et que Daimler-Benz a présentée officiellement aux médias allemands l'an dernier.

Les porte-parole des deux sociétés estiment qu'il faudra environ huit ans avant que les voitures à pile à combustible grand public ne soient introduites sur le marché. Les autobus sont une autre paire de manches, non seulement parce qu'ils sont plus faciles à construire que les automobiles, mais aussi parce que les municipalités accepteront probablement de payer une prime pour s'équiper en véhicules ne posant pas de danger pour l'environnement. De fait, la société Ballard est censée livrer trois autobus à pile à combustible au cours de l'automne 1997 à la *Chicago Transit Authority*, laquelle songe à convertir progressivement toute sa flotte de 2 000 autobus à mesure que s'imposent les remplacements.

La société a également produit beaucoup d'effet auprès des constructeurs d'automobiles. Ballard a récemment obtenu de la société Chrysler un contrat de 4 millions de dollars en vue de l'installation d'une pile à combustible dans un véhicule expérimental. En mars 1997, le constructeur japonais Nissan a passé une commande de 2 millions de dollars pour obtenir de Ballard des piles à combustible et du matériel d'essai qu'il utilisera dans le cadre de ses propres activités de recherche et de développement. Par ailleurs, Ballard et la

Cellule unique - Moteur à pile à combustible de Ballard



Rendement -
Puissance mécanique de rotation
(efficacité à 45 %)

société Ford s'uniront pour construire une berline sans danger pour l'environnement dont l'allure générale sera celle d'une Taurus, sauf pour ce qui se trouvera sous le capot.

Centrales électriques

Ballard s'intéresse aussi au marché des services publics : en 1996, elle a signé avec la GPU, société d'électricité américaine, une entente de coentreprise d'une valeur de 31,2 millions de dollars en vue de commercialiser des centrales électriques à pile à combustible.

Le succès de Ballard est un cas d'espèce de croissance par l'innovation. Au début des années 1980, l'entreprise se consacrait essentiellement au développement de batteries au lithium destinées aux applications militaires, sans jamais cesser de scruter d'autres horizons, même les extraterrestres. En effet, dans les années 1960, la NASA avait commencé à utiliser des piles à combustible à membrane d'échange de protons (PEM) dans le cadre de son programme d'alunissage. Ballard a été l'une des premières entreprises à reconnaître le potentiel commercial des applications terrestres de la PEM en vue de relever les défis que

posait la consommation d'énergie pour l'environnement. Depuis cette époque, Ballard est devenue le chef de file mondial dans le développement des piles à PEM. On estime que son effectif de 300 employés affectés à la recherche et au développement de la pile à combustible à Burnaby constitue le plus important groupe de professionnels travaillant à la mise au point des piles à PEM au monde. ♦

Au cœur du système à pile à combustible se trouve la membrane d'échange de protons (PEM) brevetée par Ballard, qui présente des avantages considérables sur le plan du coût et de la performance par rapport aux autres membranes disponibles sur le marché.





Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures
OTTAWA

JAN 12 1998

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHÈQUE

AT&T Canada
Telespectrum Worldwide
Zacson Corporation

établissent
de grands
centres
téléphoniques

au

CANADA

La façon dont une entreprise exploite son système téléphonique pour la vente s'avère déterminante, et l'efficacité de l'utilisation est mise en évidence dans les résultats financiers. Partant, de nombreuses entreprises ont mis en place leur propre centre téléphonique d'envergure. D'autres ont choisi de recourir à des fournisseurs externes, en confiant les opérations de télémarketing et autres activités de vente par téléphone à des entreprises spécialisées dans le domaine.

Il en est résulté une croissance explosive du secteur des centres téléphoniques. La tendance est particulièrement marquée au Canada où, selon les estimations, 5 000 centres sont actuellement en exploitation.

Au nombre des derniers arrivés, on relève AT&T Canada Solutions-Assistance à la clientèle, qui a annoncé en juillet l'ouverture prochaine d'un nouveau centre téléphonique à Halifax (Nouvelle-Écosse), projet qui créera 1 000 emplois à temps plein et à temps partiel au cours des deux prochaines années.

La Nouvelle-Écosse projette d'investir 12 millions de dollars sous forme d'aide au recrutement et à la formation au cours des cinq prochaines années. AT&T engagera initialement des dépenses de 9 millions de dollars pour l'achat de biens d'équipement. Selon les prévisions, ses coûts d'exploitation annuels atteindront environ 35 millions de dollars.

Le centre fournira des services à la clientèle au Canada et aux États-Unis. AT&T Solutions-Assistance à la clientèle est l'un des plus importants services de communications spécialisés au monde, et elle dirige 12 centres à l'échelle internationale, dont un très important à Winnipeg (Manitoba) qui a vu son effectif s'élever à 1 400 personnes en trois ans seulement.

Deux autres sociétés américaines ont récemment été attirées par le marché canadien : ce sont Telespectrum Worldwide Inc., de Philadelphie (Pennsylvanie), et Zacson Corporation, de Pleasanton (Californie). Les deux sociétés œuvrent dans le domaine des téléservices.

Telespectrum Worldwide s'implantera au Canada — plus précisément à Winnipeg — en établissant un centre téléphonique de 4,3 millions de dollars qui créera 400 emplois. Dans une entrevue accordée à *Canada-Info-Investissement*, le président de Telespectrum Canada, M. Parry Rosenberg, a

affirmé que la société a choisi de s'implanter à Winnipeg parce que la ville

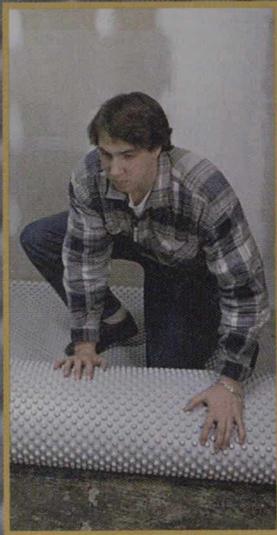
« offre toutes les caractéristiques nécessaires à la compétitivité de la société, en particulier une main-d'œuvre qualifiée, des coûts raisonnables, dans l'ensemble, et un taux de change avantageux. La combinaison de ces facteurs entraîne des coûts nettement inférieurs à ce qu'ils seraient dans des villes américaines. »

En Saskatchewan, province voisine du Manitoba, Zacson Corporation, l'une des plus importantes entreprises de télémarketing en Amérique, a ouvert un centre téléphonique à Regina en janvier 1996. Les effectifs, qui sont passés à 100 personnes au milieu de 1997, devraient atteindre 200 d'ici la fin de l'année.

Pour expliquer le choix de Regina, le président de Zacson, M. Rick Hoefert, a indiqué que : « Un des facteurs déterminants a été l'expertise technique mondialement reconnue de SaskTel — son réseau entièrement numérique en est une preuve éloquente —, ainsi que ses antécédents de partenariat. Ces caractéristiques, combinées à une main-d'œuvre très qualifiée, font de Regina un emplacement attrayant ».

Un autre facteur concourant à la compétitivité du Canada dans le domaine des centres téléphoniques est la faiblesse des coûts par rapport à ce qu'ils seraient aux États-Unis, notamment les coûts de la main-d'œuvre. Comme en faisait état la revue américaine *Area Development*, dans le numéro de juin 1997, les entreprises américaines dont les centres téléphoniques sont situés au Canada épargnent plus de 25 % au chapitre des salaires de leurs agents. ♦

COSELLA DÖRKEN



Une coentreprise de 8,5 millions de \$ qui atteint des sommets dès sa première année dans le domaine de la fabrication de membranes de haute technologie

Un an après son ouverture officielle, l'usine Cosella Dörken Products située à Lincoln (Ontario) accroît rapidement sa production et sa part de marché, et la direction prévoit un chiffre d'affaires record en 1997.

En mars 1996, dans le cadre d'une coentreprise, deux partenaires — Cosella Products Inc. du Canada et Ewarld Dörken AGH d'Allemagne — ont inauguré des installations de 8,5 millions de dollars. Située dans la région prospère de la péninsule du Niagara, à moins d'une heure de route de la frontière canado-américaine, l'usine fabrique comme principaux produits des membranes ultra-robustes, faites de polyéthylène, qui intègrent des technologies de pointe (« lames d'air » et autres techniques d'isolation). Les constructeurs utilisent les membranes pour recouvrir les sous-sols et autres structures de fondation pour les protéger contre les effets destructeurs des eaux souterraines, du froid et de la condensation. La demande de ces produits est à l'image du rythme de la construction en Amérique du Nord : florissante.

Le partenaire allemand, Ewarld Dörken AGH, a fait ses débuts dans le commerce de la peinture, du vernis et de l'émail il y a 105 ans. Dans les années 1960, la société a fait son entrée dans le secteur du feutre surfacé et des membranes de plastique. L'entreprise est maintenant le plus gros fabricant européen de membranes isolantes conçues de manière scientifique pour l'industrie de la construction.

Les membranes de Dörken protègent les grandes structures partout dans le monde, par exemple le tunnel liant la Grande-Bretagne à la France, le tunnel Carmelite en Israël, la barrage Thika au Kenya, le tunnel Shiroyama au Japon et des tunnels de métro en Allemagne, en Turquie, en Grèce et dans d'autres pays.

L'avantage du Canada

M. Joseph O. Vaccarella, homme d'affaires canadien, a fondé Cosella Products Ltd. en 1990, pour distribuer des produits destinés à l'industrie de la construction. Même avant la formation de la coentreprise, Cosella s'était associée à Ewarld Dörken en 1992, année qui a marqué l'introduction au Canada de la membrane à lame d'air DELTA MS®. L'usine de Lincoln fabrique maintenant ce produit pour les marchés canadien et américain; la vente est assurée par l'entremise de négociants en béton et en matériaux de construction dans les deux pays.

Canada-Info-Investissement a demandé au président de la coentreprise, M. Vaccarella, pourquoi Cosella Dörken avait choisi le Canada comme base de son rayonnement sur le marché nord-américain.

« Plusieurs raisons motivent ce choix, a déclaré M. Vaccarella. Je n'en nommerai que quatre : la proximité du marché américain, une main-d'œuvre qualifiée, de bonnes liaisons au chapitre du transport et l'attitude accueillante d'une municipalité intéressée au projet. La ville de Lincoln a saisi l'occasion de créer une nouvelle entreprise et de nouveaux emplois et multiplié les interventions pour que nous nous sentions les bienvenus dans cette localité. » ♦

Rolls-Royce Canada célèbre son 50^e anniversaire en réalisant un projet d'agrandissement de 20 millions de dollars au Québec

Rolls-Royce Canada a achevé un projet d'agrandissement de 20 millions de dollars de son usine de révision et de production de moteurs à turbine à Lachine (Québec), une des plus importantes de son genre en Amérique du Nord. L'agrandissement donne à Rolls-Royce Canada une superficie de travail agrandie de 13 %, portant le total à 510 000 pieds carrés, dont cinq bancs d'essai de moteurs et 70 000 pieds carrés d'entrepôt.

À l'intérieur de ce nouvel espace, Rolls-Royce Canada sera en mesure de réparer un plus grand nombre des moteurs dont elle assure déjà l'entretien, et de se charger de nouveaux modèles, notamment de l'*Industrial Trent* de Rolls-Royce, récemment mis au point.

Conçu au Canada par la société Rolls-Royce Gas Turbine Engines (Canada) Ltd., l'*Industrial Trent* est une turbine à applications terrestres qui s'apparente aux turbines destinées aux avions. Dans le cadre de l'élaboration du moteur, Rolls-Royce a intégré des principes de design que la société avait été la première à intégrer dans la version aviation du *Trent*, un des réacteurs les plus puissants du monde. Alliant l'efficacité au respect de l'environnement, l'*Industrial Trent* alimenté au gaz naturel a déjà établi un record mondial de 55 MW de puissance, pour une turbine à gaz du type aviation.

Pour répondre à la nouvelle charge de travail, Rolls-Royce Canada devra ajouter 100 employés à son effectif actuel, qui est de 1 000 employés.

Un marché mondial

L'expansion coïncide avec le 50^e anniversaire de l'implantation de Rolls-Royce Canada au pays. L'entreprise s'est établie en 1947 et se trouve à son emplacement actuel depuis 1952. De nos jours, Rolls-Royce Canada répond aux besoins de plus de 500 clients (entreprises, lignes aériennes, forces militaires et industries) dans 30 pays répartis sur cinq continents.

En plus de se charger de la réparation et de la révision de turbines à gaz industrielles, Rolls-Royce Canada a été désignée par Rolls-Royce plc comme le nouveau centre mondial d'assemblage et d'essai pour tous les moteurs industriels à turbine à gaz dérivés de turbines de type aviation, notamment l'*Industrial Trent*, le *RB211* et l'*Avon*.

Du côté de l'aviation, l'usine de Lachine assure le service de soutien des moteurs qui équipent divers avions, par exemple des appareils très répandus comme le jet d'affaires Gulfstream, le Fokker 70 et le Fokker 100, le Boeing 757

et l'avion-école F405 de la marine américaine.

Dans son usine agrandie, Rolls-Royce Canada assurera

également le service de moteurs qui serviront à une nouvelle génération d'avions. L'entreprise a un contrat d'exclusivité de cinq ans pour fournir le service de soutien en Amérique du Nord du moteur *BMW-Rolls-Royce BR 710*, lequel propulsera le Global Express de Bombardier et le jet d'affaires Gulfstream V.

Rolls-Royce Canada fait partie de Rolls-Royce North America Inc. (RRNA), qui regroupe toutes les opérations de Rolls-Royce sur le continent nord-américain. RRNA est une filiale en propriété exclusive de Rolls-Royce plc, entreprise mondiale d'ingénierie de pointe qui se spécialise dans la production de moteurs servant à des applications aérospatiales, industrielles et marines; dans la production, le transport et la distribution d'énergie électrique; dans la manutention des matériaux; et dans la production d'énergie nucléaire. ♦



Rolls-Royce Canada répond aux besoins de plus de 500 clients (entreprises, lignes aériennes, forces militaires et industries) dans 30 pays répartis sur cinq continents.





À partir d'aluminium de la Colombie-Britannique, l'usine produit des roues en alliage à l'aide de la technique de coulée basse pression.

L'USINE DE

Toyota

VA DE L'AVANT

avec

**EN COLOMBIE-BRITANNIQUE
CINQ MILLIONS DE ROUES**


Établie sur un emplacement de 25 acres, l'usine de 19 000 mètres carrés située à Delta (C.-B.) produit des roues en alliage d'aluminium qui sont expédiées dans les installations de Toyota au Canada, aux États-Unis et au Japon.

Depuis 1985, l'usine de 100 millions de dollars que la société Canadian Autoparts Toyota exploite à Delta (Colombie-Britannique) a produit cinq millions de

roues, soit suffisamment — si l'on compte les roues de secours — pour faire rouler un million de véhicules. Le chiffre de cinq millions a été une étape marquante dans l'histoire de la société qui est elle-même une référence. La

société (appelée CAPTIN dans l'industrie de l'automobile) a réservé un après-midi pour célébrer l'événement, dans le cadre de cérémonies officielles qui ont eu lieu à l'usine en mai dernier.

Parmi les dignitaires présents, on remarquait le vice-président directeur, Production mondiale, de la Toyota Motor Car Company, M. A. Takahashi, qui est venu du Japon par avion pour l'occasion. Les présidents et vice-présidents de pratiquement toutes les usines Toyota en Amérique du Nord étaient également sur les lieux.

Comme l'explique le vice-président de CAPTIN, M. Gary Smallenberg, l'usine de CAPTIN date du milieu des années 1980, c'est-à-dire d'une époque où toutes les voitures Toyota sur les routes de l'Amérique du Nord étaient des produits des usines japonaises. « Dans un certain sens, CAPTIN était un essai-type pour Toyota, de déclarer M. Smallenberg, dans une entrevue

accordée à *Canada-Info-Investissement*. Il s'agissait de la première usine de fabrication que TMC établissait au Canada — et la deuxième en Amérique du Nord. »

La première tâche de CAPTIN était de répondre aux besoins des usines de construction de Toyota au Japon. Depuis lors, la société a élargi ce mandat pour englober les usines de montage de Toyota en Amérique du Nord, y compris l'usine lauréate de la société à Cambridge (Ontario).

À propos du choix, par TMC, de la Colombie-Britannique comme lieu de production, M. Smallenberg a indiqué que : « La proximité de Vancouver — porte du Canada sur le Pacifique — est un atout parce que nous expédions toujours une part importante de notre production au Japon. Nous sommes également à moins d'une heure de route de la frontière américaine, et nous avons accès au marché américain grâce à l'ALÉNA. »

Énergie, main-d'œuvre et aluminium

« En outre, de dire M. Smallenberg, nous

sommes à proximité d'intrants essentiels et abondants. L'énergie — l'hydro-électricité et le gaz naturel — est abondante et à un prix raisonnable. La Colombie-Britannique est également une des grandes sources mondiales d'aluminium, notre principale matière première. De plus, nous pouvons profiter d'une main-d'œuvre productive et très motivée. »

Ces avantages ont donné d'excellentes performances. L'usine CAPTIN, qui a commencé ses activités en 1985, a fonctionné à plein régime dès le départ. De 250 000 unités qu'elle était la première année d'exploitation, sa production a atteint 500 000 unités en 1988-1989, puis 750 000 en 1992. L'usine emploie actuellement 185 personnes.

Avec l'explosion des ventes de Toyota et la sortie prévue pour l'automne 1997 du nouveau coupé sport Solara, assemblé à Cambridge,

la production de CAPTIN continue de progresser. « Nous prévoyons produire un million de roues en 1997 », de conclure M. Smallenberg. ♦

L'énergie

— l'hydro-électricité et le gaz

naturel — est abondante et à un prix raisonnable. La Colombie-Britannique est également une des grandes sources mondiales d'aluminium, notre principale matière première.

De plus, nous pouvons profiter d'une

main-d'œuvre productive et

très motivée.

ALCATEL

CANADA WIRE

Investissement de 8 millions de \$

Montée en flèche des ventes à l'usine en Saskatchewan

Le chiffre d'affaires

de l'usine de l'entreprise Alcatel Canada Wire à Weyburn (Saskatchewan) est monté en flèche par suite de l'achèvement récent d'un projet d'expansion et de modernisation de ses installations de fabrication de câbles, au coût de 8 millions de dollars, qui a permis d'y ajouter 8 nouvelles machines et d'y créer 35 nouveaux emplois.

« En 1996, les ventes se sont élevées à environ 40 millions de dollars, et, en 1997, nous dépasserons les 60 millions de dollars », de déclarer le directeur de l'usine, M. John Murray, au cours d'une entrevue accordée à *Canada-Info-Investissement*.

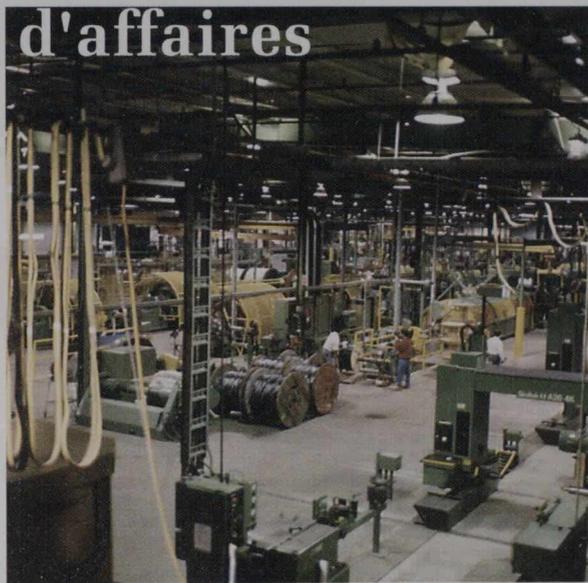
Alcatel Canada Wire Inc., dont le siège social est à Markham (Ontario), est la filiale canadienne de l'entreprise Alcatel Câbles de Clichy, en France.

L'histoire de l'usine est marquée par une croissance constante, tant au niveau des ventes qu'au chapitre de la diversité des produits qui y sont fabriqués.

Établie dans les Prairies, une région davantage renommée pour la culture du blé, l'usine, dont le début des activités remonte à 1956 alors qu'elle était gérée par l'entreprise Western Wire and Cable, a été achetée par Alcatel Wire Canada en 1960. En 1992, pour répondre à une demande fortement accrue, l'entreprise a dépensé 11 millions de dollars pour agrandir de 30 000 pieds carrés la superficie de l'usine et pour installer un équipement de pointe pour la production de câbles électriques de moyenne tension.

En conséquence des derniers travaux d'expansion, l'usine a accru sa production de câbles électriques aériens et souterrains de grande puissance pour les services publics d'électricité au Canada, aux États-Unis et dans d'autres marchés internationaux.

Dans son allocution d'inauguration des nouvelles installations, le président du Groupe Alcatel Câbles, M. Gordon Thursfield, a affirmé que « ce deuxième grand projet d'expansion a permis d'accroître la capacité de l'usine et d'étendre la gamme de produits de manière à offrir tous les types de câbles électriques dont ont besoin les services publics d'électricité en Amérique du Nord ».



L'usine de Weyburn, dont la compétitivité est reconnue dans le secteur, a été certifiée ISO 9002 en 1994.

Main-d'œuvre et emplacement

Pour sa part, le directeur de l'usine attribue la croissance de l'usine aux excellents résultats obtenus, lesquels sont, à leur tour, la conséquence d'avantages concurrentiels sur le plan de la main-d'œuvre et de l'emplacement. « À mon avis, de déclarer M. Murray, la qualité de la main-d'œuvre est l'avantage le plus important de l'entreprise. »

« Nous sommes ici en zone agricole de la Saskatchewan, dans un milieu de gens autonomes, ingénieux et travailleurs, dont la conduite a toujours été définie par cette règle : lorsque la moissonneuse-batteuse tombe en panne, il faut la réparer et continuer. Ces qualités sont ce qui a permis à notre usine d'acquiescer, pour sa rentabilité, une excellente réputation dans le Groupe Alcatel et dans le monde. Nous bénéficions également d'un très faible taux de roulement du personnel ne dépassant pas 2 % ou 3 % par année. De façon générale, la Saskatchewan s'est

avérée un milieu favorable pour les affaires. Nous avons eu le soutien du gouvernement provincial et de l'administration municipale, et notre partenariat à long terme avec la société Saskatchewan Power Corporation nous offre une solide base permanente. »

Selon M. Murray, « l'accès au marché est pour nous un autre avantage; nous bénéficions de bons liens routiers et ferroviaires vers les marchés, et ce, dans toutes les directions ».

« Depuis des années, notre plus important client est une entreprise fédérale de services publics à Phoenix (Arizona), où la demande de câble industriel progresse à un rythme correspondant à celui de la population, laquelle croît de quelque 3 000 personnes par mois. Grâce aux excellents liens routiers nord-sud, nous pouvons livrer le produit à Phoenix en trois jours au plus, et souvent en deux jours.

« Nous avons aussi de bons liens routiers et ferroviaires vers l'est et l'ouest du Canada, ce qui nous permet d'approvisionner nos clients, surtout des services publics d'électricité provinciaux. »

Alcatel Câble de France, qui a réalisé des ventes de 7,3 milliards de dollars US en 1996 et qui revendique 10 % du marché mondial, est le plus important fabricant de câbles au monde. ♦

La qualité de la
main-d'œuvre est
l'avantage le plus
important de
la société.

Au mois d'avril 1997, la société française Ubi Soft Entertainment S.A., le deuxième fabricant européen de jeux vidéo informatiques sur CD-Rom, a annoncé qu'elle avait choisi Montréal (Québec) pour implanter un important studio multimédia qui desservira les marchés américain et canadien. Ubi Soft entend investir 400 millions de dollars au cours des 10 prochaines années.

Interviewée par *Canada-Info-Investissement* six mois plus tard, la vice-présidente de la filiale canadienne Ubi Soft Divertissements Inc., M^{me} Sabine Hamelin, a souligné que Montréal était le choix idéal. Selon elle, le premier avantage est d'ordre culturel : « Son environnement bilingue fait de Montréal le pont parfait par lequel une société européenne peut entrer sur le marché nord-américain ».

Un autre avantage, d'après M^{me} Hamelin, réside dans la qualité de la main-d'œuvre, une exigence fondamentale pour Ubi Soft. « Nos produits sont destinés à des clients très exigeants et avertis. Pour les satisfaire, il faut faire preuve d'une très grande créativité dans une foule de domaines, dont l'infographie, l'illustration, l'animation et la programmation. En nous implantant au Canada, nous profitons d'un accès à un impressionnant bassin de compétences, des personnes qui sont en plus particulièrement bien au fait des goûts et des tendances nord-américaines. »



de France
implante

à

Montréal

un studio multimédia de plusieurs millions de \$

M^{me} Hamelin ajoute que « sur le plan géographique, Montréal occupe un emplacement idéal, du fait de sa proximité avec les États-Unis et des bons rapports qu'elle entretient avec ce marché, et de sa position favorable vis-à-vis de l'Europe. »

Par ailleurs, Ubi Soft a apprécié l'accueil chaleureux que lui ont réservé les autorités fédérales et provinciales, en la faisant bénéficier d'une vaste gamme de programmes d'encouragement à l'investissement et de création d'emplois.

Travail d'équipe

La toile sur laquelle s'active Ubi Soft Entertainment est d'envergure internationale. La société produit ses propres jeux vidéo dans 41 pays, en plus de distribuer les produits d'autres entreprises. Outre celui du Canada, elle exploite des studios en France, en Chine et en Roumanie, où toutes les équipes de production mettent en commun leurs compétences



spécialisées pour réaliser des produits finals : les jeux vidéo éducatifs et récréatifs.

L'équipe du nouveau centre de Montréal qui s'intégrera à l'équipe internationale possède ce qu'il faut pour exécuter toutes les étapes : de la conception à la production, en passant par l'illustration, l'animation et l'intégration.

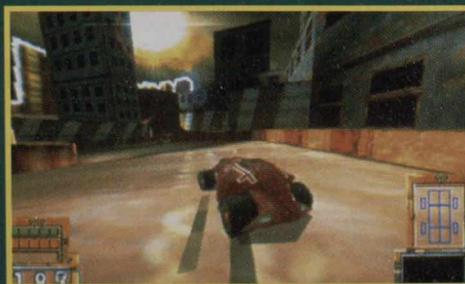
Au mois d'octobre 1997, plus d'une centaine d'employés s'activaient déjà dans le studio montréalais de 22 000 pieds carrés. Ubi Soft a l'intention, d'ici avril 1998, d'accroître son effectif de 200 membres pour le porter à 550 avant l'an 2000. La société a également signé un contrat avec le fabricant allemand de jouets Playmobil en vue de la production de trois gammes de jeux vidéo : une pour les garçons, une pour les filles et une autre pour les enfants d'âge préscolaire. C'est le studio de Montréal qui se chargera de fabriquer ces produits, du début à la fin.

Après six mois d'exploitation, M^{me} Hamelin dresse le bilan : « Ubi Soft a l'intention de devenir un intervenant majeur sur le marché nord américain du jeu vidéo. C'est bien parti! » ♦



La vice-présidente d'Ubi Soft Divertissements Inc., M^{me} Sabine Hamelin, dirige les activités canadiennes et est aussi membre de la haute direction de l'organisation mondiale. M^{me} Hamelin s'est jointe à Ubi Soft Entertainment S.A. en France en 1989 et, à 26 ans, a été promue directrice des affaires financières et administratives d'Ubi Soft International. En 1996, elle a organisé avec succès l'inscription de la société à la Bourse de Paris.

Ubi Soft Entertainment S.A. a enregistré des ventes de 80 millions de dollars en 1996. La société compte 531 employés à l'échelle mondiale.



Ubi Soft produit, publie et distribue plus de 1 000 produits destinés aux adeptes de jeux vidéo. Au nombre de ses créations les plus populaires figurent *POD* (un jeu de course faisant appel à la technologie avancée des microplaquettes Intel), *Rayman*, *Tim 7* (une trousse éducative sur CD-Rom), et un jeu de simulation de course F1. Une

des premières sociétés de son domaine à se consacrer au développement de jeux réseautés, Ubi Soft se laisse maintenant porter par l'immense vague de succès de ses produits. Bon nombre de ses jeux vidéo sont maintenant dotés d'une connectivité internet intégrée.

Sa compétitivité hisse rapidement le Canada

DANS LE PELOTON MONDIAL

EN
1997

Que les investisseurs internationaux prennent bonne note : les climats économiques nationaux évoluent rapidement, et il est temps de revoir les avantages qu'offrent les différents pays.

Quatre études distinctes révèlent que le Canada se joint au peloton de tête des pays reconnus pour leur prospérité économique et leur compétitivité.

L'investissement étranger au Canada continue de croître

En 1996, les investissements directs étrangers (IDÉ) au pays se sont accrus de 12,4 milliards de dollars pour atteindre 180,4 milliards de dollars, ce qui représente une augmentation de 88 % depuis 1986. Ce sont les capitaux américains qui comptent pour la plus grosse part des actifs de propriété étrangère au Canada (68 %), suivis des capitaux européens, qui s'élèvent à 21,2 % (7,9 % dans le cas du Royaume-Uni). Les pays côtiers du Pacifique viennent au troisième rang avec 6,5 % des investissements internationaux effectués au Canada (3,6 % dans le cas du Japon).

Economist Intelligence Unit (EIU)

L'Economist Intelligence Unit, qui jouit de la considération internationale, classe le Canada troisième sur les 58 pays évalués en regard du climat des affaires. Devançant le tournant du millénaire, l'EIU prédit que d'ici cinq ans, le Canada sera l'un des meilleurs pays au monde où faire des affaires. L'EIU classe les économies en fonction de divers facteurs, dont les politiques gouvernementales relatives à l'investissement étranger et à la concurrence, les impôts, le marché du travail, l'infrastructure, la stabilité politique et les débouchés commerciaux.

International Institute for Management Development (IMD)

Dans l'édition de 1997 de son *World Competitiveness Yearbook*, le Canada a obtenu de l'IMD sa meilleure note jusqu'ici en se classant dixième. L'analyse de l'IMD porte sur 244 critères groupés en huit facteurs principaux, à savoir l'économie nationale, l'internationalisation, le gouvernement, les finances publiques, l'infrastructure, la gestion, les sciences et la technologie, et la population.

Fonds monétaire international (FMI)

Le Fonds monétaire international s'attend à ce que la croissance économique du Canada soit la plus rapide de tous les pays membres du Groupe des sept (G-7), aussi bien cette année que l'an prochain. En effet, il prévoit pour le Canada un taux de croissance de 3,5 % en 1997 et de 3,4 % en 1998. Selon le FMI, le Canada devrait enregistrer en 1998 une amélioration de son taux de création d'emplois et une légère diminution de son taux de chômage (8,8 %), un faible niveau d'inflation et le plus petit déficit budgétaire de tous les pays du G-7 (0,1 % du PIB). Le Fonds attribue la vigueur économique du Canada à ses faibles taux d'intérêt, à l'amélioration de son contexte fiscal et au relèvement de la confiance des consommateurs.

Forum économique mondial (FÉM)

Dans son rapport de 1997, le Forum économique mondial démontre qu'en une seule année, le Canada est passé du huitième au quatrième rang mondial au chapitre de la compétitivité, se plaçant immédiatement après les États-Unis et bien avant l'Allemagne, le Japon, la France et le Royaume-Uni. Singapour et Hong Kong, des économies plus petites, conservent les deux premières places.

Le rapport du FÉM classe 53 pays en fonction d'une vaste gamme de mesures statistiques, lesquelles sont complétées par des données fournies par 3 000 cadres d'entreprises du monde entier.

Les auteurs du rapport définissent la compétitivité d'un pays comme étant sa capacité de maintenir un taux de croissance économique élevé pour ce qui est du revenu par habitant réel ou corrigé de l'inflation.

Les investisseurs trouveront particulièrement intéressante l'orientation du rapport vers l'avenir, puisqu'on y examine non seulement le court terme, mais aussi la capacité d'un pays à maintenir un taux de croissance élevé au cours des cinq prochaines années.

Dans son classement, le Forum applique 155 critères répartis en huit catégories principales, notamment :

- l'ouverture au commerce et à l'investissement;
- le rôle du gouvernement dans l'économie;
- la qualité des banques et des marchés financiers;
- la puissance technologique, y compris l'investissement dans les activités de recherche et développement;
- l'infrastructure;
- la solidité des institutions juridiques, sociales et politiques.

D'après l'enquête, certains des avantages concurrentiels du Canada résident dans ses systèmes bancaires et juridiques sains et fiables, le taux de change avantageux, ainsi que la stabilité politique, les excellentes écoles de commerce, les faibles tarifs interurbains, le taux élevé d'informatisation et le système de transport aérien efficace qu'on y observe.



La filiale québécoise de

FURUKAWA ELECTRIC

investit

14,4 millions de \$

pour
doubler sa
capacité de production

Phillips-Fitel Inc. (PFI), filiale canadienne du géant japonais Furukawa Electric Company, investira 14,4 millions de dollars dans une coentreprise qui doublera la capacité de production de son usine de câbles de garde à fibres optiques (CGFO) située à Rimouski (Québec). Le partenaire de la PFI est la Société générale de financement du Québec (SGF), organisme de développement économique financé par l'État. « Notre société ne pouvait espérer un meilleur partenaire qu'une société québécoise. La SGF se chargera de promouvoir les intérêts de cette coentreprise et nous aidera à conserver une position de chef de file sur le marché mondial », de déclarer le directeur de la division des fils nus de la Furukawa, M. T. Nishiyama, à propos de la coentreprise.

M. Doug Kong, président de Phillips-Fitel Inc., dont le siège est à Willowdale (Ontario), indique pour sa part que l'usine de Rimouski a un avantage du fait qu'« elle a une main-d'œuvre hautement qualifiée et stable dont le rendement se reflète dans sa certification comme étant conforme à la norme ISO 9001 ».

« Les liaisons par autoroutes vers toutes les destinations d'Amérique du Nord sont excellentes. En outre, le port de Montréal nous donne un accès facile à nos marchés d'outre-mer en Inde, au Brésil et au Chili. »

L'étroite relation de travail qu'ont établie Phillips-Fitel et Hydro-Québec — un client important avec lequel l'entreprise participe à la recherche et au développement et à d'autres aspects du travail — constitue un autre avantage concurrentiel.

Des travaux d'expansion en deux temps

PFI prévoit une expansion en deux étapes. La première, déjà commencée, augmentera la capacité de l'usine de 70 % et ajoutera

10 nouveaux emplois à un effectif de 50 personnes. Cette étape, dont le budget est de 8,4 millions de dollars, devrait être achevée en mars 1998.

Soutenue par un investissement de 6 millions de dollars, la seconde étape permettra à PFI d'atteindre son objectif à moyen terme, qui vise à doubler sa capacité de production. D'après le calendrier, l'expansion doit se faire au rythme de la demande mondiale de câbles de garde à fibres optiques, laquelle devrait croître de façon marquée

à mesure qu'augmentera la clientèle intéressée à la capacité de communication à large bande.

En 1996, PFI a enregistré un chiffre d'affaires de 25 millions de dollars et exporté plus de la moitié de sa production (elle n'en exportait que 5 % lorsqu'elle s'est lancée en affaires en 1993). Les marchés étrangers de l'entreprise sont les États-Unis, la Chine, l'Inde, l'Australie, le Brésil et le Chili.

En 1996, la Furukawa Electric Company Ltd. a réalisé un chiffre d'affaires de 8 milliards de dollars. Chef de file mondial dans la technologie des systèmes optiques, la production de la société, dont le siège est à Tokyo, comprend également des fils et des câbles électriques, des composantes et des systèmes de fibres optiques, et des produits d'aluminium et de cuivre. ♦

M. Doug Kong,
président de
Phillips-Fitel Inc.



« Les liaisons par autoroutes vers toutes les destinations d'Amérique du Nord sont excellentes. En outre, le port de Montréal nous donne un accès facile à nos marchés d'outre-mer en Inde, au Brésil et au Chili. »



Grandir avec le Canada

- **Durant le premier semestre de 1997, l'industrie de construction de véhicules a investi 1,8 milliard de dollars au Canada**, faisant passer le pays du huitième au cinquième rang des pays producteurs.

On fait état de cette progression dans un rapport préparé par la *Canadian Automotive Parts Manufacturers Association*. La plus importante proportion de l'investissement est attribuable à Chrysler Canada, qui a dépensé 850 millions de dollars pour améliorer son usine de montage de Brampton (Ontario). Toyota Motor Manufacturing Canada Ltd. (TMMC) a également effectué un investissement important. En effet, TMMC a entrepris des travaux de modernisation de 430 millions de dollars à son usine de Cambridge (Ontario), pour produire un nouveau coupé sport et d'autres modèles.

- La société **Cisco Systems Inc.** de San Jose (Californie) a acquis la Skystone Systems Corporation d'Ottawa au coût de 89,1 millions de dollars. La société Skystone fabrique des puces de semi-conducteurs qui servent de mécanismes de transport à grande vitesse pour les réseaux de télécommunications transportant des signaux vocaux et des signaux de données. Le porte-parole de Cisco, M. Adam Stein, a déclaré que la société avait acheté Skystone en raison de ses réalisations avant-gardistes dans ce domaine. « Il s'agit d'un nouveau marché, a-t-il déclaré, et cette société dispose d'une technologie de pointe. » M. Antoine Paquin, qui a fondé la société Skystone il y a trois ans et qui en est le président depuis, a déclaré que l'association avec Cisco augmenterait immédiatement l'accès aux

marchés pour l'entreprise. « Nous nous allions au chef de file mondial en réseautage », a indiqué M. Paquin.

- **3M Canada Inc.** investira 5 millions de dollars pour installer du nouvel équipement et agrandir la superficie de production de son usine de Perth (Ontario).

L'usine fabrique des tampons nettoyeurs abrasifs non tissés, du ruban d'identification et du ruban adhésif pour couches destinés au marché nord-américain, et exporte environ 90 % de sa production à sa société mère américaine.

3M Canada exploite une autre usine à Perth, où elle produit des rubans auto-adhésifs destinés aux marchés américains et internationaux. D'après le directeur de l'usine, M. Jim Brock, « 3M accorde des mandats de production en se fondant sur un ensemble d'avantages concurrentiels qui s'ajoutent à une capacité de livrer des marchandises de qualité à temps ».

« Notre usine prend de l'expansion parce qu'elle répond à ces critères. Sa main-d'œuvre qualifiée et très motivée est l'un de ces avantages. La proximité des marchés en est un autre. En effet, Perth est située à 70 km de la frontière américaine, où l'on peut emprunter le réseau d'autoroutes inter-états des États-Unis. Pour les marchés européens, nous avons un accès très aisé par route et par chemin de fer à des ports en eau profonde à Montréal (Québec) et à Halifax (Nouvelle-Écosse). »

- **SHL Systemhouse of Ottawa Inc.**, filiale de MCI Communications Corp., qui a son siège aux États-Unis, a annoncé l'ouverture prochaine de deux nouvelles usines à Calgary (Alberta) : un centre d'élaboration de logiciels, et ce qu'elle appelle un bureau d'assistance aux entreprises internationales, qui pourra répondre aux questions techniques des clients de SHL situés partout dans le monde. Selon SHL, la société devrait doubler son effectif en Alberta en un an, le faisant passer de 850 à 1 600 employés. Celui de la société à Ottawa (Ontario) ne sera pas touché par le changement. ♦

Pour de plus amples renseignements

Pour obtenir de l'information sur l'investissement au Canada, veuillez communiquer avec l'ambassade ou le consulat canadiens le plus près de chez vous ou vous adresser directement au :

Groupe du marketing international
Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international
Édifice Lester B.-Pearson
125, promenade Sussex, C-2
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0G2

Courriel : investcan@dfait-maeci.gc.ca
Téléphone : (613) 995-4128
Télécopieur : (613) 995-9604
FaxLink : (613) 944-6500
Site Web : www.dfait-maeci.gc.ca/investcan

Canada-Info-Investissement
est publié sous la direction de
Richard M. Bégin
Groupe du marketing international (BCFD)
Direction des stratégies de
communications et de la planification
Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international