

La référence en matière de développement économique

contact SADC

Société d'aide au développement des collectivités

vol. 1 no. 1
MAURICIE | CENTRE-DU-QUÉBEC
ÉTÉ 2004

L'ART DE SE DÉMARQUER

DOSSIER

- L'art de se démarquer, c'est bien...
l'art d'innover, c'est mieux!

DÉVELOPPEMENT

- Osez-vous l'aventure?
- Deux régions :
des centaines d'opportunités...
- Le Coeur-du-Québec
a des artères commerciales
en bonne santé

ENTREPRENEURSHIP

- Diagnostic de nos parcs industriels
- Quand l'innovation est la solution
- Nos entreprises se démarquent

LA MESSAGÈRE, une bière sans gluten

Page 9



SADC
MRC de Maskinongé
Vallée de la Batiscan
Nicolet-Bécancour
Centre-de-la-Mauricie
Haut-Saint-Maurice



Développement
économique Canada

Canada Economic
Development

Canada

SADC

en avant depuis 20 ans

3 raisons pour visiter votre SADC

1. Offre du financement pour démarrer ou développer **VOTRE** entreprise.
2. Offre une gamme de services d'aide à l'emploi **POUR LES JEUNES** âgés entre 15 et 30 ans.
3. Soutient des projets pour le développement local de **VOTRE** région.

Une équipe dynamique vous y attend !



SADC
MRC de Maskinongé
(819) 228-5921



SADC
Centre-de-la-Mauricie
(819) 537-5107



SADC
Vallée de la Batiscan
(418) 328-4200



SADC
Haut-Saint-Maurice
(819) 523-4227



SADC
Nicolet-Bécancour
(819) 233-3315



Développement
économique Canada
Canada

Canada Economic
Development

contact SADC

Revue d'information publiée trois fois l'an aux partenaires socio-économiques des SADC de la Mauricie et du Centre-du-Québec.

Comité de rédaction
Steve Brunelle
Geneviève Dallaire
Véronique Leblanc

Collaboration spéciale
Simon Charlebois
Johanne Gauthier
Marcel Massicotte
Gilles Mercure
Julie Pelletier
Doris Scott

Ont collaboré à ce numéro, les organisations et entreprises suivantes:

Association touristique régionale du Centre-du-Québec
Association touristique régionale de la Mauricie
CLD de la MRC de Bécancour
CLD de la MRC de Maskinongé
Entreprise Jean-Marie Bélanger inc.
Festival western de St-Tite
G.A. Boulet
La microbrasserie Les Bières de la Nouvelle-France
Office de tourisme de Nicolet-Yamaska
Opti-Conseil inc.
Place aux Jeunes Desjardins Centre-du-Québec
Place aux Jeunes Desjardins de la Mauricie
SADC du Centre-de-la-Mauricie
SADC du Haut-de-la-Mauricie
SADC de la MRC de Maskinongé
SADC de Nicolet-Bécancour inc.
SADC de la Vallée-de-la-Batiscan
SAM Électron technologies
Table de commerce de détails Centre-de-la-Mauricie

Conception graphique
Acolyte communication

Impression
Les Imprimeries de la Rive-Sud

Correction des textes
Dominique-Sophie Légaré

Dépôts légaux
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada
Tirage: 2000 exemplaires

Pour commentaires:
Vos commentaires sont importants, nous vous invitons à nous en faire part à l'adresse électronique suivante:
contactsadc@ciril.qc.ca

SOMMAIRE

MOT DE LA RÉDACTION

1 Un temps nouveau...

DOSSIER

2-3 L'art de se démarquer, c'est bien... l'art d'innover, c'est mieux!

DÉVELOPPEMENT

4 Oserez-vous l'aventure?

5 Deux régions : des centaines d'opportunités...

6 Le Coeur-du-Québec a des artères commerciales en bonne santé

ENTREPRENEURSHIP

7 Diagnostic de nos parcs industriels

8 Quand l'innovation est la solution

9 Nos entreprises se démarquent

Un temps NOUVEAU...

Avec les oiseaux qui chantent, les rayons du soleil qui nous réchauffent, la légère brise qui caresse notre visage, les rires des enfants dans les rues, c'est lorsque l'on s'arrête que l'on réalise la beauté de l'été. À chaque début de saison, et plus particulièrement à l'été, nous avons l'impression que c'est une nouvelle vie qui commence... un renouveau. C'est dans cette optique que les SADC de la Mauricie/Centre-du-Québec ont initié un nouveau moyen d'information régional. Dans un désir sans cesse grandissant d'innover, les SADC des deux territoires ont mis sur pied ce magazine régional, un concept unique au Québec.

Cette série de trois parutions a comme objectif d'être une référence en matière de développement économique. Que vous soyez chef d'entreprise, personne du milieu socio-économique ou encore quelqu'un qui s'intéresse tout simplement à nos régions, nous souhaitons vous faire découvrir les beautés d'ici, nos entrepreneurs et surtout, vous offrir des outils et des conseils pratiques. Notre souhait le plus cher : que vous vous reconnaissiez dans ce magazine, qu'il soit votre référence sur l'économie et le développement de votre région.

Pour la première parution, nous avons choisi comme thème « l'Art de se démarquer » puisqu'en soi ce nouveau magazine démontre bien que les SADC Mauricie/Centre-du-Québec se démarquent et travaillent très fort pour vous plaire. « L'Art de se démarquer » fait partie de vous et c'est ce que vous aurez l'occasion de découvrir dans les pages qui suivent. Croyez-nous, vous aurez envie de faire différemment à la fin de ce numéro!

Nous sommes fiers de ce nouvel outil et nous vous souhaitons de savourer pleinement la lecture de ce magazine. N'hésitez pas à lire et à relire ce que nous avons pris le temps d'écrire pour vous. En plus, quoi de mieux que de siroter sa boisson préférée sous les chauds rayons du soleil tout en dégustant une bonne lecture...

Bon été!

Julie Pelletier
Directrice générale
SADC Haut-St-Maurice
Pour les SADC Mauricie/Centre-du-Québec



Par **Geneviève Dallaire**

L'art de se démarquer, c'est bien...

L'ART D'INNOVER, c'est mieux!

L'art de se démarquer... mais qu'est-ce que ça signifie? Nous sommes dans une société où il faut continuellement faire différent pour obtenir l'attention et l'estime des gens autour de nous. Que ce soit au travail, pour obtenir l'estime de ses supérieurs, en amour, lorsque nous voulons plaire et animer la flamme, en famille, où il faut toujours trouver de nouvelles idées pour amuser nos enfants et en amitié, où nous voulons offrir le cadeau unique à une personne qui compte pour nous, l'importance de se démarquer nous suit continuellement. L'art de se démarquer, c'est l'art de se distinguer, mais n'est-ce pas quelque chose que l'on pratique au quotidien sans même s'en rendre compte? Effectivement, et ceci n'échappe pas à l'économie et au développement de nos régions. Il semble que la Mauricie et le Centre-du-Québec se démarquent sans toutefois se distinguer suffisamment. Reste-t-il encore des étapes à franchir?

Sans contredit, la Mauricie et le Centre-du-Québec sont deux régions qui contribuent grandement à la beauté du paysage québécois ainsi qu'à la force de son économie. Nous possédons des attraits touristiques et économiques faisant en sorte que l'on se distingue auprès des autres régions. Que ce soit par notre proximité aux principaux axes routiers, nos nombreux parcs industriels, nos terres agricoles fertiles, nos multiples attraits touristiques, nos ressources naturelles prédominantes, nos industries de transformation de bois, de pâtes et papier, d'aluminium et notre proximité aux institutions scolaires telles que les Cégeps et l'Université du Québec à Trois-Rivières, la Mauricie et le Centre-du-Québec se distinguent par leurs créneaux d'excellence lorsque vient le moment de choisir une destination vacances, d'accueillir des investisseurs étrangers, de recruter des jeunes sortant des grandes universités, etc. Nous offrons suffisamment d'atouts pour nous distinguer des autres régions. Nous possédons un rayonnement à l'étranger remarquable, que ce soit par les centres d'interprétation, l'École nationale de police, le Baluchon, l'Auberge Godefroy, le Festival de la galette, la Cité de l'énergie, la Classique internationale de canots, le Parc national de la Mauricie, le Lac St-Pierre, le Festival western de Saint-Tite, etc. Nous sommes reconnus à l'étranger, mais il ne faudrait pas oublier de charmer la population actuelle de nos territoires tout en continuant de nous démarquer à l'extérieur. Travaillons-nous suffisamment à la revitalisation de nos artères commerciales? Offrons-nous des avantages considérables à nos entrepreneurs et aux investisseurs potentiels? Que pouvons-nous faire de plus? Comment faire pour éviter de stagner?

L'innovation est peut-être la solution. Avec la mondialisation, un terme de plus en plus à la mode, il n'y a plus de frontières. La concurrence n'existe plus uniquement avec l'entreprise de la rue voisine, mais aussi avec les États-Unis, l'Asie, l'Europe et bien d'autres pays ou continents. Nous sommes dans un monde où il faut être concurrentiel si nous voulons nous tailler une place de choix. Qui dit concurrentiel, dit savoir se démarquer et pour se démarquer, il faut savoir innover. Certaines entreprises de nos territoires l'ont bien compris, que l'on pense aux Bières de la Nouvelle-France, aux Meubles E.G., à SAM Électron technologie ou encore à Opti-Conseil. Ce sont toutes des entreprises innovatrices, mais est-ce suffisant?

« Qui dit concurrentiel, dit savoir se démarquer et pour se démarquer, il faut savoir innover. »



Auberge Le Baluchon - Saint-Paulin



Auberge Godefroy - Bécancour



Cité de l'énergie - Shawinigan



Route 155 - La Tuque

Selon une étude de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) sur l'entrepreneuriat, les Québécois sont deux fois moins nombreux que le reste des Canadiens à vouloir créer une entreprise. Ce qui est encore plus alarmant, c'est que chez les 18 à 24 ans, seulement 1,2 % des Québécois sont en voie de créer une entreprise, comparativement à 10,2 % dans le reste des provinces canadiennes. Il y a tout d'abord, la culture entrepreneuriale qui n'est pas suffisamment développée. Les entrepreneurs pourraient également être plus informés et plus outillés afin de développer des stratégies d'innovation.

Dans une société où tout roule à 100 milles à l'heure, où l'on se bat pour faire survivre notre entreprise, où les problèmes du quotidien prennent une place importante et où certaines entreprises pensent à court terme plutôt qu'à long terme, il n'est pas surprenant que celles-ci n'envisagent pas toujours la recherche et développement (R-D).

« Par contre, on constate que certaines entreprises font de la R-D sans même le savoir et ne réclament pas leurs crédits d'impôt. Dans certains cas, une dépense en recherche de 1000 dollars ne coûtera, en moyenne, que 198 dollars à un dirigeant d'entreprise qui réclame ses crédits d'impôt. Les PME sont admissibles dès qu'elles modifient des procédés de fabrication. Par exemple, une firme en agroalimentaire qui ajouterait de nouveaux ingrédients à ses recettes pourrait être admissible. Ce n'est pas uniquement des entreprises en haute technologie qui font de la R-D. »¹ soutient Jean-François Barbe, journaliste à la revue PME.

Voici les critères pour être admissible à une demande de crédits d'impôt à l'Agence des douanes et du revenu du Canada ainsi qu'à Revenu Québec.²

- **Vouloir régler un problème technologique nouveau et imprévu;**
- **Faire des analyses, des expériences ou des essais pour régler ce problème;**
- **Développer un savoir-faire ou des technologies spécifiques à la résolution de ce problème;**
- **Réaliser un plan de travail qui donnera lieu à une avancée technologique.**

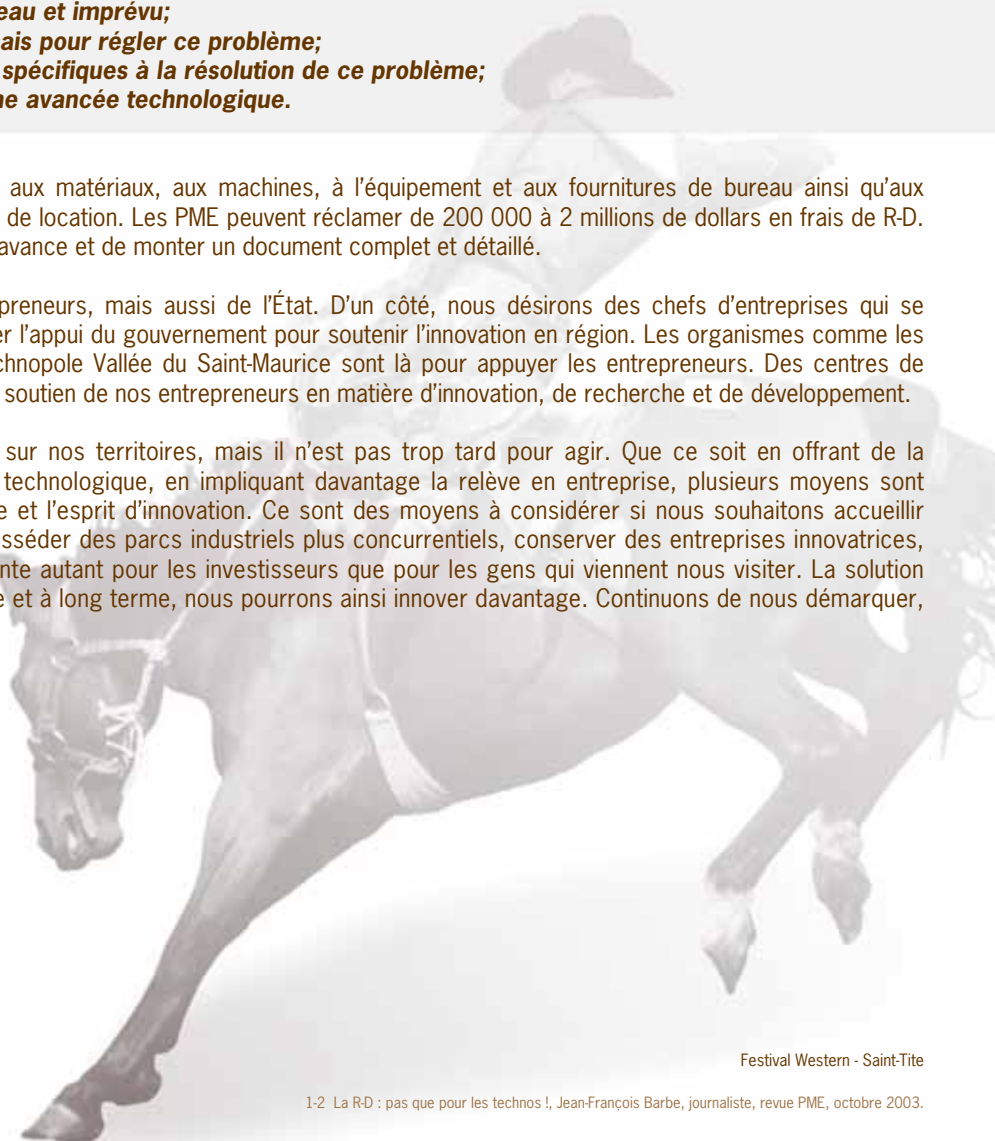
Les dépenses admissibles sont reliées aux salaires, aux matériaux, aux machines, à l'équipement et aux fournitures de bureau ainsi qu'aux activités en R-D données en sous-traitance et aux frais de location. Les PME peuvent réclamer de 200 000 à 2 millions de dollars en frais de R-D. Pour déposer une demande, il suffit de s'y prendre à l'avance et de monter un document complet et détaillé.

La problématique ne vient pas seulement des entrepreneurs, mais aussi de l'État. D'un côté, nous désirons des chefs d'entreprises qui se prennent en main, mais de l'autre, il ne faut pas oublier l'appui du gouvernement pour soutenir l'innovation en région. Les organismes comme les SADC, Développement économique Canada et la Technopole Vallée du Saint-Maurice sont là pour appuyer les entrepreneurs. Des centres de recherche et des laboratoires sont aussi essentiels au soutien de nos entrepreneurs en matière d'innovation, de recherche et de développement.

Le constat : il y a un retard en terme d'innovation sur nos territoires, mais il n'est pas trop tard pour agir. Que ce soit en offrant de la formation aux PME, des séminaires sur l'innovation technologique, en impliquant davantage la relève en entreprise, plusieurs moyens sont efficaces pour développer la culture entrepreneuriale et l'esprit d'innovation. Ce sont des moyens à considérer si nous souhaitons accueillir des professionnels provenant des autres régions, posséder des parcs industriels plus concurrentiels, conserver des entreprises innovatrices, bref, si nous voulons obtenir une région plus attrayante autant pour les investisseurs que pour les gens qui viennent nous visiter. La solution est peut-être d'y aller étape par étape, tous ensemble et à long terme, nous pourrons ainsi innover davantage. Continuons de nous démarquer, continuons d'innover! ■ ■ ■



Parc national du Canada de la Mauricie



Festival Western - Saint-Tite

Par Steve Brunelle

OSEREZ-VOUS l'aventure ?

Sortez dehors. Respirez un grand coup. Remplissez vos poumons d'air frais et observez ce qui vous entoure... Êtes-vous prêt pour la grande aventure ?

Ils sont nés ici, ils ont fait des études à l'extérieur de la région, ils sont venus rejoindre une conjointe, le boulot leur a fait découvrir la région. Selon l'Institut de la recherche du Québec, la Mauricie et le Centre-du-Québec comptent respectivement 61,243 et 57,358 citoyens âgés entre 15 et 34 ans. Ils représentent 24,5 % de la population totale des deux régions.

Plusieurs raisons motivent les jeunes à choisir de vivre en Mauricie/Centre-du-Québec :

Emploi et main-d'œuvre

« La région du Centre-du-Québec a connu, dans les dernières années, une croissance de l'emploi supérieure à la moyenne provinciale. De plus, selon les prévisions, cette tendance devrait se maintenir dans les années à venir. Ainsi, pour la période 2002 à 2006, plus de la moitié des besoins totaux de main-d'œuvre, soit 53 %, devraient provenir du remplacement de la main-d'œuvre. »¹

« La région de la Mauricie bénéficiera d'une meilleure conjoncture que les années précédentes du point de vue de la création d'emplois. Plusieurs composantes seront mises à contribution, soit des industries de biens durables, entres autres le meuble, les produits en métal ainsi que la machinerie. Dans le secteur tertiaire, les services aux entreprises retiendront l'attention. »²

Pour Jean-François Mador, 24 ans, programmeur-analyste dans une entreprise de La Tuque, les ambitions professionnelles ont été un motif important dans sa décision. « Je suis revenu dans ma région, après des études à l'Université Laval, pour le défi de l'emploi. Ici, il est possible d'avoir plus de responsabilités, plus rapidement que dans les grands centres. »

L'appel de la nature

Si l'emploi demeure un facteur déterminant dans le choix de vie d'un individu, les études récentes témoignent, avec éloquence, que les personnes choisissent les régions par rapport aux grandes villes parce qu'elles offrent une vie paisible, une meilleure qualité de vie et un rapprochement de la nature.

Steven Lavoie, travailleur social de 29 ans, a roulé sa bosse de Montréal à Québec, en passant par un stage en coopération internationale en Afrique. « Mon équilibre, je le trouve ici, je suis né à Notre-Dame-du-Montauban et j'ai besoin de l'énergie de la rivière Batiscan ». Il met son expérience à profit, dans son travail auprès des 16-35 ans, au Carrefour Jeunesse Emploi. « L'important, c'est d'encourager les jeunes à partir, aller découvrir le monde afin qu'ils puissent mieux revenir. »

Et puis, il y a ces oiseaux urbains à la recherche d'aventure et de nature. C'est le cas de la dynamique Daphné Leclair, 37 ans, entrepreneure, native de la région métropolitaine qui habite maintenant St-Alexis-des-Monts. « Nous avions une maison au coin des rues St-Denis et Jarry et puis nous avons décidé de tout quitter afin de vivre l'expérience de la campagne. »

Une citoyenneté active

L'engagement citoyen est favorisé par différentes initiatives que prônent les organismes de développement de la région. Annie Richard, 33 ans, co-présidente du Forum Jeunesse du Centre-du-Québec et directrice du CJE de Nicolet-Yamaska-Bécancour est un exemple que les engagements bénévoles portent fruits pour la collectivité et pour soi. « Il y a, d'une part la possibilité de s'impliquer, de créer des contacts, de donner une couleur qui nous ressemble dans le milieu. C'est fort probablement grâce aux contacts que j'ai développé lors de mes engagements, que j'ai décroché mon travail. De plus, il y a une ouverture afin d'offrir ces opportunités aux jeunes. »



Steven Lavoie



Daphné Leclair



Annie Richard



Annabelle Chouinard

La proximité de la famille et des amis

Annie Richard poursuit en pensant aux décisions qu'ils ont dû prendre, elle et son conjoint, lors de l'achat de leur maison. « Mon conjoint travaillait en Outaouais; nous aurions pu prendre la décision de plier bagages vers cette région, mais la proximité avec nos familles respectives et nos amis a été un facteur déterminant dans notre décision. »

Se partir en affaires dans un milieu différent...

Ils sont de plus en plus nombreux à faire preuve d'audace dans le développement de leur entreprise. Daphné Leclair et son conjoint ont développé une entreprise de distribution de produits fins régionaux, Les Cerfs d'Alexis. « Ma plus grande fierté, c'est notre entreprise. Je me découvre, c'est fascinant d'être entrepreneure. Notre entreprise est en plein développement et nous découvrons différents produits susceptibles d'intéresser les amateurs de bonne cuisine. »

... et se démarquer, créer, innover.

Annabelle Chouinard a fait un retour dans sa région natale, à Shawinigan, en 1996 après des études au Collège LaSalle en design de mode. « J'avais 19 ans à l'époque et je voulais créer mon propre emploi dans le monde de la mode. » Après avoir franchi avec succès les premières années de démarrage de son entreprise « Vice et vertu », elle témoigne de sa fierté d'avoir tenu à ses convictions : « Ce qui est vraiment intéressant dans le choix de mon milieu de vie, c'est d'offrir un service spécialisé à mes clients. De plus, ma boutique distribue des vêtements un peu partout dans la province; il n'y a aucun problème à demeurer à l'extérieur de Montréal. »

Et la différence...

Si toutes les régions proposent des emplois, des possibilités d'engagements, un coin de nature paradisiaque... Qu'est-ce qui distingue nos deux régions au niveau provincial ?

Dans le cadre de ses fonctions comme agente de migration/Place aux Jeunes Desjardins, Josée Bellemare, responsable de la région de la Mauricie, émet cette hypothèse : « Nous avons la chance de vivre dans une région majoritairement rurale mais à proximité des grands centres. En plus d'une autonomie économique, il est possible pour un jeune de trouver du travail dans presque tous les domaines d'emplois. »

Son collègue Martin Mailhot, responsable de la région Centre-du-Québec, offre, quant à lui, une explication complémentaire : « J'ai l'occasion d'accompagner des gens de l'extérieur de la région et la première impression qu'ils en ont est notre hospitalité et notre ouverture. »

Oserez-vous l'aventure ? ■■■

1- Le Marché du travail dans la région du Centre-du-Québec, Perspectives professionnelles 2002-2006, Emploi Québec, 2004, page 4

2- Le Marché du travail dans la région de la Mauricie, Perspectives professionnelles 2002-2006, Emploi Québec, 2004, page 4

Par **Steve Brunelle**

2 RÉGIONS :

des centaines d'opportunités...

Les régions de la Mauricie et du Centre-du-Québec, bien distinctes, depuis 1997, ont toujours eu d'étroits liens géographiques et politiques, malgré ce fameux fleuve St-Laurent qui les sépare territorialement.

« En 1634, Samuel de Champlain délèguait Le Sieur de Laviolette pour établir un nouveau fort qui allait aussi servir de poste de traite des fourrures. Champlain demande à son émissaire de se diriger vers l'embouchure de la rivière Saint-Maurice qu'on appelait à cette époque les Trois-Rivières. Très rapidement, la croissance démographique dans les seigneuries des Trois-Rivières fut telle que les populations augmentaient et franchissaient la rive sud du fleuve.

En 1730, un gisement de fer va permettre l'implantation de la première industrie sidérurgique du Canada, les Forges du St-Maurice, qui contribuera à l'essor économique de la région pendant plus de 150 ans. Après les hauts fourneaux des Forges, ce seront les barrages hydroélectriques érigés sur la tumultueuse rivière St-Maurice qui prendront le relais, favorisant l'établissement et l'expansion des grandes entreprises de pâtes et papiers, d'aluminium et de métallurgie qui étaient au cœur de l'économie régionale de la Mauricie. »¹

« Abénaquis, Français, Irlandais, Écossais et Loyalistes anglais ont marqué le Centre-du-Québec de leur présence, laissant en héritage un riche patrimoine. Encore aujourd'hui, la région témoigne de l'héritage légué par les premiers bâtisseurs de la région. »²

Le vocable « Mauricie » est utilisé pour la première fois en 1933 par Monseigneur Albert Tessier pour désigner la région depuis Trois-Rivières jusqu'aux portes du Lac St-Jean. Avant cette date, elle était tout simplement nommée la Vallée du St-Maurice.

Le 30 juillet 1997, le gouvernement du Québec créait, par décret, l'existence de la région administrative 17, la région du Centre-du-Québec.

Des retombées économiques liées au tourisme

Au carrefour des principaux axes routiers du Québec et à quelques heures des principales villes de l'est de l'Amérique du Nord, la Mauricie et le Centre-du-Québec présentent de plus en plus d'opportunités aux différents visiteurs. Principalement axés sur les aventures de plein-air, les acteurs du développement touristique ont diversifié leur offre depuis quelques années. L'harmonisation des services et la complémentarité des ressources assurent aux touristes une expérience différente à chacune de leurs visites, et ce, pour tous les âges et tous les goûts.

En 2002, il y a eu 2 800 000 visites/personne en Mauricie pour des retombées économiques de 242 millions de dollars. La valeur en emplois créés est de 6300 emplois directs et indirects.

En 2002, il y a eu 1 683 000 visites/personne au Centre-du-Québec pour des retombées économiques de 166 millions de dollars. La dépense journalière est de 53,79 \$ pour la région comparativement à 76,88 \$ pour le Québec. La valeur en emplois créés est de 3800 emplois directs et indirects.

Que ce soit afin de profiter d'une envolée en montgolfière à Bécancour, célébrer vivement la Fête de la Solidarité de St-Narcisse, se laisser glisser en rabaska sur la Rivière du Loup à la hauteur du concept éco-plein-air Le Baluchon (Saint-Paulin), contempler la grandeur de la nature des pourvoires du Haut St-Maurice ou bien admirer les couleurs automnales du haut de la Cité de l'Énergie : la Mauricie et le Centre-du-Québec ont de tout pour tous. ■ ■ ■

8 avril

Bonjour Marie-Noëlle,
Nous sommes arrivés de Québec en passant par la pittoresque route 132. Nous arrivons à Baie-du-Febvre et c'est la saison des oies blanches. Que c'est beau ! Nous avons dégusté de l'oie et du chevreau au gîte de L'Artisanerie, ce fut un délice... La crème brûlée goûte le ciel... à bientôt,

Jasmine et Pascal

21 janvier

Bonjour Patricia, Nous venons de faire une magnifique découverte en empruntant la route 138, en Mauricie. Je crois que nous reviendrons en vélo, cet été, car le parcours du Chemin du Roy est l'un des meilleurs moyens pour s'imprégner de l'âme et de l'histoire de ses terres et de ses habitants.

Nous sommes en route pour le Lac Pacacomie et son fameux chalet en bois rond... Au menu : promenade en nature, souper à la chandelle et gros câlins...

Pophie et André

08 juin

Marie-Eve,

Je t'écris de bonne heure, ce matin, nous quittons notre camp de la pourvoirie Lareau, au nord de La Tuque, pour une bonne journée de pêche à la truite... Tu devrais voir l'étendue de l'infini...

Ton poète à toi, Guy xx

10 septembre

Chers enfants,
C'est donc vrai ce que l'on raconte sur le Festival Western de St-Jite. C'est vraiment un dépaysement total et les gens sont vraiment sympatiques. Nous avons revu la famille Gervais, celle que nous avons rencontrée aux petits poissons des chenaux à Ste-Anne-de-la-Pérade. Votre père va essayer le taureau mécanique dans quelques minutes...
Je vous écris bientôt, Maman

20 novembre

Maman,
Nous poursuivons notre périple au Centre-de-la-Mauricie...
Shaunigan a fait peau neuve. J'ai hâte que tu voies le spectacle multimedia à la Cité de l'Énergie... Nicolas s'est empressé de souligner aux autres spectateurs que sa mère était née ici... fier comme un paon. Les enfants ont hâte de revenir glisser à St-Mathieu-les-Cantons.
Nous t'embrassons,

Amélie

1- Association touristique régionale de la Mauricie, Historique de la région de la Mauricie, site internet, Avril 2004.

2- Association touristique régionale du Centre-du-Québec, La petite histoire du Centre-du-Québec, site internet, Avril 2004.

Par **Steve Brunelle**

LE CŒUR-DU-QUÉBEC

a des artères commerciales en bonne santé

Depuis quelques années, les collectivités de la Mauricie et du Centre-du-Québec s'inscrivent dans le mouvement de revitalisation des centres-villes.

Face à la concurrence des grands centres urbains, les commerçants locaux doivent faire preuve de leadership afin de retenir les consommateurs. Dans ce contexte, la qualité du service à la clientèle et l'environnement de vente deviennent des moyens efficaces pour les clients; ils représentent une valeur « ajoutée » au produit ou au service qu'ils reçoivent.

Différents moyens ont été mis en place, par les SADC et leurs partenaires, afin de faire vivre aux consommateurs des expériences d'achat agréables. Tous s'entendent sur le fait qu'il faut arrêter de développer, chez le consommateur, le sentiment de culpabilité par la promotion de l'achat local.

Osons donc proposer des expériences optimales, des liens significatifs entre l'achat local et la valeur « ajoutée » des produits et services; en voici quelques exemples développés par nos collectivités.

Nicolet-Bécancour

Dans les collectivités de Nicolet-Bécancour, la SADC coordonne le service Clients « Mystère ». Ce service consiste en une évaluation du service à la clientèle. À cet effet, quatre clients incognito, résidant dans la région et spécialement formés, évaluent objectivement, à l'aide d'une grille adaptée au secteur d'activité, les différents aspects d'un commerce tels que l'impression extérieure, l'accueil et le service, la caisse, le service après-vente, l'ambiance générale et l'évaluation téléphonique s'il y a lieu. Le client se comporte comme n'importe quel autre client; il passe quelque temps dans l'entreprise et effectue un achat. Une évaluation est alors réalisée, par la coordonnatrice, afin de présenter un rapport d'évaluation comprenant les forces et les faiblesses ainsi que les recommandations.



Maskinongé

En décembre dernier, les commerçants du centre-ville de Louiseville ont développé une animation entourant la période des Fêtes. Avec une chorale de rue, un Père Noël déambulant dans un environnement féérique, créé de toutes pièces par les commerçants du comité de Revitalisation, le magasinage de Noël a pris une allure de célébration pour les citoyens de la Ville et pour ceux des environs.

« C'est grâce à des activités de ce type que les commerçants du centre-ville ont réussi à fidéliser leur clientèle. » témoigne Julie Lemieux, conseillère en développement à la SADC de la MRC de Maskinongé.

Centre-de-la-Mauricie

En 2002, la table de concertation sur le commerce de détail et de la main-d'œuvre pour la ville de Shawinigan a embauché la firme Géocom afin d'établir un diagnostic sectoriel. Le territoire de la ville de Shawinigan regroupe plus de 1000 commerces créant et maintenant ainsi 10,000 emplois majoritairement concentrés dans six zones commerciales.

À l'hiver 2003, la firme a sondé les consommateurs

et les commerçants des principales zones commerciales au moyen de questionnaires et sondages téléphoniques.

En juin 2004, la firme a déposé son diagnostic afin d'y dégager les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces. Quatre zones commerciales ont été désignées prioritaire dans le plan d'action et des rencontres d'information ont permis, aux commerçants de ces zones, de saisir les opportunités liées à la revitalisation économique et de prendre une part active dans l'atteinte de leurs objectifs.

Vallée de la Batiscan

Le Festival Western de St-Tite est un incontournable pour tous les amateurs de western du Québec et du Nord-Est américain. Les commerçants de St-Tite et les élus ont favorisé la thématique des éléments de la Ville, autour de la richesse première de la ville, le western.

« Même les compagnies téléphoniques privées ont fait installer des portes battantes dans nos cabines téléphoniques », témoigne Geneviève Frappier, agente de communications au Festival. « Avec cette stratégie, les responsables des places d'affaires de St-Tite offrent aux visiteurs une ambiance à l'année. »

Haut-St-Maurice

Plusieurs idées ont été avancées par les gens du milieu, depuis quelques années, afin de stimuler la vie au centre-ville latoquois : vitrine collective, plaquettes de bois, oriflammes et marché public. Issu d'une concertation se traduisant par des actions concrètes sur le terrain, le comité de travail qui a été mis sur pied bénéficie de l'expertise de La Fondation Rues principales puisque La Tuque fait partie de cet important réseau qui soutient les démarches de revitalisation commerciale.

Inspiré d'un projet qui a eu lieu à St-Jérôme, le concours de vitrine collective invite la population à estimer le montant total de produits et services offerts par des marchands du milieu regroupés dans une vitrine vacante et ainsi avoir la chance de gagner son contenu. Un des objectifs de ce projet est de démontrer, en un seul coup d'oeil l'éventail des produits et services disponibles à La Tuque. De plus, la population est encouragée à aller visiter chaque commerce participant afin d'obtenir le prix de l'article de la vitrine. « C'est un ensemble d'actions qui permettra au secteur commercial de se démarquer, les principaux partenaires sont sensibilisés à l'action concertée... ce n'est qu'un début », indique Marcel Massicotte, agent de développement de la SADC du Haut-St-Maurice.



Par **Véronique Leblanc**

DIAGNOSTIC de nos parcs industriels

Comme après un certain âge chez nos semblables, il est important de procéder à un examen de routine... question de ressortir avec un bon diagnostic pour se prendre en main! Et bien voilà, nous sommes rendus à faire une bonne évaluation de nos divers parcs industriels qui parsèment nos différents territoires de la Mauricie et du Centre-du-Québec. Nous devons admettre qu'il y en a une bonne quantité qui se sont développés depuis quelque temps. Les entrepreneurs et promoteurs ont l'embaras du choix. La question à se poser désormais est : est-ce que nos parcs industriels fourmillent d'entreprises?

Ce ne sont pas les avantages qui manquent pour venir s'installer en Mauricie ou au Centre-du-Québec. Outre le fait que ces régions offrent une qualité de vie exceptionnelle, d'autres faits avantageux existent. Très accessibles, ces parcs industriels sont près d'importants axes routiers (autoroutes 40, 55, 20). En plus, leur situation géographique est très intéressante car ils sont entre Montréal et Québec... deux grands marchés et bien évidemment, juste à côté de Trois-Rivières. Lorsqu'on parle de Trois-Rivières, on peut également penser à son infrastructure portuaire, qui est en fait un autre avantage significatif. Aussi, il ne faudrait surtout pas passer sous silence le parc portuaire et industriel de Bécancour, l'un des plus grands parcs industriels en Amérique du Nord. Enfin, nos parcs industriels sont tous accessibles par les différents réseaux de transport : routier, aérien, ferroviaire et finalement maritime. En d'autres mots, nous n'avons rien à envier aux autres régions... nous sommes en mesure de nous démarquer!

Justement, parlant de se démarquer, il est possible d'aller encore plus loin pour ressortir davantage. Dans l'ensemble, plusieurs actions ou stratégies sont mises de l'avant pour maximiser la prospection, mais il faut développer encore plus pour répondre aux divers besoins des entrepreneurs. Si nous revenons à notre première question à savoir si ces parcs industriels fourmillent d'entreprises, quelle en serait la réponse? Et bien, en général, nous pouvons avancer qu'il reste encore bien des terrains disponibles pour accueillir de nouveaux entrepreneurs. Comment alors les inviter à venir s'installer

dans l'un de ces parcs? Plusieurs solutions peuvent être envisagées.

Dans les solutions possibles, il faut tout d'abord commencer par promouvoir la région avec ses plus beaux attraits pouvant intéresser un investisseur ou un entrepreneur. D'ailleurs, l'embauche d'un commissaire industriel est un atout très important. De plus, offrir la possibilité de louer des bureaux dans des bâtisses déjà préalablement construites demeure une belle alternative. Ce ne sont pas toutes les entreprises qui sont en mesure de se construire une bâtisse neuve. Cette initiative est une belle opportunité pour les entrepreneurs.

D'autre part, est-ce qu'il y a en place tous les outils permettant à ces parcs industriels de se démarquer au maximum auprès des entrepreneurs afin de les inciter à s'y installer? À Nicolet-Bécancour, un projet pilote d'Internet à large bande à haute vitesse se concrétise et verra le jour bientôt. Et en Mauricie, une équipe travaille à élaborer un projet similaire. Une excellente nouvelle pour notre milieu!

Aussi, l'aspect marketing peut être développé plus en profondeur, surtout au niveau de la promotion. Des stratégies promotionnelles telles qu'une pochette d'information, un dépliant, un site Internet bien développé, des tarifs d'achat de terrain plus concurrentiels, des cadeaux de bienvenue et plus encore. Pour attirer, il faut absolument vendre et promouvoir les attraits et avantages que chacun des parcs peuvent offrir aux entrepreneurs.

Au Québec, l'ensemble des régions sera

confronté à moyen terme à une pénurie de main-d'œuvre. Les territoires de la Mauricie et du Centre-du-Québec mettent déjà de l'avant des solutions, afin de sensibiliser la clientèle scolaire et d'attirer des travailleurs spécialisés provenant d'ailleurs au Québec.

Le concept d'essaiage d'entreprises peut devenir une alternative porteuse d'avenir. L'essaiage d'entreprises c'est en fait : « la création d'une entreprise par une ou plusieurs personnes avec la complicité de l'employeur ou de l'ex-employeur. C'est une pratique qui se manifeste lorsqu'un employé entreprend de créer sa propre entreprise, indépendante de la première, en bénéficiant de la part de l'entreprise qu'il quitte, d'appui et d'accompagnement (aide technique, conseils d'affaires, appuis financiers) afin de limiter le risque d'échec. On estime que cette pratique pourrait susciter au Québec la naissance de 2 500 à 3 000 nouvelles entreprises annuellement : de 70 à 90 % d'entre elles auront toujours pignon sur rue après cinq ans. »¹

Il ne faut pas se le cacher, c'est un ensemble de solutions, propre à chacun des milieux, qui fera en sorte de dynamiser les parcs industriels et ultérieurement de faire en sorte qu'ils rayonneront auprès des autres régions.

Stimuler les parcs industriels

- **Vendre la région et les attraits;**
- **Engager un commissaire industriel;**
- **Offrir la location de bureaux;**
- **Internet à large bande;**
- **Développer l'aspect marketing;**
- **L'attraction de main-d'œuvre et de jeunes;**
- **L'essaiage d'entreprises;**
- **Développer des incitatifs pour les entrepreneurs.** ■ ■ ■



Industrie Smurfit-Stone - La Tuque



Parc portuaire et industriel de Bécancour

Par **Véronique Leblanc**

Quand l'innovation est la SOLUTION



Ces temps-ci, le sujet de l'heure est sans aucun doute l'innovation. Avant d'aller plus loin, il faut préciser ce qu'est l'innovation exactement? L'innovation c'est l'action d'innover, d'inventer, de créer quelque chose de nouveau.¹ En d'autres mots, innover c'est l'art de se démarquer dans son entreprise soit par des nouveaux procédés, par son produit ou simplement par sa façon de gérer. Avec la mondialisation, nos compétiteurs ne sont plus seulement nos voisins mais le monde entier en général. Il faut se battre avec des entreprises d'Asie, d'Europe des États-Unis, du Mexique... Pour réussir, il faut donc se démarquer constamment et faire de l'innovation la solution pour la réussite.

Il faut cependant l'admettre, innover ce n'est pas toujours facile. Le chemin pour s'y rendre est en fait une aventure. Créativité, patience et planification sont trois aspects qui demeurent importants de mettre en avant-plan. Pour tout entrepreneur, il est néanmoins essentiel d'intégrer cette facette dans la gestion globale de l'entreprise. L'innovation doit être continue afin de toujours rester compétitif et de ressortir de la masse.

Affirmer que l'innovation est la solution pour réussir à maintenir le cap en tant qu'entreprise est une réalité qu'il ne faut pas prendre trop à la légère. Les entreprises ne doivent pas seulement baser leur compétitivité sur leur prix de vente, tant au niveau local, régional qu'international. Le prix n'est plus un argument efficace à cette ère de mondialisation. Il y en aura toujours un qui saura égaler ou aller en deçà de votre prix. Il faut qu'il y ait une valeur ajoutée à votre produit ou service. Que ce soit par la qualité, par le design, par le procédé de fabrication unique ou par la gestion, il faut se distinguer des autres entreprises. Et encore là, il se peut qu'un de vos compétiteurs arrive finalement avec un produit qui vous ressemble, alors donc vous devez être prêt à arriver avec autre chose d'étonnant sur le marché pour être encore dans le jeu des affaires.

En Mauricie et au Centre-du-Québec, l'innovation ressort dans divers secteurs d'activité. De la culture de la canneberge au développement de nouveaux procédés dans la fabrication de meubles en passant par l'avancement technologique, ces deux régions du Québec savent se démarquer grâce à des entreprises très dynamiques. Par contre, il est essentiel de continuer à stimuler les entreprises à aller encore plus loin.

1- Le petit Larousse illustré. 2000. définition du mot «innovation». Page 548.

DES CONTACTS À CONSERVER

Association de la recherche industrielle du Québec (ADRIQ)

- Soutient l'innovation technologique
 - Facilite l'accès au programme de crédit d'impôt
- Tél. : (514) 337-3001 - www.adriq.com

Centre de recherche industrielle du Québec (CRIQ)

- Laboratoire d'essai et de qualification
 - Information industrielle et technologique
 - Services-conseils en normalisation
- Tél. : 1 800 667-4570 - www.criq.qc.ca

Conseil national de recherches Canada (CNRC)

- Aide pour les PME dans la progression, de l'idée jusqu'à la commercialisation
 - Conseils techniques et commerciaux à valeur ajoutée
 - Aide financière pour les activités de recherche et développement
- Tél. : 1 800 977-7274 - www.irap-pari.nrc-cnrc.gc.ca

Conseil canadien des normes

- Programmes canadiens d'accréditation et de certification de produits et de procédés
- Tél. : (613) 238-3222 - www.scc.ca

Invention Québec

- Favorise l'inventivité auprès de la collectivité québécoise;
 - Donne accès sur Internet à la banque d'inventions
 - Regroupe le plus grand nombre d'inventeurs au Canada dans un club
- Tél. : (514) 728-4561 - www.inventionquebec.ca

Technopole Vallée du Saint-Maurice

- Vise la création de valeur dans les projets d'innovation technologique
 - Incubation conseil • Transferts technologiques
- tél. : (819) 376-5114 - www.technopolevsm.qc.ca

Par **Véronique Leblanc**

NOS entreprises se démarquent

En Mauricie et au Centre-du-Québec, sur les différents territoires, des entreprises se démarquent dans différents secteurs d'activité tels que agroalimentaire, technologique, manufacturier et vente de détail. En voici donc quelques exemples :

SAM Électron technologies inc. et la vitamine K₃ sans chrome

SAM Électron Technologies inc. de Shawinigan a mis au point un nouveau procédé pour la vitamine K₃, car désormais, elle sera disponible sans chrome. Ses trois fondateurs, Guy St-Amant, Kamyab Amouzegar et Behzad Mahdavi, autrefois à l'emploi de LTEE, avaient développé le procédé CeTECHMC. Par la suite, ils ont acheté la licence d'utilisation avec exclusivité mondiale pour finalement créer leur propre entreprise et adapter cette méthode de fabrication de la vitamine.

La vitamine K₃ existe déjà sur le marché et elle est utilisée comme agent de coagulation dans l'alimentation du poulet et du porc. Actuellement, la vitamine est composée de chrome, un agent toxique et néfaste pour l'environnement. SAM Électron Technologies inc. a donc mis au point une technologie écologique pour confectionner la vitamine K₃, et ce, sans chrome. La méthode est basée sur l'utilisation du cérium, au lieu du chrome, qui se définit comme étant beaucoup plus efficace et non toxique pour l'environnement. En plus, cet agent est par la suite recyclé dans le procédé de production de la vitamine. Il n'y a alors aucun déchet. SAM Électron Technologies inc. devient donc la seule entreprise au monde à mettre sur le marché une vitamine K₃ proprement écologique pour l'environnement et d'une plus grande qualité et pureté pour l'animal.



SAM Électron technologies inc. - Shawinigan

La Messagère, une bière sans gluten

La microbrasserie Les Bières de la Nouvelle-France (BNF), de Saint-Paulin, innove constamment afin de propulser l'entreprise encore plus loin. C'est à la suite d'un long processus de trois années, que BNF a réussi à lancer sur le marché une bière sans gluten, La Messagère. L'entreprise est la seule en Amérique du Nord à commercialiser une bière sans gluten. Le gluten est une protéine contenue dans le grain des céréales (blé, seigle, avoine, orge). Certaines personnes ont une intolérance au gluten et sont atteints de la maladie coéliqua.

Les deux propriétaires Martine et Marc Lessard s'entendent pour dire que l'innovation pour leur entreprise est une question de survie et de réussite. Pour faire leur place dans ce marché où des gros concurrents s'y retrouvent, ils devaient miser sur des produits différents et surtout originaux afin de

ressortir de la masse. Ils ont alors orienté l'entreprise vers le tourisme, grâce à leur économusée ainsi que sur un positionnement stratégique de l'entreprise. BNF a tout intérêt à toujours innover pour ne pas que la compétition la rattrape. L'entreprise travaille d'ailleurs à développer un nouveau projet de malterie. Ce sera une première au Québec!



BNF (propriétaires) - Saint-Paulin

Du recyclage efficace

L'entreprise Jean-Marie Bélanger inc. de La Tuque a trouvé une façon bien originale d'innover : développer une machine capable de recycler des résidus forestiers. L'appareil en question est un « séparateur » à plusieurs séquences qui permet de recycler des copeaux de bois afin de les épurer et de les rendre conformes pour qu'ils soient envoyés aux entreprises de pâtes et papiers.

Cette initiative de M. Bélanger a une valeur environnementale, car elle protège la richesse forestière et diminue l'enfouissement de déchets. Son parcours vers la création de cette machine s'est déroulé sur une période de près de dix ans. Il a su bénéficier de crédits d'impôt, ce qui l'a beaucoup aidé dans son cheminement.



Installation 2003 (Jean-Marie Bélanger inc.) - La Tuque

G.A. Boulet et des bottes de renom

Cette entreprise familiale de Saint-Tite a le vent dans les voiles. C'est depuis 1933 qu'elle bâtit sa réputation et qu'elle réussit à faire sa place sur le marché. Dirigée par Pierre, Louis et Guy Boulet, l'entreprise se spécialise dans la fabrication de chaussures à trepointe Goodyear (bottes, bottines et souliers) et a su se démarquer sur divers marchés internationaux. Sa distinction : la qualité et durabilité du produit ainsi que le procédé de fabrication. Autant pour les bottes western que les

bottes institutionnelles, Boulet inc. ne cesse d'évoluer et de miser sur l'importance d'innover afin d'être toujours très compétitive au niveau du ratio qualité-prix.

En ce qui concerne le volet institutionnel, l'entreprise Boulet inc. chausse la Gendarmerie royale du Canada ainsi que le Service correctionnel du Canada. Des beaux contrats qui font rayonner l'entreprise et la région de par la marque de distinction et le dynamisme de cette entreprise.



Usine G.A. Boulet - Saint-Tite

L'ingénierie redéfinie grâce à Opti-Conseil inc.

L'entreprise Opti-Conseil inc. de Bécancour a développé une expertise en études énergétiques et en analyse de procédés industriels auprès de diverses usines. De plus, elle s'oriente aussi vers le design industriel. Fondée en 1989 par Richard Lampron, l'entreprise a constamment évolué au fil des années. D'ailleurs, Opti-Conseil inc. a innové et a développé le multimédia 3D pour l'arrimer à l'ingénierie. Combinaison a priori incompatible, mais que l'entreprise a su mettre en relation pour améliorer leur service et le rendre unique.

C'est après diverses recherches et surtout de travail constant qu'Opti-Conseil a mis sur pied une nouvelle technologie qui permet aux clients de visiter virtuellement une usine en construction et d'y apporter les corrections requises en cours de route. L'expertise unique d'Opti-Conseil lui permet d'être reconnue au niveau national et international.

L'entreprise a d'ailleurs été récipiendaire du Seigneurial R&D innovation lors du Banquet des Seigneurs de 2003.



Équipe Opti-Conseil inc. - Bécancour

Cultiver l'innovation



PRIORITÉ À LA PRODUCTIVITÉ

Dynamiser la culture de l'innovation, permettre aux entreprises d'améliorer leur productivité et ainsi devenir plus performantes, voilà une priorité du gouvernement du Canada.

Pour mieux répondre aux besoins des PME, Développement économique Canada a actualisé le programme IDÉE-PME afin de refléter la nouvelle réalité économique.

NOUVEL AXE D'INTERVENTION : L'INNOVATION ET LA PRODUCTIVITÉ

Objectif général

Améliorer la performance des PME sur le plan de l'innovation et favoriser la croissance des entreprises grâce à l'amélioration soutenue de la productivité, incluant les affaires électroniques.

VOLET 1 : INNOVATION

- Sensibilisation des PME à l'importance de s'investir dans un processus formel d'innovation; information sur les services et les activités pouvant les appuyer.
- Interventions visant à stimuler et à faciliter, pour les PME, la commercialisation des produits, des services ou des technologies issus de travaux de R-D.
- Projets de démonstration et de mise au point de produits et de procédés.
- Activités permettant de faciliter l'essaimage et le transfert de technologie vers les PME québécoises.

VOLET 2 : PRODUCTIVITÉ

- Sensibilisation des PME à l'importance de s'inscrire dans une démarche planifiée d'amélioration de la productivité afin de maintenir et d'améliorer leur compétitivité.
- Activités de diagnostic d'entreprise menant à l'élaboration d'un plan d'action.
- Activités de mise en œuvre d'un plan d'amélioration de la productivité ou d'un plan d'intégration des affaires électroniques, lesquels peuvent comprendre l'achat d'équipement stratégique neuf jusqu'à un maximum de 100 000 dollars.



Guy Beauchesne, photographe

À Développement économique Canada, nous croyons que la performance est le moteur de la prospérité des entreprises. En soutenant la productivité, nous épaulons les collectivités dans leur rôle de catalyseur du développement. Favoriser la croissance de la productivité au sein des entreprises québécoises, c'est notre force.



Développement
économique Canada

Canada Economic
Development

Canada

Mauricie 819.371.5182 1.800.567.8637

Centre-du-Québec 819.478.4664 1.800.567.1418

www.dec-ced.gc.ca

