

Avec le partenariat principal de :



Canada

# Priorités industrielles

L'essentiel du monde industriel propulsé par la MRI

Vol. 1 / Num. 9

MAISON RÉGIONALE DE L'INDUSTRIE

Novembre 2002

Consultez le Priorités industrielles en ligne : [www.planetestrie.com/actualite.htm](http://www.planetestrie.com/actualite.htm)

## Actualités des entreprises

### Le Centre Microtech intensifie ses activités de transfert technologique

Le Centre Microtech du Collège de Sherbrooke s'est vu octroyer une aide financière de 100 000 \$ par le ministère de la Recherche, de la Science et de la Technologie afin de consolider son service de rétro-ingénierie et de métrologie ainsi que pour mieux poursuivre sa mission de transfert des technologies auprès des entreprises manufacturières de la région.



Cette contribution s'ajoute à une aide financière de 160 000 \$ accordée précédemment par le même ministère afin de mettre à niveau le laboratoire de rétro-ingénierie et de métrologie.

Le service de rétro-ingénierie permet de reproduire numériquement une pièce physique en trois dimensions afin de pouvoir générer un fichier informatique servant à la reproduction d'un prototype sur une base industrielle. Le service de métrologie permet d'autre part l'inspection de pièces physiques en fonction des degrés de tolérances géométriques et dimensionnelles que vous fixez. Un service d'inspection mobile permet aussi d'effectuer des inspections rapides en cours de processus, et ce, directement sur les lieux de production.

Le Centre Microtech, créé en 1986 par le Collège de Sherbrooke, est reconnu à titre de centre collégial de transfert de technologie afin d'offrir une gamme complète d'expertises en technologies de production assistée par ordinateur. C'est une ressource de premier ordre et économique pour les PME manufacturières afin de les assister dans leurs efforts d'instauration technologique par le biais de services tels que : CAO, FAO, GMAO, instrumentation et contrôle de procédés, réseautique des technologies de production.

#### Portes Lemieux ... encore des honneurs !

Portes Lemieux accumule les honneurs alors que, après avoir été honoré dans le cadre du concours « Les PME de la Banque Nationale », l'entreprise s'est mérité le titre d'entreprise de l'année dans le secteur manufacturier, pour la région du Val St-François.

#### Nouvelle convention chez Cascades

Les 228 travailleurs de l'usine Cascades d'East Angus ont entériné à 66 % les offres patronales pour le renouvellement de leur convention collective, pour une durée de six ans.

#### Jacques Juby, président de C.S. Brooks Magog

M. Jacques Juby, ex-président de la MRI et président du Fonds régional de solidarité Estrie, vient d'être promu à titre de président de C.S. Brooks, à Magog. M. Juby occupait précédemment le poste de vice-président à la fabrication pour l'entreprise.

#### Caron & Fils : des honneurs à Coaticook

Le fabricant d'échangeurs d'air Caron & Fils, à Coaticook, a remporté le prix de l'entreprise de l'année et de manufacturier de l'année, lors des prix Excel, à Coaticook.

#### Usinage Pro 24 agrandit à Asbestos

Cette entreprise, spécialisée dans la sous-traitance en usinage et créée en 1999, connaît une forte croissance alors qu'elle s'apprête à doubler le nombre d'employés avec l'ajout d'une dizaine de postes. Elle occupera un nouveau bâtiment de 10 000 p.c.

#### TLD veut tripler d'ici 18 mois

Tout en lançant officiellement ses activités à Sherbrooke avec une cinquantaine d'employés, dans les anciens locaux de RNG-Protech, TLD Canada souhaite tripler son personnel d'ici 18 mois. L'usine, dirigée par M. Julien Turcotte, se spécialise dans la fabrication de chargeurs de fret.

Vous pouvez toujours vous fier  
à votre **petit doigt**...

Mais nos enquêtes et sondages  
vous donneront un bien  
meilleur **coup de pouce!**

**MÆSTRO  
éFRESCO**  
publicité

1-866-565.9277

[www.maestro.ca](http://www.maestro.ca)

Conseils en fiscalité, recommandés par Samson Bélair/Deloitte & Touche

## Des façons de réduire vos impôts pour 2002

Il reste encore plusieurs semaines avant la fin de l'année : c'est le temps de réviser vos transactions de 2002 et de faire les ajustements nécessaires s'il y a lieu. Voici donc plusieurs moyens, parmi d'autres, d'économiser de l'impôt pour l'année 2002.

### **Cotisez à votre REER**

Si vous n'avez pas encore cotisé à votre REER pour l'année 2002, hâtez-vous de le faire. Plus tôt vous versez des cotisations à votre REER, plus vous augmentez votre capital pour financer votre retraite. Si vous en avez la possibilité, versez-vous un salaire d'au moins 75 000 \$ avant la fin de l'année afin de vous assurer de pouvoir verser la cotisation maximum de 13 500 \$ en 2003. Si votre conjoint est plus jeune que vous et que vous prévoyez que ses revenus à la retraite seront moindres que les vôtres, songez à établir un REER à son profit.

### **Réclamez la déduction de 500 000 \$ pour gains en capital**

Les actions d'une société exploitant une petite entreprise et les biens agricoles admissibles (y compris les actions d'une société ou les participations dans une société de personnes) sont toujours admissibles à la déduction pour gains en capital. Demander cette déduction requiert souvent une bonne dose de planification et l'aide d'un conseiller fiscal.

### **Reportez l'impôt sur l'avantage lié à l'exercice d'options d'achat d'actions**

Si vous avez exercé des options d'achat d'actions en 2002 et détenez encore ces actions, vous pouvez reporter l'avantage lié à l'exercice d'options ayant une valeur de 100 000 \$ et qui ont été acquises au cours de l'année, le montant de 100 000 \$ étant déterminé en fonction de la juste valeur des actions au moment où les options d'achat d'actions ont été octroyées.

### **Réalisez une perte déductible au titre d'un placement d'entreprise**

Une PDTPE peut servir à diminuer le revenu de toutes provenances. Par conséquent, si vous êtes actionnaire ou créancier d'une société fermée financièrement instable, songez à vendre vos actions ou vos créances à une personne non liée avant le 31 décembre afin de réaliser une PDTPE pour 2002.

### **Reportez vos revenus**

Une bonne planification de fin d'année consiste à déterminer dans quelle année un revenu sera encaissé ou une dépense déduite. Dans certains cas, il sera avantageux de reporter l'encaissement de revenus de 2002 à 2003 si vous prévoyez que vos revenus seront sensiblement moindres au cours de la prochaine année.

### **Faites des dons**

Avez-vous effectué vos dons pour l'an 2002 ? Si ce n'est déjà fait, le temps est propice pour réévaluer vos projets concernant les dons que vous voulez effectuer pour l'an 2002 et profiter des crédits d'impôt pour dons de bienfaisance.

### **Remboursez les prêts obtenus de votre société**

Si vous avez contracté un emprunt de votre société en 2001, remboursez l'emprunt avant la fin de 2002. Si vous tardez, le montant intégral du prêt sera ajouté à votre revenu de 2001.

### **Déclarez un boni**

La déduction fiscale accordée aux petites entreprises est offerte aux sociétés fermées sous contrôle canadien dont le revenu d'entreprise est inférieur à 200 000 \$. Si le revenu imposable d'entreprise de votre société excède le seuil de 200 000 \$, une bonne planification fiscale consiste à faire en sorte que la société verse un boni afin de ramener ce revenu imposable sous les 200 000 \$.

### **Utilisez vos pertes en capital**

Les règles fiscales relatives aux pertes en capital permettent d'utiliser les pertes en capital subies en 2002 pour réduire les gains en capital réalisés en 2002.

### **Vérifiez la déductibilité des intérêts sur vos emprunts**

Pour que les intérêts payés sur vos emprunts soient déductibles dans le calcul de votre revenu, les emprunts doivent avoir été contractés dans le but de tirer un revenu d'une entreprise ou d'un bien.

Source : **Résumé d'un article de M. Jean-Luc Beaugard tiré de l'Actualité fiscale d'octobre 2002, bulletin bimestriel publié par Samson Bélair/Deloitte & Touche**

Un deuxième mandat pour René Gendron ?

## Représentation de la MRI à la Commission des partenaires

La MRI tente présentement de déléguer son directeur général pour un deuxième mandat à la Commission des partenaires du marché du travail, qui relève du gouvernement du Québec. M. Gendron, qui vient de compléter un premier mandat, profite ainsi d'une tribune privilégiée pour représenter les intérêts des entreprises manufacturières de la région et pour informer les entreprises sur les enjeux relatifs au marché du travail, au développement des ressources humaines et à la formation. Cette participation s'inscrit en cohérence avec un volet de la mission de la MRI visant la représentation des intérêts des entreprises manufacturières à différents niveaux de la société.

### Relance de l'enquête salariale

Grâce à une entente de collaboration avantageuse entre la MRI et la direction régionale d'Emploi-Québec, un renouvellement de l'enquête sur la rémunération et les avantages sociaux qui prévalent dans les entreprises manufacturières de la région pourra être réalisé au cours des prochains mois. Ce produit constitue une excellente référence pour déterminer les conditions qui devraient prévaloir en région et pour fixer la stratégie de rémunération. Près d'une cinquantaine de postes de travail y figureront, permettant un vaste document de référence pour les gestionnaires en ressources humaines.

### Électro-Techno : nouveau membre à la MRI

L'entreprise Électro-Techno, présidée par M. André Lemire, vient d'adhérer au membership de la MRI. Spécialisée dans le secteur industriel, Électro-Techno offre des services professionnels pour la réparation d'équipements électroniques. Localisée à Ascot Corner, l'entreprise fait notamment la réparation de tous les équipements électroniques industriels : cartes électroniques, panneaux de contrôle, variateurs de vitesse, contrôleurs de température, automates programmables... et beaucoup plus. Tél. : 566-5151

### Nouvelles d'Emplois Compétences

#### Programme d'accueil et d'intégration : du nouveau en formation

Emplois Compétences innove en lançant cet automne une nouvelle procédure d'accueil et d'intégration de ses employés en impartition.

Cette procédure vise directement à assurer à tous nos nouveaux travailleurs de bien s'intégrer à notre organisation, d'avoir une meilleure connaissance de leur milieu de travail, de s'assurer une formation de base en santé et sécurité.

Lors de son arrivée parmi nous, chaque employé reçoit un écritoire comprenant deux guides d'accueil : le premier pour l'accueil chez Emplois Compétences et le second chez l'entreprise cliente. Chacun des guides fait la présentation de l'organisation, informe sur toutes les procédures et politiques de l'organisation, insiste sur les éléments de santé et de sécurité et comprend tous les éléments de logistique à tenir en compte lors de l'accueil et de l'intégration de l'employé.

Graduellement, au cours de la prochaine année, les entreprises clientes seront approchées pour la rédaction de guides. Ce service sera également disponible pour les entreprises qui désirent implanter une telle procédure chez elles.

## Prochaines activités de la MRI : 819.566.5235

**Défi Excellence :** Mardi le 26 novembre en soirée, Atelier sur la résolution de problèmes, avec Lise Frève

**Souper conférence :** Mercredi le 27 novembre en soirée, avec Bombardier, Portes Lemieux et Produits American Bilrite. Thème principal : soirée de partage d'expertises en GRH

**Brunch du Nouvel An :** Dimanche le 26 janvier 2003, en matinée. Défilé de mode et surprise acrobatique.


**CONSTRUCTION LONGER INC.**
**ENTREPRENEUR GÉNÉRAL**
**Luc Auclair, président**
**Denis Brière, vice-président**

175 rue Léger, Sherbrooke (Qc) J1L 1M2

**Tél.: (819) 564-0115 • Téléc.: (819) 564-3178**

Courriel : longer@qc.aira.com

*« La satisfaction de nos clients...*
*le succès de notre entreprise ! »*

Conseils en marketing, recommandés par Raymond Chabot Grant Thornton

## Le positionnement, élément clé de la stratégie marketing

« Ce n'est pas parce que vous fabriquez quelque chose que quelqu'un va l'acheter ». Pour continuer de croître, les entreprises doivent acquérir et retenir des clients. Le marketing - communication tient en cinq étapes :

- comprendre l'environnement de marché
- développer une stratégie
- faire un plan de marketing - communication
- déployer le plan
- mesurer les succès et corriger

Autant ceci peut paraître simple, autant de nombreuses compagnies ne respectent pas ces étapes. L'erreur la plus commune et la plus grave étant de confondre la stratégie et la tactique, c'est-à-dire de développer des outils publicitaires sans réflexion d'ensemble ni calendrier.

Une véritable stratégie marketing donne un plan d'action pour créer et délivrer de la valeur à des groupes distinctifs de clients. Une stratégie réussie doit commencer et finir par le client, sans opinion préconçue, c'est pourquoi il faut toujours vérifier et tester nos hypothèses en permanence. La stratégie de marketing - communication est composée de :

- ciblage (à qui va-t-on offrir nos produits et services ?)
- positionnement (comment va-t-on se différencier de nos concurrents ?)
- attributs de produits (quelles sont les caractéristiques de nos produits ou services ?)
- communication (comment va-t-on rejoindre nos clients et avec quel message?)

De tous ces points, le ciblage et le positionnement sont les plus importants. Si vous savez les réussir, tous les autres points se mettront naturellement en place.

Source : Résumé d'un article de K. Clancy, de l'American Marketing Association, par Jacques Vidal, conseiller marketing, Raymond Chabot Grant Thornton. [vidal.jacques@rcgt.com](mailto:vidal.jacques@rcgt.com) 822-4004 # 4170

Le choix de la cible, c'est-à-dire identifier précisément les personnes vers qui nous voulons fournir nos efforts, est la première chose à considérer. Cibler, c'est savoir où concentrer nos forces. « Pour gagner la guerre vous devez savoir où attaquer » disait le Général Eisenhower. La plupart des spécialistes sont d'accord pour dire qu'il faut se concentrer sur quelques catégories de clients, et cela pose aussitôt le problème de choisir lesquelles, c'est-à-dire identifier le groupe de clients qui aura le plus d'impact sur nos profits. Les groupes les plus évidents étant rarement les plus profitables, cet effort de segmentation prend du temps mais c'est un aspect essentiel de la gestion de votre entreprise. Trop d'entreprises et de publicitaires n'y consacrent pas assez d'énergie.

Une fois que le groupe le plus profitable est identifié, l'étape suivante est de se positionner. Les produits ou les services qui représentent ou qui rappellent quelque chose d'important ont un avantage immédiat, car les acheteurs (industriels ou consommateurs) ont de moins en moins de temps pour évaluer leur achat et doivent le faire dans un environnement de plus en plus encombré. Habituellement, l'énoncé de positionnement est une phrase, ou même un mot, qui résume le message que l'on veut que les clients ciblés retiennent, par exemple :

Apple = facilité d'utilisation

BMW = performance pour les amateurs de conduite

Coke = authentique, vrai, original

Le positionnement est la raison pour laquelle un acheteur va choisir une marque plutôt qu'une autre, car il considère a priori que ces produits et services vont lui procurer davantage de bénéfices.

### Blague à part !

- Le meilleur moyen de prendre un train à l'heure, c'est de s'arranger pour rater le précédent.
- Si Dieu avait voulu que l'on prit la Vie sérieusement, il ne nous aurait pas donné le sens de l'humour.
- Il faut battre son frère quand il est chaud !



**EMPLOIS**  
compétences

LA RESSOURCE POUR LES ENTREPRISES INDUSTRIELLES

PLACEMENT ET RECRUTEMENT DE PERSONNEL

[www.emploiscompetences.com](http://www.emploiscompetences.com)

566-4070