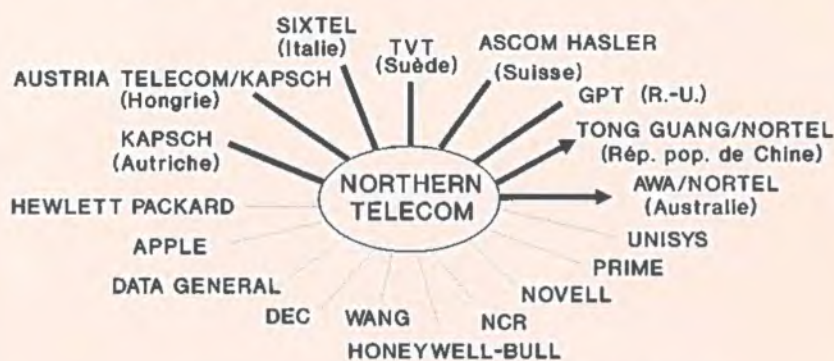


ALLIANCES STRATÉGIQUES

Exemple de réseaux et d'autres formes d'alliances stratégiques à l'échelle internationale



— Accords de licences
- - - Coentreprises
... Alliances stratégiques

Source : Northern Telecom
Produit par : A. Ahmad

Par alliance stratégique, on entend tout arrangement permettant à des sociétés de renforcer leur capacité concurrentielle en participant à des projets de coopération. Le recours à des alliances a pour but de mettre en commun des idées et des ressources, de suivre le rythme des changements au sein du marché, de réduire les risques, de développer de nouveaux marchés et de conserver une certaine souplesse. Sont présentés ci-après les profils de trois sociétés canadiennes qui ont contracté des alliances stratégiques pour accroître leurs avantages concurrentiels. Ce sont Vernacare Corporation, dans le domaine de la gestion des déchets humains en milieu hospitalier; Quadra Logic Technologies Inc., en matière de mise au point et de commercialisation de médicaments utilisant la technologie photodynamique; et Cognos Incorporated, dans le domaine des applications de pointe et des logiciels de gestion de données. (p. 4) ➤

Les alliances entre sociétés constituent une nouvelle possibilité stratégique touchant tous les aspects de l'industrie mondiale. Le principe est de plus en plus important au sein de celle-ci, que ce soit au niveau des petites sociétés ou des grandes, des industries en plein essor ou en déclin, des industries de fabrication ou de celles du secteur des services. La récente prolifération des alliances est en train de marquer de façon profonde la structure des industries et la nature même des avantages concurrentiels dans les années 90.

Au cours de la nouvelle décennie, l'avantage concurrentiel reposera de plus en plus non seulement sur les potentialités internes d'une entreprise, mais aussi sur les arrangements qu'elle aura réussi à prendre et sur l'étendue de ses relations avec les autres sociétés. C'est parce qu'elles ont reconnu ce fait que les sociétés se situant à la fine pointe de la technologie cherchent énergiquement à se faire des alliés. C'est d'ailleurs ce qui fait dire à beaucoup d'experts que de vastes réseaux d'alliances formeront la base industrielle du XXI^e siècle.

Les motivations entraînant la formation des alliances stratégiques sont alimentées par des pressions très diverses. Parmi elles, notons le coût énorme du développement technologique et de la commercialisation des nouveaux produits, et le fait que des produits dont la mise au point coûte des centaines de millions de dollars peuvent durer moins de deux ans. (p. 2) ➤

DANS CE NUMÉRO

Vernacare Corporation	p. 4
Quadra Logic Technologies Inc.	p. 5
Cognos Inc.	p. 6
Témoignage : Alliance Medical Inc.	p. 7
À votre service	p. 8
Davos 90	p. 8



INVESTISSEMENT
CANADA

INVESTMENT
CANADA

ALLIANCES STRATÉGIQUES (suite de la page 1)

Les produits deviennent aussi de plus en plus complexes, incorporant une plus grande variété d'importantes technologies. Or pour mettre au point des nouveaux produits, il faut compter tellement de ces techniques de pointe que la plupart des sociétés ne peuvent pas demeurer à l'avant-garde de la technologie dans chacun d'eux. En outre, il est peu probable qu'on trouve à l'intérieur d'une même société toutes les ressources intellectuelles nécessaires afin de mettre au point des générations de produits qui soient entièrement nouvelles.

Les structures de marché changent très rapidement. L'intégration économique encore plus poussée de la Communauté économique européenne en vertu de l'Acte unique européen (en 1992), la création d'un marché nord-américain au moyen de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis, et la libéralisation au sein des pays d'Europe de l'Est témoignent entre autres de ce fait. Tous ces changements obligent les entreprises à étudier des possibilités de rationalisation et de remaniement, et à revoir les méthodes traditionnelles d'implantation et de positionnement sur les marchés.

Survivre aux années 90

Tous ces facteurs déjà mentionnés forcent les gestionnaires des sociétés à réévaluer ce qu'il leur faut pour réussir à faire face à la concurrence au cours des années 90 et pour y survivre. Ils doivent reconsidérer la stratégie du « je me débrouille tout seul » qui a longtemps caractérisé la façon de penser de beaucoup de gestionnaires nord-américains. Sur le marché d'aujourd'hui, où la concurrence est très vive, il y a peu d'entreprises qui auront tous les outils nécessaires pour adopter ce genre d'approche, à savoir les ressources financières, l'envergure technologique ou la présence sur les marchés mondiaux. Même s'il peut encore se trouver des gestionnaires

qui adhèrent au point de vue traditionnel voulant que la coopération avec d'autres soit un signe de faiblesse, il reste que cette attitude perd rapidement du terrain et devient même dangereuse là où s'exerce la concurrence.

Des entreprises de toutes tailles ont recours à des alliances stratégiques afin de relever les nouveaux défis et de profiter des occasions que présente la conjoncture économique globale actuelle. Les alliances fournissent un moyen de partager les coûts et les risques associés à la mise au point de produits dont la fabrication est très coûteuse et dans laquelle la technologie est prédominante.

Les grosses entreprises contractent de plus en plus d'alliances avec de petites entreprises pour tirer profit de leurs potentialités sur le plan de l'esprit d'entreprise et de leurs créneaux. Pour bon nombre d'entre elles, les alliances sont une façon d'acquérir plusieurs technologies en même temps.

De nos jours, les sociétés de pointe comme IBM, Olivetti, Philips et General Electric sont au centre d'un réseau très dense de liens internationaux. De tels accords commencent aussi à se répandre au sein de l'industrie mondiale de l'automobile.

Mondialisation

Pour les petites et moyennes entreprises, les alliances, en particulier celles avec les grosses entreprises, deviennent d'importantes sources de financement à mesure que le capital de risque devient plus rare. Les petites et les moyennes sociétés, par suite des pressions qu'exerce la concurrence, se voient obligées de participer davantage à l'économie mondiale en élargissant leurs créneaux et en augmentant leur force sur les marchés. Ce type de sociétés dispose rarement des ressources financières ou encore des moyens suffisants sur le plan de la gestion pour

Tableau 1 Principaux facteurs et circonstances* incitant à contracter des alliances

BASE (au Canada)	Sociétés			
	Total	Petites	Moyennes	Grandes
	333	197	108	28
Croiss. du marché-				
Accroiss. des ventes	115	67	36	12
Connaiss.-Compét.-				
Réputation du parten.	57	37	18	2
Accès au marché amér.-				
Autres marchés	57	40	16	1
Potentiel de croiss.-				
Mandat-Stratégie	22	10	9	2
Parten. avec moyens-				
Technol. pour R-D	29	16	7	5
Écon. de coûts-Besoin				
de plus de ress. financ.	47	31	10	6

Tableau 2 Principaux avantages* tirés des alliances

BASE (au Canada)	Sociétés			
	Total	Petites	Moyennes	Grandes
	333	197	108	28
Croissance	51	29	19	3
Augm. des profits-				
Dimin. des dépenses	38	26	10	2
Acquisition de connaiss.-				
Technol.-Expér.-Crédib.	65	32	24	9
Prod. nouv.-Prod. amél.				
(fabr. par la société)	22	13	6	2
Accroiss. des ventes				
et des parts du marché	113	69	32	13
Accès à des marchés				
étrangers	28	17	8	2

Tableau 3 Principaux problèmes* que causent les alliances

BASE (au Canada)	Sociétés			
	Total	Petites	Moyennes	Grandes
	333	197	108	28
Coûteux	30	23	4	3
Arriver à un acc. formel-				
Engagement-Suivi	20	12	5	3
Intérêts opposés-				
Objectifs divergents	41	21	13	6
Distance	20	14	5	1
Lois restrict. sur le plan				
du comm. intern.-Manque				
de connaiss. des marchés	25	13	10	2
Aucun probl.-Peu de probl.-				
Probl. mineurs-Trop tôt				
pour se prononcer	56	33	17	6

*Extraits des catégories citées le plus souvent.

Source : Enquête « Directions 1989-1990 », Ernst & Young.

fonder des filiales ou en acquérir. Dans leur cas, les alliances deviennent rapidement le meilleur moyen de mondialiser leurs activités.

Pressions exercées par la concurrence

Même si la coopération entre entreprises sous forme de coentreprises et de contrats de licences ne date pas d'hier, il existe des différences qualitatives appréciables entre ce nouveau genre d'arrangements et les formes traditionnelles de coopération. Autrefois, les sociétés coopéraient entre elles surtout au niveau des activités gravitant autour du noyau de leurs compétences. Il en est autrement aujourd'hui, car il est maintenant essentiel qu'elles s'associent avec des partenaires dans tous les domaines si elles veulent être efficaces stratégiquement et obtenir des avantages concurrentiels dans l'avenir.

De nos jours, les sociétés concluent des ententes stratégiques avec des partenaires pour accroître les potentialités essentielles à leur développement, augmenter le flux d'innovations au sein de leur entreprise et améliorer leur souplesse afin de mieux réagir aux fluctuations du marché et aux changements technologiques. L'objectif fondamental de ces arrangements est de changer la position stratégique de l'entreprise sur le marché concurrentiel sans devoir investir de façon massive sur le plan des ressources internes.

Enquête

« Directions 1989-1990 »

Les développements récents semblent indiquer que beaucoup de sociétés canadiennes se tournent de plus en plus vers les alliances pour réagir aux pressions de la concurrence dont il est question ci-haut. Dans le cadre d'une récente enquête de la firme Ernst & Young auprès d'entreprises canadiennes de technologie de pointe, intitulée « Directions 1989-1990 », 41 % des 822 répondants ont indiqué qu'ils avaient contracté une ou plusieurs alliances stratégiques. Cette proportion comprenait 34 % des petites entreprises interrogées, 56 % des entreprises de taille moyenne et 61 % des grosses entreprises. De surcroît, plus de 77 % des entre-

prises interrogées avaient formé des associations avec des partenaires étrangers, tandis que 42 % étaient associées avec des partenaires canadiens. Enfin, mentionnons que 52 % des répondants ont déclaré qu'ils concluraient d'autres ententes avec des partenaires dans l'avenir. (Voir les tableaux en page 2.)

Les défis

Travailler de concert avec un partenaire constitue une nouvelle expérience pour la plupart des sociétés. Le faire avec un partenaire étranger peut se révéler un véritable défi pour des cadres supérieurs d'entreprise. En effet, ils doivent apprendre les subtilités entourant le partage des pouvoirs et de l'information et ce, tout en « tirant suffisamment sur la couverture ». D'autre part, une tâche qui s'avère également considérable est celle de trouver du personnel capable de bien diriger une entreprise au-delà des frontières nationales. Enfin, les alliances nécessitent que les objectifs, les stratégies, les politiques, les relations et les responsabilités des entreprises intéressées soient définis avec une extrême clarté.

Beaucoup d'études récentes ont fait état des espoirs déçus et des attentes trompées constatés chez les entreprises ayant contracté des alliances. Dans la plupart des cas, les échecs sont dus soit à un manque de limpidité des objectifs, soit à un mauvais choix du partenaire ou à une préparation insuffisante. Même si les alliances ne répondent pas toujours aux attentes de ceux qui les nouent, les impératifs de la concurrence sont pour leur part très clairs. C'est pourquoi les alliances deviendront vraisemblablement partie intégrante de l'industrie mondiale au cours de la prochaine décennie. Le défi sera donc d'apprendre à en contracter des bonnes et à bien les gérer. Les entreprises qui n'auront pas appris à utiliser les alliances stratégiques se trouveront désavantagées sur le plan de la concurrence.

— Micheal Kelly, Investissement Canada

M. Micheal Kelly est le directeur du Groupe de la promotion de l'investissement, à Investissement Canada, et professeur auxiliaire à la recherche et chargé de cours, International Business Strategy, à la School of Business de l'université Carleton.

12 choses à faire pour la réussite de votre alliance

1. Assurez-vous que vos objectifs sont bien définis avant de vous mettre à la recherche d'un partenaire. Vous devez savoir ce qu'il vous faut avant de chercher un partenaire qui répondra à vos besoins.

2. Soyez sûr au départ que vous êtes prêt à engager les ressources nécessaires pour former et gérer une association avec un partenaire.

3. Apprenez à connaître vos partenaires éventuels, leurs stratégies, leurs objectifs, leurs façons de procéder et leurs expériences passées en ce qui concerne la coopération, et ce, bien avant de conclure une entente. En particulier, assurez-vous qu'ils sont dignes de confiance et qu'ils prendront votre association à cœur.

4. Soyez clair avec vos partenaires éventuels au sujet des objectifs et des obligations entourant l'association, et n'hésitez pas à discuter ouvertement des questions litigieuses.

5. Soyez souple lors des négociations et prêt à faire des concessions sur des points que vous jugez mineurs.

6. Concluez un accord souple. Reconnaissez que les circonstances et les marchés changent et que votre entente pourrait avoir à changer elle aussi.

7. Prenez les mesures opportunes pour protéger votre avantage concurrentiel, par exemple en vous assurant que votre technologie est brevetée, etc.

8. Prévoyez dès le départ les modalités que vous allez suivre advenant une rupture de l'alliance, et concluez une entente avec votre partenaire au sujet de la fin de l'association.

9. Préparez votre organisation interne à la perspective de contracter des alliances stratégiques.

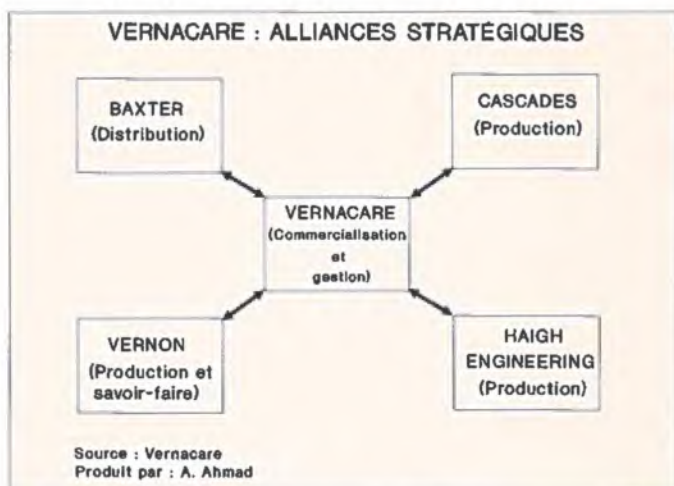
10. Établissez des jalons de performance et un processus de révision en bonne et due forme.

11. N'accordez pas une importance excessive aux résultats à court terme. Envisagez l'alliance en fonction de vos objectifs stratégiques à long terme.

12. Par-dessus tout, rappelez-vous que la clé du succès d'une alliance est le bon sens.

PROFIL DE VERNACARE CORPORATION

Gestion des déchets humains en milieu hospitalier



La société Vernacare Corporation de Toronto a été formée en 1989 dans le but d'introduire au Canada un système unique de manutention des déchets humains en milieu hospitalier mis au point en Europe. Vernacare illustre bien comment l'association de deux entreprises, l'une européenne et l'autre canadienne, permet de percer le marché nord-américain des soins de santé.

Il y a plus de 25 ans, une société anglaise, la Vernon & Company (Pulp Products) Limited, mettait au point toute une série de récipients en papier jetables après usage tels que des bassins de lit, des urinaux et des cuvettes. Vernon a obtenu beaucoup de succès sur son marché intérieur — plus de 65 % des hôpitaux britanniques comptaient au nombre de ses clients —, et elle a estimé que ses produits convenaient parfaitement bien aux exigences en matière de soins aux malades en Amérique du Nord.

Les produits ne sont pas nuisibles à l'environnement, ils améliorent la productivité et le moral du personnel infirmier, et ils sont d'un bon rapport rendement-prix. Fabriqués à partir de journaux et d'annuaires téléphoniques recyclés, les produits sont traités à la résine, ce qui les rend résistants et imperméables, tout en demeurant complètement biodégradables.

Afin d'examiner son potentiel de marché en Amérique du Nord, Vernon a utilisé, vers le milieu de 1988, les services de consultants en biomédecine recommandés par Investissement Canada pour faire des essais dans les hôpitaux, chercher des distributeurs et amorcer le processus d'import-export. Au début de 1989, la société Vernacare Corporation a été formée pour agir comme représentant de Vernon au Canada et faire de la commercialisation en commun dans le domaine des produits de gestion des déchets. De concert avec Baxter Canada, Vernacare importe des produits de la société mère et d'un autre fournisseur anglais et elle s'approvisionne au Canada chez Cascades Inc.

Les associations formées par Vernacare avec des partenaires au Canada ont contribué à son succès : elles ont minimisé les risques et les dépenses en capital, elles ont permis à la société de bouger rapidement pour répondre à divers besoins et elles lui ont permis de parer à toute nouvelle concurrence.

Un an seulement après avoir démarré, Vernacare comptait déjà plusieurs hôpitaux canadiens parmi ses clients. En plus, elle avait fait des essais dans beaucoup d'autres établissements hospitaliers et avait ciblé 60 autres hôpitaux un peu partout au Canada. Sa gamme de produits a depuis subi plusieurs modifications afin de répondre aux normes et aux goûts nord-américains. Vernacare a par ailleurs commencé des activités de recherche et de développement (R-D) sur de nouveaux produits et prévoit se lancer en affaires également aux États-Unis.

La stratégie délibérée de la société de pénétrer le marché nord-américain en passant d'abord par le Canada s'est également révélée déterminante. Cette heureuse décision lui a en effet permis de mieux contrôler sa croissance et d'avoir plus de temps pour effectuer des mises au point à ses produits. Par surcroît, cela lui a donné l'occasion de se familiariser avec la clientèle et de mieux comprendre les forces à la base des associations stratégiques. Dans un avenir prévisible, Vernacare fournira ses produits sur le marché nord-américain intégré des soins de santé avec des produits fabriqués au Canada, une équipe de gestion canadienne, un siège social à Toronto et une maison mère en Europe qui est fière de sa filiale.



Courtoisie de l'hôpital Hogarth-Westmount de Thunder Bay (Ontario)

PROFIL DE QUADRA LOGIC TECHNOLOGIES INC.

Technologie photodynamique

La société Quadra Logic Technologies Inc. (QLT) de Vancouver (C.-B.) est un chef de file mondial dans le secteur de la technologie photodynamique. Cette société biopharmaceutique canadienne a été formée en 1981 par un groupe de chercheurs de l'université de la Colombie-Britannique faisant de la recherche sur le cancer.

QLT s'occupe surtout de mise au point et de commercialisation de médicaments activés par la lumière pour utilisation aux fins de diagnostic et de traitement des maladies. Photofrin, un médicament expérimental dont QLT a obtenu le brevet, fait partie d'une nouvelle technique de traitement au laser appelée thérapie photodynamique.

L'action de Photofrin se fait sentir au niveau des cellules cancéreuses : après injection, il s'y accumule. Les tumeurs sont ensuite exposées à un faisceau laser de faible intensité qui rend le médicament hautement toxique pour ces cellules. Photofrin s'est révélé un produit efficace pour détruire les tumeurs sans toutefois présenter les effets secondaires de la chimiothérapie ou de la radiothérapie. D'ailleurs, on s'attend à ce qu'il révolutionne le traitement du cancer partout dans le monde.



Courtoisie de QLT

Cette thérapie promet aussi beaucoup vis-à-vis du traitement des maladies du cœur (p. ex., pour désobstruer des artères dans les cas d'artériosclérose), de diverses maladies transmises sexuellement (maladies vénériennes) et d'une maladie de la peau connue sous le nom de psoriasis.

Vers la fin de 1989, QLT a conclu une entente avec la société American Cyanamid Company du New Jersey pour mettre au point en commun des médicaments utilisant la technologie photodynamique (TPD) et pour les commercialiser. Cette entente était la seconde alliance que les deux sociétés contractaient entre elles. En plus des droits existants que détient QLT sur des médicaments anticancéreux, American Cyanamid a aussi obtenu les droits mondiaux exclusifs de commercialisation et de distribution des médicaments utilisant la TPD et servant à traiter les maladies vénériennes et le psoriasis. Selon les termes de l'entente, QLT recevra jusqu'à 8 millions de dollars US (payables à diverses étapes de la mise au point) et aura part aux recettes tirées de la vente des produits. Les coûts de mise au point seront assumés à parts égales par les deux sociétés. De plus, QLT sera responsable des coûts de fabrication des médicaments, tandis qu'American Cyanamid aura la responsabilité des coûts de commercialisation et de distribution.

À l'occasion de l'*International Investment Partnering Seminar* qui s'est tenu à Montréal en décembre 1989, le président de QLT, M. James Miller, a parlé du processus d'apprentissage qu'expérimentaient les deux sociétés pour parvenir à « une association avancée pour les deux parties ». À cette occasion, il déclara que « (...) les éléments essentiels à l'alliance stratégique ont été le besoin de déterminer quelle était la base des ressources communes aux deux sociétés, la nécessité de s'assurer que nos objectifs respectifs concordaient et celle d'établir un climat de confiance. »



Traitement de tumeurs malignes au cerveau à l'aide de la thérapie photodynamique.

(Courtoisie du docteur Paul Muller, directeur du Service de neurochirurgie de l'hôpital St. Michael de Toronto [Ontario])

Le 12 février 1990, QLT et la société Baxter Healthcare Corporation annonçaient qu'elles étaient parvenues à une entente. L'objet de cette dernière était de mettre au point, de fabriquer et de commercialiser des systèmes qui se servent des médicaments utilisant la TPD pour inactiver des virus, des bactéries et des parasites présents dans le sang humain. Cette alliance stratégique comprend l'élaboration d'un programme commercial de traitement du sang qui offrirait aux banques de sang, aux hôpitaux et aux cliniques une nouvelle mesure de sécurité lorsque vient le temps de faire des transfusions de sang entier ou de dérivés sanguins.

Selon les termes de l'entente, Baxter et QLT assumeront à parts égales les coûts de mise au point des produits et les profits. Ces coûts comprennent l'élaboration de systèmes utilisant les médicaments de QLT de marque déposée, d'une part, et les instruments et le matériel de Baxter, d'autre part. QLT s'occupera de la fabrication du médicament, tandis que Baxter se chargera de la fabrication des systèmes et de leur distribution à l'échelle mondiale.

COGNOS INC.

Mise au point d'applications de pointe et de logiciels de gestion de données

Fondée en 1969, la société Cognos Inc. est un des chefs de file dans le domaine de la mise au point et de la commercialisation d'applications de pointe et de logiciels de gestion de données qui s'intègrent dans les fichiers et les bases de données des principaux constructeurs de matériel. Cognos est le plus gros fabricant de logiciels indépendant du Canada et l'un des plus grands du monde. En 1989, son chiffre d'affaires s'est élevé à environ 108 millions de dollars canadiens, et son réseau de distribution atteignait près de 70 pays.

Son produit de prestige, qui était à l'origine un programme d'édition pour le mini-ordinateur Hewlett-Packard 3000, s'est transformé au fil des ans en un langage complet de mise au point d'applications appelé aujourd'hui le langage de quatrième génération PowerHouse (PowerHouse 4GL). Le PowerHouse 4GL est le produit le plus couramment utilisé sur les ordinateurs de milieu de gamme, comptant près de 15 000 installations dans le monde. L'on se sert des produits de Cognos tant sur les ordinateurs de milieu de gamme de Hewlett-Packard, de Digital Equipment et de Data General, que sur les systèmes compatibles IBM PC/AT et les systèmes à base 386.

Cognos vend directement ses produits par l'entremise de ses bureaux de vente situés dans 50 villes réparties un peu partout en Amérique du Nord, en Europe, en Australie et en Asie. La société a aussi élaboré un important programme : le *PowerHouse Partners Program*. Quelque 350 réalisateurs indépendants se servent maintenant de ce dernier pour vendre des applications fondées sur les produits de Cognos qui sont eux-mêmes utilisés dans un large éventail d'industries.

En janvier 1990, Cognos Inc. et la société Hewlett-Packard Company (HP) ont reconduit une entente accordant à

HP une licence d'exploitation mondiale pour utiliser le PowerHouse 4GL sur une base illimitée au cours des deux années suivantes. Cela signifie que les divisions de HP spécialisées dans la mise au point de nouvelles applications continueront d'être incitées à se servir du PowerHouse 4GL.

Hewlett-Packard est un fabricant international de produits et de systèmes de mesure et de calcul. On les utilise au niveau de l'industrie de même que dans les domaines des affaires, de l'enseignement, de l'ingénierie, des sciences et de la médecine. Les recettes de HP se sont élevées à 11,9 milliards de dollars US en 1989, et elle emploie actuellement 95 000 personnes.

« La reconduction de l'entente fait de HP notre plus gros client à l'échelle mondiale, de dire M. Michael Potter, président-directeur général de Cognos. Le fait que nous ayons démarré notre entreprise sur les fondements de HP rend cette relation encore plus satisfaisante. »

Cognos et la société Digital Equipment Corporation ont également annoncé en janvier 1990 qu'elles avaient conclu deux nouvelles ententes de commercialisation et de distribution dans le monde entier, auxquelles est venu s'ajouter un programme complet de soutien à la commercialisation. « L'envergure internationale et les nouveaux niveaux de collaboration entre Cognos et Digital Equipment sur le plan de la commercialisation et de la distribution se traduisent par une relation solide et sans égale », de dire M. Jeffrey Papows, vice-président exécutif aux Opérations internationales chez Cognos.

En vertu des ententes, Cognos assurera la distribution de la base de données relationnelle de Digital — la Rdb/VMS —, tandis que Digital revendra le PowerHouse 4GL. Les ententes constituent l'un des premiers programmes de collaboration en matière de commercialisation et de distribution à l'échelle mondiale auxquels participe Digital.



TÉMOIGNAGE : « NOUS AVONS INVESTI AU CANADA »

ALLIANCE MEDICAL INC. (AMI)

Coentreprise

La société AMI a été créée suite à l'association de Idee International R&D Inc. du Canada et de Mikromed de la Hongrie.

Activité de AMI

Fabrication et commercialisation à l'échelle mondiale d'appareils médicaux de haute technologie.

Produits

Matériel de diagnostic à ultrasons destiné à être utilisé sur les humains et les animaux.

Taille

Prévision du nombre de nouveaux employés au Canada d'ici la fin de 1990 : 35.

Marchés

La plupart des pays, mais surtout le Canada et les États-Unis.

L'avenir

Fabriquer et commercialiser des appareils de diagnostic à ultrasons portatifs et fonctionnant à piles, comme l'Ultra-Scan. AMI prévoit créer jusqu'à 50 nouveaux emplois en 1990-1991 et présenter un chiffre d'affaires d'environ 5 millions de dollars.

« Nous avons trouvé à Montréal ce que nous cherchions : un accès facile aux fournisseurs, une main-d'œuvre qualifiée, de bonnes occasions de mettre au point du nouveau matériel et de nouveaux appareils, et la possibilité d'avoir accès à tout le marché nord-américain. »
- Dr Thomas Kecskemeti, président de AMI

Formée en novembre 1989, AMI est la première coentreprise canadienne-hongroise-soviétique. Établie à Montréal, au Québec, elle produira des appareils qui promettent de révolutionner les domaines de la médecine et de la médecine vétérinaire.

L'un de ces appareils est l'Ultra-Scan, le premier ultrasonographe fonctionnant à piles au monde, qui a été mis au point au Canada à partir d'une invention brevetée en Hongrie. Cet ultrasonographe unique et entièrement portatif permet aux médecins, aussi bien en médecine qu'en médecine vétérinaire, d'utiliser cette technologie dans les



De gauche à droite : M. Karim Ménassa, vice-président de Idee International R&D Inc. et secrétaire-trésorier de AMI; M. Stephen Lindmayer, président d'Idee International R&D Inc., ainsi que secrétaire et président du conseil d'administration de AMI; M. William Siebes, du ministère des Affaires internationales du Québec, qui représentait M. John Ciaccia au lancement officiel de AMI; M. Bela Badi, président de Mikromed, de Budapest en Hongrie; et le Dr Thomas Kecskemeti, directeur commercial de Mikromed et président de AMI. (Courtoisie de AMI)

régions éloignées où il n'y a pas d'électricité. Il peut aussi être utile dans les unités d'urgence, les ambulances, les hélicoptères-ambulances, les bureaux de praticiens d'exercice privé et les cliniques.

Conçu de manière à être porté sur l'épaule comme un appareil-photo, le modèle de base pèse 11 livres et fonctionne à l'aide de piles pouvant être rechargées à partir de l'allume-cigare d'une voiture. L'Ultra-Scan, qui doit être modifié sous peu, sera fabriqué à Montréal. Il sera en vente partout dans le monde par l'intermédiaire des mécanismes de distribution existant déjà en Amérique du Nord, en Europe de l'Est et en Europe de l'Ouest.

La coentreprise met en contact deux sociétés : Idee International R&D Inc. et Mikromed. La première est une société de recherche appartenant entièrement à des Canadiens, bien connue grâce à l'invention de l'appareil d'injection sans aiguille révolutionnaire permettant d'administrer sans douleur de l'insuline aux diabétiques. La seconde est une société hongroise et est l'un des plus grands producteurs d'appareils médicaux du monde.

En effet, Mikromed fait partie du Groupe Medicor, qui a été créé il y a 75

ans par la société allemande Siemens. De plus, 50 % des titres de propriété de Mikromed appartiennent au All Union Institute for Research of Medical Instrumentation d'Union soviétique, qui emploie 25 000 scientifiques et a des filiales dans toutes les républiques soviétiques.

Enfin, mentionnons que Mikromed a fourni au projet des brevets, du matériel, du capital ainsi que les services d'un ingénieur, tandis qu'Idee a apporté du capital de risque et gèrera la société.



L'Ultra-Scan (Courtoisie de AMI)

DAVOS 90



En 1990, le symposium annuel du *World Economic Forum* a eu lieu à Davos, en Suisse, du 1^{er} au 5 février. Le thème de cette année était « La concurrence et la collaboration au cours d'une décennie agitée ».

Ce congrès, destiné à favoriser les contacts entre entreprises et gouvernements aux niveaux les plus élevés, réunissait quelque 600 chefs de file mondiaux des milieux de l'économie, des affaires et des finances.

L'honorable Harvie Andre, alors ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre responsable d'Investissement Canada, a été invité à prendre la parole et il a parlé de la mondialisation des marchés : « Le Canada, de par sa réalité géographique, est peut-être le pays le mieux placé pour prospérer en cette ère de mondialisation des marchés », a-t-il notamment déclaré à cette occasion.



INVESTISSEMENT CANADA — À VOTRE SERVICE

Le Groupe des services aux investisseurs d'Investissement Canada offre un large éventail de services aux investisseurs cherchant à mettre sur pied des entreprises au Canada. Le groupe facilite le processus d'investissement en fournissant aux investisseurs l'aide technique nécessaire pour leur permettre de concrétiser leur décision d'investir au Canada. L'aide offerte prend plusieurs formes : cela peut aller du simple fait de fournir des renseignements généraux sur la façon de faire des affaires au Canada jusqu'à celui de trouver pour les clients des partenaires d'investissement — au Canada comme à l'étranger — et de faciliter le rapprochement entre les partenaires. Le groupe aide aussi à résoudre certains problèmes en amorçant des discussions entre les investisseurs et les organismes de réglementation au Canada dans le but de surmonter les obstacles qui pourraient rendre impossibles les investissements.

Le Groupe des services aux investisseurs compte beaucoup sur la compétence des experts d'Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC) dans tous les secteurs pour répondre aux questions des investisseurs éventuels concernant les secteurs industriels. En outre, de concert avec le ministère des Affaires

extérieures et du Commerce extérieur du Canada (AECEC), Investissement Canada travaille en étroite collaboration avec des conseillers en investissement installés dans des marchés clés un peu partout dans le monde : Tokyo, Hong Kong, La Haye, Paris, Londres, Bonn, New York et Los Angeles.

Les conseillers font connaître les possibilités d'investissement existant au Canada pour toutes sortes de projets : des coentreprises, des alliances stratégiques avec des partenaires, des transferts de technologie, de nouveaux investissements, l'octroi de licences, etc. En outre, ils communiquent régulièrement au Groupe des services aux investisseurs des noms d'entreprises étrangères qui ont des propositions d'investissement précises et qui cherchent à investir au Canada.

Investissement Canada ne s'occupe pas de fournir du financement ou des subventions, mais il peut diriger les investisseurs vers des sources de capital potentielles et donner des conseils sur les différentes formes d'aide gouvernementale disponibles à la grandeur du pays.

Si vous songez à un projet d'investissement en particulier, et que votre projet est accompagné d'un plan

d'exploitation, nous aimerions avoir de vos nouvelles. Veuillez communiquer avec le Groupe des services aux investisseurs, Investissement Canada, Case postale 2800, Succursale D, Ottawa (Ontario), K1P 6A5. Télécopieur : (613) 996-2515 Téléphone : (613) 996-7874

Investir au Canada est publié chaque trimestre par Investissement Canada, l'agence fédérale chargée du développement de l'investissement au Canada, par des Canadiens et des non-Canadiens, qui contribuent à la croissance de l'économie et à la création d'emplois, et qui apportent des avantages nets au Canada.

Rédacteur en chef — Richard Bégin
Réviseur anglais — Lillian Rukas
Réviseur français — Vincent Beaulieu
Production — Bernard Cossais

Investir au Canada
C.P. 2800, succursale D
Ottawa (Ontario) K1P 6A5
Télécopieur : (613) 996-2515
Tél. : (613) 995-9525