

INVEST QUÉBEC



UBISOFT FÊTE SES 10 ANS AU QUÉBEC

Depuis son inauguration en 1997, le studio d'Ubisoft au Québec connaît une croissance spectaculaire marquée par le succès et l'innovation.

Le studio d'Ubisoft à Montréal est aujourd'hui le plus important du groupe et, aux yeux de son président-directeur général, Yannis Mallat, sans doute le meilleur au monde. « Nous sommes arrivés ici avec une poignée de *gamers* et de grandes ambitions. Mais nous ne pensions jamais qu'au bout d'une décennie, notre équipe s'étendrait à près de 1 800 personnes ! »

« Nous avons recruté des jeunes sans expérience mais passionnés. Nous sentions bien qu'il y avait ici un terrain propice à la création », rappelle le PDG d'Ubisoft. « C'est d'ailleurs ce qui caractérise notre équipe : un heureux mariage d'ambition et d'initiative, une recherche artistique constante et un souci de la qualité. Ce sont, encore aujourd'hui, les valeurs fondamentales qui nous animent. »

« Nous avons trouvé au Québec des incitatifs fiscaux intéressants, les spécialités complémentaires qu'il nous fallait et d'excellentes universités ; bref, c'était une bonne décision d'affaires. J'aime à dire que ce sont les raisons qui nous ont fait venir ici. Or, ce qui nous a retenus, c'est le talent qu'on y a découvert – les artistes, la qualité de la création, l'innovation, la volonté de faire autrement. Nos créateurs sont un peu plus latins que leurs confrères américains, mais ils savent également ce qu'est un *blockbuster*. »

Ces dernières années, les succès commerciaux d'Ubisoft et les projets d'expansion se sont multipliés. En 2005, par exemple, l'entreprise a annoncé la création du Campus Ubisoft, en collaboration avec des établissements d'enseignement collégial et universitaire. « Montréal est à la tête de l'industrie. Il faut donc veiller à la relève. Il faut la former. C'est pourquoi nous nous

sommes alliés à divers partenaires pour mettre sur pied des programmes de formation pratique, où les étudiants sont rapidement en contact avec le monde du travail, dans des conditions réelles de production. »

Tout comme Ubisoft, l'industrie québécoise du jeu vidéo a aussi pris son envol. « Montréal a fini par réaliser qu'elle occupait une place enviable dans certaines industries, dont le multimédia », explique Yannis Mallat. « À tel point que Montréal fait aujourd'hui partie de notre image de marque. Depuis 2002, les responsables du marketing de nos produits, basés à San Francisco, nous demandent systématiquement d'indiquer que nos nouveaux jeux sont entièrement conçus et fabriqués à Montréal. C'est un gage de qualité. »

« Au départ, nous n'aspirions pas au rang de leader mondial du jeu vidéo. Mais maintenant, c'est le cas. Nous sommes des pionniers, nous devons continuer d'innover. » Ce mot d'ordre se traduit par des initiatives comme Ubisoft Arts Numériques, un studio de création numérique pour le cinéma, dont l'ouverture a été annoncée au début de 2007, dans le cadre du plan de croissance de l'entreprise au Québec.

À ce sujet, Yannis Mallat est à la fois prudent et enthousiaste. « Nous nous lançons dans le cinéma à la façon d'Ubisoft : étape par étape. L'industrie du jeu et le cinéma se rapprochent. D'ici quelques années, avec la puissance croissante des machines, nous allons peut-être nous-mêmes créer le produit de divertissement du futur, et ce sera fait à Montréal. » **— Vincent Choquette**

TENDANCE ▶ 02

L'impartition de proximité, de plus en plus populaire



ENTREVUE ▶ 03

Dominique Brown, président-directeur général de Beenox



ANIMATION ET EFFETS VISUELS ▶ 04

Le savoir-faire *made in Québec*



JEUX ÉLECTRONIQUES ▶ 06

Montréal, capitale mondiale du jeu vidéo

L'IMPARTITION DE PROXIMITÉ, DE PLUS EN PLUS POPULAIRE

Dans certains secteurs, il est encore avantageux d'impartir en Asie ou en Afrique ; toutefois, pour de nombreuses entreprises, la proximité demeure la meilleure solution.

Récemment, Antoine Carre a reçu un appel urgent de la Californie : un de ses clients – un éditeur de jeux vidéo – avait besoin de faire tester la version finale d'un titre avant de le faire certifier. Comme celui-ci était stocké sur un disque optique, il était impossible de le déposer sur un site FTP. Solution : le client l'a tout simplement expédié à Montréal par messagerie au cours de la nuit.

Le président de Bug-Tracker, société spécialisée dans les tests de jeux vidéo, adore raconter cette anecdote, car elle démontre combien il peut être avantageux de faire affaire avec des fournisseurs situés sur un même continent.

« Si mon client avait fait tester son jeu en Inde plutôt qu'à Montréal, par exemple, il lui aurait fallu trois jours pour le livrer là-bas », explique M. Carre. « De plus, nos testeurs sont des passionnés de jeux vidéo ; ils jouent constamment. Si quelque chose cloche, ils le détectent immédiatement. En Inde, seuls les jeux pour PC sont populaires. On ne trouve pratiquement pas de consoles. »

Les clients de Bug-Tracker installés dans la Silicon Valley ne sont pas les seuls à remettre en question les mérites tant louangés de l'impartition hors continent. D'après la firme d'experts-conseils TPI, au cours du premier semestre de 2007, la valeur totale des contrats d'impartition mondiale (impartition extraterritoriale principalement) a atteint son plus bas niveau depuis 2001. L'impartition des processus d'affaires a également chuté.

De fait, plusieurs facteurs expliquant ce déclin favorisent l'impartition au Québec, selon Éric Le Goff, spécialiste en la matière. « Les entreprises se rendent compte que, lorsqu'elles confient un mandat en TI à des fournisseurs en Inde, ces derniers font exactement ce qu'on leur demande. Là est le problème : ils font *exactement* ce qu'on leur demande », indique M. Le Goff, président de CMTek, fournisseur de

solutions en TI. « Il y a peu de place aux améliorations hors devis, notamment à cause des différences culturelles. Il faut donner des instructions très précises, sinon il peut y avoir des malentendus. »

La hausse des coûts de main-d'œuvre ainsi que la pénurie de spécialistes dans les secteurs à valeur ajoutée constituent d'autres sources d'insatisfaction pour les entreprises qui impartissent en Asie ou en Afrique.

Selon le magazine *The Economist*, la protection de la propriété intellectuelle est un autre enjeu de taille. Par exemple, bien que les plus grandes entreprises japonaises spécialisées en électronique aient des activités en Chine, il s'agit surtout de fabrication bas de gamme. Le haut de gamme demeure au Japon, car les Japonais craignent qu'on leur vole leurs idées. En effet, la Chine n'est pas réputée pour ses efforts en matière de protection des brevets et de propriété intellectuelle. Aussi n'est-il pas étonnant que les investissements japonais en Chine aient chuté de 30% en 2006 pour s'établir à seulement 4,5 milliards de dollars.

Les entreprises québécoises, qui obtiennent de nombreux mandats d'impartition dans les TI, le multimédia et le secteur pharmaceutique, ne sont pas surprises de ces résultats. Le Québec, qui profitera sans contredit du déclin de l'impartition en Asie et en Afrique, a toujours eu un avantage marqué par rapport à son voisin américain pour ce qui est des coûts et des incitatifs fiscaux en R-D.

« La tendance à l'impartition mondiale demeure, poursuit M. Le Goff, toutefois les entreprises n'ont plus besoin d'aller chercher leurs fournisseurs à l'autre bout de la planète. Dans plusieurs domaines, les entreprises locales offrent une plus grande valeur ajoutée. » **— Peter Dielmeyer**

BEENOX VISE LE SOMMET

Jeune entreprise de Québec spécialisée en jeux vidéo, Beenox est la filiale du géant américain Activision qui connaît l'expansion la plus rapide du groupe.

L'histoire de Beenox commence alors que son président-directeur général, Dominique Brown, n'a que onze ans. « J'ai annoncé à mes parents que je ferais carrière en jeux vidéo et que je dirigerais mon propre studio », raconte-t-il. Déterminé à réaliser son rêve, il y consacre la majeure partie de son adolescence. Les activités de Beenox ne démarrent toutefois véritablement que 10 ans plus tard, au printemps 2000.

« En créant cette entreprise, mon but était de la hisser au sommet de l'industrie ! », affirme M. Brown. Rapidement, Beenox établit sa réputation en acquérant une expertise qui permet à ses clients de lancer simultanément un produit sur plusieurs plateformes et en différentes langues. La petite équipe travaille à des titres aussi prestigieux que *Tony Hawk* et *Le Seigneur des anneaux*, et les plus grands éditeurs se disputent ses services. Si bien qu'en 2005 Activision offre d'acheter le studio afin d'avoir l'exclusivité du savoir-faire de Beenox. « La décision a été facile à prendre, car nous avions déjà une excellente relation d'affaires avec Activision, se souvient M. Brown. Je savais qu'on nous donnerait la liberté et les moyens de poursuivre notre croissance. Cela s'inscrivait très bien dans notre plan de match. »

Aujourd'hui, le PDG de 28 ans se retrouve à la tête d'un studio associé au plus important éditeur de jeux vidéo. « Nous nous sommes taillé une place enviable au sein du groupe, poursuit-il. On nous confie de plus en plus de projets basés sur les grands titres d'Activision : *Spider-Man* et *James Bond*, notamment. D'autre part, on nous a donné le mandat d'établir un centre d'assurance qualité à Québec, alors que la majeure partie de ce travail se fait à Los Angeles. C'est une belle marque de confiance. Nous testons déjà plusieurs jeux et devrions peu à peu étendre notre champ d'action, puisque nous avons l'avantage d'avoir des coûts inférieurs à ceux des États-Unis et de bien connaître la culture nord-américaine. »

Selon M. Brown, jamais Activision n'a investi autant dans l'un de ses studios. Afin de soutenir cette croissance, Beenox a doublé son effectif au cours des 18 derniers mois et prévoit créer 200 emplois d'ici 2009. « Comme nous sommes situés à l'extérieur des grands centres, la main-d'œuvre est plus disponible et plus stable. Outre une qualité de vie exceptionnelle, la ville de Québec est à échelle humaine, ce qui simplifie les échanges et la prise de décisions en affaires. Par exemple, nous avons pu tisser des liens facilement avec les établissements d'enseignement ici. »

N'ayant rien perdu de sa détermination, Dominique Brown vise toujours plus haut. Ainsi, Beenox franchira bientôt une nouvelle étape, avec la sortie prochaine d'un jeu basé sur le film *Bee Movie* : le premier entièrement développé dans ses studios.

Julie Malo

« Nous avons l'avantage d'avoir des coûts inférieurs à ceux des États-Unis et de bien connaître la culture nord-américaine. »





LE SAVOIR-FAIRE MADE IN QUÉBEC

Si les pionniers de l'animation 3D et des effets visuels numériques ont vu le jour à Montréal, aujourd'hui, les descendants de *Tony de Peltrie* règnent sur Hollywood.

Bien avant l'arrivée de la Xbox et autres plateformes de jeu, les pionniers ont dû jeter les bases des technologies de l'animation 3D. Et c'est ici, à Montréal, qu'ils se sont attelés à la tâche en produisant notamment *Tony de Peltrie* en 1985, le premier film d'animation 3D. Un des créateurs, Daniel Langlois, fondera par la suite Softimage, puis une véritable industrie s'épanouira avec les prouesses et les succès que l'on connaît.

Vingt ans plus tard, l'effervescence est toujours palpable. Nicolas Poteet est directeur, formation en animation 3D au Centre NAD, qui forme, chaque année, environ 80 spécialistes en jeux vidéo et en effets visuels pour le cinéma et la télévision. «En 1994, pratiquement tous nos étudiants étaient québécois. Aujourd'hui, ils viennent de partout pour étudier à Montréal – d'Europe, des États-Unis, d'Amérique du Sud et même d'Asie. La majorité d'entre eux se trouve un emploi ici après leurs études.»

Tous les chemins mènent à Montréal

Parmi ceux qui vont faire carrière dans les grands studios de cinéma de la côte ouest américaine, certains reviennent aux sources. Les artistes numériques Mathieu Raynault et Sébastien Moreau, par exemple, avaient migré vers l'ouest il y a une dizaine d'années pour travailler à certains des plus grands projets cinématographiques. En 2006, ils ont décidé de revenir s'installer à Montréal pour fonder leur propre studio, Rodeo FX, et se joindre à une industrie locale en plein essor.

Cependant, il n'est pas nécessaire de s'exiler pour participer aux superproductions américaines. Pour la société Hybride, fondée en 1991 par Pierre Raymond et établie à Piedmont, au Québec,

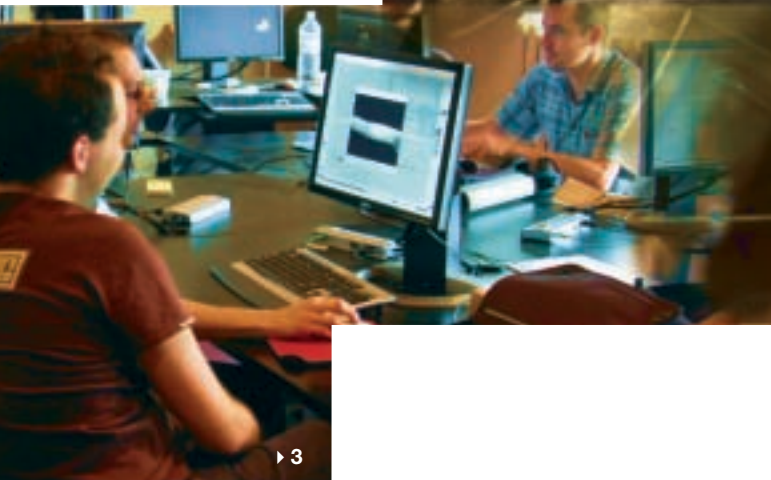
Hollywood représente 80 % de son chiffre d'affaires. Le studio, qui a à son actif des titres prestigieux comme *Sin City* et *Spy Kids*, est considéré aux États-Unis comme l'un des plus importants au Canada. «Au départ, nous nous sommes fait connaître en participant à des coproductions. Nous avons pu ainsi collaborer à des productions européennes et américaines et nous faire une réputation. Par la suite, les producteurs se sont adressés à nous directement.»

Selon le président d'Hybride, l'avenir appartient aux studios d'une certaine taille qui pourront employer de 100 à 200 personnes. «Dans ces conditions, il est tout à fait possible d'avoir à Montréal une industrie viable, qui travaille pour Hollywood», affirme-t-il.

De la pub au long métrage

Le Groupe Image Buzz, de son côté, a fait ses classes dans la publicité. Aujourd'hui, il se spécialise dans la postproduction en effets visuels, en motion design et en animation 3D. Ses incursions dans le cinéma sont de plus en plus nombreuses, au grand bonheur de ses dirigeants. Le studio a créé des effets visuels pour les films *300*, *The Covenant*, *Brokeback Mountain*, *The Aviator* et *Eternal Sunshine of the Spotless Mind*. L'an dernier seulement, l'équipe d'Image Buzz a travaillé à une demi-douzaine de longs métrages.

«Les spectateurs n'en ont pas conscience, à moins de scruter les génériques, mais les studios montréalais sont très présents dans bon nombre de superproductions américaines et européennes», précise Robin Tremblay, conseiller principal chez Image Buzz.



Cinéma et jeux convergent

On ne peut dissocier le dynamisme du secteur de l'animation et des effets visuels du succès monstre du secteur du jeu vidéo à Montréal. Les deux utilisent de plus en plus les mêmes technologies, et aussi les mêmes créateurs. Sans compter qu'ils se partagent les mêmes héros et les mêmes publics.

De là à prédire qu'ils ne feront plus qu'un, il n'y a qu'un pas que Yannis Mallat, président-directeur général d'Ubisoft Montréal, est bien près de franchir. Ubisoft vient de fonder un studio de création numérique pour le cinéma. Or, M. Mallat n'a pas l'impression de s'aventurer en terrain inconnu : « Nous n'avons pas besoin de changer radicalement de métier. À Hollywood, les plus grands réalisateurs utilisent de plus en plus des outils qui les émerveillent mais que nous utilisons depuis des années pour les jeux vidéo. »

« C'est fantastique, poursuit-il, parce qu'on parle beaucoup de convergence. Or, cette convergence, ce n'est pas le jeu qui migre vers le cinéma, mais l'inverse. Est-ce que le film va devenir interactif ou est-ce que le jeu deviendra un film ? C'est à voir. Il y aura des synergies tant dans le contenu que dans le contenant. Autrement dit, l'expérience ne sera pas complète tant que le spectateur n'aura pas joué et tant que le joueur n'aura vu le film. C'est clair que cinéma et jeux vont éventuellement ne faire qu'un ! » **_Vincent Choquette**

ÉVÉNEMENTS/ADRESSES/DATES

Alliance numériqueQC (www.numeriqc.ca) est le principal réseau d'affaires de l'industrie des contenus numériques interactifs et des nouveaux médias du Québec. Elle organise chaque année le **Sommet international du jeu de Montréal (SIJM)**, qui réunit des professionnels de l'industrie du Québec, du Canada, des États-unis et d'Europe. La 4^e édition du SIJM aura lieu les 27 et 28 novembre 2007. www.sijm.ca

ADAPT Montréal (Advanced Digital Art Production Techniques) est un événement annuel de cinq jours qui présente des classes de maîtres, des conférences, des visionnements et des rencontres avec les artistes les plus réputés de l'industrie du film, des effets visuels et de l'animation 3D. La Conférence ADAPT 2007 a eu lieu du 24 au 28 septembre. www.adaptmontreal.com

La **Société des arts technologiques (SAT)** compte plus de 600 membres, artistes et chercheurs. Elle rassemble la communauté des créateurs et favorise les rencontres entre les disciplines artistiques et scientifiques. www.sat.qc.ca

Siggraph, société scientifique et professionnelle au service des chercheurs, des professionnels et des artistes du domaine de l'infographie et des techniques interactives, organise des rencontres mensuelles et une conférence annuelle pour faire connaître les réalisations artistiques ainsi que les applications commerciales de ces technologies. www.siggraph.org

MONTRÉAL, CAPITALE MONDIALE DU JEU VIDÉO

Investissements, implantations et expansions se succèdent à Montréal depuis deux ans dans le secteur des jeux électroniques.

Montréal est l'un des plus grands centres mondiaux de production de jeux interactifs. Quelques 5 100 spécialistes et 84 entreprises se consacrent au développement et à l'édition de jeux, aux services ou à la conception de logiciels. Récemment, une vague d'expansions et d'investissements a déferlé sur la ville, la propulsant à la tête de l'industrie.

Le rendez-vous des géants

À elle seule, Ubisoft Montréal a dévoilé cette année un plan d'expansion de 454 M\$. L'entreprise compte embaucher 500 personnes d'ici 2013 dans son nouveau centre de production de contenu numérique pour le cinéma. Le centre, qui sera installé à Montréal, produira d'abord des courts métrages, mais il pourrait bientôt pénétrer davantage l'industrie cinématographique. « Nous sommes avant tout des créateurs de propriété intellectuelle, explique Yannis Mallat, président-directeur général d'Ubisoft Montréal. Par l'entremise des jeux, nous créons des PI qui ont une existence propre, à l'extérieur du jeu vidéo, par exemple au cinéma, dans les livres ou les séries télévisées. Il était donc naturel pour nous de commencer à explorer ces nouveaux médias. »

Pour sa part, l'éditeur britannique Eidos Interactive a décidé, en février 2007, de suivre la déferlante et d'ouvrir d'un studio de développement à Montréal – un investissement de plus de 50 M\$ US. Tout se déroule comme prévu; l'entreprise s'apprête à inaugurer ses nouveaux locaux et elle devrait avoir recruté 350 personnes d'ici la fin de 2009.

« Il n'y a pas beaucoup de villes dans le monde où l'on peut profiter du soutien d'organismes comme l'Alliance numériQC, Montréal International et Investissement Québec; où les développeurs participent directement à la formation; où sont présentes les meilleures entreprises d'intergiciels, comme Autodesk et Softimage », constate Stéphane D'Astous, directeur général d'Eidos Montréal. « Notre stratégie n'est pas d'être le plus gros joueur à Montréal, poursuit-il. Nous serons relativement petits, mais terriblement efficaces! Cela dit, notre plan d'affaires prévoit tout de même que le studio de Montréal sera le plus important du groupe Eidos. »



Montréal, un must pour les entreprises de services

Les grands producteurs de jeux attirent évidemment dans leur sillage des entreprises de services et des fournisseurs d'intergiciels (*middleware*). Leur présence est moins visible, mais leur nombre augmente constamment.

La société française Bug-Tracker, par exemple, qui offre aux grands développeurs de jeux des services d'assurance qualité et de localisation, est en croissance continue depuis son installation à Montréal, en 2002. Pour Antoine Carre, fondateur et président, la métropole québécoise est l'endroit idéal pour se développer. « Depuis notre arrivée, notre effectif double chaque année. Nous sommes présentement 120, mais à terme, nous serons 250, voire 300 personnes. »

Par rapport à ses concurrents installés en Inde, Bug-Tracker peut se démarquer auprès des développeurs de la Californie et de New York qui préfèrent l'impartition de proximité. Le caractère cosmopolite de Montréal est aussi un atout, puisque tous les jeux vendus en Europe doivent être disponibles dans les langues EFIGS (anglais, français, italien, allemand et espagnol). Bug-Tracker a aussi trouvé un moyen original de pallier la pénurie de main-d'œuvre tout en se donnant une mission sociale. En effet, outre des diplômés universitaires, la société embauche des jeunes décrocheurs et leur donne une formation de testeurs de jeux. Ce programme de réinsertion est mené en collaboration avec Emploi-Québec.

Une autre entreprise française, Kynogon, a choisi de s'installer à Montréal pour ses activités de soutien technique, de ventes et de marketing en Amérique du Nord. Kynogon développe

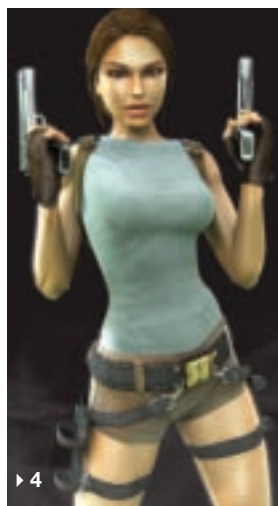
des logiciels d'intelligence artificielle utilisés par les grands développeurs de jeux électroniques. L'entreprise a choisi Montréal pour la masse critique de développeurs qui s'y trouvent, mais aussi pour les avantages concurrentiels qu'elle offre.

Toujours du côté des services spécialisés, la société britannique Babel Media annonçait, en 2005, l'ouverture de son nouveau siège social nord-américain à Montréal. L'entreprise, déjà présente à Los Angeles et à New Delhi, offre aux grands producteurs de jeux des services de localisation, d'assurance qualité, de certification et de marketing.

Enfin, en 2006, le concurrent de Babel, la société américaine VMC Game Labs, a inauguré un nouveau centre de développement et d'essais à Montréal. Pour Steve Fowler, directeur du développement de produits, c'était une bonne décision : « VMC est très heureuse d'être à Montréal. Grâce au grand nombre de diplômés universitaires et à leur diversité culturelle, nous avons mis sur pied le plus grand laboratoire indépendant d'assurance qualité de jeux électroniques du monde. VMC entrevoit un avenir florissant à Montréal. »

Reconnue par l'industrie

Le président-directeur général d'Ubisoft Montréal, Yannis Mallat, résume bien l'évolution qui a fait de Montréal un pôle industriel mondial : « Je pense que ce qui s'est bâti dans cette métropole depuis dix ans, c'est la confiance. Montréal a fini par réaliser qu'elle occupait une position de leader dans l'industrie du multimédia. C'est devenu un état de fait. Ce n'est pas nous qui le disons, c'est l'industrie toute entière. » **Vincent Choquette**





NOUVELLES CLAIR

► Expansion de GSK au Québec

La multinationale GlaxoSmithKline (GSK) investira 50 M\$ dans ses installations de la Cité de la biotechnologie, à Laval, pour en faire le siège social nord-américain de sa division de vaccins novateurs. Jusqu'à maintenant, ce secteur était dirigé en Belgique. Les sommes investies serviront à l'agrandissement et à la modernisation des laboratoires existants, de même qu'à la construction d'un nouveau laboratoire de sérologie. On y mènera des activités de R-D de pointe qui porteront principalement sur les technologies adjuvantes, la biologie moléculaire, l'immunologie et divers vaccins. L'entreprise compte embaucher une soixantaine de personnes et commercialiser cinq nouveaux vaccins au cours des prochaines années.

► Bombardier hausse la cadence à Mirabel

Bombardier, géant québécois de l'aviation et du transport par rail, a déclaré des profits avant éléments spéciaux de 91 M\$ US pour le deuxième trimestre de l'exercice 2008, comparativement à 57 M\$ US l'an dernier. Depuis le début de l'exercice, le carnet de commandes de la division Aéronautique de l'entreprise a augmenté de 38%, atteignant un niveau record de 18,2 milliards US. De plus, les commandes nettes de cette division ont plus que doublé par rapport à celles de la même période l'an dernier, avec 187 avions contre 77. En raison de la solidité de son carnet de commandes, Bombardier Aéronautique fera passer la cadence de production de ses biréacteurs régionaux CRJ700 et CRJ900 à un appareil tous les quatre jours à son usine de Mirabel. Durant le trimestre terminé le 29 juillet dernier, la société a obtenu des commandes nettes de 84 avions régionaux, comparativement à seulement neuf à la même période l'an dernier.

► La minière IOC augmente sa production

En réponse à la forte demande mondiale, IOC a décidé d'investir 60 M\$ pour faire passer sa production annuelle de minerai de fer à 18,4 millions de tonnes, dès le milieu de 2008. Une étude de faisabilité est également en cours pour évaluer la possibilité de porter sa capacité à 21 millions de tonnes. Avec cet investissement, l'entreprise vise notamment à améliorer la production et les performances hivernales de ses installations de Sept-Îles et de Labrador City. Le projet prévoit l'acquisition de nouvel équipement et la modernisation du système de train automatique qui achemine le minerai à l'usine. L'achat de nouveaux wagons servant au transport vers les installations portuaires de Sept-Îles est aussi prévu. Le minerai transformé par IOC est expédié à des clients européens et américains et de la région des Grands Lacs.

► Un investissement de 20 M\$ pour Wyeth

La société mère du géant américain Wyeth injectera 20 M\$ dans ses installations de Montréal. Cette somme permettra à l'entreprise de rénover et de regrouper les neuf laboratoires de son usine et d'en construire un de plus. L'entreprise achètera également de l'équipement de pointe pour automatiser l'emballage des crèmes et des onguents, notamment. Les travaux, qui permettront de faire des gains en efficacité et d'augmenter la capacité de production de l'usine, devraient être terminés au quatrième trimestre de 2008. Cet investissement s'ajoute aux 15 M\$ que la société investit chaque année pour améliorer son usine montréalaise, qui a ouvert ses portes en 1941.

► AstraZeneca achète les laboratoires de DSM Biologics

Le géant pharmaceutique AstraZeneca a récemment annoncé qu'il achetait les laboratoires montréalais de DSM Biologics Inc. Cette unité de fabrication de produits biologiques, située à proximité l'Institut de recherche en biotechnologie, à Montréal, avait été conçue pour produire des protéines thérapeutiques à base de cellules animales. Elle servira maintenant à fabriquer des anticorps monoclonaux en phase d'essai clinique, dont la production devrait commencer en 2009. AstraZeneca prévoit y investir quelque 100 M\$ US au cours des cinq prochaines années, et créer près d'une centaine d'emplois.

Julie Malo

IQ Investissement Québec

393, rue Saint-Jacques, bur. 500
Montréal (Québec) H2Y 1N9
Canada
Tél.: 1 866 870-0437

Chicago / (312) 645-0398
Los Angeles / (310) 209-3332
New York / (212) 843-0981

Londres / +44 20 7766 5931
Munich / +49 89 2420 8760
Paris / +33 (0)1 40 67 85 26

Beijing / +86 10 6465 1520, p.129
Tokyo / +81 3 5733 4588

Président et chef de la direction

Jacques Daoust

Directeur des communications, du marketing et des relations gouvernementales

Jean-Marc Dessureault

Rédactrice en chef

Nathalie Poteet

Rédaction

Vincent Choquette
Peter Diekmeyer
Julie Malo

Traduction

Vincent Choquette
Elaine Kennedy

Coordonnatrice de la production

Lorraine Castonguay

Design graphique et production

Communication Synergik

Photographie

Emmanuel Joly
(pages 2 et 8)

Comité d'orientation

Diane Boisvert
Benoît Deslauriers
Liliane Laverdière
Jérôme Nadeau
Nathalie Poteet
Brigitte Prémont
Claude Saint-Pierre

Collaboration spéciale

Mathieu Vidal

Les montants mentionnés dans ce bulletin sont en dollars canadiens, sauf avis contraire. *Invest-Québec is also published in English.*

Dépôt légal:
Bibliothèque nationale du Québec
ISSN 1198-2284