


Du ski au centre-ville de Pékin

Stéphane Paquet 

29 juin 2004 - 07h27

Après de longs mois de négociations, l'entreprise Cimco, spécialisée dans la conception de patinoire artificielle, a une nouvelle rafraîchissante à se mettre sous la dent: elle construira pour les Pékinois une piste de ski intérieure au centre de la capitale.

« C'est de mon bébé qu'on vient d'accoucher », écrit de Pékin Guy Cloutier, vice-président et directeur général pour les marchés internationaux de Cimco, en envoyant des détails de l'entente à *La Presse Affaires*. Plus tôt, au téléphone, M. Cloutier avait parlé d'une « percée » pour sa compagnie en Chine.

Ce contrat, d'une valeur de 3,2 millions de dollars, est le premier d'une série à venir au cours des trois prochaines années, espère M. Cloutier. Cimco, filiale des Industries Toromont (**TIH**), a en effet en poche une entente exclusive qui porte sur un total de 10 projets dans autant de villes de Chine. « On parle de revenus projetés excédant les 50 millions pour nous », explique-t-il encore.

Le projet peut paraître farfelu aux habitués du mont Sutton et du Massif, mais il y a actuellement 23 installations dans le monde, selon les chiffres de Cimco, qui offrent des descentes de ski à l'intérieur. La mini piste de Pékin fera 45 mètres de hauteur et le système de réfrigération de Cimco fournira la neige artificielle nécessaire à la descente.

Quand le projet sera terminé, les Pékinois qui se rendront skier pourront finir la journée dans des bains de vapeur, puisque le complexe comptera aussi un sauna et un centre d'entraînement, en plus des salles de réunion.

Pour Cimco, il s'agit d'un nouveau créneau, davantage habitué à la glace qu'à la neige et les pentes de ski. L'entreprise canadienne a en effet réalisé ces dernières années 19 glaces artificielles pour des amphithéâtres de la LNH, dont celle du Centre Bell.

« J'ai convaincu l'entreprise d'investir une somme appréciable dans la recherche et développement et la mise en marché de ce nouveau secteur d'activité », indique M. Cloutier.

Pour percer le bouillonnant marché chinois, Cimco- lire Guy Cloutier lui-même- a décidé de s'installer en Chine il y a un an et demi. Depuis, il accumule repas aux restos et rencontres d'affaires dans le but de tisser des liens qui lui seront utiles. « Tu ne peux pas brusquer les relations. Avant de dire que tu es ami avec quelqu'un, ça peut prendre une dizaine de repas », confie-t-il.

Et il n'y a pas eu que les repas. « On les a amenés en Europe pour leur montrer les projets de Cimco en Italie et aux Pays-Bas », souligne Patrick Paradis, de Giolong, le groupe de conseillers embauchés par Cimco pour l'aider à percer en Chine.

« Ce qui a fait la différence, poursuit le consultant, c'est que Cimco a investi beaucoup d'argent en Chine », dit-il, à propos du déménagement des bureaux de M. Cloutier.

Ce dernier en rajoute: « La clé pour toute entreprise désirant s'établir en Chine, c'est la

connaissance préalable du marché. » « Il faut arriver préparé, poursuit M. Cloutier. En général, ça prend trois ou quatre ans pour s'implanter ici. »

Il en veut pour preuve les honoraires de 10 000 \$ versés à divers fiscalistes pour conclure l'entente. Même si le contrat est signé depuis une quinzaine de jours, M. Cloutier attendait d'avoir reçu son transfert bancaire avant de confirmer quoi que ce soit. « La Chine, c'est compliqué, dit-il. C'est encore compliqué. »