



Notes d'allocution

Michael J. Sabia

**Chef de la direction
de
BCE Inc. et Bell Canada**

**Devant le
Club économique de Toronto**

**Toronto (Ontario)
Le 18 janvier 2005**

L'allocution fait foi

Merci, Dominic, et bonjour.

Nous sommes tous des citoyens... des membres... des participants. Nous faisons partie de communautés... de voisinages... de groupes d'intérêt... Et du grand processus politique qui façonne notre société.

Aujourd'hui, je veux vous parler des entreprises en tant que citoyens. Et lorsque je parle d'entreprises citoyennes, Dominic, je pense que je devrais te présenter. Nous avons tous beaucoup à apprendre de ta contribution. Et de ce que tu représentes à Manuvie.

J'ajouterais, Dominic, que je me fais le porte-parole de toutes les personnes ici présentes en soulignant que nous sommes de tout cœur avec les employés de Manuvie qui ont subi les répercussions directes de la tragédie du tsunami en Asie.

On dirait qu'il faut toujours un événement comme celui-là pour nous rappeler, une fois de plus, que notre planète est une grande communauté. Et que nous sommes tous liés les uns aux autres.

Qui dit communautés dit liens. Plus riches sont ces liens, plus la communauté est forte, créative, résistante.

Je crois qu'un nouveau projet est en train de voir le jour au Canada. Une nouvelle ligne de pensée sur l'importance d'investir dans les communautés. D'investir dans leurs capacités.

Je le vois dans les nouvelles attitudes et priorités du secteur du bénévolat. Et dans l'émergence d'un nouveau mode de pensée au sein des entreprises – où l'on reconnaît de plus en plus qu'il est dans l'intérêt de tous d'accroître le potentiel des communautés de créer des occasions.

Alors, Mesdames et Messieurs, prenons un peu de recul. Certains des rôles fondamentaux que joue l'entreprise au sein de la société sont évidents :

- produire les biens et services pour ses clients;
- créer des emplois;
- produire un rendement pour ses actionnaires de manière à pouvoir continuer d'investir;
- utiliser ses investissements pour innover – en vue de répondre aux besoins de ses clients, de créer des emplois et de générer plus de valeur.

Tout cela, bien sûr, dans le respect des normes les plus strictes sur le plan de l'éthique et de la transparence.

Tout cela est bien. Très bien même. En fait, c'est un aspect fondamental du mode de fonctionnement de nos entreprises. Mais je me demande : est-ce assez?

Pensons au mot « citoyen » appliqué à une personne. Il signifie obéir aux règles... aux lois, bien sûr. Se conformer aux grandes normes du comportement social et personnel? Probablement. Voter? C'est souhaitable.

Mais je crois que le sens véritable de la présence sociale individuelle va plus loin. Qu'il évoque une contribution active... une participation... au succès de la communauté. En s'engageant dans des activités de quartier ou des groupes communautaires – de la Petite Ligue de baseball ou du hockey mineur aux centres culturels et aux projets d'habitation. Des organismes bénévoles aux associations d'affaires... et, de façon plus large, au processus politique.

Tout cela contribue à renforcer les liens qui représentent le capital fondamental de toute société.

De la même façon, je crois que les entreprises sont les citoyens d'une plus grande société, avec des rôles et des responsabilités propres à cet état. Que l'essence de la présence sociale de l'entreprise va plus loin que le simple fait de produire des biens, des services et un rendement. Il s'agit d'utiliser les capacités d'une entreprise – ses ressources financières, bien sûr, mais aussi son savoir-faire – pour investir dans la capacité des communautés de résoudre les problèmes et de s'adapter à un monde qui évolue à toute vitesse. Essentiellement, les entreprises doivent s'engager davantage parce que c'est ce que doivent faire les citoyens.

Cet engagement en vaut aussi la peine parce que des communautés fortes tissées de liens étroits vont de pair avec l'essor économique, la créativité et l'innovation.

Ce facteur est d'autant plus crucial que l'ingéniosité est le principal moteur – et la source incontestable – de tout avantage concurrentiel au sein de la nouvelle économie.

Richard Florida, auteur et professeur en politique gouvernementale à l'Université George Mason, souligne que la créativité – en particulier l'innovation dans les affaires – est un phénomène social. Le génie qui travaille de façon isolée dans son laboratoire est un mythe. La créativité et l'innovation s'épanouissent lorsque des gens brillants unissent leurs talents sur une base quotidienne.

Et les gens brillants et talentueux veulent vivre dans des communautés dynamiques et stimulantes qui offrent plein de possibilités. Bref, la communauté joue un rôle important.

Cet énoncé se vérifie dans un sens plus large.

Robert Putnam, qui enseigne la politique gouvernementale à Harvard, a constaté que des avantages concrets découlent de l'importance des liens, de la confiance et de la collaboration sur le plan social. Par exemples, les bébés naissent en meilleure santé, se portent mieux durant la petite enfance et arrivent à l'âge adulte avec moins de problèmes.

Qu'en est-il de la sécurité dans le voisinage? Et dans le cybervoisinage qu'explorent nos enfants? Les résultats sont semblables – il y a plus de sécurité et la qualité de vie est meilleure lorsque les communautés sont unies par des liens étroits. En fait, Putnam conclut que le capital social fait de nous des gens plus intelligents, en meilleure santé, plus en sécurité, plus riches et mieux en mesure de gouverner dans le cadre d'une démocratie juste et stable.

Les entreprises ont besoin d'employés plus intelligents et en santé. Instruits. Capables d'innover. De former des groupes et des réseaux pour produire des avantages et saisir les occasions. L'investissement social contribue à rendre cela possible.

Judith Maxwell l'a exprimé ainsi : « Les sociétés qui auront le plus de succès... seront celles qui créeront des liens sociaux et qui favoriseront un sentiment de responsabilité réciproque. » Tout en s'efforçant de livrer concurrence et de l'emporter dans une économie mondialisée.

Chez BCE et Bell, c'est notre objectif : établir des liens pour les entreprises, pour les personnes et dans les communautés. C'est notre mission première. Depuis 125 ans, nous créons des liens entre les Canadiens et leurs communautés.

Aujourd'hui, nous explorons de nouvelles façons de servir nos clients. En proposant aux résidences et aux entreprises canadiennes des technologies novatrices et des solutions de communications créatives. Afin que les Canadiens puissent mieux se brancher, s'informer et se divertir. Afin d'accroître la productivité des entreprises canadiennes, pour qu'elles soient mieux en mesure de livrer concurrence et de l'emporter sur les meilleurs du monde.

C'est notre tâche. Et je suis fier d'affirmer qu'après avoir établi des liens pendant 125 ans, notre entreprise s'est taillé une place de choix dans le tissu social de ce pays. C'est une distinction que nous prenons au sérieux.

Depuis 125 ans, les gens de Bell ont enrichi cet héritage de service par leurs actions et leur engagement envers leurs propres communautés.

Ils ont les intérêts de leur communauté à coeur et ils font une différence. C'est une attitude très répandue à Bell. J'ai le privilège de le constater de première main. Tout récemment dans notre réponse à la tragédie du raz-de-marée en Asie.

Le 30 décembre, nous avons annoncé que l'entreprise verserait 175 000 \$ à cette cause – et qu'elle donnerait un montant équivalent aux dons des employés. Leur réaction? À titre individuel, en tant que citoyens, ils ont recueilli plus de 400 000 \$.

Au total, les gens de Bell ont donné un million de dollars.

Notre objectif est de miser sur ces capacités. Cet héritage de service. En tirant parti de notre technologie, de notre esprit d'innovation et du dévouement de nos employés pour écrire un nouveau chapitre en matière de responsabilité sociale.

Aujourd'hui, nous abordons l'investissement social autrement, grâce à notre nouvelle vision, « Près des communautés ».

Essentiellement, grâce à cette approche, nous nous assurons que plus de gens puissent être pleinement engagés dans leur communauté pour en accroître les capacités. Pour aider à surmonter les obstacles – éducation, langue ou situation économique – qui empêchent si souvent certaines personnes d'être réellement liées à leur communauté.

En quoi cette approche se distingue-t-elle?

Nous passons des transactions aux relations. De l'action ponctuelle à l'effet levier. Pour changer les choses de manière significative.

Il s'agit de jouer le rôle non seulement d'un bienfaiteur, mais d'un partenaire. Un partenaire engagé et un pont. Pour abattre les cloisons et éliminer les frontières traditionnelles. Pour trouver des solutions. C'est ainsi que nous devons réaliser nos activités. Et c'est ainsi que nous réaliserons notre activité d'investissement dans les communautés.

Pour réussir, nous devons, concentrer nos efforts et nous engager plus profondément.

Nous avons soutenu un grand nombre de causes très valables. Nous avons fait du bon travail. Et nous continuerons d'en faire.

Mais pour changer réellement les choses, nous devons reconnaître que nous ne pouvons pas tout faire. C'est pourquoi nous concentrerons nos efforts dans deux secteurs.

En premier lieu, nous nous concentrerons sur les initiatives qui permettent de consolider les assises économiques et sociales des communautés. Parce que, plus les communautés sont solides, plus le pays est fort et concurrentiel.

En second lieu, dans le cadre de ces initiatives, nous privilégierons la prochaine génération de Canadiens. Les enfants et les jeunes qui seront nos leaders au 21^e siècle.

Dans ces domaines d'intervention, nous appliquerons nos compétences uniques.

Parce que utiliser notre expertise est la bonne chose à faire. Nous chercherons donc les occasions où les besoins publics correspondent au savoir-faire de Bell.

Nous connaissons la technologie. Nous savons bâtir des réseaux, offrir des services de communications; en fait, nous savons gérer tous les aspects de notre monde numérique. En bref, nous savons comment brancher les communautés.

Nous savons innover. Convaincre des partenaires de se joindre à nous. Faire en sorte que la technologie soit un outil fiable d'interaction sociale et un puissant moteur de développement économique.

De plus, nous savons comment déceler une innovation prometteuse et la concrétiser à grande échelle. Nous savons comment transformer le local et le régional en national. Nous le faisons au quotidien. Non plus seulement au Québec et en Ontario. Mais d'un océan à l'autre.

Avec la vision « Près des communautés », nous nous engageons à faire de même avec nos investissements sociaux.

Par une orientation mieux ciblée et un engagement plus profond.

L'argent est une part importante de notre engagement. Avec plus d'argent, les communautés peuvent en faire plus. Dans le cadre de notre nouvelle approche, nous nous engageons aujourd'hui à augmenter notre budget annuel en matière d'investissement communautaire de près de 40%, c'est-à-dire de 14 millions \$ en 2004... à 26 millions \$ d'ici 2007.

Dans un autre sens, toutefois, un engagement plus profond signifie beaucoup plus. Dans les mots de Henry David Thoreau : « Si vous donnez de l'argent, dépensez-vous en même temps. »

Aussi notre vision « Près des communautés » nous oblige à rechercher des initiatives. À développer des façons novatrices de mettre notre investissement à profit. À favoriser la collaboration. À mettre en valeur l'engagement de nos employés.

Nous ne partons pas de rien. Un des nos employés, par exemple, fait partie de l'équipe de recherche pour un projet mené de concert avec le Bloorview MacMillan Children's Centre. Il est un expert en ordinateurs prêts-à-porter, et il connaît leur capacité d'aider les personnes aux prises avec des difficultés physiques à communiquer.

Ce projet a une signification particulière pour lui. Parce que son enfant est un patient de Bloorview et qu'il compte parmi les nombreuses personnes qui souhaitent désespérément communiquer davantage avec ceux qui tu aimes.

Il y a des dizaines d'autres exemples. Nous fournissons notamment le vidéophone à l'unité de soins palliatifs pédiatriques de l'Alberta Children's Hospital, afin que les parents qui prennent soin d'un enfant à la maison aient un accès vidéo direct avec des experts de l'hôpital.

Il y a des programmes comme Web averti et Cyberaide.ca, grâce auxquels nous travaillons à assurer la cybersécurité des jeunes. Nous mettons notre expertise au service des besoins des communautés.

Il en va de même avec Jeunesse, J'écoute. Pendant que je vous parle, près de 14 jeunes communiqueront avec Jeunesse, J'écoute. En fait, les jeunes appellent 24 heures sur 24, sept jours sur sept. Des jeunes qui ont peur, qui se sentent seuls et vulnérables. Des jeunes qui ont besoin d'aide, de conseils... ou seulement d'une oreille attentive.

Dans une année, plus de 350 000 jeunes – une communauté assez considérable – se sentent davantage liés entre eux. Ils ont ainsi de nouvelles occasions de se développer comme citoyens. Et la grande communauté en profite.

Nos employés sont profondément engagés. Les gens de Bell, en fait, ont amassé un bon tiers des 1,7 million \$ recueillis lors de La Marche Bell pour les jeunes au profit de Jeunesse, J'écoute, qui s'est tenue l'an dernier. Au-delà de la collecte d'argent, des milliers d'employés ont agi comme ambassadeurs de l'événement.

Notre engagement va encore plus loin. Un des projets de recherche que nous finançons directement par le biais de notre programme Laboratoires universitaires Bell vise à faire évoluer Jeunesse, J'écoute vers le service en ligne.

Des chercheurs de l'Université de Toronto travaillent, depuis un an, à un projet qui vise à régler un des problèmes liés à la prestation de conseils en ligne, à savoir notamment comment assurer l'anonymat des personnes et le caractère personnel des échanges entre deux personnes communiquant en ligne.

Notre nouvelle mission consiste à chercher d'autres partenariats aussi novateurs, qui favorisent le développement des forces vives des communautés.

À cet égard, je peux vous dire aujourd'hui que nous sommes en voie d'établir un nouveau partenariat avec Pathways to Education, un programme développé par le Regent Park Community Health Centre.

Il s'agit d'un formidable programme, reconnu par les Nations Unies pour ses meilleures pratiques en matière d'éducation. Nous sommes ravis que certains de nos amis de Pathways aient pu se joindre à nous aujourd'hui.

Pathways to Education a ses assises dans la communauté de Regent Park, à Toronto. Il s'agit du plus ancien et du plus vaste projet de logement social au Canada.

C'est un secteur où les revenus sont peu élevés, bien en deçà de la moitié de la norme pour Toronto. Près de la moitié des foyers sont monoparentaux. Et l'anglais est la langue seconde des deux tiers des résidents.

Un quartier où, selon les organisateurs de Pathways, les jeunes doivent faire face aux vendeurs de drogue, se faufiler parmi les sans-abri et éviter les disputes entre les prostituées et leurs souteneurs – simplement pour se rendre à l'école.

Et, comme il n'y a pas d'école secondaire dans le secteur, le passage de la 8^e à la 9^e année était problématique. Le taux de décrochage avant la 10^e année représentait le double de la moyenne de la ville.

Un coût énorme pour notre communauté. Des possibilités perdues. Des talents gaspillés.

Pathways est en train de changer les choses. D'éliminer les obstacles à l'établissement de liens solides. D'offrir un ensemble de solutions novatrices. Le mentorat assuré par des étudiants du collégial et de l'université. Des contrats d'apprentissage signés par les étudiants *et* leurs parents. Le tutorat dans la communauté. Les fournitures d'école. Même des billets gratuits pour le transport liés à la présence à l'école. Résultat? Le taux de décrochage au secondaire a été réduit de 70 % chez les jeunes de Regent Park.

Nos partenaires Pathways nous disent que d'autres communautés leur ont demandé à maintes reprises d'implanter ce programme à succès chez elles. De l'adapter et de l'appliquer dans d'autres villes canadiennes. D'accroître les possibilités pour les jeunes de talent de devenir des citoyens à part entière.

Nous y souscrivons sans réserve. Mais il faut, pour cela, de l'argent. Et la collaboration... des éducateurs, des leaders syndicaux, des dirigeants d'entreprises, et surtout, de tous les niveaux de gouvernement.

En plus d'investir de l'argent et de fournir la technologie là où elle est utile, Bell peut jouer un rôle de leader. Contribuer à faire de ce succès local un succès national. Regrouper tous les acteurs, passés et futurs, désireux de soutenir Pathways et trouver, ensemble, des solutions qui éliminent les frontières traditionnelles.

J'ai abondamment parlé de Bell aujourd'hui. Sans doute parce que c'est ce que je connais le mieux. Et parce que je suis emballé par ce que nous faisons.

La vision est ambitieuse. Nous savons que nous n'en sommes qu'au début. Nous savons très bien que nous ne pouvons répondre à tous les besoins de développement des communautés. Aucune entreprise ne peut y arriver seule.

Mais nous savons que nous ne sommes pas seuls. Et qu'il y a ici aujourd'hui des représentants d'entreprises qui sont engagées dans des directions semblables. Des leaders dans la concrétisation de cette nouvelle vision du rôle de l'entreprise citoyenne. Nous pouvons tous apprendre d'elles... et les uns des autres.

À la fin de l'année dernière, onze chefs de la direction – dont Dominic – ont appelé publiquement les chefs de la direction et les administrateurs d'entreprises à renouveler leur vision de l'entreprise citoyenne.

Nous nous sommes regroupés sous la bannière Imagine pour demander que l'on redéfinisse l'entreprise citoyenne selon trois principes :

- Premièrement, faire en sorte que nos entreprises aient pour principes de base l'engagement social et l'investissement dans la communauté
- Deuxièmement, reconnaître que nous – les hauts dirigeants – sommes responsables de l'application de ces principes et que nous devons être à la hauteur de ces principes
- Troisièmement, travailler à la consolidation de l'engagement social des entreprises dans tous les secteurs, par un engagement plus vaste et plus visible dans nos communautés.

Le mot clé est collaboration : nous devons reconnaître que lorsque le gouvernement, le secteur privé et le secteur du bénévolat mettent leurs forces en commun, nous bâtissons des communautés plus solides. Et nous favorisons l'émergence de citoyens à part entière.

Dans cette perspective, cette semaine, deux importants groupes du secteur du bénévolat – le Centre canadien de philanthropie et le Regroupement des organisations nationales bénévoles – unissent leurs énergies et leurs ressources dans un nouvel organisme appelé Imagine Canada.

Nous souscrivons à ce changement. Et nous travaillerons à son succès. Non seulement parce qu'il réitère le critère minimum en matière d'investissement social des entreprises – 1 % des bénéfices avant impôts – mais aussi parce qu'il sous-tend un engagement renouvelé à être encore plus près des communautés. À nous engager, à titre d'entreprise et aussi à titre individuel.

Notre défi est simple. Assurer un leadership. Ne pas nous contenter d'être des entreprises généreuses, mais faire une différence réelle. Former un nouveau groupe de leaders d'entreprises, investis d'une nouvelle vision. Qui apprennent les uns des autres. Qui collaborent au développement des communautés.

Chacun de nous représente une entreprise, avec des talents uniques et un rôle particulier à jouer.

Je crois que, si nous conjugons notre expertise dans notre secteur aux actions que nous posons dans nos communautés, nous ferons une différence bien réelle.

Chez Bell, nous n'en sommes qu'au début. Mais je crois que, chaque jour, nous en apprenons un peu plus sur la façon de bien faire.

Je crois que les entreprises au Canada peuvent créer des citoyens plus engagés. Des communautés plus solidaires. Et que nous avons la responsabilité de le faire.

Merci.