

BOURSE / PUBLICITÉ-MARKETING



<b>Montréal</b> ▲ 2962,53 20,39 VARIATION DU JOUR: 0,69% AN: 25,03%	<b>Toronto</b> ▲ 5946,92 26,21 VARIATION DU JOUR: 0,44% AN: 23,57%	<b>New York</b> ▲ 6600,66 33,48 VARIATION DU JOUR: 0,51% AN: 28,66%
---	--	---

<b>S&amp;P 500</b> 753,23 5,58 VARIATION DU JOUR: 0,75%	<b>Nasdaq</b> 1327,72 11,30 VARIATION DU JOUR: 0,86%
<b>Dollar CAN</b> 73,71 cents US 0,44 VARIATION DU JOUR: 0,60% AN: 0,34%	<b>Dollar US</b> 1,357 \$CAN -0,008 VARIATION DU JOUR: -0,60% AN: -0,34%
<b>Or</b> 358,80 \$US 1,00 VARIATION DU JOUR: 0,28% AN: -9,44%	<b>Pétrole</b> 24,71 \$US 0,14 VARIATION DU JOUR: 0,57% AN: 23,86%



**Aéronautique**  
**Bombardier vend**  
**30 RJ à un**  
**client américain**  
 page E 5

## Autocar Connaisseur devient filiale canadienne du Texan Coach USA

MARTIN VALLIÈRES

Le plus gros transporteur par autocars nolisés au Québec, Autocar Connaisseur, de Montréal, passera dans le giron de Coach USA, de Houston au Texas, qui est en croissance rapide dans ce secteur.

Une entente en ce sens est intervenue il y a quelques jours entre les deux entreprises, a-t-on confirmé brièvement à La Presse de part et d'autre.

Autocar Connaisseur exploite près d'une centaine d'autocars et emploie quelque 150 personnes, selon des informations inscrites à la Commission des transports du Québec. Elle est active surtout dans la région de Montréal dans le transport touristique et aéroportuaire. Elle circule aussi dans la région de Québec pour le marché touristique du nolisement et des tours Gray Line.

Autocar Connaisseur entrera dans un groupe, Coach USA, qui exploite un parc de près de 2000 autocars en nolisement dans l'ensemble des États-Unis.

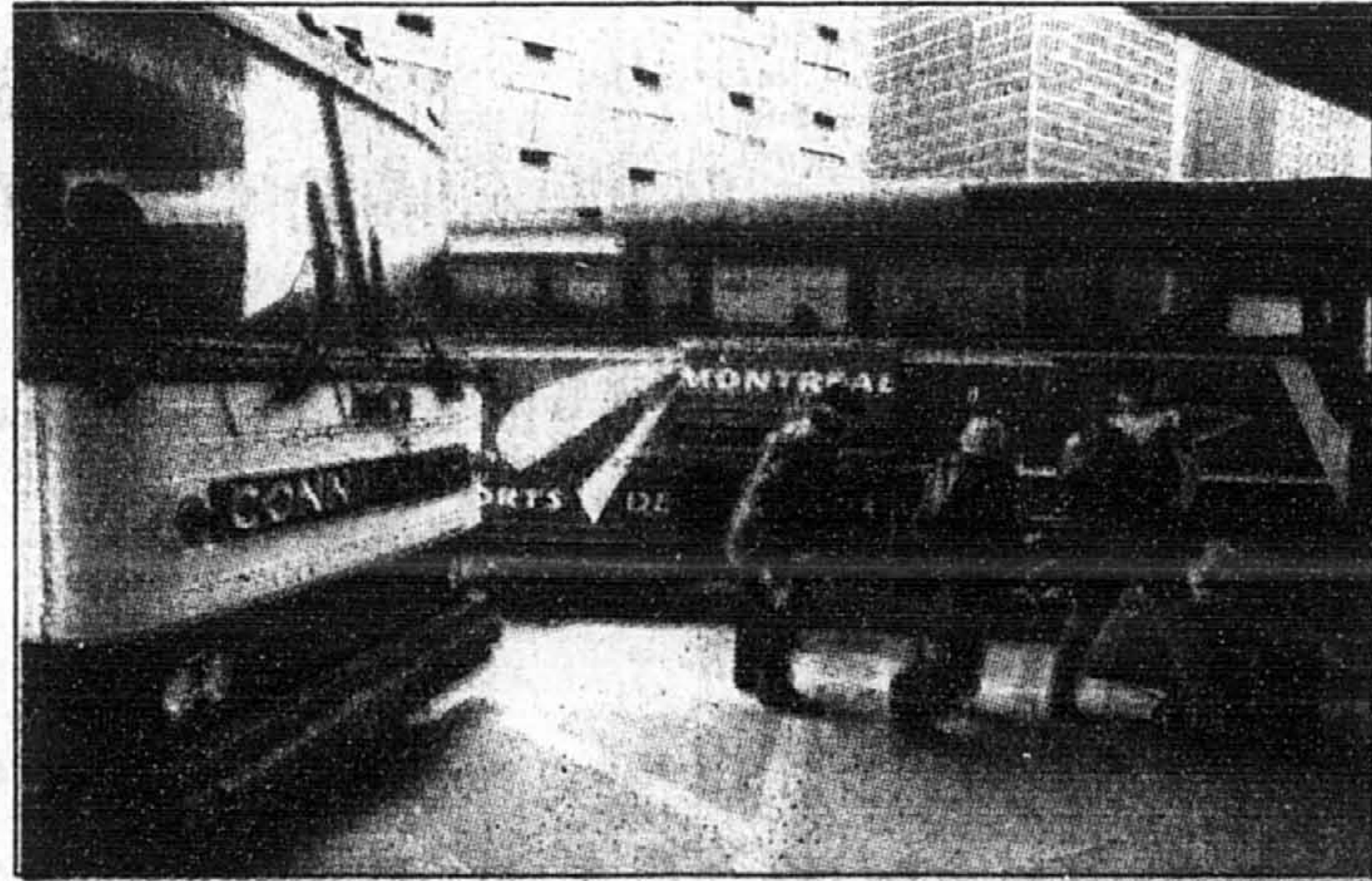
Il deviendra aussi la première filiale canadienne d'un groupe qui prévoit des revenus consolidés de 260 millions de dollars US (355 millions \$CAN) pour son prochain

exercice complet, après acquisitions.

Coach USA est particulièrement active en ce sens depuis quelques mois, forte des 145 millions de dollars US (200 millions CAN) qu'elle a levés en capital en deux occasions depuis son inscription sur le marché américain Nasdaq en juin dernier.

L'acquisition de Connaisseur à Montréal s'inscrit d'ailleurs dans une série de quatre transactions simultanées; les trois autres étant réalisées au Colorado, au Wyoming et en Californie.

Ces transactions contribueront des revenus additionnels de 52 millions de dollars US (70 millions CAN) dès la première année, selon les informations obtenues au siège social de Coach USA, à Houston. De cette somme, environ 14 millions de dollars US (19 millions CAN) est attribuée à l'acquisition d'Autocar Connaisseur. Son président-fondateur, Loren-



Autocar Connaisseur est particulièrement active dans la région de Montréal.

zo Calce, est demeuré discret sur la transaction. Chez Coach USA, on confirme qu'il demeurera en poste à la direction de l'entreprise.

« C'est une bonne transaction pour Montréal. Le réseau de Coach USA va permettre d'attirer plus de touristes, a commenté brièvement

M. Calce. Mais je veux attendre l'approbation de la Commission des transports du Québec avant de commenter davantage. »

Une requête en ce sens n'avait toutefois par encore été inscrite à la Commission, hier. Sitôt faite, cette requête sera suivie de la publica-

tion d'un avis légal dans les journaux. Les opposants auront ensuite dix jours pour se manifester auprès de la Commission, qui tiendrait alors des audiences publiques.

Entre-temps, la mainmise de Coach USA sur le plus gros transporteur par autocars nolisés au Québec suscite des réactions plutôt réservées.

« Ça m'apparaît un mariage naturel. Autocars Connaisseur a la plus grosse flotte au Québec pour répondre aux clients à volume. Quant à Coach USA, c'est une entreprise qui grandit rapidement avec une stratégie qui mise sur la qualité du service, a indiqué Romain Girard, vice-président exécutif de l'Association des propriétaires d'autobus du Québec.

« Par ailleurs, avec des prix inchangés depuis sept ans, la concurrence dans le nolisement d'autocars à Montréal est déjà relevée. L'arrivée de Coach USA devrait avoir peu d'impact. »

M. Girard souligne par ailleurs que Connaisseur était connu des deux côtés de la frontière pour ses activités de revente d'autocars usagés. On ignore toutefois si cette activité fait partie de la transaction conclue avec Coach USA.

## SAQ : les prix ont à peine bougé...

JACQUES BENOIT

La SAQ a révisé le lundi 6 janvier, comme elle le fait au début de chaque trimestre, ses prix de détail, lesquels, globalement... sont demeurés inchangés, à la plus grande satisfaction des consommateurs.

La hausse la plus forte, soit de 1,4 % en moyenne, a touché les vins du Québec, ou embouteillés au Québec par des entreprises d'ici, alors que les vins importés en bouteilles ont vu leurs prix reculer, toujours en moyenne, de 0,2 %.

« Tout ça est mineur », a indiqué hier M. Jacques Tremblay, directeur adjoint du service du prix de revient.

Ces modifications trimestrielles sont attribuables, le cas échéant, aux changements à leurs prix apportés par les fournisseurs, ainsi qu'à la révision des taux de change utilisés par la SAQ pour établir ses prix de détail.

Pour le franc français, qui est la devise étrangère la plus susceptible d'affecter les prix, la SAQ en a révisé le cours à la baisse, avec un taux actuel de 26,93 cents comparativement à 27,38 cents au trimestre précédent.

Par ailleurs, le bruit court que la société d'État s'apprêterait à accorder, incessamment, comme elle l'a fait du 1er mai au 31 août dernier, un rabais de 10 % sur les achats de 100 dollars et plus.

Vice-président aux relations publiques et aux affaires administratives, M. Claude Marier a nié hier que ce soit le cas.

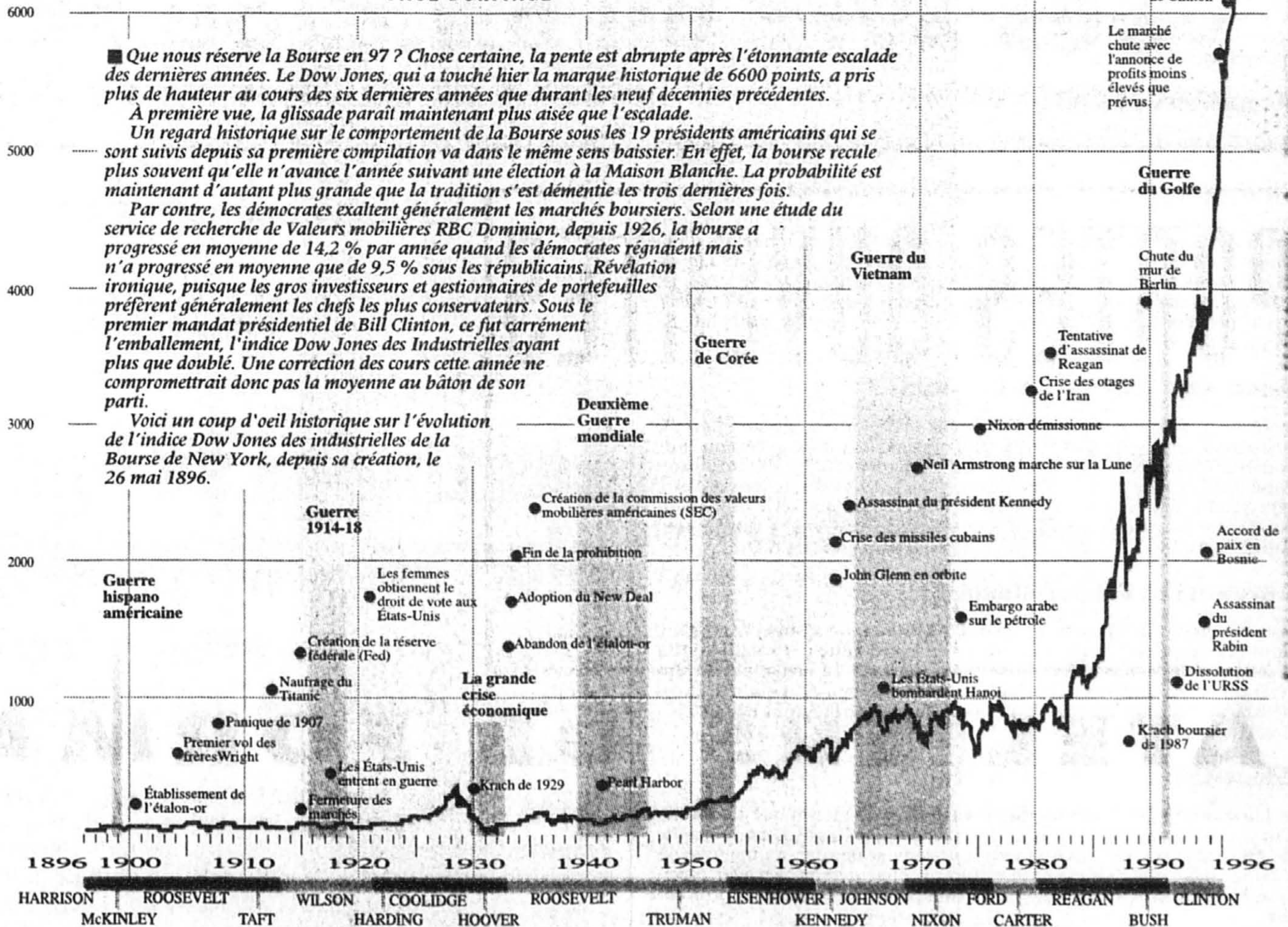
Selon de bonnes sources, cependant, l'expérience pourrait être répétée, puisque la SAQ a mis fin à l'expérience tout simplement parce qu'elle voyait venir décembre, mois pendant lequel, rabais ou pas, les ventes augmentent considérablement, pour atteindre les 150 millions de dollars, soit grosso modo 11 % de la totalité du chiffre d'affaires annuel.

Autrement dit, aurait-elle offert le même rabais pendant cette période et aux mêmes conditions, ses ventes seraient sans nul doute restées ce qu'elles ont été, dans les faits, le mois dernier...

### COUP D'OEIL

## Cent ans, 6600 et toujours fringant

PAUL DURIVAGE



MIVILLE TREMBLAY

Le dollar canadien est sorti des bas-fonds où il s'était engagé depuis un mois, gagnant près d'un demi-cent hier.

Le huard s'est emballé à l'ouverture du marché canadien et la banque centrale est intervenue pour en modérer les ardeurs, fidèle à sa politique de contrer les fluctuations trop rapides, dans un sens comme dans l'autre.

En fin de séance, le dollar canadien cotait 73,71 cents en devise américaine, soit une hausse de 44 centièmes depuis la veille.

Selon M. Jean-François Courville, vice-président adjoint chez State Street, « le dollar cana-

dien s'était trop déprécié » depuis novembre, alors qu'il avait atteint un sommet à 75,36 cents US.

Au retour des Fêtes, les investisseurs ont constaté qu'à une parité de 72,57 cents, le huard était une aubaine. Les opérateurs pensent que le repli des taux d'intérêt canadien est terminé, un facteur haussier pour le dollar.

M. Courville pense que l'on repassera le cap des 75 cents d'ici six mois.

M. André Sullivan, vice-président marché monétaire à la BNP, affirme que « le retour de la liquidité c'est le dollar canadien sur le bon chemin », ramène à dire les 75 cents.

Le recul du dollar canadien en décembre ne

s'explique pas par des facteurs fondamentaux. Ce qui s'est produit, explique-t-il, c'est que des investisseurs étrangers ont réalisé des profits en revendant de fortes positions sur les obligations canadiennes en dollars canadiens.

D'ailleurs, J.P. Morgan vient d'éliminer la surpondération du Canada dans son portefeuille recommandé d'obligations internationales. Il est maintenant conseillé aux investisseurs institutionnels d'accorder aux emprunts canadiens un poids de 3,2 %, soit la pondération normale du pays dans son indice J.P. Morgan Global Bond Index. En novembre, le courtier américain avait réduit à 11 % une surpondération qui affichait un niveau très audacieux de 13 %.

## Le dollar gagne près d'un demi-cent

## ECONO-FLASHES



## Hausse des ventes de la SAQ

■ Les amateurs de vins, bières et spiritueux semblent avoir pris au sérieux les menaces de grève qu'ont fait peser à compter de novembre dernier les travailleurs de la Société des alcools du Québec (SAQ). Pour novembre 1996, les achats réalisés à la SAQ ont totalisé 98,5 millions \$ comparativement à 77 millions \$ pour la même période l'année précédente, soit une augmentation de 21 pour cent. Quant aux ventes de décembre 1996, elles ont cependant été légèrement moindres que celles de l'an dernier. Du 8 décembre 1996 au 5 janvier 1997, les Québécois ont acheté à la SAQ pour 144 millions \$ de produits alcoolisés. En 1995, du 3 au 30 décembre, les ventes s'étaient établies à 147,8 millions \$. Il s'agit d'un léger recul de 3,8 millions \$ pour un nombre égal de jours. Cette diminution peut s'expliquer par le fait que les gens ayant constitué leurs réserves en novembre avaient moins d'achats à faire en décembre. Il faut également prendre en compte que les plus récentes données incluent la première semaine de janvier, période traditionnellement calme en matière de consommation, a fait remarquer la porte-parole de la SAQ, Michèle Perron. Finalement, pour les neuf derniers mois de l'année financière 1996, d'avril à décembre, les ventes de la SAQ ont été de 827 millions \$ comparativement à 763,5 millions \$ pour la même période de l'année précédente, a indiqué Mme Perron.

## Le prix des maisons demeurera élevé

■ Selon l'enquête nationale annuelle sur le prix des maisons diffusée hier par Century 21 Canada, le prix des maisons et le volume des ventes vont rester au niveau élevé de 1996 partout au pays pendant les deux prochaines années et le printemps 1997 va vraisemblablement être encore plus fort que le marché immobilier extrêmement soutenu du printemps dernier. Plusieurs facteurs positifs vont soutenir le marché durant 1997 et 1998 à tout le moins. Les Canadiens d'un bout à l'autre du pays ont le sentiment d'être dans une période de reprise économique à long terme, marquée par des taux d'intérêt faibles, pas ou peu d'inflation et un climat politique plus stable. Les derniers résultats révèlent qu'entre décembre 1995 et décembre 1996, les prix ont augmenté dans 55 régions, baissé dans 27, et sont restés les mêmes dans huit d'entre elles. La plupart des fluctuations de prix se sont limitées à 5 % ou moins par rapport aux résultats de l'enquête de décembre 1995.

## La Caisse dans Rogers Cantel

■ La Caisse de dépôt et placement du Québec vient de réduire de 8,38 % sa participation dans Rogers Cantel Mobile Communications. En conformité avec les règlements de la Securities and Exchange Commission aux États-Unis, la Caisse a vendu 257 000 actions subordonnées de classe B entre le 6 et le 19 décembre à un prix variant entre 26,15 et 28,96 \$ CAN. La Caisse possède maintenant 1,57 million d'actions de la firme torontoise.

## Réaménagement chez Desjardins

■ À la suite d'une restructuration corporative, l'actif de Trustco Desjardins, notamment toutes les actions ordinaires de Fiducie Desjardins et de Crédit Industriel Desjardins, est détenu depuis le 27 décembre par une nouvelle filiale de Société financière Desjardins-Laurentienne, Gestion de services financiers spécialisés Desjardins. Ainsi, depuis le 27 décembre, la nouvelle filiale remplace à tous égards Trustco Desjardins et assume le remboursement de ses dettes, dont 35 millions, valeur nominale globale, de débetures 10,25 %, non garanties, à taux rajustable, échéant en 2001 et 20 millions, valeur nominale globale, de débetures 7,75 %, non garanties, à taux rajustable, échéant en 2002.

## Émission de Micro-Tempus

■ Micro Tempus réalise un placement privé de 4,87 millions de bons de souscription spéciaux à 40 cents l'unité pour un produit brut total de 1,95 million. Canaccord Capital a agi à titre de preneur ferme. Micro Tempus prévoit émettre un prospectus en vue de permettre dès que possible l'émission d'actions ordinaires et les titres d'achat liés à l'exercice des droits de bons de souscription spéciaux. L'entreprise utilisera le produit net en vue d'étendre ses réseaux de ventes directs et indirects, d'accroître son soutien aux plates-formes et de fournir un fonds de roulement.

## Acquisition de CAE

■ CAE vient de faire l'acquisition de Blackstone Ultrasonics, reconnu dans le domaine de l'équipement de nettoyage ultrasonique et les systèmes connexes. Société fermée, fondée au début des années 50, Blackstone élabore et fabrique une gamme complète d'équipements de nettoyage ultrasonique pour les marchés industriels, médicaux, militaires et de recherche. La société, dont le chiffre d'affaires annuel est d'environ 7 millions US, emploie 50 personnes à son siège social de Jamestown (New York). Sous sa nouvelle raison sociale, CAE Blackstone, elle fonctionne sous la coupe de CAE Ransohoff de Cincinnati (Ohio). CAE Ransohoff a gardé l'équipe de gestion et les employés en place de Blackstone.

## Abso Blue acquise par Océ-van

■ Océ-van der Grinten, société de Venlo aux Pays-Bas, a acquis le reste des actions en circulation d'Abso Blue Prints, distributeur torontois de copieurs et de traceurs à grand format, de papier et d'autres fournitures connexes. Ainsi, Océ se portera acquéreur de 70 % des actions d'Abso, elle qui détenait déjà les autres 30 %. On n'a divulgué ni le prix ni aucune autre précision concernant cette entente. Abso était le distributeur canadien exclusif du matériel pour systèmes d'ingénierie d'Océ.

## Intrawest et Copper Mountain

■ Intrawest a modifié son accord d'acquisition pour Copper Mountain, dont les propriétaires devaient recevoir, entre autres, 28 millions US d'actions privilégiées d'Intrawest rachetables sur 12 ans et portant intérêt à 1 % par année. Ces actions ne seront pas émises et au lieu de ces dernières, les propriétaires de Copper Mountain recevront 800 000 actions ordinaires d'Intrawest.

## Stone-Consolidated : reprise

■ L'usine de papier non couché à base de pâte mécanique de Stone-Consolidated reprendra la production demain à Grand-Mère, à la suite de l'incendie survenu dans la nuit du 4 janvier dernier, au moment où l'usine était fermée. Il est encore trop tôt pour déterminer avec précision le nombre de tonnes de production perdues en raison de l'incendie.

## Laidlaw : transactions majeures

■ Laidlaw vient d'effectuer deux transactions qui vont lui permettre d'accroître considérablement ses services d'urgence de santé et de solidifier et séparer ses services environnementaux. La valeur des transactions dépasse les deux milliards US. Laidlaw a aussi signé une lettre d'intention pour vendre son unité des services environnementaux, établie à Columbia (Caroline du Sud) à Rollins Environmental Services, de Wilmington (Delaware). En vertu de cette lettre, Laidlaw et Rollins intégreront leurs actifs et activités de services environnementaux dans la nouvelle Rollins. Laidlaw recevra 400 millions en espèces, 120 millions d'actions ordinaires de Rollins et une débeture convertible de 350 millions à 5 % échéant dans 12 ans.

## Crystallex aux États-Unis

■ Crystallex International, société qui fait de l'exploration et de l'extraction aurifère, ajoute un membre à son équipe de direction, en nommant Sadek El-Alfy au poste de vice-président, Opérations. Cependant, la société a l'intention de demander une inscription à la cote officielle d'une bourse américaine au début de 1997, en plus de son inscription actuelle à la Bourse de Toronto.

Pierre Bellemare



PHOTO CNW

Sous les yeux de Jac Nasser (au premier plan), président des activités automobiles de Ford, le président de Ford, Alex Trotman, s'installe au volant du prototype Mercury MC4 présenté au Salon international nord-américain de l'auto. Les deux dirigeants du constructeur américain ont fait à cette occasion une démonstration de la facilité d'accès aux places arrière grâce au système de quadruple portière.

## Auto : les É.-U. mieux armés face à la concurrence

*Cette dernière s'annonce vive à la fois en Amérique et sur les marchés émergents*

Agence France-Presse  
DETROIT

L'industrie automobile américaine, devenue plus productive après deux décennies de restructurations douloureuses et de réduction d'effectifs, doit maintenant affronter une forte concurrence étrangère, à la fois sur son territoire et sur les marchés émergents des pays en développement.

Les experts du secteur industriel s'accordent à dire que les trois Grands américains — General Motors (GM), Ford et Chrysler — ont comblé leur retard sur leurs rivaux japonais.

Globalement, l'industrie automobile américaine, qui assure entre 20 et 25 % de la production mondiale de véhicules, est en bonne forme, si on en juge par la variété et le succès des modèles qu'elle présente au salon International automobile de l'Amérique du Nord (NAIAS) qui ouvrira ses portes samedi à Detroit, dans le Michigan.

Les constructeurs américains vont maintenant répondre plus rapidement qu'auparavant à une demande grandissante pour de larges gammes de modèles et pouvoir se mesurer aux Japonais en matière de développement des produits.

Au cours des récentes années, Ford et Chrysler ont régulièrement gagné des parts de marché au détriment de GM, qui a été moins prompt à améliorer sa productivité et à composer avec ses syndicats pour réduire les effectifs.

Chrysler, le numéro 3 de l'automobile américaine, a vendu 2,450 millions de véhicules sur le marché américain en 1996, soit 13 % de plus qu'en 1995.

Ford, le numéro 2, a également eu des raisons de se réjouir, vendant près de 3,3 millions de véhi-

cules en 96, soit 0,1 % de plus qu'en 95. De plus, sa gamme de pick-ups reste en tête des ventes pour la 15<sup>e</sup> année consécutive.

De plus, le petit utilitaire « Ford Expedition » a été choisi comme véhicule de l'année par les journalistes automobiles à la NAIAS.

GM, le numéro un n'a pas connu la même chance et a vendu « seulement » 4,793 millions de véhicules en 96, soit 2,1 % de moins que l'année précédente.

Au total, il s'est vendu 15,1 millions de véhicules aux États-Unis en 1996 (contre 14,8 millions en 1995), et la plupart des experts s'attendent à une performance du même ordre en 97.

« Les perspectives du marché automobile sont positives dans l'ensemble », a déclaré le vice-président de Ford chargé de la commercialisation Robert Rewey.

L'évolution du mode de vie des familles américaines se traduit par la popularité croissante des breaks, monospaces et petites camionnettes, particulièrement utilisés pour les activités sportives.

« Tout au long de 1996, les deux segments du marché automobile qui se sont le plus développés aux États-Unis, sont les pick-ups et les petits utilitaires. Tout laisse penser que ces deux secteurs vont continuer sur leur lancée », a déclaré M. Rewey.

Les petits utilitaires, qui représentent maintenant près de 50 % du marché automobile américain, sont très prisés des acheteurs et, de plus, au contraire des voitures particulières, ils assurent des marges bénéficiaires plus substantielles aux producteurs.

Leurs prix sont élevés en raison de la forte demande des consommateurs et aussi parce que les Japonais n'ont pas vu venir le boom de ce type de véhicule aux États-Unis, estiment les experts. Mais les Japonais sont en train de revenir en force avec des véhicules moins gourmands en carburant.

Les trois Grands ont également à faire à la forte concurrence des usines américaines des constructeurs étrangers, principalement Japonais et Allemands, sur le créneau des voitures particulières.

Au cours des dix années à venir, selon les experts, la demande de voitures aux États-Unis et dans les autres pays développés va être stable ou n'augmenter que modérément.

La « nouvelle frontière » et les véritables terrains d'empoignade vont être les marchés émergents — Chine, Inde, Asie du Sud-Est, Amérique latine, Europe de l'Est — où les plus grands constructeurs mondiaux sont en train d'investir massivement pour faire face à l'explosion de la demande.

En Asie du Sud-Est, les Japonais ont pris une bonne avance et devraient se maintenir en tête.

En Chine, GM et Chrysler ont commencé à s'implanter, comme l'ont également fait Peugeot, Volkswagen et les Japonais.

Enfin les trois Grands sont bien installés en Amérique latine, tout comme leurs concurrents européens.

## Les zinzins se font de plus en plus exigeants

*87 % d'entre eux réclament des réductions d'impôt dans le prochain budget fédéral*

MARIE-CLAUDE LORTIE

Après avoir répété durant plusieurs années qu'il fallait serrer les dépenses publiques, les zinzins canadiens montrent d'un cran leurs doléances. Maintenant, ils veulent connaître la date précise de la disparition du déficit, ils réclament qu'une loi encadre la réduction de la dette et souhaitent que le tout soit accompagné d'une baisse d'impôt.

Voilà en effet ce qui ressort d'une consultation menée durant le mois de novembre par le Fraser Institute de Vancouver auprès de 137 gestionnaires canadiens de caisse de retraite. Quelque 51 zinzins qui, mis ensemble, gèrent des fonds totalisant environ 137 milliards, y ont répondu.

En tout, 87 % des personnes interrogées croient que le prochain budget fédéral devrait prévoir des réductions d'impôt comme moyen de stimuler l'économie et de créer des emplois. Plus précisément, 31 % des répondants voudraient voir baisser à la fois les impôts des particuliers, des sociétés et les charges sociales, 22 % voudraient voir baisser les impôts sur les revenus des particuliers uniquement et 18 % préféreraient que seules les

charges soient réduites. En outre, 16 % voudraient une baisse impôts-charges combinée. Bref, quelle que soit la baisse, il y aurait des zinzins pour l'approuver.

Cela dit, 90 % des personnes interrogées veulent que le ministre des Finances annonce la date précise où le budget sera équilibré. Parmi eux, 35 % voudraient que le déficit soit disparu dès l'année fiscale 1998-99 et 43 % croient que l'équilibre devrait être atteint en 1999-2000. En fait, 98 % des zinzins trouvent qu'une politique déficitaire ne peut plus être maintenue et 94 % estiment qu'il faut couper encore plus profond dans les dépenses gouvernementales.

Le Fraser Institute, qui ne cache pas son penchant néo-libéral et son goût pour les politiques budgétai-

res minceur, a ensuite demandé aux zinzins s'ils aimeraient que le plan de réduction de la dette soit enchâssé dans une loi. À cela, 45 % ont dit « oui », 37 % ont dit « non » et 18 % ont dit ne pas savoir. De plus, 41 % ont affirmé qu'ils aimeraient voir la dette repaïée en 40 ans et 22 % croient que cela devrait se faire dans un délai de 30 ans.

Ensuite, sur l'avenir de la confédération, les zinzins n'ont pas changé d'opinion depuis l'an dernier : la moitié d'entre eux estiment qu'il est « probable » que le Québec se sépare durant les cinq prochaines années et 12 % trouve ce scénario « fort probable ». Bref, ajoutent les analystes du Fraser « ce ne serait pas une mauvaise idée qu'Ottawa s'occupe du dossier constitutionnel dans la plus grande diligence ».

Cela dit, les zinzins lèvent leurs chapeaux au ministre des Finances, que 89 % trouvent soit bon, très bon ou excellent et tous trouvent que la Banque du Canada fait du bon, du très bon ou de l'excellent boulot.

# Un doctorat pour servir des Big Mac?

L'économiste Pierre Fortin compare le marché du travail au Canada et aux États-Unis

Presse Canadienne  
OTTAWA

Invité hier à une conférence du Centre canadien des politiques alternatives, l'économiste Pierre Fortin a présenté une façon bien à lui d'illustrer les difficultés du marché du travail du Canada par rapport à celui des États-Unis.

On pourrait l'appeler la métaphore du Big Mac.

Récemment, il se trouvait à Philadelphie où, pris d'une fringale, il décida d'aller manger à un restaurant McDonald. Pour réussir à faire comprendre à l'employé qu'il voulait simplement manger un Big Mac, il dut s'y reprendre à plusieurs fois avec force explications.

Lorsqu'il est chez lui, dans la région de Montréal, commander un Big Mac devient une affaire plus facile.

« Quand je vais au McDonald à Saint-Lambert, où j'habite, il y a une étudiante au doctorat qui me sert. Et je n'ai même pas besoin de le lui demander, elle sait exactement ce que je veux. »

« Aux États-Unis, il existe une telle pénurie de main-d'œuvre qu'ils sont prêts à prendre n'importe qui et à les former. Alors qu'ici on embauche des étudiants au doctorat dans les McDonald. »

Les Américains bénéficient actuellement d'un taux de chômage

de 5,4 pour cent; les Canadiens, eux, sont confrontés à un taux de 10 pour cent.

La conférence d'une journée, réunissant des économistes, visait à trouver des moyens de créer de l'emploi lors du prochain budget fédéral. Chaque année, le Centre canadien des politiques alternatives, une coalition représentant des groupes communautaires et de syndicats, fait des suggestions au ministre fédéral des Finances en ce sens. Ces recommandations ne sont, en général, jamais suivies.

Selon M. Fortin, qui est professeur à l'Université du Québec à Montréal, le Canada a commencé à se différencier des États-Unis au début des années 1990. Jusqu'alors, les taux de chômage des deux pays avaient suivi à peu près la même évolution.

« Il ne faut pas l'oublier, c'est un phénomène récent », explique-t-il.

M. Fortin blâme les politiques monétaires de la Banque du Canada. En maintenant des taux d'inté-



Pierre Fortin

rêt plus élevés qu'aux États-Unis pour garder le dollar canadien à flot, la Banque du Canada a réussi à juguler l'inflation au détriment toutefois de l'emploi.

### Taux d'inflation plus élevé

L'économiste est d'avis que l'économie canadienne est en mesure de vivre avec un taux d'inflation plus élevé. À preuve, les Amé-

ricains supportent actuellement des taux de plus de 3 pour cent, ce qui se répercute positivement sur l'emploi.

M. Fortin croit qu'une hausse de l'inflation au Canada à des niveaux équivalents (le taux est présentement de 2 pour cent) permettrait de réduire le chômage à 6,5 pour cent.

Participant également à la conférence, l'économiste principal du Congrès du travail du Canada, Andrew Jackson, est d'accord avec M. Fortin pour dire que la politique monétaire de la Banque du Canada a freiné la création d'emplois.

Toutefois, il estime que la solidité du secteur de la haute technologie aux États-Unis est un facteur à ne pas négliger dans la comparaison entre les deux pays. Les investissements en recherche et développement ont toujours été importants dans ce pays. « Pour avoir une économie couronnée de succès, nous devons nous attaquer à cette problématique », a-t-il affirmé.

En outre, note M. Jackson, étant confrontés à une dette publique moins importante qu'au Canada, les Américains n'ont pas eu à effectuer des compressions aussi marquées qu'au Canada.

## Les lois antitabac largement ignorées en Europe

Associated Press  
MADRID

Les fumeurs sont de plus en plus indésirables en Europe. En théorie du moins, car si comme aux États-Unis les législations antitabac se multiplient à travers le continent, force est de constater qu'elles sont rarement appliquées.

En France, la loi Evin adoptée en 1993 interdit de fumer « dans tout lieu clos et couvert, soit ouvert au public, soit constituant des lieux de travail ». Par ailleurs, elle oblige les restaurateurs à réserver un espace « non fumeurs » à leurs clients.

Dans les faits, cette législation est pourtant largement ignorée. Ainsi, manger sans être enfumé relève-t-il de l'utopie dans bon nombre de cafés parisiens.

Outre-Rhin, les Allemands, pourtant très respectueux des lois, prennent eux aussi de larges libertés avec la législation antitabac. Ainsi, les fumeurs peuvent céder en toute impunité à leur envie, même dans les zones qui leur sont théoriquement interdites.

**ARGENT DISPONIBLE**  
- Problèmes de liquidités?  
- Prêts commerciaux à court terme seulement  
- Confidentialité  
**Finance Rapide Cie Ltée**  
342-4488

**700 Affaires**

**705 FINANCEMENT**  
NOUVEAU PRODUIT! Recherche marchands intéressés à vendre appareil ALCOOTEST DIGITAL PORTATIF de Pro Detect. Prix détail: 129 95\$. (514) 277-4868  
RECHERCHE travailleur autonome pour représenter nouvelle entreprise en Multi-Média. Doit posséder lieu de travail avec fax, et ordinateur. Salaire 100% commission. C.V. avant le 18 janvier, à : La Presse Réf. 01240, C.P. 6041, succ. Centre-Ville, Montréal, Québec, H3C 3E3.

**710 OCCASIONS D'AFFAIRES**  
BAR licencié, besoin d'associés. 250 places. De Maisonneuve/Crescent. 656-3253

**ENTREPRISE** affiliée à une corporation représentée dans plusieurs pays, cherche des candidats pour faire face à son expansion, début à temps partiel. 897-2511.  
**IMPRIMERIE** située à Brossard cherche à s'agrandir un département d'infographie bien équipé. 444-8325

**ROBIN'S DONUTS**  
+ *Deli*  
La plus grande chaîne entièrement canadienne de l'industrie du café et des beignes offre des franchises au Québec.  
Depuis plus de 20 ans, Robin's Donuts possède la recette du succès. Le café frais, les délicieux beignes, les comptoirs deli et les tartes savoureuses ainsi que le service amical ont fait de Robin's l'une des plus importantes chaînes de restaurants au Canada. Un investissement initial est requis pour vous engager sur le chemin de la réussite. Financement possible. Pour de plus amples renseignements, contactez avec Dino Fronimadis, Aliments Robin's Québec Inc. au (514) 682-8888.  
Plus de 240 établissements d'un océan à l'autre.

**712 ASSOCIÉS DEMANDÉS**

ASSOCIE investisseur recherché pour 2 salons de massage. 583-1428.

ASSOCIE(E)-INVESTISSEUR pour administrer commerce à Repentigny, domaine de la télécommunication. Haut potentiel de rev. Contactez Sally, (514) 945-5811

RECHERCHONS partenaire pour Montréal, pour service d'échange international de maison. 1-418-653-4010

**VOUS AIMEZ VOYAGER ET DÉSIREZ POSSÉDER VOTRE PROPRE AGENCE DE VOYAGES...**  
...joignez-vous au plus important réseau de franchises d'agences de voyages avec plus de 1 150 succursales à travers le monde!  
Nous offrons:  
• Formation continue;  
• Assistance aux ventes et mise en marché;  
• Publicité et promotions;  
• Pouvoir d'achat;  
• Aucune expérience nécessaire.  
**UNIGLOBE Voyages (514) 393-8950**

Votre actif le plus important.  
**Vous - même!**  
Déli santé : notre responsabilité à tous inc avec **PROTECTOR** MD

**LA RETRAITE ARRIVE-T-ELLE PLUS TÔT QUE PRÉVU ?**  
IL FAUT METTRE VOTRE CAPITAL DE RETRAITE: AU TRAVAIL !  
Assistez à ce séminaire gratuit et maximisez votre capital de retraite en prenant connaissance des nouvelles dispositions sur les allocations de retraite, la loi 116, les rentes, le CRI, le FRV et en sachant comment les faire fructifier.  
3 dates offertes pour ce séminaire  
les 8, 15 et 21 janvier 1997, à 19h  
au 1010, Sherbrooke Ouest, bureau 2310, Montréal  
Inscrivez-vous dès maintenant ou commandez sans frais notre guide en téléphonant à Louise Gagné au 848-0393 ou au 1 800 848-0393.  
**HÉLÈNE GAGNÉ, Adm. A**  
Planificateur financier certifié  
Expert-conseil à l'émission Finances Chroniqueur au magazine Affaires Plus  
**Gagné, Morin Associés**  
une valeur sûre  
Représentante en épargne collective auprès d'Investissements Gourie inc.

**Avis 800**

**801 AVIS LÉGAUX APPELS D'OFFRES**

AVIS est par la présente donné que **PATRICK REID**, rentier, domicilié au 2295 de la Visitation, Montréal, Qué. H2L 3E1, est décédé le 8 juillet 1996. La clôture de l'inventaire de la succession fut publiée au Registre des droits personnels et réels mobiliers sous le no. 96-0147758-0001. Ledit inventaire peut être consulté à nos bureaux. **TRUST LAURENTIENNE DU CANADA INC.**, 425 De Maisonneuve Ouest, 7<sup>e</sup> étage, Montréal, Qc. H3A 3G5

**950 AVIS DE DISSOLUTION, CHANGEMENTS DE NOM**

PRENEZ AVIS que la compagnie Institut de Beauté Thérèse Lorange Inc. ayant son siège social au 10515 Grande-Allee, Mt H3L 2M6, demandera à l'inspecteur général des institutions financières la permission de se dissoudre. Mt, 6 janv. 1997 Thérèse Lorange, présidente.

PRENEZ AVIS que la compagnie Les Constructions Fortin & Côté Inc. demandera à l'inspecteur général des institutions financières la permission de se dissoudre. Montréal, le 7 janvier 1997. Administrateurs de la cie

PRENEZ AVIS que la corporation 2641-2551 Québec Inc. ayant son siège social au 3025 Boul. Tessier bureau 103, Laval, Québec H7S 9Z1 demandera à l'inspecteur général des institutions financières la permission de se dissoudre. Mt, 8 janv. 97 De Gragné, Godin avocats.

PRENEZ AVIS que la compagnie Les Investissements Vent d'Asie Inc. (Resto Café Vietnamien Chez Nator) demandera à l'inspecteur général des institutions financières la permission de se dissoudre. Montréal, le 7 janvier 1997. Administrateurs de la cie

**LE DON D'ORGANES POUR DONNER LAVIE!**  
**LA FONDATION DIANE HÉBERT**  
(514) 965-0333

**La Corporation Immobilière Magil Laurentienne est heureuse d'accueillir la**  
**Chambre des notaires du Québec**  
à la **Tour de la Bourse Place-Victoria**  
**Tour de la Bourse**  
Pour information en matière de location d'espaces :  
**Magil Laurentienne**  
(514) 875-6010

**Comment s'appellent les lecteurs de quotidiens?**  
**La Presse rejoint 78,1 % des professionnels et des gens d'affaires, 62,8 % de gens qui possèdent un téléphone cellulaire et 57,4 % des personnes qui font beaucoup d'appels interurbains personnels.**  
Peu importe le genre de produits ou de services que vous annoncez, vous saurez tout sur vos clients potentiels en faisant appel à la nouvelle étude ÉQIP PMB 1996. C'est tout simplement la nouvelle référence en matière de publicité dans les quotidiens.  
**La Presse**  
(514) 285-7306  
Source : ÉQIP PMB 1996, Montréal français, revenu familial de 50 000 \$+, deux parutions en semaine, une le samedi.

## Entreprise

## Les services d'achats commandent des coûts élevés

Une étude de Goldfarb, pour Visa, appelle une plus grande informatisation sous ce rapport

Le service des achats de plus de 900 organismes canadiens compte en moyenne dix personnes, lesquelles font affaire avec quelque 531 fournisseurs de produits et de services.

Ces entreprises, au nombre exact de 932, dépensent en moyenne 23 millions de dollars par an en achats et 84 % de leurs commandes portent sur des articles de 5000 \$ et moins.

L'enquête commandée par Visa Canada et effectuée par Goldfarb Consultants tend à démontrer que les procédures d'achats pourraient être plus efficaces et moins dispendieuses.

L'étude cherche à promouvoir

l'utilisation de la gestion informatisée.

Les organismes enquêtés couvrent des entreprises du secteur de la fabrication, de la construction, des ventes en gros et de détail, ainsi que des sociétés d'État, des hôpitaux et des associations sans but lucratif.

« L'étude indique qu'un processus de commande non automatisé comprend généralement 25 étapes, dont un grand nombre pourrait être

éliminé grâce à des outils électroniques de commande et de paiement », affirme la direction de Visa dans un communiqué.

La plus grande proportion des organisations qui ont participé au sondage font partie du secteur des services financiers (36 %). En deuxième lieu, vient le secteur du commercial (29 %).

Moins d'une entreprise sur sept utilise des technologies de gestion des achats et elles les ont adoptées au cours des deux à quatre dernières années.

L'utilisation de systèmes de documents informatisés (EDI) pour placer les commandes (14 %) et

de transferts de fonds électroniques (TFE) pour le paiement des factures (10 %) est plus fréquent parmi les grandes entreprises.

Les hôpitaux sont plus susceptibles d'utiliser l'EDI pour placer des commandes que les entreprises des autres secteurs.

Selon l'étude, la préparation des bons de commande, surtout sur papier, émis chaque année par une entreprise canadienne moyenne, revient à environ 63 \$ par bon de commande.

En moyenne, les entreprises obtiennent un prix indicatif par téléphone dans le cas de près de la moitié (45 %) des achats. Les au-

tres approches utilisées sont le fournisseur unique (22 %), les propositions scellées ou non scellées (13 %) et les achats liés à une commande collective (11 %).

L'approche des prix indicatifs par téléphone est utilisée le plus souvent par les entreprises de fabrication tandis que les propositions scellées ou non scellées sont utilisées plus souvent par les gouvernements et les hôpitaux.

Les organismes étudiés comprennent 40 % de firmes qui ont moins de 100 employés, un tiers ont entre 100 et 999 employés et 14 % en ont plus de 1000.

## Le logiciel comme yo-yo

Virtual Prototypes émerge lentement d'un long redressement



Martin Vallières

**C**hampion un jour, survivant le lendemain. C'est un peu le rythme de vie qui caractérise l'industrie du logiciel. La firme montréalaise Virtual Prototypes, notoire au tournant des années 1990 avec le succès international de ses logiciels de simulation, émerge enfin d'une longue période de convalescence.

Elle employait alors 115 personnes, avec des revenus d'environ 11 millions dont plus de 90 % réalisés sur les marchés extérieurs, aux États-Unis surtout.

La réception de son siège social, près de l'intersection de Jean-Talon et Décarie à Montréal, témoigne de cette période : Mercuriade du développement international, Prix canadien de l'excellence en affaires, Prix Octas de la Fédération de l'informatique du Québec, en plus de lettres de félicitations de maire, de premier ministre et de ministres.

Mais en quelques années à peine, Virtual Prototype avait recruté plus rapidement qu'elle avait grandi.

Elle a atteint un creux en 1995 avec un effectif réduit de moitié à une soixantaine de personnes, et des pertes de deux millions de dollars sur un chiffre d'affaires recalé à sept millions !

« Virtual Prototypes était pratiquement en faillite si ce n'avait été de l'appui de ses actionnaires institutionnels et de capital-risque », estime Pierre Donaldson, embauché comme président et chef de la direction il y a un peu plus d'un an.

Ces actionnaires comprennent la filiale Sofinov de la Caisse de dépôt et placement, la société Innovatech du Grand Montréal et la filiale Aérocapital du Fonds de solidarité, à hauteur d'environ 3 % du capital. On y retrouve aussi Summit Partners de Boston, à 10 %, et Thompson CSF de France, pour 20 %.

Le président-fondateur de Virtual Prototypes, Eugene Joseph, en est toujours l'actionnaire principal mais minoritaire. Lui et les employés de l'entreprise ont 40 % de l'entreprise.

La mi-quarantaine, M. Joseph a conservé la direction technique de Virtual Prototypes.

Les investisseurs externes ont allongé 1,5 million de dollars additionnels en capital, mi-1996. Encore 3,5 millions sont disponibles au besoin au cours des prochains trimestres.

Mais l'entreprise pourrait bien s'en passer, s'il n'en tient qu'à Pierre Donaldson, qui suggère même de commencer à « fournir bientôt du rendement à ce capital-risque. »

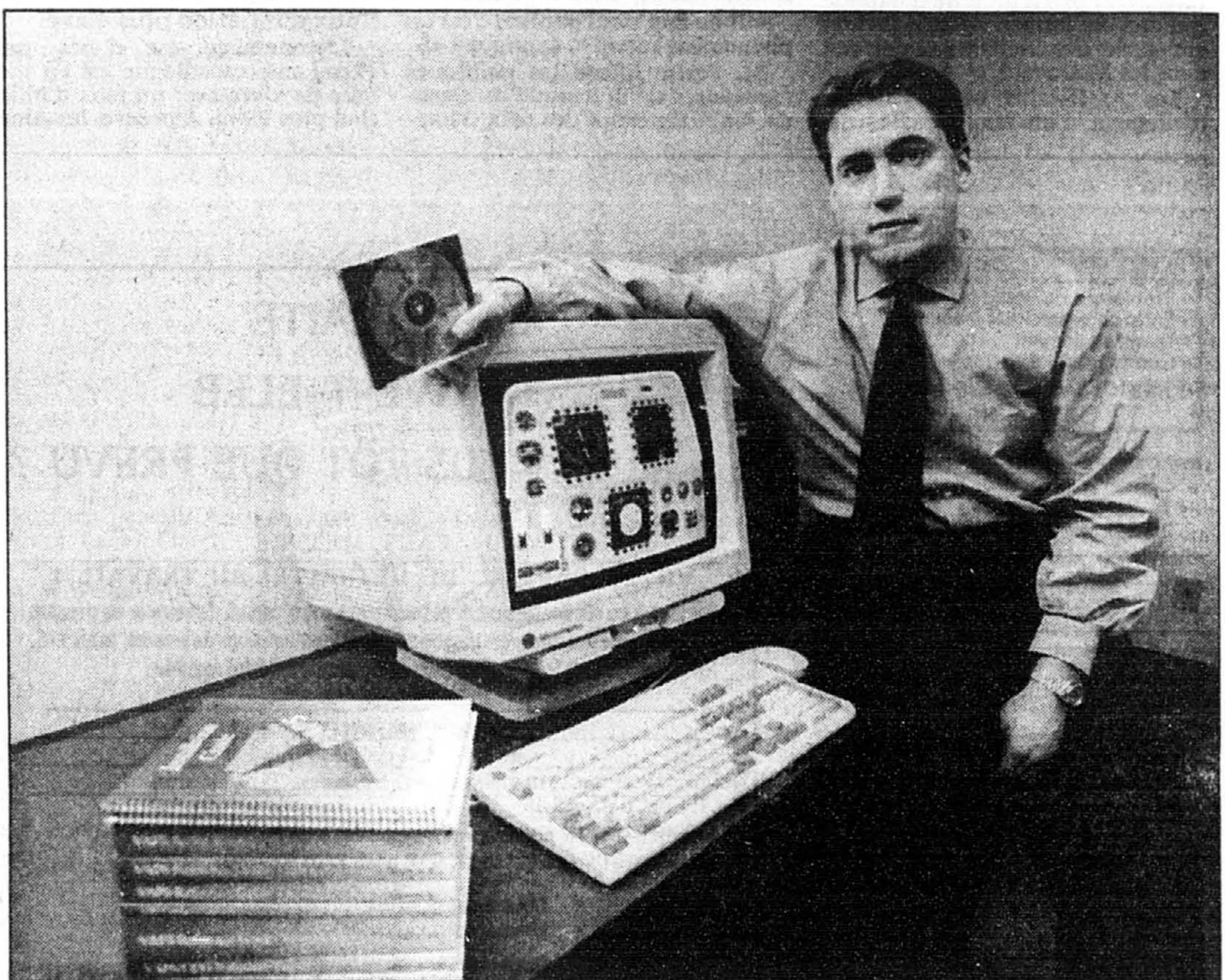
Virtual Prototypes a terminé 1996 avec un chiffre d'affaires comparable à l'année précédente, mais surtout à quelques milliers de dollars à peine de la rentabilité.

Pour l'exercice qui débute, son président prévoit une remontée de ses ventes de l'ordre du tiers, au seuil de 10 millions de dollars, avec un premier profit depuis cinq ans ! Signe positif : l'entreprise vient de rouvrir une quinzaine de postes en informatique et en commercialisation, à Montréal et à l'étranger.

« La perte par l'avionneur McDonnell Douglas du projet de nouvel avion de chasse américain, au profit de Boeing, nous a joué un petit tour à la fin de 1996. Nous étions sur le point de recevoir des commandes de logiciels de visualisation, explique M. Donaldson.

« Mais tout n'est pas perdu. L'acquisition subséquente de McDonnell par Boeing devrait nous permettre de faire un suivi. »

Le marché de la simulation par visualisation dans le secteur mili-



La société Virtual Prototypes s'est spécialisée dans les logiciels de simulation visuelle, comme le montre ici son président, Pierre Donaldson.

taire demeure le principal débouché de Virtual Prototype aux États-Unis, au Moyen-Orient et en Asie.

« Cette importance du militaire n'est pas un problème, au contraire. Les restrictions budgétaires dans ce secteur augmentent la demande de formation des pilotes par simulation plutôt qu'en vol, beaucoup plus coûteuse », selon le président de Virtual Prototypes.

L'entreprise effectue néanmoins des percées dans le marché du transport civil, aérien et terrestre.

Par exemple, ces logiciels ser-

vent à un fournisseur d'instruments de pilotage, Sextant Avionique de France, à la programmation visuelle des cockpits informatisés des nouveaux Airbus 340.

Ils serviront aussi à la programmation des simulateurs de pilotage d'avions anti-incendie que produira la firme américaine Lockheed Martin, dans le cadre d'un contrat récent du gouvernement du Québec.

Par ailleurs, dans le secteur routier, les constructeurs automobiles Mercedes Benz et, depuis cet

automne, Toyota, offrent avec leurs grandes berlines de luxe des navigateurs informatisés dont l'écran est animé avec un logiciel de Virtual Prototypes.

« Des concepteurs de jeux vidéo de grande puissance s'intéressent aussi à notre technologie, d'autant plus que nous transférons nos logiciels vers le système d'exploitation Windows. Mais nous avons des priorités plus ciblées en tête, et surtout moins volatiles, comme l'instrumentation médicale », conclut Pierre Donaldson.

## Confusion dans le nom : le pouvoir de l'inspecteur général des institutions financières

## DROIT DES AFFAIRES

M<sup>c</sup> Daniel Bellemare, C.R.

du cabinet d'avocats et d'agents de marques de commerce Desjardins Ducharme Stein Monast

**L**a Loi sur la publicité légale des entreprises individuelles, des sociétés et des personnes morales interdit l'utilisation d'un nom susceptible de prêter à confusion et d'induire les tiers en erreur.

À deux reprises au cours de l'automne, nos tribunaux ont été appelés à statuer sur les pouvoirs que cette loi accorde à l'inspecteur général d'ordonner à un assujéti de changer le nom qu'il utilise.

Le premier cas portait sur l'usage du mot *Pascal*. L'inspecteur général

a d'abord reconnu que le terme *Pascal* pouvait créer une certaine confusion dans l'esprit des clients mais que cette confusion, dans le cas sous étude, ne pouvait mener à une concurrence déloyale puisque les compagnies qui opéraient sous des raisons sociales semblables n'existaient plus. C'est plutôt à cause de la notoriété du nom utilisé qu'il a pris la décision de l'interdire. Le nom *Pascal* est toujours utilisé par la famille Pascal ou par les compagnies qu'elle contrôle. Le public, selon l'inspecteur, pourrait être amené à conclure que *Club Meubles Pascal - Pascal Furniture Club* serait en quelque sorte relié à l'ancien magasin *J. Pascal Inc.* ou les magasins *Pascal Limitée*, deux corporations qui n'existent plus depuis quelques années.

Voyons le libellé de la décision qui nous permet de mieux comprendre le jugement de l'inspecteur.

« Il apparaît au sousigné que

l'« Intimée », en utilisant le nom *Club Meubles Pascal* se sert de la réputation rattachée au nom *Pascal* qui est toujours utilisé par la famille Pascal ou par des compagnies qu'elle contrôle, tels qu'en font foi les noms des compagnies requérantes. En ce sens, compte tenu de la notoriété du nom utilisé, il est sûr d'une part que le public peut conclure à un lien entre les parties. Ce lien, rappelons-le, n'existe pas et, de façon plus générale, compte tenu des circonstances, le sousigné est porté à croire que l'Intimée, en utilisant le nom *Club Meubles Pascal*, enfreint les dispositions du neuvième paragraphe de l'article 13 de la Loi sur la publicité légale des entreprises individuelles, des sociétés et des personnes morales qui prohibe au Québec l'utilisation d'un nom qui : « ... » est de toute autre manière de nature à induire les tiers en erreur. »

Cette décision de l'inspecteur a été portée en appel devant la Cour du Québec qui l'a maintenue.

Le lecteur devra se rappeler qu'il s'agit d'un cas d'espèce. La décision est fort intéressante mais il ne faudrait pas pour autant conclure qu'il est à tout jamais impossible d'utiliser le nom d'une compagnie qui a cessé ses opérations sous le seul prétexte qu'il y aurait confusion dans le nom.

Le deuxième litige avait amené l'inspecteur général à décider que les termes *Auberge Trois-Pistoles* et *Motel Trois-Pistoles* évoquaient le même secteur d'activités et il avait en conséquence ordonné que l'on cesse d'utiliser *Auberge Trois-Pistoles*.

Appelée encore une fois à statuer sur cette décision de l'inspecteur, la Cour du Québec conclut ici que les termes *auberge* et *motel* reflètent deux modes d'hébergement tout à fait différents. Leur activité ne vise pas la même clientèle. Selon la cour, ces noms ne prêtent aucunement à confusion et ne sont pas susceptibles de le faire. D'ailleurs, de rappeler le tribunal, la loi pres-

crit l'utilisation d'un nom qui décrit correctement la nature des activités et des services fournis. Tel est le cas ici.

La cour fait aussi remarquer que le nom *Trois-Pistoles* est un nom du domaine public sur lequel ni l'une ni l'autre des parties ne peut réclamer l'exclusivité.

Contrairement à ce qui avait été décidé dans le cas *Pascal*, le tribunal en vient à la conclusion que l'inspecteur n'avait pas à intervenir puisque les deux noms ne prétaient pas à confusion.

Comme le lecteur l'aura constaté, le législateur a prévu la situation de confusion de noms de nature commerciale et a donné à l'inspecteur général des institutions financières tous les pouvoirs pour remédier à la situation.

Rappelons en terminant que celui qui sera affecté par la décision de l'inspecteur général pourra toujours demander à la Cour du Québec de revoir la situation en espérant la faire changer.

Carrières **La Presse** professions/formation

Dès le 11 janvier 1997

Un environnement regroupant les possibilités de carrière et les programmes de formation des maisons d'enseignement

## Commerce international

## David Lauzon veut des employés heureux...

VALÉRIE BEAUREGARD

« Dans 10 ans, je veux une entreprise prospère, intéressante, avec des employés heureux. Mon objectif n'est pas nécessairement de réaliser un chiffre d'affaires de 200 millions. Peut-être qu'on se rendra là, mais l'important, c'est d'avoir une croissance sûre et logique. »

Voilà ce que répond David Lauzon, 32 ans, quand on lui demande comment il entrevoit l'avenir de son entreprise qui transforme des planches de bois franc en lames de parquet à Papineauville, à quelques minutes du Château Montebello.

Les relations avec les employés sont primordiales pour ce jeune homme d'affaires. Un consultant en ressources humaines confirmait récemment qu'un bon climat de travail régnait au sein de l'entreprise. L'embauche du consultant avait également comme objectif de préparer l'entreprise à répéter la même expérience de relations humaines dans d'autres usines. C'est que l'entreprise souhaite étendre ses activités en amont (sources d'approvisionnement) et en aval (distribution), au cours de la prochaine année.

Dans le même ordre d'idée, la compagnie a mis sur pied un programme de formation qui peut atteindre jusqu'à 200 heures dans le cas d'un employé qui détient un poste permanent.

« Non seulement l'équipe fait preuve de compétitivité, mais elle démontre clairement que la réputation de l'entreprise lui tient à cœur », a déclaré M. Lauzon.

Un système d'intéressement collectif sous forme de partage de gains de productivité qui sera lancé sous peu devrait fidéliser davantage le personnel.

C'est son modèle original de gestion des ressources humaines qui a valu en grande partie aux Entreprises David Lauzon de se classer parmi les 50 sociétés les mieux gérées au Canada, dans le cadre d'un concours organisé par les comptables agréés et les conseillers en gestion associés Le Groupe Mallette Maheu et Arthur Andersen, conjointement avec le *Financial Post* et en collaboration avec les Lignes aériennes Canadien et Bell.

Le concours, qui rend hommage à la qualité de l'ensemble de la gestion de l'entreprise, est ouvert aux entreprises à capital fermé détenues par des intérêts canadiens, à la hauteur d'au moins 50 %. Outil de promotion, le prix devient une carte de visite à l'étranger. Des 50



David Lauzon se souvient de l'époque où il travaillait aux côtés de ses employés : « On avait tous le même âge. C'était pas mal facile. »



PHOTOS BERNARD BRAULT et ROBERT NADON. La Presse

entreprises primées dans le cadre de ce concours pancanadien, 13 sont québécoises.

## Efforts constants

Depuis la plus récente vague d'investissements aux Entreprises David Lauzon en 1994, des efforts constants sont faits pour améliorer la productivité, question de rentabiliser les capitaux injectés.

La compagnie s'est dotée d'une organisation plus structurée qui s'est matérialisée entre autres par l'embauche d'un directeur d'usine, d'un directeur des ventes et d'une directrice des ressources humaines. David Lauzon fait fi des vice-présidences, voulant conserver une hiérarchie des plus plates, qui le garde en contact avec ses employés. Il n'a pas oublié les premières années, quand il travaillait quotidiennement à leurs côtés.

« J'étais avec eux sur le plan-

cher. On avait tous le même âge. C'était pas mal facile », rappelle-t-il, tout en ajoutant qu'il avait fallu passer à un style de gestion plus formel pour soutenir la croissance de l'entreprise.

### La gestion des ressources humaines de ce fournisseur mondial de lames de parquet de bois lui a valu d'être choisi parmi les sociétés les mieux gérées au Canada.

La démarche d'accréditation ISO 9002, amorcée à l'été 95 et terminée 14 mois plus tard, a contribué à rapprocher les équipes de travail et à faire en sorte que les 94 travailleurs comprennent mieux leur rôle dans l'organisation.

« Nous avons récupéré plusieurs fois notre investissement de 150 000 \$ », soutient M. Lauzon, qui affirme ne pas rechercher l'effet marketing de cette accréditation.

On trouve les lames de bois des Entreprises David Lauzon chez les quincailliers de grande surface, bien que ce produit prêt à poser,

vendu préverni ou non, jouisse d'une visibilité moyenne au Canada puisqu'une grande partie de la production est destinée au marché des exportations.

Soixante-quinze pour cent des lames de parquet Lauzon sont vendues à l'étranger, de l'Amérique à l'Asie en passant par l'Europe. La diversification géographique rend l'entreprise moins vulnérable aux soubresauts de l'économie canadienne.

« Nous recherchons aussi une plus-value », ajoute M. Lauzon, le produit se vendant plus cher à l'étranger.

Pour diversifier davantage ses affaires mais surtout récupérer les résidus de bois (il s'en produit 70 tonnes métrique par jour), la compagnie transforme les sciures en granulés par le biais de sa filiale Cubex. Ces granulés de bois, qui sont utilisés dans les poêles à chauffage résidentiel, sont recherchés pour la faible quantité de gaz dégagés : pas besoin de cheminée, juste d'un simple système de ventilation. L'émission de polluants est réduite à cause de la combustion presque complète du bois qui chauffe.

La filiale Cubex réalise des revenus annuels de deux millions, soit environ 8 % du chiffre d'affaires de 27 millions des Entreprises David Lauzon. La beauté de l'affaire, c'est que l'entreprise a réussi à transformer en débouché commercial une matière première qui représentait 300 000 \$ de pertes par année. Les résidus qui ne sont pas utilisés par la compagnie pour sécher le bois étaient auparavant vendus à des usines de cogénération. Mais ce marché, qui s'est révélé trop cyclique, forçait l'entreprise à payer pour se débarrasser des déchets de bois qui lui restaient sur les bras.

L'entreprise existe depuis 1985. C'est après une première année à Polytechnique que David Lauzon a cassé sa tirelire et a investi dans la transformation de billes en bois de sciage, avant de devenir un fournisseur de lames de parquet. Un travail d'été dans une scierie l'avait mis sur la piste. Il regrette d'avoir dû abandonner ses études avant l'obtention de son diplôme, mais il explique qu'il fallait sauter sur l'occasion lorsqu'elle s'est présentée.

« C'est le goût des affaires qui a pris le dessus », glisse-t-il en guise d'explication.

## Bombardier vend 30 RJ à ASA

LAURIER CLOUTIER

Coup de maître de Bombardier : Atlantic Southeast Airlines (ASA), un transporteur américain, lui achète 30 Regional Jet et prend 60 options.

C'est la plus grosse commande ferme jusqu'ici (825 millions). Et les 60 options, un record, offrent aussi un grand potentiel d'avenir pour de nouveaux emplois.

Déjà, la livraison des 30 appareils, au rythme d'un par mois à compter d'août prochain, occupera à elle seule 20 % de la chaîne des RJ, avec 2500 des 8000 employés de l'usine Canadair. On y produit cinq RJ par mois et la cadence pourrait augmenter si d'autres soumissions étaient acceptées bientôt. La formation du personnel d'ASA doit débuter dès juin prochain.

ASA négociait depuis un bon moment avec Bombardier, en concurrence avec d'autres fournisseurs, non identifiés.

Un des transporteurs régionaux de la Delta Connection, ASA, d'Atlanta, dispose d'une flotte de 80 appareils, soit 63 Embraer turbopropulsés (30 places), 12 ATR d'Alenia (66 places) et cinq jets de British Aerospace (88 places), précise le porte-parole de Bombardier, Ahmed Galipeau.

Bombardier mise sur de nouvelles grosses commandes de RJ depuis l'automne dernier. Elle a toutefois perdu l'énorme contrat de Continental Airlines, proche d'Air Canada, pour 50 appareils d'une valeur de plus d'un milliard de dollars, au profit justement de l'Embraer 145, du Brésil, plus petit mais moins cher. Personne n'aurait rien su de cette vive concurrence si Continental n'avait pas lâché le morceau, dans le vain espoir de faire baisser sa facture.

Jamais Bombardier ne confirme l'identité des destinataires de ses soumissions, mais Ahmed Galipeau reconnaît que plusieurs transporteurs sont actuellement sur le marché pour renouveler leur flotte.



Le Regional Jet de Bombardier.

« On a plusieurs équipes de vente très actives. Nous sommes très optimistes pour 97. Ça bouge partout dans le monde », dit-il.

Comair, une autre filiale de la Delta Connection, a déjà pris livraison de 43 RJ. Lufthansa City Lines en a commandé 32, dont trois en décembre dernier, comparativement à 24 d'Air Canada.

John W. Beiser, président d'ASA, dit avoir choisi le confort et la quiétude du RJ, après une étude approfondie. La disposition des sièges en rang de quatre plaît aux passagers. Depuis sa mise en service, il y a quatre ans, le RJ a prouvé sa fiabilité et sa performance économique. Sa souplesse d'exploitation, sa vitesse et son rayon d'action promettent la rentabilité, dit-il.

Quatrième transporteur régional en importance aux États-Unis, ASA occupe le premier rang dans le Sud-Est, avec ses deux plaques tournantes d'Atlanta et de Dallas. Non seulement ASA connaît beaucoup de succès mais affiche aussi

une grande rentabilité, souligne Ahmed Galipeau.

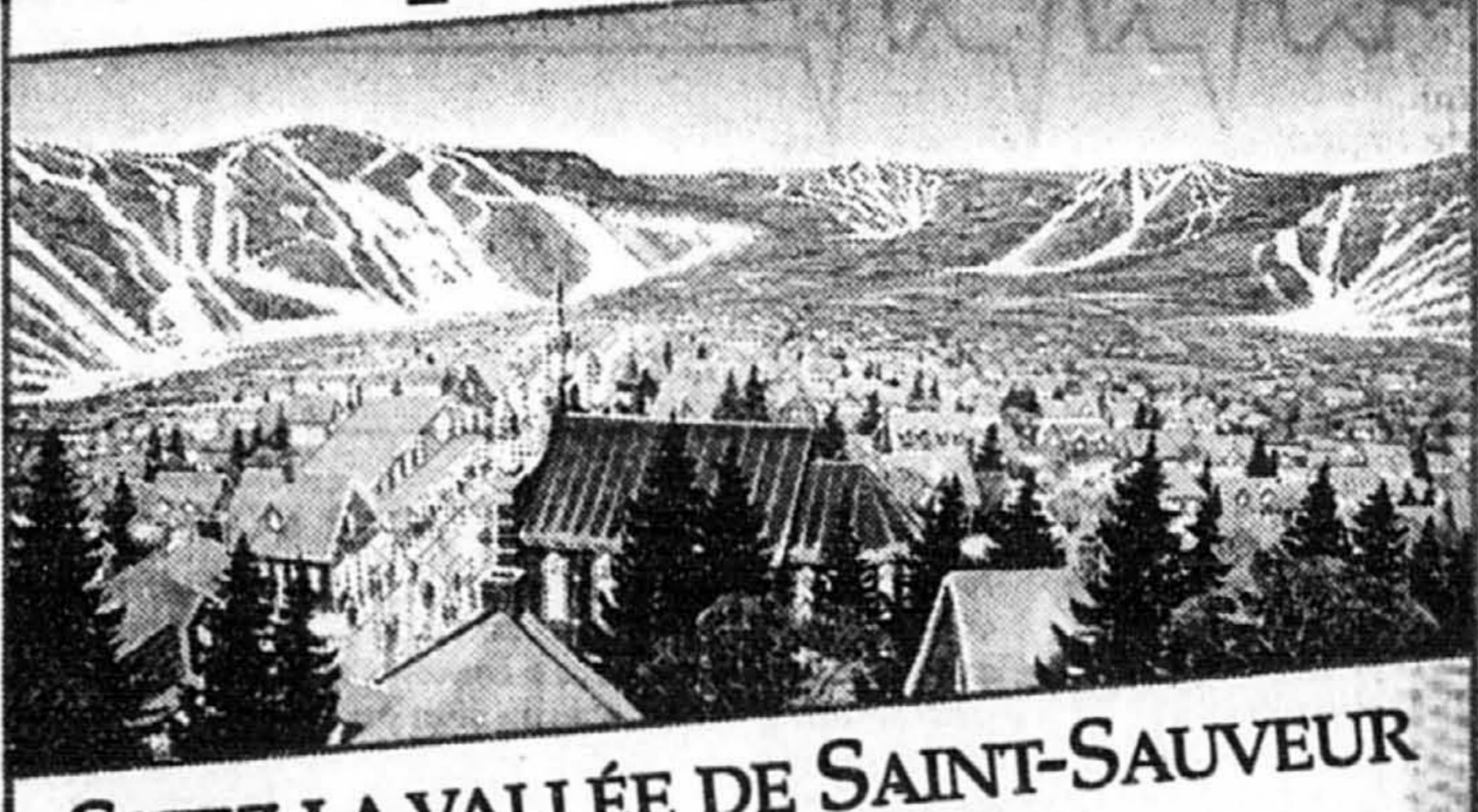
Pierre Lortie, président de la Division avions régionaux de Bombardier, déclare qu'après plus d'un demi-million d'heures de vol, le RJ démontre pouvoir rencontrer des exigences rigoureuses pendant de nombreuses années.

ASA utilisera ses RJ dans de nouveaux marchés et pour remplacer des turbopropulsés de sa flotte, avec 3900 vols par semaine, sur 58 destinations. M. Beiser dit miser sur le lancement prochain du CRJ-X, le RJ allongé de 70 passagers, pour assurer un bon positionnement stratégique d'ASA.

Mais le conseil d'administration de Bombardier, en novembre dernier, n'a pas pris la décision de lancer le CRJ-X, comme prévu. Ahmed Galipeau n'en donne pas les motifs. Il assure que Bombardier tranchera d'ici la fin de son exercice financier, le 31 janvier prochain. Ottawa a déjà promis un prêt participatif de 87 millions.

Bombardier a déjà livré 142 RJ à 14 transporteurs de huit pays. Avant la commande d'ASA, elle devait en produire 34 autres et tenir compte de plus de 80 options.

## ABONNÉS REGARDEZ c'est peut-être vous!



### SKIEZ LA VALLÉE DE SAINT-SAUVEUR

La Presse vous offre la chance de gagner une paire de billets pour aller skier dans la Vallée de Saint-Sauveur, d'une valeur de 58 \$, dans l'une des stations suivantes :

- Mont Avila
- Ski Morin Heights
- Ski Mont Gabriel
- Mont Olympia

Jusqu'au 11 janvier 1997, nous publierons quotidiennement les noms de 10 gagnants abonnés à La Presse qui mériteront automatiquement ce très beau prix.

La valeur totale des prix offerts est de 4060 \$. Les règlements du concours sont disponibles à La Presse. Les gagnants devront répondre à une question d'abileté mathématique pour mériter leur prix. Prévoir un délai de trois semaines pour la réception du prix.

La Presse

Abonnez-vous et vous pourriez être aussi parmi les chanceux de jour.

285-6911



# Alcan obtient un rabais de Gaz Métro

## Cette baisse permettra à Alcan de transformer deux chaudières et d'accroître sa consommation annuelle de gaz naturel

LISA BINSSE

La société Alcan a obtenu de Gaz Métropolitain un rabais à la consommation de plus de 1,2 million de dollars. Cela lui permettra de transformer deux chaudières et d'accroître sa consommation annuelle de gaz naturel à son usine de Vaudreuil, à Jonquière.

La Régie du gaz naturel a récemment accepté une demande du distributeur gazier et accordé ce rabais à l'entreprise.

Compte tenu de l'optimisation du réseau gazier découlant de cette consommation accrue, le projet d'Alcan, y compris le rabais, aura un effet à la baisse sur les tarifs de l'ensemble des usagers du gaz naturel de plus de quatre millions de dollars sur un période de 40 ans. Annuellement, cela représente une somme d'environ 100 000 \$.

Selon la société gazière, même si Alcan devait mettre fin à la consommation additionnelle de gaz

naturel au terme du contrat de six ans, en raison d'une situation concurrentielle défavorable, l'octroi du rabais sera toujours rentable pour l'ensemble des usagers pour une somme de plus d'un million de dollars sur 40 ans, ou environ 30 000 \$ par année.

L'entente avec Alcan au tarif interruptible signifie pour Gaz Métropolitain des revenus annuels supplémentaires de deux millions de dollars s'il n'y a pas d'interruption et d'un million, s'il y en a.

Dans le cadre de cette entente, Alcan devra convertir deux chaudières à l'usine de Vaudreuil, où l'on transforme l'alumine en bauxite. Ces chaudières utilisent présentement du mazout lourd et produisent de la vapeur qui sert essentiellement au procédé de raffinage de la bauxite. Cette conversion nécessite un investissement de 5,7 millions de dollars. Alcan n'aurait pas effectué ces investissements sans cette aide financière, soutient

Gaz Métropolitain dans sa requête.

Mme Margo Tapp, porte-parole d'Alcan au Saguenay, a précisé que les travaux préparatoires ont démarré et la conversion devrait être terminée en mars. Il s'agit essentiellement de modifier le brûleur et les instruments de contrôle pour permettre l'utilisation à la fois du gaz naturel et du mazout comme sources d'énergie.

Elle a expliqué que les équipements étaient devenus désuets et devaient être modernisés pour les rendre plus efficaces. Le fait de pouvoir utiliser le gaz naturel — source d'énergie plus économique présentement —, donne à l'entreprise une plus grande flexibilité. Le gaz naturel compte pour 12 % du bilan énergétique d'Alcan et l'électricité, 68 %.

Alcan consomme déjà presque 153 millions de mètres cubes de gaz naturel dans ses usines de Jonquière. Ce rabais lui permet d'augmenter sa consommation totale de

plus de 25 millions de mètres cubes.

Le programme de rabais à la consommation est disponible pour tout client industriel qui fait ce genre d'investissements. Le programme vise à permettre au distributeur d'offrir un rabais pour des volumes additionnels consommés par un client lorsque la situation concurrentielle le justifie.

Le tarif interruptible est plus avantageux pour les clients industriels. Toutefois, en période de pointe, Gaz Métropolitain peut interrompre le service vers ces clients qui recourent alors à une autre source d'énergie. Ce tarif est aussi lié à la capacité de transport de TransCanada PipeLines et à la possibilité de s'approvisionner directement de l'Alberta. En hiver, le coût de transport varie selon la demande et augmente en période de pointe. Un client industriel peut contracter une capacité additionnelle à fort prix, cependant.

## Pompes funèbres : SCI renonce à acquérir Loewen Group

Presse Canadienne  
VANCOUVER

La compagnie américaine de pompes funèbres Service Corp International (SCI), la plus importante sur le continent, a renoncé à sa tentative d'acheter un concurrent canadien, Loewen Group, de Burnaby, en Colombie-Britannique.

« SCI a décidé de ne pas acheter Loewen maintenant », a indiqué Robert Waltrip, président de l'entreprise établie à Houston, au Texas.

Un tel investissement « présenterait un risque inacceptable pour nos actionnaires », la compagnie ayant acheté beaucoup d'actifs ces derniers temps, y compris des cimetières, a ajouté SCI.

## Carrières professions

<http://www.lapresse.com/probec>

### Représentant(e) — Secteur médical Infirmier(ère) diplômé(e) - B.Sc. nursing Montréal / Québec

Un chef de file en services médicaux cherche un(e) professionnel(le) en vente clinique, bilingue, pour desservir et augmenter sa clientèle actuelle, définir et atteindre de nouveaux objectifs et assurer le soutien clinique aux clients. Les personnes qui ont de solides antécédents en nursing et qui sont intéressées à faire carrière en vente sont également invitées à postuler.

Les candidats rêvés ont une formation en soins de santé (B.Sc. en nursing, diplôme d'infirmier(ère)), ont des antécédents éloquentes en vente ou une expérience équivalente en nursing et sont doués pour la communication et l'enseignement.

Nous offrons un salaire attrayant, un régime d'encouragement, des primes, une allocation de voiture, une excellente formation et de généreux avantages sociaux. Discretion assurée. Prière d'écrire à :

Référence : 33391  
C.P. 6041, succ. Centre-ville  
Montréal (Québec)  
H3C 3E3

### Compagnie aérienne de vols nolisés recherche:

- Pilotes et ingénieurs de vol ou seconds officiers qualifiés sur le DC-10 pour tenir les fonctions d'instructeurs pour le printemps 1997, et ;
- Pilotes et ingénieurs de vol ou seconds officiers pour opérer le DC-10. Un permis de vol commercial et un minimum de 2 000 heures sont requis. Il s'agit d'un emploi saisonnier.
- S.v.p. faire parvenir votre C.V. à :

Référence : 33382  
C.P. 6041, succ. Centre-ville  
Montréal (Québec)  
H3C 3E3

• Seuls les candidats retenus seront contactés.

### TENAQUIP

#### DIRECTEUR(TRICE)S DE TERRITOIRE

Tenaquip, un distributeur de gamme complète en équipement et fournitures industriels, est présentement à la recherche de directeur(trice)s de territoire avec expérience dans les produits industriels.

Les candidat(e)s doivent être bilingues, posséder une excellente habileté en communication, être motivé(e)s et spécialisé(e)s dans un ou plusieurs des produits suivants: abrasifs, compresseurs, outils électriques ou de coupe, accessoires ou outillages pneumatiques, produits de sécurité et produits d'entretien.

Nous offrons des chances égales d'emploi à tous avec une rémunération compétitive qui comprend un programme de participation aux bénéfices.

Vous offrons des chances égales d'emploi à tous avec une rémunération compétitive qui comprend un programme de participation aux bénéfices.

Services des Ressources humaines  
Annie Tashdjian  
20701, chemin Ste-Marie  
Ste-Anne-de-Bellevue (Québec) H9X 3L2  
Télécopieur: 457-4815

Nous remercions tous (toutes) les candidat(e)s; cependant, seul(e)s ceux (celles) choisis(e)s pour une entrevue seront contacté(e)s.

### TENAQUIP

#### REPRÉSENTANT(E)S DE VENTES INTERNES

Tenaquip, un distributeur de gamme complète en équipement et fournitures industriels, est présentement à la recherche de représentant(e)s de ventes internes avec expérience dans les produits industriels.

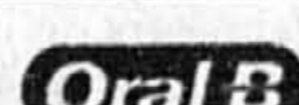
Les candidat(e)s doivent être bilingues, orienté(e)s vers le service à la clientèle, être motivé(e)s et spécialisé(e)s dans un ou plusieurs des produits suivants: abrasifs, compresseurs, outils électriques ou de coupe, accessoires ou outillages pneumatiques, produits de sécurité et produits d'entretien.

Tenaquip offre une rémunération compétitive qui comprend des primes et un programme de participation aux bénéfices.

Si vous possédez les qualifications mentionnées ci-haut et que vous aimerez travailler avec une équipe dynamique, veuillez faire parvenir votre C.V. en toute confiance à :

Services des Ressources humaines  
Annie Tashdjian  
20701, Chemin Ste-Marie  
Ste-Anne-de-Bellevue (Québec) H9X 3L2  
Télécopieur: 457-4815

Nous remercions tous (toutes) les candidat(e)s; cependant, seul(e)s ceux (celles) choisis(e)s pour une entrevue seront contacté(e)s. Nous offrons des chances égales d'emploi à tous.



### Représentant(e) Division Produits professionnels

Oral-B Laboratories Inc., chef de file en produits d'hygiène buccale, cherche un(e) chargé(e) de comptes professionnel(le) et ambitieux(se) pour un poste permanent à temps partiel.

La personne choisie couvrira la région de Laval et les environs en offrant nos produits réputés aux professionnels en dentisterie et distributeurs agréés. Une expérience en vente et en gestion de territoire serait un atout de taille pour ce poste stimulant. La préférence sera accordée aux hygiénistes dentaires diplômés qui maîtrisent l'informatique et ont des antécédents en vente ou marketing.

Nous offrons une rémunération très attrayante, une allocation de voiture et de superbes perspectives de carrière dans ce domaine. En raison de notre calendrier de formation, nous donnerons la priorité aux premières candidatures reçues. Veuillez télécopier votre c.v. d'ici le 15 janvier 1997 à :

Oral-B Division produits professionnels  
Wendy Fee  
Chef de district  
110 Matheson Blvd. W., Suite 210  
Mississauga, Ontario L5R 3T5  
Télé.: (514) 694-7758 ou (905) 712-5545

Nous sommes le plus important fournisseur de programmes de santé aux entreprises au Canada. Notre équipe de 225 employés et notre réseau de 1 000 professionnels de la santé offrent une gamme complète de services adaptés aux besoins de l'entreprise et qui couvrent tous les aspects de la santé au travail. Ceci comprend des bilans de santé pour cadres supérieurs, divers programmes de médecine du travail, des services paramédicaux pour les compagnies d'assurance-vie et des services de placement de personnel infirmier. Nous sommes à la recherche d'une personne expérimentée qui se joindra à notre équipe d'Ottawa à titre de :

### Directeur principal

#### Important contrat d'impartition Ottawa

Vous serez responsable de la gestion d'un important projet d'impartition dans une société d'État. L'équipe affectée à ce mandat sera composée d'environ soixante employés, principalement des infirmières et des techniciens en santé et sécurité au travail, et qui seront répartis dans tout le Canada. La principale responsabilité de l'équipe sera la gestion de l'assiduité pour l'ensemble de l'entreprise, incluant la documentation des dossiers, l'évaluation de documents pour déterminer l'admissibilité à certains programmes, la communication avec l'employé et son médecin traitant ainsi que la coordination de différents programmes de réadaptation, et ce dans un environnement hautement syndiqué.

Vous possédez une formation universitaire appropriée, êtes parfaitement bilingue et avez œuvré dans le secteur d'activité de la santé et sécurité au travail et de la gestion de l'assiduité. Vous avez ensuite acquis une expérience plus générale comme gestionnaire principal en ressources humaines et avez travaillé dans de grandes entreprises syndiquées ayant une portée nationale. Vous possédez des compétences et des réalisations dans la gestion de projets importants, incluant la gestion de grandes équipes, le contrôle des budgets et, idéalement, le déploiement de systèmes informatiques. Vous êtes disposé à vous déplacer fréquemment et acceptez de vous réinstaller à Ottawa après les six premiers mois du mandat.

Prière de faire parvenir votre curriculum vitae en mentionnant le mandat à France Rivet, Groupe Santé Médysis, 500, rue Sherbrooke Ouest, bureau 1110, Montréal (Québec) H3A 3C6. Télécopieur : (514) 845-4723

GRUPE SANTÉ  
**MEDISYS** HEALTH GROUP INC.  
Montréal • Toronto • Edmonton •  
Calgary • Vancouver

Astra est une société pharmaceutique en pleine expansion. Présente à l'échelle internationale.

Astra se consacre à la recherche, à la production et à la commercialisation de produits pharmaceutiques par l'entremise de filiales, d'agents et de détenteurs de licences. La société emploie environ 17 000 personnes dans le monde, dont 6 000 en Suède et ses ventes ont totalisé 7 milliards de SCAN en 1995.

L'unité Astra Pain Control en Suède est une compagnie de recherche au sein du groupe Astra. Elle compte environ 270 personnes et ses produits dominent le marché mondial des anesthésiques locaux. Au Canada, cette unité a récemment créé un centre de Recherche et Développement à Montréal, une division d'Astra Pharma Inc., ou on doit combler les postes suivants :

### Chimiste en chimie combinatoire

Notre tout nouveau département de chimie offre un milieu stimulant et enrichissant pour la recherche pharmaceutique innovatrice. Nous cherchons présentement à combler le poste de chimiste de produits organiques synthétiques au sein du groupe de chimie combinatoire. Le candidat/la candidate participera à la conception, la synthèse et la caractérisation de nouveaux composés dans le cadre de nos travaux multidisciplinaires en vue de découvrir des médicaments. La personne choisie doit posséder un Ph.D. en chimie organique ainsi que de l'expérience en synthèse des solides et des liquides dans l'industrie pharmaceutique. Ref. 97-01

### Chimiste spécialiste de la chimie analytique

La personne choisie travaillera à l'élaboration et à l'utilisation de méthodes analytiques de pointe (chromatographique, spectroscopique et physique) pour l'évaluation de la pureté et la caractérisation des molécules organiques dans notre département de chimie. Le candidat/la candidate doit posséder un B.Sc./M.Sc. en chimie analytique/bioanalytique (ou dans un domaine connexe) et une excellente compréhension des méthodes analytiques/bioanalytiques et de l'instrumentation, comme LC/MS, IR et l'analyse élémentaire. Ref. 97-02

### Chimiste de produits organiques synthétiques

L'emploi consiste principalement à concevoir, synthétiser et caractériser de nouveaux composés. Le candidat/la candidate doit posséder un B.Sc./M.Sc. en chimie organique. L'expérience dans l'industrie pharmaceutique est sans contredit un atout. Ref. 97-03

Astra offre aux candidats un milieu de travail professionnel. Si un de ces postes vous intéresse, veuillez envoyer votre curriculum vitae, en précisant le numéro de référence, au : Service des Ressources humaines, Centre de recherche Astra Montréal, 7171 Frédérick-Banting, St-Laurent (Québec), Canada H4S 1Z9.

Nous remercions tous les répondants de leur intérêt pour notre compagnie; prenez note, toutefois, que nous communiquerons uniquement avec les candidats retenus. Aucune candidature par téléphone ou par l'entremise d'une agence. Astra adhère au principe d'équité en matière d'emploi.

**ASTRA**  
ASTRA CANADA

### DIRECTEUR - RÉCLAMATIONS

Une compagnie d'envergure nationale recherche un DIRECTEUR - RÉCLAMATIONS pour diriger une équipe multidisciplinaire d'enquêteurs. Doit être bilingue, avoir une vaste expérience en réclamation et la capacité de diriger du personnel. Rémunération concurrentielle, avantages sociaux, chances d'avancement.

Faites parvenir votre C.V. par télécopieur à l'attention de P. Gauthier au

(514) 493-2557

## Welch Allyn

### REPRÉSENTANT DES VENTES

Welch Allyn, chef de file mondial dans l'instrumentation de diagnostic, est présentement à la recherche d'un représentant pour le Québec. Basé à Montréal, le candidat aura un diplôme universitaire reconnu et sera parfaitement bilingue (français, anglais). Autonome et dynamique, il possèdera de très fortes aptitudes pour les présentations et l'organisation, ainsi qu'une bonne connaissance du système de santé au Canada. De l'expérience dans la vente de produits médicaux serait un atout. Veuillez faire parvenir votre curriculum vitae à l'attention du :

Directeur des ressources humaines  
Welch Allyn Canada Limitée  
160 Matheson Boulevard East, Unit 2  
Mississauga (Ontario)  
L4Z 1V4  
Fax : (905) 890-0008

### Contrôleur / comptable

Importante maison de préimpression au centre-ville recherche comptable avec minimum 5 ans d'expérience. Connaissance approfondie du logiciel ACCPAC est essentielle.

Personne motivée avec expérience en gestion doit prendre charge des payables et recevables, du grand livre, de la conciliation bancaire et des rapports de fin de mois. Poste bilingue.

Avantages sociaux et salaire selon compétence. Envoyez votre C.V. à :

Référence : 33395  
C.P. 6041, succ. Centre-ville  
Montréal (Québec)  
H3C 3E3

### MOBILIER DE BUREAU

Nous sommes à la recherche d'une personne désireuse de réussir dans la vente.

PRÉREQUIS :  
— Autonome, bon sens de l'organisation ;  
— Facilité à communiquer surtout avec une clientèle de gens d'affaires ;  
— Motivée ;  
— Expérience de vente de mobilier serait un atout.

Nous possédons une salle de montre.

Nous fournissons une clientèle de base.

Faire parvenir votre C.V. à :

INTERTECH  
M. Irwin Klerer  
8130, boul. Décarie  
Montréal (Québec) H4P 2S8  
Télécopieur : 344-3391

# Sautez bottez dansez bougez

Agissez sur  
votre santé.

Défi santé : notre responsabilité à tous !  
PARTICIPATION MD

Conrad Black réorganise ses intérêts canadiens

Presse Canadienne TORONTO

Le groupe Hollinger de Conrad Black a procédé à une réorganisation de ses intérêts canadiens, dont sa filiale UniMedia (propriétaire des quotidiens de langue française Le Soleil, Le Quotidien et Le Droit), qui sont ainsi transférés au sein du groupe Hollinger International.

La nouvelle filiale s'appelle Hollinger Eastern. Elle comprendra, outre les quotidiens d'UniMedia, 23 quotidiens de l'Ontario, de la Colombie-Britannique et de la Saskatchewan, un certain nombre d'hebdomadaires présentement réunis au sein du groupe Sterling ainsi que le Saturday Night Magazine. La chaîne de journaux Southern, dont Hollinger est l'actionnaire majoritaire, ne paraît pas concernée par cette transaction. Ce transfert d'éléments d'actif rapportera 523 millions canadiens au groupe Hollinger.

Pas de fortes hausses de tarifs en vue chez Hydro

Presse Canadienne

Le nouveau PDG d'Hydro-Québec, André Caillé, n'en tend pas, du moins à court terme, changer complètement la structure tarifaire de la société avec des hausses importantes.

Dans une entrevue à la Société Radio-Canada (SRC), M. Caillé a déclaré mardi soir que les tarifs augmenteraient pour correspondre aux coûts, mais cela de façon progressive. « Dans mon esprit, il ne s'agit pas de changer du tout au tout la structure tarifaire, voire même le niveau des tarifs actuels subitement », a dit M. Caillé.

Mais pour le PDG d'Hydro, « pour arriver à avoir de bons tarifs, il faut soigner nos coûts, tous nos coûts. Il faut essayer de circonscrire nos dépenses d'exploitation, circonscrire également nos dépenses d'immobilisation et travailler aussi sur nos revenus, une augmentation des volumes de ventes. »

M. Caillé a refusé cependant de mettre un pourcentage précis sur les augmentations

Les analystes s'attendaient à une réorganisation de genre au sein de l'empire de Conrad Black, qui veut ainsi réduire les coûts d'exploitation et donner à Hollinger International une plus grande envergure. Cette branche de l'empire Hollinger a en effet un accès direct au lucratif marché des capitaux américains.

Hollinger International sera ainsi mieux en mesure d'aller chercher des capitaux. De plus, la gestion séparée d'UniMedia et de Sterling entraînerait des coûts supplémentaires pour le groupe Hollinger.

« Les directions de Hollinger et de Hollinger International croient que la consolidation de ces intérêts d'édition dans Hollinger International devrait améliorer la valeur de l'actif du groupe sur le marché boursier et favoriser l'expansion future dans l'industrie internationale des journaux », écrit-on dans un communiqué.

éventuelles de tarif. « Mon premier objectif, a-t-il dit, est d'améliorer la rentabilité d'Hydro-Québec. » Selon lui, cela peut se faire sans augmenter les tarifs.

M. Caillé a déclaré par ailleurs qu'il n'était pas question d'abandonner la recherche à la société d'Etat, mais bien plutôt de l'augmenter. Ainsi il a affirmé qu'il n'abandonnerait pas, pour le moment, le programme d'automobile électrique de la société. « Je ne suis pas prêt à lancer la serviette sur le moteur-roue, a-t-il ajouté. On va aller jusqu'au bout de cette expérience-là. »

Hydro investira donc 4 millions en quatre mois dans la poursuite du projet pour faire de la recherche, mais aussi pour comprendre les problèmes qui affligent ce programme depuis quelques temps.

Depuis un an, les chercheurs principaux ont démissionné et Hydro n'est pas arrivée à mettre au point un prototype final, même après un investissement de 12 millions de dollars.

Bourse de Vancouver

Volume 29 600 000

Fermeture 1178 39

Variation - 22

Table of stock market data for Vancouver, including columns for Volume, Fermeture, Variation, and various stock symbols like APAC, Anova, Aquality, etc.

Les devises

(PC) - Voici les taux de devises américains, les taux qui forment la Banque de Montréal, mardi, les cotes sont en devise canadienne. Les taux sont qualifiés de nominaux car ils fluctuent d'un jour à l'autre.

Table of exchange rates for various currencies including US Dollar, British Pound, Japanese Yen, etc.

Les métaux

MARCHÉ DE LONDRES PRIX EN DOLLARS US PAR TONNE METRIQUE

Table of metal prices for commodities like Copper, Aluminum, Nickel, Zinc, etc.

Les obligations

GOVERNEMENT DU CANADA

Table of government bond yields and prices for various maturities.

Options sur l'indice S & P 100 à Chicago

Table of S&P 100 index options data, including columns for PRIX DE LÉVEE, ACHATS, and various option contracts.

Les titres au comptoir (DE TORONTO)

TORONTO (PC) - 07 janvier les actions négociées sur titres inscrits au comptoir fournies par l'Association des courtiers en valeurs mobilières du Canada sous l'autorité de la Commission des valeurs mobilières de l'Ontario. Le volume comprend les transactions pour clients et les échanges entre courtiers.

Table of Toronto stock market data, including columns for Values, Ventes, Hautes, Bases, Fermetures, and various stock symbols.

Junior

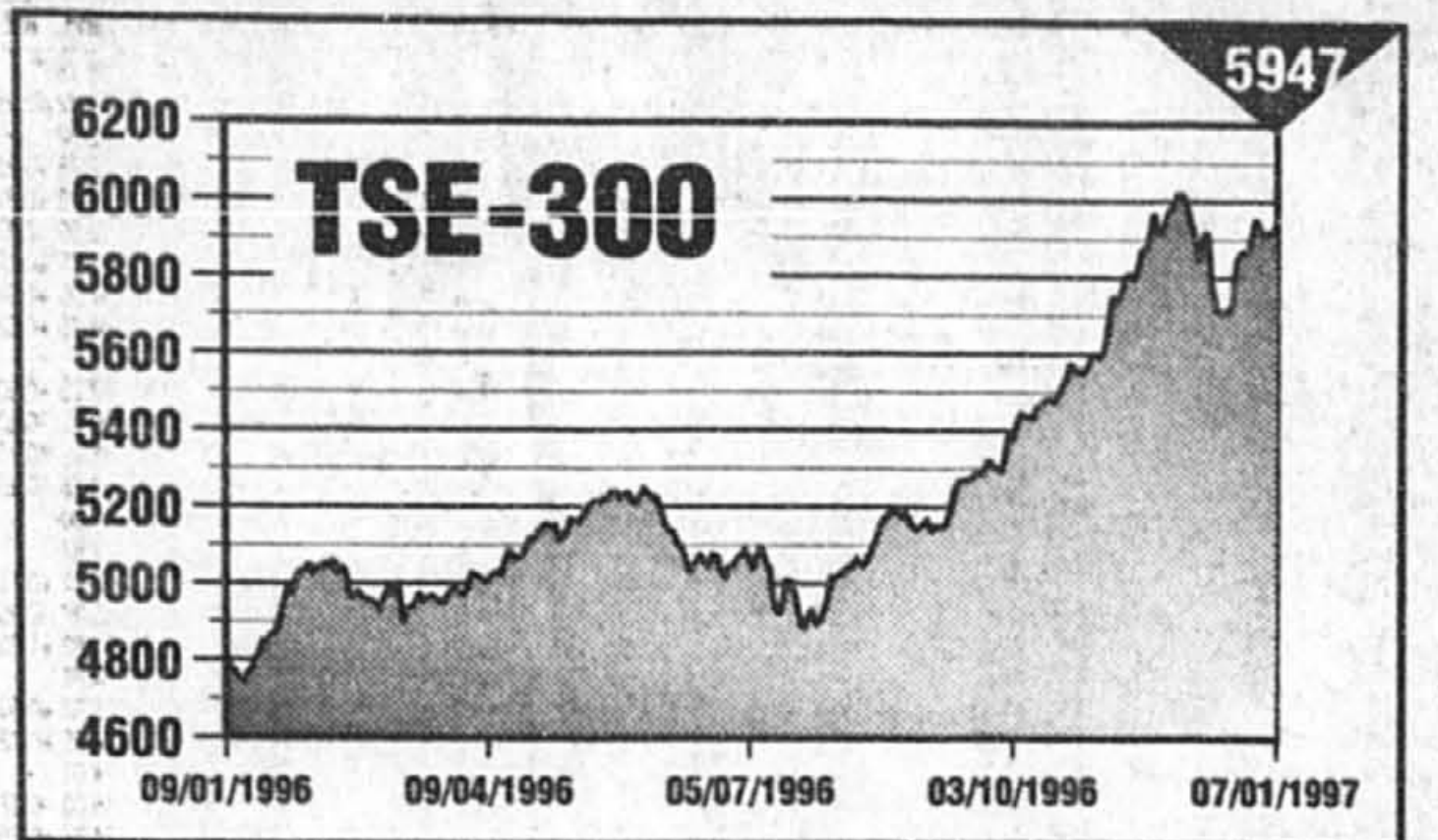
Table of junior stock market data, including columns for Values, Ventes, Hautes, Bases, Fermetures, and various stock symbols.







Bourse de Toronto



Infographie La Presse

Table with columns: Valeurs, Div., (100) H, A/B, ch, %2 sem, Net, Bas, and a list of stock symbols like Abi, Cdn, Abi, Cdn, etc.

Table with columns: Valeurs, Div., (100) H, A/B, ch, %2 sem, Net, Bas, and a list of stock symbols like Enbridge, Enbridge, Enbridge, etc.

Table with columns: Valeurs, Div., (100) H, A/B, ch, %2 sem, Net, Bas, and a list of stock symbols like Alcan, Alcan, Alcan, etc.

Table with columns: Valeurs, Div., (100) H, A/B, ch, %2 sem, Net, Bas, and a list of stock symbols like Abi, Cdn, Abi, Cdn, etc.

Table with columns: Valeurs, Div., (100) H, A/B, ch, %2 sem, Net, Bas, and a list of stock symbols like Abi, Cdn, Abi, Cdn, etc.

Table with columns: Valeurs, Div., (100) H, A/B, ch, %2 sem, Net, Bas, and a list of stock symbols like Abi, Cdn, Abi, Cdn, etc.

Table with columns: Valeurs, Div., (100) H, A/B, ch, %2 sem, Net, Bas, and a list of stock symbols like Abi, Cdn, Abi, Cdn, etc.

Table with columns: Valeurs, Div., (100) H, A/B, ch, %2 sem, Net, Bas, and a list of stock symbols like Abi, Cdn, Abi, Cdn, etc.

Table with columns: Valeurs, Div., (100) H, A/B, ch, %2 sem, Net, Bas, and a list of stock symbols like Abi, Cdn, Abi, Cdn, etc.

Table with columns: Valeurs, Div., (100) H, A/B, ch, %2 sem, Net, Bas, and a list of stock symbols like Abi, Cdn, Abi, Cdn, etc.

Table with columns: Valeurs, Div., (100) H, A/B, ch, %2 sem, Net, Bas, and a list of stock symbols like Abi, Cdn, Abi, Cdn, etc.

Table with columns: Valeurs, Div., (100) H, A/B, ch, %2 sem, Net, Bas, and a list of stock symbols like Abi, Cdn, Abi, Cdn, etc.

Table with columns: Valeurs, Div., (100) H, A/B, ch, %2 sem, Net, Bas, and a list of stock symbols like Abi, Cdn, Abi, Cdn, etc.

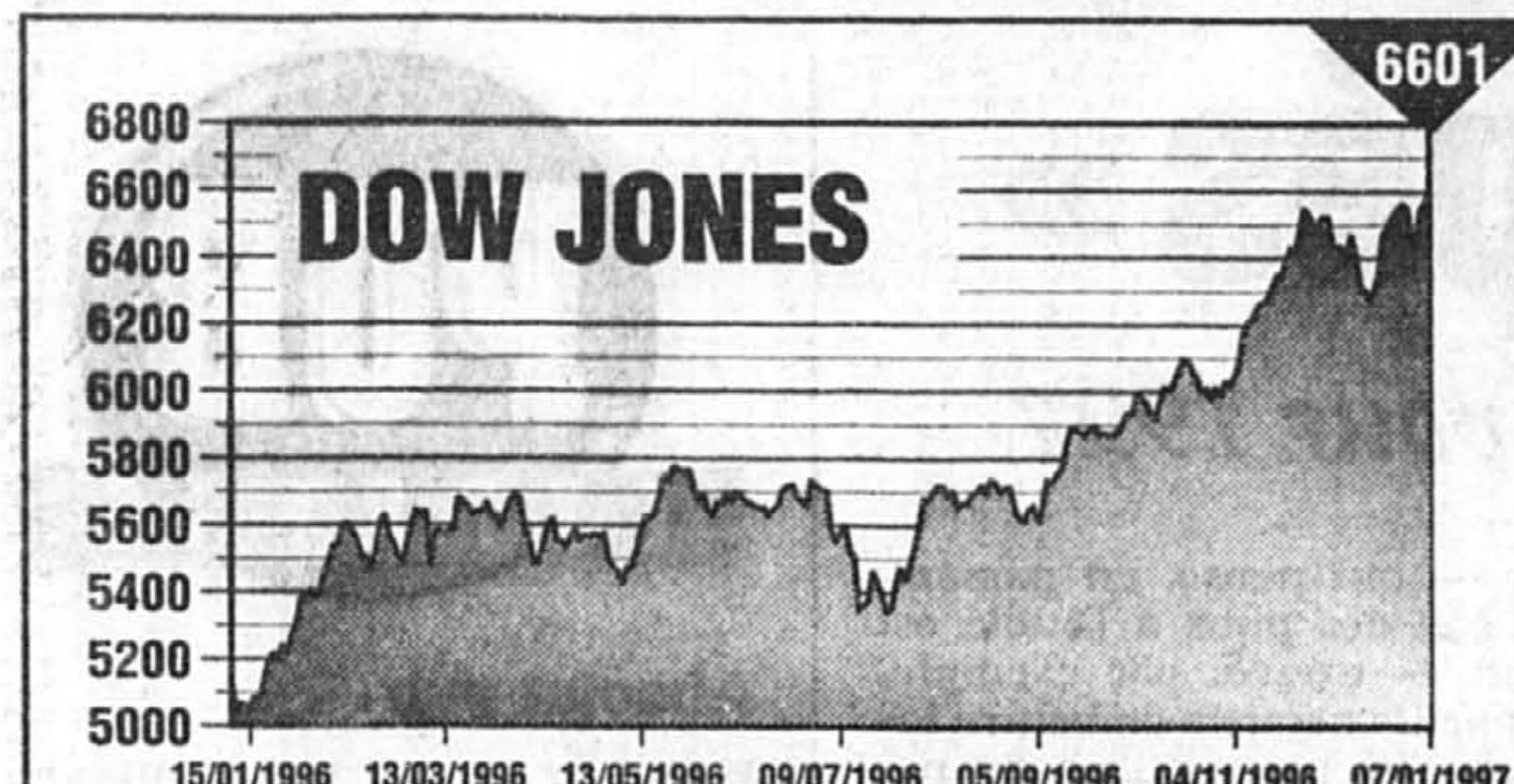
Table with columns: Valeurs, Div., (100) H, A/B, ch, %2 sem, Net, Bas, and a list of stock symbols like Abi, Cdn, Abi, Cdn, etc.

Table with columns: Valeurs, Div., (100) H, A/B, ch, %2 sem, Net, Bas, and a list of stock symbols like Abi, Cdn, Abi, Cdn, etc.

Bourse d'Albera

Large table with multiple columns listing various stock symbols and their corresponding values, organized into sections like 'Bourse d'Albera' and 'Bourse de Toronto'.

Bourse de New York



Infographie La Presse

Table of stock prices for various companies including AAR, ACMI, ADT, AFLAC, AMR, ASAC, AT&T, etc.

Table of stock prices (continued)

Table of stock prices (continued) including companies like Airtouch, Alkerm, Alkerm, etc.

Table of stock prices (continued) including companies like Alkerm, Alkerm, etc.

Table of stock prices (continued)

Table of stock prices (continued) including companies like Alkerm, Alkerm, etc.

Table of stock prices (continued)

Table of stock prices (continued) including companies like Alkerm, Alkerm, etc.

Table of stock prices (continued) including companies like Alkerm, Alkerm, etc.

Table of stock prices (continued)

Table of stock prices (continued) including companies like Alkerm, Alkerm, etc.

Table of stock prices (continued)

Table of stock prices (continued) including companies like Alkerm, Alkerm, etc.

Opt. Cda

Table of options and derivatives for various companies and indices.

Suite de la page E 10

Table of options and derivatives (continued) for various companies and indices.

Bourse d'Alberta

Table of stock prices for the Alberta stock market.

## Publicité-marketing

## Des idées pour les « vépés »

Des consommateurs expriment leurs souhaits-marketing pour 1997



Marie-Claude Lortie

**N**e serait-ce pas formidable de pouvoir courir les aubaines d'après Noël en pantoufles, devant son ordinateur, plongé dans un univers virtuel, loin des foules et des vendeurs trop zélés ou trop hautains? Ou encore, 1997 ne resterait-elle pas gravée dans nos mémoires si c'était l'année où les comptes de téléphone étaient enfin cristallins? Ou si c'était le début d'une ère où on n'a plus à baisser le volume de la télé quand passent les annonces, l'année où les ampoules halogènes ont enfin été standardisées...

Chers vépés marketing, vous vous creusez la tête pour amorcer l'année pleine de nouvelles idées? Les consommateurs, eux, en ont un joli paquet. Alors pour cette première chronique de 1997, *La Presse* a décidé de leur demander — ou du moins à quelques-uns d'entre eux, choisis de façon totalement arbitraire — de dire spontanément quels voeux ils voudraient voir exaucés.

Parmi les personnes interrogées un souhait fait l'unanimité: pour quoi les compagnies de téléphone, d'interurbains, de cellulaires ou autres, ne profiteraient-elles pas de 1997 pour concevoir des plans de rabais ultra-simples? Pour envoyer des factures saisissantes de clarté? Nos consommateurs en ont marre de ne plus savoir à quelle heure, à quel numéro et à quels points boni se vouer, le temps venu d'appeler ou de payer.



ILLUSTRATION STEVE ADAMS

**Nourriture, vêtements, comptes de téléphone... le consommateur a quelques suggestions pour les gens du marketing, en 97.**

Autre thème qui revient souvent: les vêtements. Jeanne-Mane, étudiante-retraitee d'Outremont qui se définit elle-même comme une « taille forte », trouve que les vêtements pour femmes de grande taille sont soit affreux, soit inabornables et souvent les deux et de mauvaise qualité en plus. « Il faudrait que quelqu'un se réveille quelque part parce que ce marché est important et vraiment ce n'est pas beau. »

Une notaire montréalaise, Josée, trouve quant à elle que les jolis vêtements pour garçons sont inabornables et aussi qu'il est impossible, pour les femmes de 40 ans, de s'habiller « sans avoir l'air d'une madame straight en tailleurs-hauts » ou d'une ado moulée en polyester stretch nacré. « A quand les vêtements modernes pour adultes? » demande-t-elle.

Côté nourriture, les commentaires sont assez pointus. Sophie, cor-

rectrice — qui pense, en passant, que le son des pubs à la télé est trop fort — trouve, par exemple, que les petits paquets de beurre individuels enveloppés dans du papier et servis dans les restaurants sont ridicules et impossibles à utiliser sans en avoir plein les doigts et en gaspiller les trois quarts. Véronique, avocate, en a contre les fabricants de ses céréales préférées qui mettent l'agent de conservation BHT dans les céréales plutôt que dans l'emballage. « Pourtant, l'option santé est là, toute simple », dit-elle.

Véronique trouve aussi que les fabricants de disques compactes devraient repenser leurs boîtiers, qui se brisent trop facilement. Dans la même veine, pratiquement toutes les personnes interrogées rouspètent encore et toujours contre les emballages de cellophane — qui enveloppent ces disques, mais aussi les cassettes et une foule d'autres produits — dont la résistance pose au consommateur un défi d'habileté sans cesse renouvelé.

Côté technologique, Josée est exaspérée par les fabricants de lampes halogènes qui n'ont pas standardisé leurs ampoules. « On dirait qu'il y a autant de sortes d'ampoules que de lampes. Il faut faire des kilomètres à chaque fois qu'on en brûle une. »

Carole-Andrée, journaliste, rêve, elle, du jour où on n'aura carrément plus à bouger pour magasiner. « Ah! si on pouvait enfin faire du shopping virtuel sur Internet, aller fouiner chez Holt Renfrew sans se taper la moue des vendeuses... »

Pour compléter son bonheur, les détaillants pourraient aussi étiqueter ce type de produits — et tous les autres aussi tant qu'à y être — en indiquant clairement à la fois leur prix et le montant de taxes qui les accompagneront, afin que le consommateur sache au premier coup d'oeil quelle facture l'attendra à la sortie. Et de grâce, ajoutez-elle, « qu'on cesse ces ridicules prix style 4,99 \$ ou 29,99 \$ ou 99,99 \$ ». Francine ne peut pas supporter.

## LA PUB DE LA SEMAINE

## Chronique optimiste

**BRUNO BOUTOT**  
Directeur des rédactions  
des Éditions Info Presse

Commençons l'année avec l'espoir, l'avenir et la jeunesse. L'image ci-contre est l'oeuvre d'un étudiant finissant du baccalauréat en design de l'Université du Québec à Montréal. On y voit la tête de la statue de la Liberté, le front frappé d'une balle, avec la mention: « Cette liberté qui... »

Quand on dit qu'une image vaut mille mots... Ce concept était destiné à figurer sur une carte postale à utiliser pour une pétition dans le cadre d'une campagne pour la limitation de la circulation des armes à feu.

Tout y est dit succinctement: d'abord, l'image frappe et retient l'attention; ensuite, tout le discours qui lie la prolifération des armes à feu aux libertés individuelles voit ses conséquences tragiques illustrées de façon péremptoire.

Tout est dit. Le design est impeccable mais on est dans une toute autre dimension: celle de la transmission de messages en utilisant toutes les ressources disponibles, le design résumant que l'une d'entre elles. Nous sommes dans la communication.

Cette annonce a été réali-



**Un milieu dynamique et ouvert**

sée par Alexandre Béliveau mais j'aurais aussi bien pu choisir les réalisations de Paulo Lopes et Nicolas Saint-Cyr, celles de Christine Lavoie et Pascal Etchebarne ou d'autres encore.

Tous ceux-là, dans le cours du professeur Judith Poirier, ont participé en 96 à une semaine intensive de création publicitaire dirigée par Jean-Jacques Stréliski, directeur exécutif de la création de l'agence PNMD/Publitel, de Montréal.

En ces temps où les perspectives d'emploi se font moroses, il est bon de savoir que le monde de la communication demeure actif, dynamique et largement ouvert aux nouveaux talents. Bien sûr, c'est aussi

un monde cruellement compétitif, mais c'est cette concurrence même qui garantit que les agences restent curieuses et aux aguets.

Selon Jean-Jacques Stréliski, près de la moitié des 25 personnes qui ont été diplômées dans ce cours pourraient dès cette année se retrouver directeurs artistiques dans une agence de publicité. Bonne chance à tous.

Info Presse/La Presse, Télécopieur: (514) 842-2422. Adresse électronique: [bboutot@infopresse.com](mailto:bboutot@infopresse.com)

**INFO PRESSE**

## SONDAGE

COMBAT DES PUBS  
Bridgestone contre Goodyear

Nous avons choisi deux messages qui vous feront peut-être penser qu'il est grand temps de s'équiper (si cela n'est pas déjà fait...) en vue de la prochaine tempête de neige.

L'un des deux messages en lice est celui des pneus Blizzak de Bridgestone. On y voit une femme à côté de sa voiture sur une petite route enneigée de la Mauricie. Elle raconte qu'elle a déjà eu un accident sur l'une de ces routes et qu'elle se sent maintenant plus en sécurité avec ses Blizzak. Le deuxième message en compétition est celui des pneus Goodyear. On y voit Jean-Pierre Coallier en patins jaunes. Il présente le pneu à neige F32 en racontant à la blague qu'il est chanceux que son nom ne soit pas exprimé en Celsius car il s'appellerait zéro...

Les deux messages profitent d'une excellente notoriété auprès de la population sondée, Goodyear enregistrant une légère avance (78 pour cent) sur Bridgestone (71 pour cent). Comme on pouvait s'y attendre étant donné la catégorie, les hommes sont plus nombreux que les femmes à avoir remarqué ces deux messages.

Au total, 60 pour cent des Montréalais ont été exposés aux deux messages, ce qui leur permettait participer au combat des pubs. Le grand gagnant est Bridgestone (59 pour cent), quoique l'écart avec Goodyear ne soit pas important (41p.cent). Notons que le message gagnant a particulièrement plu aux hommes (65 pour cent), tandis que les femmes sont très partagées entre les deux messages (le charme de J.P. Coallier a certainement fait son oeuvre auprès de ces dernières!).

	Total	Hommes	Femmes
Bridgestone	59%	65%	50%
Goodyear	41%	35%	50%

Infographie, La Presse

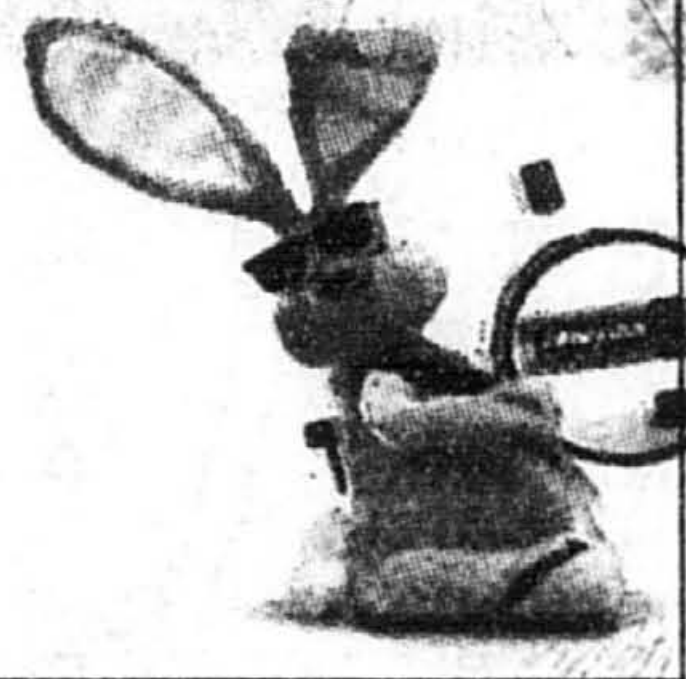
Sondage téléphonique auprès d'un échantillon représentatif de 300 adultes francophones de la grande région métropolitaine de Montréal. La marge d'erreur statistique maximale se situe à 5,6 pour cent, 19 fois sur 20.



## Absolut pub

■ Qui ne connaît pas les publicités pour la vodka suédoise Absolut? On en a fait des livres, on les collectionne, on les encadre, on les cherche quand on ouvre un magazine. Vous les voyez n'est-ce pas, mettant toujours en vedette la fameuse bouteille, déguisée, colorée ou intégrée à un environnement bien précis, comme si même les montagnes de ski, le pont de Brooklyn ou les piscines de Los Angeles étaient frappés d'un mimétisme digne du plus parfait caméléon dès que le nom de la vodka est prononcé? Récemment, au Québec, on en a vu une montrant les pistes de Tremblant traçant la silhouette de la bouteille et signée Absolut Tremblant. Une autre, diffusée ici, montre une des portes du Vieux-Québec, taillée dans la forme d'une bouteille, toujours, et signée Absolut Québec. Eh bien Richard Lewis, un des responsables de la campagne qui a propulsé les ventes de ladite vodka, sera à Montréal, le 22 janvier, pour en parler. M. Lewis est vice-président et chef de groupe responsable du service à la clientèle à l'agence TBWA de New York, où il travaille depuis 1987. La rencontre, intitulée Absolut Saga, est organisée par l'Association des magazines du Québec et le groupe Info-Pressé et aura lieu à midi à l'hôtel Delta. Le prix des billets est de 65 \$. On réserve au 842-5873, poste 247.

Plus moyen  
d'avoir la paix  
nulle part.



Jusque dans les toilettes...

## Encore le lapin

■ Pour montrer que le fameux petit lapin rose au tambour Energizer et ses piles ont vraiment une énergie totalement inépuisable, l'agence BOS — qui veille sur ce compte au Québec — a décidé de s'allier avec les diffuseurs ZOOM, pour créer une campagne qui vient nous surprendre aux w.c.! Pour ce faire, il y a environ un mois, ZOOM a installé dans les toilettes de bars et de restaurants québécois, 150 panneaux très sophistiqués, munis de mini haut-parleurs et de détecteurs de mouvement électroniques, qui déclenchent un bruit de tambour — « Boum, boum, boum » — dès que quelqu'un s'installe devant un urinoir ou ferme la porte des toilettes. Le panneau, qui montre le fameux lapin rose avec son tambour, est signé: « Plus moyen d'avoir la paix nulle part... » En même temps, ZOOM diffuse des cartes postales gratuites, toujours pour BOS et Energizer, qui montrent notre cher Stade Olympique, teint en rose, et se découpant contre l'horizon bleu montréalais. À l'endos, la signature nous dit: « Avec Energizer, vous êtes couverts »...

Marie Claude Lortie

**VOUS voulez vendre...**

**3** lignes d'annonces **7** jours consécutifs pour **24 99\$** (8.33\$ par ligne additionnelle)

Les petites annonces de **La Presse**

**285-7111**

Interurbains sans frais **1 800 361-5013**

VOUS VOULEZ VENDRE...  
AUTOS  
CAMIONS  
BOULONNAGE  
MOTO  
VEHICULES  
TERRAIN