

# action

CANADA  
FRANCE

SEPTEMBRE 2010

## LA COMMUNICATION VIA LES NOUVELLES TECHNOLOGIES



LE GRAND BAL  
LA VIE DE LA CHAMBRE



Revue de la Chambre  
de Commerce Française au Canada



Publication Canadienne, N° de convention 40050601, 10 CAD

## MONTRÉAL EST MAGNIFIQUE



### SOFITEL MONTRÉAL LE CARRÉ DORÉ

SOFITEL MONTRÉAL, UNE TOUCHE GLAMOUR AU COEUR DU CÉLÈBRE QUARTIER DU MILE CARRÉ DORÉ. SOFITEL, DES HÔTELS ET RESORTS DE LUXE MODERNES ET UNIQUES, DANS LES DESTINATIONS LES PLUS PRESTIGIEUSES AU MONDE.

1155 RUE SHERBROOKE OUEST, MONTRÉAL, QUÉBEC  
TEL: 514-285-9000 – E-MAIL: SOFITEL.MONTREAL@SOFITEL.COM  
WWW.SOFITEL.COM 800 SOFITEL



**SOFITEL**  
LUXURY HOTELS

*Life is Magnifique*

# sommaire



**6** Le saviez-vous ? **8-9** Introduction au dossier **10-11** Le Web 2.0 **12-13** L'intranet 2.0, tendances et réalité de chaque côté de l'Atlantique **14-15** Le Web 2.0, nouvel outil promotionnel **16** Web 2.0 dans un contexte de réseautage d'affaires **17** Quelques trucs pour un meilleur référencement de site Internet **18** Le Web 2.0 et les communications extrêmes **19** Témoignage du Collège International Marie de France **20** Se démarquer sur Internet par l'innovation et la créativité **22-23** Êtes vous iphone ou Blackberry ? **24** Le livre numérique **26** La réalité augmentée



**28-29** Actualité des membres **30-31** L'assemblée générale 2010 **32-33** Le Grand Bal 2010  
**34-35-36** Vie de la Chambre de Montréal **37** Vie de la Chambre du Réseau Atlantique **38-39** Vie de la Chambre de Québec  
**40-41** Le service appui aux entreprises **42** Tourisme par Air Transat

ACTION CANADA-FRANCE VOL. 19 N° 1 \_ SEPTEMBRE 2010

Président du comité des publications :

**Jean-François Pichard du Page**

Directrice Générale de la CCFC :  
Véronique Loiseau

Rédactrice en chef du numéro :  
Mélanie Moan

Responsable des publications :  
éditorial - artistique - régie publicitaire :  
Mélanie Moan

Ont collaboré au comité

« dossier principal » :

Béatrice Laham, Bertrand Étheve.

Ont collaboré à ce numéro :

Marie Malgorn, Christophe Amthor,  
Stéphanie Locatelli, Cyrille Marcant,  
Sébastien Vicente, Cyrièle Kiening  
et Robert Audoux.

Maquette / Infographie : Samarkand

Crédit photo pour les événements  
réguliers de Montréal :  
Christine Bourcier, photographe

Impression :

Imprimerie Quadriscan

Distribution :

LMPI (Hachette Distribution Services)

Publication canadienne :

Numéro de convention 40050601

Dépôt légal :

Bibliothèque Nationale du Québec.

Numéro de l'ISO (Organisation  
Internationale de normalisation) :

CN 0318-7306

Les articles qui paraissent dans Action

Canada-France sont publiés sous la

responsabilité exclusive de leurs auteurs.

Toute reproduction de tout ou partie d'un  
article n'est permise que sous autorisation et  
doit porter la mention habituelle « Reproduit  
de la revue Action Canada-France ».

La revue Action Canada-France est répertoriée  
dans l'argus des communications et dans  
le Card.

Tirage :

2000 exemplaires



Chambre de Commerce Française au Canada, 1819, boul. René Lévesque Ouest, bureau 202 Montréal H3H 2P5 (Québec)  
Tél : 514 281-1246 Fax : 514 289-9594 Publications de la CCFC : publications@ccfcmntl.ca Internet : www.ccfcmntl.ca





AIRFRANCE 

*CLASSE AFFAIRES : lit moelleux de 2 mètres,  
cuisine gastronomique et grands vins français  
sur les vols long-courrier,  
espace, confort, calme  
pour FAIRE DU CIEL LE PLUS BEL ENDROIT DE LA TERRE*

AIRFRANCE\_KLM

[WWW.AIRFRANCE.CA](http://WWW.AIRFRANCE.CA)



# éditorial

Une entreprise sans site Web, sans cellulaire, sans accès à Internet : vous vous demandez si cette entreprise existe vraiment, et pour cause, l'heure est à la facilité d'accès à l'information.

Il paraissait donc évident d'axer cette parution sur la communication à travers les nouvelles technologies de l'information. Nous avons voulu balayer un large champ d'applications possibles dans cette jungle des nouvelles technologies, afin de vous orienter ou du moins vous éclairer dans cet environnement qui est en constante évolution. En effet, il est nécessaire de se démarquer mais aussi d'être prudent quant aux informations que l'on divulgue.

Cette nouvelle manière de communiquer a généré de nouveaux métiers, et grâce aux témoignages de ces nouveaux professionnels du web et de la communication, vous vous rendrez compte au fil des pages que ces derniers pourraient bien contribuer au succès du développement de vos activités professionnelles.

## Jean-François Pichard du Page

Président du comité des publications CCFC



La chambre de commerce française au Canada est une vieille dame qui fêtera ses 125 ans en 2011.

Afin de célébrer comme il se doit cet événement historique, nous avons constitué un comité très dynamique qui est chargé de préparer les festivités qui accompagneront cet anniversaire tout au long de l'année.

Nous aurons d'ailleurs le grand plaisir de vous dévoiler dès cet automne le logo du 125<sup>e</sup>, symbole de cet anniversaire mémorable.

## Véronique Loiseau

Directrice Générale

Voici le temps de vous dire au revoir. Après 4 numéros de la nouvelle version de la revue d'Action Canada-France, je vous laisse une nouvelle fois entre les mains d'une personne qui saura vous faire voyager dans le monde des affaires franco-canadiennes.

Je pars une petite année en congé maternité. Cela sera l'occasion de revenir avec de nouvelles inspirations et idées dès août 2011.

J'en profite, avec un peu d'avance, pour féliciter la CCFC pour ses 125 ans. L'équipe de la CCFC a déjà commencé le travail des festivités et je ne pouvais m'empêcher d'en glisser un mot. Attendez-vous à une année 2011 extraordinaire...

N'hésitez pas à contacter le service des publications à tout moment pour vos commentaires, ou pour participer à nos projets. [publications@ccfcm.ca](mailto:publications@ccfcm.ca)

Bonne lecture et au plaisir de vous croiser à Montréal ou en France.

## Mélanie Moan,

Responsable des publications



# LE SAVIEZ-VOUS?



## VOUS PENSIEZ AVOIR ATTEINT LE PARADIS FISCAL, PEUT-ÊTRE PAS...

Votre employeur vous propose une affectation en France pour 3 ans. On vous informe que les taux d'imposition en France sont généralement moins élevés qu'au Québec (fédéral et Québec combinés) et particulièrement lorsque la personne est mariée et a des enfants.

Qui plus est, vous apprenez que conformément aux nouvelles dispositions de l'article I55B du code général des impôts français, les salariés étrangers appelés à occuper un emploi dans une entreprise établie en France pendant une période limitée (5 ans) ne sont pas soumis à l'impôt français à l'égard des éléments de leur rémunération directement liés à cet emploi s'ils sont en détachement, et à la hauteur de 30 % de leur rémunération pour les salariés recrutés directement depuis la France. Dans les deux situations, la rémunération doit être équivalente à celle reçue pour une fonction identique en France. Enfin, 50 % des revenus d'investissement étrangers tels dividendes, intérêts et gains en capital sont exonérés mais demeurent assujettis aux prélèvements sociaux (12,1 %).

Ainsi, dans une situation communément appelée de « détachement » (*c'est-à-dire lorsqu'une entreprise établie dans un pays autre que la France prête son employé à une entreprise française pour une durée temporaire*) les allocations versées ou autres dépenses payées par l'employeur, comme par exemple le logement, l'allocation pour le coût de la vie, la prime d'éloignement ne sont pas assujettis à l'impôt français.

Enfin, autre aspect intéressant du détachement, vous bénéficiez de l'entente en matière de sécurité sociale entre le Québec et la France. Par conséquent, vous et votre employeur continuez de contribuer à la sécurité sociale Québécoise au lieu du système social français, qui est beaucoup plus onéreux tant pour l'employé que pour l'employeur. L'entente couvre une période de 3 ans mais peut être renouvelée pour un an.

Vous en êtes à votre 3<sup>e</sup> année en France et pensez avoir atteint le paradis fiscal lorsque les autorités fiscales canadiennes vous réclament le paiement des impôts pour les deux dernières années. Elles considèrent que vous êtes toujours résident fiscal du Canada, et par conséquent imposable sur vos revenus mondiaux incluant vos revenus d'emploi gagnés en France...

Afin de ne pas être imposable au Canada sur ses revenus de source étrangère, un contribuable doit prendre les dispositions nécessaires pour devenir non-résident du Canada. Il y a cependant des conséquences fiscales à devenir non résident et dont les implications fiscales peuvent être très importantes selon la situation du contribuable. Le paradis fiscal peut exister, mais il résulte généralement d'une bonne planification fiscale.

## POUR EN SAVOIR PLUS

Josée Bennett

josee.bennett@ca.ey.com — [www.ey.com/ca](http://www.ey.com/ca)

# LES VACANCES, C'EST SACRÉ!

Voilà pourquoi Air Transat met tout en œuvre pour vous faire vivre le plus beau des voyages dès votre embarquement. Comptez sur nous pour vous rendre là où vous voulez, le plus rapidement et le plus confortablement possible.



## SERVICE À BORD BONIFIÉ

Champagne\* pour tout le monde! En classe Économie, nous offrons désormais un verre de champagne, un verre de vin ou une bière avec le repas, une entrée, deux choix de plats principaux chauds et un dessert à tous ses passagers des destinations soleil. À la vôtre!



## ENREGISTREMENT EN LIGNE

Obtenez votre carte d'embarquement en ligne et déposez simplement votre valise au comptoir à bagages. Service disponible de 24 à 2 heures avant le départ des aéroports de Calgary, Edmonton, Halifax, Montréal, Orlando (Floride), Québec, Toronto et Vancouver; également offert au départ de Cancun et de Punta Cana dès l'automne 2010.



## CLASSE CLUB

Un service prestigieux et des privilèges exclusifs : des sièges en cuir plus larges et plus confortables offrant plus d'espace pour les jambes, la sélection de sièges sans frais<sup>†</sup>, de succulents choix de repas (présélection offerte en ligne), de bons vins et plus encore!

## Communiquez avec nous

Pour obtenir plus d'informations sur nos services, téléphonez au **1-877-TRANSAT**.



Passez nous voir sur Facebook!

\* Pour le vol aller seulement. À l'exception des vols vers la Floride.

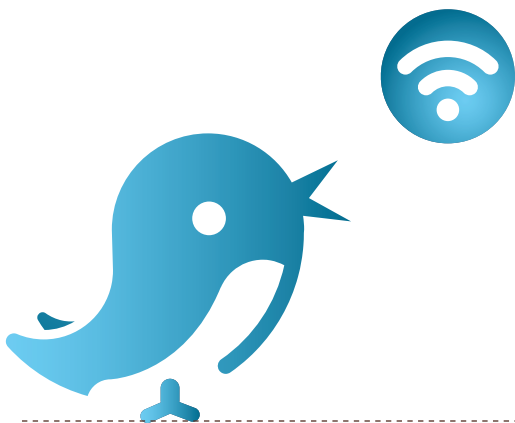
*Le monde est beau*

 **air transat.ca**

# LA COMMUN VIA LES NO techno

La communication papier est elle dépassée ?

Nous avons travaillé sur un dossier portant sur les tendances du Web 2.0, surtout au service de votre image corporative.



# Communication NOUVELLES Technologies

Ce dossier a été réalisé afin de vous donner des informations pertinentes sur la communication via les nouvelles technologies : *les réseaux sociaux, les livres électroniques, la publicité, des astuces pour valoriser votre site Internet et des témoignages*... Nous avons tenté de mettre en relief les différences entre la communication au Canada et celle en France et aussi de connaître les règles juridiques en matière de visibilité sur le Web.

Peut-être trouverez-vous dans ce numéro de nouvelles pistes afin d'orienter la communication dans votre entreprise. Vous pourrez vous appuyer sur l'expertise de professionnels dont les coordonnées sont mentionnées dans chaque article. N'hésitez pas à les contacter !

Il est primordial de rester continuellement informé car l'évolution dans ce domaine est extrêmement rapide et sans cesse nous assistons à l'émergence de nouvelles tendances en matière de communication.

**Mélanie Moan**  
Responsable des publications

CREATION-SAMARKAND.COM

# UNE nouvelle forme de communication

CHRISTIAN AMAUGER

STRATÈGE WEB, AKOVA – WWW.AKOVA.CA – CAMAUGER@AKOVA.CA

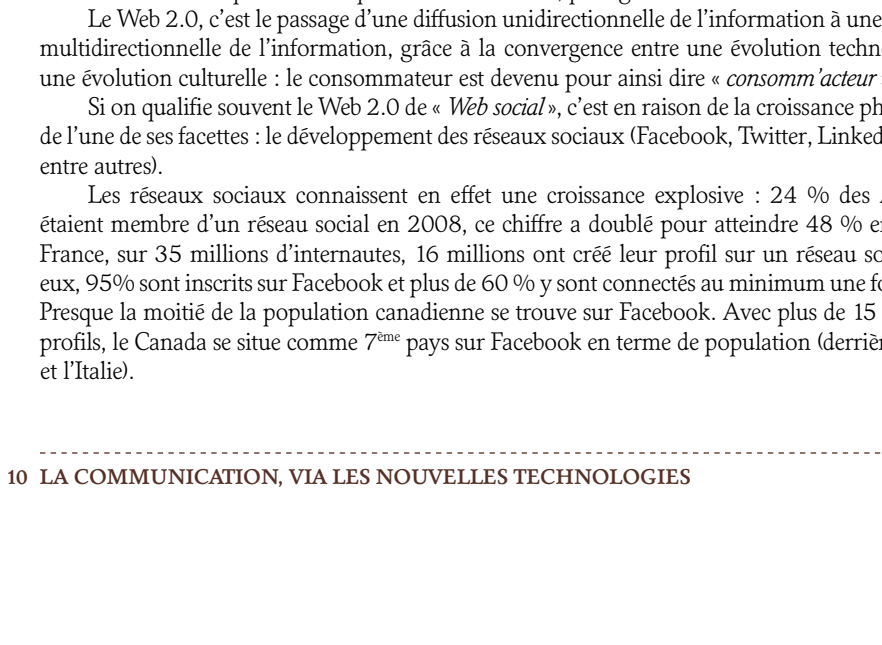
Web 2.0 : derrière cette expression se cache tout un ensemble d'évolutions technologiques, de pratiques sociales et d'enjeux économiques. La notion de Web 2.0 a été initiée en 2004 par un petit groupe de visionnaires qui ont donné l'impulsion d'une nouvelle vision du Web basée sur l'intelligence collective. Le Web 2.0, « *Web social* » ou encore « *Web participatif* », était né.

Grâce à des technologies alors émergentes comme Java, RSS et CSS, les internautes ont pu bénéficier de davantage d'interactivité, les sites sont devenus dynamiques et les réseaux sociaux ont donné naissance à de nouvelles formes de collaboration. Aujourd'hui, nous avons, grâce au Web accès à un océan d'informations et la possibilité de faire toujours plus en ligne. L'internaute est devenu le média : il possède la capacité de commenter, partager et créer du contenu.

Le Web 2.0, c'est le passage d'une diffusion unidirectionnelle de l'information à une circulation multidirectionnelle de l'information, grâce à la convergence entre une évolution technologique et une évolution culturelle : le consommateur est devenu pour ainsi dire « *consomm'acteur* ».

Si on qualifie souvent le Web 2.0 de « *Web social* », c'est en raison de la croissance phénoménale de l'une de ses facettes : le développement des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadéo, entre autres).

Les réseaux sociaux connaissent en effet une croissance explosive : 24 % des Américains étaient membre d'un réseau social en 2008, ce chiffre a doublé pour atteindre 48 % en 2010. En France, sur 35 millions d'internautes, 16 millions ont créé leur profil sur un réseau social. Parmi eux, 95% sont inscrits sur Facebook et plus de 60 % y sont connectés au minimum une fois par jour. Presque la moitié de la population canadienne se trouve sur Facebook. Avec plus de 15 millions de profils, le Canada se situe comme 7<sup>ème</sup> pays sur Facebook en terme de population (derrière la France et l'Italie).



Et les entreprises ? À l'échelle mondiale, déjà 40% des entreprises affirment gagner de nouveaux clients grâce aux réseaux sociaux. Que ce soit en B2C ou B2B, le bouche-à-oreille est l'un des principaux moteurs dans un processus d'achat. Le Web 2.0 amplifie le phénomène de bouche-à-oreille en le transposant sur l'ordinateur et, de plus en plus, les appareils mobiles. Ce nouveau canal de communication possède donc un potentiel considérable pour les entreprises.

Mais une utilisation efficace du Web 2.0 suppose un changement d'approche global dans les activités de l'entreprise : marketing, communications, ressources humaines. Le Web 2.0, c'est le passage de la vente à la relation, du contrôle à l'ouverture, de la distance à l'accessibilité. Ce n'est pas une mode. Ce n'est pas une option. C'est une tendance lourde pour les années à venir, à prendre en considération par toutes les organisations, quelle que soit leur taille ou leur secteur d'activité.



Si on qualifie souvent le Web 2.0 de « *Web social* », c'est en raison de la croissance phénoménale de l'une de ses facettes : le développement des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadéo, entre autres).

## LA RÉFÉRENCE EN PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE \*



\* RÉSULTATS DE SONDAGES ET D'ENTREVUES AUPRÈS DE JURISTES CANADIENS RÉALISÉS PAR THE CANADIAN LEGAL LEXPERT DIRECTORY.

**ROBIC** est la « référence » en matière de brevets, marques de commerce, droits d'auteur, litiges et transferts de technologie.

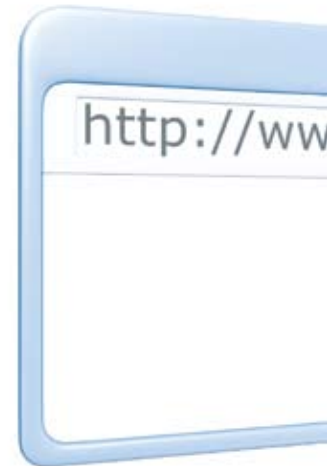
**ROBIC** + DROIT  
+ AFFAIRES  
+ SCIENCES  
+ ARTS

**ROBIC, SENCRL**

1001, Square-Victoria - Bloc E - 8<sup>e</sup> étage  
Montréal (Québec) H2Z 2B7

Tél. : 514 987-6242 [www.robic.ca](http://www.robic.ca) [info@robic.com](mailto:info@robic.com)

# Tendances ET réalité DE CHAQUE CÔTÉ DE L'ATLANTIQUE



XAVIER AUCOMPTE WEB ESCAPE AGENTS EXPERT INTRANET ET ENTREPRISE 2.0

Il est important  
de bien définir  
les termes de  
l'intranet 2.0 pour  
ne pas tomber  
dans les contrefaçons.  
L'intranet 2.0 peut  
se présenter  
de trois manières.

Le premier volet est l'intégration d'outils et de fonctionnalités 2.0 dans un intranet qui propose blogs, wikis, micro blogging (exemple : Yamer), réseau social interne... Le second volet est l'intégration dans des secteurs limités de l'entreprise, pour des événements ou projets précis d'outils de partage et d'échanges. Les deux sujets principaux de ces projets sont l'innovation et la création de liens là où la rupture devient apparente avec les salariés. Le dernier niveau touche l'intranet 2.0 au cœur d'une stratégie de transformation et d'évolution d'entreprise. Dans ce dernier cas, nous dépassons de loin le seul projet technologique pour s'installer dans un vrai projet stratégique, où la « *direction générale* » a compris que l'intranet n'est pas seulement un outil de communication, mais bien un extraordinaire outil levier de performance et d'avantage concurrentiel.

Les dernières conférences ont montré le grand écart entre les tendances criées sur le Web et la réalité des entreprises. Si les *geeks* et éditeurs créent une tendance, la réalité des entreprises ne va pas dans le même sens. La crise économique rend moins nombreux les grands projets et moins nombreux les tests et les essais. Le 2.0 est dans tous les esprits et dans tous les projets, mais sans être un raz de marée. Il le sera sûrement dans les

mois à venir, dans le sillage de la réussite des précurseurs engagés dans cette voie à l'heure actuelle et qui montrent le chemin. En ce sens, Dassault Systèmes, avec son intranet DS SwYm, aura été le premier grand projet 2.0 traçant la route de ce que seront les intranets 2.0 de demain.

Lors de la grande conférence Intracom de Québec au printemps dernier, les grands groupes dont Hydro Québec ont démontré deux tendances fortes ; ils sont en cours de rationalisation de l'existant et de préparation vers des projets ambitieux. Les étapes sont respectées et avant de se lancer dans le 2.0, ils veulent répondre aux questions de gouvernance et de gestion de l'information sur ces intranets de plus en plus malades d'infobésité (augmentation continue du nombre et de la fréquence des informations).

En France, lors des dernières grandes conférences de BenchmarkGroup ou d'Infopromotion traitant du sujet de l'intranet, l'élan vers le réseau social internet était indéniable. Les grands groupes tels la SNCF ou France Telecom se destinent actuellement à proposer ces environnements à tous leurs salariés. Est-ce l'effet Dassault Systèmes qui a rassuré ou est-ce la pression des nombreux éditeurs en France qui a créé l'impulsion ? Simultanément, à la naissance de ces projets, les nombreuses



expérimentations ont souvent été un échec, causé par le manque d'évolution de la gouvernance et l'organisation. La plupart du temps, les expérimentations n'étaient pas suivies ni soutenues par les « directions générales » et c'est *la leçon* de 2009 : un projet 2.0 qui n'est ni compris ni soutenu par la « direction générale » ne peut pas être couronné de succès.

Le Québec, grâce à l'organisation des entreprises et des modes de travail en interne, possède le terrain favorable à une évolution rapide de l'intranet 2.0. Le seul élément qui pourrait limiter cette évolution est le monopole des gros éditeurs qui ne peuvent répondre rapidement à l'évolution des usages et pratiques.

La France a un temps d'avance aujourd'hui et ne pourra pas passer à une nouvelle étape si les entreprises ne décident pas de se transformer pour adopter une nouvelle stratégie et une nouvelle organisation interne.

Rien n'est joué et nous verrons dans les prochains mois comment le secteur de l'intranet évoluera de chaque côté de l'Atlantique. Comme les grandes entreprises québécoises l'ont exprimé, les deux grands sujets qui donneront le ton seront la gouvernance des intranets et la gestion documentaire et du savoir-faire.

Le Québec, grâce à l'organisation des entreprises et des modes de travail en interne, possède le terrain favorable à une évolution rapide de l'intranet 2.0.

**ENSEMBLE, PRÊTS  
POUR LE MONDE**

**TOGETHER, A WORLD  
TO DISCOVER**

**JUNTOS, PREPARADOS  
PARA EL MUNDO**

**TUTTI INSIEME, PRONTI  
PER IL FUTURO**



**GEMEINSAM NEUE  
WELTEN ENTDECKEN**

**Portes ouvertes**

**Samedi 2 octobre 2010 de 10h à 15h**

**Examens d'admission**

**Samedi 16 octobre 2010**



**Collège international  
Marie de France**

4635 Chemin Queen-Mary - Montréal, Qc H3W-1W3 - (514) 737-1177  
[www.mariedefrance.qc.ca](http://www.mariedefrance.qc.ca)

[college@mariedefrance.qc.ca](mailto:college@mariedefrance.qc.ca)



**aeфе**  
agence pour  
l'enseignement  
français  
à l'étranger

**Établissement privé mixte - de la maternelle au collégial**

# NOUVEL OUTIL PROMOTIONNEL incontournable DE VOTRE ENTREPRISE!



ANASTASIA UNTERNER, CHARGÉE DE PROJET

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE SAINT-LAURENT INFO-CRIME MONTRÉAL

Réseauter, réseautage, réseau, « entretenir son réseau », des termes que l'on entend souvent mais qui sonnent de manière étrange parfois aux oreilles d'une entreprise française qui souhaite s'implanter au Canada.

Incontournable pourquoi ? Le réseau, c'est la base de la communauté d'affaires canadienne. Il s'agit d'un ensemble d'individus reliés entre eux selon différents centres d'intérêts, allant du privé au professionnel, et qui forment une communauté.

Aujourd'hui, les réseaux sociaux sont partout et se développent à une vitesse folle, tels que Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, pour ne citer que les plus connus. Ils représentent des millions d'utilisateurs chaque jour et surtout des milliers d'entreprises qui souhaitent améliorer leur potentiel de vente, ou revoir leur stratégie marketing.

Alors que les entreprises doivent faire face à une nouvelle génération de travailleurs et surtout de consommateurs, les réseaux sociaux viennent soutenir ces dernières et leur servent à communiquer, partager, recruter, rencontrer, vendre et aussi à échanger, le tout avec un coût très réduit grâce à des plateformes déjà en place pour les entreprises ainsi qu'un espace de stockage d'informations gratuit, tout comme la publicité pour certains réseaux.

Sous un angle plus général, les réseaux sociaux permettent aux entreprises de créer des liens, des communautés autour d'une même idée. Clients et fournisseurs peuvent communiquer et interagir ensemble, donner leur avis sur un produit par exemple ou partager une expérience collective, tout comme les employés eux-mêmes. De cette manière, tout le monde se sent impliqué : l'ère du marketing de masse est terminée pour laisser place à l'individualité. Ce sont dorénavant les consommateurs eux mêmes qui élaborent leur propre marketing sans forcément le savoir, mais en donnant leurs avis (blogs, commentai-

res, ce qui crée des buzz ou bruits... ). C'est ce que l'on appelle le « *Web participatif* » ou « *Web 2.0* ». Le plus important est de maintenir ces sites à jour une fois inscrits, car plus l'information est récente et plus votre visibilité augmente.

Pour l'entreprise, les avantages de ce nouvel outil sont nombreux mais diffèrent selon chaque type de réseau. Les réseaux sociaux tels que Viadeo (plus européen) et LinkedIn, ont plusieurs points positifs pour les entreprises. Ils permettent d'augmenter la quantité de contacts professionnels de qualité sans forcément le faire via une rencontre physique. Ils permettent également de trouver plus facilement des salariés qualifiés dans un domaine particulier, et vice-versa les candidats peuvent trouver plus facilement un emploi. Les entreprises 2.0 ont pu également obtenir plus de partenariats, grâce à des centres d'intérêts communs avec d'autres entreprises.



En ce qui concerne l'incontournable Facebook (le plus visité à travers la planète), les entreprises y trouvent leur compte également. Des espaces de publicité à moindre coût sont mis à la disposition de toute personne qui le désire. Facebook est parmi les premiers sites référencés sur Google dans le cadre d'une recherche, donc si vous décidez de vous y inscrire, plus besoin de payer un référencement pour avoir de la visibilité, Facebook le fait pour vous. Facebook permet également d'effectuer des sondages d'opinion, de créer des groupes et des forums de discussions sur n'importe quel sujet, ce qui permet à l'entreprise d'avoir un avis direct avec ses consommateurs par exemple s'il s'agit d'un produit. Ce site permet aussi une meilleure visibilité auprès des consommateurs, car à la manière d'un journal d'informations vous recevez directement l'événement ou l'info importante. À ce stade, la fameuse « Newsletter » est presque démodée ! Enfin, le partage d'informations et de documents est très facile.

Le dernier réseau important à citer ici est celui fraîchement arrivé en 2009, il s'agit bien évidemment de Twitter. Ce dernier est gratuit et est très utilisé aux États-Unis. Il a l'avantage de comporter des actualités très courtes (micro-articles de 140 caractères), et ne rend pas obligatoire l'inscription si l'on souhaite consulter une page d'entreprise inscrite par exemple. En d'autres mots, la visibilité est assurée via Google même si une personne ne souhaite pas s'y inscrire, cette dernière peut consulter la page de profil d'une entreprise, qui elle, est membre du réseau.

Au Canada, chaque jour, de plus en plus d'entreprises se décident à intégrer une visibilité 2.0 dans leur stratégie marketing, alors qu'en France le phénomène est moins répandu. Si en tant qu'entreprise française vous souhaitez vous implanter au Canada, vous savez ce qu'il vous reste à faire !

Exemple de succes story d'entreprises via les réseaux sociaux: Petra Cooper, fondatrice de CEO, une entreprise artisanale de fromage, a augmenté la fréquentation de son magasin de 60% grâce à Facebook et aux réseaux sociaux. Enfin, L'Oréal, est également présent sur Facebook sous plusieurs formes de pages pour les consommateurs.

Sources :  
<http://www.slideshare.net>  
<http://www.e-mayday.com>

Byron Biggs, président et directeur général de la compagnie Mayday  
 Proulx, Serge (2010) « Web social. Mutation de la communication », Presses de l'Université du Québec.

**www.referencement-canada-conseil.com**  
 contact@referencement-canada-conseil.com  
 Tél: 514 798 1890

Pour un référencement efficace de votre Site Web au Canada :

Google™ bing™  
 YAHOO!

# DANS UN CONTEXTE DE réseautage d'affaires



CYRIÈLE KIENING, RESPONSABLE DES COMMUNICATIONS CCFC, SECTION QUÉBEC

Facebook, LinkedIn, Viadéo, blog, twitter... les réseaux sociaux sont omniprésents, mais quel est leur utilité dans le milieu d'affaires ? Effet de mode, divertissement ou réel outil de travail ? Face à la multiplicité de ces outils, quels sont vraiment leurs fonctions et sont-ils exploitables dans un cadre d'affaires ?

Le Web a créé de nouvelles façons de faire des affaires. La rapidité emboîte le pas sur la personnalisation des échanges. On rencontre des partenaires d'affaires, on négocie et on signe des contrats via le net. C'est un fait, 2010 est né sous le signe des réseaux sociaux, alors profitez de cette vague pour développer votre stratégie d'innovation.

## PEUT-ON RÉSEAUTER

### VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX ?

Le concept du 5 à 7 de réseautage d'affaires a été revisité. Vous pouvez vous lancer désormais par le biais des réseaux sociaux, mais attention, certains pièges sont à éviter.

Tout d'abord, il est très important d'éviter la dispersion. Le Web 2.0 vous offre de multiples outils. À vous de faire le tri et de vous orienter vers le meilleur, celui qui répondra à votre besoin. Ce qui nous emmène à notre deuxième piège, le manque de stratégie. Il est primordial

d'avoir une stratégie de communication et de marketing. L'utilisation du Web 2.0 est un projet qui va améliorer votre productivité. Il va répondre à vos besoins que vous aurez au préalable déterminés.

Enfin, une stratégie Web 2.0 repose avant tout sur une ressource constante. Basée sur les relations humaines, les conversations, les échanges d'informations, les retours d'expérience, etc...

Vos correspondants auront besoin de transparence, d'une collaboration et d'une richesse d'échange assidue. N'oublions pas que le défi est de montrer le visage humain de votre entreprise à travers un outil qui ne l'est pas.

Prenons un exemple concret. LinkedIn est un réseau professionnel de plus de 65 millions de membres présents dans plus de 200 pays. Cet outil va vous permettre d'élargir votre réseau professionnel. Vous pourrez rentrer en contact avec des connaissances professionnelles et rechercher des profils qui peuvent vous intéresser. Votre réseautage commence ici.

Il est conseillé de faire partie d'un groupe de réflexion, dans le but d'échanger et de partager votre expertise sur un sujet en lien avec votre domaine de compétence ou votre centre d'intérêt. Pour ce faire, il vous faut d'abord gérer votre profil. Gardez à l'esprit que dans le monde des réseaux sociaux et professionnels, votre profil vous représente, c'est en quelque sorte votre vitrine qui va refléter votre image et celle de votre société.

N'hésitez pas à demander conseil auprès de professionnel en stratégie Web pour connaître tous les outils et la façon dont vous pouvez les exploiter.

N'oublions pas que le défi est de montrer le visage humain de votre entreprise à travers un outil qui ne l'est pas.

# UN MEILLEUR référencement POUR VOTRE SITE INTERNET

JEAN-PHILIPPE CAT, ASIATIS

Pour toute société française voulant proposer ses services ou ses produits auprès des Canadiens francophones, un référencement efficace et spécifique du site Web au Canada permettra de gagner un temps précieux pour aborder ce marché.

Pour ce faire, nous combinons différentes approches pour les sites Web de nos clients afin d'améliorer leur visibilité auprès du public canadien :

Le nom de domaine : il est parfois souhaitable de créer un nom de domaine « .ca ». Cependant, si votre nom de domaine concerne une marque, une adresse physique au Canada est à présent exigée pour obtenir un nom en « .ca ».

Le contenu : un site rédigé en français de France n'est en principe pas suffisant et demande une réécriture, ou adaptation, en français du Québec. Durant cette étape, on sélectionne avec le client des mots clés à mettre en avant, bien spécifiques au marché canadien. Le choix du début de chaque paragraphe de début de page est stratégiquement retravaillé afin de favoriser le référencement naturel.

Les balises : Parce que les moteurs de recherche tels que Google ou Yahoo sont sensibles à certains éléments invisibles aux internautes, nous portons une attention toute particulière au code de la page. Il est crucial de répondre à leurs standards, aussi bien au niveau des balises méta que de la structure même de la page. Cette étape technique est indispensable à un bon référencement naturel.

L'inscription dans des moteurs de recherche et annuaires canadiens : les annuaires français ne sont évidemment pas suffisants pour avoir une présence sur le Web canadien. De fait, il est nécessaire d'inscrire le site Web auprès des moteurs de recherche ou annuaires canadiens.

Les campagnes : Les entreprises qui souhaitent une présence immédiate peuvent envisager de lancer une campagne de référencement payant via la plateforme Google Adwords. Mais avant de se lancer dans un tel projet, il est recommandé de bien définir le budget, les mots clés et les objectifs à atteindre.

Le site Web étant la principale vitrine d'une entreprise, il doit être rendu accessible et visible au moyen d'un référencement précis et adapté.

Enfin, et c'est une tendance récente mais qui prend de plus en plus d'importance pour les sociétés, les réseaux sociaux. Ce serait une erreur d'ignorer la portée des réseaux sociaux et leur présence grandissante dans notre vie quotidienne. Un compte Facebook de la société ainsi qu'un compte Twitter permettent, en plus de toucher une nouvelle cible, de créer une communauté autour de votre marque et d'améliorer votre référencement.

**MOMENT  
FACTORY  
.COM**

STUDIO D'ENVIRONNEMENTS MULTIMEDIAS 514 843-8433 INFO@MOMENTFACTORY.COM

# communications EXTRÊMES

A l'ère de l'instantanéité et de l'accessibilité à l'information, les modes de communication changent faisant place à de nouvelles plateformes où les messages se relaient à la vitesse Grand V.

JOHANNE DEVIN, PRÉSIDENTE DIRECTRICE GÉNÉRALE, NOVAXIS SOLUTIONS INC.

Les Twitter, Facebook, LinkedIn font figure de proue au chapitre des « *communications extrêmes* ». Faire vite. Diffuser des textes courts et percutants. Se démarquer dans cette compétition du cyberspace. Si une réputation est longue à bâtir, qu'elle demande entraînement et persévérance, tout comme pour les adeptes de sports extrêmes, elle peut vite être ternie dans ce monde en perpétuelle transformation. Le temps d'un clic nous rapproche des internautes... ou nous en éloigne à tout jamais!

C'est ainsi que de nouveaux métiers ont émergé au cours des dernières années. Rédacteurs Web, e-veilleurs, experts en marketing Web, experts en référencement et positionnement sur les moteurs de recherche; autant d'acteurs clés qui savent conjuguer avec les modes de communication que proposent ces nouvelles plateformes,

Le temps d'un clic nous rapproche des internautes... ou nous en éloigne à tout jamais !

véritables antennes à l'échelle planétaire. Fini le temps où on rédigeait un communiqué de presse en attendant sa diffusion dans les médias. Avec les outils Web, on peut recevoir et envoyer des messages en tout temps et de partout. On crée même des « *buzz* » pour attirer les internautes à nous !

Être en mesure de savoir ce qui se dit sur Internet, partout et en tout temps; pouvoir y répondre rapidement et éviter qu'une mauvaise nouvelle se propage en un temps record, corriger le tir, font partie des enjeux quotidiens de ces spécialistes de la communication Web.

Un site Web tout comme le Web 2.0, c'est plus qu'une vitrine ! C'est votre identité corporative et commerciale en constante évolution. Chef de file en développement d'applications Web, NovAxis Solutions utilise donc une stratégie de commercialisation qui intègre les réseaux sociaux pour créer une présence concurrentielle sur le Web, offrir un meilleur service à la clientèle, répondre à des imprévus ou bris de services, saisir les opportunités, se démarquer et créer une communauté autour du produit.

Pour que l'on parle de vous « *extrêmement* » positivement, il importe de faire appel aux spécialistes de ces plateformes sociales pour mieux contrôler votre message, tout en vous alimentant rapidement sur des produits et services, et une foule de commentaires émis par les consommateurs.



Apprendre à agir... plutôt que réagir et utiliser le Web 2.0 comme levier de positionnement est le défi qu'entendent relever les spécialistes des nouvelles technologies et des communications.

# AU CŒUR DES NOUVELLES technologies

DE COMMUNICATION



Une communication de qualité et une relation de confiance entre l'école et la famille sont absolument nécessaires à la bonne marche de la vie scolaire; toutes deux ont en effet, indubitablement, une influence cruciale sur le climat scolaire et relationnel qui peut régner au sein de chaque classe aussi bien que dans l'ensemble de l'établissement.



Le principal objectif du Collège International Marie de France (CiMF) est d'offrir à ses élèves une formation d'excellence, jumelée à une éducation qui a pour ambition de transmettre le sens de la discipline intellectuelle et personnelle, de l'effort et de la responsabilité sociale. Pour ce faire, la qualité des relations avec les parents est essentielle; c'est pourquoi nous développons au sein du CiMF une information efficace, en temps réel, afin d'accéder à une vision commune de la réalité scolaire et de ses constantes améliorations.

Les familles et tous les personnels du CiMF disposent d'un outil efficace : un nouveau site internet inauguré début 2010, qui prend désormais en compte toutes les nouvelles (et futures!) technologies de communication. Un portail Environnement Numérique de Travail permet, ainsi à la communauté du CiMF, de bénéficier des services suivants : dates des devoirs, cahiers de texte, documents pédagogiques, liens, remise de travaux, nouvelles, communications interpersonnelles... Une application « *Vie scolaire.net* » est aussi mise à la disposition des parents, pour leur permettre de consulter sur des périodes déterminées l'assiduité et les relevés de notes de leur enfant.

Le site offre une place importante aux multimédias. Sur la première page, un lecteur multimédia permet aux visiteurs du Web de visualiser toutes les capsules d'information qui passent sur la télévision et la radio étudiantes. L'école vibre et foisonne en ligne !

La diversité et les richesses plurielles qui font de notre établissement une véritable porte ouverte sur le monde se retrouvent sur les nouveaux médias sociaux comme Facebook qui annonce tous nos événements culturels ou sur YouTube avec le lipdub de notre école en ligne.

Le prochain défi du collège international Marie de France est de développer des applications sur les différents « Smartphones », voire même de songer aux manuels scolaires numérisés, compte-tenu du lourd poids des livres dans les sacs et des problèmes environnementaux.

L'utilisation des nouveaux moyens de communication renforce l'interaction rapide et directe avec les parents et les élèves, favorise les liens avec les personnels de l'établissement et le partage des idées. Mais, le rôle de notre école est aussi de réfléchir à des politiques d'utilisation des médias sociaux. En effet, les nouvelles technologies de l'information et de la communication pour l'éducation favorisent souvent la sérendipité (trouver la bonne information par hasard) et la créativité, mais les médias sociaux ont parfois des effets pervers dont il faut avoir l'audace de parler.



# L'innovation ET LA créativité

Les entreprises qui connaissent un succès durable parviennent non seulement à développer certains avantages concurrentiels, mais à bien les protéger ou en acquérir d'autres.

MARCEL NAUD, AVOCAT ET AGENT DE MARQUES  
ROBIC, SENCRL – 514 987-8039 – NAUD@ROBIC.COM

Internet s'impose à présent comme un terrain où des joueurs autrefois dominants se trouvent en péril alors que d'autres, plus agiles, ont su identifier les occasions favorables et exploiter au mieux le potentiel du réseau, que ce soit en offrant des produits ou services innovateurs ou encore en informatisant savamment leurs opérations.

S'il fallait identifier quelques éléments actuels en TI susceptibles de rendre des fonctions de l'entreprise plus performantes, on pourrait songer notamment à :

## 1) LA PUBLICITÉ EN LIGNE.

Des services comme Adwords® de Google ont rendu la publicité contextuelle sur le Web pratiquement accessible à tous. Cependant, il faut également chercher à optimiser méthodiquement son classement sur les moteurs de recherche en fonction de certains mots-clés, tout en évitant d'adopter des noms commerciaux ou de produits qui soient trop descriptifs. Par ailleurs, la publicité peut correspondre à une forme de concurrence déloyale lorsqu'elle appelle l'attention du public de manière à causer de la confusion entre les marchandises et services d'une entreprise et ceux d'une autre, ce qu'interdit la *Loi sur les marques de commerce*.

## 2) LA «RUÉE VERS L'APP».

Beaucoup de commerçants ont bénéficié d'une longueur d'avance sur les autres lorsque, dans les années 1990, les sites Web sont deve-

nus un impératif pour publiciser et, dans certains cas, exploiter une entreprise. Aujourd'hui, un mouvement de masse des internautes et des créateurs de logiciels vers les appareils mobiles (téléphones intelligents et tablettes tactiles) signale une nouvelle occasion de se démarquer pour les entreprises qui développeront, avant leurs concurrentes ou mieux que celles-ci, des applications mobiles offrant des façons innovatrices d'interagir avec leurs clients et de leur livrer des produits et services ou encore de promouvoir ceux-ci. Ce faisant, ces entreprises doivent s'assurer d'être, en vertu de la *Loi sur le droit d'auteur*, titulaire du droit d'auteur dans l'application ou détenteur d'une licence adéquate, dont les modalités auront été négociées avec le fournisseur, le cas échéant.

## 3) LE RÉSEAU SOCIAL EN ENTREPRISE.

Les entreprises commencent à prendre la mesure des avantages que comporte le déploiement d'un réseau social privé destiné à dynamiser le contenu de leurs intranets ou leurs extranets, notamment au niveau de la conservation et du partage du savoir ainsi que, plus largement, de la collaboration et la coordination dans le travail à accomplir.

## 4) LE «CROWDSOURCING».

Il s'agit d'une pratique commerciale d'«externalisation ouverte», qui s'inspire de l'*open source* (code source libre) en matière de développement de logiciel, mais s'appliquant à

d'autres domaines. Elle consiste en l'utilisation du pouvoir de création, du savoir et du savoir-faire de l'ensemble des internautes en tant que communauté pour trouver la meilleure solution possible à un problème qui intéresse l'entreprise, mettre en œuvre un projet particulier ou créer des compilations attrayantes de contenu (textes, musiques, photos, films, données, etc.), et ce, à moindre coût. Là encore, des ententes préalables, sous forme de contrats d'adhésion ou autrement, devraient être conclues avec les contributeurs pour s'assurer que l'entreprise sera, si approprié, titulaire de tous les droits de propriété intellectuelle découlant de ces apports inventifs ou créatifs.

## 5) L'UTILISATION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS.

L'augmentation des activités en ligne et la nécessité pour les internautes de s'inscrire et s'authentifier fournissent aux entreprises des possibilités intéressantes au niveau de la cueillette, l'analyse et l'utilisation de données. Lorsqu'il s'agit de renseignements personnels, il faut toutefois s'assurer que tant les politiques que les pratiques de l'entreprise sont conformes aux exigences des lois applicables en matière de protection de tels renseignements, dont la *Loi sur la Protection des renseignements personnels dans le secteur privé* pour la province de Québec.

# Créez votre site web,

# tout simplement !



**Simple, rapide et professionnel... Créez votre site internet pour votre entreprise !**

- Créez votre boutique en ligne
- Traduisez votre site (supporte 45 langues)
- Affichez vos photos
- Diffusez vos vidéos
- Créez une ressource pour vos visiteurs et clients
- Faites connaître votre entreprise
- Communiquez de façon simple
- Recrutez en ligne...

Le service inclut :

- Un nom de domaine
- Des boîtes emails
- L'hébergement de votre site et de vos emails
- L'inscription dans les moteurs de recherche
- L'accès à votre site pour modification 24 h/24 7 j/7
- Le support technique gratuit en français par ticket ou téléphone
- Et bien plus encore !

Créer votre site web dès maintenant sur  
[www.WebSelf.net](http://www.WebSelf.net)



---

# ÊTES-VOUS iPhone OU BlackBerry ?

Il semblait évident de parler d'un outil de travail devenu indispensable à la bonne efficacité de toute entreprise, à savoir le smartphone. Il apparaît clairement deux leaders sur ce marché : Apple avec son iPhone et BlackBerry avec son téléphone du même nom.

---

MARIE MALGORN, CCFC SERVICE DES PUBLICATIONS

**JEAN-JACQUES LAURANS,**  
PRÉSIDENT DU GROUPE ALFID

**2 BLACKBERRY,**  
**1 IPAD**

« Le BlackBerry m'a semblé plus simple d'utilisation car il fonctionne avec le PC. Mais je pense peut-être passer à l'iPhone car mon entourage me pousse à le faire. J'ai choisi au départ le BlackBerry plutôt que l'iPhone car je trouvais qu'Apple avait une image moins présente. Je l'utilise surtout pour téléphoner, pour les mails, la bourse, internet, les RDV et mon iPad est devenu un complément indispensable »

**STÉPHANE GARCIA,**  
DIRECTEUR INVESTISSEMENTS  
INTERNATIONAUX, BORDEAUX-  
GIRONDE INVESTISSEMENT

**1 BLACKBERRY**

« Je suis sur BlackBerry car c'est avant tout un outil professionnel à l'inverse de l'iPhone qui propose des applications plus « grand public ». La raison principale de l'utilisation du Blackberry est la gestion des emails. Ce qui ne m'empêche pas bien évidemment d'utiliser l'agenda électronique, Internet et... le téléphone ! Je rajouterai que nous avons essayé le Blackberry « Storm » espèce d'imitation de l'iPhone d'un point de vue « tactile » dans son utilisation. C'est une catastrophe ! La flotte de Blackberry en interne a été changée au bout de 6 mois. Maintenant je crois savoir que le système Email sur l'iPhone n'est pas extraordinaire donc... »

**JONATAN MONESTIER,**  
VICE-PRÉSIDENT  
L'ATELIER GOURMET



**1 IPHONE**

« Je suis iPhone car je suis fan d'Apple. J'utilise de nombreuses applications : mail, météo, taux de change, calendrier, et la navigation GPS TomTom intégrée qui est bien utile pour aller en clientèle ».

LUCETTE POLIQUIN,  
ASSOCIÉE, RELATIONS  
INTERNATIONALES, MAZARS



### 1 BLACKBERRY

« J'utilise mon Blackberry depuis 3 ans je pense qu'à ce moment le iPhone n'existait pas? Mon utilisation est beaucoup plus professionnelle que d'usage «courant». Je n'ai pas vraiment besoin de faire de recherche urgente d'informations sur les sites Web ou autre. Mais je l'utilise vraiment beaucoup surtout en déplacement. Comme je voyage fréquemment en Europe (surtout en France) j'ai ainsi accès à mes courriels en tout temps. Je n'utilise pas beaucoup internet ou les contacts mis à disposition sur les iPhones, par conséquent le Blackberry me convient tout à fait. Comme souvent, mes réponses aux courriels peuvent être assez longues, je préfère le clavier du Blackberry parce que la touche est surélevée. De plus j'ai toujours reçu un très bon service ... »

LOUISE ROBY,  
ASSOCIÉE, MAZARS



### 1 IPHONE

« Bien que moins sécuritaire que le BlackBerry mais peut-être plus spectaculaire, on y retrouve de multiples applications, très convivial, facile d'utilisation et fort pratique en affaires et dans la vie de tous les jours. »

VÉRONIQUE LOISEAU,  
DIRECTRICE GÉNÉRALE  
DE LA CHAMBRE



### 1 IPHONE

« Je l'utilise pour les courriels, les appels et pour surfer sur les sites d'actualités comme Cyberpresse, Le Monde ou encore Les Affaires. Je le trouve plus convivial que le BlackBerry, facile d'accès et les applications sont vraiment intéressantes. »

## BLACKBERRY

03

LE + :  
SÉCURITAIRE

## IPHONE

03

LE + :  
LES APPLICATIONS



# LE BLACKBERRY, UNE INVENTION CANADIENNE

L'appareil qui a révolutionné le monde des télécommunications à la fin du 20<sup>e</sup> siècle est né au Canada, à Waterloo dans le sud de l'Ontario. Ayant marqué le début de l'ère des téléphones intelligents en 1999, le BlackBerry est aujourd'hui l'une des marques les plus connues dans le monde, offerte par environ 530 entreprises de télécommunications et distributeurs dans plus de 170 pays.

Conçu et fabriqué par la société canadienne Research In Motion®, 4<sup>e</sup> plus important fabricant de téléphones mobiles au monde, le BlackBerry ne cesse d'évoluer. En dévoilant, en août 2010, son tout nouveau système d'exploitation, le BlackBerry 6, et le nouveau BlackBerry Torch, RIM souhaite rivaliser avec le populaire iPhone d'Apple.

Trois des cinq téléphones intelligents les plus en demande actuellement aux États-Unis sont des BlackBerry. Ce qui le démarque de ses concurrents – à savoir la garantie de communications sécurisées par cryptage de données – est aujourd'hui ce qui amène RIM à défrayer la chronique dans le cadre de ses négociations avec certains pays.

Pour l'exercice financier de 2009, RIM a enregistré des revenus de 11 milliards de dollars.

# LE LIVRE numérique:

LA DÉCOUVERTE D'UN NOUVEAU CONTINENT

On n'a jamais autant parlé de livre numérique que depuis le lancement du iPad — cette nouvelle merveille technologique proposée par Apple. Alors que certains y voient la fin du livre papier, d'autres y voient plutôt une fantastique occasion pour les éditeurs de tisser de nouveaux liens avec les lecteurs.

CLÉMENT LABERGE, VICE-PRÉSIDENT DE MARQUE  
HERVÉ FOULON, PRÉSIDENT ÉDITIONS HURTUBISE

Avant d'être un objet, un livre est une œuvre — une œuvre créée par un auteur qui, le plus souvent, choisit de faire appel à un éditeur afin de l'aider à le mettre en forme et en faire la diffusion. Traditionnellement, l'éditeur s'est le plus souvent occupé de produire cette œuvre pour une diffusion sous forme imprimée, mais cela n'est pas l'essentiel de son travail.

La part essentielle du travail de l'éditeur c'est de faire les choix qui permettront à une œuvre de trouver son chemin vers le plus grand nombre de lecteurs possible. Parce qu'un livre, c'est d'abord et avant tout « *un lieu où se retrouve un auteur et un lecteur* », comme le suggère Bob Stein, directeur de l'Institute for the Future of Book.

Il ne fait plus de doute aujourd'hui qu'on ne peut pas penser la diffusion d'une œuvre sans faire appel au numérique. Pour faire connaître une œuvre, il faut maintenant savoir faire appel aux blogues, à Facebook, à Twitter... et cela, même si on vend encore ce livre le plus souvent sous forme imprimée. Mais il faut aussi pouvoir

offrir ce livre sous formes numériques — parce que nombre de gens souhaitent le lire ainsi, sur leur ordinateur ou sur d'autres appareils. Ces lecteurs numériques sont d'ailleurs généralement des vecteurs du bouche à oreille encore plus précieux que les lecteurs traditionnels, parce qu'ils parlent davantage de ce qu'ils lisent sur le Web et qu'ils deviennent ainsi à leur tour prescripteurs. Internet est une grande caisse de résonance dont le milieu du livre doit à son tour apprendre à se servir.

Loin de concurrencer le livre imprimé, le livre numérique est une opportunité en or pour accroître la diffusion des œuvres — ce qui reste après tout l'objectif qui unit l'auteur et l'éditeur.

Le livre numérique, c'est un nouveau continent pour les auteurs, les éditeurs, les distributeurs et les libraires. Un continent qu'il convient d'explorer ensemble et de cartographier rapidement — en s'engageant résolument dans le numérique...



© Apple

...tout en gardant sans cesse à l'esprit qu'au-delà de l'engouement pour le dernier gadget de l'heure, c'est de culture dont il s'agit et que cela confère à tous les acteurs concernés une part de responsabilité dans la préservation de l'écosystème dans lequel s'est toujours développé le monde du livre.

Quel que soit le support par lequel on diffuse l'œuvre, il faut toujours s'assurer que l'on préserve la créativité, la diversité et la disponibilité.

WWW.EDITIONSHURTUBISE.COM

**Citiz** high design by Nespresso \*



\* Citiz, le Design selon Nespresso

Nespresso Montréal  
2045 Rue Crescent  
[www.nespresso.com](http://www.nespresso.com)

**NESPRESSO**®



Vitrine interactive du Quartier des spectacles, Montréal 2009

# LA réalité AUGMENTÉE

UN NOUVEL OUTIL À LA FRONTIÈRE DU RÉEL

FRÉDÉRIC BOVE, DIRECTEUR DE DÉVELOPPEMENT - MOMENT FACTORY

La réalité augmentée, c'est sublimer le réel en transformant un simple espace en une expérience unique à l'aide de médias tels que le son, l'image, la vidéo (combinés ou non) et de systèmes interactifs (senseurs, scanners, smartphones).

Au contraire des jeux vidéo, où l'on évolue avec un avatar dans un environnement virtuel, la réalité augmentée consiste à ajouter des éléments virtuels au monde réel qui nous entoure.

C'est une manière ludique de communiquer, notamment pour une entreprise.

En effet, le message peut être dans un même espace et sur un même support proposé de manière classique : une image diffusée sur un écran par exemple, et de manière active dès qu'une personne interagit avec le contenu proposé.

C'est à ce moment là que la réalité commence à être « augmentée ». Cette interaction déclenche alors des séquences qui peuvent varier en fonction des mouvements, du volume sonore... cela n'a presque pas de limite et le message peut alors être développé.

De plus, la progression des nouvelles technologies permet de renouveler les contenus facilement, évitant le phénomène de lassitude. On peut être thématique, saisonnier... Une entreprise, un centre commercial, une ville peut donc affiner son message selon une temporalité donnée tout au long de l'année, mais aussi durant la journée.

Les installations de ce type peuvent être soit pérennes, soit événementielles. La réalité augmentée permet de créer une émulation où le résultat reste une surprise jusqu'au bout, notamment dans des kiosques promotionnels, des

défilés, des soirées où l'expérience doit progresser tout au long de l'événement avec un final surprise. La réalité augmentée est très prisée dans les casinos, les bars où l'on doit travailler l'ambiance, mais aussi pour les musées car c'est une manière agréable d'apprendre et de sensibiliser. Elle s'exprime dans les lieux les plus petits comme les plus grands (un stade par exemple) où l'expérience sera chaque fois différente car les réactions du public ne s'expriment jamais exactement de la même manière.

Pour être efficace, la technologie installée doit répondre avant tout aux besoins de l'utilisateur, elle doit permettre une compatibilité avec les systèmes les plus courants et être évolutive afin d'anticiper les futures tendances. Cette technologie doit permettre à la créativité de s'exprimer.

Enfin, ce concept repose sur les comportements engendrés par le Web 2.0 où l'utilisateur ne veut pas subir, mais décider. En effet, c'est l'action du public qui crée un moment où l'image, le son, la vidéo interagissent de manière instantanée avec les mouvements.

Ces « *habitudes 2.0* » sont intégrées par de nombreux utilisateurs et spécialement les jeunes. Il est donc intéressant de voir la réalité augmentée comme un outil propice à atteindre ce public cible.

[WWW.MOMENTFACTORY.COM](http://WWW.MOMENTFACTORY.COM)

Plancher interactif, lancement du jeu Tron par Disney à E3, Los Angeles 2010



# Villa Massawippi North Hatley - Québec



*Pour renseignements additionnels:*

▶ **À VENDRE.** Superbe maison de style "Tudor" située dans un secteur résidentiel recherché de North Hatley, Québec, au bord du magnifique Lac Massawippi.

▶ Présentement "Bed & Breakfast" 4 soleils, mais peut aisément convenir comme maison privée ou bi-générationnelle (deux entrées indépendantes).

**René Doucet**

361 Chemin Hovey, casier postal 2607  
North Hatley (Québec)  
Canada J0B 2C0

Téléphone: **819 842 1689**

Télécopieur: **819 842 3125**

Email: [bb@villamassawippi.com](mailto:bb@villamassawippi.com)



## AVIS AUX MEMBRES LES PRIVILÈGES CCFC/UCCIFE

Chers membres, vous êtes en possession d'une carte Les Privilèges UCCIFE qui vous permet de bénéficier d'avantages chez nos partenaires « Privilèges ».

### Voici un nouveau privilège offert :



- Hôtel InterContinental, 360, rue St-Antoine Ouest, Montréal, Québec H2Y 3X4

Pour plus d'information, nous vous invitons à aller sur notre site Internet : [www.cfcmtl.ca/membership/privileges](http://www.cfcmtl.ca/membership/privileges)

Ou pour les avantages Privilèges dans le reste du monde : [www.uccife.org/privileges](http://www.uccife.org/privileges)



## L'ACCORD DE LIBRE-ÉCHANGE CANADA-PANAMA SIGNÉ LE 14 MAI DERNIER OUVRE DES PERSPECTIVES INTÉRESSANTES POUR LE CANADA.

Reliant l'Amérique du Nord à l'Amérique du Sud, ce petit pays est un centre régional pour l'Amérique Centrale, les Caraïbes et l'Amérique du Sud.

Sa capitale, Panama City (population: 1 206 792), est une métropole moderne et dynamique. La devise, le Balboa, est au pair avec le \$US et l'économie dominée par le Canal (environ 50% des revenus du pays).

Au chapitre des perspectives d'avenir, les projets ne manquent pas : élargissement du canal, construction du métro, immobilier, tourisme, etc... EDC y ouvre un bureau prochainement.

### Christian Sivière

Solutions Import Export Logistique, Montréal  
[christian.siviere@videotron.ca](mailto:christian.siviere@videotron.ca)

# ACTUALITÉS DES membres



## L'OCCITANE EN PROVENCE

En complément de ses boutiques d'Outremont (1000, av Laurier Ouest) et de Westmount (4972, Rue Sherbrooke Ouest), L'Occitane en Provence a maintenant ouvert, au centre ville de Montreal, une nouvelle boutique au 1, Place Ville Marie, local 11268.

Une occasion unique de profiter des produits français pendant sa pause du midi ou lors d'une promenade au centre ville de Montréal. [www.loccitane.ca](http://www.loccitane.ca)

## ERRATUM

Merci de prendre note que le dirigeant de Minelli est monsieur Yann Le Bolloq. Nous profitons de ce message pour vous informer que la boutique Minelli est ouverte et se trouve au Cours Mont-Royal à Montréal.

Jean-Pierre Desmarais fait partie aujourd'hui du cabinet d'avocats BKG.  
[www.bkgavocats.com](http://www.bkgavocats.com)



7<sup>e</sup> édition

MONTREAL BOSTON

31 janvier  
au 2 février 2011

VENTURE CAPITAL FORUM

# NOUVEAUX membres

H Honneur

c Corporatif

i Individuel

jga Jeunes Gens d'Affaires

## MONTREAL

Caisse de Dépôt et Placement du Québec	Roland Lescure	H
Invest In France Agency	Stéphane Lecoq	C
Hôtel Saint-James	Olivier Bottois	C
Drake International	Michèle Larivière	C
Groupe Quadriscan (Le)	Béatrice Marlic	C
Polycor	Patrick Perus	C
Groupe Hôtelier Tidan	Bastien Poulain	C
Yves Rocher Amérique du Nord	René Desmarais	C
Groupe AGF	Serge Gendron	C
Travelnet	Mona El Assaad	C
SDV Logistiques	Roger Gervais	C
Schulmeister Conseil S.A.	Michel Picard	C
VCIC Inc	Ludovic André	C
Merial Canada	Liliana de Kerorguen	C
Barreau du Québec	Laurent Fafard	C
Lipso Systems	Sophie Haignon	C
Clasquin Canada	Guylaine Bonabe de Rougé	I
Montréal International	Bernard de Jaham	I
Société La Boétie	Gloria Basso	I
Nina Quenum	Nina Quenum	I
Accent Orange	Christina Carvalho	I
Flejay	Sylvain Kieffer	JGA
Techno 5 Inc	Aurélie Dauré	JGA
Stikeman Elliott s.e.n.c.r.l.	David Tournier	JGA
Lamarre Linteau Montcalm	Thibault Cadro	JGA
Lunalogic	Jean-Philippe Gersperrin	JGA
Fédération des Caisses Desjardins du Québec	Elisabeth Lavaud	JGA
Yves Tanguy	Yves Tanguy	JGA
Joséphine Itela	Joséphine Itela	JGA
Votre chef à domicile, (traiteur)	Jérôme Tivaux	JGA
Axa Assistance	Jordane Crispel	JGA
Jean-Michel Daussin	Jean-Michel Daussin	JGA

## QUÉBEC

EduceXpert	Luc de la Durantaye	C
Gentec	François Giroux	C
ABB Solutions Analytiques	Marc-André Soucy	C
Obzerv Technologies Inc.	Denis Bonnier	C
General Dynamics	Éric Gaudreau	C
Technopole Défense Sécurité	Alain Fecteau	C
Teraxion	Alain-Jacques Simard	C
Créaform	André Couture	C
Absolutgest Caribe	Tiphonie Creusier	I
Le petit coin Latin	Thierry Carré	I
Groupe incursion inc	Jean-Pierre Caron	I
Services conseils Affaires publiques	Martine Gaudreault	I
Deschênes Beaudouin	Jonathan Decherf	I
	Adriana Markovic	nouvel immigrant
KMB Partners SAS	Philippe Bélanger	ami de la Chambre

## RÉSEAU ATLANTIQUE

Institut de recherche des zones côtières	Jacques Gagnon	c
Fédération des jeunes francophones de Terre-Neuve et Labrador	Gael Cordineau	c
Ville de Moncton	Jacques Dubé	c
Tank Shop	Jacques Dugas	c
Université de Moncton	Gilles Marcoux	i
Université de Moncton	Vivi Koffi	i
Université de Moncton	Gaston LeBlanc	i



# VIE DE LA CHAMBRE Montréal



## ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE DES MEMBRES DE LA CHAMBRE DE COMMERCE FRANÇAISE JEUDI 3 JUIN 2010

L'Assemblée Générale des membres de la CCFC a eu lieu le jeudi 3 juin au sein des magnifiques salons privés RBC Groupe Financier. Nos membres présents ont pu découvrir les résultats financiers ainsi que les prévisions de la Chambre de commerce française au Canada.

01\_ Véronique Loiseau, Simon Jacques, Élie Farah, Bernard Vives, Alix d'Anglejan-Chatillon, Alain Koessler, Liliana de Kerorguen, Franck Douhaud, Nicolas Séguier, Hélène Séguinotte, Jean-Christophe Gras, Alain Lellouche, Hervé Foulon, Myriam Pairault, William Hart, Auguste Masson, Jean-Pierre Desmarais, Bernard Lette, Philippe Coste, Gérard Malledant, Christian Paire, Louis Jalabert

LES ABSENTS : Jean-François Pichard du Page; Liliane Colpron; Jérôme Thirion; Marie-Line Beauchamp; Linda Beauparlant; Daniel Cotte; Gautier Dirckx; Bénédicte Duval; Philippe Frizon; Pierre Gauthier; Jean-Jacques Laurans; Pierre Matuszewski; Pauline Normand; Jean-Marie Toulouse.

02\_ William Hart et Myriam Pairault

03\_ Liliana de Kerorguen, Alain Lellouche, Christian Paire





# MEMBRES DU BUREAU ET DU CA DE LA CCFC

REPRÉSENTANT	COMPAGNIE	TITRE
PAIRAULT Myriam	Ernst & Young	Présidente
LELLOUCHE Alain	Jalinar International Corporation	1 <sup>er</sup> Vice Président
GRAS Jean-Christophe	Sofitel Montréal le Carré Doré	Secrétaire
HART William	Langlois Kronström Desjardins	Conseiller
PICHARD du PAGE Jean-François	Laboratoire médical Curalab	Président des publications
COLPRON Liliane	Boulangerie Première Moisson	Conseillère
THIRION Jérôme	KPMG Canada	Trésorier
CHABOT Guy	Mallette	Président CCFC section Québec
GUITTON Maurice	Composites Atlantic	Président CCFC Réseau Atlantique
LOISEAU Véronique	CCFC	Directrice générale de la CCFC

MEMBRES D'HONNEUR ET OBSERVATEUR	
COSTE Philippe	Ambassade du Canada
NAMY Bertrand	Progexco Ltée
JALABERT Louis	

CONSEIL D'ADMINISTRATION	
BEAUCHAMP Marie-Line	Sodexo
BEAUPARLANT Linda	PricewaterhouseCoopers
COTTE Daniel	Les Eaux Naya Inc.
D'ANGLEJAN-CHATILLON Alix	Stikeman Elliott
de KERORGUEN Liliana	Mérial Canada
DESMARAIS Jean-Pierre	BKG Avocats
DIRCKX Gautier	BNP Paribas
DOUHAUD Frank	Allstate Assurance du Canada
DUVAL Bénédicte	Air France
FARAH Élie	Montréal International
FOULON Hervé	Éditions Hurtubise HMH
FRIZON Philippe	Secor Conseil
GAUTHIER Pierre	Alstom Canada
JACQUES Simon	Banque Nationale du Canada
KOESSLER Alain	SNC-Lavalin (Groupe)
LAURANS Jean-Jacques	Alfid (Le Groupe)
LETTE Bernard	Lette & Associés
MALLEDANT Gérard	Essilor Canada
MASSON Auguste	Heenan Blaikie
MATUSZEWSKI Pierre	Société Générale
NORMAND Pauline	Éditions Robert Laffont
PAIRE Christian	CHUM
SÉGUIER Nicolas	Delta Dailyfood
SÉGUINOTTE Hélène	Groupe Safran
TOULOUSE Jean-Marie	HEC Montréal
VIVES Bernard	Crédit Agricole CIB





# LE GRAND Bal



01



02



03



04

32 COMMANDITAIRES OR





**MARCHÉ BONSECOURS, VENDREDI 21 MAI 2010**

Placé sous le thème « *Au printemps de tous les plaisirs* », le Grand Bal a été de nouveau l'un des événements incontournables de la saison montréalaise. Près de 350 personnes ont assisté, le 21 mai dernier, à cette prestigieuse soirée se laissant emporter dans un univers des plus magiques rempli de couleur et de légèreté. Champagne, repas gastronomique et musique du Groupe Misty ont ponctué l'ensemble de la soirée. De nombreux chanceux ont reporté des prix de présence exceptionnels. Tous nos invités ont quitté les lieux en emmenant avec eux des magnifiques cadeaux en souvenirs de cette soirée majestueuse.

Nous vous donnons d'ores et déjà rendez-vous au prochain Grand Bal, le vendredi 6 mai 2011.



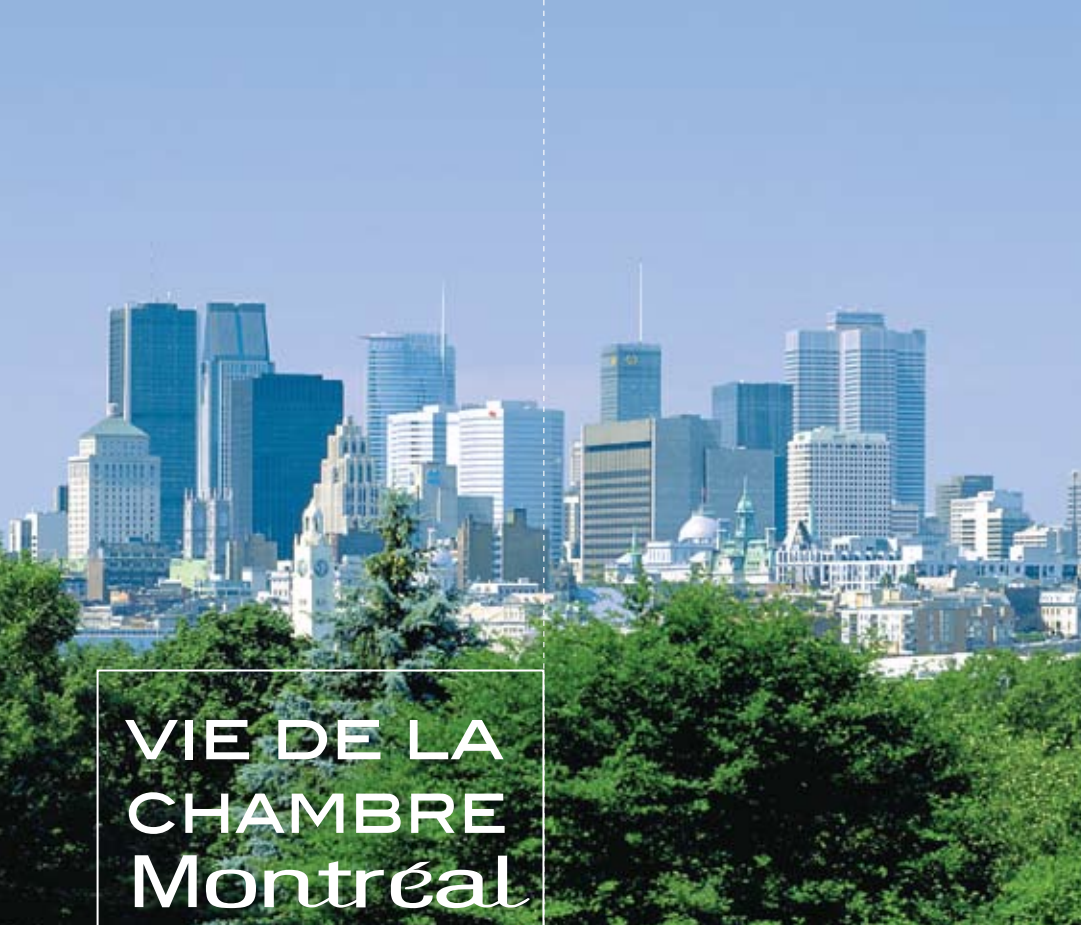
- 01 \_ Arrivée des invités dans la salle de bal
- 02 \_ Décoration des tables
- 03 \_ Salle de cocktail
- 04 \_ Salle de Bal
- 05 \_ Myriam Pairault et Alain Lellouche
- 06 \_ Véronique Loiseau, Ginette Richard, gagnante de la montre Birks et Caroline Gauthier.
- 07 \_ Table du groupe Alfid
- 08 \_ Table Crédit Agricole CIB
- 09 \_ Bénédicte Duval, Alix D'Anglejan-Chatillon, gagnante du grand prix et Jean-Christophe Gras
- 10 \_ William D. Hart et Pierre Robion, Consul Général de France à Montréal
- 11 \_ Table de Carrefour Desjardins
- 12 \_ Edith Pellegrin, Dominic Arel
- 13 \_ Salle de Bal

**COMMANDITAIRES ARGENT**

Axa Canada BNP Paribas Express Mag

**COMMANDITAIRES BRONZE**

Celebrations Fasken Martineau Le Maître Chocolatier Sanofi-Aventis Canada Van Houtte



# VIE DE LA CHAMBRE Montréal



01



02

## CÉLÉBRER LE NOUVEAU NUMÉRO D'ACTION CANADA FRANCE

JEUDI 13 MAI 2010 Photo 03

Le 13 mai dernier, nous avons célébré le nouveau numéro d'Action Canada France, chez Nespresso (2045, rue Crescent). Cet événement a été l'occasion de remercier les participants à cette revue : les auteurs du dossier « Bienvenue au Canada, quelques clés pour réussir en affaires », les annonceurs et les acteurs de ce magnifique magazine. Ce fut l'opportunité de découvrir un lieu design et chaleureux à Montréal et de discuter autour d'un bon café.

MERCI À NOTRE COMMANDITAIRE : Nespresso



03

## DÉJEUNER-CONFÉRENCE

JEAN-PAUL BETBÈZE

MARDI 16 MARS 2010 Photos 01 et 02

Monsieur Jean-Paul Betbèze, Responsable de la Direction des Études Économiques et Chef économiste de Crédit Agricole S.A., nous a livré une conférence fort intéressante sur les moyens de sortir de la crise gagnant. Une centaine de personnes était présente au sein du salon Picasso de l'hôtel Sofitel Le Carré Doré. Nous remercions nos commanditaires et partenaires.

NOTRE COMMANDITAIRE ANNUEL :  
PricewaterhouseCoopers

NOS COMMANDITAIRES

DE L'ÉVÈNEMENT :  
Crédit Agricole  
SNC-Lavalin

NOTRE PARTENAIRE ANNUEL :  
Olympic Audiovisuel

01\_ Jean-Paul Betbèze

02\_ Bernard Vives, Daniel Johnson, Alain Adenot, Véronique Loiseau, Thierry Simon, Michael Carey, Alain Lellouche, Jean-Paul Betbèze, Pierre Denis Leroux, Philippe Coste, Pierre Robion, Jean-Jacques Laurans, Jean-Pierre Beaupré, Jack Pillain

03\_ Discours de Jean-François Pichard du Page, chez Nespresso

**DÉJEUNER-CONFÉRENCE  
MONIQUE F. LEROUX**

JEUDI 15 AVRIL 2010 Photos 01, 02 et 03

C'est au sein de l'hôtel Sofitel Le Carré Doré que nous avons eu l'honneur de recevoir Monique F. Leroux, présidente et chef de la direction du Mouvement Desjardins. Plus de 200 convives ont assisté à cet événement où Madame Leroux nous a dévoilé une conférence captivante sur la coopération et l'innovation entre la France et le Canada, base d'une prospérité durable. Nous remercions tous nos commanditaires et partenaires qui ont collaboré au succès de ce déjeuner-conférence.

**NOTRE COMMANDITAIRE ANNUEL :**  
PricewaterhouseCoopers

**NOS COMMANDITAIRES  
DE L'ÉVÈNEMENT :**  
Samson Belair /Deloitte & Touche  
Mouvements Desjardins, Société Générale  
Stikeman Elliot

**NOTRE PARTENAIRE ANNUEL :**  
Olympic Audiovisuel



01



02



03



05



04

- 01\_ Monique F. Leroux
- 02\_ Hubert Thibault, Véronique Loiseau, Alain Dugal, Adelaïde Israélian, Jack Pillain, Monique F. Leroux, Pierre Matuszewski, Myriam Pairault, Alix d'Anglejan-Chatillon, Stéphane Achard.
- 03\_ Vue d'ensemble de la salle
- 04\_ Alain Koessler et Michel Wachenheim
- 05\_ Michel Wachenheim
- 06\_ Table de PricewaterhouseCoopers
- 07\_ Participants au petit déjeuner du 14 juin.



06

**DÉJEUNER-CONFÉRENCE MICHEL WACHENHEIM  
JEUDI 3 JUIN 2010 Photos 04, 05 et 06**

Suite à l'Assemblée Générale, Monsieur Michel Wachenheim, Ambassadeur, Représentant permanent de la France au Conseil de l'Organisation de l'Aviation Civile Internationale (OACI), s'est brillamment exprimé sur les défis du transport aérien au 21<sup>e</sup> siècle.

**NOTRE COMMANDITAIRE ANNUEL :**  
PricewaterhouseCoopers

**NOS COMMANDITAIRES DE L'ÉVÈNEMENT :**  
Le Groupe Alfid  
SNC-Lavalin



07

**PETIT-DÉJEUNER  
SAMSON BÉLAIR/DELOITTE & TOUCHE  
LUNDI 14 JUIN Photo 07**

Le 14 juin dernier, Samson Bélaïr/Deloitte & Touche a organisé conjointement avec la CCFC un petit-déjeuner technique pertinent sur le thème des prix de transfert et la recherche et développement.



**activités**  
**JEUNES GENS**  
**D'AFFAIRES**  
MONTRÉAL

01

**5@7 JEUNES GENS D'AFFAIRES**

**MERCREDI 31 MARS 2010,**  
**HÔTEL TRAVELODGE**

**MERCREDI 28 AVRIL 2010,**  
**HÔTEL MARITIME PLAZA**

**MERCREDI 9 JUIN 2010,**  
**MOUNT STEPHEN CLUB**

Les derniers 5@7 Jeunes Gens d'Affaires de la saison se sont déroulés dans les différents hôtels de notre partenaire le Groupe Tidan: Hôtel Travelodge en mars, Hôtel Maritime Plaza en avril et le très select Mount Stephen Club en juin.

Le comité JGA et la CCFC sont ravis de constater le succès de ces événements de réseautage qui ont attiré plus de 60 participants chaque mois et vous donnent rendez-vous dès la rentrée pour de nouvelles surprises!

(photos: 04-05-06)

**TOURNOI DE PÉTANQUE ANNUEL**

**VENDREDI 18 JUIN 2010** Photos 01, 02 et 03

Le soleil était au rendez-vous pour cette nouvelle édition du tournoi de pétanque annuel JGA. Plus de 50 participants se sont réunis au Parc Lafontaine pour cet événement aux airs de Provence toujours apprécié de nos membres. Un grand merci à nos partenaires : François et Sylvie Lodi de la Boulangerie Pâtisserie Dagobert, Ricard, Labbatt, OBUT, l'hôtel Saint-Sulpice et la Fédération de Pétanque du Québec.



02



03



04



05

**DÉGUSTATION VINS/FROMAGES**  
**MERCREDI 12 MAI 2010, BUREAUX**  
**DAVIES WARD PHILLIPS & VINEBERG**

C'est dans les bureaux de Davies Ward Phillips & Vineberg que s'est déroulée la dégustation de vins/fromages JGA le mercredi 12 mai 2010. Notre partenaire Chef(s) a animé la soirée et nous a fait découvrir en avant-première *Le Grand Jeu du Vin*, dont la sortie en magasin est prévue prochainement.



07



06

36 01\_ Laurent Liagre, Adélaïde Sassine-Fatet, Mario Trudeau

02\_ Frank Bernard, Naïm-Alexandre Antaki, Marie-France Béland, Clément Couturier, Caroline Waddington, Julien Thieser, Carine Taza

03\_ L'équipe gagnante : David Ddropsy, Anjali Caillat, Thierry Vallette Viillard

07\_ « Vins et fromages »

# VIE DE LA CHAMBRE Réseau Atlantique

## PRÉSENTATION DE LA CCFRA AU GOUVERNEMENT ET À LA COMMUNAUTÉ DES AFFAIRES DE ST JEAN DE TERRE NEUVE

17 MARS 2010 Photos 02, 03 et 04

Le 17 mars dernier, le directeur de la CCFRA s'est déplacé à St John's dans le but de donner de la visibilité à la Chambre auprès du gouvernement provincial et de la communauté des affaires locale. Accompagné de son administrateur de TNL, Ali Chaisson (Investcan Energy Corp.), le directeur a rencontré les ministères du tourisme, des affaires intergouvernementales, du développement des affaires, et de l'innovation. Ceux-ci ont exprimé un fort intérêt envers le potentiel que représente Saint-Pierre et Miquelon pour l'ouverture du Canada Atlantique vers la France et l'Union Européenne.

La CCFRA a ensuite été l'hôte d'une réception qui a eu lieu au restaurant Bianca's, au centre ville de St. John's. Une trentaine de représentants de la communauté de affaires locale étaient présents pour cet évènement. Étaient représentés à la fois des sociétés privées, le gouvernement de TNL, mais aussi des institutions post secondaires de la province (Memorial Université et College of the North Atlantic). Ceci fut encore une fois l'occasion de faire de la sensibilisation auprès de cette communauté qui a exprimé, suite à la présentation, son fort intérêt pour les activités de la Chambre.

01\_ Robert Audoux, directeur; Pierre Beaulé, administrateur; Julie Oliver, administratrice; Maurice Guitton, président; Rolande Thibodeau, administratrice; Léo LeBlanc, vice président

02\_ Mike Slaney ;Grant & Thornton; Darren Steeves, Gouvernement de TNL; James Gilfoy, Progress Magazine : Mark Janes, Gouvernement de TNL

03\_ James Prowse, Patrimoine Canadien; Michael Clair, Université Memorial; Tom Beckett, Somelier

04\_ Ali Chaisson, administrateur CCFRA; Robert Audoux



01

## CCFCRA – AGA 2010

10 JUIN 2010 Photo 01

Le 10 juin dernier, la CCFRA a tenu son assemblée générale annuelle au restaurant « La Maison Tait » de Shédiac au NB. Cette 3<sup>e</sup> assemblée pour la section Réseau Atlantique fut l'occasion de reconnaître le dévouement et la contribution de son président, Maurice Guitton. C'est grâce à ses efforts et son support depuis la création de la section que celle-ci connaît une croissance constante et a vu son membership augmenter de 70 % en 2009-2010. Celui-ci se dit très satisfait de l'évolution de sa section et souhaite voir davantage de sociétés y adhérer afin de développer de plus en plus d'opportunités d'affaires pour tous les membres.

C'était également l'occasion de remercier les membres de la Chambre pour leur support et de leur présenter les grandes lignes du plan d'action pour l'année à venir. Étaient présents entre autres le Consul Général de France à Moncton, Monsieur Gilles Courrègelongue, le doyen de la faculté d'administration de l'Université de Moncton, ainsi que le chef du département des affaires du Collège Communautaire du Nouveau Brunswick. L'assemblée fut clôturée par un BBQ dans la cours de La Maison Tait accompagné par de la musique acadienne interprétée par des artistes locaux.



02



03



04



# VIE DE LA CHAMBRE Québec

TEXTES PAR CYRIÈLE KIENING

## UN CENTRE D'AFFAIRES FRANCO-QUÉBÉCOIS POUR QUÉBEC !

JEUDI 3 MARS 2010

Le 3 mars dernier, la section de Québec a fièrement procédé à l'inauguration de son centre d'affaires dans le cadre d'un point de presse. Ce fut l'occasion de présenter le tout premier client du Centre *INCA de Grenoble*, récipiendaire du Prix d'excellence en affaires Québec-France 2009. Son directeur, Gilles Marty, était à Québec les 21, 22 et 23 juin dernier dans la cadre d'une mission de prospection organisée par la CCFC Québec.



XDadchez.com

## LE PORTE HÉLICOPTÈRE JEANNE D'ARC À QUÉBEC

LUNDI 12 AVRIL 2010

Le lundi 12 avril, certains membres de la Chambre de commerce française étaient invités par le Consulat Général de France à bord du bâtiment école la Jeanne d'Arc. C'était la dernière mission cette année pour la « vieille dame » qui a été désarmée après 50 ans de service. La CCFC Québec a également eu le plaisir de rencontrer ses homologues de la CCI de Brest.





**LE 5 À 7 SPORT BIÈRE ET AFFAIRES  
JEUDI 22 AVRIL 2010**

La CCFC, section Québec a tenue une activité originale autour du projet de construction d'un nouvel amphithéâtre multifonctionnel à Québec. En collaboration avec le projet « J'ai ma place », cet événement a su mettre en lumière les tenants et aboutissants de ce projet ambitieux et plus particulièrement le retour souhaité de l'équipe de la Ligue nationale de hockey « les Nordiques de Québec ».



**MIDI CONFÉRENCE DE GILLES MARTIN « AIR TRANSAT,  
LIAISONS D'AFFAIRES QUÉBEC-FRANCE »  
JEUDI 20 MAI 2010**

Le jeudi 20 mai, M.Gilles Martin nous a offert une conférence sur l'ouverture des lignes aériennes entre les villes de Québec, Marseille et Bordeaux. Le directeur des ventes et distribution long courrier chez Air Transat, nous a fait part du projet « Cap sur l'est » destiné à promouvoir l'est du Québec auprès des européens.



**LE TOURNOI DE PÉTANQUE  
VENDREDI 11 JUIN 2010**

Le tournoi de pétanque 2010 a rayonné sous le soleil de Québec le 11 juin dernier. Dans une ambiance conviviale au son de l'accordéon, Maryse Bergeron, la vice championne du monde de pétanque a animé par des démonstrations la communauté d'affaires franco-québécoise de la région. M<sup>me</sup> Véronique Steffan de la firme Morency avocats a été l'heureuse gagnante d'une paire de billets d'avion aller-retour Québec-Marseille sur les ailes d'Air Transat. Le traditionnel tournoi de pétanque reste incontestablement l'une des activités les plus convoitées de la CCFC, section Québec



- 01\_ La triplète joyeuse est récompensée pour sa bonne humeur.
- 02\_ La grande gagnante du billet d'avion d'Air Transat, Véronique Steffan.
- 03\_ La triplète gagnante du tournoi 2010. Richard Cormier, Sara Nicole et Guy Asselin.

Photos: XDachez.com

# SERVICE APPUI AUX entreprises



## 2<sup>e</sup> ÉDITION D'AEROMART MONTRÉAL, CONVENTION D'AFFAIRES INTERNATIONALE DES INDUSTRIES AÉRONAUTIQUES ET SPATIALES AU CANADA

26 AU 29 MAI 2010

Le SAE a eu le plaisir d'accueillir une délégation d'entrepreneurs de l'Auvergne à l'occasion du salon de l'aéronautique Aeromart qui s'est tenu à Montréal du 26 au 29 mai 2010. Avec le précieux concours d'organismes tels qu'Industrie Canada, l'Association Québécoise de l'Aérospatiale ainsi qu'Aéro Montréal, le marché de l'aéronautique canadien a été présenté à la délégation auvergnate. Cette dernière a également eu l'opportunité de visiter les entreprises Safran, Turbomeca et Messier Dowty.



La délégation de l'Auvergne accompagnée de Cyrille Marcant et Sébastien Vicente lors de la visite de l'entreprise Messier-Dowty



## CENTRE D'EXCELLENCE SUR L'UNION EUROPÉENNE (CEUE)

27 MAI 2010

Le 27 mai dernier, la CCFC a participé à une table ronde sur « les stratégies d'expansion en Europe » organisée par le Centre d'Excellence sur l'Union européenne, aux côtés des représentants des Chambres de Commerce et délégations économiques d'Allemagne, d'Autriche, de Belgique, de Grande-Bretagne et d'Italie.

Ce séminaire a été l'occasion pour la CCFC de présenter à des petits groupes d'investisseurs canadiens le marché français, les secteurs d'activité, les pôles de compétitivité et les aides à l'investissement disponibles en France. Cet événement rentre dans le cadre d'un projet de rapprochement entre les Chambres de Commerce européennes présentes au Canada afin de promouvoir le marché européen.

Pour plus d'informations, consultez le site [www.euroaffaires.qc.ca](http://www.euroaffaires.qc.ca).

02\_ Sébastien Vicente et Cyrille Marcant présentant le marché français à un groupe d'investisseurs canadiens

03\_ Eric Menegazzi, directeur de comptes à la Banque de développement du Canada (BDC)



02



03

## SÉMINAIRE SUR LE COMMERCE DE DÉTAIL, EN COLLABORATION AVEC LA CRCI RHÔNE-ALPES

9 JUIN 2010

En juin dernier, a été organisé par le SAE un séminaire sur le commerce de détail au Canada à l'occasion de la venue d'une délégation de sociétés françaises de la région Rhône-Alpes. Une quinzaine d'entrepreneurs français ont pu écouter et échanger avec des professionnels du secteur, à savoir Jean François Grenier, directeur senior du groupe Altus, Pierre Forgeue, directeur du département Commerce de détail du MDEIE, et M<sup>r</sup> Gaston Lafleur, Président du Conseil québécois du commerce de détail. Au vu de l'enthousiasme des participants, nul doute que ces rencontres aient été d'une utilité précieuse, leur permettant d'aborder le marché canadien avec les meilleures chances de réussite.

## JOURNÉES PAYS CANADA DU 15 AU 30 JUIN 2010

À son tour, Sébastien Vicente, chargé de missions au Service Appui aux Entreprises, s'est rendu en France en juin pour participer aux traditionnelles journées pays organisées par les Chambres de Commerce et d'Industrie françaises.

Comme à chaque session, ces journées pays se sont révélées très enrichissantes, permettant au SAE de rencontrer les entreprises françaises ayant un projet de développement au Canada. Au programme: Toulouse, Saint-Étienne, Paris, Lille, Angoulême, Evry, Reims...

Les rencontres de ce mois de juin ont également été l'occasion de préparer nos missions collectives de la rentrée à savoir:

- Mission Midi-Pyrénées multisectorielle, du 13 au 17 septembre 2010
- Mission Champagne Ardennes multisectorielle, du 20 au 24 septembre 2010
- French IT Connection organisée avec la CCI de Paris, du 4 au 8 octobre 2010
- Mission Biens d'équipement avec la CRCI Nord Pas de Calais, du 25 au 29 octobre 2010



Sébastien Vicente en RDV individuel avec un entrepreneur français

## PROFITEZ DES OPPORTUNITÉS DU SECTEUR DES TIC AU CANADA ZOOM SUR L'OPÉRATION FRENCH IT CONNECTION 4-8 OCTOBRE 2010

Vous souhaitez vous développer en Amérique du Nord et prospecter le marché canadien des TIC ? La CCFC et Ubifrance organisent pour la troisième année consécutive des rencontres acheteurs à Montréal et Toronto. Bénéficiez d'un programme personnalisé de rendez-vous d'affaires et participez à deux séminaires afin de comprendre le marché, ses enjeux et la pratique locale des affaires ainsi qu'à des événements de networking.

Pour plus d'informations,  
[consulting@ccfcmntl.ca](mailto:consulting@ccfcmntl.ca)

# LETTE

AVOCATS – AGENTS DE MARQUES DE COMMERCE  
BARRISTERS & SOLICITORS – TRADE MARK AGENTS  
[WWW.LETTE.CA](http://WWW.LETTE.CA)

### MONTREAL

LETTE & ASSOCIÉS S.E.N.C.R.L.  
630 Bd RENÉ-LÉVESQUE OUEST,  
BUREAU 2800  
MONTRÉAL QC H3B 1S6  
TEL : +1 (514) 871-3838  
FAX : +1 (514) 876-4217  
[MONTREAL@LETTE.COM](mailto:MONTREAL@LETTE.COM)

### TORONTO

LETTE WHITTAKER LLP  
20 QUEEN ST. W.  
SUITE 3300 – P.O. BOX 33,  
TORONTO ON M5H 3R3  
TEL: +1 (416) 971-4848  
FAX: +1 (416) 971-4849  
[TORONTO@LETTE.COM](mailto:TORONTO@LETTE.COM)

### PARIS

LETTE ALÉRION  
137 RUE DE L'UNIVERSITÉ  
F-75007 PARIS  
TÉL: +33 (1) 58 56 97 00  
FAX: +33 (1) 58 56 97 01  
[CONTACT@ALERIONAVOCATS.COM](mailto:CONTACT@ALERIONAVOCATS.COM)

### MUNICH

LETTE & KNORR  
TAL 12  
D-80331 MÜNCHEN  
TEL : +49 (0) 89 290 03 70  
FAX : +49 (0) 89 290 03 756  
[MUNICH@LETTE.COM](mailto:MUNICH@LETTE.COM)



# AIR TRANSAT

## PLUS DE 60 FAÇONS DE PROLONGER L'ÉTÉ !



Avec plus de 60 destinations desservies en vol direct, dont une trentaine en Europe, Air Transat propose à tous ceux qui veulent faire durer le plaisir cet automne une gamme variée et pratique de possibilités – qu'il s'agisse de profiter de l'automne moins encombré en Europe, ou d'être le premier arrivé sur les plages du Sud.

### L'INCONTOURNABLE EUROPE

**Au départ de Montréal :** Autriche, Belgique, Espagne, France, Grèce, Irlande, Italie, Portugal, Royaume-Uni et Suisse

**Au départ de Québec :** Bordeaux, Marseille et Paris

**Au départ de Toronto et d'Ottawa :** Allemagne, Autriche, Espagne, France, Grèce, Irlande, Italie, Pays-Bas, Portugal, Royaume-Uni et Suisse

**Au départ de Vancouver et de Calgary :** Allemagne, Espagne, France, Italie, Pays-Bas et Royaume-Uni

**Au départ d'Edmonton et d'Halifax :** Allemagne, France et Royaume-Uni

### L'INDISPENSABLE SUD

Les nouveautés pour l'hiver 2010 - 2011

**Au départ de Montréal :** Cozumel, au Mexique; Cayo Largo et La Havane, à Cuba.

**Au départ de Toronto :** Nassau, dans l'archipel des Bahamas.

### NOUVEAUTÉS AUTOMNE 2010

**Enregistrement en ligne :** imprimez vous-même votre carte d'embarquement et présentez-vous à l'aéroport pour déposer simplement vos valises au comptoir à bagages. Service disponible de 24 à 2 heures avant le départ sur [airtransat.ca](http://airtransat.ca).

Rejoignez notre communauté de plus de 30 000 membres sur [facebook](https://www.facebook.com/airtransat)! Vous serez les premiers avisés des promotions en cours ainsi que des concours. Vous pourrez aussi partager vos expériences et photos de voyages avec les autres fans.



**À bord :** nous avons bonifié notre service avec du champagne pour tous à l'aller et deux choix de repas chauds servis avec un verre de vin.

**À destination :** découvrez la nouvelle Collection Grand Luxe de Vacances Transat. Triées sur le volet, les huit propriétés haut de gamme qui composent cette collection limitée offrent les plus hauts standards hôteliers dans les Caraïbes et au Mexique, un service de concierge ou de majordome, une expérience gastronomique exquise et toutes les petites attentions qui rendent les vacances parfaites. Également inclus dans ces forfaits : les **transferts privés** entre l'aéroport et l'hôtel, ainsi qu'un **surclassement à l'Option Plus** ou à **CanJet Select**.

A close-up photograph of a woman with blonde hair smiling warmly while holding a newborn baby wrapped in a white blanket. The woman's face is in the upper right, and the baby's face is in the lower center, looking towards the camera.

Le dépistage prénatal,  
c'est important.  
Exigez le meilleur...

## ***Le test intégré***

*Le test intégré a été le sujet de nombreuses études scientifiques qui ont démontré son taux de détection supérieur. Il est reconnu par la communauté médicale comme le test de dépistage prénatal le plus performant\*. De plus, il est sans danger pour la femme et le bébé.*

***Parlez en à votre  
médecin !***

***Le test intégré détermine les risques de Syndrome de Down (trisomie 21), trisomie 18 et les anomalies du tube neural.***

*\* Étude FASTER 2005.*

***Exclusivement au***

LABORATOIRE  
 MÉDICAL  
CURALAB

**514-990-8940**

**866-656-0446**

**[www.curalab.com](http://www.curalab.com)**



# Il y a plusieurs façons de regarder le monde...

**Comme il y a plusieurs manières de régler vos problèmes.**

**Au Canada, Mazars vous propose de les prendre en charge dans les domaines de la certification, la comptabilité, la fiscalité et les services aux entreprises.**

Avec 12,500 personnes dans 56 pays, Mazars est prêt à vous simplifier le monde. Et nos équipes locales et internationales à vous garantir une attention personnelle.

[www.mazars.ca](http://www.mazars.ca)



MAZARS HAREL DROUIN  
Comptables Agréés