

À VOS AFFAIRES



TECHNO PRATIQUE
LES TÉLÉPHONES INTELLIGENTS
PAGE 6

VOTRE GUIDE DE CONSOMMATION ET DE FINANCES PERSONNELLES

L'ENVERS DE LA PUB



Dure, la pub !

Un constat s'impose cette année encore, aux Lions de la pub, à Cannes : la qualité des catégories «Press and Poster» ne se dément pas et surpasse souvent celle des films publicitaires.

PAGE 2

SOUS LA LOUPE

Divorce aimable

Les spécialistes vous le diront : divorcer à l'amiable vaut mieux que laisser le juge décider. Cette semaine, nous vous présentons le cas d'un couple qui a opté pour un divorce aimable et à l'amiable.

PAGE 4

CONSOMMATION

Des étincelles...

Vous chauffez au gaz et votre chaudière menace de rendre l'âme. Prévoyant, vous faites faire les travaux par un entrepreneur agréé par Gaz Métropolitain. Autopsie des problèmes qui suivent.

PAGE 5

LE CHIFFRE DU JOUR

850 tonnes

La consommation d'or en Inde, premier grand importateur mondial du métal précieux, devrait bondir de près de 33% cette année, à 850 tonnes, en raison de la croissance économique soutenue, selon le Conseil mondial de l'or.

Source : AFP

ENTREPRISE À FINANCER ?

COMPOSEZ MAINTENANT LE
1 866 499 0334
Acquisition.biz

3346834A

RECHERCHE BONS FOURNISSEURS

Pour travaux dans la maison et autour...

S.V.P. appelez si vous les avez vus.

MARC TISON

Les bardeaux du toit frisent comme s'ils avaient été permanents. L'é érable, ébouriffé, n'a pas été recoiffé depuis des lustres. La teinte de la voiture montre des repousses de rouille. Comment trouver le bon couvreur, élagueur, atelier automobile, sans couper les cheveux en quatre — ni se faire tondre ? À qui se fier, de qui se méfier ? Quelques pistes...

C'est bien connu, la première source de référence demeure les parents, amis, collègues et voisins — pas nécessairement dans cet ordre.

«Il n'y a rien de mieux que le bouche à oreille pour choisir un fournisseur», énonce Jannick Desforges, directrice par intérim d'Option consommateurs.

Mais une bonne référence ne dispense pas d'une comparaison avec un ou deux concurrents.

«Un consommateur ne peut être expert en tous les domaines, poursuit la directrice. En rencontrant des entrepreneurs ou en discutant au téléphone avec eux, on apprend déjà des choses. Par exemple, la quantité ou la qualité des matériaux utilisés. Et on apprend à mesure qu'on appelle et on sait davantage quelles questions poser.»

Une fois qu'un candidat est retenu, il ne faut pas négliger les autres précautions. Assurez-vous que le fournisseur détient les licences et permis obligatoires. Vérifiez s'il possède un dossier à l'Office de la protection du consommateur (les coordonnées des organismes cités sont en page 3).

«Toutes les entreprises contre lesquelles une plainte a été faite sont fichées, de même que toutes les entreprises qui doivent avoir un permis d'exploitation de l'OPC», explique le porte-parole Jean-Jacques Préau.

Si le type de service et l'ampleur des travaux le justifient, il peut être utile de s'enquérir de la satisfaction des anciens clients — ce qui laissera savoir au fournisseur que vous êtes vigilant.

«La plupart du temps, les entreprises qui offrent du bon service sont fières de le montrer, soutient Serge Moquin, directeur des ventes au Bureau d'éthique commerciale du Québec. Si elles hésitent, il y a des questions à se poser.»

SUITE DU DOSSIER EN PAGE 3

terreUR

DURE, LA PUB... C'EST LA VIE



EMMANUELLE GARNAUD
L'ENVERS
DE LA PUB
COLLABORATION SPÉCIALE

Les Québécois aiment la pub. J'en veux pour preuve l'intérêt jamais démenti pour le plus grand festival international de publicité, les Lions de Cannes. Chaque automne, des nostalgiques du cinéma Outremont

me questionnent : «À quand la projection des Lions?»
Pour l'instant, seuls les publicitaires ont eu droit fin septembre à des représentations organisées par le Publicité Club de Montréal. Mais on finit toujours par avoir des projections publiques. Même annoncées à la dernière minute, elles font salle comble. Pour patienter, vous pouvez aller regarder sur le site Internet (www.canneslions.com), toutes les pubs gagnantes y sont.
Un constat s'impose cette année encore : la qualité des catégories «Press and Poster» ne se dément pas et surpasse souvent celle des films publicitaires.
Le cru 2005 le confirme, les médias imprimés n'ont rien à envier à la télévision quant à la créativité

publicitaire. Une réalité qu'on a tendance à oublier chez nous, où la télé rafle toujours le gros des investissements des annonceurs. Mais à parcourir les Lions d'or en quotidien et magazine, on ne peut que s'incliner devant le caractère à la fois drôle et intelligent des créations.
Autre caractéristique : en imprimé, les Anglo-Saxons ne dominent pas le palmarès comme ils le font en télé. La richesse des cultures s'exprime davantage, notamment parce que les moyens de productions sont moins disparates et inégaux.
Parmi ce foisonnement de bonnes idées, on croit discerner une tendance bien illustrée par la campagne ayant reçu le Grand Prix, celle des disques EMI. Après des années 2003 et 2004

un peu tristes, la pub renoue avec un ton très caustique, cru et hyper-réaliste.
Pour résumer cette tendance, on pourrait paraphraser Jean Leloup : «Le monde est laid... et la pub nous le montre tel qu'il est!» Alors qu'encore trop souvent, la publicité nous offre une version magnifiée de notre quotidien, les concepts récompensés à Cannes sont méchants comme la vie sait l'être.
On nous offre des tranches de vie, sans fard ni aseptisation, mais attention, on ne sombre pas non plus dans la grisaille. Humour et compagnons à quatre pattes font également toujours partie des recettes gagnantes.
On rit jaune, mais... mieux vaut en rire!



Client: EMI
Agence : TBWA



Client : PEDIGREE
Agence: TBWA\Paris, France

LE GRAND PRIX EMI CONTRE LE PIRATAGE



Client: EMI
Agence : TBWA

Le piratage de la musique menace les grandes compagnies de disques? Qu'à cela ne tienne, elles sortent les gros canons publicitaires pour dissuader les pirates. Lourde tâche quand même. Pendant qu'en Amérique du Nord, on privilégie les stratégies répressives (saisies de CD dans les marchés aux puces, poursuites judiciaires), en France, EMI tente plutôt d'expliquer pourquoi le piratage est immoral. Nul doute que cette campagne mettant «en vedette» les doigts de Keith Richards, les cordes vocales explosées

de Joe Cocker ou le coeur bien abîmé d'Iggy Pop, gagne d'abord pour ses qualités graphiques. On retrouve ici le mythe de l'artiste maudit revisité : «Nothing great comes easy», clame le slogan.
Comprenez : ces grands artistes, que vous n'hésitez pas à voler en copiant leur musique, n'ont pas toujours été fortunés. Ils l'ont tous eu «à la dure», et ont généralement payé de leur santé ces grands moments de musique qui les ont rendus célèbres. J'aime particulièrement l'annonce des

Sex Pistols, sale et repoussante à souhait : les premiers fans du groupe furent les coquerelles!
Je ne crois pas que la vue de ces créations stoppe net les pirates. Mais le ton est juste (on fait appel à notre conscience, pas à la peur du gendarme), le visuel tout à fait en phase avec la cible.
Beaucoup plus intéressant, stratégiquement parlant, que toutes ces jolies campagnes où l'on voit les artistes nous expliquer eux-mêmes qu'on les vole...



PEDIGREE UNE VIE DE CHIEN

Pour une fois, la marque d'aliments pour chiens Pedigree laisse tomber le registre santé et politiquement correct de sa communication.
La campagne, conçue en France, nous montre des chiens dans des moments... difficiles. L'argument est tout simple : «Parce que les chiens ne l'ont pas toujours facile», le moins qu'on puisse faire, c'est leur donner les biscuits qu'ils aiment.
Les regards terrifiés ou découragés de ces braves toutous font tout le travail, on est conquis... Tellement moins mièvre que les traditionnelles pubs du secteur!

Client : PEDIGREE
Agence: TBWA\Paris, France



NINTENDO LA PRISON

L'image à son meilleur? Une jeune fille visite son amoureux en prison et on détourne avec un humour crasseux, mais irrésistible, la scène cliché des deux mains collées sur la vitre du parloir. Le prisonnier lui présente son pied, les mains étant trop occupées sur la console de jeux.
Les filles ne la trouveront peut-être pas drôle mais j'aime penser que nous avons suffisamment d'humour pour reconnaître la caricature! C'est suédois, mais universel.

Client : GAMEBOY
Agence : LOWE BRINDFORS, Stockholm. Suède



KLEENEX HISTOIRE À PLEURER

On a souvent le thème des mauvais choix de vie en publicité, mais pas toujours aussi pertinent que pour une marque de mouchoirs. Ici, l'histoire de John Pemberton, le pharmacien qui inventa le Coca-Cola et revendit sa formule pour 2300 \$ en 1891. «The rest is history», disent les Anglais... Tout le monde fait, au moins une fois dans sa vie, un très mauvais choix. On ne peut qu'être sympathique à cette annonce, à la direction artistique ludique et efficace.

Client : KLEENEX
Agence : JWT, Sao Paulo, Brésil

LE DOSSIER DE LA SEMAINE

À VOS AFFAIRES

Les projets
tout terrain

Vous cherchez un spécialiste pour l'aménagement ou l'entretien de votre terrain ? L'Association des paysagistes professionnels du Québec (APPQ) rassemble 200 entreprises qui ont accepté de se soumettre à des normes communes.

Pour les végétaux, ils suivent les devis du Bureau des normes du Québec. Pour les éléments construits — terrasses, murets, rocailles, bassins... —, l'APPQ a élaboré ses propres normes.

« Nous les avons faites légèrement supérieures aux normes des fabricants, car nos membres s'engagent à respecter des garanties », explique, la directrice générale Christine Vaillancourt.

« Il faut toujours vérifier quel devis ils respectent, exhorte-t-elle. Il est important de signer un contrat en bonne et due forme. »

Demandez également à jeter un coup d'oeil à leur dossier professionnel (portfolio).

Pour l'élagage et la taille des arbres, c'est plutôt du côté de la Société internationale d'arboriculture Québec qu'il faut vous tourner. On trouvera une liste de spécialistes sur son site Internet.

LES RÉFÉRENCES POUR VOS RÉFÉRENCES

Office de la protection du consommateur (OPC)

1 888 672-2556
www.opc.gouv.qc.ca

Association des paysagistes professionnels du Québec (APPQ)

1 888 872-9724
www.appq.org

Société internationale d'arboriculture Québec

450 689-9393
www.siaq.org (section Consommateurs)

Régie du bâtiment du Québec

514 873-0976 ou 1 800 361-0761
www.rbq.gouv.qc.ca (Fichier des entrepreneurs)

Réno-maître (APCHQ)

1 800 361-2037, poste 222
www.gorenovation.com

Qualité Rénovation (ACQ)

(514) 354-7526 ou 1 800 956-7526
www.qualitehabitation.com

Association des maîtres couvreurs du Québec

450 973-2322 ou 1 888 973-2322
www.amcq.qc.ca

Corporation des maîtres électriciens du Québec (CMEQ)

514 738-2184 ou 1 800 361-9061
www.cmeq.org

Corporation des maîtres mécaniciens en tuyauterie du Québec (CMMTQ)

514 382-2668 ou 1 800 465-2668
www.cmmtq.org

CAA-Québec

514 861-7575 ou 1 800 686-9243
www.caaquebec.com

Prix du Choix des consommateurs

514 731-2120
www.ccaward.com/new/cf/about.html

Bureau d'éthique commerciale du Québec

514 286-9281
www.bbb-bec.com

Choisir un entrepreneur

Faire rénover, réparer... sans empirer les choses

MARC TISON

Trouver un ouvrier compétent ? La méthode suggérée par Alain Rousseau, président de la bannière Réno-maître de l'Association provinciale des constructeurs d'habitations du Québec (APCHQ), vaut pour bien d'autres domaines que la rénovation. « Il faut d'abord bien préciser mes attentes, ce qui permet de poser les bonnes questions, professe-t-il. J'aurai ensuite les bonnes réponses. »

C'est à la qualité des réponses — et des précisions demandées — que l'on pourra juger de la qualité de son fournisseur.

« Les soumissions doivent être claires, précises et détaillées, pas juste un titre avec un total en bas », conseille encore Alain Rousseau.

La pérennité de l'entreprise est aussi un gage de sérieux : demandez depuis combien de temps elle est en affaires. « En construction, beaucoup d'entreprises ferment pour fuir leurs responsabilités »,

dénonce Charles Tanguay, porte-parole de l'Union des consommateurs.

L'entrepreneur doit détenir une licence de la Régie du bâtiment correspondant aux travaux prévus. On peut le vérifier sur le site Internet de l'organisme. « Une licence spécialisée est l'assurance d'un minimum de compétence », avance Jean-Jacques Préau, porte-parole de l'Office de la protection du consommateur (OPC).

Pour tout ce qui a trait à l'enveloppe extérieure du bâtiment, l'entrepreneur tombe sous la Loi de la protection du consommateur et doit détenir un permis de commerce itinérant délivré par l'OPC.

Où trouver un entrepreneur sérieux ?

Les principales associations d'entrepreneurs en construction, l'APCHQ et l'ACQ, ont toutes deux mis sur pied des réseaux de spécialistes en rénovation : les bannières Réno-maître et Qualité Rénovation.

Sur le site Internet de Réno-maître, un outil de recherche vous permet de trouver un spécialiste — un électricien par exemple — dans votre région.

Qualité Rénovation fournira cette information par téléphone.

Vous pouvez cependant vous adresser directement à une association d'entrepreneurs dans la spécialité qui vous intéresse. L'Association des maîtres couvreurs du Québec, par exemple, regroupe quelque 85 membres. « Nous faisons des vérifications au plan administratif, technique et juridique », assure la directrice générale de l'organisme, Micheline Bonnaud.

Encore une fois, on doit s'enquérir de la satisfaction des récents clients. Bernard Gaudichon, conseiller en formation et relation avec les partenaires chez Qualité Rénovation, suggère même de visiter l'un d'eux pour vérifier de visu la qualité des travaux. « La meilleure garantie, c'est la qualité de la main-d'oeuvre », expose-t-il.

Le travail au noir ? C'est très mal. C'est aussi très tentant. Pour économiser 15 % de taxes, on renonce toutefois à tout recours en cas de problème. Dans le milieu de la réfection de toiture, par exemple, on accole aux couvreurs au noir — rien à voir avec le gou-dron — le vocable très évocateur de « chaudron ». Ce qui donne une indication sur la qualité moyenne de leur travail.

Dénicher un électricien, un plombier

Électriciens et plombiers travaillent au taux horaire ou à forfait, selon l'ampleur des travaux. Pour les travaux de moins d'une journée, appelez deux ou trois entrepreneurs et renseignez-vous sur leur taux horaire. Vérifiez si des frais s'ajoutent, frais de déplacement par exemple. Factureront-ils un nombre d'heures minimum ?

Sur son site Internet, la Corporation des maîtres électriciens du Québec (CMEQ) propose un tarif

horaire type, qui peut servir de point de comparaison. La Corporation des maîtres mécaniciens en tuyauterie du Québec (CMMTQ), donne accès sur le Web à la liste de ses membres, classée par région, municipalité ou secteur.

Pour des travaux de plus grande envergure, il faut demander trois soumissions, « détaillées de telle sorte que le consommateur soit en mesure de faire des comparaisons pour des travaux similaires », conseille Pierre Liberatore, consultant technique à la vice-présidence à la CMEQ.

Une fois qu'un entrepreneur est retenu, il faut s'assurer qu'ils sont membres en règle de la CMEQ ou la CMMTQ. Vérifiez également auprès de la Régie du bâtiment du Québec si la licence d'entrepreneur est valide. « Autrement, si les travaux sont incorrects, le consommateur n'a pas de recours », prévient Pierre Liberatore.

En cas d'urgence — un Niagara dans la cuisine, par exemple —, on n'aura sans doute pas le temps de faire l'ensemble des vérifications recommandées. « Faites au moins deux ou trois téléphones, suggère Jean-Jacques Préau, de l'OPC. Demandez combien ils facturent pour changer un robinet. Il est plus facile de poser la question avant qu'après. »

CAA, Choix des consommateurs, etc.

Que valent les recommandations ?

MARC TISON

Vos proches n'ont aucun spécialiste à recommander. Vous voulez compléter votre trio de soumissionnaires. Les pages jaunes sont-elles la seule ressource ? Certains organismes recommandent des entreprises dans une large palette de spécialités. Reste à savoir ce que vaut leur bénédiction.

CAA-Québec

CAA-Québec offre un service de recommandation d'ateliers automobiles. L'organisme vérifie notamment la compétence des mécaniciens, la solvabilité de l'entreprise et sa crédibilité dans le milieu. Un sondage est effectué auprès de clients choisis par le CAA. Dans un échantillon minimal de 50 personnes, 90 % doivent se déclarer satisfaits.

Or, c'est l'entreprise qui demande cette accréditation. Près de 450 ateliers et concessionnaires l'ont obtenue au Québec. Bon an mal an, près de 500 entreprises font la file pour accéder au cénacle. Entre 20 et 25 y parviennent... et paieront 1000 \$ par année pour conserver ce privilège.

« Le tiers des ateliers sont refusés à la suite de notre sondage de satisfaction de la clientèle, indique Jacques Maheux, directeur du réseau des garages recommandés. À Montréal, 50 % des demandeurs n'atteignent pas les 90 % de satisfaction nécessaires. »

Mais la barrière à l'admission

peut être placée ailleurs. CAA-Québec limite le nombre de garages accrédités dans un même secteur, question de conserver le prestige associé à la rareté. « Il y a des gens qui sont très bons, mais la place est déjà prise », admet Jacques Maheux. Ce n'est donc pas parce qu'un garage est accrédité que l'atelier voisin n'est pas aussi bon, voire meilleur.

« On ne peut pas se dire : il est accrédité, il n'y a pas de problèmes », ajoute à ce propos Jannick Desforges, directrice par intérim d'Option consommateurs. « C'est une indication, mais le consommateur doit continuer à être vigilant. »

Le Choix des consommateurs

Le Choix des consommateurs confie à une firme spécialisée le soin de faire un sondage sur la notoriété des fournisseurs dans une certaine de catégories.

On demande aux interviewés de citer leur entreprise préférée dans chacune d'entre elles. La plupart ont trait aux services aux consommateurs, mais certaines s'adressent aux entreprises : services de messageries, de photocopies, etc.

Dans chaque catégorie, l'entreprise qui obtient le plus de mentions est contactée par le Choix des consommateurs. On leur demande s'ils veulent adhérer au programme. « Ça coûte de 1000 \$ à 4000 \$, selon le matériel promotionnel », indique son président, Ami Peleg.

Toutes n'acceptent pas l'invitation. Dans la section montréalaise du site Internet de l'organisme, environ 80 entreprises sont classées par catégorie de service.

Le président le reconnaît sans ambages : c'est un instrument de publicité, au même titre qu'un panneau publicitaire. « Nous vendons des moyens de promotion à l'entreprise », explique-t-il.

Le sondage mesure essentiellement la notoriété. Quand on demande à un citoyen quelconque quelle est la meilleure entreprise de correction de la vue au laser — c'est une des catégories —, il y a peu chances qu'il ait eu l'occasion d'en tester plusieurs.

« Est-ce que c'est vraiment le choix des consommateurs ? S'interroge Jannick Desforges. C'est une entreprise qui vend des sceaux. Quels sont les critères ? Est-ce que je peux me fier à ce sceau ? Ce n'est pas nécessairement un gage de qualité. »

Le Bureau d'éthique commerciale du Québec

Le Bureau d'éthique commerciale fonctionne selon un autre principe : les entreprises s'y inscrivent volontairement. Il s'agit d'un regroupement de firmes qui souscrivent aux principes éthiques de l'organisme.

Pour maintenir un dossier satisfaisant auprès du Bureau d'éthique commerciale, l'entreprise doit être en affaires depuis un minimum de 12 mois, et « ne doit pas

faire l'objet d'un nombre anormal de plaintes et de poursuites découlant de son comportement dans le marché des affaires ». Elles devront fournir des références de leur clientèle.

Le BEC du Québec compte 877 membres. La cotisation varie selon la taille de l'entreprise : elle s'établit à 250 \$ par année pour les PME de cinq employés et moins.

Encore une fois, rien ne garantit que les services des entreprises membres seront irréprochables. Mais on peut au moins présumer d'une disposition favorable envers le service à leur clientèle. « Elles investissent pour devenir membres et ne veulent pas perdre cet investissement », indique Serge Moquin, directeur des ventes.

Le BEC offre à ses membres un service de médiation gratuit. « Mais ça ne veut pas dire que vous n'aurez pas de problèmes non plus », soutient Jannick Desforges.

La liste des membres, classée par catégorie, est accessible sur le site Internet de l'organisme.

CAA-Québec en habitation

Depuis 1998, CAA-Québec offre un service de recommandation dans le domaine de l'habitation. Près de 800 fournisseurs sont ainsi regroupés en une centaine de catégories.

Tout ce qui a trait à l'habitat est ainsi représenté : couvreurs et installateurs fenêtrés, bien sûr,

mais également notaires, émondeurs, paysagistes, etc.

Ce sont les entrepreneurs et fournisseurs qui demandent leur adhésion.

Le dossier de l'entreprise est analysé selon différents critères, tels la compétence, la solvabilité, le service. Une enquête sur la satisfaction de la clientèle est effectuée par une firme indépendante. Entre 10 et 15 % des demandeurs seront refusés.

Les entreprises retenues devront déboursier de 500 \$ à 1000 \$ par année, selon leur catégorie. « Le taux de renouvellement est de 88 à 90 % », explique Jacques Gobeil, directeur des services-conseils en habitation de CAA-Québec.

Ce ne sont pas nécessairement les meilleurs dans leur domaine. « Mais avec ceux qu'on a accrédités, on est très en confiance, affirme-t-il. Ils sont performants. »

Les membres de CAA-Québec peuvent obtenir références et conseils par téléphone, mais les non-membres ont eux aussi accès à la liste des entreprises recommandées sur son site Internet.

« Quelqu'un qui est certifié CAA monte une marche de l'escalier, mais ça ne veut pas dire qu'il faut y aller les yeux fermés, analyse Jannick Desforges. Il a cependant fait l'effort d'aller chercher une accréditation, et il y a là un certain degré d'effort à servir les consommateurs. »



MARC TISON › L'ARGENT AU QUOTIDIEN

mtison1@lapresse.ca

De l'argent dans une boîte à chaussures?

QUELQUES CONSEILS

► Pour éviter de conserver trop de billets sur vous, **privilégiez les paiements avec carte de crédit ou de débit.**

► **Utilisez une carte de crédits sans frais annuels** et assurez-vous d'en acquitter le solde chaque mois.

► **Ne cachez pas d'argent à domicile.** Ne conservez dans votre portefeuille que la somme dont vous prévoyez avoir besoin entre vos fréquentes visites à un guichet.

► **Si vous devez sortir avec une forte somme, divisez-la en deux ou trois parties** que vous porterez sur vous à différents endroits.

► **Consultez votre institution financière pour voir quel forfait vous permettra de payer le moins de frais bancaires** possible pour les paiements électroniques et les retraits aux guichets automatiques.

► Si vous tenez tout de même à conserver **une petite somme à la maison, ne la mettez pas toute au même endroit**, et restez discret sur vos habitudes.

La dame, âgée de près de 70 ans, a été cambriolée. Encore une fois. La deuxième en moins d'un an. Les voleurs étaient surtout à la recherche d'argent comptant.

Ils ont ouvert une des boîtes à chaussures qui étaient déposées au fond de la penderie de sa chambre à coucher. Ils n'y ont rien trouvé. Quelques jours plus tôt, la dame avait déplacé la somme qu'elle y avait cachée. Coup de chance.

Mais pourquoi conserver des billets à la maison ? « J'ai souvent besoin d'argent », répond-elle. La frange plus âgée de la population a souvent recours à ce réconfort. Quelquefois, ce sera pour des raisons d'isolement, d'éloignement, de perte de motricité.

« Mais il y a aussi le côté tactile de la chose : ce n'est pas du plastique, c'est du vrai argent, souligne Martine Langlois, directrice générale de la FADOQ-Mouvement des aînés du Québec. On observe que plus les gens avancent en âge, plus ils s'inquiètent d'en manquer. »

Les paiements effectués à domicile sont pourtant rendus rarissimes. « Autrefois, quand on devait payer le laitier, il fallait garder des sous à la maison, constate la directrice. Maintenant, même vo-

tre journal peut être payé avec la carte de crédit. »

Le plastique, aussi factice puisse-t-il paraître, évite justement de trimballer trop d'argent avec soi. Les cartes de débit ou de crédit permettent d'acquitter la plupart des achats. S'il y a urgence, même le taxi peut être payé avec une carte de crédit.

C'est d'ailleurs ce qu'un policier a fait valoir à notre cambriolée, en lui confiant que lui-même ne conservait que 2 \$ sur lui. S'il égare son portefeuille, sa perte se limite à une poignée de monnaie.

Si la plupart des aînés possèdent des cartes de paiement, plusieurs hésitent à s'en servir couramment.

« C'est une question de génération, observe Martine Langlois. Il ne faut pas oublier que les gens de plus de 80 ans étaient autrefois payés en argent comptant quand ils travaillaient. »

Vous tenez mordicus à conserver une — petite — somme à la maison ?

D'abord, n'en parlez pas.

Le sergent Denis Théorêt, de la division des stratégies avec la communauté de la Sûreté du Québec, énonce la Règle d'or : « Il ne faut pas donner d'information sur les biens contenus dans notre résidence ». Ni sur nos habitudes

bancaires, ajoute Michel R. Magnan, directeur de la section Sud-Ouest de Tandem — le programme de sécurité urbaine de la Ville de Montréal.

En lançant à la cantonade qu'on ne va jamais à la banque, ajoute-t-il, on laisse facilement comprendre qu'on garde une certaine somme à la maison. Mêmes risques si, au dépanneur, on annonce triomphalement que la fraude dénoncée à la une du journal ne risque pas de nous arriver parce que « mon argent, je le garde chez moi ». Chut.

Seconde précaution : ne mettez pas toute la somme au même endroit.

« Si un voleur trouve la première cachette, il ne cherchera pas nécessairement plus loin », indique Michel R. Magnan. Évitez les classiques : congélateur, boîte de céréales...

S'il faut sortir et déambuler avec une certaine somme, le sergent Théorêt suggère de ne pas conserver tout l'argent au même endroit sur soi. « On place l'argent de la commande dans son sac à main, et le reste ailleurs », avise-t-il.

Mieux vaut éviter de compter ostensiblement une liasse de billets à la vue du tout venant.

Il recommande en outre d'utili-

ser le dépôt direct afin de réduire la manipulation d'argent et de chèques.

La FADOQ encourage elle aussi le dépôt direct des prestations de la Sécurité de la vieillesse.

« Beaucoup de gens ne l'utilisent pas sous prétexte que le gouvernement va venir fouiller dans leur compte », déplore la directrice générale de l'organisme.

Vous voulez tout de même conserver des biens ou des documents importants à la maison ?

Pourquoi ne pas songer à un coffre-fort résistant aux incendies ? Mais il y a mieux : les coffres de sécurité, à la succursale bancaire voisine, sont sûrs... et gratuits pour les aînés.

Vieillir en liberté

La Sûreté du Québec a mis sur pied, pour les aînés, le programme *Vieillir en liberté, en toute sécurité*.

Pour plus de renseignements, communiquez avec un poste de police local.

Vous pouvez également visiter la section pour les aînés sur le site www.surete.qc.ca

Aimable divorce à l'amiable

MARC TISON

SOUS LA LOUPE

Dans ce petit patelin du — très — Grand Nord du Québec, les longs hivers rapprochent les gens... mais n'empêchent pas les séparations.

Caroline et Martin négocient leur divorce. Un divorce à l'amiable. « Très à l'amiable, précise Caroline. Je ne peux pas avoir plus à l'amiable. »

Martin lui offre de choisir entre deux scénarios. Dans le premier, elle conserve la maison et l'essentiel des meubles. Dans le second, elle reçoit 63 000 \$ en liquidités.

Caroline, âgée de 32 ans, gagne environ 28 000 \$ après impôts. Elle a accumulé 10 900 \$ dans un REER et son régime de retraite d'employeur contient 2000 \$.

Martin, 37 ans, touche pour sa part un salaire net de 50 700 \$. Il compte 30 000 \$ dans son REER et 53 000 \$ dans le régime de retraite de son employeur.

La garde de leur fillette de 9 ans sera partagée de façon égale. En raison de la différence de revenus, ils ont convenu que Martin verserait une pension alimentaire mensuelle d'environ 250 \$.

Notre planificateur financier invité, Laurent Chartrand, de la Banque Nationale, tient d'abord à rappeler que les biens faisant partie du patrimoine familial sont les résidences, meubles et véhicules de la famille (à moins qu'ils aient été acquis par succession ou donation), et les droits de retraite accumulés durant le mariage. « C'est la valeur du patrimoine familial, plutôt que les biens qui le composent, qui sera partagée en parts égales entre les conjoints », explique Laurent Chartrand.

Deux parts égales

Dans les deux scénarios, les placements enregistrés et les fonds accumulés dans les régimes de retraite du couple sont partagés en deux parts égales de 41 600 \$. Caroline conserve en outre la moitié de la résidence secondaire. Martin, pour sa part, garde l'usage de la plupart des véhicules récréatifs — autocaravane, tout-terrain, bateau... Chacun aura une motoneige.

Voyons où résident les différences.

Selon le premier scénario, Caroline conserve la résidence principale et son mobilier. C'est Martin qui paierait les frais de notaire pour le transfert de la propriété.

Caroline toucherait 10 000 \$ sur les 38 000 \$ en liquidités du couple. Elle prendrait possession d'une valeur de 61 800 \$ en biens immobiliers (moitié du chalet incluse) et de 24 540 \$ en meubles et équipements. Puisqu'elle acquerrait ainsi plus de



« Je suis en instance de divorce. Dans la séparation de nos biens, nous avons établi deux scénarios possibles, entre lesquels mon conjoint me demande de choisir. Quel est le scénario le plus profitable pour moi ? » — Caroline

LES SCÉNARIOS

PART DE CAROLINE	SCÉNARIO 1	SCÉNARIO 2
Liquidités	10 000\$	30 000\$
Placements	48 400\$	48 400\$
Véhicules	2 100\$	2 100\$
Résidences	61 800\$	15 100\$
Biens et équipements	24 540\$	4 540\$
Remboursement de Caroline à Martin	-13 855\$	—
Remboursement de Martin à Caroline	—	32 845\$
Subvention municipale	17 500\$	—
Total	150 485\$	132 985\$

RÉSULTATS

	oui	non
Maison		
Liquidités	13 600\$	62 800\$
Revenu net (pension incluse)	31 233\$	31 233\$
Revenu de placement	—	616\$
Coût de la vie (excluant résidence)	17 986\$	17 986\$
Coût de la résidence	4 821\$	7 828\$
Solde disponible (annuel)	8 426\$	6 035\$
Solde disponible (par mois)	702\$	502\$

PHOTO RÉMI LEMÉE, LA PRESSE ©

la moitié de la valeur du patrimoine, elle devrait remettre à Martin une somme de 13 900 \$ en argent pour rééquilibrer les comptes.

Caroline soutient qu'elle aurait droit dans ce contexte à une subvention municipale de 17 500 \$

pour l'achat de la maison du couple. Une fois tous les transferts complétés, elle conserverait environ 13 600 \$ en liquidités.

Ses dépenses courantes totaliseraient alors 1900 \$ par mois. « Il me reste un revenu mensuel de 702 \$ pour mes loisirs, mes va-

cances, mon habillement et mes REER », calcule-t-elle.

« Ce scénario lui permet d'obtenir une propriété libre d'hypothèque, observe Laurent Chartrand. D'autre part, l'augmentation de sa valeur dans le futur sera libre d'impôts. »

Écrivez-nous !

Vous aimeriez qu'un planificateur financier examine votre situation? Investissement, immobilier, retraite, héritage, impôt, crédit, budget... Quelle que soit la nature de vos questions, écrivez-nous! Les dossiers retenus seront analysés par un spécialiste, dans le cadre de la chronique « Sous la loupe ».

Voici notre adresse :
À vos affaires,
7, rue Saint-Jacques,
Montréal (Québec) H2Y 1K9
ou notre courriel :
avosaffaires@lapresseaffaires.com

Attaquons le second scénario. Cette fois, Martin conserve la maison et le mobilier. Caroline récupère une valeur de 4500 \$ en biens et équipements. Le couple a convenu que Caroline aurait droit à 30 000 \$ des liquidités pour lui permettre de se meubler à neuf.

Cette fois, c'est Martin qui doit verser de l'argent à Caroline pour équilibrer les comptes. Au total, Caroline encaisserait ainsi 63 000 \$. Mais elle doit se loger et se meubler.

« Demeurant dans un milieu fermé, où le choix des logements est très limité, j'ai considéré un loyer de 625 \$ par mois, chauffé et éclairé, soutient-elle. De plus, dans mon village, il est possible d'acquérir des maisons pour environ 50 000 \$. »

Ses dépenses mensuelles, estimée-t-elle, augmenteraient à 2150 \$ par mois.

Dans ce scénario, Laurent Chartrand prévoit que 40 000 \$ seraient investis à un taux de 2,5 %. En tenant compte d'un taux marginal d'imposition de 38,4 %, un supplément de 51 \$ s'ajouterait ainsi à ses revenus chaque mois. Il lui resterait donc environ 500 \$ par mois pour ses loisirs, vacances, vêtements, REER.

Calculs futiles...

Quel scénario est le plus favorable à long terme ? Laurent Chartrand juge stérile de se lancer dans les projections chiffrées. La plus-value de la propriété, les rendements des placements, les besoins financiers et la possibilité d'acheter une maison dans le second scénario sont autant de paramètres aléatoires « qui rendent futiles des calculs complexes », soutient-il.

Il penche tout de même en faveur du premier scénario. En prenant possession de la maison du couple, rappelle-t-il, Caroline a droit à une subvention de 17 500 \$ de sa municipalité, somme qui n'apparaît pas dans le partage des biens.

Son autre argument est d'ordre psychologique. « Je sais certainement que les gens en situation de divorce sont souvent tentés de se gêner et de dépenser leur patrimoine, avertit notre expert. Il vaut peut-être mieux avoir un actif qui n'incite pas à consommer. »

CONSOMMATION/LECTURE

À VOS AFFAIRES



STÉPHANIE GRAMMOND › LES BONS COMPTES FONT LES BONS AMIS

Vous êtes tombé dans un piège? Vous souhaitez dénoncer des pratiques commerciales douteuses? Faites-nous part de vos problèmes de consommation. Écrivez-nous en fournissant vos coordonnées.

Notre adresse :
À vos affaires, La Presse/Rédaction,
7, rue Saint-Jacques, Montréal (Québec),
H2Y 1K9.

Notre courriel :
avosaffaires@lapresseaffaires.com

COMPTE RENDU

LE SERVICE
L'installation de deux systèmes de chauffage au gaz naturel

LE HIC
Les travaux de 11 000\$ réalisés par des partenaires certifiés et inspectés par Gaz Métro ne sont pas conformes. Il faut tout déplacer.

«La petite flamme bleue me brûle plutôt qu'elle me réchauffe. J'ai l'impression d'être prise en otage par un monopole.»
— Danielle Létourneau

AU BOUT DU COMPTE
Gaz Métro ne garantit pas les travaux de ses partenaires certifiés, des entrepreneurs totalement indépendants. Malgré tout, Gaz Métro a accepté de refaire les travaux chez M^{me} Létourneau, mais exige une quittance. Danger, estime Option consommateurs.

Des étincelles avec Gaz Métro

Ses déboires avec Gaz Métro ont débuté il y a quatre ans. Danielle Létourneau vient d'acheter un duplex à Montréal. Elle décide de convertir le vieux système de chauffage au mazout de son logement pour un système au gaz. Coup de fil à Gaz Métro qui lui recommande un de ses « partenaires certifiés ».

Au beau milieu des travaux, un inspecteur de Gaz Métro déclare que la nouvelle chaudière est trop loin de la cheminée. Ou bien on rapproche la chaudière, ou bien on ajoute une gaine spéciale dans la cheminée. M^{me} Létourneau opte pour la deuxième solution. Avoir su...

Les travaux devaient durer une semaine. Mais ils s'étirent sur quatre mois. Comble de frustration, l'entrepreneur facture en double la fameuse gaine de 700 \$. « Je la lui avais déjà payée à l'achat. Il l'a remise sur la facture finale. Heureusement que j'ai vérifié. C'était compliqué, mais tout était détaillé », raconte-t-elle.

L'inspecteur de Gaz Métro revient et donne sa bénédiction. Danielle Létourneau fait faire l'entretien et le nettoyage de son système chaque année, selon le

plan de service de Gaz Métro Plus. Tout va bien.

Trois ans plus tard, elle doit remplacer le système de chauffage au gaz de son locataire. Gaz Métro lui recommande un autre partenaire certifié (le premier a perdu sa certification).

Une fois les travaux terminés, l'inspecteur de Gaz Métro émet une opinion atterrante : ni l'un ni l'autre des systèmes de chauffage

Le second entrepreneur aurait dû connaître les nouvelles règles. C'est lui qui est responsable, estime Gaz Métro. « Nous sommes un distributeur gazier. Notre réseau se termine au branchement. Le client est responsable de l'équipement à l'intérieur », dit la porte-parole Julie Garneau.

Bien sûr, Gaz Métro recommande et « certifie » l'entrepreneur. Mais cela ne signifie pas qu'elle

centaines de dollars qu'elle a dû laisser filer.

« Nous considérons que nous avons fait plus que notre part. Nous n'aurions peut-être pas dû payer. On s'est tiré dans le pied car on a l'air d'admettre notre culpabilité », rétorque la porte-parole de Gaz Métro.

Maintenant, la compagnie demande à M^{me} Létourneau de lui signer une quittance. Gaz Métro n'a fait que déplacer le système. Elle ne veut pas être poursuivie si une chaudière — achetée par M^{me} Létourneau — brise, donne comme exemple sa porte-parole.

« Le danger, c'est que la quittance est très large. Elle couvre des dommages futurs, connus ou non, directs ou indirects, existants ou non présentement », dit M^c Jannick Desforges, directrice par intérim d'Option consommateurs.

Si M^{me} Létourneau voulait poursuivre Gaz Métro éventuellement, il faudrait alors qu'elle fasse la preuve que l'entreprise est responsable des dommages. Il n'y a pas de raison de déterminer à l'avance que Gaz Métro ne l'est pas, estime M^{me} Desforges.

EN BREF

MARKETING OU HARCÈLEMENT? Prise 1: **Pierre Gareau** s'abonne à Bell Express Vu qui lui offre des chaînes gratuites pour trois mois... mais lui facture ensuite sans son consentement. M. Gareau refuse de payer. Bell lance une agence de recouvrement à ses trousseaux. Après six mois de lutte, Bell s'excuse. Prise 2: M. Gareau se réabonne pour 32 \$ par mois. Sa facture après deux mois? 224 \$! Refus de payer. Coupure de service. Agence de recouvrement qui appelle à toute heure du jour... C'est reparti!

POITRINES TROMPEUSES À l'épicerie, les amateurs de soldes restent parfois sur leur faim. La circulaire annonce les poitrines de **poulet désossées** à 5,70 \$ le kilo. «On entre dans le magasin. On saisit un paquet «en spécial» pour s'apercevoir chez soi qu'on s'est fait refiler une poitrine *parée* à 10 \$ le kilo», dénonce **Yvonne Dolbec**. Et où sont les tomates de champs annoncées à 0,99 \$ la livre? Reléguées dans un coin du magasin, alors que trônent dans l'étalage central les tomates de champs à 1,99 \$...

RABAIS ENRAGEANTS Les rabais **postaux** font souvent enrager les consommateurs. Les documents à remplir sont truffés de subtilités. Les délais pour recevoir le chèque sont trop longs. Les demandes se perdent à la poste. Voici une autre raison de s'en plaindre : «Les gouvernements perçoivent les taxes (TPS et TVQ) sur le prix avant rabais et refusent de rembourser cette somme. En clair, on paye 15 % de taxes sur un prix de vente fictif (avant rabais)», nous écrit **Pierre Ravary**.

L'âme de la pub



LENOIT BORDELEAU
DANS LES LIVRES
COLLABORATION SPÉCIALE

Pour vendre un produit, une idée ou un service, les agences de communications nous bombardent de publicités. Pourtant, d'après des études menées au Québec par des firmes spécialisées, à peine une publicité sur 10 réussit à nous faire considérer son offre.

Mais qu'est-ce qui fait que comme consommateurs nous adoptons cette publicité? Selon Luc Saint-Hilaire, spécialiste de la création de campagnes publicitaires et auteur de *Comment faire des images qui vendent*, son message aura franchi avec succès les quatre étapes pour nous rejoindre, c'est-à-dire être vu, apprécié, attribué

et compris.

Pour qu'une publicité atteigne son but, nous devons effectivement la voir. Le texte et l'image doivent nous accrocher en une fraction de seconde et éveiller notre intérêt. Ensuite, la publicité doit être claire. Trop d'information pourraient la rendre confuse et nous faire décrocher. Saint-Hilaire prend l'exemple des Pages jaunes. « Si parfois on voit difficilement ce qu'on cherche, écrit-il, (...) qu'en est-il lorsqu'il s'agit de voir ce qu'on ne cherche pas? »

Pour maintenir notre attention, la publicité doit aussi se faire apprécier. Tant dans la forme que dans le message, elle doit respecter nos valeurs personnelles et collectives. L'auteur donne l'exemple d'une pub des pâtisseries St-Hubert qui allait à l'encontre de ce principe. Tournant au ridicule la question religieuse, elle a été rejetée à la fois par les catholiques pratiquants et les athées respectueux des croyants.

Or, même si nous avons remar-

qué une publicité, il est étonnant de constater que 50 % d'entre nous sommes incapables de l'attribuer au bon annonceur. L'auteur souligne le cas d'une publicité de Wendy's qui, selon un sondage, avait été vue et appréciée. Pourtant, 63 % des répondants croyaient que l'annonceur était Burger King! Comment expliquer cette confusion? Il arrive souvent que notre attention soit détournée parce que la mise en situation l'emporte sur le message.

Finalement, il peut arriver que nous ne comprenions pas la signification d'une publicité.

D'abord parce que le niveau de langage est inadéquat ou que son vocabulaire est hermétique. Par exemple, lorsque la campagne de Pêches et Océans Canada a mis l'accent sur le VFI (vêtement de flottaison individuel), ce jargon n'a alors été compris que par les adeptes ou les spécialistes.

Le narcissisme serait aussi une cause fréquente de l'inefficacité

d'un bon nombre de messages qui demeurent incompris. Par exemple, en reléguant au second plan le volet communication, la dimension artistique d'un message peut lui faire perdre tout son sens.

À l'opposé, la dimension artistique et la créativité peuvent devenir des moyens efficaces et intelligents d'atteindre les objectifs de la pub.

En somme, pour que leur message nous parle, les publicitaires ont avantage à nous le transmettre de façon juste. Car si une image vaut mille mots, nous risquons de lui donner mille interprétations...

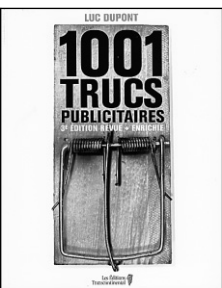
L'auteur est chroniqueur pour la librairie Coop HEC Montréal

APPRÉCIATION	
Exceptionnel	★★★★★
Excellent	★★★★
Bon	★★★
Passable	★★
À éviter	☹



★★★★
COMMENT FAIRE DES IMAGES QUI VENDENT
Luc Saint-Hilaire, 2^e édition (revue et augmentée), Éditions Transcontinental, 235 pages. Prix suggéré 34,95 \$

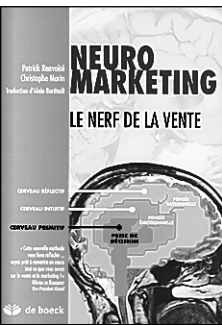
NOUVEAUTÉS
1001 TRUCS



Best-seller au Québec depuis 15 ans, le livre *1001 trucs publicitaires* est maintenant traduit en anglais, en espagnol et même en coréen. Sur la jaquette du livre, Claude Cossette, président-fondateur du Groupe Cossette, écrit : « ...c'est une livre que j'aurais aimé écrire ».

1001 TRUCS PUBLICITAIRES
3^e édition revue et enrichie. Les éditions Transcontinental, 2005, 353 pages, 37,95 \$

Le message qui FRAP



Pour faire dire «oui» au consommateur, le neuromarketing est la science de l'heure. Les auteurs, spécialistes de la vente et du marketing, ont collaboré avec des chercheurs neurologues pour concevoir FRAP, une méthode de vente explosive. Ils en révèlent tous les secrets dans *Neuromarketing, le nerf de la vente*.

NEUROMARKETING : le nerf de la vente
Patrick Renvoisé et Christophe Morin, De Boeck éditeur, 2005, 177 pages, prix suggéré 54,95 \$

Postes de travail réusinéés

Teknion • Steelcase • Artopex • Boulevard • Etc.

www.reseaub.com

Mêmes produits
Même qualité
Mêmes finis

Ex.: Teknion neuf
~~3208\$~~
Remis à neuf
*1040 \$
*Prix par poste, groupe de 4 postes

514 937-1117

3342827A

3351031

TÉLÉPHONES INTELLIGENTS

Quittez le bureau sans que le bureau ne vous quitte...

ALAIN MC KENNA
COLLABORATION SPÉCIALE

Les téléphones intelligents, ou *smartphones*, sont de plus en plus populaires auprès des cadres d'entreprises. Au Canada, on leur promet un très bel avenir, car selon les études, ce marché devrait croître de 80 %, cette année seulement (IDC). Pour le prix d'un seul, ces appareils sont capables d'effectuer la tâche d'au moins quatre gadgets distincts : un téléphone, un agenda électronique, une suite bureautique et même, un appareil photo ou un baladeur numérique. Avec de telles caractéristiques, il n'y a pas que les gens d'affaires que ça intéresse !



Audiovox 6600 (350\$)

Bell et Telus offrent le modèle 6600 d'Audiovox à ceux qui désirent carrément transporter leur ordinateur de bureau avec eux. Malheureusement, cet appareil est non seulement cher (Telus le fait au meilleur prix, 350 \$, avec un abonnement de trois ans), mais il est aussi exécrable dans toutes ses fonctions.

D'abord, le logiciel qui donne vie à l'appareil, Windows Mobile, est truffé de bogues et nécessite qu'on le redémarre régulièrement. Le simple fait d'essayer de connecter un accessoire mains libres sans fil via Bluetooth est un cauchemar ! Cela empire quand on désire télécharger un document Word ou synchroniser son agenda avec celui d'un ordinateur de bureau.

Puisqu'il s'agit d'un téléphone intelligent, on s'attend à ce que les fonctions téléphoniques soient pour leur part efficaces. Or, ce n'est même pas le cas. Les interlocuteurs entendent continuellement leur propre voix en écho, et ne comprennent rien de ce qu'on leur dit, car les phrases sont retransmises de façon trop hachurée pour qu'on en saisisse le sens.

Dommage que cet appareil soit si mal ficelé, car son boîtier est certes attrayant, avec un petit clavier qui disparaît sous l'écran lorsqu'il n'est pas utilisé. Morale de l'histoire : Microsoft a intérêt à s'éloigner du monde de la téléphonie. Bell et Telus ont tout avantage à insister sur des modèles concurrents, dans leur gamme.

www.audiovox.com

⊕ Le clavier ingénieusement dissimulé sous l'écran.

⊖ Tout le reste.



Sony P910i (650\$ et plus)

Fido est désormais une filiale à part entière de Rogers, mais cela n'empêche pas ce fournisseur de services cellulaires de posséder une gamme unique d'appareils téléphoniques. Le meilleur exemple est le P910i, de Sony Ericsson, qui utilise un système d'exploitation, appelé Symbian, à la fois fiable et polyvalent.

Le type de réseau qu'utilise Fido (GSM) étant similaire à d'autres en Europe et en Asie, le P910i est utilisable à peu près partout dans le monde, moyennant des frais d'itinérance exorbitants. D'ailleurs, à 650 \$ dans sa version la plus abordable, ce téléphone n'est pas une aubaine.

Heureusement, tout y est : la suite logicielle comprend une boîte de messagerie électronique, un fureteur Web, un carnet d'adresses et l'ensemble *Documents to go*, qui regroupe un traitement de texte, un tableur et un présentateur de diapos, tous trois compatibles avec Microsoft Office. Un lecteur de musique MP3 et un port pour les cartes mémoire MemoryStick, de Sony, en font un centre de divertissement que complète une lentille photo/vidéo d'une qualité surprenante.

Le clavier numérique qui se rabat sur l'écran couleur tactile du P910i dissimule un clavier alphanumérique complet, dont les touches sont malheureusement trop petites. Pour les tâches d'écriture, il faudra penser à acheter un clavier plus gros. Les nombreuses fonctions du P910i n'entravent en rien son utilité principale : donner ou recevoir des coups de fil. S'ajoute à cela la possibilité de recevoir ses courriels de façon instantanée grâce à *pus email*, une option que l'on croyait réservée au grand-père des *smartphones*, le BlackBerry.

www.fr.sonymstyle.ca

⊕ L'interface logicielle est fiable, polyvalente et complète.

⊖ Le P910i est un téléphone qui coûte très cher à l'achat, ainsi qu'à l'usage. Pour le multimédia, il faut acheter une carte MemoryStick, pour la suite bureautique, un clavier supplémentaire...



BlackBerry 7520 (600\$)

Research in Motion (RIM) est l'entreprise qui a véritablement créé le marché des téléphones intelligents, avec la gamme BlackBerry. Rogers et Bell offrent tous deux une version de la série 7700 (550 \$) à très grand écran (couleur), un modèle populaire, mais Telus préfère le 7520 (600 \$), un BlackBerry acoquiné avec le service de walkie-talkie Mike, une fonction qu'on apprend à aimer et dont on peut difficilement se passer, sur la route (en Amérique du Nord, en tout cas).

Les conversations téléphoniques sont quant à elles d'une sonorité remarquable, comparable à celle du P910i de Sony Ericsson, d'ailleurs. Seul le format large et aplati du boîtier de cet appareil le rend quelque peu inconfortable, mais un dispositif mains libres avec ou sans fil pourrait régler le problème.

Les gens d'affaires affectionnent tout particulièrement cet appareil. De fait, on n'y retrouve pas beaucoup de fonctions de divertissement : pas d'appareil photo, ni de musique. Le marché a pourtant rapidement évolué en ce sens.

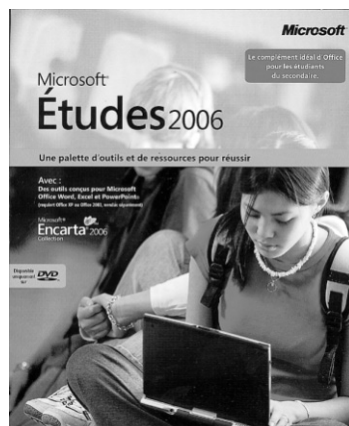
Cela n'empêche pas le BlackBerry d'être une solution d'affaires très complète, puisqu'on peut y visualiser des fichiers tirés des logiciels Word ou Excel, de Microsoft ou y naviguer sur la Toile. La réception instantanée des courriels, une particularité des BlackBerry que tentent d'imiter les rivaux de RIM, est probablement son trait le plus remarquable.

www.blackberry.com

⊕ Le 7520 avec le service Mike est un outil de communication très pratique, même si des modèles concurrents offrent des suites logicielles plus étoffées.

⊖ Le clavier est un peu étroit et mène généralement à des conversations textuelles laconiques.

GADGETS



Microsoft Études 2006 L'aide aux devoirs avec professeur Microsoft

FÉLIX LOCAS
COLLABORATION SPÉCIALE

Quoi de plus angoissant que de se retrouver devant un document Microsoft Word vide, la veille de la remise d'un devoir important ? On cherche un point de départ, des repères, une intervention divine, n'importe quoi ! Il y a maintenant une lueur d'espoir depuis que Microsoft a décidé de se lancer dans l'aide aux devoirs et aux études.

Le logiciel Microsoft Études 2006 est un complément aux programmes bien connus Internet Explorer et Microsoft Office (qui comprend notamment Word et Excel). En installant Études 2006, les élèves et étudiants de tous âges auront accès, dès l'ouverture d'un document Office, à de nombreux modèles et ressources qui leur permettront d'y voir plus clair.

Par exemple, si vous commencez une rédaction ou que vous devez résoudre un problème d'algèbre, Études 2006 vous suggérera, à partir de guides d'initiation et d'outils simplifiés, des marches à suivre pour bâtir votre texte ou les stratégies à adopter pour résoudre votre problème en science.

Études 2006 contient également l'encyclopédie Encarta 2006 de Microsoft. Ainsi, quand le moment sera venu de faire des recherches sur Internet, le logiciel proposera à l'étudiant des liens pertinents supplémentaires tirés de son encyclopédie. En plus, Études 2006 offre maintenant une calculatrice scientifique intégrée permettant de générer des graphiques clairs et de mettre de l'ordre dans tout ce charabia mathématique.

Dictionnaire, formules chimiques courantes, citations célèbres, étapes de rédaction, feuilles quadrillées, illustrations et vidéos, modèles de présentation... Microsoft se fait compagnon d'études.

Mais attention : Études 2006 est un logiciel complémentaire. Il faut donc posséder sa version de Microsoft Office pour pouvoir l'utiliser. Toutefois, Internet Explorer 6.0 et l'encyclopédie Encarta sont inclus sur les DVD d'installation. Le logiciel est offert en magasin depuis cet été au prix suggéré de **119,95\$**.

SONDAGE

Plus de mémoire, plus longtemps !

Un sondage, réalisé aux États-Unis et au Canada par la firme NPD, démontre que les consommateurs en demandent toujours davantage en matière de technologie. Ils sont également de plus en plus irrités par les limites des appareils offerts en ce qui a trait à la capacité de stockage et à la durée d'autonomie des batteries.

Les gens d'affaires en ont assez de voir leur ordinateur portable s'éteindre à mi-chemin entre New York et Londres (que dire des voyages en Asie !) : les amateurs de photographie n'ont que faire d'une carte mémoire de 32 MB (qu'on obtient habituellement en achetant un appareil photo numérique) qui conserve à peine une douzaine de clichés. Plutôt que des modèles ultrasophistiqués aux possibilités apparemment infinies, les consommateurs aimeraient pouvoir acheter des appareils économiques plus performants. Selon Ross Rubin, de NPD, le public est mieux informé aujourd'hui et il s'attend à ce que les progrès technologiques soient rapidement transposés dans les produits bas de gamme. «Un ordinateur portable ne disposait que de quelques gigabits de mémoire il n'y a pas si longtemps, rappelle-t-il. Aujourd'hui, on parle de 40 ou 80 GB sur des modèles de base.»

Capacité des mémoires électroniques

Les capacités de stockage des appareils électroniques ont explosé au cours des derniers mois, mais les appareils économiques vendus au public n'offrent pas les mêmes performances.

Unité de base : 1 gigabit (GB), ce qui représente 1000 mégabits ou un milliard de bits. Une mémoire d'un GB permet de conserver environ 26000 documents Word, 240 chansons, 1000 photographies, 25 minutes de vidéo.

CAPACITÉ DE QUELQUES APPAREILS COMMUNS

Appareil photo numérique	32 MB
Ipod Shuffle	(129\$) 512 MB
Carte mémoire SanDisk de rechange pour appareil photo (89\$)	512 MB
CD	700 MB
DVD	4,7 GB
Ipod	(519\$) 60 GB
Ordinateur PC portable	(1500\$) 80 GB

L'AUTONOMIE DES BATTERIES

Batteries AA pour appareil photo numérique

- AA standard 90 photos
- AA Lithium 650 photos

Batteries pour ordinateur portable

- Standard 4 heures
- Longue durée 8 heures

Lecteur de musique

- Creative Zen 11 heures
- iPod Shuffle 12 heures

FINANCES PERSONNELLES

À VOS AFFAIRES

Acheter des actions sans frais de courtage



MICHEL GIRARD
LE COURRIER

Je suis à la recherche d'informations concernant les compagnies qui offrent des programmes d'achat d'actions et de réinvestissement des dividendes. J'aimerais obtenir une liste des ces compagnies et j'aimerais aussi savoir s'il existe des entreprises qui offrent le service d'intermédiaire pour la création de tels programmes. Je sais que ce type d'entreprise existe aux États-Unis. Y en a-t-il au Canada ? J'aimerais mettre sur pied ce genre de programme avec une dizaine de compagnies et ce, pour diversifier un plan d'épargne systématique sur une période de plus de 15 ans.

Patrick L.

C'est une bonne stratégie que de bâtir à long terme un tel portefeuille avec des compagnies qui offrent un plan d'achat d'actions et de réinvestissement des dividendes. Selon un récent relevé de la revue *Investor's Digest*, il y a au moins 23 compagnies canadiennes qui offrent un tel plan à leurs actionnaires. Du côté des populaires fiducies de revenu, on en recense près d'une cinquantaine.

Si on laisse de côté le plan d'achat d'actions et qu'on s'en tient uniquement à un régime de réinvestissement de dividendes (ou de revenus dans le cas des fiducies), il faut ajouter 25 autres compagnies canadiennes et une cinquantaine de fiducies de revenu additionnelles.

Un rappel des principaux avantages reliés à une stratégie d'investissement par l'entremise du plan d'achat d'actions et de réinvestissement de dividendes :

- a) en acquérant des actions ou des parts directement de la trésorerie de la compagnie ou de la fiducie, on évite les frais de courtage ;
- b) un tel plan permet à l'investisseur d'investir à fréquence régulière dans des titres de son choix, profitant ainsi des fluctuations à la baisse du cours des actions et des parts ;
- c) les compagnies et les fiducies qui offrent un tel plan d'investissement à leurs actionnaires sont généralement solides au plan financier.

Comment accéder à un plan d'achat d'actions et de réinvestissement de dividendes ? La démar-

che habituelle se résume à ceci : vous achetez, par l'entremise d'un courtier, une action (ou part) des sociétés qui vous intéressent ; vous lui demandez d'émettre un certificat à votre nom pour chacun des titres acquis ; vous entrez directement en communications avec les entreprises (pitonnez son nom sur GOOGLE) ; sur le site Internet de l'entreprise, allez dans la section « Relations avec les investisseurs » ; et il y a fort à parier que vous trouverez les indications requises pour accéder au plan d'achat d'actions et de réinvestissement de dividendes ; ensuite, vous serez en communication avec les fiduciaires (ou agents de transfert) de chacune des sociétés ; et il ne vous restera qu'à envoyer vos chèques pour acquérir des actions ou des parts directement.

Notez que les entreprises offrent un plan d'achat et de réinvestissement sur une base trimestrielle (donc quatre fois l'an), alors que les fiducies en présentent habituellement un sur une base mensuelle.

Par ailleurs, j'ai eu beau fouiller, je n'ai pas trouvé à ce jour de firmes de courtage qui offrent à leurs clients un service d'investissement dans les plans d'achat d'actions et de réinvestissement de dividendes offerts par les entreprises. Si des lecteurs connaissent des firmes de courtage qui fournissent ce genre de service, je les invite à me le laisser savoir.

Par contre, plusieurs maisons de courtage offrent à leurs clients un service de réinvestissement des dividendes dans des actions ou parts additionnelles, mais pas par l'entremise du service de trésorerie des entreprises.

Exemple : la firme de courtage à escompte RBC Actions en Direct offre un programme de réinvestissement automatique de vos dividendes en procédant de la façon suivante : « Lorsque les dividendes sont réinvestis dans le cadre du programme, vous ne payez aucuns frais ni commission, explique-t-on sur le site Internet de RBC Actions en Direct. Les actions sont achetées sur le marché (avant la date de paiement) et comptabilisées dans votre compte à la date de paiement dans la mesure du possible. »

Vous noterez que le programme de RBC réinvestit les dividendes dans l'achat d'actions acquises sur le marché boursier et non dans l'achat d'actions émises directement par la trésorerie des entreprises. De plus, ce programme de RBC Actions en Direct ne vous donne pas la possibilité d'acheter des actions additionnelles directement du service de trésorerie des sociétés.

Voici une liste des sociétés canadiennes qui ont mis sur pied des plans d'achat d'actions et de réinvestissement de dividendes, avec, entre les parenthèses, le symbole boursier de la société :

- Aberdeen Asia Pacific (FAP)
- Agnico-Eagle Mines (AGE)
- Alcan (AL)
- Aliant (AIT)
- Banque de Montréal (BMO)
- Banque Nova Scotia (BNS)
- BCE (BCE)
- Canadian General Investment (CGI)
- Banque CIBC (CM)
- Dofasco (DFS)
- Emera (EMA)
- Enbridge (ENB)
- Fortis (FTS)
- Imperial Oil (IMO)
- Ipsco (IPS)
- MDS (MDS)
- Banque Nationale (NA)
- Pulse Data (PSD)
- Suncor Energy (SU)
- Telus Corp (T)
- Terasen (TER)
- TransAlta (TA)
- TransCanada Corp (TRP)

Du côté des fiducies de revenu qui présentent à leurs « actionnaires » un plan d'achat de parts et de réinvestissement des revenus, il y a :

- Acclaim Energy Trust (AE.UN)
- Activenergy Income Trust (AEU.UN)
- Altagas Income Trust (ALA.UN)
- ARC Energy Trust (AET.UN)
- Artic Glacier Income (AG.UN)
- Boyd Group Income (BYD.UN)
- Brascan SoundVest (BSI.UN)
- Brompton MVP (MVP.UN)
- Brompton Stable (BSR.UN)
- Brompton VIP (VIP.UN)
- Canadian Oil Sands (COS.UN)
- Canadian REIT (REF.UN)
- Compass Income Fund (CMZ.UN)
- Contrans Income Trust (CSS.UN)
- Crescent Point Energy (CPG.UN)
- Crown Hill (PBK.UN)
- DiversiTrust Income (DTF.UN)
- Dundee REIT (D.UN)
- Enbridge Income (ENF.UN)
- Enerplus Resources (ERF.UN)
- Envest (EIT.UN)
- Firm Capital Mortgage Invest (FC.UN)
- Fort Chicago Energy Trust (FCE.UN)
- H&R REIT (HR.UN)
- Harvest Energy (HTE.UN)
- Indexplus Income (IDX.UN)
- Indexplus 2 (IDT.UN)
- Inter Pipeline (IPL.UN)
- Matrix Income (MTZ.UN)
- Maxim Income (MXZ.UN)
- Middlefield High (MID.UN)
- NAL OIL & Gas (NAE.UN)
- Paramount Energy (PMT.UN)
- Pathfinder Income (PAZ.UN)
- Pembina Pipeline (PIF.UN)
- Pengrowth Energy (PGF.B)
- Petrofund Energy (PTF.UN)
- PrimeWest Energy (PWI.UN)
- Provident Energy (PVE.UN)
- Riocan REIT (REI.UN)
- Sequoia Oil & Gas (SQE.UN)
- Shiningbank Energy (SHN.UN)
- StarPoint Energy (SPN.UN)
- TKE Energy (TKE.UN)
- TransAlta Power (TPW.UN)
- Vector Energy (VE.UN)
- Vermilion Energy (VET.UN)
- Viking Energy (VKR.UN)
- YieldPlus Income Trust (YP.UN)

DES TITRES DANS LA MIRE

À quand l'émergence d'Emergis ?

Un de ces beaux matins, Emergis sortira de sa léthargie boursière.

En tout cas, on ne peut pas reprocher à sa haute direction de ne pas faire les efforts requis pour essayer de redonner un élan à la hausse... à leur entreprise. Emergis est une compagnie spécialisée dans le commerce électronique, plus spécifiquement dans le traitement des demandes de règlement et des systèmes de gestion dans le secteur de la santé, de l'habilitation de paiement et du traitement de prêt.

Parmi les principaux clients d'Emergis, il y a des compagnies d'assurance maladie, des agences gouvernementales, quelque 2400 pharmacies opérant au Canada et des grandes institutions financières implantées dans les grandes villes nord-américaines.

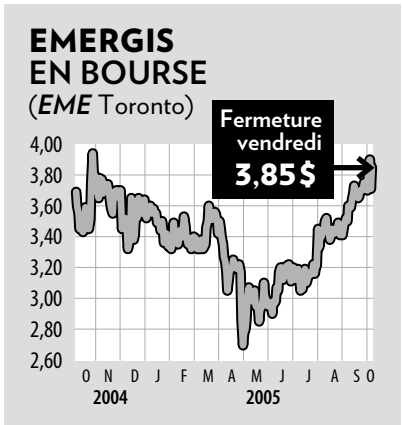
Le titre d'Emergis (EME) est en train de consolider sa position autour des 3,90 \$. Ce qui le rapproche de son haut des 52 dernières semaines, à 4,00 \$. Le bas des 12 derniers mois : 2,52 \$.

Lors de la dernière semaine de septembre, trois initiés importants ont acquis des actions additionnelles. En tête de liste, Jean Monty, l'ex-grand patron de BCE, qui occupe aujourd'hui le poste de président du conseil.

M. Monty vient d'acquérir un bloc additionnel de 500 000 actions. Il a payé ses nouvelles actions un prix moyen de 3,68 \$. Cet achat majeur de M. Monty porte sa position à quatre millions d'actions d'Emergis.

La deuxième personne-clé à acquérir des actions d'Emergis est nul autre que son président-directeur général, François Côté. Il vient d'acheter sur le marché un petit bloc de 10 000 actions, au prix de 3,71 \$ pièce.

Un autre initié qui doit savoir ce qu'il fait en achetant des actions d'Emergis : Robert Comeau. Ce dernier occupe le poste de chef de la direction de l'entreprise. Il



Source : Bloomberg

vient de mettre le grappin sur un bloc de 20 000 actions, au prix de 3,65 \$ l'action.

Des initiés peuvent avoir bien des raisons de réduire leurs positions dans l'actionnariat de leur entreprise. Mais quand ils achètent des actions sur le marché, il ne peut, dans 99 % des cas, y avoir qu'une seule raison : faire éventuellement un coup d'argent.

Récemment, Emergis effectué une offre publique de rachat qui lui a permis de radier quelque six millions d'actions de la cote de la Bourse de Toronto. Le prix de rachat accordé aux actionnaires a varié de 3,20 \$ à 3,70 \$.

À la suite de ce rachat, il reste environ 93 millions d'actions d'Emergis en circulation.

À l'époque de la folie Internet, Emergis avait touché un prix record de 189,00 \$. Aujourd'hui, à 3,90 \$ pièce, le titre ne se négocie plus qu'à hauteur de 2 % de son sommet historique. L'action d'Emergis n'est pas sous-évaluée pour autant, mais les perspectives s'annonceraient positives. Si les perspectives étaient moches, pourquoi les trois initiés auraient-ils pris le risque d'acquérir des actions additionnelles ? Rien ne les obligeait.

Michel Girard

AVERTISSEMENT : Cette chronique hebdomadaire présente une sélection de titres à surveiller. Il ne s'agit toutefois pas de recommandations de La Presse.

Soutien aux enfants: fréquence des versements modifiable en ligne

Les familles qui touchent des paiements de soutien aux enfants peuvent maintenant faire modifier la fréquence des versements par Internet, sans autre intermédiaire.

Les paiements de Soutien aux enfants sont normalement versés quatre fois par année, en janvier, avril, juin et octobre.

Les familles peuvent toutefois demander à la Régie des rentes du Québec, le gestionnaire du programme, que ces versements soient effectués chaque mois. Désormais, il sera possible de faire cette demande en ligne, sur le site www.rrq.gouv.qc.ca La même

procédure permettra de revenir aux versements trimestriels.

Pour que le changement de fréquence s'applique au prochain versement, la demande doit être présentée au moins deux semaines avant le début du trimestre.

Les bénéficiaires du Soutien aux enfants peuvent également utiliser les services en ligne pour faire verser les prestations de Soutien aux enfants directement dans leur compte.

Ils peuvent s'inscrire au dépôt direct à la section NetRégie du site Web de la RREQ, à www.rrq.gouv.qc.ca

LES 75 PLUS IMPORTANTS FONDS COMMUNS AU CANADA

Nous présentons le rendement hebdomadaire des fonds les plus détenus par les Canadiens. Semaine terminée le vendredi 7 octobre 2005. Consultez les données sur vos fonds communs de placement sur notre site Internet lapresseaffaires.com (section Vos finances).

	VALEUR	VARIATION SEM. NET	%	1 AN %	3 ANS %	5 ANS %
GESTION AGF						
AGF Canadian Large Cap Dividend Fund	36,94	-1,23	-3,22	27,15	16,34	6,66
AGF Fonds de titres canadiens	41,04	-1,26	-2,98	22,94	14,64	2,89
AGF Fonds valeur internationale	36,70	-0,16	-0,43	0,14	1,90	-0,16
FONDS AIC						
AIC Fonds Canada diversifié	39,38	-0,76	-1,89	13,17	7,25	1,57
PLACEMENTS AIM/TRIMARK						
Fonds canadien de croissance Sélect Trimark	12,51	-0,28	-2,15	16,21	12,13	7,95
Fonds de croissance du revenu Trimark — FS	10,97	-0,09	-0,77	12,66	10,45	10,83
Fonds de croissance Sélect Trimark	16,85	-0,05	-0,30	5,07	3,01	3,98
Fonds Destinée canadienne Trimark	11,65	-0,18	-1,49	15,41	14,23	10,47
Fonds équilibré Sélect Trimark	9,76	-0,13	-1,30	11,28	9,68	6,00
Fonds Trimark — FS	29,05	-0,05	-0,17	5,56	3,55	4,56
BARCLAYS GLOBAL INVESTORS						
iUnits S&P/TSX 60 Fonds de Indice	59,83	-2,35	-3,78	31,07	19,43	-0,96
BANQUE DE MONTREAL						
BMO Fonds d'actions	29,41	-1,15	-3,77	27,20	15,77	4,46
BMO Fonds d'obligations	13,58	0,03	0,20	8,28	5,98	5,98
BMO Fonds de dividendes	41,09	-1,36	-3,20	22,24	16,79	12,42
BMO Fonds de revenu mensuel	9,88	-0,18	-1,83	13,42	9,75	7,72
BRANDES						
Brandes Fonds d'actions globales	12,09	-0,11	-0,90	3,54	6,48	n.d.
PLACEMENTS CI						
CI Fonds d'obligations canadiennes	5,70	0,01	0,18	7,92	5,64	5,84
Fonds de placements canadiens CI	22,84	-0,95	-3,99	29,13	16,81	12,37
Fonds de croissance et de revenu Harbour CI	15,98	-0,38	-2,32	21,62	10,60	8,94
Fonds Harbour CI	17,51	-0,60	-3,31	28,66	13,74	10,40
Fonds Canadien Sélect Signature	18,58	-0,57	-2,98	27,20	15,57	11,15
Fonds de dividendes Signature	13,85	-0,24	-1,70	14,30	9,68	8,25
Fonds revenu élevé Signature	15,13	-0,39	-2,51	25,27	18,77	16,12
PLACEMENT CIBC						
CIBC Fonds à revenu mensuel	14,35	-0,29	-1,96	21,98	13,98	11,46

	VALEUR	VARIATION SEM. NET	%	1 AN %	3 ANS %	5 ANS %
FONDS DYNAMIQUE						
Dyn Focus+ Fonds diversifié de fiducies de revenu	17,26	-0,91	-5,01	34,01	24,67	n.d.
FONDS ELLIOTT & PAGE						
Elliott & Page Fonds à revenu mensuel élevé	15,34	-0,37	-2,36	22,66	17,13	17,66
PLACEMENTS FIDELITY						
Fidelity Fonds Etoile du Nord Série A	14,48	-0,28	-1,91	16,86	n.d.	n.d.
Fidelity Fonds Frontière Nord série A	23,81	-0,84	-3,40	30,19	16,29	5,04
Fidelity Fonds Répartition d'actifs can séries A	24,67	-0,62	-2,46	19,51	11,19	4,00
PLACEMENTS FRANKLIN TEMPLETON						
Bissett Fonds d'actions canadiennes Class A	72,53	-2,73	-3,63	24,02	13,30	n.d.
Bissett Fonds d'obligations série A	13,51	0,02	0,15	8,50	6,68	n.d.
Fonds de croissance Itée Templeton	10,36	-0,10	-0,96	7,70	4,77	0,21
Fonds international d'actions Templeton	15,31	-0,17	-1,10	12,99	5,51	-2,92
Fonds mondial de petites sociétés Templeton	18,50	-0,14	-0,75	5,85	13,08	9,10
Franklin Templeton Balanced Growth Portfolio	6,33	-0,11	-1,71	15,11	9,92	n.d.
GROUPE INVESTORS						
Fonds d'actions canadiennes Investors	17,55	-0,72	-3,95	28,55	15,18	6,11
Fonds d'obligations gouvernementales Investors	5,32	0,01	0,13	8,50	6,27	6,33
Fonds de biens immobiliers Investors	4,92	n.d.	n.d.	6,89	5,70	6,12
Fonds de dividendes Investors	21,58	-0,43	-1,94	16,98	11,82	8,42
Fonds grande cap valeur canadienne Investors	20,07	-0,63	-3,04	27,13	14,65	9,93
Fonds hypothécaire Investors	4,96	-0,02	-0,44	3,50	3,20	4,05
Fonds mutuel du Canada Itée Investors	16,63	-0,36	-2,11	16,99	9,73	2,75
Fonds Summa Investors	12,48	-0,40	-3,07	13,99	11,84	-2,69
Fonds valeur grande capitalisation É.U. Investors	54,66	-0,15	-0,28	1,89	0,45	1,24
Portefeuille de revenu plus Investors	7,59	-0,06	-0,82	10,66	7,62	5,84
LONDON LIFE						
Fonds d'actions canadiennes (GPLL) London Life	502,54	-22,78	-4,34	26,73	14,86	1,93
Fonds d'obligations London Life (GPLL)	266,06	0,66	0,25	8,19	6,11	6,19
Fonds diversifié (GPLL) London Life	218,47	-3,67	-1,65	12,16	7,69	1,51
MACKENZIE PLACEMENTS						
Fonds d'actions étrangères Mackenzie Ivy	24,59	0,15	0,61	-0,29	0,04	2,50
Mac Ivy Fonds canadien	29,00	-0,68	-2,31	13,70	6,93	4,88

	VALEUR ¹	VARIATION SEM. NET	%	1 AN %	3 ANS %	5 ANS %
Mac Ivy Fonds de croissance et de revenu						
	22,81	-0,42	-1,82	11,84	6,86	5,84
MCLEAN BUDDEN						
Fonds communs d'actions canadiennes de croissance MB	79,65	-2,99	-3,62	n.d.	n.d.	n.d.
Fonds communs d'actions canadiennes MB	12,13	-0,43	-3,40	n.d.	n.d.	n.d.
Fonds communs équilibré de croissance MB	13,21	-0,18	-1,33	n.d.	n.d.	n.d.
Fonds communs équilibre MB	11,50	-0,15	-1,30	n.d.	n.d.	n.d.
GESTION MD						
Fonds d'actions MD	22,91	-0,66	-2,80	25,94	17,36	7,57
Placements d'avenir MD Limitée	10,70	-0,14	-1,29	8,40	5,85	-1,00
PHILLIPS, HAGER & NORTH						
Fonds à revenu de dividendes Phillips, Hager & North	76,93	-1,87	-2,37	18,18	16,65	11,84
RBC FONDS						
Fonds d'actions canadien RBC	22,25	-0,79	-3,43	26,09	16,27	4,25
Fonds d'actions canadiennes O'Shaughnessy RBC	18,56	-0,72	-3,75	24,61	18,34	12,41
Fonds d'hypothèque RBC	10,85	0,00	0,04	3,29	3,39	4,29
Fonds d'obligations RBC	6,16	0,01	0,12	9,05	7,57	5,90
Fonds de dividendes RBC	39,86	-1,34	-3,25	22,53	16,72	12,15
Fonds de revenu mensuel RBC	13,28	-0,22	-1,61	18,32	14,49	11,92
Fonds équilibré RBC	12,37	-0,26	-2,07	17,03	10,71	2,72
Portefeuille équilibré Sélect RBC	20,93	-0,35	-1,67	12,87	9,33	2,63
FONDS SCOTIA						
Fonds Scotia de dividendes canadiens	33,43	-0,99	-2,89	25,61	16,88	11,13
Fonds Scotia de revenu canadien	13,46	0,02	0,17	8,81	6,84	7,10
GESTION DE PLACEMENTS TD INC.						
Fonds de revenu de dividendes TD Série Investisseurs	25,12	-0,68	-2,64	21,21	15,89	11,99
Fonds d'actions canadiennes TD Série Investisseurs	33,83	-1,22	-3,48	34,61	20,61	5,55
Fonds d'obligations à rendement réel TD Série I	15,82	0,00	0,00	9,63	11,58	9,57
Fonds d'obligations canadiennes TD — Série I	13,34	0,02	0,15	9,81	8,57	7,92
Fonds de revenu mensuel TD — Série Investisseurs	15,12	-0,39	-2,51	20,50	17,07	13,70
Fonds RER géré TD — croissance audacieuse — I	10,24	-0,20	-1,92	14,32	9,48	-0,35
PLACEMENTS CI						
Fonds de valeurs d'actions cdn United	39,98	-1,38	-3,34	n.d.	n.d.	n.d.

LA PRESSE

LA PERSONNALITÉ DE LA SEMAINE

ENCORE PLUS QUE DU TALENT, DE L'INTELLIGENCE, MÊME DU GÉNIE, L'EXCELLENCE NAÎT DE L'EFFORT

Alexis Lussier Desbiens

« Explorer pour découvrir, innover pour répondre à des besoins réels, exceller dans mes entreprises pour finalement les partager avec mon entourage. » C'est tout un programme, un objectif et peut-être même une mission qu'Alexis Lussier Desbiens s'est fixés pour la vie. À 23 ans, celui qui sera reçu ingénieur (génie mécanique) en décembre à l'Université de Sherbrooke vient de recevoir le titre de Personnalité Avenir par excellence, décerné par Forces Avenir de cette université.

ANNE RICHER

Ce qu'il entreprend aujourd'hui, comme toutes ses recherches, n'a qu'un but: comprendre ce qui ne fonctionne pas bien et y remédier. Il se sert notamment de la robotique, qui l'entraîne dans une multitude d'avenues plus passionnantes les unes que les autres.

À ce jeune scientifique curieux de tout, *La Presse* accorde son titre de Personnalité de la semaine.

PERIUS

L'université lui a donné des ailes. Là, il a trouvé sans difficulté des lieux de réalisation personnelle. Dès son arrivée, il a réuni 11 collègues étudiants et fondé PERIUS, le Projet étudiant de robotique et d'ingénierie de l'Université de Sherbrooke. Il voulait parfaire un robot marcheur qu'il avait conçu au secondaire et pour lequel il avait reçu le prix Sciences pour la paix. « Un robot marcheur capable de détecter et de marquer l'emplacement de mines antipersonnel. » Mais le robot devait aller plus loin, être peaufiné. Après quelques années de travail en collaboration avec son équipe, Alexis a mis au point un robot cinq fois plus rapide que les autres, et dont la forme est semblable à celle d'un insecte. La bête peut servir.

« Maintenant, tout ce que je souhaite, c'est que d'autres s'en inspirent et le perfectionnent. »

Quant à lui, si la Terre l'intéresse, l'espace l'attire. Il aimerait bien explorer la robotique spatiale. Il va entreprendre une maîtrise en Californie afin d'aller plus loin dans sa démarche. « Et j'aimerais bien un jour travailler à l'Agence spatiale canadienne. Le bras canadien est une merveille, mais il reste à développer le système de guidage des satellites. »

De qui tenir

Son père et sa mère sont tous deux ingénieurs forestiers. L'influence est grande. « Oui, admet-il. Tout cela vient de loin. Leurs encouragements et leur propre sensibilité

aux problèmes de la société m'ont conduit à toujours chercher un moyen de venir en aide à notre société de demain. Rassurez-vous, je ne cherche pas à sauver le monde ! » ajoute-t-il.

Il est né à Saint-Roch-des-Aulnaies le 14 août 1982 et a vécu plus tard à Plessisville avec sa famille — il a trois soeurs plus jeunes. Dès la petite enfance, à la maternelle, on voit naître chez lui le besoin d'apprendre. « Je trouvais qu'on jouait trop ! »

Il a été élevé en pleine nature. Elle est pour lui une source inépuisable d'inspiration, à la fois contemplative et active. Il a fait partie des scouts comme louveteau et éclaireur et, à l'adolescence, il a joint les rangs des cadets de l'air. « La nature nous apprend entre autres choses l'autonomie », dit-il, reprenant les valeurs de Baden-Powell, fondateur des scouts. Le sens des responsabilités aussi, sans doute, puisque jamais il n'a senti le besoin de se révolter à l'adolescence, en dépit, confie-t-il, d'un tempérament impatient. C'est dans l'action qu'il trouve le vrai bonheur. « J'ai besoin de rendre les choses concrètes et je cherche toujours le meilleur moyen d'y parvenir. » Associé au groupe des Ingénieurs sans frontières, il doit mettre en oeuvre sa recher-



PHOTO FORCES AVENIR

« J'ai besoin de rendre les choses concrètes et je cherche toujours le meilleur moyen d'y parvenir. »

che d'équilibre et de logique. « Souvent, la meilleure façon d'aider les gens est de leur fournir des outils de base. La démarche doit être intégrée pour que nos actions aient un impact à long terme. »

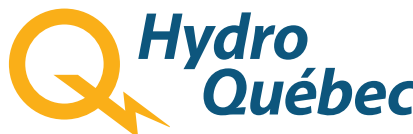
Leader, mais malgré tout timide, il craint parfois dans ses rapports avec autrui d'être maladroit, de mal se faire comprendre. Alors

qu'il faut rêver pour inventer: « Je rencontre parfois des êtres qui n'ont pas perdu leur capacité d'émervaillement. » Ce qui fait sa force et l'âme? « Être à la frontière des choses et faire des liens avec les projets. » Ce qui implique de travailler en équipe. « Seul, on ne peut rien. »

Le plus important, pour ce jeune homme

d'action qui risque de faire parler de lui dans un avenir pas si lointain, c'est de toujours entreprendre des choses qui le passionnent, de ne pas être sourd à ses voix intérieures, car il est tout sauf indifférent.

Sa grande quête est de répondre « toujours prêt » lorsqu'il s'agit de comprendre, d'entreprendre et de trouver.



Retrouvez La personnalité de la semaine

La Presse/Radio-Canada demain matin



René Homier-Roy
C'EST BIEN MEILLEUR LE MATIN
du lundi au vendredi
de 5h à 9h



Michel Viens
MATIN EXPRESS
du lundi au vendredi
de 6h à 10h

