

LA PRESSE



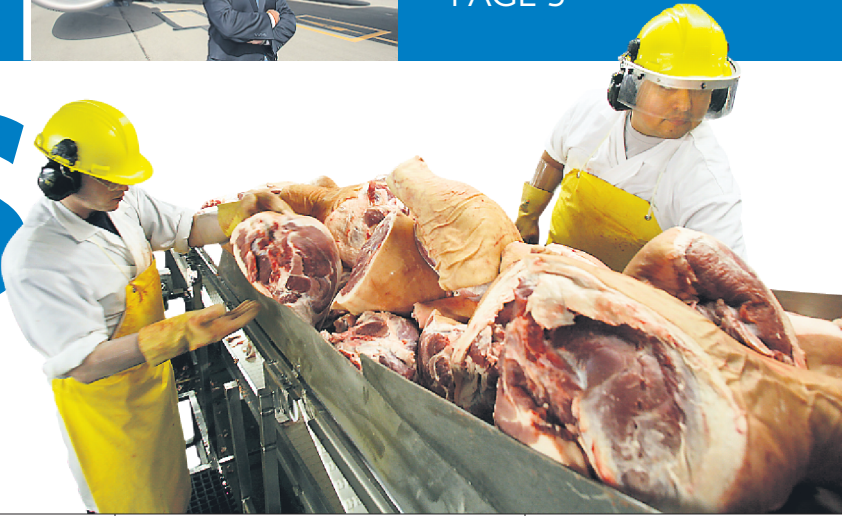
RUDY LE COURS
EMPLOI: QUAND PLUS
RIEN NE BALANCE
PAGE 6



BOMBARDIER
ALAIN BELLEMARE
GARDE LE CAP
PAGE 5

AFFAIRES

OLYMEL
340 EMPLOIS PERDUS
À SAINT-HYACINTHE
PAGE 4



↑ **S&P TSX**
14 648,77
+119,99 (+0.83%)

↑ **S&P 500**
2182,87
+18,62 (+0.86%)

↑ **DOW JONES**
18 543,53
+191,48 (+1.04%)

↓ **PÉTROLE**
41.80\$US
-0.13\$US (-0.31%)

↓ **DOLLAR**
75.96¢US
-0.83¢US

COMMERCE DE DÉTAIL

DE L'IMPORTANCE D'ÊTRE COOL



Les Y magasinent avec leur téléphone. Font du lèche-vitrine sur leur ordi. Ils ne veulent pas perdre leur temps à fouiner dans les allées des magasins. Et ils préfèrent les artères commerciales aux centres commerciaux. Résultat: ils changent le portrait du commerce de détail. Plus que jamais, les détaillants et les quartiers doivent se montrer cools.

UN DOSSIER DE MARIE-EVE FOURNIER EN PAGES 2 ET 3

PHOTO ROBERT SKINNER, LA PRESSE

DES MILLIERS D'ADOS PRENNENT DES ANTIDOULEURS.



JEUNESSE
SANS
DROGUE
CANADA.ORG

DES RÉPONSES POUR LES FAMILLES

LA PRESSE AFFAIRES

CEUX QUI
MÉTAMORPHOSENT
LA VENTE AU DÉTAIL

MARIE-EVE FOURNIER

Plus nombreux que les baby-boomers, les Y du Canada et des États-Unis sont en train de métamorphoser le commerce de détail. Ils délaissent les centres commerciaux traditionnels et les mégacentres au profit des artères qu'ils trouvent cools. Une nouvelle réalité qui « transforme profondément » certains quartiers, affirme le courtier et consultant en immobilier Cushman & Wakefield.

Pour les économistes et les analystes de l'immobilier habitués de travailler avec des chiffres, répondre à la question « qu'est-ce qui est cool? » semble presque frivole, admet d'emblée Cushman & Wakefield. Car le concept est pour le moins subjectif.

Or, pour les acteurs de la vente au détail, ce qui comprend les propriétaires immobiliers, « les enjeux ne pourraient être plus cruciaux », écrivent les auteurs de l'étude rendue publique en juin. « Si vous ignorez l'importance de la "coolitude", c'est à vos risques et périls. »

Pourquoi? Parce que les rues cools sont prises d'assaut par les jeunes de la génération Y. De sorte qu'elles deviennent des « incubateurs » qui détermineront « quels seront les concepts de commerce de détail les plus hot de demain ».

En plus d'analyser les habitudes de consommation de la génération Y (ou les milléniaux), Cushman & Wakefield a dressé la liste des 100 rues ou quartiers les plus en vogue des États-Unis et du Canada. Deux artères canadiennes figurent au top 15, et trois artères montréalaises dans le top 100.

Nombreux et urbains

Si l'impact des milléniaux est si grand, cela tient à trois raisons.

D'abord, leur nombre. Au Canada, il y a 10 millions d'Y. Aux États-Unis, ils sont 85 millions, calcule l'expert en immobilier. Surprise, ils sont plus nombreux que les baby-boomers des deux côtés de la frontière.

« À lui seul, ce facteur changera davantage le portrait de la vente au détail au cours des prochaines années que toute autre tendance », écrit Cushman & Wakefield.

Les milléniaux sont également très urbains, plus que toute autre génération dans l'histoire. D'où leur intérêt accru pour les rues commerciales accessibles à pied et à vélo. Dans un sondage mené aux États-Unis en 2015 par l'Urban Land Institute, 46% des milléniaux ont dit préférer vivre en ville. C'est 10 points de pourcentage de plus que les X, 16 de plus que les baby-boomers.

Troisième caractéristique non négligeable: les Y sont arrivés à l'âge où leur pouvoir d'achat est substantiel, les plus vieux étant dans la mi-trentaine. Ils ont un bon boulot, commencent à posséder des maisons et à mettre au monde des enfants.

Les expériences avant les biens

Les difficultés que connaît le secteur du commerce de détail ont pourtant abondamment fait les manchettes ces derniers mois. Alors qui profite de l'argent de cette génération?

Les restaurants, entre autres. Règle générale, les milléniaux préfèrent vivre des expériences plutôt que d'accumuler des biens. Plus de 12% du budget des Américains dépensé dans les commerces de détail aboutit dans les restos. Cela se compare à 9,7% en moyenne, entre 1992 et 2010. Un phénomène que



Plus de 12% du budget des Américains dépensé dans les commerces de détail aboutit dans les restos. Cela se compare à 9,7% en moyenne, entre 1992 et 2010. Un phénomène que Cushman & Wakefield attribue directement aux valeurs de la génération Y.

Cushman & Wakefield attribue directement aux valeurs de la génération Y.

D'ailleurs, « dans environ la moitié des 100 rues les plus cools, il y a deux fois plus de restaurants que de commerces

au détail », souligne l'étude du courtier immobilier. Les boutiques qui savent communiquer avec leurs clients et être « intéressantes » gagnent aussi le cœur et le portefeuille des jeunes.

Mauvaise époque pour le milieu

Cushman & Wakefield rappelle que les détaillants de vêtements de milieu de gamme dans les centres commerciaux sont ceux qui peinent le plus. On observe en effet

QUELS SONT LES QUARTIERS
LES PLUS COOLS DE MONTRÉAL?

Parmi les 100 quartiers les plus cools des États-Unis et du Canada, 3 se trouvent à Montréal, selon Cushman & Wakefield



Le Plateau Mont-Royal

- › Loyer au pied carré: **20 à 50\$**
- › Population dans un rayon de 3,2 km: **316 570**
- › Revenu des ménages: **68 270\$**
- › Études postsecondaires (avec ou sans diplôme): **80,1%**
- › Proportion des 20-30 ans (dans un rayon de 3,2 km): **33,1%**

C'est le plus cool des quartiers montréalais. Et il est actuellement au sommet de la coolitude. Il obtient la note parfaite de 4/4 à tous points de vue: accès aux bons restaurants, à la musique, aux arts, à la vie nocturne (nightlife) et aux boutiques d'occasion.



Le Mile End

- › Loyer au pied carré: **16 à 34\$**
- › Population dans un rayon de 3,2 km: **317 200**
- › Revenu des ménages: **67 464\$**
- › Études postsecondaires (avec ou sans diplôme): **80,2%**
- › Proportion des 20-30 ans: **33,4%**

C'est le quartier qui monte, le prochain Plateau, en somme. Le Mile End n'obtient qu'une note parfaite, celle relative à la présence artistique. Mais sur tous les autres plans (musique, vie nocturne, restaurants et boutiques d'occasion), la respectable note de 3 sur 4 lui a été décernée.



La Petite Italie

- › Loyer au pied carré: **15 à 38\$**
- › Population dans un rayon de 3,2 km: **309 121**
- › Revenu des ménages: **69 374\$**
- › Études postsecondaires (avec ou sans diplôme): **76,8%**
- › Proportion des 20-30 ans: **30,1%**

Le quartier est encore cool, mais il a amorcé son déclin. C'est-à-dire qu'il est en train de devenir trop « grand public » pour attirer les jeunes Y. On s'en doute, la Petite Italie se démarque par ses restaurants, avec la note de 4 sur 4 à ce chapitre. Par contre, le quartier obtient seulement 2 ou moins sur 4 en ce qui concerne l'accès à la musique, aux arts, à la vie nocturne et aux boutiques d'occasion.



CENTRES COMMERCIAUX

Les Y préfèrent les A

MARIE-EVE FOURNIER

À l'ère des achats en ligne, les détaillants et les centres commerciaux se creusent les méninges comme jamais pour ramener les clients. Ou, du moins, pour cesser d'en perdre. Pour les commerçants traditionnels, les Y sont particulièrement difficiles à séduire, voire à suivre.

« La fille qui rentre dans l'un de nos magasins sait exactement ce qu'elle veut acheter. Elle l'a vu sur son téléphone! » C'est ainsi que la présidente de la chaîne Le Château, Emilia Di Raddo, décrit sa consommatrice d'aujourd'hui. Une jeune femme qui ne veut pas perdre de temps dans une boutique à regarder chaque vêtement l'un après l'autre, mais qui se plaît à faire exactement la même chose... sur le web!

Parfois, l'inverse se produit. La cliente vient en magasin, mais retourne chez elle, réfléchit un peu et se décide à acheter sur le web.

Même si les ventes en ligne demeurent assez faibles, moins de 10 % des ventes totales au Canada, elles connaissent une croissance ultrarapide. Le Château, par exemple, a vu ses ventes bondir de 54 % à son dernier trimestre clos le 30 avril. Au cours de la même période, celles de Reitmans ont progressé de 53 %.

Productivité déplacée

L'étude de Cushman & Wakefield rappelle les conséquences de cette nouvelle réalité. « Plusieurs chaînes de magasins subissent une pression énorme de Wall Street pour fermer les magasins sous-performants et déterminer rapidement le nombre optimal d'adresses à exploiter dans le contexte du commerce électronique.

« Leur mandat [aux détaillants] est de réduire leur portfolio en ne conservant que les points de vente dans les centres commerciaux de catégorie A, ou les adresses prestigieuses générant les plus fortes ventes. Or, les propriétaires de centres commerciaux de catégorie A le savent et beaucoup en profitent pour augmenter radicalement les loyers », poursuit l'expert du secteur immobilier.

C'est exactement ce que Le Château, entre autres, est en train de faire. Une quarantaine de points de vente seront fermés au cours des trois prochaines années. L'entreprise estime qu'elle a besoin de 150 magasins au Canada. Elle en exploite aujourd'hui 211.

« Quel est l'avenir des centres commerciaux de catégorie C? La productivité se déplace dans les mails de catégorie A et sur l'internet », affirmait d'ailleurs la présidente Emilia Di Raddo, en marge de l'assemblée annuelle des actionnaires tenue au début du mois de juillet.

Pas encore au Québec

Cushman & Wakefield souligne que dans ce contexte, les détaillants grand public vont s'intéresser de plus en plus aux artères commerciales fréquentées par les Y. « Cela est particulièrement vrai pour les boutiques de vêtements. »

PDG du Conseil québécois du commerce de détail, Léopold Turgeon n'observe pas de grand mouvement vers les artères montréalaises. Mais ses membres constatent effectivement que les Y ont des valeurs et des comportements qui diffèrent de ceux des générations précédentes. « Aux États-Unis, c'est plus rapide. Ici, c'est encore lent, mais on observe des changements. On voit que les Y aiment l'économie locale et de partage. On le voit bien avec Uber et Airbnb. »

Chose certaine, les Y intéressent et intriguent les détaillants. « Quand on fait une conférence sur les Y, il y a du monde dans la salle! C'est une préoccupation. Ils se demandent comment les joindre sur le web », raconte Léopold Turgeon.

EN CHIFFRES

Parmi les 100 quartiers les plus cools étudiés par Cushman & Wakefield, les loyers moyens équivalent à 55 % des loyers exigés dans les centres commerciaux fermés (mails) de catégorie A et les artères commerciales de prestige.

L'A B C DES CENTRES COMMERCIAUX

Les centres commerciaux ne sont pas tous égaux. Aux États-Unis, on leur donne généralement des notes allant de A++ à D, en fonction de leurs ventes au pied carré. Au Canada, une telle classification n'existe pas, selon l'importante entreprise de services immobiliers commerciaux Colliers. Les dirigeants du Château utilisent néanmoins un système de lettres en séparant les centres commerciaux en tiers, en fonction de leurs ventes au pied carré. Le tiers plus performant obtient la lettre A, et ainsi de suite. Par exemple, le Carrefour Laval est un mail de catégorie A, Place Rosemère est un B et Place Saint-Eustache, un C.



PHOTOS ROBERT SKINNER, LA PRESSE

une forte croissance dans les créneaux du luxe et de la vente à prix réduit (Winners, H&M, Forever 21). C'est dans « le milieu » que ça se corse, d'où les problèmes auxquels se sont butés les Mexx, Esprit, Jacob,

Laura et Parasuco de ce monde. Certains détaillants « dans le milieu » réussissent tout de même à séduire les Y.

Mais « cela ne se produit pas dans les centres commerciaux, ni dans les mégacentres, ni dans

les rues haut de gamme comme la 5^e Avenue à New York ou Rodeo Drive à Beverly Hills, ni dans les rues les plus fréquentées ». Les Y dépensent dans les quartiers cools, soutient la firme d'experts en immobilier.

DEUX QUARTIERS CANADIENS DANS LE TOP 15 NORD-AMÉRICAIN

West Queen West, à Toronto

- ▶ Dans un rayon de 3,2 km, pas moins de 76 % de la population est issue de la génération Y. Il s'agit du plus haut taux du top 15.
- ▶ Le revenu moyen par ménage dépasse 92 000 \$.
- ▶ Les loyers commerciaux oscillent entre 30 et 60 \$ le pied carré.
- ▶ En 2014, le magazine *Vogue* a placé West Queen West dans sa liste des 15 artères les plus cools de la planète.

Mount Pleasant, à Vancouver

- ▶ Dans un rayon de 3,2 km, 31,3 % de la population est issue de la génération Y.
- ▶ Le revenu moyen par ménage atteint presque 86 000 \$.
- ▶ Les loyers commerciaux oscillent entre 20 et 43 \$ le pied carré.
- ▶ « Mount Pleasant est maintenant desservi par le Sky Train au lieu du tramway et sa transition de quartier ouvrier à quartier des arts est commencée depuis environ 20 ans. Cette transition est sur les stéroïdes depuis les cinq dernières années », écrit Cushman & Wakefield.

— Marie-Eve Fournier

QUI SONT LES Y?

- ▶ Ils sont nés entre 1980 et 2000 (les dates varient d'une source à l'autre).
- ▶ Ils affichent une préférence pour les commerces locaux et favorisent les produits durables.
- ▶ Ils ont grandi avec les nouvelles technologies et les utilisent abondamment pour consommer.
- ▶ Ils préfèrent vivre des expériences, plutôt que d'accumuler des biens.
- ▶ Avant de se rendre dans un commerce, ils savent déjà ce qu'ils veulent acheter. En conséquence, le taux de conversion est élevé.
- ▶ Parmi les 25-34 ans, seuls 42 % disent aimer magasiner, contre 64 % des baby-boomers.

Source: Léger Marketing (présentation à DTLQC)



Profitez de l'été en Classe C.

Pour une durée limitée, profitez d'un taux de financement de 0,9 % pour 60 mois sur TOUS les modèles de Classe C 2012, 2013 et 2014.*

Offre de durée limitée incluant :

Financement à
0,9 %* pendant 60 mois
sur certains modèles
2012 à 2014

Mercedes-Benz

Achetez un véhicule d'occasion certifié et bénéficiez de ce qui suit :

- Réconfort : inspection de certification en 150 points
- Garantie : garantie Certifiée Étoile de série allant jusqu'à 6 ans ou 120 000 km
- Confiance : historique complet du véhicule
- Sécurité : assistance routière spéciale 24 h sur 24
- Tranquillité d'esprit : privilège d'échange de 5 jours/500 km



LA PRESSE AFFAIRES

Olymel supprime 340 emplois à Saint-Hyacinthe

ANDRÉ DUBUC

Filiale de La Coop fédérée, Olymel a annoncé hier matin la suppression de 340 emplois à son usine de désossage de fesses de porc de Saint-Hyacinthe. Les pertes d'emplois s'échelonnent d'ici la fin septembre 2017.

Il est prévu que le désossage se fasse plutôt directement dans des abattoirs de Saint-Esprit, Yamachiche et Vallée-Jonction qui deviendront des usines intégrées (abattage-découpe-désossage).

« Cette solution s'est imposée après une analyse approfondie des coûts de transformation et de la nécessité de rendre l'ensemble de nos opérations plus efficaces », dit dans un communiqué Réjean Nadeau, PDG d'Olymel, leader canadien dans le secteur des viandes de porc et de volaille qui commercialise ses produits sous les marques Olymel, Lafleur et Flamingo.

Olymel emploie 8000 personnes au Québec, 11 000 au Canada. Son chiffre d'affaires est d'environ 3 milliards et la

société exporte ses produits aux États-Unis, au Japon, en Australie et dans plus de 65 autres pays.

Étonnement

La nouvelle a pris par surprise les employés syndiqués des Travailleurs unis de l'alimentation et du commerce dont le contrat de travail arrive à échéance à l'automne 2016.

« Cet automne, il était prévu d'avoir des négociations, dit, au téléphone, Mario Maisonneuve, président de la section locale 1991-P des

Travailleurs unis de l'alimentation et du commerce (TUAC). Olymel a décidé d'annoncer la fermeture de l'usine avant de négocier la nouvelle convention collective. »

L'établissement de Saint-Hyacinthe reste néanmoins ouvert, car il continuera à produire du saindoux avec le maintien de 70 emplois. « Olymel examine présentement diverses options pour trouver une nouvelle vocation à cette usine, lui permettant de répondre à d'autres besoins de l'entreprise », a fait savoir l'entreprise.

Les employés licenciés pourront être mutés dans les usines d'Olymel situées dans un rayon de 70 km de Saint-Hyacinthe en fonction des besoins. Les travailleurs qui trouveront un emploi dans les établissements de Drummondville, Sainte-Rosalie, Saint-Damase, Saint-Jean-Baptiste, Saint-Bruno, Boucherville et Saint-Valérien verront leur ancienneté reconnue pour ce qui est du salaire et des avantages sociaux, a précisé Olymel.

AVIS LÉGAUX - APPELS D'OFFRES - SOUMISSIONS - ENCANS

DIVIDENDES



Avis est donné par les présentes que le dividende suivant été déclaré :

ÉMETTEUR	ÉMISSION	CLÔT. DES REG.	PAIEMENT	TAUX
Groupe SNC-Lavalin inc.	Ordinaires	18 août, 2016	1 septembre, 2016	0,26 \$

Avis public

Régie de l'énergie

DEMANDE RELATIVE À LA MODIFICATION DES TARIFS ET CONDITIONS DES SERVICES DE TRANSPORT D'HYDRO-QUÉBEC À COMPTER DU 1^{ER} JANVIER 2017

La Régie de l'énergie (la Régie) tiendra une audience publique pour étudier la demande de modification des tarifs et conditions des services de transport d'Hydro-Québec dans ses activités de transport (le Transporteur) dans le dossier R-3981-2016. La demande du Transporteur ainsi que les documents afférents sont disponibles sur le site internet de la Régie à <http://www.regie-energie.qc.ca>.

LA DEMANDE

Le Transporteur demande à la Régie de modifier les tarifs et conditions des services de transport à compter du 1^{er} janvier 2017 et d'approuver des revenus requis de l'ordre de 3 305,8 millions de dollars pour l'année témoin projetée se terminant le 31 décembre 2017, soit une augmentation de 193,2 millions de dollars par rapport aux revenus requis autorisés par la Régie pour l'année tarifaire 2016. Cette augmentation se traduit par une hausse de 7,2 % pour les tarifs annuels de transport.

LES DEMANDES D'INTERVENTION

Conformément à la décision D-2016-123, toute personne intéressée désirant participer à l'audience publique doit être reconnue comme intervenant. Toute demande d'intervention doit être transmise à la Régie et au Transporteur au plus tard le 17 août 2016 à 12 h, et doit contenir toutes les informations mentionnées dans cette décision procédurale et celles exigées au Règlement sur la procédure de la Régie de l'énergie dont le texte est accessible sur le site internet de la Régie.

Pour toute information, il est possible de communiquer avec la Régie par téléphone, par télécopieur ou par courriel.

Le Secrétaire
Régie de l'énergie
800, rue du Square-Victoria, bureau 2.55
Montréal (Québec) H4Z 1A2
Téléphone : 514 873-2452 ou sans frais 1 888 873-2452
Télécopieur : 514 873-2070
Courriel : greffe@regie-energie.qc.ca

Québec

AVIS DE LA TENUE D'UNE AUDITION D'AUTORISATION ET D'APPROBATION DU RÈGLEMENT DANS L'AFFAIRE DES RECOURS COLLECTIFS RELATIFS AU RAPPEL DE 2010 VISANT FISHER-PRICE

Si vous ou votre enfant avez acheté ou reçu en cadeau un tricycle, une chaise haute ou un jouet pour bébé neuf de Fisher-Price en 2010 ou avant, vos droits pourraient être touchés par le règlement intervenu dans le cadre de ce litige.

Un règlement est intervenu dans le cadre d'actions en recours collectif intentées contre les défenderesses Mattel, Inc., Mattel Canada Inc. et Fisher-Price Inc., en Ontario (dossier du tribunal no CV-12-470990-0001, à Toronto) et au Québec (dossier du tribunal no 500-06-000526-109, à Montréal). Il est allégué dans les poursuites que les défenderesses ont fait preuve de négligence dans la conception, la fabrication, la mise en marché et la vente de certains tricycles pour enfant, chaises hautes et rampes Little People®, ainsi que certains jouets pour bébé avec un ballon gonflable, qui ont fait l'objet de rappels annoncés les 29 et 30 septembre 2010 (« produits visés par les rappels »). Le « groupe visé par le règlement » comprend toutes les personnes au Canada qui ont acheté ou acquis un produit visé par un rappel (y compris un produit visé par un rappel reçu en cadeau). Le règlement prévoit le paiement « d'indemnités de règlement » aux membres du « groupe visé par le règlement » qui ont participé à l'un des rappels de septembre 2010 en demandant et en recevant un « nécessaire de modification ». Le règlement prévoit des indemnités de règlement totales pouvant atteindre 200 000 \$ à verser au groupe visé par le règlement. Le règlement prévoit en outre le paiement des frais et débours engagés par les conseillers juridiques du groupe d'un montant de 75 000 \$, plus taxes.

Le règlement constitue une transaction à l'égard des réclamations en litige. Les défenderesses n'admettent aucune responsabilité.

Les modalités du règlement, y compris une liste détaillée des noms des produits et des numéros des produits visés par le rappel et des précisions sur les indemnités de règlement offertes aux membres du groupe visé par le règlement, figurent dans l'entente de règlement intervenue entre les défenderesses et les demandeurs dans le cadre des actions en recours collectif, laquelle peut être consultée en ligne sur le site www.clg.org ou obtenue auprès des conseillers juridiques du groupe. Cet avis ne présente qu'un sommaire du règlement, et les membres du groupe visé par le règlement sont invités à examiner le texte intégral de l'entente de règlement et les autres renseignements disponibles sur le site www.clg.org.

Le règlement proposé est assujéti à l'approbation des tribunaux. Des requêtes sollicitant l'approbation du règlement seront entendues par la Cour supérieure de justice de l'Ontario, dans la ville de Toronto, le 16 septembre 2016 à 14h00, et par la Cour supérieure du Québec, dans la ville de Montréal, le 12 octobre 2016 à 9h30, en salle 2.08. À ces audiences, les tribunaux de l'Ontario et du Québec décideront si l'action collective sera autorisée aux fins de règlement seulement et détermineront si l'entente de règlement est équitable, raisonnable et au mieux des intérêts des membres du groupe visé par le règlement.

Les membres du groupe visé par le règlement qui ne s'opposent pas au règlement proposé n'ont pas besoin d'assister aux audiences d'approbation du règlement ni de prendre d'autres mesures à ce moment pour indiquer leur désir de participer au règlement*.

Les membres du groupe visé par le règlement ont le droit de comparaître et de présenter des arguments aux audiences d'approbation du règlement. Si vous désirez faire des commentaires ou vous opposer au règlement, vous devez présenter des arguments écrits aux conseillers juridiques du groupe à l'adresse indiquée ci-dessous avant le 6 septembre 2016. Les conseillers juridiques du groupe transmettront tous ces arguments au tribunal compétent, qui examinera tous ces arguments écrits déposés. Si vous ne déposez pas d'arguments écrits dans le délai applicable, il se peut que vous n'ayez pas le droit de participer aux audiences d'approbation du règlement en présentant des arguments verbaux ou autres.

Le cabinet d'avocats Consumer Law Group Inc./Consumer Law Group Professional Corporation (« conseillers juridiques du groupe ») représente les demandeurs et les membres du groupe visé par le règlement. Vous pouvez rejoindre les conseillers juridiques du groupe sans frais au 1-888-909-7863, à Toronto au (416) 479-4493, à Montréal au (514) 266-7863, à Ottawa au (613) 627-4894, en ligne sur le site www.clg.org, par courriel à l'adresse jorenstein@clg.org ou par la poste régulière au 1030, rue Berri, bureau 102, Montréal (Québec) H2L 4C3, à l'attention de Jeff Orenstein.

Si vous avez des questions qui sont demeurées sans réponse après consultation du site www.clg.org, veuillez communiquer avec les conseillers juridiques du groupe.

Les demandes de renseignements ne doivent pas être adressées aux tribunaux.

To obtain a copy of this notice or any other information on the settlement in English, please go to www.clg.org

* NOTE : Vous avez toujours droit à participer au programme de rappel de Fisher-Price en visitant <http://service.mattel.com/us/recall.asp> et en demandant un nécessaire de modification.

CET AVIS A ÉTÉ AUTORISÉ PAR LA COUR SUPÉRIEURE DE JUSTICE

AVIS DE DIVIDENDE

AVIS est par les présentes donné qu'un dividende trimestriel de 0,3200 \$ par action ordinaire a été déclaré par l'Industrielle Alliance, Assurance et services financiers inc. (ci-après « IA Groupe financier »). Ce dividende sera payable au comptant le 15 septembre 2016 à tous les actionnaires ordinaires inscrits le 19 août 2016.

AVIS est par les présentes donné qu'un dividende trimestriel de 0,2875 \$ par action privilégiée à dividende non cumulatif de catégorie A – série B a été déclaré par IA Groupe financier. Ce dividende sera payable au comptant le 30 septembre 2016 à tous les actionnaires privilégiés inscrits le 31 août 2016.

AVIS est par les présentes donné qu'un dividende trimestriel de 0,26875 \$ par action privilégiée à dividende non cumulatif de catégorie A – série G a été déclaré par IA Groupe financier. Ce dividende sera payable au comptant le 30 septembre 2016 à tous les actionnaires privilégiés inscrits le 31 août 2016.

Québec (Québec), le 4 août 2016

À LA DEMANDE DU CONSEIL
Jennifer Dibblee
Secrétaire



IA Groupe financier est une marque de commerce et un autre nom sous lequel l'Industrielle Alliance, Assurance et services financiers inc. exerce ses activités.

ia.ca

AVIS DE DIVIDENDES

Avis est donné par la présente que des dividendes trimestriels sur les actions en circulation du capital de la Société Financière Manuvie seront versés aux actionnaires inscrits en date du 16 août 2016 à la clôture des marchés.

Dividendes payables au plus tôt le 19 septembre 2016
Actions ordinaires : 0,185 \$ par action

Actions privilégiées à dividende non cumulatif :

- * Actions de catégorie A, série 2 – 0,29063 \$ par action
- * Actions de catégorie A, série 3 – 0,28125 \$ par action
- * Actions de catégorie 1, série 3 – 0,136125 \$ par action
- * Actions de catégorie 1, série 4 – 0,122814 \$ par action
- * Actions de catégorie 1, série 5 – 0,275 \$ par action
- * Actions de catégorie 1, série 7 – 0,2875 \$ par action
- * Actions de catégorie 1, série 9 – 0,275 \$ par action
- * Actions de catégorie 1, série 11 – 0,25 \$ par action
- * Actions de catégorie 1, série 13 – 0,2375 \$ par action
- * Actions de catégorie 1, série 15 – 0,24375 \$ par action
- * Actions de catégorie 1, série 17 – 0,24375 \$ par action
- * Actions de catégorie 1, série 19 – 0,2375 \$ par action
- * Actions de catégorie 1, série 21 – 0,35 \$ par action

PAR ORDRE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

A. Deo, secrétaire générale

Manuvie

Avis public

Régie de l'énergie

DEMANDE RELATIVE À L'ÉTABLISSEMENT DES TARIFS D'ÉLECTRICITÉ DE L'ANNÉE TARIFAIRE 2017-2018

La Régie de l'énergie (la Régie) tiendra une audience publique pour étudier la demande d'Hydro-Québec dans ses activités de distribution d'électricité (le Distributeur) relative à l'établissement des tarifs d'électricité de l'année tarifaire 2017-2018 (dossier R-3980-2016). La demande du Distributeur ainsi que les documents y afférents sont disponibles sur le site internet de la Régie au www.regie-energie.qc.ca et à ses bureaux.

LA DEMANDE

Pour l'année 2017-2018, le Distributeur propose une hausse des tarifs d'électricité de 1,6 % pour l'ensemble des clients, à l'exception des clients industriels de grande puissance pour lesquels la hausse demandée est de 1,1 %.

LES DEMANDES D'INTERVENTION

Conformément à la décision D-2016-124, toute personne désirant participer à l'audience publique doit être reconnue comme intervenant. Toute demande d'intervention et, le cas échéant, tout budget de participation demandé doivent être transmis à la Régie et au Distributeur au plus tard le 18 août 2016 à 12 h et doivent contenir les informations mentionnées dans cette décision procédurale et celles exigées au Règlement sur la procédure de la Régie de l'énergie (le Règlement) dont le texte est accessible sur le site internet de la Régie.

Tel que prévu à l'article 21 du Règlement, toute personne qui ne désire pas participer activement au dossier peut soumettre des commentaires écrits et les déposer à la Régie, au plus tard le 3 novembre 2016 à 12 h.

Pour toute autre information, il est possible de communiquer avec la Régie par téléphone, par télécopieur ou par courriel.

Le Secrétaire
Régie de l'énergie
800, rue du Square-Victoria, bureau 2.55
Montréal (Québec) H4Z 1A2
Téléphone : 514 873-2452 ou sans frais 1 888 873-2452
Télécopieur : 514 873-2070
Courriel : greffe@regie-energie.qc.ca

Québec



PHOTO LA PRESSE CANADIENNE

Le bénéfice de Telus en nette hausse

Le bénéfice du géant canadien des télécommunications Telus est passé à 416 millions de dollars, ou 70 cents par action, au deuxième trimestre, comparativement à 341 millions, ou 56 cents par action, au même moment l'an dernier.

Son bénéfice net ajusté est passé de 406 millions, ou 66 cents par action, à 410 millions, ou 70 cents par action.

Ses revenus trimestriels ont progressé de 1,5 % à près de 3,15 milliards.

Les analystes interrogés par Thomson Reuters prédisaient un bénéfice de 69 cents par action et des revenus de 3,19 milliards.

Pendant le trimestre, Telus a attiré 92 000 abonnés nets aux services sans fil postpayés, au service internet haute vitesse et au service de télévision, un chiffre en hausse de 61 000 abonnés par rapport au premier trimestre de 2016.

— La Presse Canadienne

AVIS LÉGAUX APPELS D'OFFRES SOUMISSIONS - ENCANS

AÉROPORTS DE MONTRÉAL
APPELS D'OFFRES

APPROVISIONNEMENT

Les entrepreneurs et les fournisseurs de biens et services peuvent obtenir plus d'informations sur nos appels d'offres en cours en consultant la section « APPEL D'OFFRES » sur admtl.com.

AÉROPORTS DE MONTRÉAL
APPEL DE PROPOSITIONS

3A-1335-16-093

Programme qualité – expérience et satisfaction client envers le programme de concessions à l'Aéroport Montréal-Trudeau

Les soumissionnaires peuvent obtenir plus d'informations sur cet appel de propositions en visitant le site Internet d'ADM à www.admtl.com.

Déclaration de dividende

Le Conseil d'administration de la Compagnie des chemins de fer nationaux du Canada a déclaré un dividende trimestriel de 0,375 \$ par action sur les actions ordinaires en circulation. Le dividende trimestriel sera payé le 30 septembre 2016 aux actionnaires inscrits à la fermeture des bureaux le 9 septembre 2016.

Par ordre du Conseil
Sean Finn
Vice-président exécutif,
Services corporatifs et
Chef de la direction
des Affaires juridiques
Montréal (Québec)
Le 25 juillet 2016

CN
LE CHEMIN DE FER DE L'AMÉRIQUE DU NORD
www.cn.ca

BOMBARDIER

Alain Bellemare garde le cap

Bombardier a publié hier ses résultats du deuxième trimestre. Le PDG Alain Bellemare répond aux questions de *La Presse Affaires*.

SYLVAIN LAROCQUE
LA PRESSE

Q Le client russe Ilyushin Finance réduit sa commande d'avions C Series, qui passe de 32 à 20 appareils. Êtes-vous déçu de cette mauvaise nouvelle qui survient après plusieurs annonces positives pour ce programme?

R Non, pas du tout. Il va falloir être prudent. Le marché russe est complètement à terre, donc ils nous ont demandé d'ajuster leur commande. En échange, ils ont passé une commande pour un (avion turbopropulsé) Q400. Il va sûrement y avoir d'autres clients dans les prochains mois qui vont nous contacter pour faire des modifications à leurs commandes et ça va aller dans les deux sens. Certains vont vouloir exercer des options ou convertir des lettres d'intention. Alors pour moi, la décision d'Ilyushin, c'est du bruit de fond, ce n'est pas significatif pour l'avenir du programme.

Q Plus tôt cet été, le président de Bombardier Avions commerciaux, Fred Cromer, a dit qu'avec l'entrée en service de la C Series, il fallait s'attendre à plusieurs nouvelles commandes d'ici la fin de l'année. Est-ce toujours votre objectif alors que plusieurs clients retardent actuellement des commandes chez Boeing et Airbus?

R Le niveau d'activité avec des clients potentiels est excellent présentement. Comme je l'ai toujours dit, les commandes vont venir quand les clients vont être prêts à les passer. Ce qui nous distingue de nos concurrents qui ont des carnets de commandes élevés, c'est qu'on dessert un marché (les avions de 100 à 150 places) où il y a des besoins de remplacement et de la croissance parce que la demande migre des jets régionaux vers les avions monocouloirs. Je ne suis pas préoccupé par le fait que certains clients annulent ou reportent des commandes, parce que c'est surtout dans le segment des gros-porteurs qu'on voit ça actuellement.

Q Pour ce qui est des jets d'affaires, on s'attendait à ce que vous annonciez une nouvelle baisse de la cadence de production des avions Global, mais ce qu'on comprend aujourd'hui, c'est que s'il y a une réduction, ce sera plutôt du côté des appareils Learjet, qui sont assemblés au Kansas.

R Oui. Nos cadences de production en aviation d'affaires sont à un bon niveau actuellement. Ceci dit, nous surveillons le marché de très près et nous pourrions devoir ajuster nos cadences à la hausse ou à la baisse au cours des prochains mois. Et c'est effectivement dans les avions Learjet que ça pourrait baisser parce que le segment des petits jets d'affaires est très faible actuellement. Nos commandes de ces appareils ont été mauvaises au premier trimestre, elles ont été bien meilleures au deuxième trimestre, alors nous allons voir comment ça se présente au troisième trimestre et nous allons nous ajuster en conséquence.

Q Maintenant que le développement de la C Series est pratiquement terminé, est-ce que vous allez vous tourner vers les jets régionaux CRJ? Face à Bombardier, il y a l'E-Jet d'Embraer qui sera remotorisé et le tout nouveau MRJ de Mitsubishi. Est-ce qu'on peut commencer à envisager une remotorisation du CRJ?

R Non. Le CRJ est un très bon appareil. Ses coûts d'exploitation sont très concurrentiels. Le MRJ n'est pas encore en service. C'est un avion plutôt lourd qui aura du mal à percer le marché américain en raison des limitations contenues dans les conventions collectives des pilotes. Est-ce qu'on peut apporter des améliorations au CRJ? Probablement, c'est ce sur quoi nos équipes travaillent, mais ce ne seront pas des modifications techniques majeures puisque l'appareil est relativement performant. Et de



PHOTO GRAHAM HUGHES, ARCHIVES LA PRESSE CANADIENNE

Le PDG de Bombardier, Alain Bellemare, peu avant un vol de démonstration de la C Series, fin juin.

toute façon, le gros du marché sera dans la C Series. J'essaie d'avoir des priorités claires et, pour l'instant, là où on met nos efforts en recherche et développement, c'est vraiment sur les Global 7000 et 8000.

Q La division ferroviaire de Bombardier a enregistré des

commandes de 2,1 milliards US au deuxième trimestre, alors que votre rival français Alstom en a reçu pour moins de 1 milliard US. Comment avez-vous tiré votre épingle du jeu?

R Notre division Transport fonctionne bien. On met actuellement un plan de transformation en place pour être

encore plus concurrentiels. Il y a plusieurs projets partout à travers le monde, alors on est toujours en train de répondre à plusieurs appels d'offres en même temps.

Q En Chine, les autorités excluent de plus en plus les fournisseurs étrangers dans

le secteur du matériel roulant. Est-ce que ça nuit à Bombardier?

R Je ne dirais pas qu'on ne le sent pas du tout, mais on le sent un peu moins que d'autres entreprises. Nous sommes partenaires avec les Chinois par le truchement de coentreprises et nous comptons environ 6000 employés là-bas. Nous sommes le constructeur de matériel roulant occidental qui a le plus d'activités avec les Chinois. La collaboration que nous avons avec eux nous aide beaucoup.

DES RÉSULTATS SATISFAISANTS

Bombardier a globalement répondu aux attentes des analystes financiers au deuxième trimestre. L'entreprise a enregistré une perte de 490 millions US (24 cents US par action) alors qu'elle avait dégagé des profits de 125 millions US (6 cents US par action) pendant la même période de l'an dernier. Les revenus ont reculé de 7% pour atteindre 4,3 milliards US, en raison principalement d'une baisse de régime en aviation d'affaires. Pour développer la C Series et le Global 7000, Bombardier a puisé 490 millions US dans ses liquidités, ce qui est nettement moins que les 808 millions utilisés il y a un an et les 620 millions US prévus par le marché.

AVIS LÉGAUX - APPELS D'OFFRES - SOUMISSIONS - ENCANS

CANADA PROVINCE DE QUÉBEC DISTRICT DE MONTRÉAL	COUR SUPÉRIEURE (Action collective) OPTION CONSOMMATEURS
N° : 500-06-000249-041	Demanderesse -et- MONIQUE DESJARDINS-ÉMOND Personne désignée c. BANQUE CANADIAN TIRE Défenderesse
AVIS D'AUDIENCE D'APPROBATION DU RÈGLEMENT	
Entente de 1,5 millions de dollars Action collective concernant vos cartes de crédit Banque Canadian Tire	
Une entente est intervenue, sous réserve de l'approbation du Tribunal, entre Option consommateurs, la personne désignée et Banque Canadian Tire (ci-après la « Banque ») dans le cadre d'une action collective exercée par Option consommateurs contre la Banque au sujet de pratiques liées aux frais pour des avances de fonds. Cette entente peut avoir des conséquences sur vos droits que vous agissiez ou non. Veuillez lire attentivement cet avis.	
INFORMATION DE BASE	
Pourquoi cet avis a-t-il été publié? Cet avis a pour but de vous informer qu'Option consommateurs, la personne désignée et la Banque ont convenu d'une entente mettant fin à l'action collective contre la Banque. Option consommateurs et ses avocats pensent que le règlement est la meilleure solution pour le groupe; ils demanderont à la Cour supérieure de l'approuver. La Cour supérieure tiendra une audience pour décider si elle doit approuver cette entente et modifier la période visée par l'action collective afin qu'elle couvre la période du 1 ^{er} octobre 2001 au 11 juillet 2016. Vous pouvez assister à l'audience qui aura lieu le 7 septembre 2016 à 9 h 30 à la salle 2.08 du palais de justice de Montréal, situé au 1, rue Notre-Dame Est à Montréal.	
Quel est l'objet de l'action collective? Selon Option consommateurs, les frais d'avance de fonds imposés par la Banque n'ont pas été inclus dans le calcul du taux de crédit depuis le 4 octobre 2001. Selon Option consommateurs, cette omission contreviendrait à la <i>Loi sur la protection du consommateur</i> . La Banque conteste cette allégation et déclare s'être conformée en tout temps à la législation applicable.	
Qui sont les membres du groupe? Vous êtes membre du groupe si vous rencontrez toutes les conditions suivantes : 1. Vous êtes une personne physique; 2. Vous êtes partie à un contrat de crédit variable (carte de crédit) conclu au Québec avec la Banque Canadian Tire; 3. Vous n'avez pas utilisé votre carte de crédit de la Banque Canadian Tire pour les fins de l'exploitation d'un commerce; 4. Vous avez payé à Banque Canadian Tire des frais d'avances de fonds pour des transactions au Canada ou à l'étranger entre le 4 octobre 2001 et le 11 juillet 2016;	
ÉLARGISSEMENT DU GROUPE	
Bien que le groupe tel qu'il est défini dans l'action collective a comme date butoir le 30 septembre 2010, pour les fins de l'entente, les parties demandent d'inclure tous les détenteurs de cartes de crédit jusqu'au 11 juillet 2016, soit la date à laquelle les parties ont signé l'entente.	
RÉSUMÉ DE L'ENTENTE	
Qu'est-ce que l'entente prévoit? Sans admission de responsabilité, la Banque accepte de verser une somme totale de 1 500 000 \$ en règlement complet de l'action collective. Comment la somme de 1,5 millions de dollars sera-t-elle répartie? Les honoraires des avocats d'Option consommateurs sont de 25 % de la somme globale de l'entente suivant une nouvelle convention d'honoraires signée le 14 janvier 2014, laquelle reflète une entente intervenue le 4 novembre 2010. Après déduction de ces honoraires, des taxes applicables et de toute autre somme qui pourrait être exigible en vertu de la loi, le solde de la somme de 1,5 millions de dollars payée par la Banque sera réparti comme suit : • un montant de 1 068 843,75 \$ pour indemniser directement les membres du groupe. Un crédit sera porté aux comptes de cartes de crédit admissibles qui répondent aux critères d'indemnisation additionnels définis dans la convention de règlement (la « Transaction »). L'indemnisation directe pour chaque compte admissible de la Banque devrait être d'environ 5,13 \$;	
Suis-je admissible à recevoir une indemnité? Un crédit sera porté à votre compte de carte de crédit de la Banque si vous êtes membre du groupe et que votre compte est ouvert et actif, qu'il n'est pas en défaut et qu'il répond aux autres critères d'indemnisation additionnels définis dans l'entente, entre autres : • un compte pour lequel des données transactionnelles permettant d'établir le paiement de frais d'avance de fonds existent sous forme électronique dans le système informatique de Banque CT. Si vous avez droit à une indemnité, vous n'avez aucune démarche à faire pour être indemnisé. L'indemnité sera versée directement sous forme d'un crédit dans votre compte de carte de crédit.	
S'EXCLURE	
Si vous ne désirez pas être lié par ce règlement pour quelque raison que ce soit ou bien que vous pensez pouvoir obtenir plus d'argent en poursuivant vous-même, vous devez alors prendre des mesures pour vous exclure du groupe, ce qui entraîne votre exclusion de l'entente. Si vous vous excluez : 1. Vous ne recevrez aucune indemnité; 2. Vous ne serez pas lié par le recours collectif; et 3. Vous ne pourrez pas vous objecter à ce règlement. Si vous ne vous excluez pas : 1. Vous recevrez un crédit versé directement dans votre compte lié à la carte de crédit émise par la Banque si vous êtes admissible; 2. Vous renoncerez au droit d'intenter vos propres poursuites contre la Banque; et 3. Vous pourrez vous objecter à l'entente. Si vous ne vous excluez pas et que le règlement est approuvé, vous renoncez à poursuivre la Banque concernant le paiement de frais pour des avances de fonds. Pour vous exclure, vous devez obligatoirement transmettre au greffier de la Cour supérieure une demande d'exclusion dûment signée qui contient les renseignements suivants : 1. Le numéro de dossier du recours collectif : 500-06-000249-041; 2. Votre nom et vos coordonnées; 3. Une déclaration à l'effet que vous avez payé des frais d'avance de fonds entre le 4 octobre 2001 et le 11 juillet 2016; 4. Cette déclaration doit contenir les numéros de compte pertinents.	
La demande d'exclusion doit être transmise par courrier recommandé ou certifié avant le 6 septembre 2016 à l'adresse suivante : Greffier de la Cour supérieure du Québec PALAIS DE JUSTICE DE MONTRÉAL 1, rue Notre-Dame Est Bureau 1.120 Montréal (Québec) H2Y 1B5 Référence : 500-06-000249-041	
OBJECTION À L'ENTENTE	
Vous pouvez dire au tribunal que vous n'êtes pas d'accord avec cette entente ou présenter vos arguments au tribunal. Pour présenter votre objection ou vos arguments au tribunal, vous devez vous présenter à l'audience qui aura lieu le 7 septembre 2016 à 9 h 30 à la salle 2.08 du palais de justice de Montréal, situé au 1, rue Notre-Dame Est à Montréal. Quoique cela ne soit pas obligatoire, il est également suggéré de remplir et de transmettre, avant l'audition, le formulaire d'objection qui peut être téléchargé sur le site Internet d'Option consommateurs, ou le site de leurs avocats, ou qui peut être obtenu par la poste (Voir la section « Obtenir plus d'information »). Prenez soin d'expliquer pourquoi vous n'êtes pas d'accord avec cette entente. Ai-je besoin d'un avocat pour m'objecter? Non. Vous pouvez vous objecter sans prendre un avocat. Si vous voulez être représenté par un avocat, vous pouvez retenir ses services à vos frais. Si je m'objecte et que l'entente est approuvée, serai-je encore admissible à un paiement? Oui. Si malgré votre objection l'entente est quand même approuvée, vous pourrez obtenir un paiement si vous y êtes admissible.	
OBTENIR PLUS D'INFORMATION	
Pour obtenir plus d'information et pour avoir accès au texte de l'entente, aux annexes et aux différents formulaires, nous vous invitons à consulter les sites Internet suivants : • Option consommateurs : www.option-consommateurs.org • Les avocats d'Option consommateurs : www.sfpavocats.ca/recours-collectifs	
Aucun autre avis ne sera publié dans les journaux en lien avec l'entente. Toutefois, vous pourrez consulter les sites Internet mentionnés ci-haut qui seront mis à jour avec l'information pertinente jusqu'au 45 ^e jour suivant la Date de paiement de l'Indemnité. En cas de divergence entre cet avis et l'entente, l'entente prévaut.	
La publication de cet avis a été approuvée par le tribunal.	

LA PRESSE AFFAIRES

Emploi : quand plus rien ne balance



**RUDY
LE COURS**
ANALYSE

Le marché du travail canadien a commencé l'été en larguant 31 200 emplois, après trois mois d'affilée de stagnation.

Les données de l'Enquête sur la population active (EPA) de Statistique Canada sont les premières à donner un aperçu de la performance économique au troisième trimestre, après un printemps chagrin.

Les données sur le commerce international de biens, aussi publiées hier, font état d'un déficit record de 3,6 milliards en juin, soit 100 millions de plus que le record précédent qui remonte... à mai.

Ces chiffres sont d'autant plus décevants que le déficit de la balance commerciale américaine s'est creusé au cours du mois, sous le poids d'une augmentation des importations dont le Canada n'a manifestement pas profité. Son surplus avec son principal partenaire commercial a plutôt fondu de 626 millions, entre mai et juin.

En termes réels, c'est-à-dire sans variation de prix, le solde commercial canadien est passé d'un surplus de 5,5 milliards à un déficit de 923 millions entre les premier et deuxième trimestres. La croissance économique aura sans doute été à l'avenir: d'un rythme d'expansion annuel de 2,4 % au cours de l'hiver, le printemps se soldera sans doute par

un recul de plus de 1,5 %. Les incendies de forêt dans la région de Fort McMurray n'expliquent pas cette léthargie à eux seuls.

Voilà en partie pourquoi les entreprises ne sont guère portées sur l'embauche. Ce n'est pas un hasard si le nombre d'emplois en usines a diminué de 46 600 depuis le début de l'année, même s'il s'est stabilisé le mois dernier. Fait à noter, les usines québécoises échappent jusqu'ici à cette saignée, même si les 340 licenciements annoncés hier par Olymel ne sentent pas bon.

À l'échelle canadienne, le taux de chômage a grimpé de seulement un dixième à 6,9 %: la désertion de 12 800 personnes des rangs de la population active a limité l'augmentation du nombre des chercheurs d'emploi.

En décortiquant les données de l'EPA pour juillet, on constate que le marché du travail manque de tonus. Les emplois à temps plein reculent de 71 400 et effacent du coup tous les gains accumulés en 2016, dont le bilan net n'est plus que 12 400 postes à temps partiel.

En un an, le nombre d'emplois net a augmenté de 71 400 seulement, soit moins de 6000 par mois et tous à temps partiel de surcroît.

Au Québec, ce n'est guère mieux. La perte non significative de 4000 emplois en juillet n'a pas suffi à augmenter le taux de chômage, stable

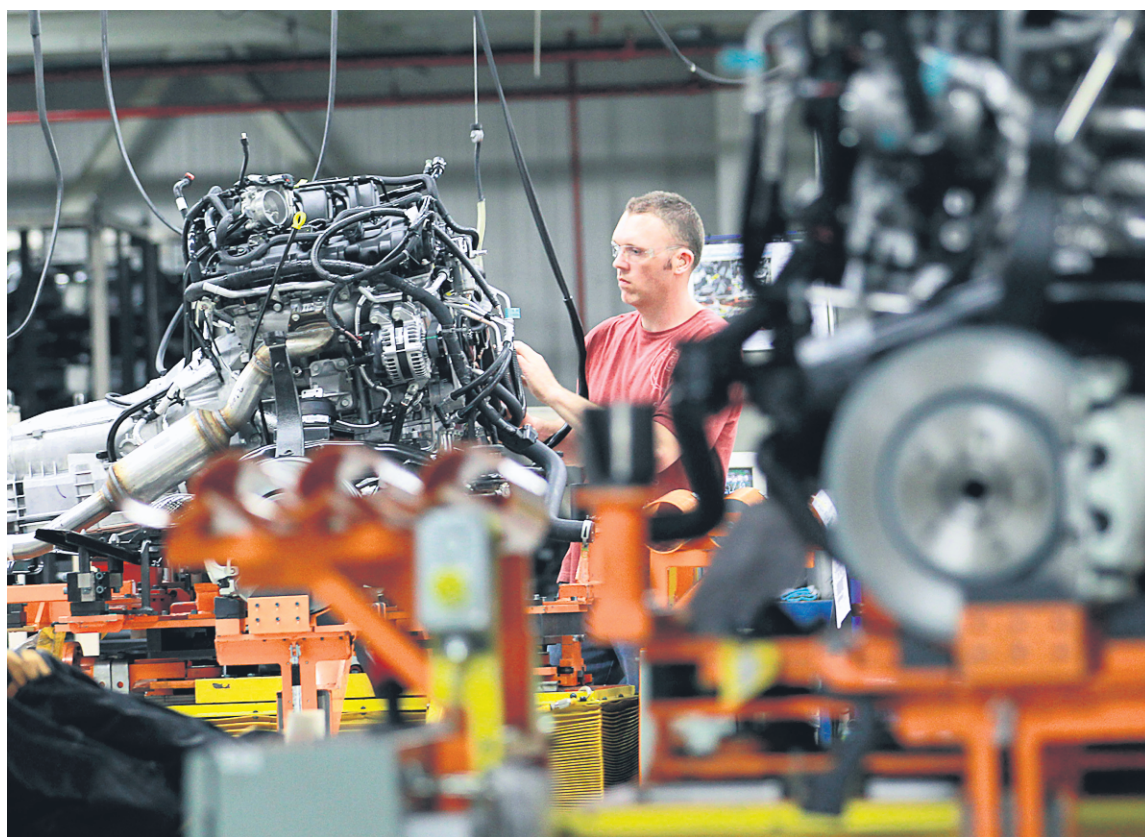


PHOTO JEFF KOWALSKY, BLOOMBERG

Le marché du travail au Canada manque de tonus. En un an, le nombre d'emplois net a augmenté de 71 400 seulement, soit moins de 6000 par mois et tous à temps partiel de surcroît.

à 7,0 %. Ce qui est inquiétant toutefois, c'est que les rangs de la population active ont continué de maigrir, portant l'allègement à 42 100 personnes cette année.

Tant au Canada qu'au Québec, les emplois créés depuis un an l'ont été durant 2015.

Cette année, la situation se résume à peu près comme suit: la Colombie-Britannique carbure à plein avec l'ajout de 57 000 emplois et un taux de chômage désormais le plus faible au pays à 5,6 %. À l'opposé, l'Alberta est sur une pente raide, ayant perdu 37 900 emplois qui propulsent son taux de chômage à 8,6 %, au quatrième

rang des plus élevés au pays.

Comme chaque mois, les données volatiles de l'EPA recèlent quelques incongruités. Cette fois-ci, on note 24 400 emplois en moins dans les administrations publiques. Cela suggère que les personnes embauchées au printemps pour la tenue du recensement ont été libérées.

La perte de 38 800 postes dans l'enseignement en Ontario a toutes les allures d'une anomalie statistique.

Sans ce dernier chiffre, le portrait d'ensemble paraît moins noir.

Il n'est pas reluisant pour autant. Surtout si on le compare au marché du travail américain, qui s'est remis

complètement de son bref passage à vide de mai.

Les données du Bureau of Labor Statistics font état de l'ajout de 255 000 salariés non agricoles le mois dernier. Le taux de chômage est resté stable à 4,9 % puisque les rangs de la population active se gonflent. Ces beaux chiffres incitent des gens à se remettre à chercher du travail, ce qui gonfle les rangs de la population active. Le taux d'activité s'établit à 62,8 % et le taux d'emploi, à 59,7 %, deux résultats encore plus faibles qu'au Canada, mais qui augmentent. À l'inverse, les taux canadiens reculent tous deux de quatre dixièmes depuis un an.

La pub en jeu aux Jeux de Rio

Comme à tous les Jeux, les partenaires majeurs des JO et du Comité olympique canadien souhaitent se coller à l'olympisme et être remarqués autant qu'un athlète sur un podium. Tour de piste en chiffres et en pubs des JO de Rio des annonceurs.



ISABELLE MASSÉ
MARKETING-
PUBLICITÉ

Q Combien les partenaires ont-ils déboursés?

À l'annonce de l'arrivée de Toyota comme partenaire olympique mondial, en 2015, des médias japonais estimaient à 835 millions de dollars la somme déboursée par le constructeur automobile pour un contrat s'échelonnant de 2017 à 2024. Un record,



PHOTO GABRIEL BOUYS, AGENCE FRANCE-PRESSE

Pour Rio, Radio-Canada estime que de 25 % à 30 % de ses revenus proviendront du numérique.

alors que les partenariats de quatre et huit ans sont évalués respectivement à 100 et 200 millions.

Les JO de Rio comptent 11 partenaires olympiques mondiaux, dont McDonald's, Visa, Procter & Gamble, GE, Samsung, Panasonic et Bridgestone.

Q Combien coûte une pub ici?

Il faut compter une surprime d'au moins 35 % sur les coûts habituels, selon l'agence Cossette. « Droits de diffusion obligent! explique la vice-présidente média Francine Marcotte. Mais comme l'inventaire ne semble pas vendu à 100 %, cette surprime sera compensée par l'octroi de diffusions supplémentaires aux principaux commanditaires. »

Les possibilités de placement chez les diffuseurs étant multiples, selon les heures des compétitions, les disciplines couvertes et les événements, les tarifs vont de 50 \$ à 15 000 \$ pour la diffusion d'une pub de 30 secondes sur les chaînes de Radio-Canada et de RDS. « Il y a encore de l'inventaire,

car l'été, les gens sont moins présents devant la télé, et qu'au Canada, on a plus un parti pris pour les JO d'hiver », dit Anne-Marie Diotte, directrice, investissements de l'agence Dentsu Aegis.

Des annonceurs moins pressés

La situation économique difficile, le coût élevé des Jeux de Sochi, les allégations de dopage et le Zika auraient ralenti l'ardeur des

directeur général et chef des revenus de Radio-Canada. Ils remettent beaucoup de choses en question et vont dans une approche essai-erreur. Ça deviendra de plus en plus notre réalité. »

Transformer la façon de faire

En vue des JO de Rio, Radio-Canada a mis au point une quinzaine de programmes avec des annonceurs, « sur mesure et qui tiennent compte des priorités et objectifs de

« Le produit olympique demeure événementiel et incomparable. Donc ce sont des tremplins extraordinaires pour les annonceurs. » — Jean Mongeau, directeur général et chef des revenus de Radio-Canada

annonceurs. « Tout ça entache l'image des Jeux », soutient Francine Marcotte.

Toutefois, Radio-Canada a délibérément retenu des espaces publicitaires pour les vendre pendant les Jeux, pour surfer sur l'engouement pour un athlète ou le parcours inattendu d'un autre. « Les annonceurs ont plus de retenue que dans le passé, confirme néanmoins Jean Mongeau,

nos partenaires [Bell, Tim Hortons, GM, Chrysler, Petro-Canada, Visa, McDonald's, Canadian Tire, BMW, Samsung, Air Canada...], note Jean Mongeau.

Avec RBC, par exemple, le diffuseur a mis sur pied le programme Camp des recrues qui a permis à un jeune athlète de s'envoler à Rio. « Aujourd'hui, il faut travailler très fort, dit Jean Mongeau.

Mais le produit olympique demeure événementiel et incomparable. Donc ce sont des tremplins extraordinaires pour les annonceurs. »

De plus en plus de numérique

Pour Rio, Radio-Canada estime que de 25 % à 30 % de ses revenus proviendront du numérique. « Ce sera sans doute les Jeux du numérique, surtout que les gens sont mobiles l'été, dit Francine Marcotte. Les annonceurs qui auront des exécutions appropriées et plusieurs déclinaisons en bénéficieront certainement! »

« C'est important d'utiliser nos plateformes numériques, pour joindre les Y notamment, mais on priorise les plateformes traditionnelles, avoue Rick Seifeddine, premier vice-président marque de Bell Canada. La télé, par exemple, est encore le média le plus cher qu'on puisse acheter et elle le mérite, car elle offre le plus gros impact. »

Les JO en réalité virtuelle

En partenariat avec Visa et le CIO, Radio-Canada offre une couverture en réalité virtuelle et à 360 degrés pendant les JO. Ce fut le cas pour la cérémonie d'ouverture d'hier, grâce à l'application gratuite *Radio-Canada Réalité virtuelle*. Jusqu'au 21 août, plus de 100 heures de compétitions seront captées afin d'offrir une expérience immersive aux Canadiens.

Bell aux couleurs de Rio

Telle Procter & Gamble qui renouvelle sa plateforme publicitaire « Thank you, Mom », Bell se colle à l'olympisme en rappelant qu'elle a toutes les plateformes pour vivre les Jeux. « Ce qu'on aime avec les JO, c'est que c'est en direct, dit Rick Seifeddine. Le sport et les nouvelles sont les seules places où on a la garantie d'avoir des yeux. »

Pour Rio, l'entreprise a investi une somme équivalente à celle des années olympiques antérieures. En plus de ses pubs où on voit des athlètes canadiens, Bell a fourni des téléphones et forfaits mobilité à ces derniers pour qu'ils restent en contact avec leur entraîneur et leur famille.



805 AVIS LÉGAUX

**AVIS DE PRÉSENTATION
CÉCILE BOUCHER**
Dossier de cour : 760-14-004519-161
PRENEZ AVIS que Monsieur David B. Martyn a présenté une demande en autorisation judiciaire pour le remplacement d'un liquidateur de succession au greffe de la Cour Supérieure de Salaberry-de-Valleyfield, 74, rue Académie, Gatineau, Québec. La demande sera présentée le 24 août 2016, au Palais de justice de Salaberry-de-Valleyfield. Vous devez comparaître à cet effet dans les 10 jours du présent avis. À défaut, un jugement par défaut pourrait être rendu contre vous sans autre avis.

Dr. Istvan Budai, dentiste, a pris sa retraite. Les dossiers de ses patients étaient transférés au Dr. Claudiu Dinu, dentiste, Clinique Dentaire Le Campanile, 38, Pl. du Commerce, Île-des-soeurs, QC H3E 1T8. T : 514-768-3368

LA PRESSE AFFAIRES LA TÊTE AILLEURS

Travailler... à Londres

La routine serait-elle moins pénible sous d'autres cieux? Nombreux sont ceux qui rêvent de travailler à l'étranger. Cet été, *La Presse* présente chaque semaine un Québécois et sa ville d'adoption.

JEAN-FRANÇOIS CODÈRE

Caroline Bacle, née d'un père d'origine française, est réalisatrice en télévision. Elle est arrivée au Canada à l'âge de 3 ans. Un stage d'un an à Londres l'a fait craquer pour la ville et l'a incitée à réclamer son passeport français, que même son père ne détenait pas, pour faciliter son immigration.

EMPLOIS RECHERCHÉS

Londres est évidemment au centre du monde des affaires et de la finance. Beaucoup de Canadiens travaillent dans la City, son quartier des affaires, observe M^{me} Bacle. À commencer par le gouverneur de la Banque d'Angleterre, Mark Carney.

Il y aurait aussi des occasions dans le développement international et dans les services publics. «Il manque de professeurs et d'infirmières», observe notre collaboratrice.

Finalement, des permis de travail de type «vacances-travail» peuvent ouvrir les portes des secteurs de l'hôtellerie ou de la restauration.

LA PAPERASSE

Un peu comme au Canada, une entreprise britannique qui décide d'embaucher un étranger doit démontrer que son expertise est telle qu'elle n'aurait pu recruter un britannique aussi qualifié.

Détenir un passeport européen ouvre facilement les portes de la ville, du moins



La mythique pluie de Londres n'est pas si fréquente, insiste Caroline Bacle. Cela donne d'ailleurs l'occasion de se promener et de découvrir une ville «très verte», avec beaucoup de parcs et «une belle qualité de vie dans les quartiers».

pour l'instant. Il faudra voir comment les conséquences du vote sur le Brexit se matérialiseront.

M^{me} Bacle elle-même songeait au moment de l'entrevue, avant ce vote, à entamer des démarches pour l'obtention de la citoyenneté britannique, ce qui lui permettrait d'éviter que le Brexit ne bousille ses plans.

LES DOLLARS

«Le logement et le transport sont beaucoup plus chers qu'à Montréal, même au prorata des salaires», confirme M^{me} Bacle, qui paie 124 livres (230 \$CAN) sa passe mensuelle de métro.

Acheter un appartement de deux chambres dans son

quartier coûte au bas mot 360 000 livres (660 000\$).

«Mais le reste est assez égal, sinon plus abordable.» Puisqu'il n'y a pas de pourboire, les sorties au restaurant ou dans les bars ont un coût équivalent, estime-t-elle.

«Une fois qu'on a un salaire d'ici, on y arrive, on n'est pas dans la pauvreté. Mais au Québec, je pouvais me permettre un congé entre deux contrats. Ici, il faut travailler.»

LES PRÉPARATIFS

Compte tenu des tarifs élevés, trouver un endroit abordable où loger est un premier pas important. M^{me} Bacle note la disponibilité de nombreux *house shares*, des

maisons disposant de trois, quatre ou cinq chambres à louer.

Après coup, il faut faire sa place dans cette ville «tellement énorme que l'on peut vite s'y sentir seule, dépassée». Pour y arriver, M^{me} Bacle s'est investie «à 115 000\$» en se joignant à différents clubs et en faisant du bénévolat, notamment.

«Personne ne va venir te prendre par la main pour t'inviter à différents endroits», prévient-elle.

LE BON

Non, la mythique pluie de Londres n'est pas si fréquente, insiste-t-elle. Cela donne d'ailleurs l'occasion de se promener et de découvrir une ville «très verte», avec

beaucoup de parcs et «une belle qualité de vie dans les quartiers».

L'absence de neige, l'ambiance des pubs pendant les matchs de soccer de la Premier League, le fait qu'il y a toujours quelque chose à y découvrir et le multiculturalisme sont aussi des points forts.

«On s'y sent vraiment au centre de diverses cultures.»

LE MOINS BON

«Je m'ennuie des forêts sauvages, des grands espaces. Ici, même à l'extérieur de la ville, la nature est très belle, mais elle n'est pas sauvage. Je m'ennuie aussi des grandes maisons. Ici, tout est petit.»

Recul des profits chez Power Corporation

RICHARD DUFOUR

Le conglomérat montréalais Power Corporation a dévoilé hier des profits en recul de près de 60 % à 272 millions de dollars pour son deuxième trimestre, l'équivalent de 59 cents par action. Les profits de la Financière Power, principale filiale de Power Corporation, ont de leur côté reculé de 18 % à 505 millions, ce qui revient à 71 cents par action.

La performance s'avère inférieure aux attentes des analystes sondés par Thomson Reuters, qui prévoient un bénéfice par action de 73 cents chez Power Corporation et de 77 cents pour la Financière Power.

Une charge spécifique liée au placement dans LafargeHolcim explique une partie de la baisse des profits de la Financière Power et de Power Corporation.

La charge est liée à la perte de valeur du Groupe Bruxelles Lambert découlant d'un repli additionnel du cours boursier de LafargeHolcim en Europe. Cette charge est comptabilisée dans les éléments hors exploitation qui avaient contribué aux bénéfices un an plus tôt, au lieu de générer une perte ce printemps.

Chez Power Corporation, une reprise partielle de près de 200 millions de charges pour perte de valeur avait profité aux résultats du trimestre correspondant il y a un an, ce qui explique l'essentiel de l'écart entre le recul des profits de Power Corporation et celui de la Financière Power pour le trimestre terminé à la fin juin.

L'investissement dans LafargeHolcim avait aussi affecté la rentabilité des deux entreprises au cours de l'hiver dernier, mais de façon encore plus prononcée.

Trimestre difficile pour Sagard Capital

Power Corporation a aussi vu sa rentabilité reculer au printemps en raison des pertes générées par ses trois fonds d'investissement Sagard, dont Sagard Capital.

Pour un deuxième trimestre de suite, Sagard Capital a généré une performance négative substantielle. Sagard Capital gère notamment la participation en actions dans Performance Sports Group qui fait de Power Corporation le plus important actionnaire du fabricant de l'équipement de hockey Bauer.

Le fondateur de Sagard Capital et responsable du placement dans Bauer, Dan Friedberg, a quitté l'entreprise durant le printemps et Paul Desmarais III est maintenant le nouveau patron de Sagard Capital.

Propriétaire de *La Presse*, Power Corporation est surtout connue pour ses services financiers, notamment offerts par le Groupe Investors, Placements Mackenzie, la Great-West, la London Life et Canada Vie.

Des nuages au-dessus de la Great-West

Par ailleurs, l'incertitude entourant la croissance future des bénéfices du côté des activités de la Great-West Lifeco, principal actif de la Financière Power, s'est fait sentir au cours des derniers jours.

L'action de la Great-West a reculé de 6 % en Bourse jeudi dans la foulée de la présentation de ses résultats trimestriels. L'analyste Tom MacKinnon, de la BMO, a retiré jeudi sa recommandation d'achat sur le titre de la Great-West en justifiant principalement sa décision par une diminution de la capacité à pouvoir anticiper les bénéfices.

Il s'attend aussi à ce qu'il faille potentiellement plus de temps que prévu avant d'observer une contribution significative des filiales Putnam (un gestionnaire américain d'actifs) et Empower (un fournisseur américain de services de retraite). Il croit aussi que le Brexit pourrait avoir un impact sur les activités même si la direction de la Great-West se montre prudemment optimiste.

La pression sur le titre de la Great-West avait entraîné l'action de la Financière Power en baisse de 3 % jeudi.


Les titres de Power Corporation et de la Financière Power sont demeurés relativement stables au cours de la dernière séance de la semaine. L'action de la Financière Power est en repli de 7 % depuis le début de l'année, ce qui porte maintenant le rendement de son dividende à 5,3 %, un niveau qui peut offrir un certain support.

LE TRIMESTRE DE POWER CORPORATION

	T2 2016	T2 2015
Profits	272 millions	615 millions
Bénéfice par action	59 cents	1,33 \$


LE TRIMESTRE DE LA FINANCIÈRE POWER

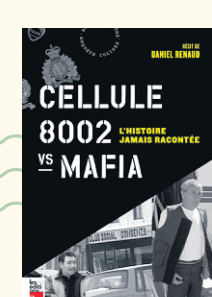
	T2 2016	T2 2015
Profits	505 millions	616 millions
Bénéfice par action	71 cents	87 cents





CET ÉTÉ


SORTEZ VOTRE LIVRE,
votre chaise longue
et vos lunettes fumées!




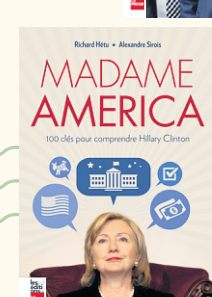





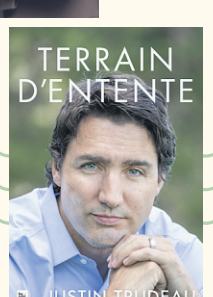


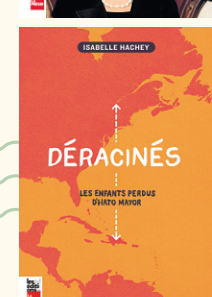


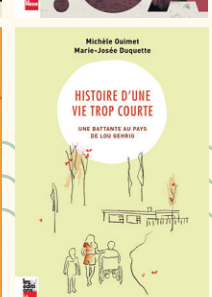















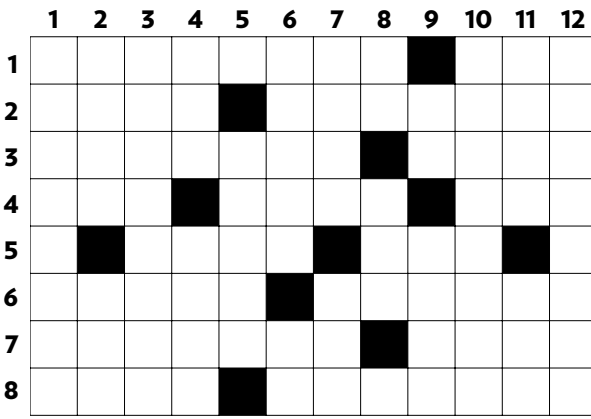
Offerts en librairie ou sur editionslapresse.ca
Aussi en format PDF et E-pub



AMUSEZ-VOUS!

MOTS CROISÉS JUNIOR

WWW.HANNEQUART.COM



HORIZONTALEMENT

- Vêtement réglementaire porté dans certaines écoles. – Avion à réaction.
- Le comédien doit l'apprendre par cœur. – Atteinte à l'honneur de quelqu'un.
- Petit mammifère carnivore, au corps allongé et au museau pointu. – Permet de sauter plus loin.
- ... Baba. – Que l'on fait facilement. – Encouragement au pays de la corrida.

- Petit papillon dont les chenilles rongent les tissus. – Parasite du cuir chevelu.
- Faire du tort à quelqu'un. – Se servir d'un tournevis.
- Réunit en grande quantité. – Fait mouvoir de bas en haut.
- Qui lui appartient. – Aspergés.

VERTICALEMENT

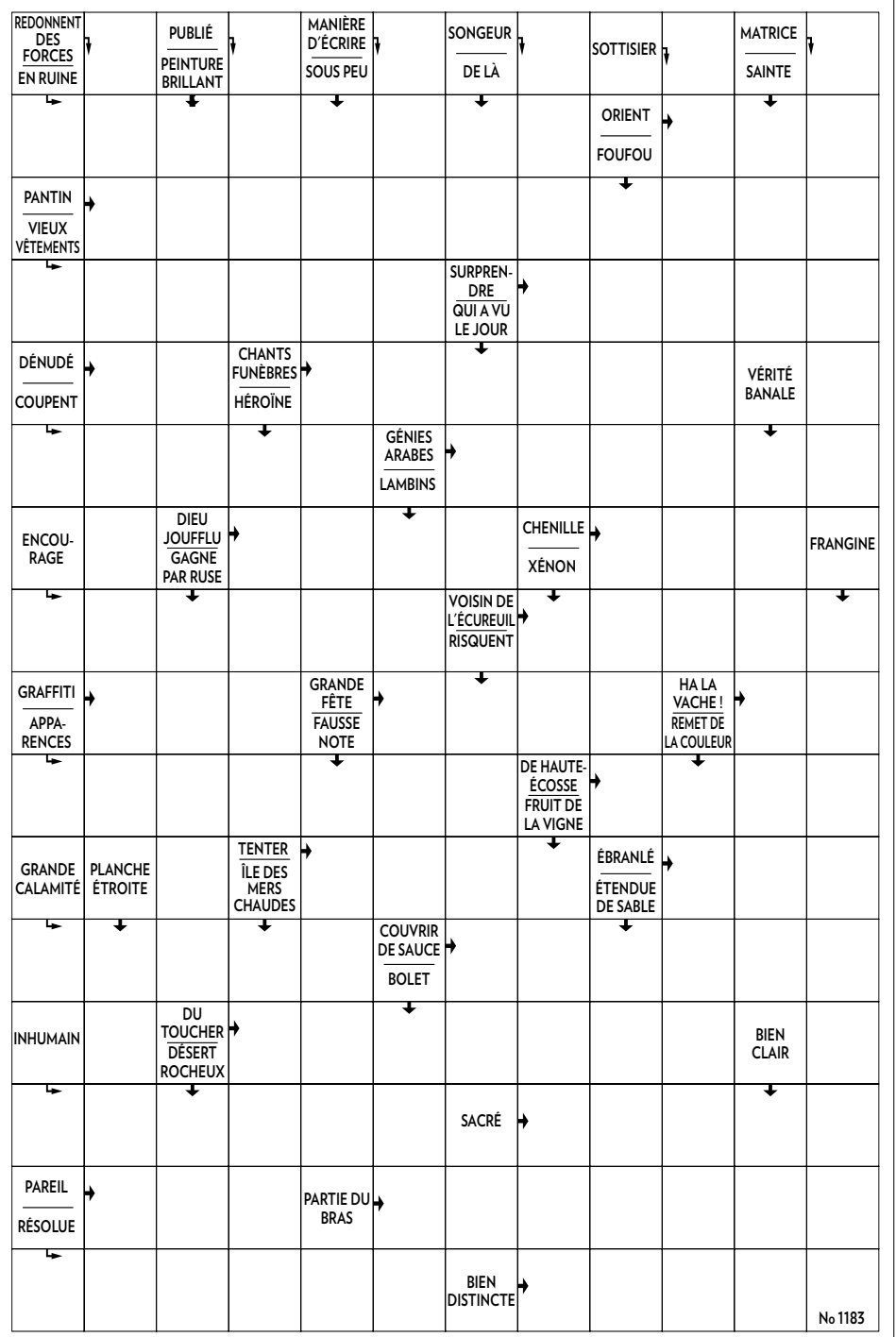
- Qui sont de la ville.
- Fête chrétienne. – Homogène.
- Qui n'a pas de bornes, qui est infini.

SOLUTION du dernier numéro

1	M	O	L	A	I	R	E	S	C	A	P
2	E	M	I	R	A	N	E	M	O	N	E
3	D	I	N	D	O	N	C	T	R	E	R
4	A	S	U	G	A	R	E	R	C		
5	I	O	E	D	E	M	E	I	L	E	
6	L	A	S	S	O	E	T	U	D	I	E
7	L	I	E	S	U	R	N	O	M		
8	E	L	E	V	E	S	O	I	R	E	E

MOTS FLÉCHÉS

06 août 2016

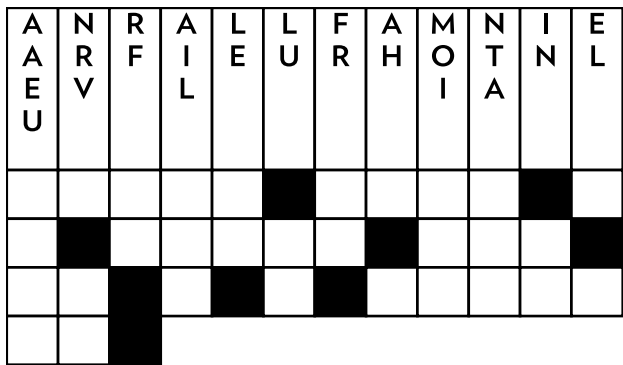


No 1183

CITATION SECRÈTE

par Isabelle Vadeboncoeur

Placez les lettres de chaque colonne dans la case appropriée de manière à former une phrase complète. Les mots sont séparés par une case noire.



Thème : Diction français

SOLUTION du dernier numéro

Citation de Rivarol : Un livre qu'on soutient est un livre qui tombe



MOT MYSTÈRE

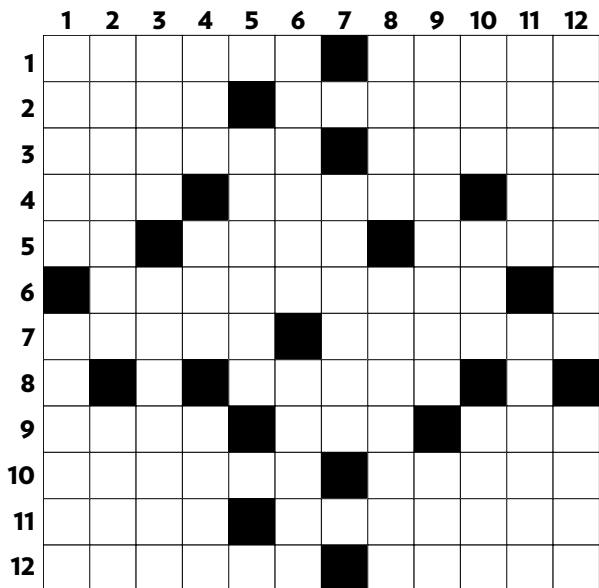
LE THÉÂTRE | Un mot de 6 lettres

- | | | | |
|----------|----------|-------------|-----------|
| ACTEUR | CRAIG | HARDY | ROLE |
| ADAMOV | DAISNE | HUGO | SIMONOV |
| APPIA | DECOR | ITALIEN | SORTIE |
| BERGMAN | DRUON | KEAN | TERZIEFF |
| BIZET | ENTRACTE | LEIGH | TIRADE |
| BLIER | ETOILE | LOGE | UTILITE |
| BOND | EXIT | LOUER | YOURCENAR |
| BRANNER | FOIRE | MAURIAC | |
| BROOK | FORD | NATURALISME | |
| BUSSOTTI | GATTI | ODEON | |
| CENTRE | GEMIER | OPERA | |
| COPI | GENET | OTWAY | |
| COUP | GREEN | PISCATOR | |
| COUR | GRIL | RELACHE | |
| COWARD | GRIMER | ROJAS | |

SOLUTION du dernier numéro | UNGARETTI

MOTS CROISÉS

WWW.HANNEQUART.COM



HORIZONTALEMENT

- Examiner en touchant avec les doigts – Silence musical.
- Capitale des Samoa occidentales – Productions artistiques.
- Relatif au Rhin – Entouré.
- Lettre grecque – Se fâcher – A elle.
- Cité légendaire bretonne – Chaland – Pour tourner sur la neige.
- Etat insulaire du Pacifique.
- Décrit – Nom de plusieurs rois de Grande-Bretagne.
- Métal très malléable.
- Personne semblable quant au rang – Des hommes – Signal acoustique bref.
- Strasbourg s'y trouve – Grand voutour.
- Visible – Courtes voies.
- Atteintes d'une maladie héréditaire – Grivoise.

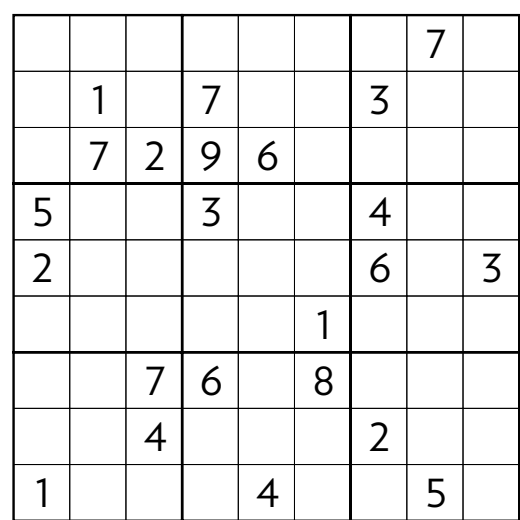
- Contrée – Ne rien faire d'utile.
- Imite un coup de feu – Porteur de l'information génétique – Ronchonnie.
- Appuyé.
- Caractère monotone – Troisième personne.
- Raboteux.
- Parasite du chien – Bouleversements.
- Dégoût – Vague, en espagnol.
- Canton suisse – Plus que deux fois – Projet de loi soumis au Parlement, en Grande-Bretagne.
- Sage – Etat d'Afrique.
- Outil pour imprimer en relief – Évalué.

SOLUTION du dernier numéro

1	F	O	N	T	A	I	N	E	L	O	T
2	E	N	A	N	E	O	P	H	Y	T	E
3	N	U	I	R	E	N	I	E	C	E	S
4	D	N	O	A	N	T	R	E	T		
5	I	T	E	M	C	E	R	E	A	L	E
6	L	I	P	U	I	S	E	R	A		
7	L	E	M	U	R	E	N	O	C	I	F
8	E	D	O	I	R	A	N	A	C	E	
9	M	I	L	A	N	C	E	C	I	E	
10	E	E	L	O	G	E	O	S	E	R	
11	N	A	N	T	I	R	E	U	S	S	I
12	T	H	E	O	R	I	E	T	E	T	E

SUDOKU

par Fabien Savary



Niveau de difficulté : TRÈS DIFFICILE 3458

SOLUTION du dernier numéro

8	7	9	2	5	6	3	4	1
4	2	1	3	7	8	6	5	9
5	6	3	4	9	1	2	8	7
6	3	5	9	8	4	7	1	2
1	4	7	6	3	2	5	9	8
9	8	2	5	1	7	4	6	3
7	9	6	8	2	5	1	3	4
2	5	8	1	4	3	9	7	6
3	1	4	7	6	9	8	2	5

Placez un chiffre de 1 à 9 dans chaque case vide. Chaque ligne, chaque colonne et chaque boîte 3x3 délimitée par un trait plus épais doivent contenir tous les chiffres de 1 à 9. Chaque chiffre apparaît donc une seule fois dans une ligne, dans une colonne et dans une boîte 3x3.

ANACROISÉS

HORIZONTALEMENT

- ACENS
- AALSS
- CIRSS
- EEORS
- EENNR
- EETT
- EESST

VERTICALEMENT

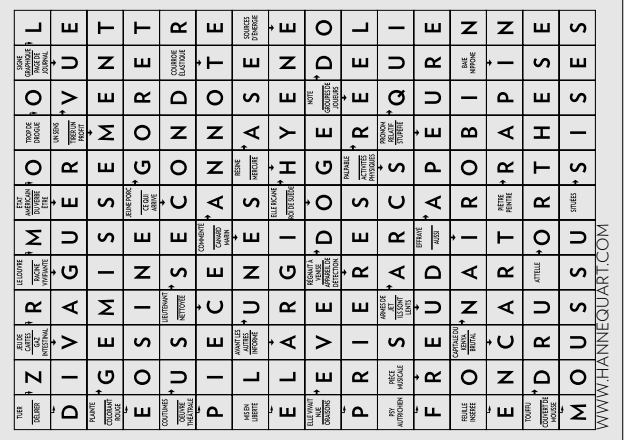
- CEEORST
- AEENRRS
- CEILNST
- AEENSS
- AEESST

SOLUTION du dernier numéro

1	S	E	R	I	N	
2	E	C	I	M	E	
3	C	L	A	I	M	
4	T	I	N	T	E	
5	E	S	T	E	R	
6	U	S	E	N	T	
7	R	E	I	S	T	E

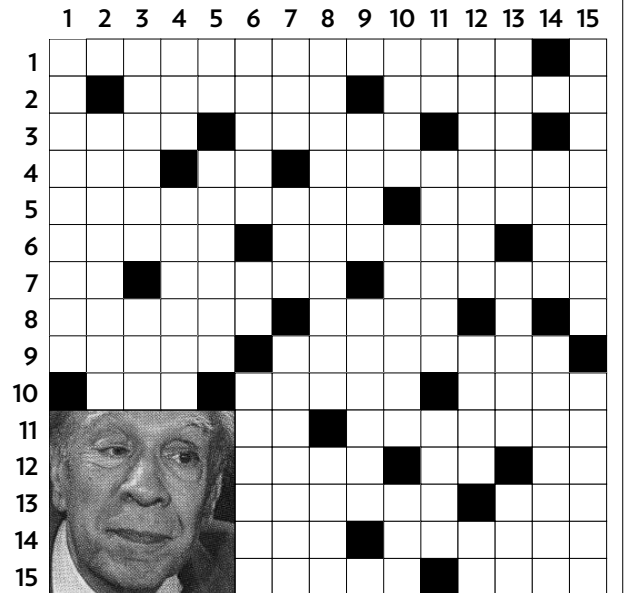
MOTS FLÉCHÉS

Solution du dernier numéro



LA GRILLE DES MORDUS

par MICHEL HANNEQUART



HORIZONTALEMENT

- Ceci, cela.
- Chantait – Chanteur.
- Surpris – Gui – Dans la panure.
- Vient des Carpates – Tel quel – Un trou dans une pièce.
- Ne jouent pas dans la cour des grands – Ou.
- Du positif! – Presque rien – Note.
- Symbole – Du mauvais! – Est.
- Prénom – En tirant.
- Se promène dans le bois – Réserve bien des surprises.
- Court dans le mauvais sens – Permettent de compter les coups – Bande.
- Fleuve – Poisson.
- Filet de pêche – Interjection – Monte à l'envers.
- Seuls, ils ne sont pas grand-chose – Il n'est pas seul.
- Il y en a plus – Bien mise.
- Bien rond – Pour plus tard.

- Bien à l'écart.
- Partie comme l'autre – Prénom.
- Monnaie – Chanteuse américaine.
- Symbole – Piquées.
- C'est l'enfer! – Répété au petit – Son nom.
- Pas à vous – Sur le point de craquer – Canadienne.
- Capable de raser – Roule mal au son.
- Attend la main – Pas mauvais.
- Mal – Drôle d'état – Bête.
- Infinifif – N'ont donc pas de succès – N'a pas d'ordre à recevoir.
- Pour l'or et l'argent – Américain – En gare.
- Fleur – Pleins – Question.
- Abri – Ouverte.
- Merveilleuses – S'éloigner un peu.

SOLUTION du dernier numéro

1	B	O	U	C	H	E	A	B	O	U	C	H	E		
2	O	U	H	E	R	S	E	S	R	I	S	E			
3	L	A	S	E	R	I	D	E	S	P	S				
4	I	N	A	V	O	I	R	O	U	S	S	E			
5	V	I	A	R	O	T	I	S	S	E	R	E			
6	A	N	A	L	O	G	I	E	S	E	R	E			
7	R	I	T	E	R	S	J	I	S	O	L	E			
8	C	O	R	A	N	T	O	R	C	O	D				
9	C	H	U	I	N	T	E	R	V	I	S	T	O	L	E
10	E	T	E	S	S	A	N	S	C	O	E	U	R		
11	A	S	T	I	L	I	P	E	C	A					
12	L	O	T	O	R	I	O	U	S	S	E				
13	F	R	I	G	O	D	E	N	L						
14	A	E	I	F	R	E	L	L	I	N					
15	S	C	I	E	N	E									