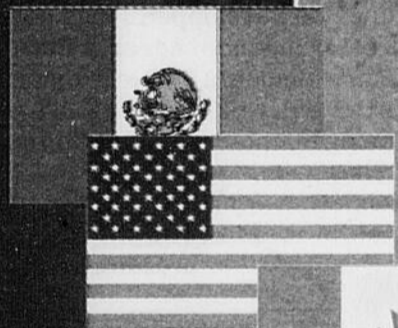


LIBRE - ÉCHANGE

PORTE
OUVERTE

SUR
L'AMÉRIQUE
DU NORD



le QUOTIDIEN

21^e

CAHIER



ÉCONOMIQUE



Comment faire des affaires au Mexique?

MONTREAL (PC) — Comment pénétrer le marché mexicain? Quelles stratégies adopter?

Ces questions, et bien d'autres, commencent à hanter de plus en plus de dirigeants d'entreprises québécoises. Avec l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange nord-américain le 1er janvier dernier, incluant maintenant le Mexique, certains croient qu'il est peut-être temps de s'intéresser à ce nouveau marché de près de 90 millions d'habitants.

Mais par où commencer? Selon Jean-Pierre Naud, responsable du module de consultation en gestion stratégique et opérationnelle de Samson Bélair Deloitte & Touche, celui qui veut faire des affaires au Mexique se butera dès le départ à un problème majeur: l'absence d'informations sur le marché domestique. «Au Mexique, tu n'as pas une infrastructure d'information comme on en trouve une ici ou aux États-Unis», confie M. Naud.

«Seulement identifier les principaux joueurs sur le marché mexicain dans la fabrication ou la distribution de tel ou tel produit, c'est compliqué.»

Ici, les sources d'informations privées et gouvernementales sont multiples. Mais au Mexique, ce n'est pas aussi facile. «Là-bas, tu as des centaines de milliers de petites PME. T'as de la misère à avoir un répertoire et il n'existe pratiquement pas d'association industrielle forte.»

Dans un tel contexte, dit Jean-Pierre Naud, «la seule façon d'y arriver, c'est de pénétrer les réseaux d'affaires». Au Mexique, comme dans plusieurs autres pays, d'ailleurs, les rela-

tions d'affaires se font davantage sur une base personnelle et exigent des contacts plus personnalisés.

Pour accélérer la prise de contact, on pourra utiliser les services de sociétés de conseillers en gestion ou encore ceux du consulat mexicain ici.

Selon M. Naud, une PME qui s'intéresse au marché mexicain devra prévoir au moins 50 000 \$ en dépenses et frais de déplacements divers. Et c'est sans compter le temps.

Un partenaire

Il y a donc, de l'avis de M. Naud, une règle à peu près incontournable pour faire des affaires au Mexique: se trouver un partenaire mexicain. «L'entreprise québécoise qui veut aller là-bas seules trouvera cela long et très coûteux. La meilleure façon, c'est avec un partenaire mexicain.»

De plus, l'entreprise d'ici devra prendre en compte un autre élément de l'équation. Le Mexique importe de plus en plus de produits mais ses exportations ne progressent pas au même rythme. Pour cette raison, la compagnie qui ne souhaite que commercialiser là-bas ses produits se butera à plus de difficultés que celles qui songent à établir là-bas une usine de fabrication. «Il sont extrêmement ouverts si tu veux ouvrir une usine sur place», dit-il.

«Pour maximiser les chances de réussir, il faut donc avoir un partenaire mexicain et fabriquer sur place les produits», résume M. Naud. Il affirme qu'il y a là-bas beaucoup de gens désireux de faire des affaires mais qui cherchent du savoir-faire technologique.

S'adapter ou s'entêter

Notre région connaît certaines difficultés à remonter la pente, par suite de la dernière récession économique. Le climat actuel de morosité n'aide sûrement pas la situation de nos entrepreneurs.

Après quatre ans et demi d'absence de la région à travailler avec des industriels et des investisseurs de différents coins du pays, il m'a été permis de constater ce que recherchaient les promoteurs dans leur choix d'investir dans une région de préférence à une autre...

La disponibilité des ressources compétentes, la proximité des approvisionnements et de la clientèle, ainsi que la présence d'énergie à bon marché, représentent toujours des facteurs d'attraction pour plusieurs investisseurs. Cependant, compte tenu du fait que ces éléments sont aujourd'hui présents dans plusieurs régions du globe, d'autres critères sont aussi considérés.

La garantie d'un climat social stable, une qualité de vie intéressante et, sous certains aspects, un intérêt marqué de la population à recevoir l'investissement, sont maintenant des critères recherchés dans le choix d'un site. Vue de l'extérieur, notre région ne répond pas à plu-

sieurs d'entre eux. L'émission de télévision «Le Point», présentée il y a quelques mois sur le Saguenay-Lac-Saint-Jean, laissait entrevoir une région déchirée avec des intervenants économiques incapables de s'entendre sur le moindre sujet. Pire encore, on a profité de l'occasion pour projeter aux téléspectateurs du Québec l'image d'une région divisée par un esprit de clocher digne du «Temps d'une paix»!

On parle fréquemment de qualité totale de stratégie globale et de mise en marché internationale, mais on oublie de soigner notre image. Le discours de nos intervenants régionaux n'arrive pas à se traduire en action concrète. Notre région est en compétition avec tous les autres du Canada en ce qui a trait aux grands projets et, dans le contexte actuel, nous ne sommes pas en mesure d'affronter la concurrence. Le défi premier de nos intervenants régionaux est de trouver une façon commune de «vendre» la région auprès des promoteurs. Ces intervenants devront être dégagés des considérations locales. Ils devront faire valoir les bienfaits globaux de notre région et laisser le choix de l'empla-

cement final à l'entreprise.

Nous ne pouvons plus nous permettre d'être ou de paraître divisés. L'union régionale doit devenir notre fer de lance afin de pouvoir mettre dans la balance l'immense potentiel de notre région. C'est une condition essentielle de réussite dans ce nouveau contexte de globalisation. C'est ainsi que doit débiter la modification des attitudes voulant que chaque petit roi doit posséder son propre empire, car pendant ce temps les projets nous filent entre les doigts et le chômage prend racine. Notre région peut certes concurrencer avec beaucoup d'autres, mais en être convaincus en suffit pas, il faut être en mesure de le démontrer de façon frappante et sans équivoque. Il faut prouver que nous offrons plus d'avantages comparativement aux autres.

Nous devons arrêter de projeter l'image des Gaulois au temps d'Astérix qui n'ont pas besoin de personne pour se développer. Nous devons nous consacrer à être les meilleurs et à le projeter; et pour cela, il ne faut plus compter sur une potion magique...

Claude Gagnon
président-éditeur.

Le jeu en vaut-il alors la chandelle? Selon M. Naud, la situation évolue très rapidement au Mexique. Celui qui tâte le terrain dès maintenant aura une

longueur d'avance.

Tâter le terrain ou «tester l'eau», comme dit M. Naud, en guise de première étape. Avant de se lancer tête baissée dans

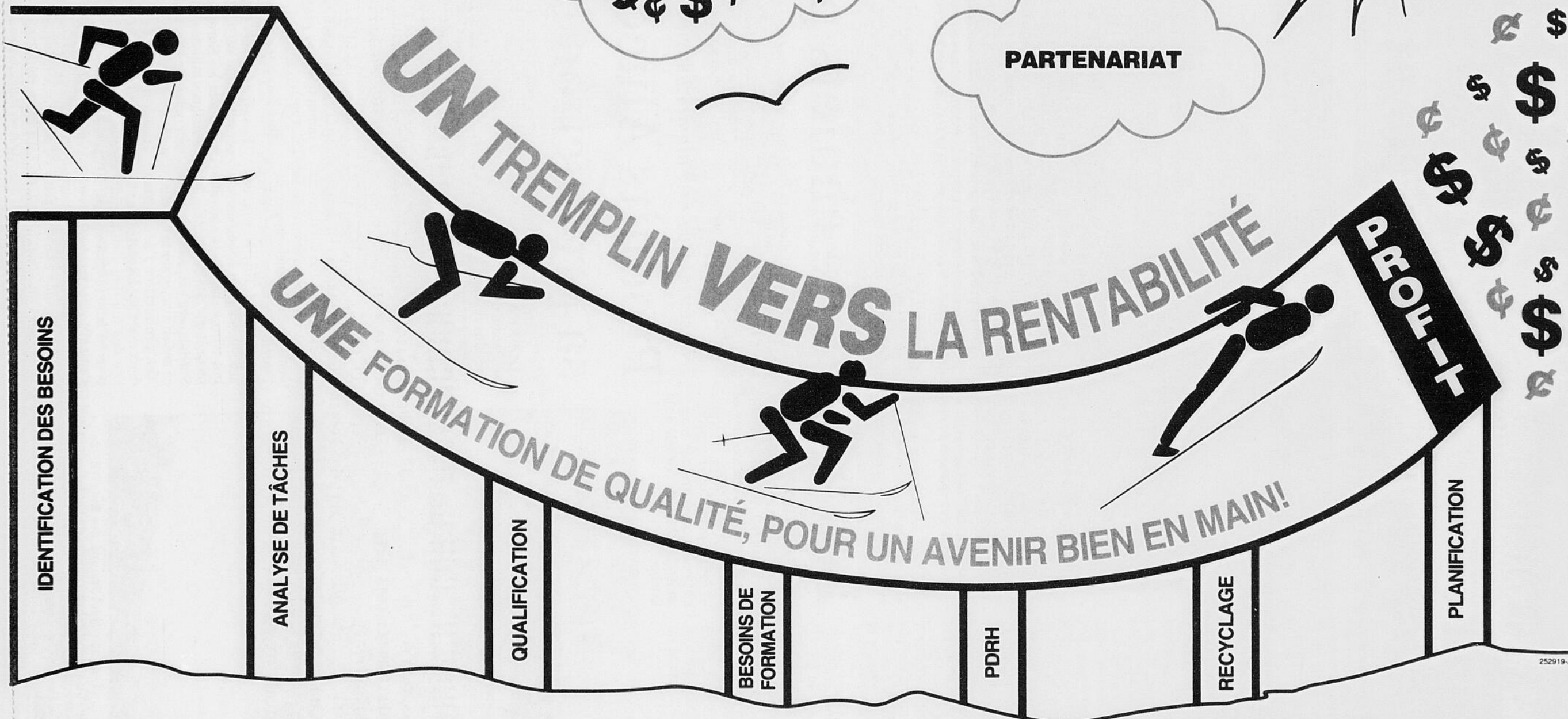
l'aventure, il vaut mieux selon lui faire des premiers essais sur le marché mexicain avec une gamme réduite, en variété et en quantité, de produits.

INDEX DES ANNONCEURS

Service d'éducation des adultes.....P. 3	Hydro-Québec.....P. 19	Dallaire Equipement.....P. 37
Fédérations des Caisses populaires	Place du Royaume.....P. 20	Gilles Emond Meubles.....P. 38-39
Desjardins du Saguenay –	Fédération des Caisses populaires	FSSA.....P. 41
Lac-Saint-Jean.....P. 5	Desjardins du Saguenay –	Proco Enr.....P. 43
Association Centre Mondial du	Lac-Saint-Jean.....P. 21	Alcan Jonquière.....P. 45
Commerce Québec Beauport Inc.....P. 6	Frigo Temp Inc.....P. 23	Groupe Giroux Maçonnerie.....P. 46
Micro Ordinateur Lavoie.....P. 6	Groupe Pagex.....P. 25	Le Quotidien.....P. 48
Potvin Tremblay Meubles.....P. 7	Improthèque.....P. 26	Métaux J.V.M.....P. 49
Solution Publicité.....P. 8	Servac S.L. Inc.....P. 27	Corporation développement économique
Kenworth St-Félicien.....P. 9	Autos L.P. Tremblay.....P. 28	de Chicoutimi.....P. 50
Imprimerie L.T.....P. 11	Industries Tanguay Inc.....P. 29	Cégep de Jonquière.....P. 51
Groupe Giroux Maçonnerie.....P. 12	Mouvement Desjardins.....P. 30	Fenêtres et Clôtures GTL.....P. 53
Librairie Leclerc.....P. 13	Fromagerie St-Laurent.....P. 31	Port Saguenay.....P. 55
Solution Publicité.....P. 14	Raoul Blackburn Ltée.....P. 32-33	Glenayre Communications.....P. 57
Boutique Charles & Charly.....P. 15	Papeterie A & D.....P. 34	Chapitre AVA Saguenay.....P. 58
Scotia McLeod.....P. 17	Mine Niobec.....P. 35	Technosoude.....P. 59
Servidéo Chicoutimi.....P. 18	R.D. Electrique.....P. 36	Bois Franc du Lac.....P. 61
		Cégep de Chicoutimi.....P. 63
		Nutrinor.....P. 64

SERVICE AUX ENTREPRISES

ÉQUIPE DE CONSULTANTS



UN GROUPE DE CONSULTANTS EXPÉRIMENTÉS
 SERVICE **VRAIMENT** EXCEPTIONNEL!

BERTRAND TREMBLAY
 COORDONATEUR

698-5100

Conception JYS



Déjà présent aux Antilles

Bois BRS lorgne le Mexique et l'Argentine

LA BAIE (JSTP) — Les entreprises Bois BRS de La Baie n'ont pas attendu l'entrée en vigueur des différents traités de libre-échange pour exporter leurs produits à l'étranger.

L'entreprise baieriveraine, spécialisée dans la construction de chalets préfabriqués, brasse en effet des affaires en Guadeloupe et en Martinique depuis 1992, après que les copropriétaires, Réal Simard, Jean-Noël Simard et Marc-André Racine aient repris en main la défunte entreprise Bois BG. Cette dernière avait déjà tissé de bons liens d'affaires avec ces deux îles des Antilles et les trois hommes d'affaires ont poursuivi dans la même veine. Ils ne s'arrêtent pas là. Outre le marché local (lire au Québec), Bois BRS lorgne le Mexique et l'Argentine. Des pourparlers ont été amorcés avec ces deux pays et ils attendent des réponses.

L'entreprise baieriveraine a réussi à acquérir une bonne réputation auprès des Martiniquais et des Guadeloupéens grâce à la solidité de son produit face aux cyclones et aux tremblements de terre. De plus, l'Université du Québec à Chicoutimi effectue des recherches pour augmenter la résistance des bâtiments aux cyclones. Rapides à assembler, les maisons qu'ils acheminent offrent en outre l'avantage d'être fraîches pour les occupants, ce qui n'est pas le cas des maisons en ciment que l'on retrouve en majorité là-bas.



POPULAIRES — Les résidences prêtes à assembler que fabrique l'entreprise baieriveraine Bois BRS sont très appréciées en Guadeloupe et en Martinique pour leur fraîcheur et leur solidité.

En 1992, l'exportation de maisons pour la Guadeloupe représentait un chiffre d'affaires de

250 000 \$. «Ca représentait 90 pour cent de notre production», mentionne Jean-Noël Simard.

Mais pour qui veut se lancer dans les affaires sur l'échelle internationale, il faut savoir

s'adapter aux autres cultures et façon de faire. Ainsi, dans des pays comme la Guadeloupe et la Martinique, la notion du temps diffère légèrement de la nôtre tout comme la façon de diriger la main-d'oeuvre. Par exemple, les délais pour obtenir le financement de la maison sont plus longs, de quatre à cinq mois tandis qu'ici, c'est davantage une question de jours ou au pire de semaine, expliquent MM. Simard.

Il en va de même pour les permis de construction. «Nous avons un peu manqué d'expérience», concèdent-ils.

L'entreprise a d'ailleurs diminué ses exportations l'an dernier afin de remanier sa structure pour corriger la situation en s'adaptant à la façon de faire du pays tout en maintenant un service et un produit de qualité. «Il y a un gros potentiel là-bas, surtout en Martinique, et je crois que cette année, ce sera encore meilleur qu'en 1992», estime Jean-Noël Simard.

Les ventes de chalets progressent

LA BAIE (JSTP) — S'ils se tournent vers le marché international, Bois BRS n'ont pas l'intention d'abandonner la production au Québec.

L'entreprise baieriveraine s'attend à connaître une bonne année dans la vente de chalets au Québec.

Les terrains attribués par le ministère d'Énergie et Ressources dans le secteur du lac Kénogami, les Laurentides et la région de Québec constituent

quelques-unes des clientèles ciblées. Mentionnons enfin que Bois BRS ne semble pas avoir de limite pour livrer leur produit. Réal Simard signale qu'ils ont

récemment livré un chalet prêt à assembler dans le Grand Nord canadien par hélicoptère car le lieu était inaccessible par voie terrestre.

Transformation de l'aluminium

Produits Aluco vend toute sa production en Europe

par Lise Fortin

DOLBEAU (LF) - L'entreprise Produits Aluco de Dolbeau sort des sentiers battus dans le domaine de la transformation de l'aluminium, en vendant toute sa production en Europe.

La nouvelle entreprise, qui est en opération depuis un an, créera 12 emplois permanents dans le milieu. Auparavant, les entrepreneurs devront prendre à leur charge la formation du personnel. Il n'existe actuellement aucun travailleur formé dans le domaine de la transformation de l'aluminium. Le président-directeur général, Guy Néron, est actuellement en Suède dans le but d'importer de la nouvelle technologie. En ce domaine, les Suédois seraient, selon lui, quinze ans en avance sur le Canada.

La production d'Aluco vise deux marchés. L'entreprise utilise des feuilles d'aluminium pour en faire un produit fini. Il s'agit d'équipements destinés aux lamineurs et, d'autre part, de l'équipement de sécurité pour le transport routier et forestier.

Le directeur Néron affirme

que pour les équipements de laminage, les carnets de commande sont bien garnis. «Tout ce que l'on fabrique, on l'envoie en Europe», affirme Guy Néron.

Actuellement les dirigeants sont en pleine construction. La nouvelle usine de production devrait être prête sous peu. «Si on me livre pas l'usine, je ne serai pas capable de répondre à la demande», croit Guy Néron. Déjà des centaines de machines à laminage sont parties vers l'Europe.

Des Européens réjouis

Les équipements d'Aluco ont constitué une véritable découverte pour les Européens. «Les techniques utilisées, en Europe, sont celles que l'on employait il y a 15 ans», de dire Guy Néron. Grâce à une intervention stratégique, le groupe de Dolbeau a réussi à intéresser les Européens à leur production. Ils sont venus à Montréal voir de leurs propres yeux les produits d'Aluco et sont repartis réjouis.

La production d'Aluco est vendue en Belgique, en Angleterre,

en France, en Italie et en Espagne.

«Depuis que nos produits sont vendus, il s'est ouvert 20 boutiques de laminage à Paris», affirme Guy Néron.

Un réseau de distribution assurera aussi le marché du Québec, des Maritimes, de l'Ouest canadien et de l'Ontario. A compter du mois d'avril, Aluco devrait élargir son réseau de distribution aux États-Unis.

Une machine de laminage se vend 12 500 \$ sur le marché. L'an passé, l'entreprise n'a pu répondre à la demande. Plusieurs raisons justifient cela: les installations inadéquates, le personnel non formé. L'entreprise a investi jusqu'à maintenant 75 000 \$ pour la formation de la main-d'oeuvre et 94 000 \$ en recherche et développement. L'usine aura une superficie de 7000 pieds carrés.

D'autre part, Aluco fabrique aussi des équipements de sécurité pour le transport routier et forestier. Le voyage en Suède servira à ramener de l'expertise principalement dans le domaine forestier.



POTENTIEL — Réal et Jean-Noël Simard, des Bois BRS de La Baie, tiennent ici l'un des nombreux plans de chalets ou résidences prêts à assembler qui ont été livrés. Ils s'attendent à connaître une bonne année dans l'exportation de leur produit aux Antilles.

(Photo Sylvain Dufour)



Caisse populaire Desjardins de Saint-François-Xavier

UNE INSTITUTION SOLIDE ET SÉCURITAIRE

DE 102 000 000 \$ D'ACTIF



Jean-Yves Provencher
Directeur général

NOUVEAU SERVICE

Toujours soucieuse de répondre efficacement aux besoins de ses membres, la caisse a mis sur pied en janvier dernier un tout nouveau service d'information référence.

Ce service qui favorise une approche conseil personnalisée vous est offert à domicile, sur rendez-vous. Vous désirez obtenir plus d'information sur les différents services offerts à la caisse. Vous avez besoin de conseils judicieux et ne savez pas à qui vous référer pour un besoin particulier? N'hésitez surtout pas... contactez-nous!

RELOCALISATION

Centre de services Rivière-du-Moulin

Pour améliorer la qualité des services et en favoriser une plus grande accessibilité, les membres du conseil d'administration ont décidé de relocaliser le centre de services Rivière-du-Moulin. C'est au cours de l'été prochain, que le nouveau centre sera ainsi relocalisé dans le même secteur.

3 PLACES D'AFFAIRES ET UN SERVICE AUX ENTREPRISES



Siège Social

475, rue Racine Est
Chicoutimi

Centre de services Saint-Paul

741, boulevard Barrette
Chicoutimi



Centre de services Rivière-du-Moulin

1470, boulevard
Saguenay Est
Chicoutimi

3 GUICHETS AUTOMATIQUES ET 1 GUICHET HORS SITE

Chaque place d'affaires possède son guichet automatique.
Un guichet hors site est également à votre disposition:

PLACE BÉGIN
950, avenue Bégin, Chicoutimi



Marcel Boivin
Président

ÉLECTION DES DIRIGEANTS

Suite à l'assemblée générale du 25 janvier 1994 et des assemblées des trois conseils de la caisse, ces conseils se composent comme suit:

Conseil d'administration:

Marcel Boivin
président
Gérard Croft
vice-président
Hélène Larouche
secrétaire

Fernand Martel
administrateur
André Tremblay
administrateur
Marc Bouchard
administrateur

Guylaine Bergeron
administratrice
Bernard Lapointe
administrateur
Rodolphe Girard
administrateur
Marc Bouchard (F)
administrateur
Claude Bédard
administrateur

Conseil de surveillance:

Joachim Girard
président
Suzanne Poirier Bédard
secrétaire
Guy Paradis
conseiller

Commission de crédit:

Robert Châteauneuf
président
Maurice Dionne
secrétaire
Louis-Albert Duguay
commissaire



**Caisse populaire Desjardins
de Saint-François-Xavier**
L'incroyable force de la coopération



En 1993, dans la région

L'entretien des routes a coûté 2 millions \$ de plus

JONQUIÈRE (CD) — Certes, il n'y a pas d'autoroute, mais le Saguenay—Lac-Saint-Jean bénéficie tout de même d'un bon réseau routier.

Yvan Tremblay, directeur du territoire Saguenay—Lac-Saint-Jean (ouest)/Chibougamau du ministère des Transports du Québec, et Gilles Labarre, directeur du territoire Saguenay—Lac-Saint-Jean (est), affirment que le réseau est loin d'être déficient justement parce qu'il est constamment amélioré.

En 1993-94, du côté ouest, un montant de 17 024 000 \$ a été dépensé pour la réfection des routes. Du côté est, le montant s'élève à 33,5 millions \$. Compa-

tronçon Jonquièrre/St-Bruno comptent encore parmi les grands projets.

«Mais ces réalisations dépendent des disponibilités financières du ministère», disent-ils. Quant à savoir quels projets le ministère développera dans la région, à court terme, Yvan Tremblay et Gilles Labarre restent muets sur le sujet. «Les propositions de programmation ont été déposées l'automne dernier. On verra ce qui sera accepté au moment de la présentation du prochain budget», se contentent-ils de dire.

Une chose est certaine, selon les responsables du ministère, notre réseau routier répond bien aux besoins de la population. Mais, ils notent tout de même des déficiences. «Il y a effectivement place à l'amélioration». Par exemple, ils mentionnent que la 175 et la 169 ont besoin d'être encore améliorées. «Il ne faut pas oublier qu'on a investi encore 7 millions dans le parc et 3,2 millions sur la 170», rappellent-ils. Evidemment, notre réseau routier a encore des points faibles: des courbes à améliorer, du pavage à refaire, des voies lentes à ajouter...

Plaintes

En raison de l'hiver rigoureux qu'on a connu, les plaintes ont fusé au bureau du ministère des Transports. Jusqu'à présent, le ministère a dû mettre 2000 tonnes de sel de plus que l'an dernier à pareille date. A moins d'avoir un printemps très hâtif, la facture sera donc supérieure à l'an dernier.

Effectivement, l'année dernière, pour l'entretien d'hiver, le ministère a déboursé 5,5 millions

de dollars. Les prévisions, pour 1993-94, sont de 6,3 millions.

Lorsque le mercure se situe en bas de -10 et de -15 degrés celsius, il faut neuf fois plus de sel pour faire fondre la même quantité de glace qu'à -1. «Et le succès est loin d'être toujours évident, disent les porte-parole. Encore faut-il qu'il y ait un volume de circulation suffisant pour que le sel donne un certain effet.»



CATHERINE DELISLE



Yvan Tremblay



Gilles Labarre

rativement à l'année précédente, c'est au moins 2 millions de dollars de plus qui ont été dépensés pour l'entretien du réseau routier au Saguenay—Lac-Saint-Jean.

Du côté ouest, on note des améliorations sur les routes pour un montant de 4,45 millions \$, l'ajout de voies lentes à St-François-de-Sales pour 1,7 million \$, des travaux de réfection pour 2 035 000 \$ à La Doré, St-Félicien et St-Méthode. L'entretien a coûté 5 075 000 \$. En salaires, le ministère a versé 3 074 000 \$.

Du côté est, on a apporté des améliorations au réseau pour 19,5 millions \$. L'entretien des chemins a coûté 7 millions \$. Le montant des salaires versés s'élève aussi à 7 millions \$. C'est surtout la route 175 qui a bénéficié des investissements. **Orientation**

Les porte-parole admettent que l'orientation du ministère vise le maintien des acquis. «Il faut se rendre à l'évidence, disent-ils, le gouvernement n'a pas d'argent. On peut donc difficilement penser qu'on développera le réseau... à moins, bien sûr, qu'il y ait une volonté politique.»

Compléter le lien routier entre Alma et La Baie et finaliser le

6 — 21^e Cahier Économique, LE QUOTIDIEN, samedi 26 février 1994

Micro Ordinateur Lavoie Inc.

MOLI

RÉPARATION DE TOUTES MARQUES

ENTRETIEN D'ORDINATEURS ET D'IMPRIMANTES DE TOUTES MARQUES

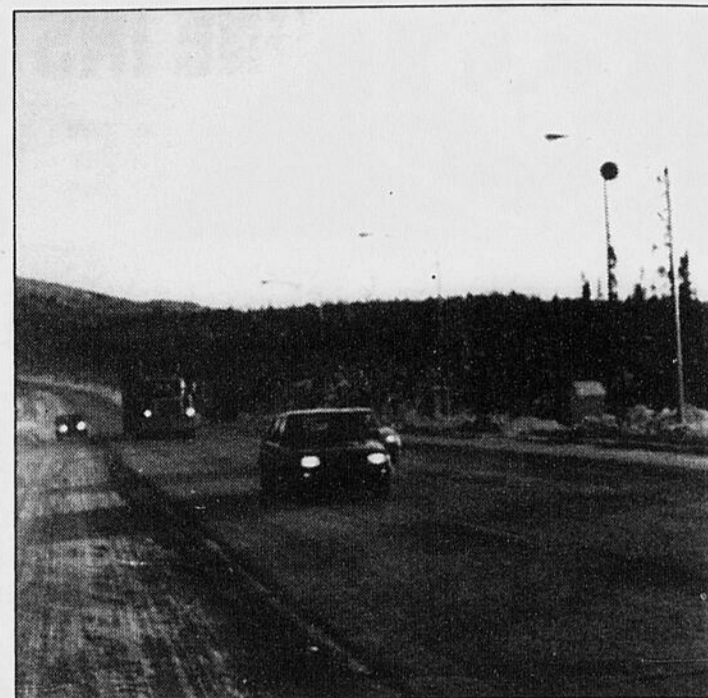
SPECIALITÉS

- Réseaux • Points de vente
- Téléphonie
- Installation • Formation
- Logiciels • Rubans d'imprimantes

549-6140

DEPOSITAIRE LASER

531, Bégin, Chicoutimi, G7H 4N7 Télécopieur: 549-0937



ROUTES — A ce jour, en raison de l'hiver rigoureux, le ministère des Transports a dû mettre quelque 2000 tonnes de sel de plus sur les routes régionales.

Votre réseau mondial d'affaires

- Aarhus • Abidjan • Adelaide • Amman • Manchester • Manille • Marseille • Melbourne
- Amsterdam • Anchorage • Antwerp • Athènes • Metz • Mexico • Miami • Milwaukee
- Atlanta • Baltimore • Bangkok • Barcelone • Bari • Montpellier • Montréal • Moscou • Nantes
- Bâle • Beijing • Bilbao • Bogota • Boston • New York • Norfolk • Nouvelle-Orléans
- Bremen • Bridgeport • Brisbane • Novosibirsk • Orlando • Oslo
- Bordeaux • Bornéo • Bruxelles • Ottawa • Oxnard • Panama • Paris
- Budapest • Buenos Aires • Perth • Pernambuco • Phoenix
- Le Caire • Cali • Caracas • Pittsburgh • Pointe-à-Pitre
- Casablanca • Changhaï • Ponce • Portland • Porto
- Charleston • Chattanooga • Prague • Providence
- Chicago • Columbus • Québec • Raleigh-Durham
- Copenhague • Caracas • Rio Grande • Rostock
- Chypre • Denver • Detroit • Rotterdam • Saint-Domingue
- Djakarta • Dubai • Dusseldorf • St-Paul • St-Petersbourg
- Edmonton • Eindhoven • San Antonio • San Francisco
- Fort-de-France • Fort-Lauderdale • San Jose • Santiago • Sao Paulo
- Genève • Gènes • Glasgow • Schenectady • Seattle • Seoul
- Gothenburg • Great Falls • Séville • Shenzhen • Singapour
- Greensboro, Caroline du Nord • Grenoble • Sofia • Split • Stockholm
- Guadalajara • Halifax • Hambourg • Hannover • Strasbourg • Stuttgart • Surabaya
- Hong Kong • Honolulu • Houston • Irvine • Sydney • Tacoma • Taichung • Taipei
- Istanbul • Jacksonville • Johannesburg • Tampa Bay • Tel Aviv • Tianjin • Tokyo
- Jonkoping • Kansas City • Kaohsiung • Karachi • Tolède • Toronto • Trinidad et Tobago • Tunis
- Kuala Lumpur • Lagos • Las Palmas • Las Vegas • Valence • Vallée du Rhin • Vancouver • Vicence
- Le Havre • Leipzig • Lexington • Lille • Lima • Washington • Wichita • Wilmington, Delaware
- Lisbonne • Ljubljana • Londres • Los Angeles • Wilmington, Caroline du Nord • Wuhan • Zagreb
- Luxembourg • Lyon • Macao • Madison • Madrid • Zurich

- REGROUPANT PLUS DE 400 000 SOCIÉTÉS MEMBRES.
- OÙ CIRCULENT ENTRE 500 À 600 OCCASIONS D'AFFAIRES QUOTIDIENNEMENT.
- PRÉSENT DANS 258 VILLES MAJEURES SUR LES CINQ CONTINENTS.

DEMANDE DE RENSEIGNEMENT

Pour plus d'information, complétez et postez ce coupon

LES SERVICES DE L'ASSOCIATION DU CENTRE MONDIAL DU COMMERCE M'INTÉRESSENT, VEUILLEZ M'EXPÉDIER LE FORMULAIRE D'ADHÉSION

JE DÉSIRE RECEVOIR VOTRE POCHEtte D'INFORMATION

J'AIMERAIS QUE L'ON ME CONTACTE POUR PRENDRE RENDEZ-VOUS AFIN DE DISCUTER DES SERVICES DISPONIBLES POUR MON ENTREPRISE

ENTREPRISE _____

NOM _____

ADRESSE DU SIÈGE SOCIAL _____

TÉLÉPHONE * _____ PERSONNE À CONTACTER _____

DATE _____ VILLE _____

TÉLÉCOPIEUR _____ FONCTION _____

SIGNATURE _____

L'ASSOCIATION DU CENTRE MONDIAL DU COMMERCE QUÉBEC-BEAUPORT INC.

WORLD TRADE CENTER ASSOCIATION QUÉBEC-BEAUPORT

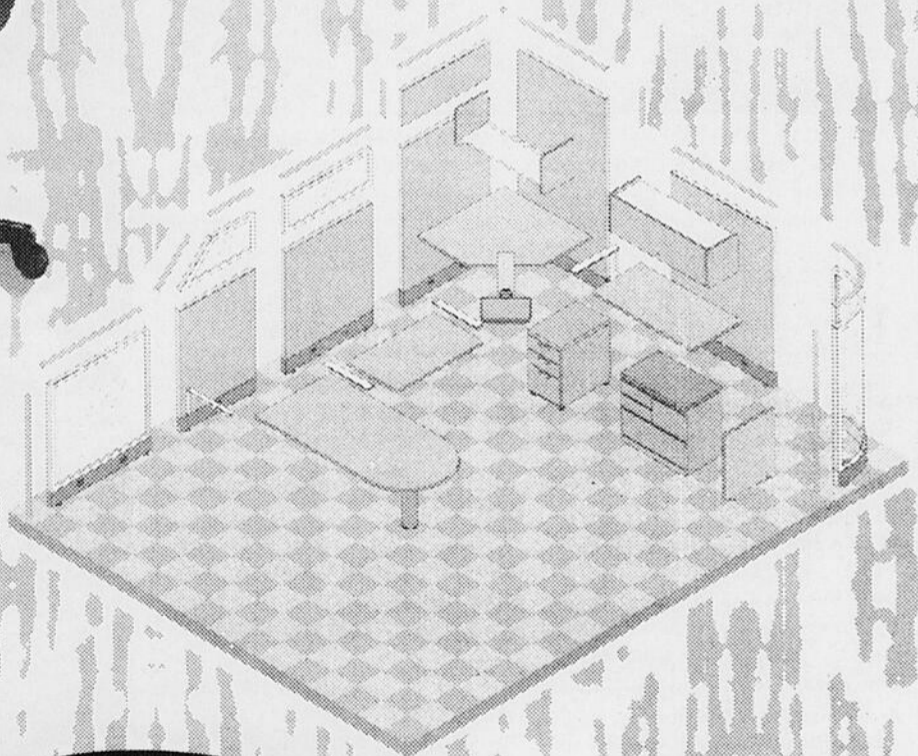
10, rue de l'Hôtel-de-Ville
C.P. 5187, Beauport (Québec)
Canada G1E 6P4
Tél.: (418) 666-6136
Fax: (418) 667-8936
Sans frais: 1-800-561-8793

POTVIN TREMBLAY

M E U B L E S

DIVISION COMMERCIALE

DES SYSTÈMES DE BUREAU COMPLET
conçu pour vos besoins...



POTVIN TREMBLAY

M E U B L E S

1685, BOUL. TALBOT, CHICOUTIMI / 545-4667

21e Cahier Economique, LE QUOTIDIEN, samedi 26 février 1994 - 7

254198



Acquisition des fermes

L'Etat devrait aider les jeunes

DELISLE (CC) - La relève dans le secteur agricole ne constitue plus un problème en soi, mais il est urgent de mettre en place des mécanismes qui faciliteront l'acquisition des fermes par les jeunes et les aideront à les rentabiliser.

C'est dans cette optique que l'Union des producteurs agricoles (UPA) du Québec a soumis récemment au gouvernement, par le biais de la table provinciale de concertation sur l'agriculture, une série de mesures qui touchent surtout la politique de financement des

fermes et qui garantiraient des taux d'intérêt maximum aux jeunes agriculteurs.



CÔTÉ

Faisant le point sur la situation de la relève agricole, Benoit Harvey, président de la Fédération régionale de l'union des producteurs agricoles du Saguenay-Lac-Saint-Jean, se réjouit de la position ainsi adoptée par l'UPA qui, selon lui, a compris la nécessité pour les jeunes agriculteurs de bénéficier d'une aide au niveau des taux d'intérêt. La relève en agriculture ne représente peut-être pas un problème depuis 10

ou 15 ans, mais pour réussir à s'établir sur une ferme les jeunes ont besoin non seulement d'une bonne formation académique, mais aussi d'aide financière, a-t-il confié, en insistant sur la nécessité d'un crédit agricole approprié aux réalités des années 90.

Souhait

Ainsi, l'UPA voudrait que la durée du prêt soit de 15 ans tout au plus et que le montant maximum soit augmenté de 50 000 \$ pour être porté à 250 000 \$. Elle souhaite aussi que, dans le cas d'un projet d'établissement, un jeune puisse bénéficier d'un taux d'intérêt maximum de 6 pour cent pour les cinq premières années. Par contre, pour les projets d'expansion et de durabilité (rénovation), l'UPA recommande que le taux d'intérêt soit pla-

onné à 8 pour cent pour les cinq premières années. Enfin, en ce qui a trait aux projets de renouvellement (machinerie), le plafond des taux d'intérêt devrait, selon l'UPA, être de 12 pour cent pour toute la durée du prêt.

Et, comme politique d'aide à l'établissement, l'UPA recommande les subventions suivantes, à être réparties sur trois ans: 20 000 \$ au jeune agriculteur qui décroche un diplôme d'étude collégiales (DEC) en agriculture; 15 000 \$ à celui qui obtient un diplôme d'enseignement professionnel (DEP) en agriculture; et 10 000 \$ à celui qui possède un diplôme d'études secondaires (DES).

Fonds de pension

Au Saguenay-Lac-Saint-Jean, la valeur moyenne des fermes se situe entre 600 000 et 800 000 \$ et,

pour la plupart des propriétaires, il s'agit d'un investissement de toute une vie et, par conséquent, de leur fonds de pension.

C'est vraiment à ce niveau que se situe le problème, selon Benoit Harvey qui comprend le déchirement de bien des pères de famille qui sont forcés de démanteler leur entreprise pour la vendre ou qui doivent la céder à rabais à un enfant et renoncer pratiquement à leur fonds de pension.

Le gouvernement pourrait, selon le président régional de l'UPA, aider à solutionner en grande partie ce problème en garantissant (au même titre qu'un prêt hypothécaire dans une institution financière) un prêt consenti par un parent à un enfant qui achète son entreprise agricole.



BENOIT HARVEY est le président de la Fédération régionale de l'union des producteurs agricoles du Saguenay-Lac-Saint-Jean.

Selon l'Ecoindicateur

La reprise amorcée devrait se poursuivre

MONTREAL (PC) — Les exportations devraient continuer à alimenter la reprise économique canadienne qui a poursuivi sa croissance à un rythme annualisé de 2,0 pour cent au quatrième trimestre de 1993, selon l'Ecoindicateur de la Banque Royale.

L'augmentation soutenue de l'indice composé d'indicateurs avancés confirme les prévisions de la Banque que la reprise se poursuivra, bien que lentement par comparaison aux cycles de référence passés.

«Si cinq des sept composantes de l'Ecoindicateur ont progressé dans les derniers mois de l'an dernier», explique l'économiste Earl Sweet, «seulement deux ont sensiblement augmenté. Force est donc de constater que l'économie cana-

dienne ne tourne pas encore très rond».

C'est l'indicateur de la masse monétaire qui a connu la plus forte croissance. L'indicateur des exportations a continué à grimper à un rythme soutenu. Les exportations ont été une des forces motrices de l'économie pendant l'année écoulée et elles resteront probablement en tête en 1994 à mesure que les nouvelles commandes continueront de dépasser les stocks.

La forte augmentation de 5,9 pour cent du PIB réel des Etats-Unis pendant le quatrième trimestre de 1993 — particulièrement sensible dans les mises en chantier et les ventes d'automobile — a aidé à dynamiser les exportations canadiennes.

SOLUTION

MAGIQUE

Aménagement de salle pour EXPO HABITAT 93



Stand "sur mesure" (BAC-GÉANT) réalisé pour MRC DU FJORD DU SAGUENAY

Quand les mots "STAND D'EXPOSITION" nous viennent à l'esprit, un nom apparaît comme par enchantement, SOLUTION PUBLICITÉ. Une équipe de professionnels, magiciens de l'espace, conçoit, aménage, installe, vend et loue des stands d'exposition qui envoûteront vos clients. Ajoutez un peu de solution magique à vos projets d'exposition... vous verrez la métamorphose!

DE GAUCHE À DROITE:
PAUL POTVIN,
MYRIAM BOUCHARD,
OLIVIER BARRETTE,
BRUNO SIMARD
ET NATHALIE SIMARD



- STAND PERSONNALISÉ
- AMÉNAGEMENT DE SALLE
- GRAPHISME ET SÉRIGRAPHIE
- VENTE ET LOCATION
- DÉPOSITAIRE EXCLUSIF DES STANDS CLICK SYSTEM, RADIUS, LACET, SPECTRALITE, ALU MAXIM, OCTANORME, PIROUET, SWEDISPAY.



Solution publicité inc.

Consultants en communication et marketing

Le Réseau de communication - marketing

110, rue Price ouest,
Chicoutimi Qc G7J 1G8
Téléphone: 418 543-5252
Télécopieur: 418 543-6909

ATTENTION ATTENTION ATTENTION

Propriétaire de véhicules moyens et lourds, de la région du Saguenay - Lac-Saint-Jean, Chibougamau-Chapais, la compagnie



KENWORTH

Centre de Service

maintenant établie au 987, boul. Hamel à Saint-Félicien vous offre un service d'entretien et de réparation, pour tous vos véhicules quelle qu'en soit la marque.

Nous sommes ouverts six jours par semaine pour vous donner le meilleur service possible. Nous sommes aussi autorisés par Carterpillar pour effectuer les réparations sur leurs moteurs mécaniques et électroniques.

Nous avons un département de pièces qui vous offre:

**Pièces captives de marque Kenworth
Pièces Rockwell, Fuller, Eaton,
pour transmissions et différentiels.**

**Produits Bendix: compresseur d'air
valves à air, assécheurs d'air.**

**Filtre d'origine pour moteurs Caterpillar.
La gamme complète de filtres de
marque Luber Finer.**

**Pièces de freins, roulements
à billes, joints d'étanchéité.**



**FÉLICITATIONS À TOUS LES NOUVEAUX PROPRIÉTAIRES DE CAMIONS
KENWORTH DE DÉCEMBRE 1993 ET JANVIER 1994**

- Le Groupe Jules Savard, Jonquière (10 véhicules)
- Location Nolicam, Chicoutimi (6 véhicules)
- Coop de Camionnage, Saint-Félicien (2 véhicules)
- Entreprise Jean Boivin, Saint-Félicien (2 véhicules)
- Entreprise Fernand Gilbert, Chicoutimi (2 véhicules)
- Pétroles Réjean Perron, Saint-Félicien (1 véhicule)
- Béton Préfabriqué du Lac, Alma (1 véhicule)
- Transport Réjean Ménard, La Doré (1 véhicule)
- M. Daniel Migneault, Saint-Hedwige (1 véhicule)

Merci de nous donner votre confiance car c'est vous qui faites notre force!



Bien implantée dans son marché local

STAS exporte 75 % de sa technologie

CHICOUTIMI (PB) - Avant de se lancer à la conquête du monde, vaut mieux posséder un solide ancrage avec son marché local, selon Pierre Bouchard, président-directeur général et copropriétaire de STAS, une firme d'ingénieurs conseils qui réalise 75 pour cent de son chiffre d'affaires à l'étranger.

Grand voyageur, M. Bouchard assure qu'il est avant tout essentiel pour une entreprise de développer une emprise sur son marché domestique, d'y affûter son expertise, avant d'envisager exporter. «Si vous n'êtes pas capables de faire des choses pour votre propre marché, vous ne serez pas plus capables à l'étranger.»

La compagnie de Pierre Bouchard, STAS Ingénieurs

conseils, se spécialise dans la conception de machinerie de haute technologie destinée aux industries de l'aluminium et du papier. L'orientation de l'activité de STAS vers les deux principaux secteurs industriels régionaux confirme les assertions de son dirigeant.

La PME qui emploie aujourd'hui 54 personnes est née en 1987, lorsque Pierre Bouchard a quitté Unigec, une boîte qu'il avait également contribué à fonder. STAS a pu profiter du boom de la construction des alumineries au Québec, pour connaître des années de croissance précoce. «Aujourd'hui, les alumineries québécoises sont construites et équipées pour au moins 50 ans, les autres chantiers sont à l'étranger.»



PATRICE BERGERON



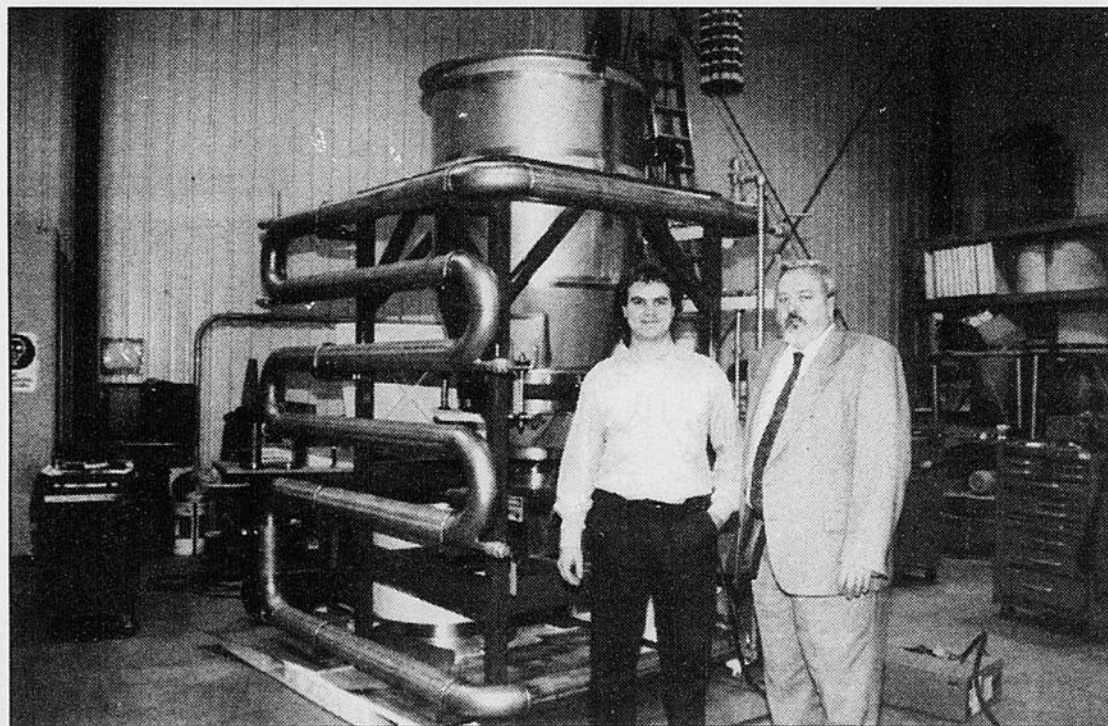
PIERRE BOUCHARD est président-directeur général de la Société des technologies de l'aluminium du Saguenay (STAS).

Exportation

C'est ainsi que STAS en est venue à lorgner l'exportation, qui accapare actuellement les trois quarts de son volume des ventes. Ayant oeuvré pour Alcan dans les années 70, M. Bouchard a d'abord conclu une entente avec la multinationale où STAS a obtenu le statut de fournisseur exclusif du matériel de traitement du métal (coulée, etc...) pour toutes les usines Alcan du globe.

L'autre volet, concentré sur les papetières, est tout récent. Il a mené à la fabrication d'une délieuse, appareil chargé de débarrasser des courroies de métal les ballots de papier recupéré qu'on recycle désormais dans les usines. Aucune n'a encore été exportée car la concurrence est vive.

«Nous ne sommes pas suffisamment prêts», d'expliquer M. Bouchard.



CUISEUR D'AMIDON — Le directeur du personnel chez STAS, Jacques Pelletier (à droite), et le chargé de projet, Christian Dufour, posent devant un cuiseur d'amidon qui sera bientôt livré à une papetière de la région.

(Photo Jeannot Lévesque)

10—21^e Cahier Économique, LE QUOTIDIEN, samedi 26 février 1994

La concurrence est féroce

Exporter, c'est s'engager

CHICOUTIMI (PB) - A ceux qui pensaient trouver l'Eldorado par l'exportation, détrompez-vous! Pierre Bouchard, dirigeant de la firme d'ingénieurs conseils STAS, soutient qu'on ne peut espérer faire des profits à court terme seulement en explorant de nouveaux horizons.

L'exportation demande pour une PME régionale un engagement constant pour retirer un bénéfice décevant en bout de ligne. Ce qui n'a cependant pas empêché STAS d'élargir ses activités, en s'appuyant sur le milieu et le support à l'entreprise.

«On est bien beaux, on est bien fins, mais les autres le sont aussi», de rappeler M. Bouchard en exposant la réalité coriace de l'économie mondiale. «Arrivez avec la meilleure technologie, le meilleur produit, et les meilleurs prix: il n'y a pas d'autres façons.» Rien de facile, donc.

Pierre Bouchard prend exemple sur son dernier voyage à Johannesburg, en Afrique du Sud, où il a finalisé la vente d'une machine de plusieurs centaines de milliers de \$. Pour arriver avec les prix de nos concurrents, il faut absorber sur nos profits les coûts de transport, qui

sont dans ce cas de 100 000 \$, de même que les coûts des voyages faits pour parapher l'entente.» En plus, il y a souvent les frais de douane à encaisser.

L'avenue s'offrant à la PME qui veut surnager reste le partenariat intensif, dont fait preuve STAS. «Les ressources sont disponibles. La région produit 15 pour cent de l'aluminium mondial. L'UQAC a des chaires industrielles, McGill aussi, et le Centre de recherche en minéraux est à Québec. STAS confie d'ailleurs les trois quarts de ses opérations de production à des sous-contractants régionaux.»

Échanges commerciaux canadiens

Des records en 93

OTTAWA (PC—Reuter) — Les échanges commerciaux canadiens ont fracassé des records en 1993.

Les exportations ont atteint 181 milliards \$, grâce aux fortes ventes des produits automobiles, de machinerie et d'équipement ainsi que la faiblesse de la devise canadienne, a rapporté Statistique Canada.

C'est une hausse de 24 milliards \$ sur 1992 et la plus importante progression annuelle des exportations de biens depuis 1984, a ajouté l'agence fédérale.

La reprise économique des États-Unis, là où vont 80 pour cent de nos exportations, a été le facteur le plus important de cette augmentation.

Les importations ont aussi atteint un sommet à 169 milliards \$, ce qui a permis au Canada de clôturer 1993 avec un surplus commercial de 11,7 milliards \$, contre 9,0 milliards \$ en 1992, mais bien en deçà du record de 19,8 milliards \$ enregistré en 1984.

Les exportations du mois de décembre ont atteint à 15,9 milliards \$, en hausse de 146 millions \$ sur novembre.

Mais les importations ont augmenté à un rythme supérieur pour atteindre le sommet de 15,3 milliards \$.

Il en résulte que le surplus mensuel a chuté à 523,8 millions \$ contre 708 millions \$ le mois précédent.

Ces chiffres sont des estimations préliminaires et seront révisés plus tard.

Les échanges de biens ne sont qu'un aspect du commerce canadien avec l'étranger. Le Canada enregistre constamment un déficit dans ses échanges de services.

USA

Par contre, chez nos voisins du sud, le déficit commercial a atteint 115,8 milliards \$ US en 1993, en hausse de 37 pour cent sur l'année précédente et son niveau le plus élevé depuis 1988, a annoncé le département au Commerce.

Ce déficit est imputable pour plus de moitié — 51 pour cent exactement — aux échanges avec le Japon.

Le déséquilibre des échanges américano-nippons l'an passé a atteint 59,3 milliards \$ au détriment des États-Unis, un record absolu qui surpasse les 56,5 milliards \$ de déficit enregistrés en 1987.

Un sommet américano-nippon destiné à corriger les déséquilibres commerciaux s'est achevé sur un échec au début du mois à Washington devant le refus du Japon d'accepter des objectifs chiffrés pour réduire son excédent commercial.

Depuis, Washington a menacé de prendre des sanctions pour contraindre les Japonais à ouvrir leur marché intérieur aux produits américains.

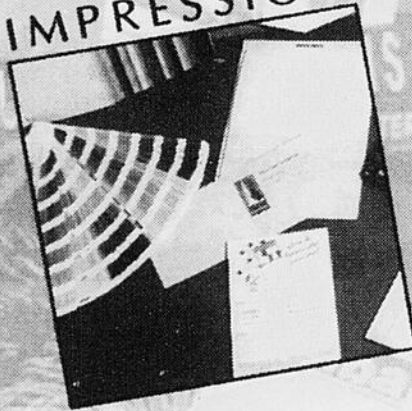
Sans commenter directement le déficit record de 1993, le président Bill Clinton a annoncé qu'il envisageait d'essayer «différentes choses» pour obtenir l'ouverture du marché nippon.

**LAISSEZ LA BONNE IMPRESSION
DE VOUS!
GARDEZ LA BONNE IMPRESSION
DE NOUS!**

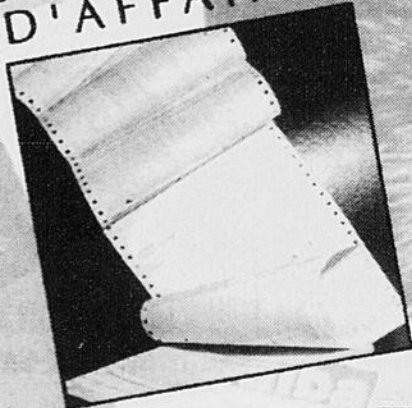
CONCEPTION



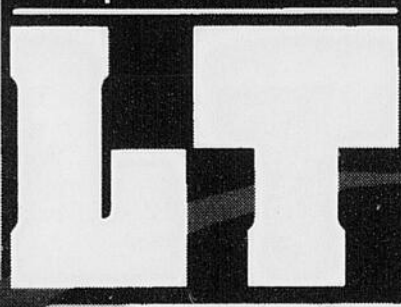
IMPRESSION



FORMULES
D'AFFAIRES



imprimerie



DES CONNAISSEURS



Des experts à votre service

Sylvain Tremblay

Pauline Lavoie

Alliant dynamisme et expérience, nous avons joint nos efforts afin de vous offrir un produit à la hauteur de vos attentes.

Notre philosophie est fort simple; vous traiter en partenaire en vous aidant à rehausser votre image corporative auprès de votre clientèle.

Aujourd'hui pour vendre, il faut surprendre et retenir l'attention de nos clients. En ce sens nous prenons vos intérêts à coeur et mettons beaucoup d'énergie à bien identifier vos besoins en matière d'imprimés.

DITES CE QUE VOUS VOULEZ
on s'occupe du reste.

Imprimerie L.T. Ltée

214, avenue Riverin, C.P. 633
Chicoutimi, QC G7H 5E1

Téléphone: (418) 543-6046
Télécopieur: (418) 543-5305



Développement du marché mexicain

Jeannot Harvey a mis du temps à comprendre la «culture du travail»

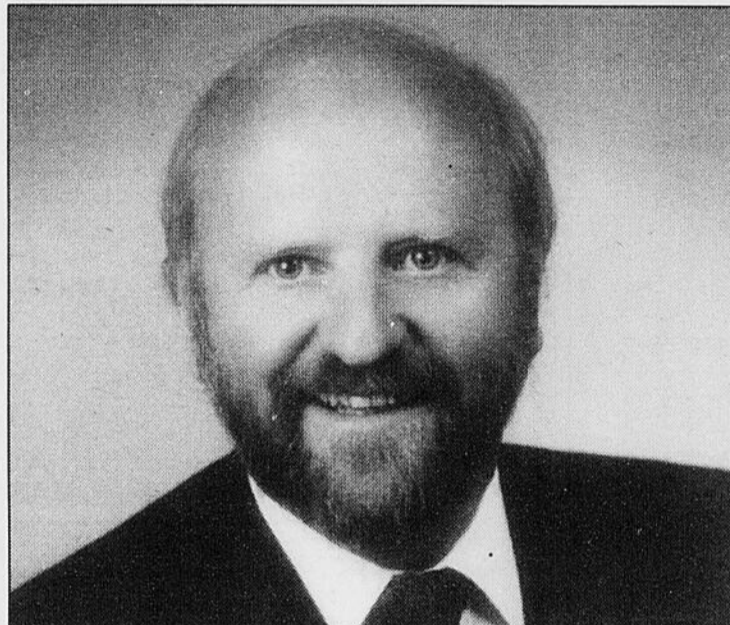
par Serge Lemelin

CHICOUTIMI (SL) — Pour faire des affaires au Mexique, il faut absolument détenir un avantage concurrentiel: un produit, un concept, un service ou une technologie différents de ce qu'ils peuvent obtenir à proximité.

«Sans cela, va pas perdre ton temps là!» tranche catégoriquement Jeannot Harvey, président du groupe Gégerco, une firme d'ingénierie et de construction.

Après quatre voyages infructueux et des aventures presque rocambolesques, Jeannot Harvey avait tout abandonné, découragé de perdre son temps et incapable de composer avec des interlocuteurs qui ne lui livraient pas la marchandise d'un rendez-vous à l'autre.

Puis, il a misé sur une association avec une division immobilière de la Caisse de dépôt et de placement du Québec pour fonder une compagnie et retenir les services d'un consultant pour pro-



JEANNOT HARVEY est président du groupe Cégerco.

specter le marché mexicain. Le consultant a deux objectifs: premièrement, examiner des projets dans Mexico City et quel-

ques grandes villes pour en trier finalement un ou deux qui soient intéressants.

Deuxièmement, identifier des

immeubles à acheter. Si un ou deux immeubles de 10 millions \$ sont achetés, il y aura des revenus de courtier pour renflouer les dépenses faites. Si des projets de construction sont identifiés, ce sera du travail pour une des divisions de Cégerco.

Pendant ce temps, pas de voyages qui tournent en queue de poisson et pas de perte de temps pour l'homme d'affaires qui continue de mener son entreprise au Québec.

Manufacturiers

Mais ce qui a impressionné le plus Jeannot Harvey, c'est que les ingénieurs mexicains et américains sont liés à des manufacturiers pour pousser leurs spécifications. Par exemple, un ingénieur offre ses services pour trois fois rien mais favorisera Carrier pour la climatisation qui l'avantagera.

Tout le secteur de la ventilation et de l'électricité est pris d'assaut par les manufacturiers américains

qui soutiennent des ingénieurs-clés pour spécifier leurs produits.

Au Québec, l'ingénieur est embauché de façon indépendante pour spécifier en fonction des critères et des coûts recherchés par le constructeur.

Culture

Jeannot Harvey a eu beaucoup de difficulté à comprendre la «culture du travail». «Ici», mentionne-t-il «Tu fais des affaires et tu t'assoies pour un protocole. Une fois conclu, tu fonctionnes.»

«Au Mexique, le gars dis qu'il va venir te voir et tu en entends parler des mois après parce qu'entre-temps, il est parti sur une autre voie».

Pour avoir moins de surprise, il conseille de placer une structure fiable au Mexique qui est fidèle à l'organisation et qui connaît la façon de faire des entrepreneurs des deux pays. De cette façon, on évite de courir les lapins et si un projet est rentable, on peut s'y intéresser.

UNE RECETTE RÉGIONALE À SUCCÈS

Les Systèmes **ADEX** inc. est une entreprise de chez nous qui, depuis avril 1991, produit à Hébertville Station des revêtements architecturaux distribués à l'échelle du Québec. Financée en partie par Giroux-Maçonnex et par Soccrent, l'entreprise a vu le jour quand des gens d'affaires du Saguenay se sont portés acquéreurs d'une entreprise ontarienne, Adex inc., pour en récupérer la technologie et les équipements.

Les emplois et toute la production sont maintenant localisés ici.

Les produits développés par **ADEX** se présentent sous forme d'un revêtement à base d'acrylique, appliqué manuellement à la truelle ou soufflé sur l'isolant ou le substrat.

On les utilise aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur et ils sont disponibles dans une palette complète de couleurs et en diverses textures.

Par leur composition chimique à base de copolymères d'acrylique, les revêtements **ADEX** adhèrent parfaitement bien, ne se fen-

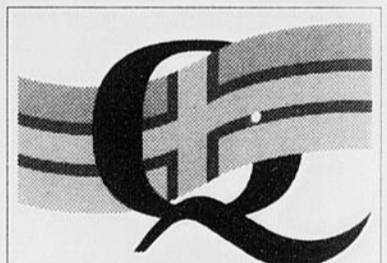
dillent pas, résistent à l'eau et au froid tout en rehaussant l'apparence de la propriété ou de l'immeuble.

Qu'il s'agisse d'un projet de rénovation ou d'une toute nouvelle construction, d'un édifice commercial, industriel ou résidentiel, les revêtements **ADEX** trouvent leur application.

Entreprise d'ici, les Revêtements **ADEX** crée de l'emploi direct au Saguenay-Lac-St-Jean, sans compter le vaste réseau d'applicateurs professionnels

chez qui l'entreprise génère des sous-traités d'application.

En matière de revêtements à base d'acrylique, tout est affaire de recette. Il faut en effet, pour obtenir la texture, la résistance, l'imperméabilité et une adhésion maximale, doser savamment les ingrédients qui constituent le produit final. Comme pour celle du Colonel, les recettes d'**ADEX** demeurent un secret jalousement gardé. Le secret du succès que connaît l'entreprise, lui, est bien connu des Saguenéens. Une bonne dose de déter-



UN PRODUIT DU
SAGUENAY • LAC-SAINT-JEAN

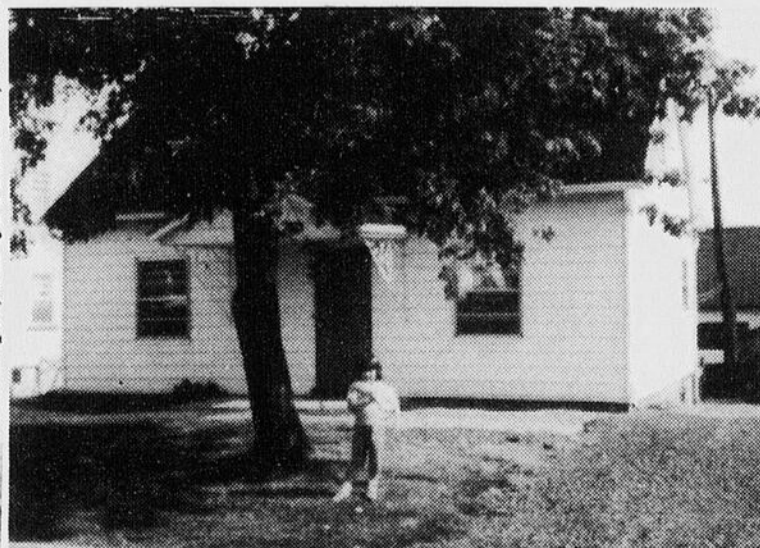
mination, un soupçon d'originalité, un plein chaudron d'énergie et... remuez beaucoup.

Les Systèmes **ADEX** est membre de la Société des fabricants régionaux, dont elle affiche fièrement la bannière.

Pour plus d'information, communiquez avec :

GIROUX-MAÇONNEX
2223, Boul. Saint-Paul,
Chicoutimi,
549-7345

Nous serons aux stands
46 et 47 d'Expo Habitat,
du 2 au 6 mars.



AVANT



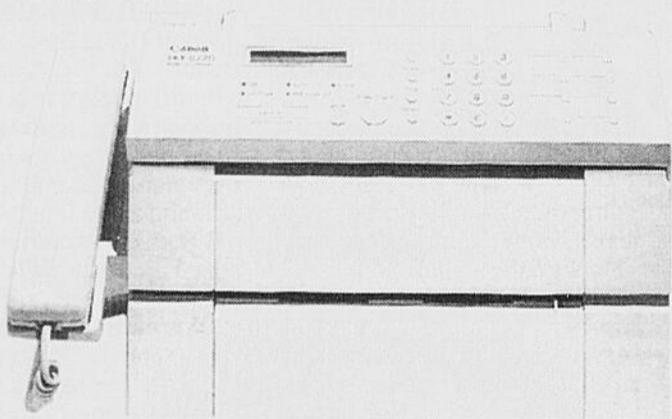
ADEX

LIBRAIRIE

Leclerc

BUREAULAB

Canon FAX-220



Le télécopieur compact sur papier ordinaire qui offre qualité et vitesse sans compromis.

Canon FAX-L-700

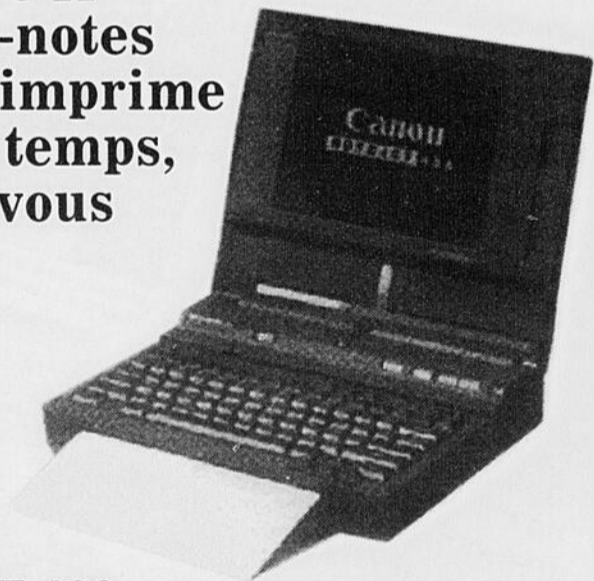


Le Laser Class FAX-L700 sur papier ordinaire, un appareil performant et pratique.

Canon

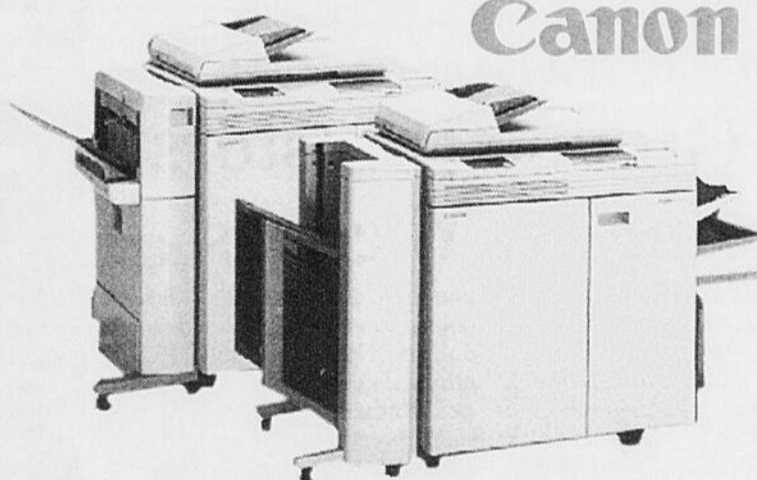
Canon

Le bloc-notes PC qui imprime en tout temps, où que vous soyez.



NOTEJET 486

Canon



PHOTOCOPIEUR NP 6650

Pour accroître votre productivité, adoptez une approche systématique

• **VENTE** • **LOCATION** • **SERVICE** •

ROBERVAL / 275-0275

707, boul. Saint-Joseph. FAX: 275-5807 / 1-800-463-4908

ALMA / 669-0666

DOLBEAU / 276-3223

LA TUQUE / 1-800-463-4908

SAINT-FÉLICIEN / 679-1033

«VOTRE PARTENAIRE»

LIBRAIRIE

Leclerc

BUREAULAB

ÉQUIPEMENT / BUREAUTIQUE / INFORMATIQUE



Pour performer sur le marché américain

Jean Wauthier privilégie les alliances

JONQUIÈRE (SL) — «Si l'on reste comme ça avec l'aluminium et le bois, l'ALENA ça ne changera absolument rien», affirme Jean Wauthier, président du Conseil régional de concertation et de développement (CRCD).

Wauthier croit que la région ne

doit pas dormir sur ses lauriers et faire des efforts pour trouver des ouvertures avec le Mexique, même si les secteurs d'opportunités n'apparaissent pas de façon évidente.

«L'ALENA ne nous enlève rien de ce que nous avons déjà

comme marchés avec l'aluminium et le bois dont le commerce a été réglé avec le premier Accord de libre-échange avec les États-Unis», analyse Gauthier, qui préférerait que la région travaille à moyen et à long terme en développant l'intérêt des jeunes pour cette partie de l'Amérique.

L'accord devrait permettre la mise sur pied de programmes d'échange entre les jeunes gens pour que Mexicains et Québécois apprécient réciproquement leurs cultures et établissent des contacts qui leur serviront plus tard.

S'allier

Le Mexique et le Québec ont

beaucoup d'intérêts en commun, soutient Wauthier, qui croit qu'au lieu de rêver à conquérir le marché mexicain, les Québécois devraient s'associer à eux pour faire face aux Américains.

«Les États-Unis ont bien plus peur de la concurrence du Japon que de celle du Québec et du Mexique. En mettant en commun notre technologie et leur potentiel, nous pourrions faire équipe sur le marché américain.»

En ingénierie, par exemple, la région possède amplement de ressources compétentes inutilisées. Une alliance permettrait aux Québécois d'améliorer leurs possibilités dans le Nord-est et serait avantageuse pour les

Mexicains qui visent essentiellement le sud.

Pour l'aluminium et la forêt, les deux secteurs traditionnels qui ont fait la force économique de la région depuis 70 ans, il faudrait s'orienter vers la transformation de l'aluminium et augmenter la valeur ajoutée dans nos produits de la forêt, selon Wauthier.

Pour l'instant, le bois ouvré et les panneaux gaufrés de Chambord sont vendus à bon prix, mais rien ne dit que ces prix vont se maintenir à long terme.

Il faut constamment rechercher l'ajout de valeur aux produits de la forêt dont la cueillette de la matière première a presque atteint sa limite en regard de la capacité réelle de régénérescence, estime le président du CRCD.



JEAN WAUTHIER est président du Conseil régional de concertation et de développement (CRCD).

Bénéfice net et fonds de placement

Le Groupe Investors atteint des records

WINNIPEG (CP) - Le Groupe Investors Inc., une filiale de la Corporation Financière Power, a fait connaître ses résultats pour l'année 1993, qui constituent de nouveaux records au chapitre du bénéfice net, des ventes de fonds de placement de l'actif géré. Le bénéfice net est passé à 70,3 millions de dollars, en hausse de 20,5 % par rapport à son niveau de 58,3 millions en 1992. Alors qu'il était de 57,1 cents en 1992, le bénéfice par action s'est accru de 16,5 % pour s'établir en 1993 à 66,5 cents. Le bénéfice net du dernier trimestre de 1993 a totalisé 21,5 millions de dollars, comparativement à 17,9 millions pour la même période en 1992.

En hausse de 26,3 % les ventes de fonds de placement ont atteint près de 4 milliards de dollars, alors qu'elles avaient été de 3,1 milliards de dollars l'an dernier. Par rapport à 1992, les rentrées nettes de fonds (ventes moins rachats) se sont accrues de 25 % et ont totalisé 2,5 milliards.

L'actif total géré a enregistré

une forte croissance de 31,6 % pour passer à 22,6 milliards de dollars. De ce montant, 15,8 milliards représentent l'actif des fonds de placement. Le solde se compose de l'actif des caisses de retraite gérées et en fiducie totalisant 4,8 milliards de dollars, ainsi que d'éléments d'actif non sectoriels et autres actifs d'une valeur de 1,9 milliard. En 1992, l'actif des fonds de placement avait été de 11,4 milliards.

Le président et chef de la direction, H. Sanford Riley, attribue ces résultats à l'excellente performance des 24 fonds de placement du Groupe et à l'augmentation des ventes résultant de la forte expansion de la force de vente. En 1993, le nombre de représentants est passé de 2491 à 3019, la plus forte augmentation ayant eu lieu en Ontario et au Québec.

A la fin de l'année, l'avoir des actionnaires totalisait 487,8 millions de dollars, comparativement à 443,9 millions au 31 décembre 1992. Le rendement après impôt de l'avoir des actionnaires a été de 15,2 % en 1993.

SOLUTION

CONCENTRÉE

Les créateurs de **SOLUTION PUBLICITÉ** bouillonnent d'idées quand vient le temps de trouver une mixture intéressante qui contiendra tous les ingrédients du succès. Que ce soit une campagne publicitaire, une brochure de prestige, un dépliant, un stand d'exposition ou une promotion, injectez une dose de solution concentrée à vos projets...

...Vous verrez la transformation.

- BROCHURES DE PRESTIGE
- AFFICHES ET DÉPLIANTS
- SIGLES ET LOGOTYPES
- CAMPAGNES PUBLICITAIRES
- STANDS D'EXPOSITION
- PROMOTION MARKETING

INTERCAR

SERVICES IMMOBILIERS
IMAGE 2000

CANTIN, GAGNON
TREMBLAY, FORTIN

CFC - PERRIER

ASSURANCES ET SERVICES FINANCIERS

Conception de sigles et logotypes

Solution publicité inc.

Consultants en communication et marketing

Le Réseau de communication - marketing

De gauche à droite: Olivier Barrette, Bruno Simard, Paul Potvin et Myriam Bouchard.

AUX EMPLOYÉS

Rapport annuel 1992, SECAL

Document de prestige, Ville de La Bale

110, rue Price ouest,
Chicoutimi Qc G7J 1G8
Téléphone: 418 543-5252
Télécopieur: 418 543-6909

Une réussite qui tient au dynamisme d'une femme

En période d'austérité économique, ce sont souvent les individus qui font la différence entre une réussite ou un échec, dans le domaine des affaires.

C'est le cas notamment des boutiques Guilen et Char'Lie de Place du Royaume, à Chicoutimi qui sont la propriété de Guylaine Potvin, une dynamique femme d'affaires qui a su transposer son dynamisme et l'amour de son travail dans son entreprise.

Les boutiques Guilen et Char'Lie sont spécialisées dans la vente de vêtements pour dames. A chaque saison, la propriétaire s'efforce d'offrir à sa clientèle les dernières tendances de la mode vestimentaire.

Expérience

«Ca fait près de 20 ans que j'œuvre dans le domaine de la mode. Pour moi, ça toujours été un rêve d'avoir un commerce. Je dirige mon entreprise avec amour et c'est ce qui fait ma force», assure celle pour qui les termes récession et crise économique ne font pas partie de son vocabulaire.

«Ce n'est pas pénible pour moi de me lever le matin pour me rendre au travail. Chaque nouvelle journée est une occasion pour moi d'apprendre, de découvrir. J'ai toujours le goût d'aller plus loin et je n'en sais jamais assez», confie Guylaine Potvin.

«Avec les années, j'ai appris à connaître ma clientèle et je sais quelles lignes de vêtements leur proposer.

«J'ai des importations dans les marques In Wear, Par Two et Jackpot, entre autres. Je connais les forces de ces lignes de vêtements et

je sais comment les mettre en valeur». Quand Guylaine Potvin se rend à l'extérieur de la région pour visiter les événements de mode afin de prendre connaissance des différentes tendances à travers le monde, elle doit toujours penser un an d'avance.

«Quand je lance la mode printemps-été dans mes boutiques, je dois penser en fonction de la mode automne-hiver de l'année suivante», explique-t-elle.

Forces

Mais au-delà de ses connaissances dans le domaine de la mode vestimentaire, la véritable force de Guylaine Potvin réside dans son dynamisme et son cheminement personnel.

«Je n'avais jamais prévu avoir des enfants», mais dernièrement, j'ai mis au monde des jumeaux et ça m'a permis de grandir et d'avoir l'énergie nécessaire pour ouvrir une nouvelle boutique qui porte le nom de mes enfants Charles et Charlie. La boutique Char'Lie, qui a ouvert ses portes récemment, propose des vêtements tout-aller dont plusieurs importations allemandes.

Guylaine Potvin ne compte pas ses heures.

«Je passe tout mon temps dans l'opération de mes deux boutiques et je garde mes moments libres pour ma famille. Mon conjoint, Gilles Maltais, m'accorde tout le soutien nécessaire à la réussite de mon entreprise en plus de s'occuper de l'administration».

Au niveau du service, la femme d'affaires a su développer une relation d'amitié avec ses clientes. «Quand les gens entre dans l'une de mes deux boutiques, elles doi-



DYNAMIQUE - Guylaine Potvin, propriétaire des boutiques Guilen et Char'Lie de Place du Royaume, à Chicoutimi et la gérante de la boutique Guilen, Lucie Dufour offre un service personnalisé et des vêtements choisis à leur clientèle.

vent se sentir aussi confortables que dans leurs vêtements», fait savoir la propriétaire. Ces boutiques m'appartiennent en propre.

Ce ne sont pas des chaînes de magasins et c'est pour ça que les clientes nous font confiance».

Leader en mode vestimentaire

La boutique Guilen existe depuis maintenant huit ans. A travers ces années, la propriétaire a su hisser au rang de leader cette boutique qui se distingue tant pour son service que pour l'élégance des pièces vestimentaires offertes en magasin. Pour servir la clientèle adéquatement, Guylaine s'est entourée d'un personnel compétent.

Le magasin spécialisé de Place du Royaume compte sur la compétence de Lucie Dufour qui agit à titre de gérante de la boutique Guilen.

Lucie possède une vaste expérience dans le domaine et sait elle aussi comment établir un climat de confiance avec les clientes.

La boutique Char'Lie est sous la gérance de Hélène Gaudreault qui a travaillé pendant sept ans à la boutique Guilen en compagnie de Guylaine Potvin.

Elle connaît donc bien la philosophie des boutiques et les besoins de la clientèle.

En allant faire un tour dans une des deux boutiques de Guylaine Potvin, les femmes trouveront plus qu'un choix de vêtements qui répondent à leurs attentes.

Elles feront la connaissance d'une propriétaire dynamique qui aime son travail et les gens avec qui elle fait affaires.



EXPERIENCE - Guylaine Potvin, propriétaire et Hélène Gaudreault, gérante, possèdent une vaste expérience dans le domaine de la mode pour dame.



Vêtements spécialisés en plein air

Chlorophylle Haute technologie doit faire face à une forte concurrence

CHICOUTIMI (DB)— Dans la ligne de Chlorophylle Haute technologie, les joueurs vedettes sont nombreux et pour conserver sa part du marché, il faut, non pas savoir jouer du coude, mais user d'astuce. Ce marché spécialisé n'atteint que quelque 20 pour cent de l'ensemble des consommateurs.

Personne clé autour de laquelle tourne cette industrie qui génère annuellement 10 millions \$ en chiffre d'affaires, Gilles Couët n'y va pas par quatre chemins pour identifier les grands défis de l'avenir.

«Ce qui est primordial pour notre entreprise, indique-t-il, c'est de raffiner notre fonctionnement à l'interne. Présentement, nous jouons dans la Ligue nationale avec un équipement de pee wee, mais nous voulons des outils de professionnels.»

La firme de vêtements haute-technologie spécialisés en plein air a placé la recherche et le dévelop-

pement au coeur de sa stratégie. Elle investit en ce moment trois pour cent de son budget, «mais, précise Gilles Couët, ce montant pourrait être bonifié».

Et comme la mise en marché est aussi un élément de stratégie fort important, Chlorophylle Haute technologie en fait aussi son affaire. La direction de l'entreprise entend faire partager sa vision avec ses employés. C'est ainsi qu'une douzaine d'entre eux suivent des cours d'anglais. Ils sont appuyés concrètement dans leur démarche. De plus, le directeur du marketing, qui vient de Toronto, suit des cours de français.

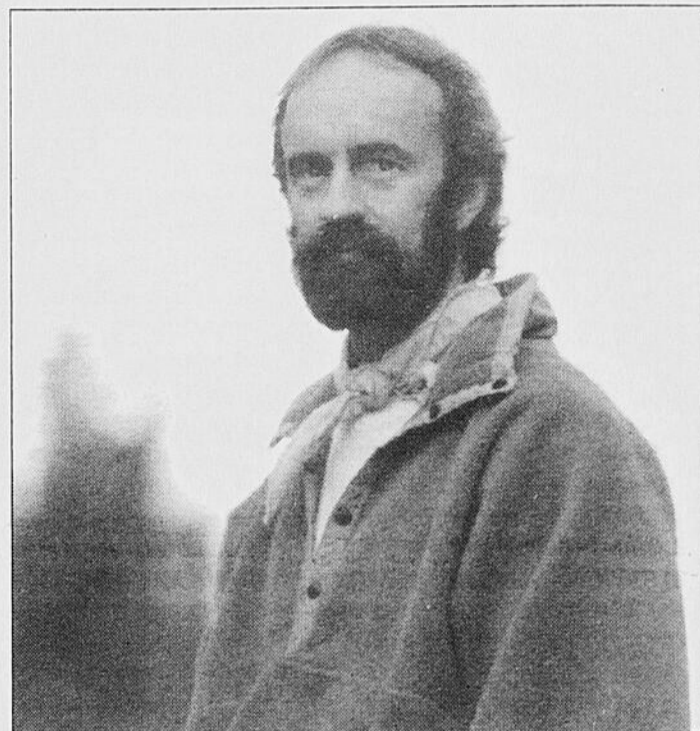
Pour Gilles Couët, c'est un ensemble de facteurs qui va faire que l'entreprise réussit à conserver son marché contre des compagnies réputées telles North Face, Pantagonia, Sierra Design et Woolrich. Le défi est d'autant plus difficile, qu'en choisissant de produire au Saguenay, Chlo-

rophyllle Haute technologie, a des frais supplémentaires de 100 000 \$ annuellement. «Principalement en raison des voyages incessants que nous devons effectuer à Montréal et des coûts de transport de la marchandise.»

Produire en région

Même s'il y avait beaucoup d'avantages à produire dans une région dite de textile, comme la Beauce, les Cantons de l'Est ou Montréal, Gilles Couët réaffirme la volonté de l'entreprise de produire dans la région. «C'est certain, dit-il, que ce n'est pas un choix rationnel.»

La signature de l'Accord du libre-échange nord-américain (ALENA) entre le Canada, les États-Unis et le Mexique n'aura pas d'impact direct sur l'entreprise parce qu'elle n'a pas l'intention de déménager sa production. «Pour nous, indique Couët, c'est le libre-échange avec les Américains qui va faciliter les



Gilles Couët

choses. Déjà, depuis la signature, il y a une réduction des barrières tarifaires de 10 pour cent annuellement jusqu'à abolition.»

Les produits de Chlorophylle Haute technologie sortent du Québec dans une proportion de 65 pour cent. L'Amérique du Nord constitue encore le principal client, mais l'Europe et surtout le Japon sont des ouvertures importantes. Gilles Couët est particulièrement fier d'être entré au Japon parce que les habitants du pays du soleil levant ne sont pas reconnus pour être des partenaires facilement accessibles. «Il faut établir une confiance, explique-t-il. Ils feront des affaires une fois qu'ils te connaîtront.»

Pour le moment, la compagnie

ne songe pas à prendre de l'expansion du côté de l'Asie. «Non, répond Gilles Couët, il nous faut plutôt consolider ce que nous avons et bien gérer la croissance des dernières années.»

Pour la petite entreprise qui a démarré bien modestement, la question de la qualité ne doit même plus être une préoccupation. «A notre niveau, affirme Gilles Couët, la qualité doit être acquise. Si on se pose la question, c'est parce que nous avons des problèmes.»

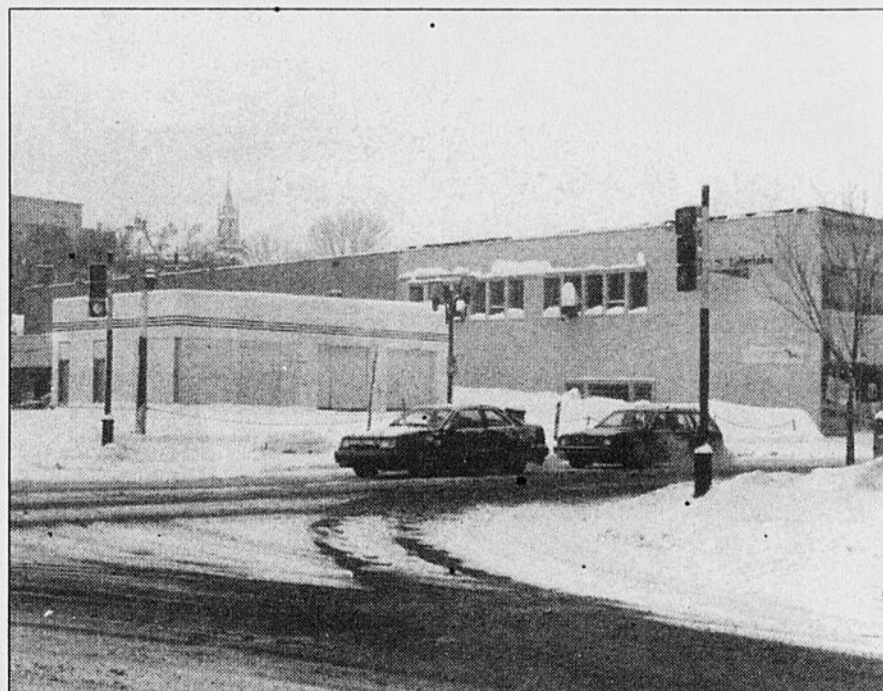
Chlorophylle Haute technologie a une bonne façon de savoir. Elle possède son propre réseau de distribution en les Boutiques Aventurier. «C'est efficace, conclut Gilles Couët, la réponse est instantanée.»



BOUTIQUES — Pour promouvoir la vente de ses produits, Chlorophylle compte, entre autres points de vente, sur les boutiques l'Aventurier.



QUALITE — Pour faire face à une concurrence féroce, Chlorophylle Haute technologie mise sur la qualité de ses produits.



PRODUCTION — L'entreprise Chlorophylle occupe ces deux édifices situés à l'angle des rues Racine et Lafontaine, à Chicoutimi.

... LE MÉRITE DES DÉCIDEURS

«Il ne suffit pas d'avoir les honneurs,
il faut encore les mériter»

ScotiaMcLeod: une équipe gagnante!

Sélectionnée par un jury indépendant
de la communauté financière canadienne,
pour 2 importantes distinctions:

- **Mention d'Excellence - Conseiller en placement**
3^e mérite annuel depuis les 5 dernières années

et

- **Mention d'Excellence - Financement public:**
Chef de file
4^e mérite annuel depuis les 7 dernières années

Tant pour votre *REER* que pour votre gestion de portefeuille,
n'hésitez pas à communiquer avec une équipe dynamique

Serge Lavoie et Michel Ouellet
Fiers d'être présents au Saguenay Lac-Saint-Jean



ScotiaMcLeod

901, boul. Talbot
Chicoutimi (Qc) G7H 4B5

DES DÉCIDEURS QUI AGISSENT
... PARTOUT AU QUÉBEC !


UN
CONCEPT
DIFFÉRENT

SERVIDÉO

Le N°1 en vidéo


ALMA

915, av. du Pont Sud
Inauguration: avril 1985
Réaménagement:
novembre 1993
Superficie:
6500 pieds carrés
Nombre de films: 20 000
Employés: 31



MÉTABETCHOUAN

17A, Saint-Antoine
Inauguration: janvier 1991
Superficie: 2200 pieds carrés
Nombre de films: 4000
Employés: 5




CHICOUTIMI

1120, boul. Talbot
Inauguration: novembre 1991
Superficie:
8000 pieds carrés
Nombre de films: 20 000
Employés: 21




CHICOUTIMI-NORD

2183, Roussel
Inauguration: mars 1993
Superficie:
3000 pieds carrés
Nombre de films: 12 000
Employés: 11



LA BAIE

455, rue Victoria
Inauguration: février 1994
Superficie:
7000 pieds carrés
Nombre de films: 20 000
Employés: 12



•Entreprise 100 % régionale

Établie depuis bientôt 10 ans, nous sommes établis dans cinq clubs régionaux et desservons plus de 200 commerces à l'échelle provinciale.

•Choix et nouveautés

Avec plus de 90 000 films disponibles dans cinq clubs vidéos et des achats de 400 copies de nouveautés par semaine, pour un investissement de 1 500 000\$ par année. Nous assurons à nos membres le plus grand choix dans toutes les catégories possibles ainsi que le plus grand nombre de nouveautés.

•Conseillers spécialisés

Nos 80 employés(es) sont des vrais(es) spécialistes du vidéo qui vous conseillent dans votre choix autant pour les enfants que les adultes. Vous pouvez vous assurer de votre choix de film avec notre service de réservation.

•Bienvenue aux enfants

Chez nous, les enfants ne sont pas oubliés avec une grande sélection de films à 99¢ ainsi que des aires de jeux révolutionnaires à leur disposition.

•Promotions

À chaque semaine, plusieurs promotions sont en vigueur, qui font le bonheur de nos clients. Le Vidéo-Points qui vous offre un film gratuit après 10 locations et la carte «J'vois double» ne sont que quelques exemples.

•Le marché québécois

Cinq représentants sillonnent une partie du Québec pour desservir 200 points de service dans les dépanneurs et tabagies.

•Équipements sophistiqués

Un équipement informatique à la fine pointe de la technologie, spécialement conçu pour le vidéo, vous assure un service professionnel et rapide.

•Jeux vidéos

Le plus vaste choix de disquettes de jeux Nintendo, Super Nintendo et Genesis ainsi que la location des appareils de jeux.

PLUS qu'un club vidéo
SERVIDÉO...
loue du loisir!

Au Saguenay – Lac-Saint-Jean – Chibougamau-Chapais:

PUBLICITÉ

HYDRO-QUÉBEC, UN MOTEUR ÉCONOMIQUE DE 172 M \$ EN 1993

Hydro-Québec a engagé près de 172 millions de dollars dans l'économie de la région en 1993. Ce montant global représente la masse salariale de ses 1145 employés(es), les taxes scolaires et municipales de ses cinq places d'affaires, les contrats en biens et services accordés aux fournisseurs régionaux, les contributions à divers événements et projets de recherche de même que les sommes d'argent octroyées à divers organismes dans le cadre du programme de mise en valeur de l'environnement.

Cette somme d'argent tient également compte des contrats donnés aux entreprises régionales pour l'ajout d'équipement dans les postes à 735 kV, pour la construction de la ligne Chissibi – Jacques-Cartier ainsi que pour l'édification des ouvrages Brisay et Laforge-2.

La 12e ligne: 43 M \$

La progression des travaux de la 12e ligne a entraîné à elle seule des retombées de 43 M \$ chez nous. La construction de la partie nord de la ligne ainsi que les modifications dans les postes Albanel,

Némiskau et Chibougamau sont évalués à 20 millions de dollars.

De surcroît, la mise en chantier des travaux d'infrastructure de la partie sud, à l'automne 1993, a généré à ce jour des contrats de 15 millions de dollars, principalement en déboisement et en réfection de routes et ponts.

À ces montants, s'ajoute la présence des équipes en région pour un impact économique additionnel de 8 M \$.

S.E.B.J. retombées à long terme

La Société d'Énergie de la Baie James (S.E.B.J.), filiale à part entière d'Hydro-Québec, a annoncé en 1993 l'octroi de contrats importants à des entreprises du Saguenay – Lac-Saint-Jean – Chibougamau-Chapais. Au total, ce sont près de 30,7 millions de dollars qui gonfleront le coffre régional au cours

des prochaines années, principalement pour la fourniture d'équipements aux complexes Brisay et Laforge-2.

Les firmes Canmec inc. et Dolbeau inc. ont décro-

ché à elles seules la réalisation de travaux pour des montants respectifs de 16 M \$ et de 10,8 M \$.

Enfin, le transfert d'une partie de la gestion des territoires nordiques à la

région Saguenay d'Hydro-Québec en 1993 a déjà eu des répercussions appréciables sur la présence économique de la société d'État chez nous. En plus de la création des 76

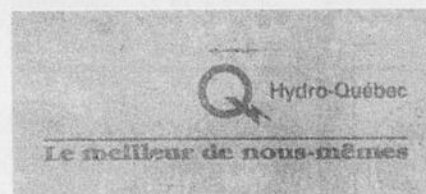
emplois l'an dernier, le budget régional d'Hydro-Québec se chiffrera, en 1994, à plus de 173 millions \$ afin de subvenir aux besoins en immobilisation et en exploitation du grand territoire.



Nous nous sommes engagés à donner à notre clientèle québécoise le meilleur service au moindre coût possible. Pour offrir un service de qualité, il faut d'abord recevoir des produits de qualité. C'est pourquoi nous collaborons encore plus étroitement avec nos clients et fournisseurs québécois afin de définir des normes toujours plus élevées.

Nous resserrons nos liens avec les entreprises.

Si chacun partage le même souci de qualité, nous deviendrons tous plus compétents et plus concurrentiels.



50 ans d'énergie

le CHOIX
de TOUTE une région...



Place
du
Royaume

**PARCE QUE NOUS
MAINTENONS...**

- ... **LE PLUS GRAND CHOIX** AVEC 254 MAGASINS
- ... **LE MEILLEUR SERVICE** AVEC 1588 EMPLOYÉS
- ... **LE PLUS GRAND STATIONNEMENT**
SANS PROBLÈMES

Voilà notre **PARTICIPATION...** L'économie **RÉGIONALE!**

place du royaume

C'est, là qu'on va!

Mon
REER
Desjardins...

J'y
VOIS
maintenant!



J'ai

la gamme de REER la plus complète sur le marché.

REER à taux variable

REER à taux fixe

REER diversifié

REER insaisissable

REER fonds de placement Desjardins

REER parts permanentes Desjardins

REER autogéré **REER** collectif

REER compte de retraite Desjardin

Nouveau

EPARGNE A TERME A RENDEMENT BOURSIER DESJARDINS

Nouvelle option REER qui offre un rendement basé sur l'indice boursier TSE100⁰⁰. Capital garanti à 100% par la caisse, termes de 3 à 5 ans offerts.

Les REER Desjardins sont émis et administrés par Fiducie Desjardins inc. Les parts permanentes et les fonds de placements Desjardins sont offerts dans les caisses participantes par les services d'investissement Trustco Desjardins inc. Elles sont vendues au moyen d'un prospectus. Le REER autogéré est offert par l'intermédiaire de Valeurs Mobilières Desjardins.

(1) Le TSE 100 Index est une marque de commerce du Toronto Stock Exchange (TSE) et tous ses droits sont réservés. Le TSE n'est pas lié, ni ne recommande de quelque manière que ce soit le produit Epargne à terme à rendement boursier Desjardins ou tout autre produit financier offert par les caisses Desjardins.
(2) La caisse se réserve le droit de mettre fin à cette offre en tout temps, sans préavis.

J'ai

des économies d'impôt substantielles

L'économie d'impôt que je réalise réduit d'autant l'investissement réel de ma cotisation REER

ÉCONOMIE D'IMPÔT

Salaire annuel brut	Cotisation au REER	Économie d'impôt approximative	Coût réel de la cotisation
20 000\$	1 000\$	357\$	643\$
30 000\$	1 500\$	597\$	903\$
40 000\$	1 800\$	839\$	961\$
50 000\$	2 000\$	932\$	1 068\$
60 000\$	2 500\$	1 244\$	1 256\$

Calculs approximatifs basés sur les taux de 1993.

J'ai

obtenu un bon rendement

MARCHÉ MONÉTAIRE
HYPOTHÈQUES
OBLIGATIONS
ÉQUILIBRÉ
ACTIONS
DIVIDENDES
ENVIRONNEMENT
CROISSANCE
INTERNATIONAL*

**LES FONDS
DE PLACEMENT
DESJARDINS**

FONDS DESJARDINS ÉQUILIBRÉ*

20,5% 1 AN	12,3%	2 ANS
	12,7%	3 ANS
	10,1%	5 ANS

* Les taux de rendement indiqués constituent le rendement total composé réel au 31 décembre 1993 compte tenu des variations dans la valeur des parts et du réinvestissement de toutes les distributions. Le rendement passé ne donne pas forcément une indication du rendement futur. On trouvera des renseignements importants sur les Fonds Desjardins dans le prospectus simplifié disponible dans les caisses Desjardins participantes. Il est important de le lire attentivement avant d'investir. La valeur liquidative par part et le rendement du capital investi fluctuent.



**Les caisses populaires Desjardins
du Saguenay-Lac-Saint-Jean**

QUALITÉ  **QUÉBEC**
Pour créer des emplois

253070



Traité de libre-échange nord-américain

Pas d'effet à court terme sur Grande-Anse



DEVELOPPEMENT — L'accord de libre-échange nord-américain ne s'est pas encore traduit par des répercussions directes sur le volume d'exportation au Terminal de Grande-Anse. Toutefois, les dirigeants des installations portuaires de La Baie, dont la directrice générale de Port Saguenay, Ghislaine Collard, se livrent à des exercices de planification qui leur permettront de répondre aux besoins de l'avenir.

CHICOUTIMI (JSTP) — Le nouvel accord de libre-échange nord-américain (ALENA) qui ouvre le marché du Mexique n'aura pas d'impacts directs à brève échéance sur le volume d'exportation maritime au Terminal de Grande-Anse.

Selon Ghislaine Collard, directrice générale de Port Saguenay, le bois d'oeuvre et la tourbe constituent les deux produits qui possèdent un potentiel éventuellement

intéressant dans un contexte de libre-échange nord-américain mais pour l'instant, il n'y a rien de concret à l'horizon. «Actuellement, nous n'expédions pas de marchandises au



JOHANNE ST-PIERRE

Mexique mais plutôt en Europe et en Asie. Dans le cas du Mexique, nous avons reçu quelques demandes pour du bois mais rien de concret», mentionne Mme Collard.

Du côté de la tourbe, ce produit n'est pas encore exporté. La

directrice générale signale que des recherches se font en vue de trouver un moyen économique de transporter la tourbe de manière à la compresser pour ensuite pouvoir la défoisonner lorsqu'elle arrive à destination, le tout sans qu'elle ne s'altère. Quant à la wallastonite, on lui concède un potentiel d'exportation sur le marché international mais les besoins du Mexique en cette matière ne sont pas encore connus.

Ressources identifiées

Au cours des dernières années, Port Saguenay a procédé à l'identification des ressources de la région, du potentiel et des marchés qui s'y rattachent ainsi que les possibilités de développement.

«Nous sommes une région qui produit du bois, des pâtes et papier, de l'aluminium, de la tourbe et de la wallastonite. Nous allons continuer à développer le secteur du bois. Le problème des copeaux, par exemple, a été identifié depuis plusieurs années. Nous avons fait de la planification pour être en mesure de répondre à tous ces marchés dans l'avenir. Mais comme l'agrandissement prévu n'est pas réalisé, nous devons revoir notre planification», explique Mme Collard en substance.

Les copeaux constituent un produit intéressant pour l'exportation mais encore là, plusieurs questions doivent être réglées avant de se lancer dans ce secteur.

Mme Collard rappelle que les systèmes de chargements de copeaux sont inexistant le long du Saint-Laurent. Port Saguenay se penche sur la problématique du chargement tandis que d'autres partenaires examinent



GHISLAINE COLLARD est directrice générale de Port Saguenay.

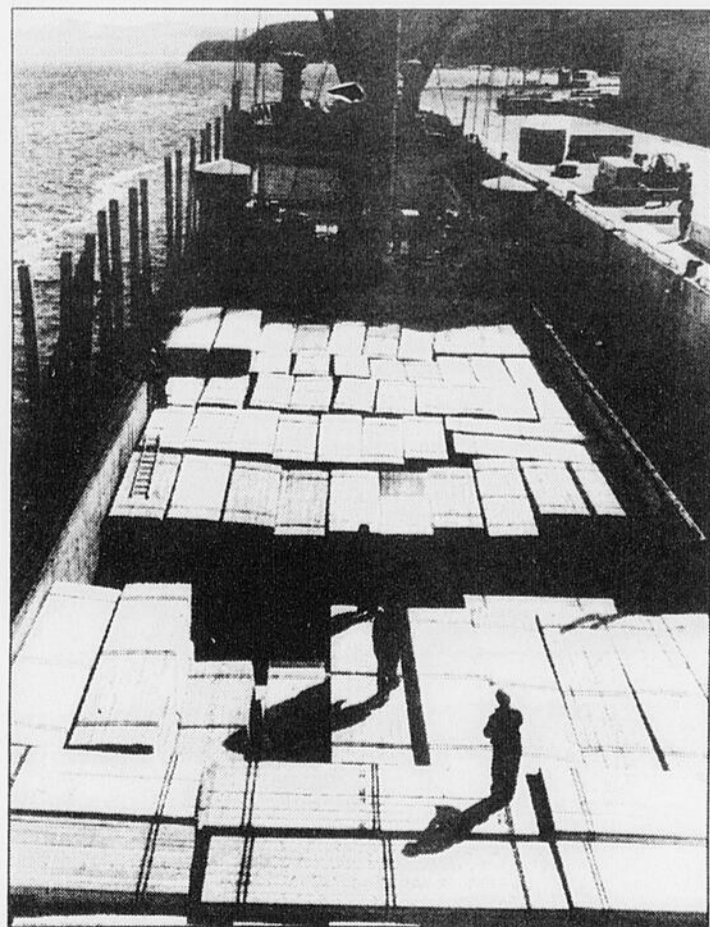
la capacité de production, d'expédition ou de vente, le tout à un prix intéressant. Avant que le Terminal ne se dote d'une telle installation (au coût de plusieurs millions \$), il faudra que tous ces éléments justifient la validité cet investissement.

Elle ajoute qu'actuellement, les intervenants dans le dossier du terminal doivent relever un double défi: s'assurer que la qualité de services soit maintenue auprès des usagers actuels en plus des nouveaux, et ce, même si le terminal n'est pas agrandi. «Nous avons envisagé plusieurs possibilités mais il faut s'assurer

que le coût de manutention (réception entreposage, manutention et chargement) demeure compétitif.

Mentionnons enfin que Port Saguenay, en collaboration avec Ville de La Baie, continuent de travailler activement pour l'implantation d'un grande industrie près des installations portuaires du terminal de Grande-Anse.

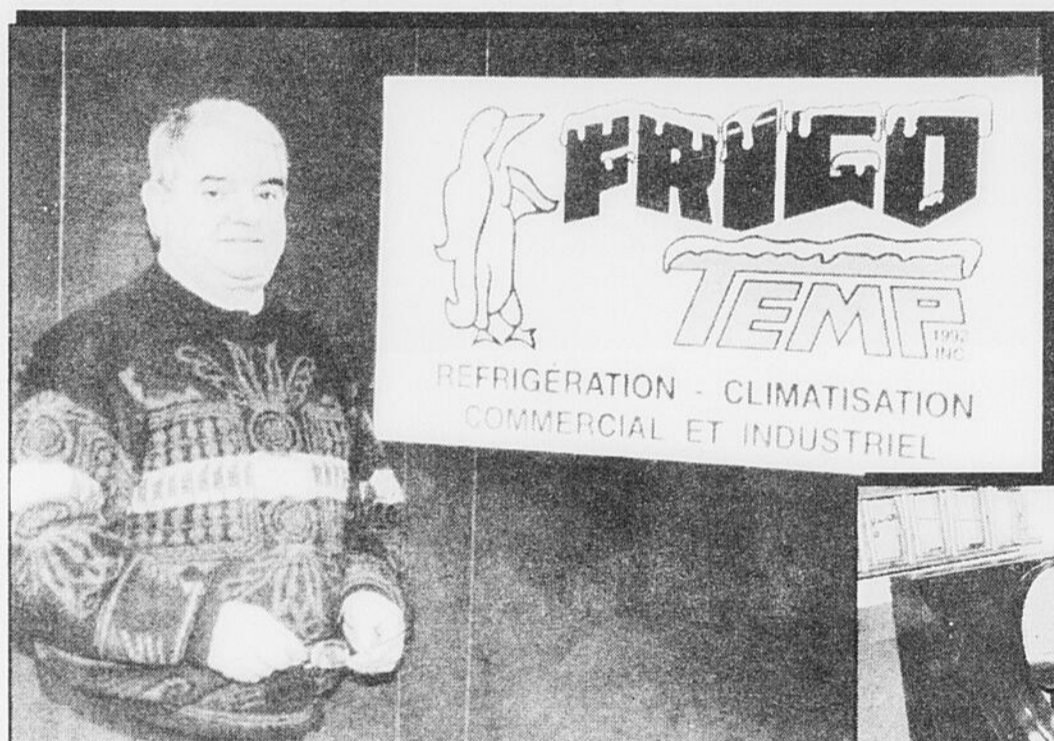
«Nous travaillons sur la maximisation du site. Au cours des deux dernières années, trois ou quatre entreprises (alumineries et autres) se sont montrées intéressées.»



LES EXPORTATIONS de bois vers l'Europe constituent une bonne partie des livraisons de Grande-Anse.

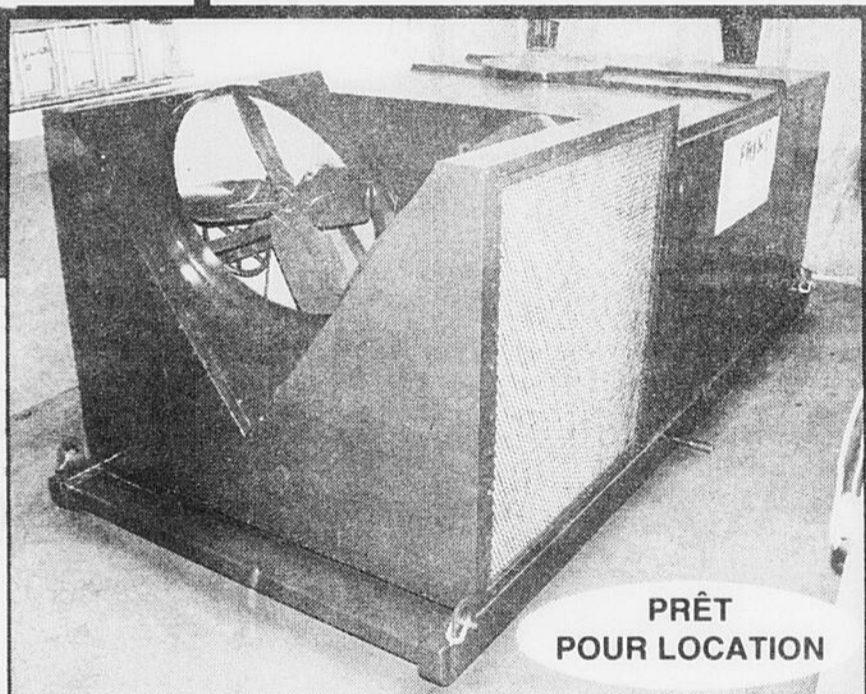


NOTRE MISSION:
*«Notre client dans un partenariat
 d'affaires à long terme»*



FRIGO TEMP (1992) INC. fut fondée le 10 juin 1967, par Monsieur Jean-Rock Gagnon, toujours actif dans la compagnie. Ses fils Pierre et Richard se sont joints à l'organisation depuis.

Nos débuts furent modestes et pendant toutes ces années d'opération, la compagnie a toujours progressé lentement mais sûrement, afin de tenir compte de la ligne de pensée que le président lui a donné.



FRIGO TEMP (1992) INC. innove encore avec son appareil toutes conditions pouvant aussi bien: chauffer, climatiser, réfrigérer ou congeler selon l'application désirée. En mode climatisation ou réfrigération: capacité variable de 15 à 60 tonnes. En mode chauffage: capacité variable de 0 à 145 kW.

1126, boul. Saguenay Ouest, C.P. 538, Chicoutimi (Québec) G7H 5C8
 Tél.: (418) 549-0587 • Téléc.: (418) 549-8413

CLIMATISATION • RÉFRIGÉRATION • VENTILATION • CONTRÔLE
 COMMERCIAL ET INDUSTRIEL



Activités de production d'Alcan

Les dirigeants prudents face à l'avenir

JONQUIERE (LT) — La prudence et la retenue guident les propos des dirigeants de la compagnie Alcan quand ils sont appelés à faire des prévisions sur les activités de production de l'entreprise pour les prochains mois.

Le nouveau vice-président régional, Régnald d'Amour, souhaiterait de tout coeur rassurer les employés de la multinationale au Saguenay-Lac-Saint-Jean. D'un autre côté, il doit admettre que la situation mondiale de l'industrie fait en sorte qu'il est pratiquement impossible de s'avancer à moyen et long terme sur les différentes activités d'Alcan dans la région.

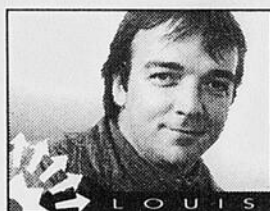
«Depuis quelques années, la situation demeure difficile. Il y a des surplus sur le marché et les inventaires montent en flèche. Nous avons connu trois années en ligne ou les opérations ont fini dans le rouge. Les gens parlent d'une amorce de reprise économique. Les indicateurs sont du bon côté mais il faut tout de même faire attention», insiste Régnald d'Amour.

Alcan devra trancher

Le sort de Vaudreuil toujours incertain

JONQUIERE (LT) - Les décideurs socio-économiques du Saguenay retiennent leur souffle en attendant de connaître le sort que réserve Alcan à son usine de produits chimiques de Vaudreuil. Une décision concernant Vaudreuil devra être prise mais encore là, la mul-

L'industrie de l'aluminium, avant de sentir les effets d'une reprise économique ferme, devra attendre l'écoulement de ses inventaires. Il faudra, de l'avis des spécialistes, entre 24 et



LOUIS TREMBLAY

36 mois avant l'écoulement des inventaires et la reprise maximale de la production mondiale pour s'ajuster au niveau annuel moyen de l'augmentation de la deman-

de. Depuis le début de la crise, reprend le vice-président régional d'Alcan, la multinationale a réduit sa capacité de production de 16 pour cent à travers ses installations dans le monde. C'est à dire 275 000 tonnes. Les installations québécoises, principalement dans la région, n'ont absorbé que cinq pour cent de cette réduction globale.

«Votre boule de cristal vaut la mienne», répond le vice-président régional quand on lui demande si d'autres réductions peuvent survenir du côté de la production de métal (électrolyse).

«On ne peut pas affirmer qu'il y

en aura pas comme on ne peut pas affirmer qu'il y en aura», ajoute Régnald d'Amour.

Métal russe

La compagnie Alcan poursuivra sa politique d'achat de métal russe pour maximiser les opérations au centre de coulée d'Isle-Maligne. Cette politique, explique Régnald d'Amour, permet d'utiliser au maximum le centre de coulée d'une capacité de 90 000 tonnes et ainsi de diminuer l'ensemble des coûts de production.

En agissant ainsi, Alcan parvient à remplir les demandes de certains clients qui achètent du métal de deuxième qualité. On parle de métal russe, mais Alcan ne fait pas de différence et vise surtout à acheter du métal de basse qualité au prix le moins élevé et l'améliorer par la suite.

Au chapitre des investissements, Alcan ne déroge pas à sa politique d'austérité. Au cours de la prochaine année, la multinationale dépensera 50 millions \$ dans la réfection de ses barrages, dans les projets de protection de l'environnement et finalement, dans le maintien de ses différentes usines.



REGNALD D'AMOUR est l'actuel vice-président d'Alcan dans la région.

tinationale n'a pas arrêté de date précise.

L'actuel vice-président d'Alcan dans la région sait de quoi il parle quand il est question de Vaudreuil et de ses 1200 employés. Il a lui-même dirigé les opérations de cette usine qui dispose d'une capacité de pro-

duction de 1,1 million de tonnes d'alumine par année: «Une chose est certaine, si les travailleurs de Vaudreuil n'avaient pas fait ce qu'ils ont fait en termes d'améliorations au cours des dernières années, la question ne se poserait même pas», soutient Régnald d'Amour.

L'usine de Vaudreuil, malgré la réduction des coûts de production, est toujours désavantagée par un problème structurel relié à l'éloignement des mines de bauxite. Le coût de transport et les taxes imposées par les pays producteurs à l'exportation de la matière première non transfor-

mée font grimper le coût de production.

«Nous avons étudié de très nombreux scénarios en fonction des différents impacts sur les coûts de production et sur les communautés ou nos usines sont installées (quatre pays dans le monde). Aucun scénario n'a encore été arrêté. Nous allons tout de même devoir prendre une décision parce que la réduction de la production d'aluminium fait en sorte que nous avons des surplus d'alumine et l'alumine ne s'entrepose pas», poursuit le vice-président régional.

La multinationale, avec son niveau de production de métal, se retrouve avec un surplus de production de 550 tonnes d'alumine.

Elle pourrait le vendre sur le marché mais le prix de l'alumine est beaucoup trop bas et les ventes se font à perte. Dans le contexte financier de la compagnie, Alcan ne peut se permettre de poursuivre éternellement des opérations non rentables.

Alcan a déjà choisi de faire absorber à plusieurs de ses usines des coupures dans la production de métal. Ce scénario peut être envisagé en ce qui concerne l'alumine mais d'autres scénarios sont envisagés et c'est sur ces différents scénarios que les dirigeants de la multinationale travaillent.



INCERTITUDE — Le sort de l'usine de produits chimiques de Vaudreuil est toujours incertain et les décideurs socio-économiques du Saguenay retiennent leur souffle en attendant une décision de la multinationale Alcan.

QUELQU'UN VOUS CHERCHE?



PAGEX inc.

VOUS TROUVE

PAGEX inc.

Chicoutimi: **696-0357** Jonquière: **695-3395**

*Pagex est la seule entreprise régionale à offrir un réseau de téléavertisseur complet



Scierie de 4 millions \$
à Girardville

EMPLOIS — Dès son entrée en exploitation, la Coopérative forestière de Girardville permettra la création de 25 à 30 nouveaux emplois en scierie.

(Photo Steve Tremblay)



La Coop boucle la boucle

Par Lise Fortin

GIRARDVILLE (LF) — Quinze années d'histoire à la Coopérative forestière de Girardville se couronnent par la construction d'une scierie de 4 millions \$.

La Coopérative forestière de Girardville affiche toute une série d'activités, qui ferment la boucle de l'aménagement forestier à la transformation.

En effet, on effectue l'ensemble des travaux d'aménagement forestier, de production de plants en serre, de reboisement, d'éclaircissement, de préparation de terrain, de coupe, de récolte, de transformation et de transport de bois.

Le point tournant de l'histoire de la Coopérative forestière de

Girardville démarre en 1985 avec la politique de production de plants et de reboisement et l'entente de coupe avec le gouvernement.

L'organisme a acquis, en août 1990, deux scieries familiales que l'on a fusionnées en une seule. En juin 1993, la direction décidait de définir un plan de développement. La démarche a donné lieu à la construction d'une nouvelle scierie dont la particularité est de traiter trois essences de bois, les résineux, le bouleau et le tremble. Ce projet est un investissement de 4 millions \$ pour le milieu.

Emplois

Il permet d'une part, la consolidation des emplois et d'autre

part, on prévoit la création de 24 à 30 nouveaux emplois en scierie, sans compter les activités en forêt.

Le chiffre d'affaire de la Coopérative forestière de Girardville est de 12\$ millions.

La construction de la scierie permet d'obtenir un contrat d'approvisionnement et d'aménagement forestier (CAAF), qui donne une garantie de coupe annuelle de 25 ans.

Ainsi, la Coopérative forestière n'aura pas à soumissionner à toutes les années pour assurer ses revenus, comme c'est la politique dans l'aménagement forestier.

La Coopérative aura aussi son mot à dire dans la gestion de la forêt publique, car chaque béné-

ficiare doit s'entendre sur les méthodes de coupe.

L'ensemble des activités créeront plus de 450 emplois saisonniers. La nouvelle usine devrait être terminée en juin prochain. Une activité porte ouverte est prévue, pour toute la collectivité.

La Coopérative forestière a développé une collaboration étroite avec la Suède. Le directeur général de l'entreprise, Jacques Verrier, a favorisé plusieurs échanges entre les deux communautés. La Suède subit les ruptures de stock depuis 1904.

Le pays a développé une politique forestière qui est considérée comme avant-gardiste pour le Canada.

Papier recyclé

L'industrie a doublé sa production

MONTREAL (PC) — L'industrie du papier au Canada prévoit en recycler 3,5 millions de tonnes en 1994, soit le double de la quantité recensée en 1990.

Les fabricants canadiens ont besoin de vieux papiers importés pour se conformer aux lois et règlements chez leurs clients américains, soit des pourcentages minima de fibre recyclée.

Au Canada, 60 usines dont une vingtaine au Québec fabriquent maintenant des produits avec un certain pourcentage de matière recyclée, soulignait récemment Pierre Lachance, porte-parole de l'Association canadienne des pâtes et papiers (ACPP), dans le cadre du congrès de l'Association canadienne des pâtes et papiers.

Depuis 1990, le taux de récupé-

ration du papier a progressé, de 27 à 36 pour cent. Mais la quantité de matière récupérée venant des Etats-Unis a également suivi la courbe ascendante, atteignant un million de tonnes en 1993.

A ce sujet, signale M. Lachance, des éditeurs américains de journaux se sont entendus avec les Etats afin qu'un exemplaire donné aie un pourcentage total de matière recyclée, et non pas chaque cahier ou encart.

Cela permet la souplesse et laisse évoluer l'industrie du recyclage «selon les forces du marché».

Sous un autre angle statistique, soit le papier et le carton, le rapport est maintenant d'une tonne recyclée pour deux tonnes consommées au Canada; d'ici

environ deux ans, ce rapport pourrait être équilibré.

L'objectif de réduire de moitié d'ici 2000 le volume des emballages destinés aux décharges de déchets domestiques est en voie d'être atteint, estime l'ACPP.

L'emballage en soi est perçu comme une nuisance par les consommateurs, signale pour sa part Lynn Scarlet, spécialiste américaine: «Beaucoup de gens sentent que l'industrie leur impose quelque chose de superflu, qui devient ensuite de la pollution.»

De diverses consultations de consommateurs, dit-elle, il ressort que «le meilleur emballage, c'est le moins possible. Car les gens savent bien qu'ils le payent dans le prix au détail.»

John Mullinder, responsable

du Conseil des emballages de papier et carton, de Toronto, indique pour sa part que le carton ondulé ciré, qui sert dans l'alimentation et jusqu'ici difficile à recycler, a trouvé un débouché.

Suivant des travaux de chercheurs du collège MacDonald, à Sainte-Anne de Bellevue, ce carton peut maintenant être transformé en compost pour le jardin et en panneaux pour les meubles.

Par ailleurs, l'organisme suggère comme méthode générale de répartir les matières sèches en deux filières, celles des fibres et des contenants. «Ils sont ramassés, triés et emballés de même manière, de plus leurs marchés sont complémentaires», indique M. Mullinder.

IMPRIMERIE IMPROTHÈQUE INC.

Nous pouvons répondre à tous vos besoins

- Conception graphique assistée par ordinateur (infographie)
- Impression
 - travaux 4 couleurs
 - affiches
 - dépliants
 - formules d'affaires
 - brochures
 - volumes
 - formulaires en continu
 - etc.
- Photocopie
- Finition
 - brochage
 - reliure (boudins et spirale)
 - reliure collée
 - laminage plastique
- Papier
 - pour photocopieur
 - pour ordinateur (mécanographique)
 - pour fax

Post... la qualité fait partie du prix

3499, boul. Saint-François
 J. P. 127 Jonquière (Québec) GTX 7V9
 TEL: (418) 542-0381
 FAX: (418) 542-5862

Servac s'impose comme «Le choix logique» en environnement

La protection de l'environnement se situe au coeur des préoccupations de la majorité des entreprises du Saguenay - Lac-Saint-Jean. A une époque où les normes environnementales sont de plus en plus strictes et que les obligations légales apparaissent de plus en plus rigides, il revient à une compagnie spécialisée, possédant une solide expertise en la matière, de répondre aux besoins des entreprises et de la société face à ces nouvelles tendances.

L'entreprise Servac S. L. de Jonquière fait figure de leader dans le domaine environnemental au Saguenay - Lac-Saint-Jean/La Tuque et est arrivée, au cours des années, à atteindre les plus hauts standards de qualité reconnus dans le milieu.

Normes environnementales

«La gestion des résidus, contaminants et déchets dangereux constitue, de nos jours, une étape importante du processus industriel, agricole ou manufacturier», met en relief le président de Servac S. L., Robyn Labonté.

«Toute entreprise consciente de ses obligations légales et de ses responsabilités sociales, considère la gestion environnementale comme prioritaire, au même titre que l'amélioration de son procédé, l'entretien de ses équipements ou l'accroissement de sa productivité», estime Robyn Labonté.

Les clients de Servac S. L. exigent d'eux autant que la Loi sur l'environnement est exigeante face aux entreprises. «Quand nous exécutons un

contrat pour une entreprise, nous devons être en mesure de faire la démonstration de notre qualité et de prendre un engagement face à nos clients».

«Auparavant, les compagnies spécialisées dans la protection de l'environnement agissaient comme des pompiers qui réglaient les problèmes après que le mal ait été fait. Maintenant, nous devons aller plus loin dans nos démarches et agir à titre de consultants dans un contexte de transparence afin de permettre à l'entreprise de trouver des solutions de prévention», explique le président de Servac S. L.

Croissance rapide

Filiale du groupe Servac, Servac S. L. est une entreprise entièrement régionale fondée en 1989. En à peine cinq ans, l'entreprise a connu une croissance rapide. En l'espace d'un an, le nombre des camions d'interventions est passé de deux à 37. Trois fois récipiendaire du titre d'entreprise de l'année remis par la Chambre de commerce du Saguenay - Lac-Saint-Jean et reconnue parmi les meilleurs fournis-



QUALITE TOTALE - Servac S. L. s'est donnée une mission d'entreprise dans une démarche de qualité totale afin d'atteindre le plus haut standard de qualité reconnu en matière environnementale. Pour l'entreprise, cette mission est plus qu'un énoncé théorique et leur engagement se traduit concrètement dans l'exécution de leurs contrats.

seurs auprès de plusieurs de leurs clients, la firme régionale continue son ascension vers la qualité.

Leader au sein du groupe Sani-Mobile en matière de qualité totale, Servac S. L. est en voie d'obtenir la norme d'accré-

dition ISO 9002. Cette norme gouvernementale témoignera de la mission de qualité totale que s'est donnée l'entreprise.

Les services de la compagnie embrassent une multitude de champs d'action en matière d'environnement allant de la

gestion et la récupération des déchets toxiques jusqu'à la préparation d'études approfondies en passant par les services d'analyse en laboratoire.

De plus, Servac S. L. offre un service d'intervention lors de déversements maritime et terrestre, de traitement d'eau et de sol contaminé ainsi que du nettoyage de réseaux d'égout.

Personnel compétent

La firme compte sur un personnel compétent possédant une formation spécialisée en environnement.

L'équipe de 65 employés dispose d'équipements ultramodernes et les spécialistes sont en mesure de faire face à toute éventualité tant au niveau de la prévention qu'en situation d'urgence.

Servac S. L. est la seule entreprise, dans la région, à disposer de pompes vacuums à sec, éliminant par le fait même les eaux contaminées.

Servac S. L. s'impose comme un symbole de qualité et un gage d'excellence pour les entreprises de la région et ont réussi à gagner la confiance du milieu.

Qualité totale

Servac se donne une mission d'entreprise

Membre du plus important groupe de gestion environnementale au Québec, la firme Servac a surencontrer et même dépasser les critères de sélection des entreprises les plus exigeantes. Disposant, dans chacune de ses installations, de personnel hautement quali-

fié, Servac peut à tout moment compter sur les ressources techniques et l'équipement de 20 compagnies affiliées réparties sur l'ensemble du territoire québécois. Ses principes de qualité, d'efficacité et de sécurité alliés à une politique de prix concurrentiels, ont permis à Servac de gagner la confiance d'un nombre sans cesse crois-

sant d'entreprises privées et d'organismes publics et parapublics.

Mission d'entreprise

Dans une démarche de qualité totale, la firme régionale s'est donnée une mission d'entreprise.

Servac s'engage à fournir à la population un service de haute qualité dans les domai-

nes de la protection environnementale et du nettoyage industriel ainsi que dans des secteurs à forte croissance reliés à des activités connexes.

Pour le président de Servac, Robyn Labonté, cette mission est plus qu'un énoncé théorique. «Nous nous sommes engagés envers nos clients à faire la démonstration pratique de cet engagement dans la réalisation de nos contrats», assure-t-il.



PROFESSIONNELS EN ENVIRONNEMENT - Marc Potvin, coordonnateur de la division Saguenay et Robyn Labonté, président de Servac S. L., sont à la tête d'une équipe de professionnels en matière de gestion et protection de l'environnement. Ayant son siège social au 740, rue Bombardier, dans le parc industriel à Alma, l'entreprise s'est taillée une place de choix au Saguenay - Lac-Saint-Jean.

Nouveau service

Décapage au soda

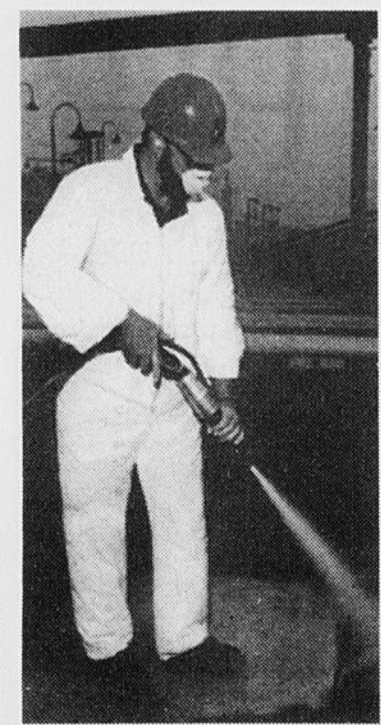
Toujours à l'avant-garde des nouveautés écologiques, la firme Servac utilise maintenant une technique révolutionnaire pour remplacer le sable dans le décapage industriel. Il s'agit du soda ou plus simplement du bicarbonate de soude qui est utilisé pour décaper les équipements industriels ou les surfaces de recouvrement comme le béton, l'aluminium ou autres.

Cette technologie donne des résultats exceptionnels et n'abîme pas les surfaces. Le décapage peut être effectué à sec ou humide.

«Nous sommes les seuls à utiliser cette technologie dans la région», confie le président de Servac, Robyn Labonté.

Le principe a fait ses preuves sur différents outillages ou équipements industriels et sur les surfaces de béton ou de briques.

Cette technologie a été utilisée, entre autres, pour nettoyer la Statue de la liberté, pour rafraîchir le revêtement de différents édifices centenaires, dans des réseaux d'eau potable et dans le domaine alimentaire.



DECAPAGE - La nouvelle technologie de décapage au soda de Servac retire la graisse, la peinture, la saleté et les résidus de fabrication de toute surface, interne et externe, facilement sans abîmer les équipements.

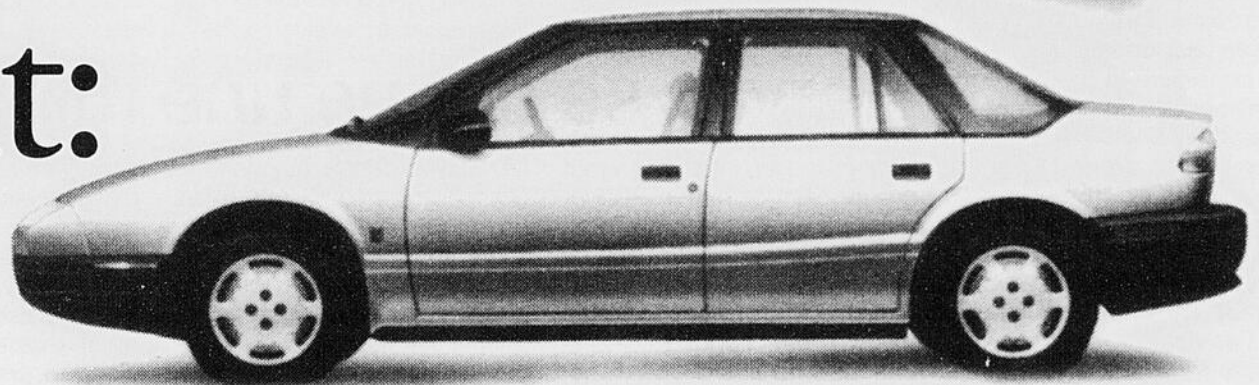
 **Servac**
Division du Groupe Sani-Mobile inc.

LES FORCES D'UN CONCESSIONNAIRE

- Le service:



- Le produit:



- Le prix:

189 \$* / mois
36 mois



SATURN DU SAGUENAY
AUTO L.P. TREMBLAY LTÉE
1330, boul. du Royaume Ouest
Chicoutimi
549-3320

* Paiements basés sur la Saturn SL 94, radio AM/FM stéréo, sac gonflable côté conducteur, banquette arrière divisée rabattable, colonne de direction réglable, télécommande d'ouverture du coffre, essuie-glace à balayage intermittent, PDSF de 11 995 \$, excluant taxes, immatriculation et assurances. Versement initial de 1444 \$, premier paiement de 189 \$ et dépôt de garantie remboursable de 300 \$ requis à la signature du contrat pour un total de 1933 \$ ou échange équivalent. Sujet à l'approbation du crédit. Kilométrage limité à 24 000 km par année; le coût du kilométrage excédentaire étant de 5¢ par km.



DISTRIBUTEUR AUTORISÉ



TANGUAY,

● ● **manac**

PRENTICE

▲ **HYUNDAI**

HYDRO-AX

INDUSTRIES TANGUAY INC.

Une division de Manac Inc.

Chef de file dans l'industrie forestière depuis 1953 vous offre après 40 ans une gamme complète de services:

- Produit forestier PRENTICE
- Produit de construction HYUNDAI
- Pièces de camions et remorques
- Produit forestier TANGUAY
- Plan d'échange avec garantie
- Vente et réparation: LINDE, VOLVO, COMMERCIAL, VICKERS, ETC.

HYUNDAI 200 LC - L'excavatrice avec le meilleur rapport qualité/prix.



PRENTICE 630 FB - L'abatteuse la plus productive sur le marché.

TANGUAY, c'est:

- 1- Une équipe de vente couvrant tout le Québec
- 2- Plus de 75 spécialistes à votre service
- 3- Un inventaire de pièces de 3,5 \$ millions
- 4- Un département d'ingénierie pour vous conseiller
- 5- Une usine de 80 000 pi² complètement équipée
- 6- Un service de réparation sur route couvrant tout le Québec
- 7- La possibilité de participer à vos travaux de réparation
- 8- Un service d'urgence pièces et service 24 heures par jour

**ET UNE ÉQUIPE DYNAMIQUE
ET ATTENTIONNÉE**



Ensemble... pour votre réussite

Sainte-Foy (418) 688-8031

Chicoutimi (418) 545-6066

Saint-Prime (418) 251-3152

Val-d'Or (418) 825-5750

POUR LE PRINTEMPS:

- (4) Excavatrices Hyundai 200 LC neuves en inventaire
- Excavatrice Hyundai 290 LC neuve en inventaire
- Excavatrice Hyundai 280 LC usagée





Coopérative fédérée du Québec

Des profits nets de 5,2 millions \$ en 93

MONTREAL (PC) — Après avoir subi en 1992 ses premières pertes en un quart de siècle, la Coopérative fédérée du Québec a effectué un important redressement financier, si bien que la société a réalisé l'an dernier un excédent net de 5,2 millions \$, sur des revenus totaux de 1,52 milliards \$.

En 1992, la Coopérative fédérée, le principal réseau de transformation et de commercialisation agricole au Québec, avait perdu 17,3 millions \$ sur des ventes totales sensiblement similaires à celles de l'an passé, soit 1,54 milliards \$.

Ce revirement a pu être obtenu par le biais d'une réduction des dépenses d'exploitation de 39 millions \$, réalisées notamment grâce à l'abolition de 860 postes de travail, a indiqué le directeur général de la Coopérative fédérée, Jean-Pierre Deschênes.

Deux facteurs importants ont été à l'origine des difficultés financières éprouvées par la Coopérative fédérée en 1992.

Les coûts d'intégration des activités de la division des viandes rouges de la coopérative à celles d'Olympia (société privée oeuvrant dans le même domaine) ont été particulièrement élevés. Olympia a été acquis par la coopérative, et la division des viandes rouges porte maintenant le nom de Olymel.

La nouvelle division fusionnée réalise des ventes annuelles de 700 millions \$ et détient 60 pour cent du marché dans son secteur au Québec.

Olymel fait entre autres dans l'abattage, la coupe, la préparation, la distribution et l'exportation du porc.

Aliments Flamingo

La seconde et la plus importante cause des problèmes financiers de la Coopérative fédérée est venue des frais d'acquisition de Tyson Canada, une entreprise oeuvrant dans le secteur de la volaille.

Bexel, l'ancienne division de la Coopérative fédérée oeuvrant dans le domaine de la volaille, et Tyson ont mis plusieurs mois à intégrer leurs activités en raison notamment de problèmes légaux.

La nouvelle entité fusionnée, appelée Aliments Flamingo, a essuyé des pertes de 19 millions \$ en 1992. «(...) la contribution de cette division montre un revirement impressionnant, passant d'une perte importante l'an dernier (1992) à un excédent net cette année (1993)», souligne la Coopérative fédérée, dans un communiqué transmis à la presse.

Cette division se spécialise dans la production, l'abattage, la transformation et la commercialisation des poulets et des dindons.

Appelé à prendre la parole à l'assemblée de la Coopérative fédérée, le nouveau président de l'Union des producteurs agricoles du Québec, Laurent Pellerin, a pour sa part mis en garde le milieu agricole contre la tentation de vouloir «casser le syndicalisme», en prétextant le nouveau contexte de concurrence mondiale.

«Des esprits bornés pourraient promouvoir qu'il serait avantageux pour les entreprises de transformation, (j'irai jusqu'à dire: incluant des entreprises coopératives) de casser le syndicalisme. Sur ce terrain, l'affrontement est inévitable. Je veux être clair ici: il

est hors de question que nous abandonnions nos pouvoirs obtenus de haute lutte sur la mise en marche collective de nos produits», a déclaré M. Pellerin.

A ce propos, le président de la Coopérative fédérée, Paul Massicotte, s'est montré sensible à la

volonté du milieu syndical de conserver les plans conjoints (qui permettent de contrôler l'offre des produits agricoles), mais a tout de même émis des réserves.

«Comme le contexte évolue, on devra tous évoluer. S'ils (membres de l'UPA) n'évoluent pas, ils

vont perdre une -coche' dans la parade. La mondialisation est arrivée», a fait valoir M. Massicotte.

La Coopérative fédérée du Québec regroupe 99 coopératives oeuvrant dans les différents secteurs du milieu agricole.

FONDS DESJARDINS INTERNATIONAL

34,0%

19,7% : 3 ANS

15,3% : 5 ANS

1 AN

13,2% : 10 ANS

Rendement total annuel composé réel au 31 janvier 1994

C'est haut, c'est beau, mais ce n'est pas tout...

Vous en conviendrez, 34% est un excellent taux de rendement. C'est celui que vous auriez obtenu en investissant dans notre Fonds Desjardins International.

Mais est-ce vraiment le type de fonds de placement dont vous avez besoin? C'est ici que votre spécialiste de la Gestion privée

Desjardins devient un atout de choix dans la gestion de vos avoirs.

Avec la Gestion privée Desjardins, votre directeur de compte attiré analysera avec vous vos objectifs de placement en fonction de votre situation financière et du niveau de risque que vous êtes prêt à assumer. Ensemble vous serez alors

en mesure de déterminer la combinaison optimale pour un rendement maximal de vos placements.

Rencontrez un de nos spécialistes à la succursale la plus près de chez vous ou composez le 1 800 361-2680 du lundi au vendredi de 8h à 20h ou, pour la région de Montréal, le (514) 286-3225.

La Gestion privée Desjardins pour votre REER, parce qu'on n'est jamais trop de deux pour assurer son avenir.

Les taux de rendement indiqués constituent le rendement total annuel composé réel au 31 janvier 1994, compte tenu des variations dans la valeur des parts et du réinvestissement de toutes les distributions. Le rendement passé ne donne pas forcément une indication du rendement futur. On trouvera des informations importantes sur le Fonds Desjardins dans le prospectus simplifié. Pour en obtenir un exemplaire, s'adresser à une succursale de la Fiducie Desjardins. Il est important de le lire attentivement avant d'investir. La valeur liquidative par part et le rendement du capital investi fluctuent.



Fiducie Desjardins

POUR GÉRER L'AVENIR



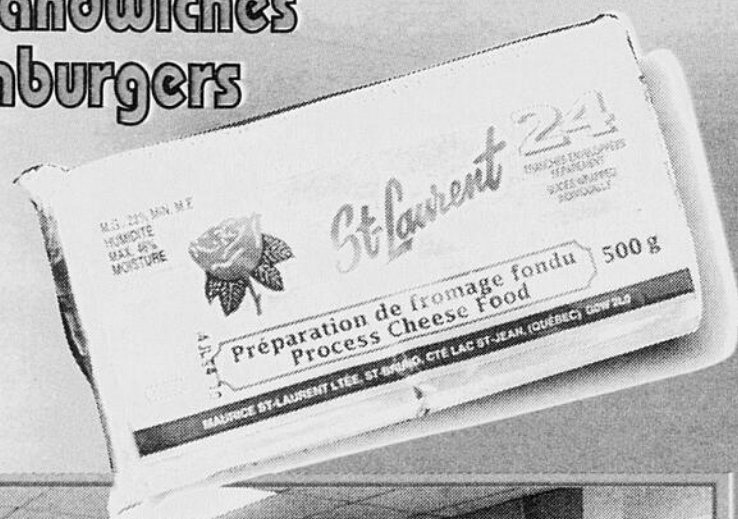
Desjardins L'incroyable force de la coopération.

Fromagerie

St Laurent

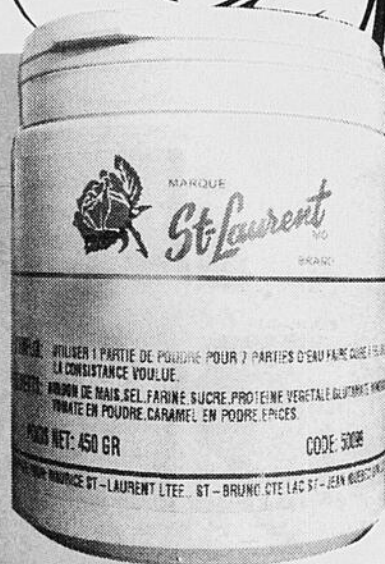
NOUVEAU
Fromage fondu
en tranches
pour sandwichs
et hamburgers

**Une entreprise
qui ne cesse d'innover...**



8 sortes de sauces

- Poutine
- Hot chicken
- Rosbif
- B.B.Q.
- Base de soupe poulet
- Fondue chinoise
- Base de soupe au boeuf
- Sauce poivre noir

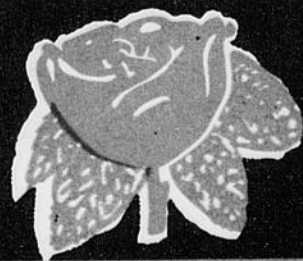


Un comptoir laitier au centre de la région
situé à Saint-Bruno



La gamme de produits laitiers St-Laurent,
la plus complète et la meilleure sur le marché.

**Fromage en grain
frais du jour maintenant
distribué à Québec**



FROMAGE

St Laurent

Fromages de toutes sortes, pain frais du jour, 735, Rang 6, Saint-Bruno
crème glacée, pâtisserie maison, etc. 343-3655

Ils ont amélioré la qualité
de leurs produits,
ils ont investis dans de nouvelles technologies,
Ils ont même réduit leurs prix....

Comment alors, pourrions-nous
les devancer?



R B L

Raoul Blackburn

752, rue Alma, Chicoutimi
549-1244 Fax: 549-3815

SI VOUS N'ÊTES PAS SATISFAIT DES PRODUITS QUE NOUS VOUS AVONS VENDUS,
NOUS VOUS LES REMPLACERONS.

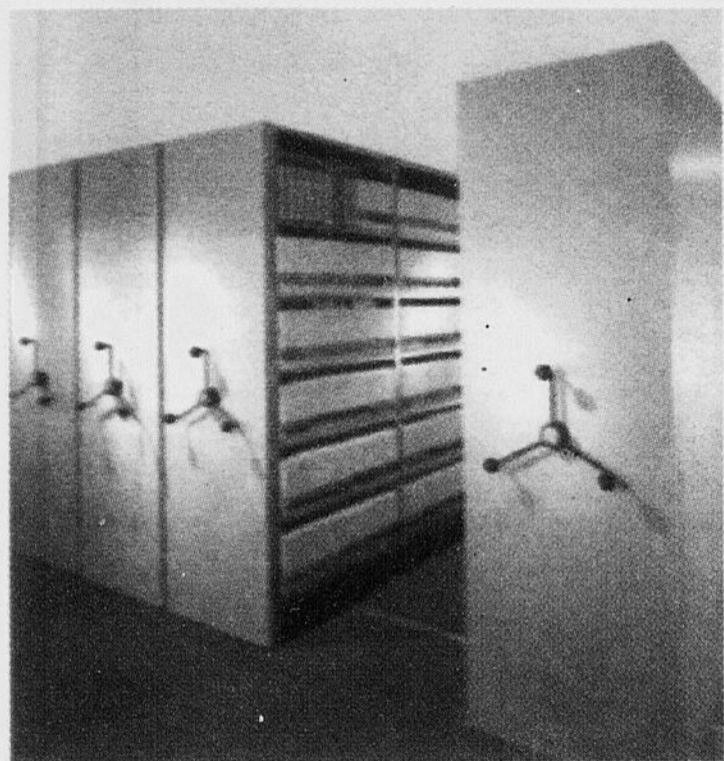
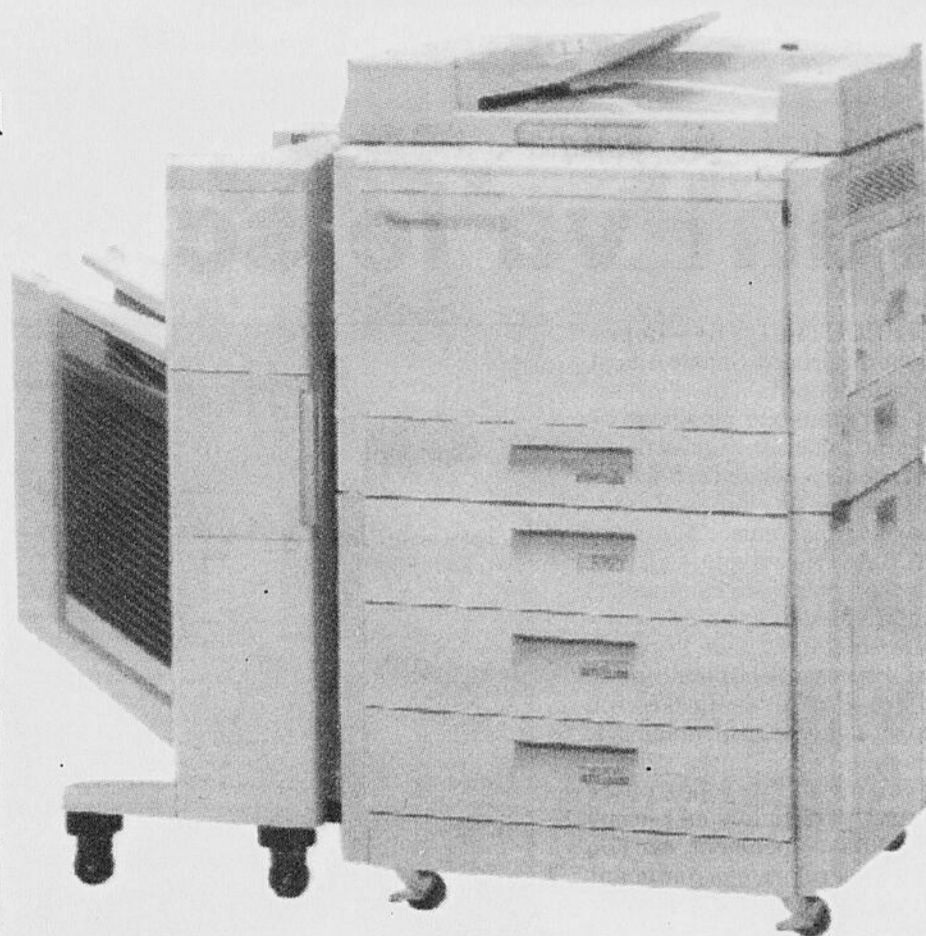
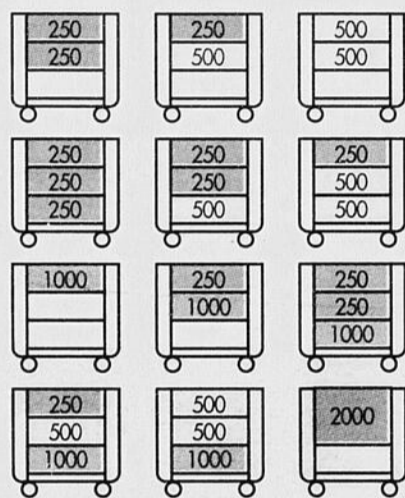
Panasonic
à l'avant-garde du temps



Carte mémoire de CI
(vendue séparément)

Logique Neuro-Fu

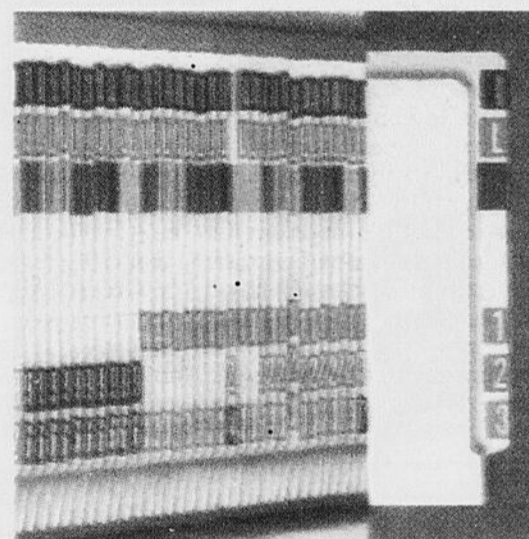
Choix personnalisé
de l'alimentation
en papier



Systeme de rangement à haute densité

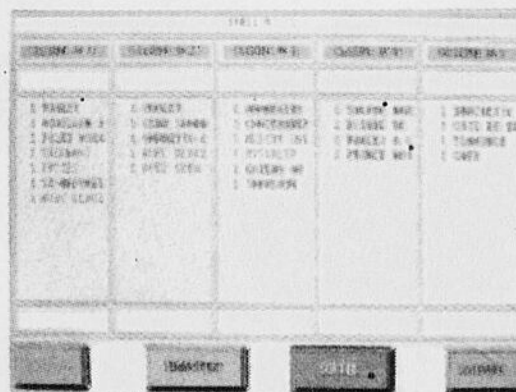
NONTE

Classement
par codage
couleur



Systeme de gestion de restaurant

Gamma



Point-de-vente à écran tactile



Conjoncture économique actuelle

Tant va le sciage, tant va Allard

CHICOUTIMI (YB)—Le président du Groupe Benoit Allard, dit estimer que tant que l'ensemble de l'industrie du sciage de l'Est du Canada sera aussi florissant, quatre des douzes usines du Groupe (Ateliers Benoit Allard, Denis Comact, Multimeg et A.B.A Hydraulique inc.), vont voir leur carnet de commandes rempli à pleine capacité.

«Le sciage, expose le président, représente 50 pour cent du chiffre d'affaires du Groupe Allard, soit de 30 à 40 millions \$. Cela nous oblige à nous surpasser et à investir de concert avec d'autres partenaires en recherche et développement, car l'on tient à accroître constamment notre expertise et à demeurer leader.»

Clé en main

Le président Allard explique qu'à ce chapitre (sciage), le Groupe industriel a choisi de réaliser dans le cas de nouvelles constructions des contrats clés en main, ou si l'on veut de développer tous les chaînons du projet. De A à Z.

S'il s'agit de projets majeurs de rénovation, l'on s'efforce de réaliser l'ensemble des travaux à exécuter.

Lorsque la conjoncture est moins favorable, indique-t-il, le Groupe Allard dirige ses efforts vers l'exportation de sa technologie. «Ainsi, lors de la période de récession, nous avons favorisé l'implantation d'usines de sciage en France (2), en Chine, au Chili et aux Etats-Unis.»

De même encore et c'est ce qui se passe présentement, vu la conjoncture économique plutôt



VERS DE NOUVEAUX SOMMETS — Les activités du Groupe Allard de Chicoutimi devraient atteindre de nouveaux sommets au cours de l'année 1994, dû principalement au fait que l'ensemble de l'industrie du sciage connaît un essor important. Apparaît également sur la vignette (à droite) le contrôleur de ce groupe industriel, Yvan Gagnon.

(Photo Jeannot Lévesque)

faible dans le secteur des alumineries on se tourne vers d'autres continents. «Ainsi, ces mois-ci, nous coparticipons (joint venture) à l'implantation d'une nouvelle aluminerie, à Richard Bay en Afrique du Sud.»

En 1991, l'ensemble des usines du Groupe Allard comptait une main-d'oeuvre de quelque 800 employés, en 1992 soit en période de récession, ce chiffre a été amputé d'environ 30 pour cent, et en 1994 tout indique qu'il y

aura une augmentation de 10 à 15 pour cent du volume de la main-d'oeuvre puisque de nombreux contrats ont été conclus au cours des derniers mois dans l'industrie du sciage.

Barrages

Par ailleurs à l'usine Canmec inc., de Chicoutimi, le travail ne manque pas présentement, souligne Allard, puisque l'on fabrique et assemble des poutrelles, grilles et vannes pour la cons-

truction ou l'entretien de barrages, propriétés d'Alcan et de la Société d'énergie de la Baie James (SEBJ).

«Dans ce cas-ci, pas besoin de se tourner vers l'extérieur car ça bouge passablement ici au Québec.»

D'autre part, chez Industries Saguenay ltée de Ville de La Baie, dont les portes étaient fermées depuis août 1992, il y aura bientôt reprise des activités et réorientation de cette entreprise vers l'usinage et l'assemblage de produits utilisés couramment dans l'industrie des pâtes et papiers (calandres, défibreuses, etc.), signale le président Allard.

Dans le cas de l'entreprise Industries Raymond inc., de Sept-Iles, dit Benoit Allard, ça tourne à plein régime puisqu'on s'affaire depuis quelques mois déjà à construire 4 bateaux pour la garde-côtière canadienne. «Une affaire de 10 millions \$», fait remarquer l'homme d'affaires.

Construction

Commentant la division de la construction du Groupe Allard, le président fait remarquer que «tant que le gros des travaux de construction ne repart pas sur les chantiers, c'est, force est de le reconnaître..., plutôt tranquille.»

FAUTEUILS ERGONOMIQUES

FINIES LES DOULEURS AU TRAVAIL - LA CHAISE "CHEVRON"

Un dossier plus large, pour plus de confort et de support

Le mécanisme d'ajustement de la hauteur des accoudoirs pivotants permet à vos épaules, à votre cou et à vos poignets de se reposer en ajustant à la fois la hauteur et l'angle des accoudoirs de la chaise.

Bras ajustable

Mécanisme d'inclinaison permettant de varier les positions du dossier.

Tissu élégant offert dans une variété de couleurs.

Piètement à cinq pattes.

Cette chaise bien conçue vous permet d'orienter adéquatement les accoudoirs, les bras et le dossier. Grâce à l'ajustement de la hauteur de ses bras et à ses accoudoirs pivotants vous aidera à atteindre un niveau de confort et de support inégalé.

Rég.: 425 \$

SPÉCIAL

269⁹⁵\$

papeterie

AD

Carrefour Chicoutimi

BOUL. TALBOT

Multisoda

Papeterie A et D

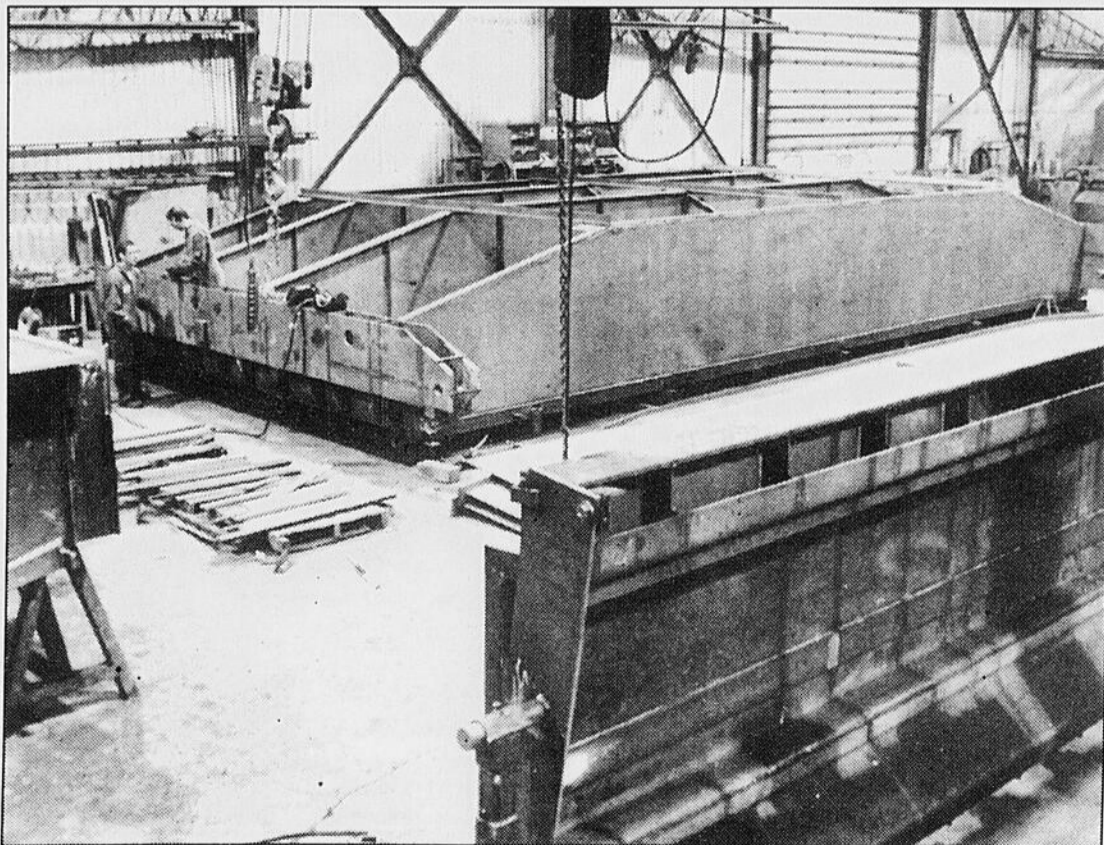
boul. Barrette

Ameublement & fourniture de bureau

Tél.: 545-9506
Fax: 543-4661

1864, boul. Talbot, Chicoutimi, Québec
G7H 5B1

254534

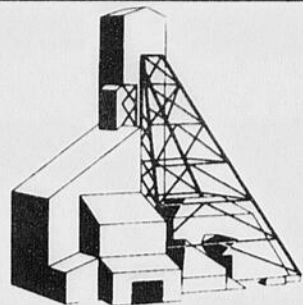


VANNES ET POUTRELLES — A l'usine Canmec inc. de Chicoutimi, la main-d'oeuvre a fort à faire pour assembler un volume important de pièces métalliques de bonnes dimensions.

(Photo Jeannot Lévesque)

LA MINE NIOBEC

FAIT UN BOND EN AVANT



En annonçant en décembre dernier un investissement de 7,5 millions \$ pour ses installations de Saint-Honoré, la mine Niobec a fait un bond en avant qui placera l'entreprise en meilleure position sur le marché international, et lui permettra de doubler son chiffre d'affaires dès les premières années de mise en opération.

En effet, la mine Niobec prévoit débuter au cours du printemps prochain, l'agrandissement de son usine actuelle en y installant un convertisseur pour produire un alliage à partir du niobium.

NOUVEAU CONVERTISSEUR
En agrandissant son usine,

Niobec veut prendre une nouvelle part du marché en produisant directement à Saint-Honoré le ferriobium que produit actuellement ses clients.

Le nouveau convertisseur devrait permettre la création de six nouveaux emplois en plus de produire, dès la fin de 1994, environ 3 millions de kilos de ferriobium par année qui seront vendus à un prix moyen de 14 \$ le kilo.

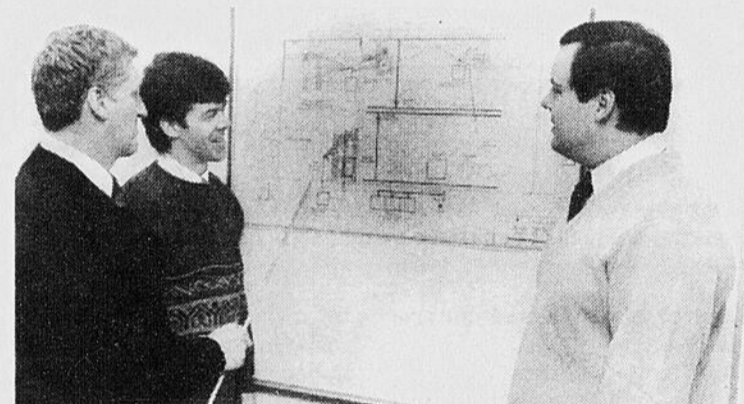
Un convertisseur est une usine qui utilise un procédé de fonderie, c'est-à-dire que le métal chauffé est fondu et coulé pour donner un nouvel alliage.

Le procédé d'aluminothermie qui sera utilisé à Niobec consiste à mélanger le concentré de niobium à du fer, de la poudre d'aluminium et quelques autres éléments dans une cuve de 6 pieds de diamètre. Le mélange est porté à 2250 degrés Celsius. Après la réaction, une coulée dans les moules permettra de séparer le ferriobium commercial du résidu.

Après refroidissement, le ferriobium sera concassé aux dimensions exigées par chaque aciérie, emballé et expédié un peu partout dans le monde, aux cinquante nouveaux clients de Niobec.



PAR:
Eddy Dénomme,
Ing. Adm. A
Surintendant
de la mine



La construction du nouveau convertisseur sera gérée par l'équipe actuelle de Niobec. Michel Robinson, le directeur de la mine, dirigera le projet aidé dans cette démarche par Steve Thivierge, surintendant entretien-ingénierie et de Ghislain Goyette, métallurgiste.

Le contrôle des budgets de construction et le respect des échéanciers, pour arriver à produire du ferro-niobium en octobre 1994, sont deux activités cruciales qui nécessitent beaucoup de concertation.

L'équipe se penche présentement sur l'organisation du procédé du convertisseur et la révision des plans de construction de la bâtisse.

DEUXIÈME PRODUCTEUR AU MONDE

En produisant du ferro-niobium, le Saguenay - Lac-Saint-Jean deviendra le deuxième producteur dans le monde. Le Brésil, qui contrôle présentement 80 % du marché mondial, jouit d'avantages importants, qui le place loin en avant comme producteur principal. Le Brésil possède des gisements à ciel ouvert avec une teneur de minerai beaucoup plus élevée que celle de Niobec, et peut produire du ferriobium à environ le tiers du coût de production de Niobec.

Présentement, l'entreprise effectue deux opérations principales. D'abord, l'opération minière souterraine où le minerai est extrait par grands chantiers

ouverts, avec des équipements motorisés modernes, qui permettent d'obtenir un rendement et une efficacité qui classent Niobec au premier rang parmi les mines du Québec. Niobec obtient le plus bas coût de production par tonne de minerai extrait.

La deuxième opération est la concentration du minerai dans le but de produire un concentré de niobium. Cette opération consiste à broyer le minerai et par diverses étapes de traitement à séparer le minerai commercial de la roche et produire le concentré utilisé par les clients. L'usine de concentré utilise un procédé breveté, unique au monde développé à

Saint-Honoré. Ce procédé est aujourd'hui en voie d'amélioration où les systèmes de contrôle et l'informatique jouent un rôle important.

Le produit final, l'oxyde de niobium est pour sa part expédié à trois clients situés au Japon, en Allemagne et aux États-Unis, qui produisent un alliage de ferriobium et le vendent aux différents producteurs d'aciers dans le monde.

Le niobium de Saint-Honoré sert donc en majeure partie à la préparation d'aciers spéciaux reconnus pour leur haute résistance. Ces aciers entrent dans la fabrication de ponts, d'immeubles ou de travaux d'architecture spéciaux.

NIOBEC A UN AVENIR PROMETTEUR

Malgré la forte concurrence que lui livre les producteurs Brésiliens et le risque que représente en 1994 la construction d'un convertisseur, compte tenu de la difficulté de percer sur un nouveau marché, la mine Niobec voit son avenir de façon optimiste.

En effet, le nouveau convertisseur permettra, aux 155 employés actuels, de consolider leur emploi et de créer six nouveaux emplois, en plus de prolonger la vie de la mine.

Les investissements de 1994 pour la construction d'un convertisseur ne représentent qu'une première étape. À partir de 1995, d'autres investissements de l'ordre de 6 millions \$ devraient être ajoutés pour permettre l'approfondissement de la galerie inclinée et du puits actuel, en plus de déboucher sur le développement de nouvelles galeries et la production à partir des niveaux inférieurs.

Une campagne de forages

d'exploration se poursuit dans le but de prouver que des réserves minières sont suffisantes pour rentabiliser ces nouveaux investissements et assurer la production minière pour encore une quinzaine d'années.

OBJECTIFS ISO 9002

Dans le but de rencontrer la demande de ses nouveaux clients qui seront maintenant les producteurs d'acier, la direction de Niobec s'est donnée comme objectif d'être accréditée à la norme ISO 9002, d'ici la fin de 1994.

Il s'agit-là d'une démarche importante qui doit assurer aux clients de Niobec que le produit final soit de qualité constante et qu'il rencontre les normes précises qui correspondent aux exigences et aux besoins des clients.

DES EMPLOYÉS MOBILISÉS

Pour atteindre tous ses

objectifs, d'abord de développer un nouveau créneau dans la production du ferro-niobium, de construire et rentabiliser une nouvelle usine, de développer en profondeur le gisement et assurer à sa nouvelle clientèle un produit haut de gamme et compétitif, la direction de la mine Niobec réalise qu'aucun de ces défis ne peut être atteint sans la mobilisation de tous ses employés vers l'atteinte de ces objectifs.

C'est de ce contexte très serré et très compétitif que Niobec a pris le virage de la qualité totale.

Toutes les équipes autant de direction, de supervision que de production, travaillent avec la ferme intention de propulser la mine Niobec de Saint-Honoré sur le marché international du ferriobium.

La direction de Niobec est en bonne voie de réaliser ce défi et de consolider une en-



treprise de calibre international qui pourra franchir le cap de l'an 2000, en demeurant à la fois agressif sur le marché et tout en respectant les valeurs

de base de ses employés qui aspirent à travailler dans une entreprise qui leur permette de se développer et dont ils seront toujours fiers.



Deux en opération dans la région

Le Québec revient aux mini-centrales

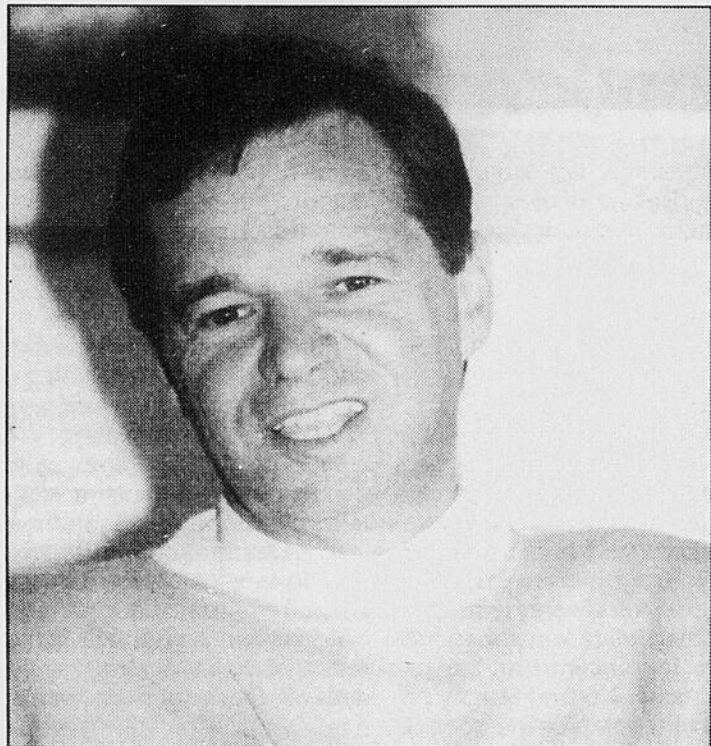
VAL JALBERT (Selon PC) — Pendant que les méga-projets s'embourbent, le Québec revient aux mini-centrales hydro-électriques. Des chantiers privés, trop petits pour un géant comme Hydro-Québec, se multiplient pour exploiter pratiquement tout ce qui est exploitable sur les cours d'eau québécois.

Sur les quelque 70 contrats signés par Hydro-Québec avec des producteurs privés, une cinquantaine concernent de petites centrales hydro-électriques, le reste étant constitué de centrales thermiques.

Dans la région, l'homme d'affaires

exploitation. Leur capacité varie entre 0,3 et 25 MW; ce sont presque des toupies à côté des immenses turbines d'Hydro, douze fois plus puissantes, mais elles ont leur raison d'être.

Ces chantiers apportent tout d'abord du travail en région. Un mégawatt représente en effet quelque deux millions \$ en investissements, incluant les turbines. Mais elles font aussi du sens sur le plan énergétique, car cela permet de remettre en opération des équipements qu'il faut entretenir de toute façon, explique Ronald Gignac, responsable des forces hydrauliques au



TRAVAUX — Dès qu'il aura le feu vert du ministère de l'Environnement, Pierre Lajoie se dit prêt à commencer les travaux pour l'aménagement d'une mini-centrale sur la rivière Ouatichouane.

res Pierre Lajoie, de Jonquière, vient tout juste d'arriver à la dernière étape précédant la réalisation d'une mini-centrale hydroélectrique de 24 mégawatts sur la rivière Ouatichouane, à Val-Jalbert, un investissement de 40 millions \$. Pierre Lajoie dit qu'il est prêt à commencer les travaux dès que le ministère de l'Environnement lui aura donné son permis.

Pour sa part, M. Gaston Morin, de Sainte-Jeanne-d'Arc a déjà réalisé deux importants projets dans la région du Saguenay—Lac—Saint-Jean, en remettant en fonction la mini-centrale de l'Anse-Sainte-Jean et une autre sur la rivière Petite-Pérignonka, un investissement de plusieurs millions de dollars.

Pour le Québec, il s'agit presque d'un retour aux sources, puisque l'hydro-électricité a pris naissance dans ces petites centrales, qui ont plus tard été délaissées pour les grands barrages.

Ces 50 projets totalisent une puissance de 160 MW, à quoi il faut ajouter une douzaine de petites centrales qui sont déjà en

ministère de l'Énergie et des Ressources.

Si les sites de 25 MW et moins ont été abandonnés aux promoteurs privés, c'est parce que la machine d'Hydro-Québec est trop grosse pour réaliser ces petits projets de façon rentable.

À première vue, la décision ressemble à une privatisation à la pièce. Il faut toutefois se rappeler qu'au Québec, sur une production totale de 30 000 MW, plus de 3200 MW sont déjà d'origine privée ou municipale.

Les trois quarts (2400 MW) appartiennent à la compagnie Alcan et le reste est partagé entre une vingtaine de propriétaires. La plus petite de ces centrales produit un dixième de mégawatt et appartient à une pourvoirie.

Les nouveaux projets sont partagés entre une vingtaine de promoteurs. Il s'agit d'entrepreneurs en construction, d'ingénieurs-conseils ou encore de financiers, et ils se sont réunis au sein d'une Association des producteurs privés d'hydro-électricité du Québec.



MINI-CENTRALE — Lorsqu'elles seront déviées et canalisées, une partie des eaux de la chute de Val-Jalbert servira à alimenter une mini-centrale de 24 mégawatts.

À elle seule, Cascades-Energie, filiale du Groupe Cascades, détient près d'une dizaine des quelque 50 contrats accordés par Hydro. Innergex, une filiale de Innocan, en détient cinq, dont quatre sur la Côte Nord. Développements Hydroméga opère déjà trois centrales, deux à Côte Ste-Catherine et un à Mont-

Laurier, et en prépare une troisième.

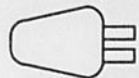
Le Groupe Axor, une société fondée en 1972 par des Septiliens, construit présentement une centrale sur la petite rivière Bergeronnes. L'entreprise ne peut pas se limiter aux projets hydro-électriques, explique son vice-président, Henri-Paul Mar-

tel, mais elle y voit des possibilités. «On pense qu'il y a un avenir là-dedans. La production hydro-électrique privée prend beaucoup d'expansion, on en parle au Mexique, en Europe de l'Est, en Chine. Ça nous permettra peut-être d'employer notre équipe de spécialistes de façon permanente sur des projets.»

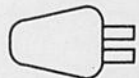
Installations Électriques Ltée

ENTREPRENEURS ÉLECTRICIENS UN VRAI SPÉCIALISTE

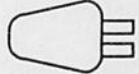
EN ÉCLAIRAGE, CHAUFFAGE, FORCE MOTRICE, CONTRÔLE ET ALARME - INCENDIE



INSTALLATION COMMERCIALE - INDUSTRIELLE - RÉSIDENTIELLE



POUR CONSTRUCTION - RÉNOVATION - RÉPARATION



PERSONNEL QUALIFIÉ DEPUIS 25 ANS À VOTRE SERVICE

Roger et Rosaire Deschênes prop.

ENTREPRENEURS ÉLECTRICIENS

ATELIER 1943, boul. St-Anicet, Ville de La Baie

BUREAU 791, boul. de la Grande-Baie
Ville de La Baie. Tél.: 544-3571

Les grands noms de la roulotte c'est chez **DALLAIRE ÉQUIPEMENT**



Tous les modèles disponibles
en inventaire

Choix de plus de
75 unités disponibles



Robin Dallaire
Prés. dir. général



Gervais Thibeault
Représentant



Roberto Duchesne
Représentant



Sylvain Dallaire
Dir. des pièces



Nicole Dallaire
Dir. service financier



Mario Girard
Dir. du service

DALLAIRE
membre
du cercle
d'excellence

DALLAIRE ÉQUIPEMENT

ST-BRUNO
560, Melançon
343-3758
FAX: 343-2506

FAUT VOIR



**VENEZ RÉSERVER VOTRE MOTO OU VTT HONDA
MAINTENANT**



GOLD WING



SHADOW / MAGNA

HONDA
Je pars avec toi.



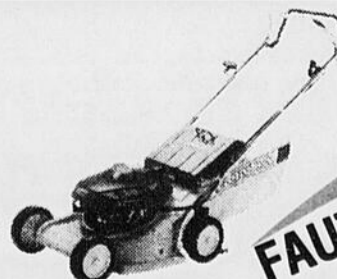
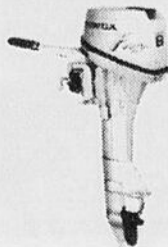
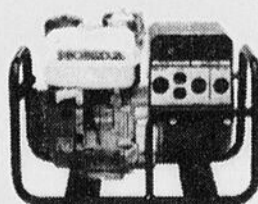
CBR 900 RR

Plan mise
à côté



TRX 350 4X4

HONDA
Produits
Mécanique



LA FORCE DU GÉNIE À L'ŒUVRE

FAUT VOIR



DALLAIRE ÉQUIPEMENT

ST-BRUNO
560, Melançon
343-3758
FAX: 343-2506

Opéré par les Entreprises Germain Dallaire



Jeunes entreprises du Saguenay Lac-Saint-Jean

Une initiation au monde des affaires

DOLBEAU (CP) - Dans un contexte où le développement économique ne repose plus sur les grandes entreprises, mais sur la création de petites et moyennes entreprises, il est essentiel de former nos étudiants en conséquence.

Jeunes Entreprises contribue de façon concrète à cette formation grâce à la collaboration du milieu des affaires, d'organismes de développement économique (Conseil Économique d'Alma et Lac-Saint-Jean, Services d'Aide aux jeunes entrepreneurs de

Chicoutimi et Roberval) et du milieu scolaire.

Le programme J.E. permet aux étudiants de niveau secondaire et collégial d'acquérir des connaissances et une expérience du monde des affaires. Les élèves doivent créer une entreprise

à petite échelle et l'exploiter sur une période d'une année scolaire, le tout sous la supervision de conseillers provenant de l'entreprise privée. Cette expérience touche l'émission d'actions, la production, le marketing, la vente, la comptabilité, la gestion

du personnel, bref toute la gestion d'une entreprise. A la fin de l'année scolaire, l'entreprise est liquidée et les bénéfices sont répartis entre la centaine d'actionnaires. Le but est atteint: ces étudiants sont désormais familiers avec la libre entreprise et en connaissent les rouages.

Le programme J.E. est implanté dans la région du Saguenay-Lac-Saint-Jean depuis maintenant cinq ans et près de sept cents étudiants y ont participé. Plus de soixante-dix entreprises supportent J.E. soit par une contribution financière, soit par l'apport de ressources humaines.

L'objectif à moyen terme de Jeunes Entreprises du Saguenay-Lac-Saint-Jean est d'implanter le programme dans toutes les écoles secondaires et CEGEP de la région. Cet objectif ambitieux nécessite des liens étroits avec le milieu scolaire et une participation accrue de l'entreprise privée. Il s'agit d'une expérience enrichissante pour tous et qui contribue à former nos jeunes étudiants pour les défis de demain.

Services financiers

Canloc vient en aide aux PME

TORONTO (PC) — La Banque Royale essaye un service informatisé conçu pour aider les petites entreprises à obtenir leur part des 10 milliards \$ prévus par le gouvernement comme mesures incitatives.

Le service permettra aux gens d'avoir accès à Canloc, une banque de données contenant des informations sur 750 programmes fédéraux et provinciaux offrant des subventions, des prêts, des crédits d'impôt et autre aide financière aux entreprises se montant approximativement à 10 milliards \$ annuellement.

Canloc facilite la tâche des propriétaires d'entreprises souhai-

tant obtenir des informations sur les programmes d'aide du gouvernement dont ils n'auraient jamais eu connaissance s'ils n'avaient pas contacté ce service, ont indiqué les officiels de la banque.

«Les propriétaires de petites entreprises ont fait savoir au gouvernement qu'ils éprouvaient beaucoup de difficulté à se prévaloir de ces programmes», a déclaré Charles Coffey, vice-président principal aux relations avec les entreprises, au cours d'une démonstration du service.

Des essais, auxquels participent des clients de la Banque Royale dans huit localités à tra-

vers le Canada, seront effectués plus tard ce mois-ci. Les banques principales ont annoncé récemment une série d'initiatives visant à aider les petites entreprises, qui se sont plaintes des années durant que les banques sont radines et autocratiques.

Pour sa part, la Banque de Montréal a indiqué qu'elle prorogait son taux spécial sur les prêts destinés aux petites entreprises, qui se situe à un point de pourcentage en dessous du taux préférentiel, pour une période indéterminée.

La banque a aussi dit que ses taux spéciaux en rapport avec la Loi sur les prêts aux petites

entreprises et la Loi sur les prêts pour l'amélioration des entreprises agricoles et les coopératives de marketing seraient prolongés d'une autre année, soit jusqu'au 31 mars 1995.

La CIBC a annoncé qu'elle mettra sur pied des centres à travers le Canada pour aider les petites firmes fabriquant des «produits technologiques». La banque a aussi fait un don à l'Université de Waterloo, en Ontario, pour l'établissement d'un centre chargé d'étudier les avenues offertes aux institutions financières pour leur permettre d'améliorer leurs performances à ce chapitre.



UNE VIE DE LA-Z-BOY

Sofa et causeuse

- COMPLÈTEMENT INCLINABLES
- MÉCANISME GARANTI À VIE
- FABRICATION EN BOIS FRANC

1^{er}

versement dans 1 AN

LE PLUS GRAND CHOIX AU SAGUENAY-LAC-SAINT-JEAN 40 mobiliers en inventaire

Meubles

ENCOURAGEONS NOS RÉGIONAUX!

Gilles Émond Inc.



MULTI MEUBLES

145, rue Sainte-Marie
Saint-Coeur-de-Marie
(Delisle)

347-3315



L'accès à la technologie de pointe passe par l'autoroute électronique

MONTREAL (PC) — La mise en place d'une autoroute informatique, selon certains, devrait faire partie du programme d'amélioration des infrastructures du gouvernement fédéral. En fait, ce dossier fait l'objet d'une attention grandissante à mesure que les nouvelles technologies se développent et qu'augmente la nécessité d'interconnexions entre les divers modes de communication.

L'avènement de la numérisation et son utilisation plus fréquente nécessitera un réseau de communication informatique plus performant que celui existant présentement au pays. Le projet CANARIE vise justement à étudier les possibilités de transformation du réseau actuel, d'augmenter la bande passante et de créer cette autoroute dont on parle tant.

Quand il parle d'infrastructure, Bernard Turcotte, mathématicien et vice-président au Centre de recherche informatique de Montréal (CRIM), ne dit pas un mot d'aqueducs, d'asphalte, de

pylônes ou de ponts. «On vit la décroissance de l'industrialisation et le début de la révolution des technologies de l'information, soutient-il. Un des éléments essentiels pour participer à cette révolution, c'est l'accès à une technologie de pointe en communication informatique. Et cela dépend de la mise en place d'infrastructures informatiques, d'une autoroute électronique.»

Le CRIM est un des piliers québécois qui s'emploie à la réalisation du village global. C'est aussi un des partenaires du programme de Réseau canadien pour l'avancement de la recherche, de l'industrie et de l'enseignement (CANARIE). Un programme qui vise à doter le pays d'une transcanadienne informatique. Mené par un consortium d'entreprises et d'universités, CANARIE devrait coûter 1,2 milliard \$ et, disent les promoteurs, «favoriser l'émergence d'un Canada infoculturel». Rien de moins!

Actuellement, au Canada, c'est le réseau CANET qui relie les branchés des provinces. Il per-

met d'établir une communication entre les ordinateurs des universités, des centres de recherche et de certaines entreprises. Mais ce réseau s'avère déjà désuet aux yeux des chercheurs qui comptent tirer le plein potentiel des ordinateurs de dernière génération. La capacité de la bande passante de l'actuel réseau québécois est, de fait, de 56 kilobits par seconde.

«C'est insuffisant si, un jour, on veut que les hôpitaux, les centres de recherches, les universités, les bibliothèques et les entreprises puissent communiquer entre eux», constate Mario Vachon, directeur du centre d'information du Réseau interordinateurs scientifique québécois (RISQ). Par exemple, la transformation de la voix en message numérique nécessite un bande passante de plus de 64 000 bits par seconde.

Aux Etats-Unis, la capacité du réseau est déjà 30 à 700 fois plus importante qu'au Québec et au Canada. «C'est comme si des autoroutes se construisaient

autour de nous et, à la sortie «Québec», la bretelle aboutirait à un chemin de terre», caricature Mario Vachon. Une liaison établie entre l'Université McGill et l'université de Princeton aux Etats-Unis offre néanmoins une bande passante de 768 kilobits. 22 000 emplois

De passage à Montréal au début du mois de décembre, le nouveau secrétaire fédéral d'Etat à la Science, Jon Gerrard, a fait sien le projet CANARIE, affirmant même qu'il devrait être inclus dans le fameux programme d'infrastructure de premier ministre Jean Chrétien. La réalisation de CANARIE entraînera 22 000 emplois et des recettes de 9 milliards \$, affirment les promoteurs.

Le ministère de l'Industrie du Canada a déjà alloué, en avril 1993, 26 millions \$ pour sa concrétisation. Mais il faudra plus: un rapport divulgué, au début de cette année, invite d'ailleurs le premier ministre à s'engager dans ce projet sinon la super autoroute électronique ne

demeurera qu'un beau projet. Toujours selon ce rapport, signé par l'ex-président de TV Ontario, cette autoroute devrait se concrétiser d'ici 1998. C'est à peu près l'échéancier que se sont fixés les pro-CANARIE.

La première étape consiste à augmenter la vitesse de base du réseau CANET de 56 kilobits par seconde à 1,5 millions de bits par seconde, puis, plus tard, d'augmenter sa capacité pour qu'elle atteigne 45 millions de bits par seconde. De quoi pouvoir transmettre les 33 volumes de l'encyclopédie Britannica en 4,7 secondes.

Du point de vue technologique, l'autoroute n'a pas la dimension spectaculaire d'un méga-projet d'ingénierie. C'est du fil, de la fibre optique, des commutateurs, des «routeurs» qui rendent l'information «transportable» en la numérisant et qui permettent d'aiguillonner les messages vers le bon destinataire. Ce sont les perspectives associées aux applications de cette technologie qui ont davantage de quoi fasciner.

Nouveau

-Système PRO-LOGIC
cinéma intégré
-36 watts
de son frontal

Base + 2 hauts-parleurs
arrières et écouteur sans fil
GRATUITS

Prix spécial

Après démonstration

1er versement dans
1 an

**Meubles
Gilles Émond Inc.**

«Le Maître des Bas Prix»



**MULTI
MEUBLES**

1663, rue Ste-Marie, Delisle • 347-3315

G A O O



La meilleure
place dans la
maison

**3
JOURS
D'ESSAI
GRATUIT**



Le Mexique: un marché à conquérir

Bois-Aisé écoule 90 pour cent de sa production dans 25 Etats américains

ROBERVAL (JG) — Spécialisée dans le bois de précision, l'entreprise Bois-Aisé de Roberval n'a pas attendu la signature de l'ALENA pour se mettre à la conquête de nouveaux marchés, soit aux Etats-Unis, soit au Mexique.

Bien assis dans son bureau, le propriétaire et pdg Gaston Castonguay rappelle, d'entrée de jeu, que leur production est écoulée à 90 pour cent dans quelque 25 Etats américains. Cette situation les favorise présentement et ordre a été donné à leurs agents d'être encore plus vigilants. «On est prêts à produire plus», déclare le pdg en parlant du nouveau marché nord-américain né à la suite de la signature du traité de libre-échange entre le Canada, les Etats-Unis et le Mexique.

«Actuellement, on est prêts et on se prépare pour ça. Nos sous-contractants sont formés afin de produire davantage et la nouvelle usine présentement en construction sera capable de sortir un volume additionnel de bois. On est prêts à faire face à la musique de l'éclatement des marchés. Tout notre personnel nous appuie dans ce sens», précise celui-ci entre deux appels téléphoniques.

Déjà, des expéditions se font vers le Mexique. Certes, c'est un début, admet notre interlocuteur, indiquant que l'ouverture des frontières était en partie responsable de cette percée.

Dans l'esprit de cet homme

d'affaires, il n'est pas question de laisser passer cette occasion de tâter de nouveaux débouchés. «C'est évident. On est en vie, on veut le rester», ajoute-t-il en souriant.

Spécialité

D'ailleurs, l'usine s'est relevée d'un incendie survenu en 1980. La direction s'est alors rapidement retournée en faisant affaire avec quatre usines du comté. Né en 1980 dans sa forme actuelle, Bois-Aisé fabrique du bois de précision. Celui-ci entre notamment dans la composition des sommiers-caisses. On fait des palettes. Avec le temps et leur expertise, l'usine a exploré d'autres produits tels des assemblages pour les balcons.

La concurrence est forte, mais les normes dans ce domaine sont sévères. L'entreprise située aux frontières de Roberval sur la route conduisant à Sainte-Hedwidge produit entre 50 et 60 millions de PMP, de la matière

première qu'elle achète dans la région chez les gros et petits producteurs. Des achats qui totalisent 20 millions \$. Elle emploie 55 personnes. Ce nombre passera à 75 quand la nouvelle usine sera en exploitation. Les retombées se chiffrent par cinq millions \$.

Chez les sous-traitants, on parle de 45 emplois. Pour Gaston Castonguay, le succès de l'entreprise passe par un suivi constant et repose sur les qualités d'appartenance des travailleurs.

(Photos Steeve Tremblay)



SPECIALITE — L'entreprise Bois-Aisé se spécialise dans le bois de précision qui entre notamment dans la fabrication des sommiers-caisses.



BOIS-AISE emploie 55 travailleurs et ce nombre passera à 75 quand la nouvelle usine sera en exploitation.



SUIVI — Le succès de l'entreprise repose sur un suivi constant et le sentiment d'appartenance des travailleurs.



GASTON CASTONGUAY est président-directeur général de Bois-Aisé de Roberval.

SA La FSSA et l'économie des régions

Bonjour,

Il n'est aucunement de mon intention de vous transmettre des informations ou statistiques économiques. Il y a des gens beaucoup plus qualifiés que moi en ce domaine; j'aimerais plutôt vous laisser sur une réflexion.

La priorité de notre Fédération est la création d'emplois. Toutes les démarches de la Fédération et de ses syndicats affiliés sont orientées en ce sens. Notre Fédération provinciale possède son siège social en région, soit ici au Saguenay – Lac-Saint-Jean, avec tout l'apport économique que cela apporte. (7 emplois permanents à la Fédération, déplacements pour des rencontres vers les régions, 3 élus à temps plein).

Depuis quelques années, nous entendons toujours parler de déficit financier, par les mesures qu'ils préconisent, les politiciens et les chefs d'entreprises vont créer des déficits plus graves sur le plan du capital humain et de l'infrastructure sociale. Je vous invite à prendre connaissance de la réflexion d'économistes renommés du Centre Canadien de Recherche en Politique de Rechange (CCRPR) intitulé «Saigner le patient». La question de la dette et du déficit exposée: une supercherie. Ces experts ont expliqué les raisons pour lesquelles les compressions des programmes gouvernementaux, des services et du personnel sont erronées et les raisons pour lesquelles elles feront augmenter les déficits plutôt que les réduire, étouffer l'économie plutôt que la stimuler.

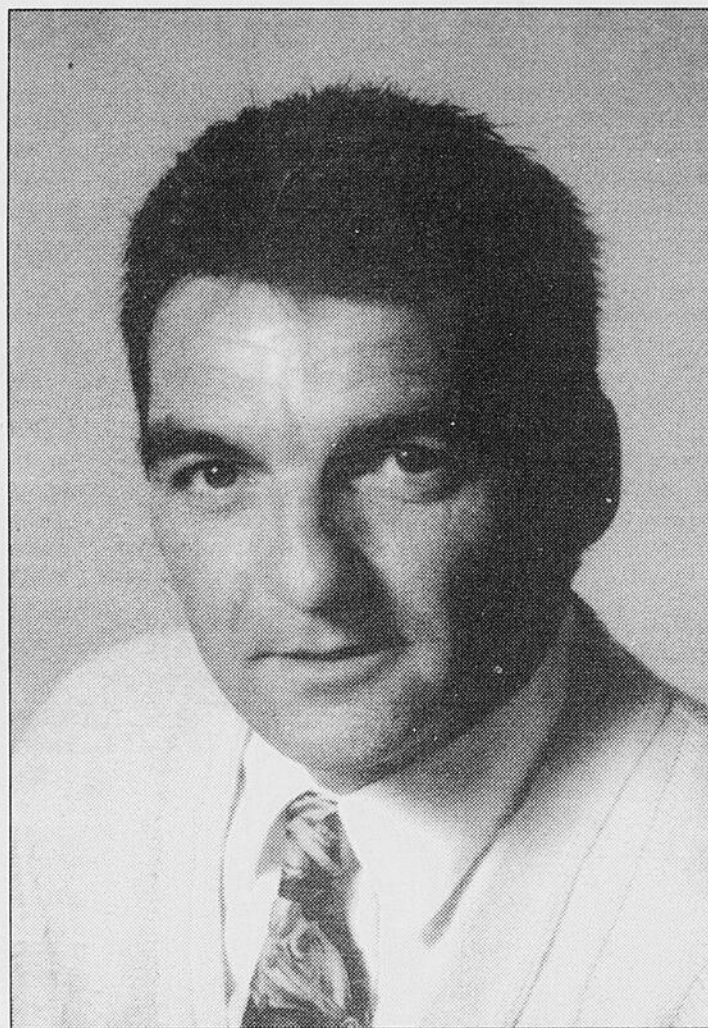
Les économistes ont identifié les véritables causes de l'augmentation de la dette publique; les taux d'intérêt trop élevés de la Banque du Canada, l'échec de faire payer par les riches et les entreprises leur juste part du fardeau fiscal et le taux de chômage injustifiable qui prive les gouvernements de revenus.

Transformation dans les régions

Les régions fournissent les ressources humaines et naturelles nécessaires aux entreprises autant au niveau du papier que de l'aluminium. La grande question, **EST-CE QU'ELLES RECOIVENT LES RETOMBÉES AUX AVANTAGES CONSENTIS?** Poser la question, c'est y répondre. Seulement au niveau d'Alcan, 50 % de ses profits sont générés au Canada, au Québec et plus particulièrement au Saguenay – Lac-Saint-Jean. Seulement 32 % de ses profits sont réinvestis au Canada et les investissements dans la région tendent tous, peut-être vers la consolidation d'emploi, mais après que le couperet soit passé. C'est pour cette raison que nous insistons pour maintenir le discours afin que nous ayons des investissements créateurs d'emploi.

Vous n'avez qu'à consulter les statistiques d'emploi et vous serez à même de ramener facilement à l'ordre les dirigeants qui se targuent de créer des emplois.

Les avantages consentis doivent correspondre à des retombées d'investissements créateurs d'emplois. Il y a tout à faire ici au Québec dans le domaine de la transformation. A ceux et celles qui essaieront de nous convaincre que la transformation, ce n'est pas pour ici en raison des distances, nous leur mentionnerons que si le problème est le transport, nous n'avons qu'à l'analyser en partenaires afin de trouver la solution. Il ne faut pas que cet argument serve de prétexte à la non-venue de ces usines de transformation, créatrices d'emplois. Lorsque les entreprises ont besoin d'électricité pour leur production, les lignes de transport ne constituent plus un problème; lorsque le besoin est exprimé, c'est un signe que la volonté commence à y être, rien n'est impossible à l'humain sur cette terre. La position de la Société Générale de Financement (S.G.F.) à l'effet que la transformation de l'aluminium, n'est pas pour le Québec et de celle de Monsieur Christian L. Van Houtte, président de l'Association des Producteurs de l'Aluminium du Québec, n'aident certainement pas la cause pour le développement de l'emploi en région.



L'emploi, un droit et non un privilège

Nous ne sommes aucunement contre les avantages offerts aux compagnies, mais la société doit y retrouver son compte avec des projets créateurs d'emplois qui profiteront à la collectivité et non pas seulement à enrichir encore les plus riches.

Nous devons tous être solidaires sur les différentes tribunes socio-politiques et économiques, d'un objectif à atteindre, que les avantages consentis doivent s'accompagner de plancher d'emploi et de garantie d'investissements dans les régions du Québec où ces profits sont générés. N'oubliez jamais qu'avec l'exportation de l'électricité, il y a aussi l'exportation des emplois. Les profits générés par la vente d'électricité devraient obligatoirement revenir dans les coffres des régions, ce qui aiderait certainement au développement de la main-d'oeuvre.

En cette période difficile, plusieurs profitent de cette situation pour vendre l'idée que ceux et celles qui travaillent sont privilégiés; c'est l'objectif premier de ces gens. Créer une crise, faire accepter par la population les diminutions de main-d'oeuvre et par le fait même, faire oublier que le travail est un droit et non un privilège.

En terminant, je suis assuré qu'ensemble, nous réussirons à sortir enrichis de cette crise fabriquée de toutes pièces et à être beaucoup plus prévoyants pour l'avenir.

Solidairement,
LA FEDERATION DES SYNDICATS
DU SECTEUR ALUMINIUM INC.
Réjean Laforest
président



Après des Européens

L'ATR poursuit son «opération charme»

CHICOUTIMI (CD) — Pour charmer encore davantage les Européens, l'Association touristique du Saguenay—Lac-Saint-Jean (ATR) participera à «Atelier Canada», à Paris, les 1er, 2 et 3 mars.

Même si la grande «opération charme» est commencée depuis un certain temps, l'ATR cherche à l'accroître. C'est que la clientèle française est déjà attirée par le Québec, sa culture, ses grands espaces. Et, comme il s'agit pour elle d'une destination peu coûteuse, il est encore plus facile de l'atteindre.

Les 1er, 2 et 3 mars, l'Associa-

tion touristique régionale débarquera donc à Paris avec une campagne de marketing bien orchestrée. Elle présentera une brochure de grande qualité et un vidéo sur les principaux attraits touristiques du Saguenay—Lac-Saint-Jean.

Le directeur général de l'ATR, Bruno Lavoie, admet qu'il faudra mettre le paquet. «Avec les Européens, il faut toujours en faire un petit peu plus», convient-il. Selon lui, le jeu en vaut la chandelle puisque ce Salon regroupe

des grossistes européens francophones dont la mission est de vendre le Québec et le Canada. Il faut donc leur en mettre plein la

vue. Pour cette «opération charme», l'ATR sera présente avec quelques-uns de ses partenaires: des représentants du jardin zoologique, de la Dam-

en-terre, de Cépail, de la Fabuleuse et du musée Maria-Chapelaine. Le groupe en profitera aussi pour «vendre» d'autres attraits touristiques comme



CATHERINE DELISLE



BRUNO LAVOIE est directeur général de l'Association touristique régionale.



LA FABULEUSE, une façon originale de vendre l'histoire régionale aux Européens.



LES EUROPEENS et tout particulièrement les Français sont fiands de randonnées en trainaux à chiens.



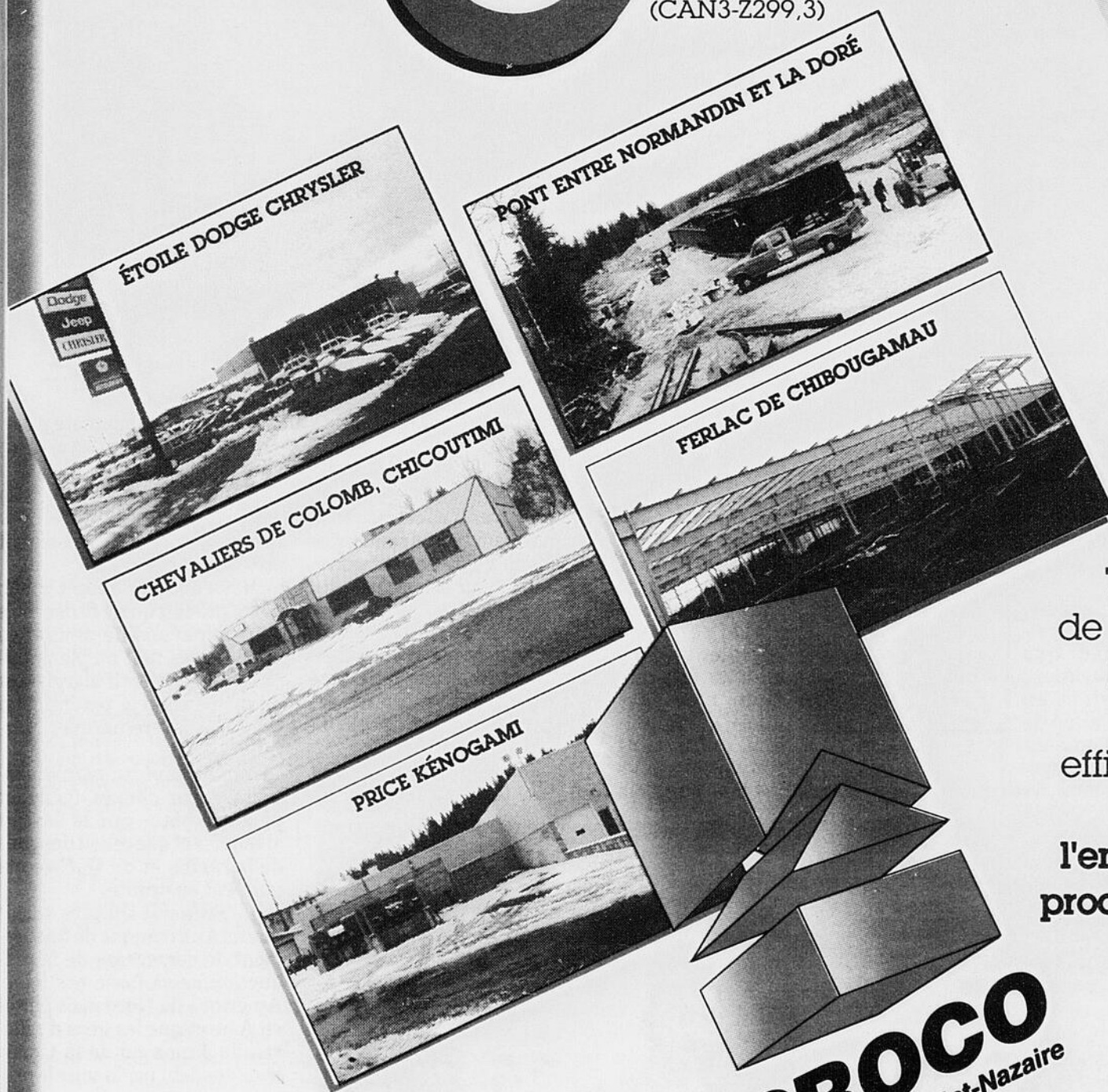
PECHE BLANCHE — Activité hivernale par excellence, la pêche blanche sur la Baie des Ha! Ha! à la cote d'amour des touristes européens.

CHEZ PROCO

L'avenue de demain face à la concurrence

C'EST LA QUALITÉ TOTALE

(CAN3-Z299,3)



Toujours soucieux
de satisfaire ses clients,
Proco estime que
le moyen le plus
efficace pour atteindre
son objectif, est
l'engagement dans un
processus d'amélioration
continu!

PROCO
516, Rte 172, Saint-Nazaire
Lac-Saint-Jean
(418) 668-3371

Soyez **TOTALEMENT** satisfait
comme la **TOTALITÉ** de nos clients!



Exportation tous azimuts

EQUIPE D'HELYSPHERE — Apparaissent sur la présente vignette (au premier plan) Richard Maltais, Yvon Martel et Danny Devost. En rangée arrière, René Bergeron, Daniel Simard, Johanne Gagné, Real Tremblay, Louis Morin et Manon Munger.

(Photo Jeannot Lévesque)



Hélysphère entre dans le dernier droit

LATERRIÈRE (YB) — Les propulseurs Hélysphère ont bon espoir d'en arriver à attacher toutes les ficelles financières d'un produit technologique qui risque bien d'avoir une multitude d'applications industrielles, commerciales et récréatives et de conquérir le marché international.

«Il ne manque plus qu'environ 250 000 \$ à dénicher pour compléter la somme de 700 000 \$ que nous comptons bien atteindre. Les experts en la matière s'accordent à dire qu'une telle somme est nécessaire lorsqu'on entend exporter sur les marchés étrangers», font remarquer René Bergeron et Yvon Martel respectivement directeur des ventes et inventeur de cet engin révolutionnaire.

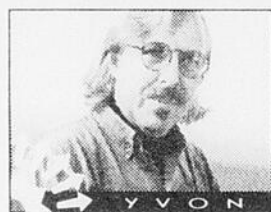
Ténacité

«Jusqu'à maintenant, mentionnent-ils, divers organismes ont annoncé qu'ils étaient partenaires du projet. Socrent et le Conseil régional de concertation et de développement, par le biais du Fonds d'aide aux entreprises (FAE), s'impliquent au niveau du capital-actions. Le Comité d'aide aux entreprises de Jonquière (CAE) fournit lui, 150 000 \$.

Quand au Fonds de solidarité des travailleurs du Québec (FSTQ), qui a pourtant indiqué qu'il s'impliquerait dans le projet pour une valeur de 250 000

\$, il tarde à fournir sa quote-part», résume Yvon Martel.

Les porte-parole de l'entreprise rappellent qu'il faut que toutes les conditions de base soient en place pour aller de l'avant. S'il advient que la FSTQ n'engage aucune somme, il va nous fal-



YVON BERNIER

loir se tourner vers une autre source de financement.

Les porte-parole d'Hélysphère signalent être bien au fait que «tout n'est pas joué» et rappellent qu'ils sont convaincus plus que jamais que leur engin va

connaître un succès remarquable dès qu'il aura été définitivement lancé sur le marché.

Tests sur tests

Ils signalent que divers ingénieurs et techniciens ont étudié le propulseur sous toutes ses coutures (métalliques et autres), que des analystes rattachés à divers organismes ont effectué tests sur tests sur les

prototypes et que les essais ont été concluants.

«Nous avons d'autant foi en notre produit qu'au fil des mois sont apparues de nouvelles applications tant au plan utilitaire que récréatif élargissant du même coup le potentiel du produit», fait remarquer Martel.

Les mêmes porte-parole mentionnent par ailleurs «qu'ils ont plus que hâte» que le dossier aboutisse et que ce soit des gens de la région et du Québec qui puissent en profiter.

«Le scénario du pire serait que dû à un manque de financement, le démarrage de la production ne se fasse pas ici en Amérique du Nord mais plutôt en Asie et que les gens d'affaires du Japon ou de la Corée nous vendent par la suite le propulseur que pour diverses raisons nous avons mis trop de temps à mettre pleinement en valeur.»

«Quant au meilleur scénario, il devrait favoriser le maintien et la création d'emplois chez Hélysphère de même que dans des dizaines de petites entreprises (fabrication, usinage de pièces, etc.) sous-traitantes pour permettre à une trentaine de détaillants de développer un autre créneau dans la gamme des produits qu'ils ont à écouler dans leur milieu respectif.» Une affaire à suivre de près. -



PROPULSEUR HELYS-PHERE — Le directeur général d'Hélysphère, Yvon Martel, et le directeur des ventes René Bergeron ont bon espoir d'être bientôt en mesure de franchir le dernier droit menant à une production en série de leurs produits.

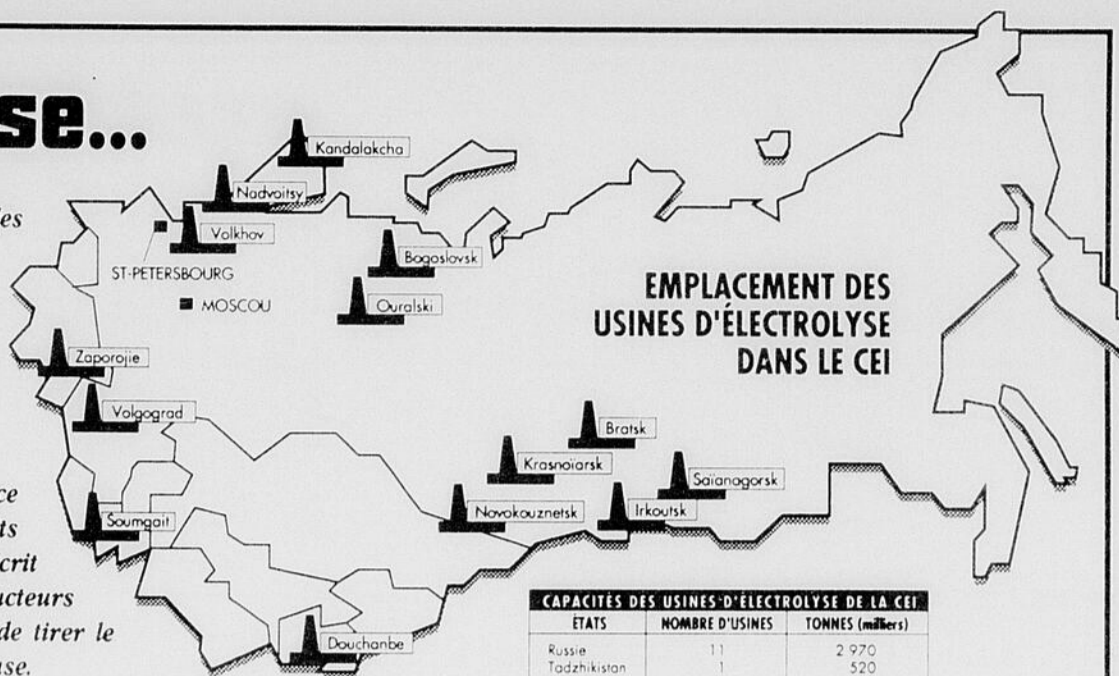
(Photo Jeannot Lévesque)

La planète rapetisse...

Pour une entreprise multinationale comme Alcan, la mondialisation des marchés n'est pas véritablement une nouveauté.

Toutefois, depuis quelques années, on constate davantage au Saguenay—Lac-Saint-Jean l'ampleur du phénomène, principalement avec les répercussions de l'influx de métal russe sur les marchés mondiaux.

Cette situation constituant un bel exemple de l'impact d'une concurrence se situant à l'échelle planétaire, nous reproduisons ici des extraits d'articles précédemment publiés dans le journal *Le Lingot*. On y décrit l'impact de l'arrivée du métal de l'ex-URSS sur les activités des producteurs occidentaux et une façon qu'ont trouvée certaines usines d'Alcan de tirer le meilleur parti possible d'une situation, à prime abord, désavantageuse.



CAPACITÉS DES USINES D'ÉLECTROLYSE DE LA CEI

ÉTATS	NOMBRE D'USINES	TONNES (milliers)
Russie	11	2 970
Tadjikistan	1	520
Azerbaïdjan	1	60
Ukraine	1	110
Total	14	3 660

POURQUOI LA CEI EXPORTE-T-ELLE DU MÉTAL À L'OUEST?

Mise sur pied en 1932, l'industrie de l'aluminium de l'ex-Union soviétique a toujours eu une structure très centralisée; elle était orientée principalement sur le secteur militaire. Avec la création de la Communauté des États indépendants en 1991, elle a dû commencer une lente conversion d'une économie centralisée à une économie de marché. Les usines d'électrolyse de la CEI ont rapidement choisi d'augmenter leurs exportations d'aluminium vers l'Ouest, pour trois raisons principales :

1° BAISSÉ DE LA DEMANDE NATIONALE

Annulation de programmes d'armement

La fin de la guerre froide a sonné le glas des programmes d'armement et fait chuter radicalement la demande d'aluminium dans le secteur de la défense. La consommation d'aluminium de l'industrie militaire est passée de 1,5 million t/a en 1988 à 776 000 t/a en 1992.

Moins de pouvoir d'achat

La consommation d'aluminium de l'industrie civile nationale est passée de 1,2 million t/a en 1988 à 750 000 t/a en 1992. Le taux d'inflation élevé, qui a atteint 2000 % en 1992, a contribué à la baisse de la demande nationale. Le pouvoir d'achat des consommateurs de la CEI a diminué. De plus, les usines d'électrolyse hésitent à fournir aux installations de laminage du métal qui pourrait bien ne leur être payé que six mois plus tard, avec des roubles qui se déprécient rapidement.

2° BESOIN URGENT DE DEVICES ÉTRANGÈRES

Un rouble qui dévalue rapidement

Comme le rouble perd de sa valeur pratiquement tous les jours, les Russes cherchent désespérément à obtenir des

devises plus stables auprès d'autres pays. La vente d'aluminium à l'Ouest est l'une des meilleures façons d'y arriver.

Soutenir des communautés

Les usines d'électrolyse soutiennent financièrement des collectivités entières, de même que divers services locaux, qui dépendent d'elles pour leur survie. Les devises étrangères permettent de nourrir et de vêtir les gens et d'assurer notamment le maintien des hôpitaux, des écoles, des garderies, des fermes et des cafétérias.

Payer les matières premières

Les devises fortes sont par ailleurs indispensables pour payer l'alumine et d'autres matières premières devant être achetées à l'étranger.

Payer les programmes de modernisation

Les usines d'électrolyse de la CEI doivent absolument être modernisées. Les devises étrangères servent à financer ces programmes de même qu'à obtenir le soutien financier et technique d'entreprises de l'Ouest.

3° EXPORTATIONS PLUS RENTABLES

Pertes sur les ventes domestiques

Les usines d'électrolyse de la CEI préfèrent aussi vendre leur métal à l'étranger parce que l'inflation qui affecte le rouble leur fait perdre de l'argent sur les ventes nationales. Selon Horst Peters, de VAW Aluminium AG d'Allemagne, les usines russes perdent quasiment 100 \$ US/t sur l'aluminium qu'elles fournissent aux clients de leur pays. Les exportations, par contre, rapportent en moyenne près de 400 \$ US/t actuellement, contre 500 \$ US/t au début de 1993 et près de 1 000 \$ US/t en 1992.

ALCAN ACHÈTE DU MÉTAL RUSSE

Alcan, comme de nombreux autres producteurs de l'Ouest, a commencé à acheter de l'aluminium de la CEI il y a deux ans.

L'usine d'électrolyse Lynemouth de British Alcan (Royaume-Uni) a été la première à employer du métal russe dans sa production. L'achat de cet aluminium à faible coût lui permet d'utiliser une partie de sa capacité de coulée excédentaire. L'usine achète du métal russe qui n'est pas d'assez bonne qualité pour être vendu à la Bourse des métaux de Londres (LME), et elle le mélange à son propre métal. Jusqu'à présent, Lynemouth a acheté plus de 40 000 tonnes d'aluminium russe.

L'usine d'électrolyse Isle-Maligne d'Alma (Québec) a acheté 22 000 tonnes de métal russe pour les mêmes raisons que Lynemouth.

Plusieurs autres installations d'Alcan, comme l'usine de recyclage Warrington au Royaume-Uni, l'usine de laminage Oswego aux États-Unis, l'usine de laminage Norf en Allemagne et l'usine de laminage et d'extrusion Pieve Emanuele en Italie, achètent régulièrement du métal russe depuis un an. Alcan Alumínio do Brasil en a également acheté une petite quantité pour des essais.

«Même si les exportations massives de métal russe ont évidemment des répercussions négatives sur les résultats d'Alcan, explique Jean Michaud, directeur du commerce du métal pour Alcan Aluminium Limitée, nous essayons de tirer le meilleur parti de cette situation difficile. Il donne plusieurs raisons pour lesquelles Alcan achète de l'aluminium de la CEI :

RÉDUCTIONS DE COÛTS

L'achat de métal russe permet à Alcan de réduire ses coûts. Les lingots de la CEI, de qualité inférieure, sont vendus à des rabais variant de 60 \$ à 200 \$ de moins par tonne que le prix de la LME.

CONCURRENCE

Un nombre grandissant d'usines d'électrolyse et de producteurs de l'Occident trouvent avantageux d'acheter à faible coût l'aluminium de la CEI. Ils ont compris que l'achat de métal russe leur donne un atout concurrentiel.

DISPONIBILITÉ DU MÉTAL DE LA CEI

La CEI exporte maintenant à l'Ouest plus d'un million de tonnes d'aluminium par an. Il est facile de se procurer ce métal par l'intermédiaire des négociants.

Quels que soient les acheteurs, les producteurs de la CEI continueront à exporter leurs lingots pour obtenir des devises fortes. Ils ont besoin de cet argent non seulement pour nourrir et loger leurs employés, mais aussi pour payer les programmes de modernisation requis afin d'améliorer leurs installations.

CAPACITÉ EXCÉDENTAIRE

Ce sont les usines d'Alcan ayant une capacité sous-utilisée qui achètent du métal russe. Ce métal obtenu à faible coût leur permet de rentabiliser leur capacité excédentaire, qui autrement resterait inexploitée. L'usine Isle-Maligne, entre autres, a une capacité de coulée excédentaire de 15 000 tonnes par année.



L'achat de rebuts

UNE QUESTION DE RENTABILITÉ POUR L'USINE ISLE-MALIGNE

Le centre de coulée de l'usine Isle-Maligne veut augmenter sa capacité de production à 90 000 tonnes d'ici 1995, pour atteindre son objectif de rentabilité établi dans le plan d'affaires de l'usine. Comme l'électrolyse ne peut lui fournir que 76 000 tonnes de métal chaud, l'acquisition de métal froid de différentes sources, en vue de le refondre, apparaît la solution la plus logique.

«L'une de ces sources, mentionne le surintendant André Martel, ce sont les rebuts de métal provenant de d'autres installations d'Alcan. Dans certains cas, comme les boulettes de métal ou les fonds de cuves, ces rebuts de petites dimensions peuvent être refondus directement dans les cuves de l'électrolyse. Dans d'autres cas, comme les barres d'extrusion et les «pannes», il est possible de les refondre dans les fours du centre de coulée.»

«Mais, ajoute André Martel, il est de plus en plus difficile de nous approvisionner dans les autres usines; celles-ci ayant commencé à refondre elles aussi leurs propres rebuts. C'est pourquoi Isle-Maligne s'est penché sur le métal russe. Après plusieurs recherches et calculs de toutes sortes, le métal russe est

effectivement apparu comme une source de métal très intéressante pour l'usine. D'abord parce qu'il y en a beaucoup de disponible dans les inventaires mondiaux, soit dans les entrepôts du LME ou sur les quais de Rotterdam, mais aussi parce que son prix est très bas.

Une fois rendu à l'usine, c'est de plusieurs façons que le métal russe peut contribuer à la rentabilité d'Isle-Maligne. D'abord parce qu'il permet d'augmenter le volume et de réduire ainsi les coûts de production par tonne.

Ensuite, comme le métal russe est très abondant sur le marché et que sa qualité ne rencontre pas toujours les standards, son prix la tonne est plus bas que celui affiché au LME.

«Enfin, une fois refondu, explique Gabriel Tremblay, métallurgiste, nous mélangeons l'aluminium russe à notre propre métal primaire. Nous y ajoutons divers alliages en fonction de l'usage à lequel il est destiné et nous le coulons sous forme de lingots de laminage. Ces lingots pourront ensuite être revendus à des prix qui nous permettront de faire des profits intéressants.»



L'informatique à votre service

Pourquoi faire la queue à la banque?

MONTREAL (PC) — Aujourd'hui, certains Canadiens rencontrent le caissier de banque presque aussi souvent que leur dentiste. Peut-être deux fois par année!

D'autres se rendent à la banque au moins une fois par semaine, évitant à tout prix ces machines sans âme qui font des bruits incongrus avant de cracher quelques billets.

La révolution informatique a profondément modifié les opérations bancaires au cours de la dernière décennie, mais les Canadiens n'ont pas tous évolué à la même cadence.

Philip Olesen, de la génération qui s'est immédiatement familiarisée avec les guichets automatiques, juge ridicule de rechercher à tout prix les relations bancaires personnalisées.

«Je me rend à la banque deux fois par année, pour mettre mon livret d'épargne à jour», affirme M. Olesen, 25 ans, analyste auprès d'une firme montréalaise de consultants. Ce dernier, qui utilise une carte bancaire pour régler toutes ses transactions, affirme n'avoir jamais ressenti le besoin d'un «contact personnel» avec un caissier.

sier.

Pourquoi un caissier?

«Il n'existe aucune raison justifiant la présence d'un caissier. Une machine coûte moins cher qu'un employé. Pourquoi faire la queue durant 25 minutes à la banque alors qu'une transaction se bâcle en deux secondes au guichet automatique?»

Barbara Mumford, une bibliothécaire à la retraite de Vancouver, a également pris l'habitude de transiger au guichet automatique, excédée qu'elle était de faire la queue devant les guichets de sa banque.

«Je fais environ 90 pour cent de mes transactions au guichet automatique parce que je n'aime pas attendre», affirme Mme Mumford, âgée de 59 ans.

A la Banque Toronto-Dominion, les clients reçoivent un crédit de cinq dollars s'ils attendent plus de cinq minutes avant d'être servis.

Le service personnalisé n'est pas une priorité aux yeux de Cheryl Harris-Taylor, une travailleuse sociale de Calgary. Elle affirme ne se présenter à sa banque que pour payer la facture de sa carte

de crédit ou lorsqu'elle doit transiger une hypothèque ou un prêt.

«Il doit y avoir des gens qui ont besoin de socialiser et qui, pour ce faire, préfèrent rencontrer un caissier», explique Mme Harris-Taylor, qui est dans la trentaine. «Je préfère le guichet automatique, j'aime être servie rapidement.»

Nombreux guichets

Le nombre de guichets automatiques — ils sont généralement accessibles 24 heures par jour, 365 jours par année — a constamment augmenté au cours des dix dernières années.

Ainsi, la Banque Royale du Canada, la plus importante banque à charte du pays, gère actuellement 3812 de ces guichets, contre 574 à la fin de 1983. La banque TD, pour sa part, en compte environ 1800, soit environ six fois plus qu'il y a une décennie.

L'utilisation d'un guichet automatique dépend souvent du niveau d'instruction du client, de ses antécédents, de son âge, des aptitudes acquises au niveau technologique, etc., soutient Doug Ellis, vice-président aux services

financiers de la TD, à Toronto.

Certaines personnes «n'ont aucune confiance aux machines», explique-t-il. «On rencontre encore cette forme de résistance chez plusieurs clients.»

Carol Donaldson, qui se targue de posséder certaines connaissances dans le domaine de la finance, aime encore transiger comme dans le bon vieux temps.

«Je ne fais pas toujours confiance aux machines. On ne se sent pas en contrôle, dans ces circonstances», explique Mme Donaldson, une mère de trois enfants vivant à Halifax.

Mme Donaldson utilise à l'occasion le guichet automatique, mais elle préfère se présenter à la banque où la majorité des employés la connaissent.

Encouragements

A la CIBC, les clients sont instamment encouragés à utiliser les guichets automatiques parce que la gestion de ceux-ci est généralement moins coûteuse, admet un porte-parole de la banque, Rob McLeod. Il en coûte 37 cents pour une transaction dans un guichet automatique contre 50 cents avec

un caissier.

Les opérations bancaires, d'ailleurs, deviennent de plus en plus informatisées et comptent toujours plus sur la haute technologie.

M. Ellis estime que la prochaine génération transigera par téléphone avec sa banque, un service qui est d'ailleurs déjà offert par la CIBC, le Trust du Canada et la Banque Scotia, ainsi que par le biais des ordinateurs personnels. Le téléphone et le PC permettront notamment aux clients de transférer de l'argent, de mettre leurs comptes à jour et de payer leurs factures.

Ces instruments ne vous permettront toutefois pas de retirer de l'argent: On ne peut faire transiger de l'argent par une ligne téléphonique.

Les guichets automatiques n'ont pas encore atteint certaines régions rurales où les clients sont encore servis par des caissiers.

«C'est plus intime», soutient Marilyn Beck, en parlant du service personnalisé dont elle bénéficie à sa banque de Delburne, en Alberta, où on ne retrouve aucun guichet automatique.

«Nous sommes gâtés!»

RÉNOVATION ADEX



AVANT

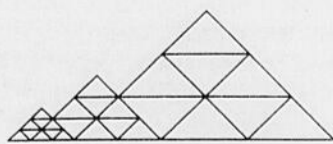


ADEX

S'il faut rénover... autant le faire en beauté

Fabriqués au Saguenay-Lac-St-Jean, les revêtements ADEX résistent merveilleusement bien au temps et aux intempéries.

Offerts dans une vaste gamme de couleurs, ils ajouteront élégance et originalité à votre projet de construction ou de rénovation.



**GROUPE
GIROUX
MAÇONNEX**

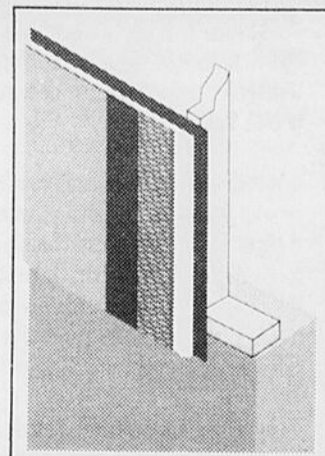
DISTRIBUÉ PAR :

2223, Boul. Saint-Paul, Chicoutimi, 549-7345

Du lundi au vendredi : 8h00 à 12h00 et 13h00 à 17h00
Samedi : 9h00 à 12h00



UN PRODUIT DU
SAGUENAY - LAC-SAINT-JEAN



Plan en coupe du système
ADEX



Les heures supplémentaires

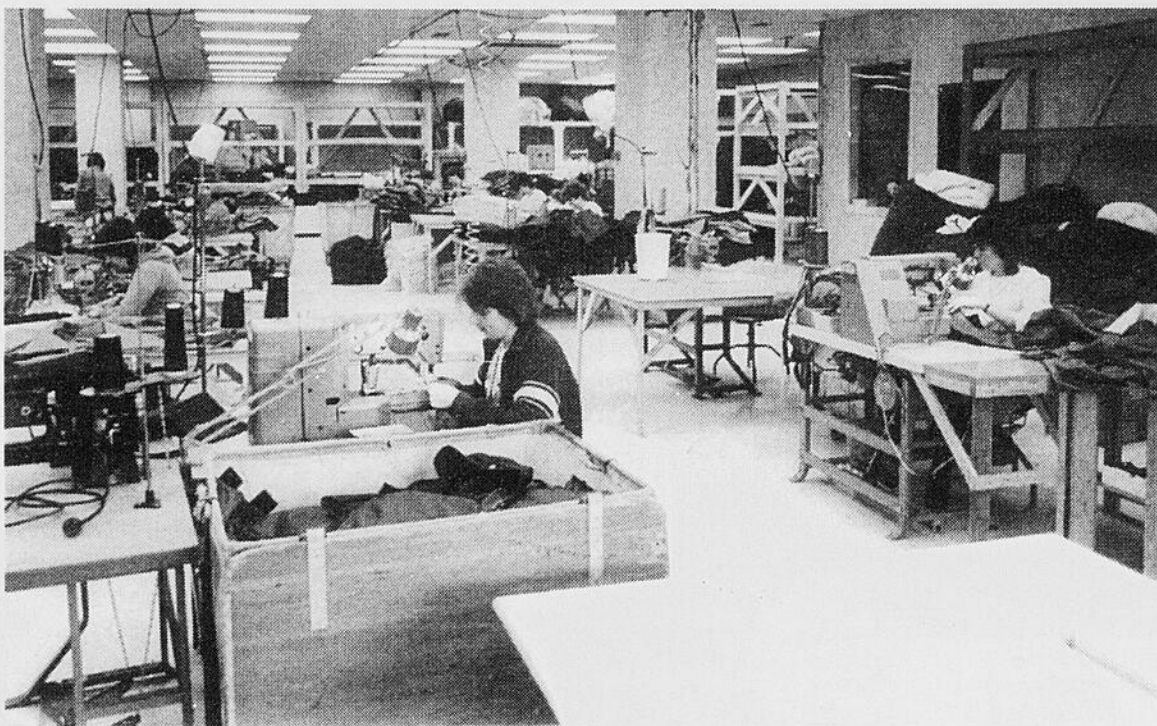
Pour échapper à la crise économique

MONTREAL (PC) — C'est grâce aux heures supplémentaires de travail qu'une partie des employés québécois parviennent à échapper à la chute des salaires, surtout déprimés par la crise économique.

Les heures supplémentaires de travail ont augmenté l'an dernier pour la première fois depuis 1989 au Québec, surtout dans le secteur manufacturier, dont les livraisons et les exportations ont monté en flèche en 1993, selon des données de Statistique Canada.

L'ensemble des entreprises du Québec (excluant l'agriculture et le personnel militaire) ont versé près de 1,8 milliard \$ en heures supplémentaires de travail l'an dernier, soit un ajout de 2,6 pour cent aux salaires réguliers. Cette somme représente l'équivalent de 62 800 postes permanents.

La hausse de deux pour cent de la production globale de l'économie du Québec, en 1993, ne s'est pas traduite par une remontée du nombre d'employés permanents. En fait, le nombre de salariés à temps plein a continué de diminuer au Québec, pour l'ensemble de l'an dernier, tandis que se multipliaient encore les travailleurs à temps partiel (16 pour cent de la main-d'oeuvre qui travaille moins de 30 heures par semaine).



HAUSSE — L'an dernier, c'est surtout dans le domaine manufacturier que les heures supplémentaires ont le plus augmenté au Québec.

Les entreprises manufacturières ont bien repris un peu l'embauche permanente (hausse de 1,4 pour cent), mais la poussée des heures supplémentaires a été au moins six fois plus importante, selon Statistique Canada.

La semaine de travail s'allonge pour les employés déjà en poste (à temps plein), tandis que s'étire la file des sans-emploi (taux de chômage en

hausse à 13,1 pour cent en 1993). Le nombre de salariés travaillant plus de 50 heures par semaine a augmenté de 7,6 pour cent l'année passée au Québec pour atteindre 255 000.

L'impératif de créer des emplois a incité le gouvernement québécois à envisager, l'été dernier, de restreindre la pratique des heures supplémentaires par voie législative. Une telle restriction, comme

cela existe dans certains pays européens, aurait «peu d'impacts sur l'emploi», a conclu, au mois d'août, une étude du ministère de la Main-d'oeuvre. A moins de réduire pour tous la semaine légale de travail à 32 heures, ce qui provoquerait une perte de revenus «trop importante» pour 2,5 millions de travailleurs, selon l'économiste Michel Cournoyer, du nouveau ministère de l'Emploi. Québec a donc renoncé à légiférer.

Une réponse aux imprévus

De toute façon, une grande partie des heures supplémentaires ne font que répondre à des imprévus dans la production des entreprises. Dans certaines industries, des employés spécialisés font systématiquement des heures supplémentaires parce qu'ils ne sont pas suffisamment nombreux (c'est le cas des mécaniciens d'entretien, métier en pénurie au Québec).

Pas plus du quart des heures supplémentaires peuvent être converties en emplois à temps plein, selon une analyse du professeur Paul-Martel Roy, du département de science économique de l'UQAM. Au Québec, cela signifierait 15 000 nouveaux emplois, sur la base des heures supplémentaires faites l'an dernier.

Seulement 8 à 10 pour cent de tous les employés pratiquent ce qu'on appelle communément le «temps supplémentaire», selon une étude de Statistique Canada publiée à l'automne dernier. Ainsi, environ 270 000 salariés québécois, en grande majorité des hommes syndiqués qui occupent des

postes permanents, auraient empêché chacun, l'an dernier, en moyenne, plus de 6000 \$ en sus de leurs salaires réguliers.

Pour la grande majorité des autres salariés — plus de deux millions et demi de personnes — les salaires réels (inflation déduite) ont diminué en 1993, à la suite du blocage des salaires dans la fonction publique et aussi dans le secteur privé. Il y a eu également une baisse des salaires dans certaines entreprises ou la semaine de travail a diminué.»

Tendance générale

Le prolongement de la semaine de travail pour une minorité de travailleurs suit la tendance déjà observée aux États-Unis, indique M. Robert Normand, économiste au Mouvement Desjardins. Pour l'employeur, le recours aux heures supplémentaires de travail est moins coûteux que l'embauche de nouveaux employés, explique-t-il.

La rémunération du travail supplémentaire exclu le versement d'avantages sociaux. De nombreux employeurs évitent ainsi la hausse récente des cotisations au régime d'assurance-chômage, en comblant leurs besoins accrus de main-d'oeuvre au moyen des heures supplémentaires de travail de leurs employés réguliers actuels.

Selon l'agence fédérale de statistique, la recrudescence des heures supplémentaires a été la plus forte dans l'industrie de l'automobile, où elles représentaient l'automne dernier 22,6 pour cent de la valeur des salaires réguliers (trois fois plus qu'en 1992).

Les heures supplémentaires ont doublé dans la fabrication de certains produits métalliques, d'équipement de communications et de machinerie (plus de 8 pour cent de la masse salariale de base).

Les heures supplémentaires sont demeurées stables dans le commerce, les services et les finances, tandis qu'elles ont diminué dans la construction. Elles sont aussi à la baisse dans les télécommunications, ainsi que dans la distribution de gaz et d'électricité où elles représentent encore près de 11 pour cent des salaires de base.

Par contre, il n'y a officiellement plus, depuis deux ans, de travail supplémentaire dans les administrations publiques québécoise et fédérale. Cependant, les employés municipaux continuent pour leur part de recevoir des salaires majorés de 2,8 pour cent au titre des heures supplémentaires.



FONCTION PUBLIQUE — Officiellement, depuis deux ans, il ne se fait plus d'heures supplémentaires dans la fonction publique fédérale et provinciale.

« LE SOMMET »

vous le méritez.



CAROL MORIN
Représentant



GHISLAIN LANGEVIN
Représentant



GUY NOËL
Représentant



BRUNO CÔTÉ
Représentant



CHRISTIAN TREMBLAY
Représentant



CAROLLE LESSARD
Représentante



CARMEN CHARBONNEAU
Représentante



PATRICK BOURBEAU
Représentant



YVON GIRARD
Directeur
de la publicité

■ Pour réussir en affaires,
il est nécessaire d'établir
des objectifs.

Notre équipe de conseillers
est en mesure de vous guider
à chaque étape, vous
permettant ainsi
d'atteindre votre but.

Nos conseillers possèdent
100 ans d'expérience
comme guides.
Profitez-en!

Objectif:
SOMMET!

PUB.
545-4474

le **QUOTIDIEN**
du Saguenay-Lac-Saint-Jean

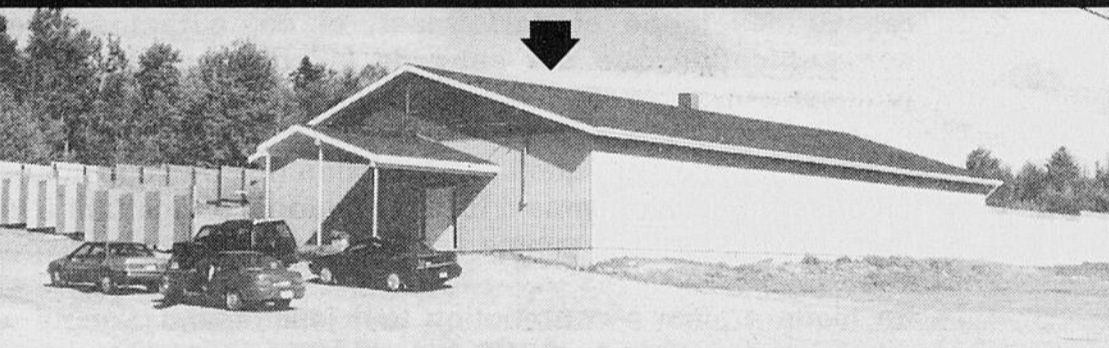
ACHETEZ VOS MÉTAUX D'UN SPÉCIALISTE!

LA SEULE COUR À RÉBUTS ÉTABLIE
SELON LES NORMES GOUVERNEMENTALES

ENTREPÔT DE BATTERIES CONFORME AUX NORMES



ENTREPÔT POUR PIÈCES D'AUTOS - INCINÉRATEURS DÉPOLLUANTS



INVENTAIRE NOUVELLEMENT ARRIVÉ:

- Tuyau • Fer angle • Tuyau d'aluminium
- Câble d'acier • Tuyau pour ponceau
- Poutrelles en H (H beam)

- ACHAT de batteries d'auto
- ACHAT d'autos et camions usagés
- ACHAT et VENTE de métaux

Michel Boulianne
Président-directeur général

Lucien Fortin
Vice-président

LES MÉTAUX J.V.M.

OUVERT du lundi au
vendredi de 8 h à 16 h

498, boul. du Royaume, Larouche
Tél.: 695-5497 — Fax: 695-6932
Tél. sans frais: 1-800-697-5497

254142



La CDEC,

tout un réseau à votre service

«Des centaines de postes seront encore coupés dans la grande entreprise...» «La P.M.E. prend la relève de la grande entreprise au chapitre de la création d'emplois». «85 % des emplois nouveaux créés en 1993 l'ont été par la petite entreprise». Voilà bien un discours auquel vous êtes quotidiennement confrontés depuis quelque temps. Votre entrepreneurship n'aura jamais été aussi encouragé et sollicité qu'il ne l'est en ce moment.

D'une part, il semble bien qu'il faudra nous accommoder d'une autre révolution tranquille. La première nous a extirpé d'un carcan archaïque pour nous faire passer d'une société rurale à une société urbaine. Maintenant, nous devons nous départir de la théologie de l'État Providence des années 70 et assurer notre passage d'une société régionale ou provinciale à une société globale.

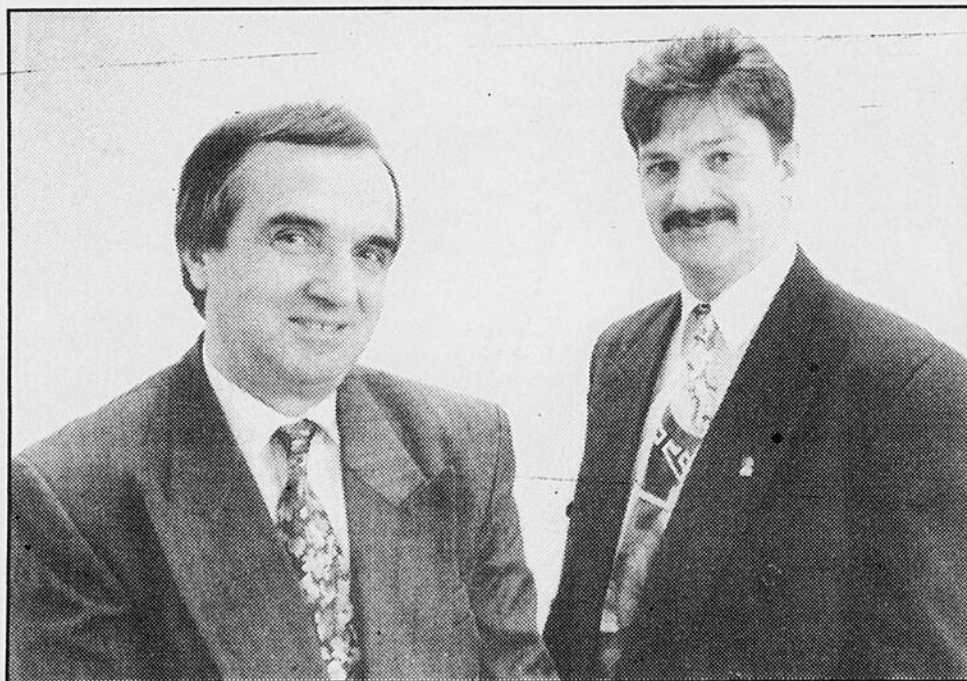
D'autre part, dans un contexte de mondialisation des marchés où les mots «libre échange», «exportation» ou «transfert de technologie» font partie du vocabulaire quotidien, il est essentiel pour vous, entrepreneurs et dirigeants d'entreprises, de pouvoir compter sur un réseau développé et performant, et ce, autant sur le plan de l'information et de la communication que sur ceux de la commercialisation, de la distribution ou même du financement.

C'est dans cet esprit que la Corporation de développement économique de Chicoutimi vise à favoriser le développement local et régional en mettant à la disposition des promoteurs et de leurs projets toute la gamme des ressources dont elle dispose.

En mettant ainsi à contribution tout leur réseau d'appui aux projets, les permanents et les administrateurs de la CDEC travaillent de concert avec la communauté d'affaires locale à l'identification et à la réalisation de projets de développement structurants pour le milieu.

La CDEC se veut donc un partenaire privilégié du développement de vos affaires, que ce soit ici dans la région ou ailleurs dans le monde.

Une solide expertise dans le domaine de l'appui technique et stratégique aux projets, alliée à un dynamisme soutenu de ses permanents et de ses administrateurs, font de la CDEC un allié de choix pour la réalisation de vos projets.



**Lucien Emond, président de la Corporation et
Lucien Turcotte, commissaire industriel**

**Contactez-nous! Nous saurons certes
ensemble bâtir un environnement
propice au développement
de bonnes affaires!**

**Corporation de développement
économique de Chicoutimi inc.**

255, Racine Est, Bureau 155

Chicoutimi (Québec)

G7H 7L2

Téléphone: (418) 698-3157

Télécopieur: (418) 698-3279

LE GROUPE CONSEIL INDUSTRIE,



VOTRE ALLIÉ FACE À L'OUVERTURE DES MARCHÉS.....

Le virage de l'américanisation des marchés exige une formation et un soutien constant que peut apporter le Groupe conseil industrie du Cégep de Jonquière. Pour en faire la preuve, nous vous livrons le dossier suivant.

Le protectionnisme économique: une vision démodée...

Les mesures protectionnistes d'achat chez nous et d'économie en vase clos ont fait leur temps, n'importe quel économiste un tant soit peu sérieux le reconnaît instantanément. Cette certitude est d'ailleurs devenue une réalité tangible avec les accords de libre-échange entre le Canada, les États-Unis et le Mexique

En plus d'avoir fait couler beaucoup d'encre et suscité d'interminables débats aux Communes, ces accords dans leur accomplissement au jour le jour entraînent des conséquences multiples qui obligent les entrepreneurs à s'ajuster et à moderniser leur management.

Comme toute transformation, cette situation comporte son lot d'avantages et son lot de risques, mais les gagnants seront ceux qui sauront s'adapter rapidement aux nouvelles réalités.

Un premier virage: de la production de masse aux besoins du consommateur

Depuis la prodigieuse révolution industrielle, le plus souvent à l'intérieur de marchés nationaux protégés, les industriels étaient centrés sur la production de masse. L'objectif consistait à développer des besoins nouveaux chez le plus grand nombre possible de consommateurs qui non seulement constituaient un marché captif, mais aussi un bassin d'acheteurs mal informés pouvant, de temps à autre profiter de soldes et de rabais au hasard des stocks accumulés... Ce processus avait à la fois des incidences sur le prix de revient de la production qui devenait alors très onéreuse, mais aussi sur la qualité des produits livrés à la consommation. C'était l'ère du toc...

Avec le temps, avec un certain raffinement, des concurrents internationaux (particulièrement le Japon et l'Allemagne), tout en payant des droits d'accise et de douane, se sont mis à livrer aux consommateurs occidentaux des produits de qualité de plus en plus grande. Par ailleurs, l'évolution des mentalités allait dans le sens de la formation des consom-



Isabelle Danis, directrice de projet, Stanley McLelland, responsable du groupe GCI, Chantale Larouche, consultante.

mateurs par rapport à leurs droits et à leurs véritables intérêts.

On a donc vu des individus délaissés de plus en plus des produits américains conçus dans le cadre de la production de masse, pour des produits à même finalité et plus chers en provenance de l'étranger. (À cet égard, l'industrie de l'automobile offre un exemple connu de tous...). Les réflexes des consommateurs et leur réponse à la production de qualité venaient de sonner le glas de ce que l'on connaissait depuis 75 ans en matière de production de masse. Les industriels et les entrepreneurs de tout acabit désireux de rester dans le marché n'avaient alors plus qu'une alternative: évoluer ou mourir.

Comment rester à flot, faire face à la concurrence tout azimuth?

Parmi les conditions nécessaires pour exercer un virage axé sur le client, il faut d'abord introduire et multiplier des mesures de contrôle et de vérification statistique pour élaborer un produit sans surprise, standardisé qui peut être soumis à une mise-en-marché sérieuse.

Ce qui est annoncé est ce qui est produit et vendu... Cette première application répond à la première exigence du consommateur de cette fin de siècle qui est en droit d'exiger une qualité proportionnelle à son déboursé. En fait, le consommateur exige une assurance qualité et cette assurance qualité passe par les mesures de contrôle et de vérification à tous les stades de la production depuis la planification jusqu'au consommateur lui-même.

Ainsi, l'entrepreneur, qu'il soit industriel ou producteur de services, doit, dans un premier temps, identifier son client potentiel, tenir

compte de l'évolution de son ou de ses besoins et donner la plus-value que l'on attend de lui par rapport au produit. Comme la production complète est souvent le fruit d'un processus qui passe par plusieurs types d'entrepreneurs, il est de plus en plus courant de voir les garanties de qualité passer à travers des normes harmonisées qui, en bout de piste, ont toutes en commun l'objectif ultime de satisfaire le client.

Il s'agit en quelque sorte d'une intégration des normes d'un producteur à l'autre pour garantir le plus justement possible la qualité attendue par rapport à un produit...



Jacques Vézina, directeur général du Cégep de Jonquière remet une plaque de reconnaissance pour la certification ISO 9003 à Son Ha Luu, directeur technique chez Abitibi Price, Kénogami.

Harmoniser les normes, mais comment?

La première norme internationale de qualité connue est apparue en 1987, mais depuis que de chemin parcouru! Les normes ISO (international standard organisation) regroupent 20 exigences acceptées par 100

pays qui s'y rallient. Le siège social de cette organisation est à Genève et elle statue sur l'ensemble des activités liées à la gestion et à l'assurance-qualité pour les biens et services.

Les différents processus sont décortiqués et analysés pour donner l'assurance la plus complète possible de la qualité à chaque niveau, de la conception au soutien après vente. Les consommateurs de tous les pays adhérents et des autres qui font affaire avec les adhérents ISO 9000 peuvent donc profiter d'une base commune sur laquelle il y a entente contractuelle et qui donne en bout de piste l'assurance qualité de plus en plus réclamée.

L'harmonisation des normes: une pression inévitable...

Se conformer aux normes qui rallient le plus de producteurs du plus grand nombre possible de pays, c'est une des conséquences et en même temps une des conditions d'une mondialisation des marchés. On ne peut pas y échapper. Au Saguenay-Lac St-Jean pas plus qu'ailleurs. Ainsi, aux États-Unis, au dernier trimestre 93, 600 entreprises adhéraient à ISO. A la fin janvier 94, on en comptait 2 200...

Une aide précieuse du CGI

Le mouvement est parti, la région, pour se mettre à l'heure de l'américanisation puis de la mondialisation des marchés, doit elle aussi faire le virage vers le client par le biais de la standardisation des normes vers la garantie de qualité. Et si les notions semblent nouvelles pour certains, la réalité n'est pas si complexe et certaines organisations régionales peuvent être des soutiens. Ainsi, le Groupe conseil industrie du CEGEP de Jonquière (GCI) peut, selon son responsable monsieur Stanley McLelland, permettre aux entreprises régionales petites, moyennes ou grandes de bien réussir ce virage délicat.

Des services de formation, d'information, de diagnostic, de travail-conseil pour l'élaboration de stratégies existent et peuvent être adaptés pour les organisations. De plus, tout au long du processus d'implantation d'une norme, le GCI peut faire un suivi et une évaluation constante de l'application dans une perspective, là aussi, de garantie de qualité pour tous.



CEGEP de Jonquière
2505 Saint-Hubert, Jonquière (Québec)
G7X 7W2 - Téléphone: (418) 547-2191
Télécopieur: (418) 547-0195

(Publireportage)



Papetières



STONE-CONSOLIDATED qui exploite une usine à La Baie a annoncé qu'elle investirait dans la protection de l'environnement.

L'industrie investit dans l'environnement

JONQUIÈRE (LT) — Le portrait de l'industrie des pâtes et papiers n'est pas vraiment différent de celui de l'aluminium à l'exception que, dans ce domaine, des annonces importantes ont été confirmées par les papeteries afin de rencontrer les normes environnementales fédérales dont l'échéance est fixé à septembre 1995.

Domtar et Stone Consolidated, qui exploitent des papeteries à Dolbeau et La Baie ont fait connaître leurs intentions. La compagnie Abitibi-Price, qui exploite des usines à Alma et

Jonquière, n'a toujours pas dévoilé ses orientations.

Le directeur de la papeterie Kénogami, Alain Grandmont, fait remarquer que la situation dans le papier, que ce soit le papier journal ou le papier haut de gamme, n'a pas évolué rapidement. Dans les deux cas, indique Grandmont, les prix sont toujours bas en raison de la surcapacité mondiale de production.

«Tout indique que la compagnie va faire connaître sa position pour l'ensemble de ses usines et non usine par usine, en fonction du plan stratégique de

l'entreprise. Nous analysons en ce moment les différents procédés de fabrication puisqu'il est difficile de dissocier les procédés de tout ce qui concerne la protection de l'environnement», indique Alain Grandmont.

Ces décisions sont capitales pour l'avenir des usines de pâtes et papiers. Les investissements en environnement, qui amélioreraient d'un côté l'image de l'entreprise, n'apportent rien à la qualité du produit et n'ont aucun effet sur les prix mondiaux. Pour rencontrer les normes environnementales de septembre 1995,

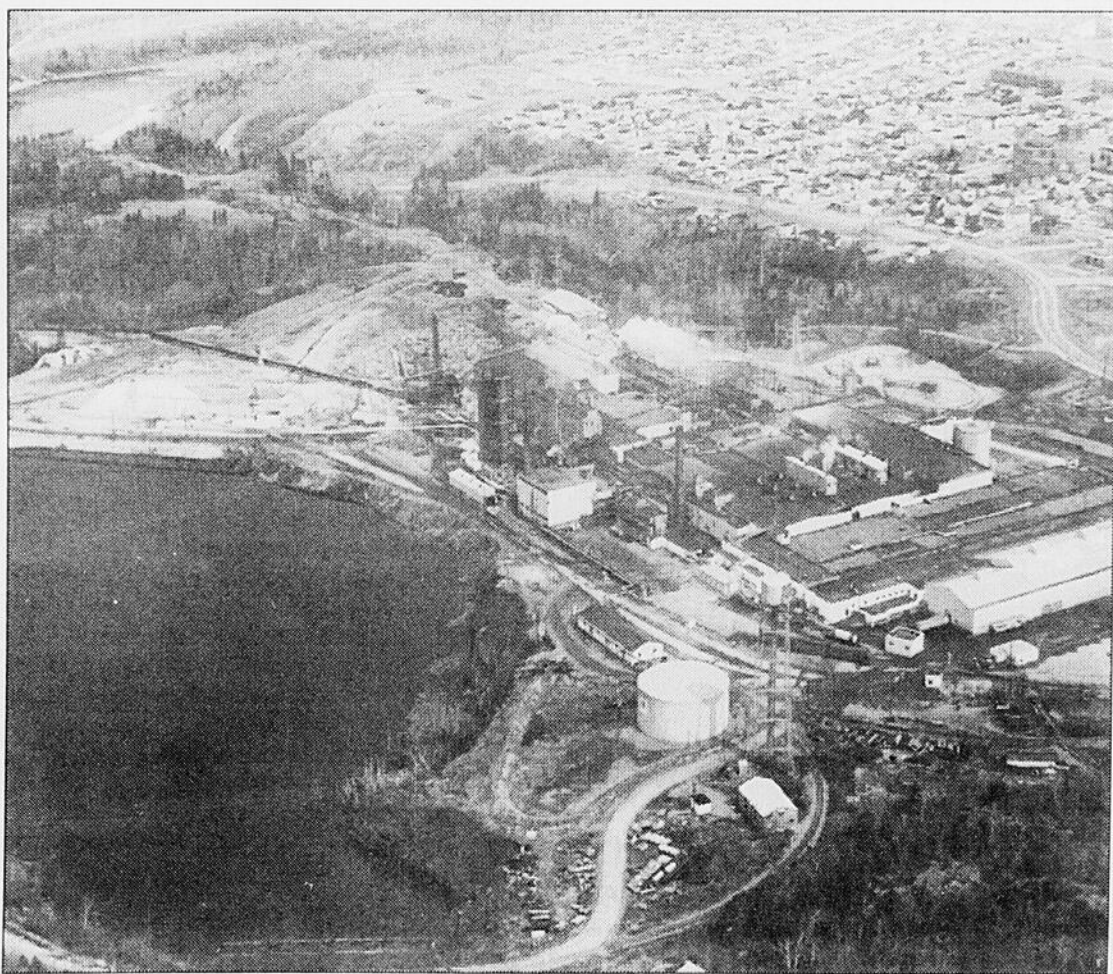
Abitibi-Price, en conservant les procédés de fabrication en opération, en ce moment, devra investir au moins 50 millions \$.

Alain Grandmont ne précise aucun échéancier, mais rappelle qu'il faut un certain temps pour la réalisation des travaux de traitement secondaire des eaux. Sans parler d'une modification de procédé possible avec le plan de recyclage envisagé pour Alma. C'est ainsi qu'Abitibi-Price pourrait annoncer ses intentions au cours de la prochaine année.

Dans l'ensemble de l'industrie, il ne faut pas s'attendre à une

relance très rapide. Les industries papetières ont traversé l'une des pires crises de l'histoire. Une guerre des prix a fait chuter le prix de la tonne à des niveaux records.

Cette crise s'est traduite par des réorganisations importantes dans les unités de production. Ces réorganisations ont provoqué des coupures importantes dans l'emploi. Même l'industrie de la pâte comme Donohue à Saint-Félicien, qui a réagi à la crise plus tardivement, a fini par connaître une baisse significative.



INTENTIONS — Côté environnement, Abitibi-Price n'a toujours pas fait connaître ses intentions.



ALAIN GRANDMONT est directeur de la papeterie Kénogami d'Abitibi-Price.

Du plastique recyclé qui remplace le bois

Raynald Gagné et Odette Langlois distributeurs exclusifs, au Saguenay - Lac-Saint-Jean, des produits Re-Source, 100 % recyclés, possèdent entre les mains un matériau révolutionnaire, pouvant remplacer le bois, qui est appelé à devenir un produit de l'avenir dans le domaine de la construction.

Il s'agit du bois de synthèse Re-Source constitué de résine de synthèse fabriquée avec du polyéthylène de haute densité provenant du recyclage des récipients de plastique, comme les gallons de lave-glace, lors des collectes de récupération.

Comme du bois

«C'est comme du bois, assure Raynald Gagné. Ça se coupe comme du bois, ça se perce comme du bois, ça se cloue comme du bois, ça se visse comme du bois et ça se travaille avec les mêmes outils que les menuisiers et bricoleurs utilisent pour le bois».

«Les applications sont infinies. Ces matériaux synthétiques sont utilisés pour la construction de patios, de balcons, de clôtures, de mobiliers urbains, comme des bancs de parc, des quais, et une multitude d'autres applications résidentielles, commerciales et industrielles», assure le distri-

buteur exclusif. Récemment, l'entreprise a décroché un contrat important en utilisant le bois Re-Source pour concevoir les planchers des semi-remorques servant au transport des copeaux de bois. Le véhicule était moins lourd et les copeaux ne collaient pas à la surface. En tout, 15 unités ont été transformées. Une première au Québec.

Sans entretien

En plus d'être sains pour l'environnement, les matériaux Re-Source ne nécessitent aucun entretien et sont à l'épreuve des intempéries, de la corrosion, des moisissures et de l'humidité. Ils sont produits dans quatre couleurs différentes et les clients peuvent obtenir des couleurs personnalisées quand ils commandent de grande quantité.

«Les matériaux Re-Source sont reconnus de plus en plus comme des produits efficaces et qui peuvent durer toute une vie. Ils gagnent non seulement la confiance des gens en raison de leur performance mais ils deviennent très populaires à cause d'importantes raisons, telles que la réutilisation des déchets, la protection de nos sites d'enfouissement et la préservation de nos forêts», informe Raynald Gagné.

Pas de limite

Le plastique utilisé dans la fabrication du bois de synthèse Re-Source est nettoyé, lavé et décontaminé avant d'être déchiqueté et transformé en polyéthylène. Cette matière première est ensuite extrudée en profilés qui prennent la forme de planches aux mêmes dimensions que le bois de construction, telles que des planches de 3/4 de pouce par 6, un demi-pouce sur 6 ou 8 pouces, des madriers de 2 X 4 pouces, 2 X 6, 2 X 8 ou 2 X 10 ou encore des poutres de 4 X 4 ou 8 X 8. C'est extraordinaire et il n'y a pratiquement pas de limite pour l'utilisation du produit.

«Présentement, nous offrons 33 profilés différents qui répondent aux besoins de la clientèle», explique Odette Langlois, partenaire de Raynald Gagné dans ce projet. «Quand des bricoleurs ou des menuisiers expriment un doute sur l'utilisation de nos produits, nous les invitons dans l'atelier avec leurs outils traditionnels. Ils n'en reviennent tout simplement pas. C'est comme du bois sauf que c'est en plastique», fait-elle remarquer.

C'est un produit d'avenir qui risque de révolutionner le marché de la construction.



DISTRIBUTEUR - Re-Source Alma et Re-Source Chicoutimi comptent présentement sur une équipe de cinq représentants et plus de 15 employés, les périodes de pointe. Sur la photo, Odette Langlois et Raynald Gagné, distributeurs de Re-Source, posent fièrement tenant entre leur main, le produit de l'avenir.

Forte demande

Bureaux à Chicoutimi et Alma

«Ca fait trois ans que nous distribuons ce produit et la popularité sans cesse croissante de ce nouveau concept nous oblige à ouvrir deux franchises dans la région», confie Raynald Gagné, distributeur exclusif du bois de synthèse Re-Source.

Quand nous avons présenté ce nouveau concept révolutionnaire à Expo Habitat, la demande n'a pas cessé d'augmenter. En plus de Re-Source Alma située 1795, avenue du Pont Sud, nous ouvrirons une nouvelle franchise Re-Source Chicoutimi au 1361, boulevard Saint-Paul, dans l'édifice de Piscine Soleil Plus afin de répon-

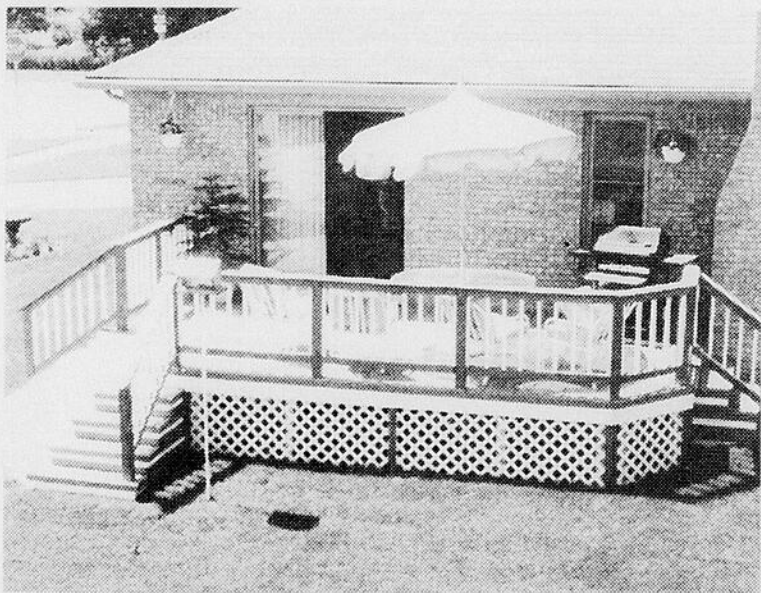
dre adéquatement à la clientèle du Saguenay».

Raynald Gagné est également propriétaire de Fenêtres et Clôtures GTL d'Alma. «Quand nous avons vu les avantages des produits Re-Source, dans le cadre d'une exposition commerciale, nous avons eu le coup de foudre et nous étions certains qu'ils pourraient pénétrer le marché régional», explique le propriétaire. «Nous ne nous sommes pas trompés car nous avons triplé nos commandes depuis trois ans», avoue l'homme d'affaires.

Re-Source Alma et Re-Source Chicoutimi comptent pré-

sentement sur une équipe de cinq représentants et plus de 15 employés en atelier pendant les périodes de pointe. «Il faut spécifier que Re-Source ne fait pas seulement que vendre et distribuer le bois de synthèse mais procède également à l'installation et à la conception de différentes réalisations comme les patios, clôtures, pergolas et autres», explique celui qui est le 3^e vendeur en importance au Québec en 1993 et qui entend bien devenir premier en 1994.

Pour en savoir plus sur ce nouveau produit Re-Source, il suffit de communiquer avec le distributeur au 662-2114.




NOUVEAUX PRODUITS - Le bois de synthèse Re-Source est un excellent substitut écologique au bois. Il s'avère comme le produit idéal pour la construction de patios, balcons, pergolas, clôtures et ne nécessite aucun entretien en plus de résister aux intempéries.

BIENVENUE AU FUTUR


Fini peinture, teinture, etc. Aucun entretien à vie

• 100% plastique recyclé • garantie 25 ans • couleurs et textures permanentes


Venez nous visiter à l'Expo Habitat du 2 au 6 mars kiosque 124 et 126




RAYNALD GAGNÉ
Prés. dir. général




ODETTE LANGLOIS
Directrice



GILLES NORMANDIN
Rep. Chicoutimi




CLAUDE HARVEY
Rep. Chicoutimi




SYLVAIN GIRARD
Rep. Roberval



1361, boul. Saint-Paul (Édifice Piscine Soleil Plus)
Chicoutimi **690-2426**



1795, du Pont, Alma
662-2114 Fax: 662-2951
Opéré par Clôtures et Fenêtres G.T.L.



1779, boul. Saint-Joseph
Roberval **275-7746**

Maintenant 3 succursales pour mieux vous servir



L'ouverture des marchés

Un atout de plus pour la mine Niobec

par Denis Bouchard

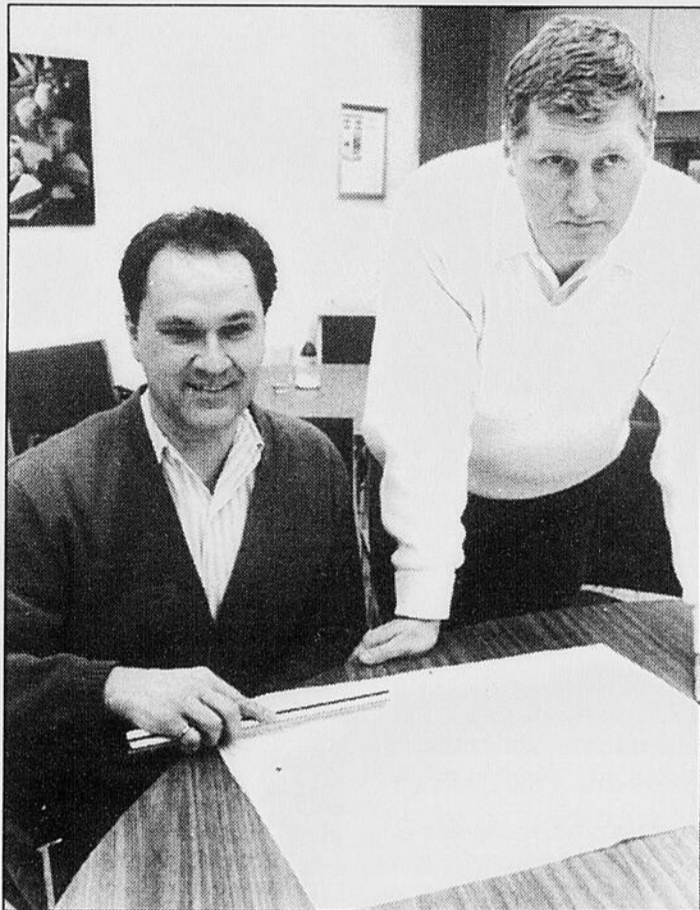
SAINT-HONORE - Dans un marché largement dominé par le Brésil (quelque 80 pour cent), la mine Niobec de Saint-Honoré joue ses cartes avec le plus d'exactitude possible pour demeurer compétitive contre des producteurs qui ont des coûts d'exploitation plus bas que les siens.

Niobec a la particularité de se retrouver tout près du plus grand consommateur de niobium au monde, soit les Etats-Unis, qui achètent 40 pour cent de sa production. Et dans ce secteur, le libre-échange est passé avant tout le monde, puisqu'en 1987, les Américains ont laissé tomber les tarifs sur l'importation de niobium.

Le libre-échange entre les deux pays va activer d'avantage le marché, selon Michel Robinson, directeur de la mine Niobec. «Nous exportons le niobium qui reviendra sous d'autres formes pour peut-être retourner là-bas.»

Et avec ce qu'a annoncé Niobec avant les Fêtes, soit un investissement de 7,5 millions \$ pour la fabrication d'un nouveau produit le ferro-niobium, l'ouverture des marchés ne fait que lui donner des moyens supplémentaires.

L'entreprise, toutefois, ne s'attend pas de retirer des

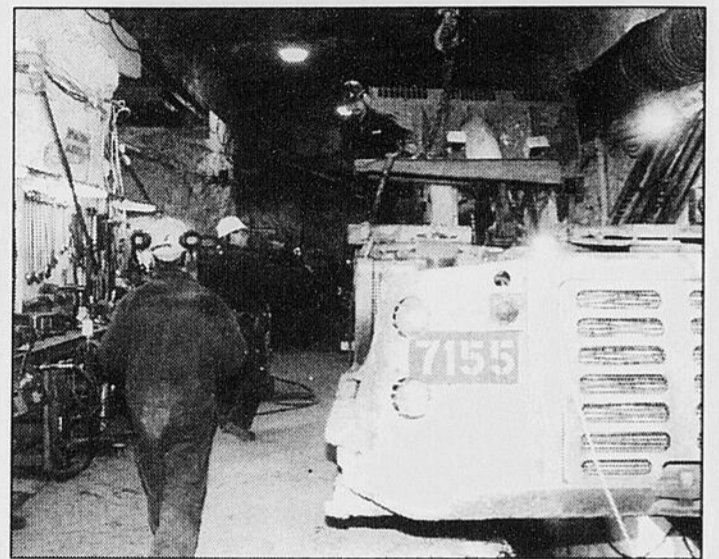


PLAN — Le surintendant, Eddy Denommé (à gauche), examine un plan en compagnie du directeur de la mine Niobec, Michel Robinson.

retombées directes de l'Accord du libre-échange nord-américain. «Si le Mexique connaissait un boom économique extraordinaire, indique Eddy Denommé,

surintendant, il y aurait un impact sur la vente de nos produits qui entrent dans les structures d'acier.»

A part les Etats-Unis, Niobec



MAIN-D'OEUVRE — Pour faire face à la concurrence, Niobec compte sur une main-d'oeuvre spécialisée et hautement performante.

a des clients en Europe (35 pour cent de son marché), au Japon (de 20 à 25 pour cent) et en Indes (.5 pour cent).

Pour Michel Robinson, le niobium est certainement un produit d'avenir. «C'est un métal qui se paie plus cher, mais il a les qualités en conséquence. Notre ferro-niobium donne encore plus de résistance à l'acier, le rend moins corrosif et lui prolonge la durée de vie.»

Pour Niobec, le ferro-niobium est une nouvelle étape. «Nous n'avons pas le choix d'opter pour la transformation, affirme

Michel Robinson, ce sera notre marque de commerce. Aujourd'hui nous nous distinguons par le niobium concentré, demain ce sera le ferro-niobium.»

Réserve

La mine Niobec a des réserves pour au moins 15 ans. «En fait, explique Eddy Denommé, la limite est le coût d'exploitation. Nous pouvons approfondir encore le gisement.»

Niobec sait aussi rendre à César ce qui appartient à César. A l'occasion de la période des Fêtes, la direction a informé les employés qu'ils avaient dépassé l'objectif de production de 124 000 kilogrammes de concentré. «Cette performance, a expliqué la direction, est due à différents facteurs dont le principal est de pouvoir compter sur une main-d'oeuvre qualifiée qui s'assure de façon constante d'obtenir le maximum de nos procédés. D'autres facteurs, comme la disposition de la machinerie automatisée et la nature non négligeable du minerai, ne sont pas négligeables.»

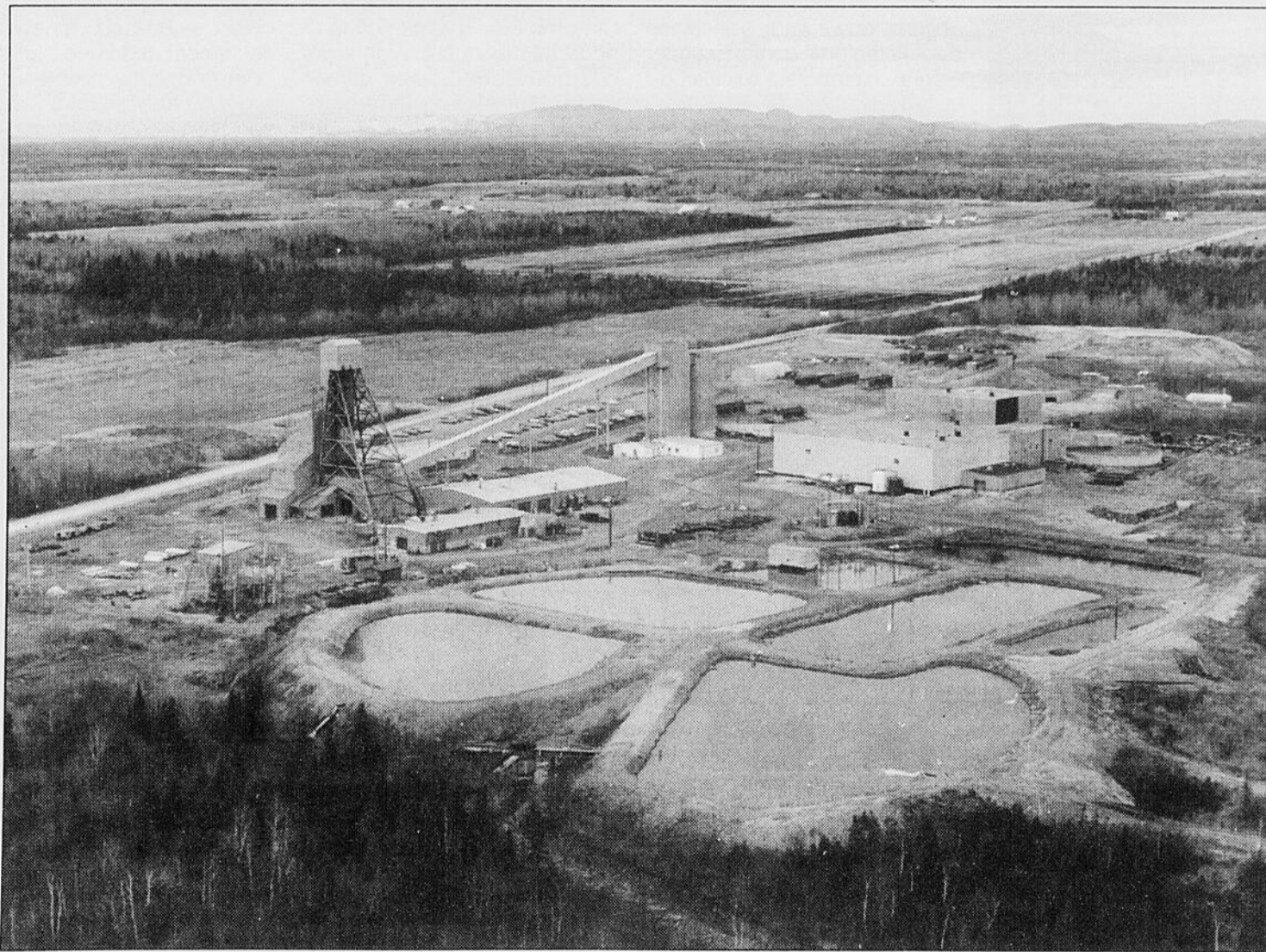
Evidemment, au cours de la prochaine année, Niobec veut préserver son standard de qualité.

De plus, le projet de ferro-niobium amènera certains groupes de l'entreprise à se «pencher sur le développement du troisième bloc minier et examiner sa planification de plus près».

Niobec ne cache qu'elle tire beaucoup profit des bonnes relations qu'elle entretient avec le Brésil.

Ce dernier pays anime sagement le secteur de la recherche et développement. Niobec y contribue en versant des subventions aux chercheurs.

Les relations sont tellement cordiales que les deux producteurs se visitent à l'occasion. En janvier, Niobec a reçu des gens de CBMM du Brésil, venus visiter les installations de Saint-Honoré.



UNE VUE aérienne des installations de la mine Niobec de Saint-Honoré.

Port Saguenay

PUBLI-REPORTAGE

Les marchés mondiaux nous sont accessibles

L'économie mondiale qui présente depuis quelques années un profil de montagnes russes aura secoué fortement notre région, notamment dans les secteurs des pâtes et papier et celui de l'aluminium.

En plus du prix de la pâte et du papier qui sont très bas depuis bientôt trois ans (3) ans, l'industrie régionale a dû regarder ailleurs que sur le traditionnel marché américain pour écouler sa production.

L'industrie américaine a réagi énergiquement au problème de ses déchets en développant une industrie de récupération de papier et en obli-

geant son voisin canadien à produire un papier avec un contenu de papier recyclé. Ces mesures protectionnistes ont obligé l'industrie

régionale à développer de nouveaux marchés outre-mer.

Port Saguenay a enregistré en 1993 une croissance de 50 % de l'exportation de ces produits et confirme son rôle de porte ouverte sur le monde pour l'industrie régionale.

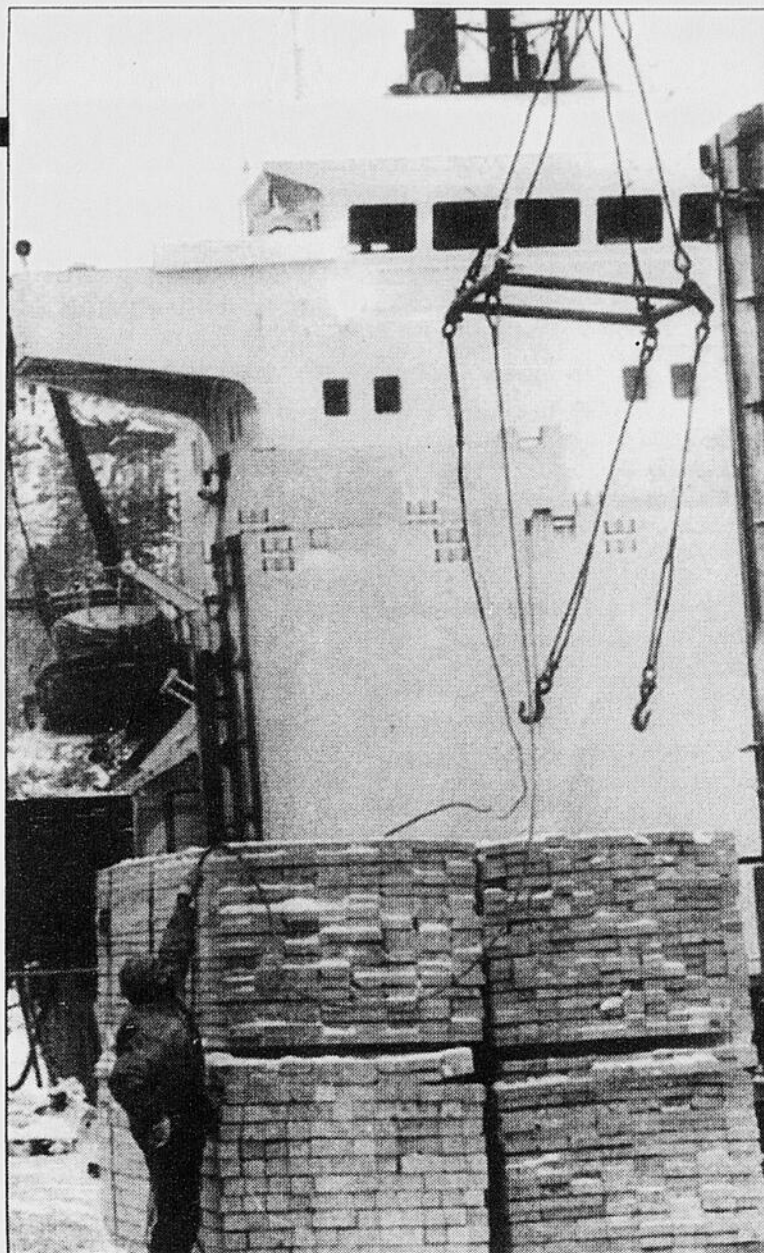
Projet d'agrandissement

Le port satisfait déjà l'industrie régionale des producteurs de granit, des producteurs de bois d'œuvre et des pâtes et papier.

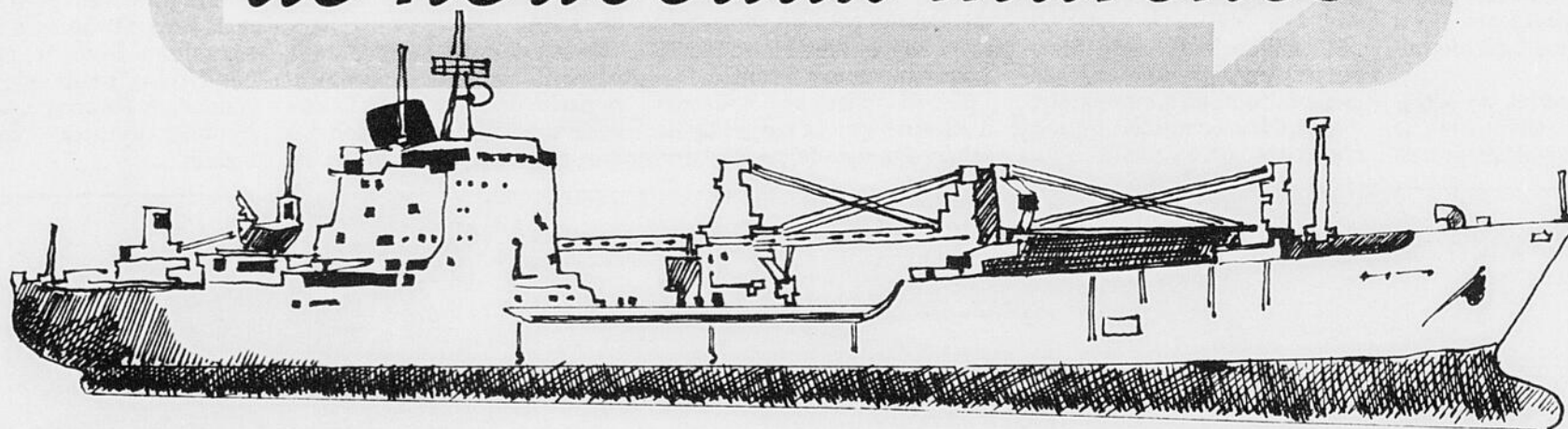
L'économie régionale projetée à court et moyen terme de nouveaux développements de produits destinés aux marchés mondiaux (wollastonite, copeaux, tourbe, etc.).

L'infrastructure portuaire actuelle qui répond bien à la demande de l'industrie régionale en place en service maritime devra également satisfaire aux besoins de ces clients à venir.

Pour ces raisons, l'agrandissement du port est nécessaire et dépend des intervenants régionaux pour sa réalisation.



Une nouvelle route vers de nouveaux marchés



PORT SAGUENAY *la réponse à vos besoins en transport Outre-MER*

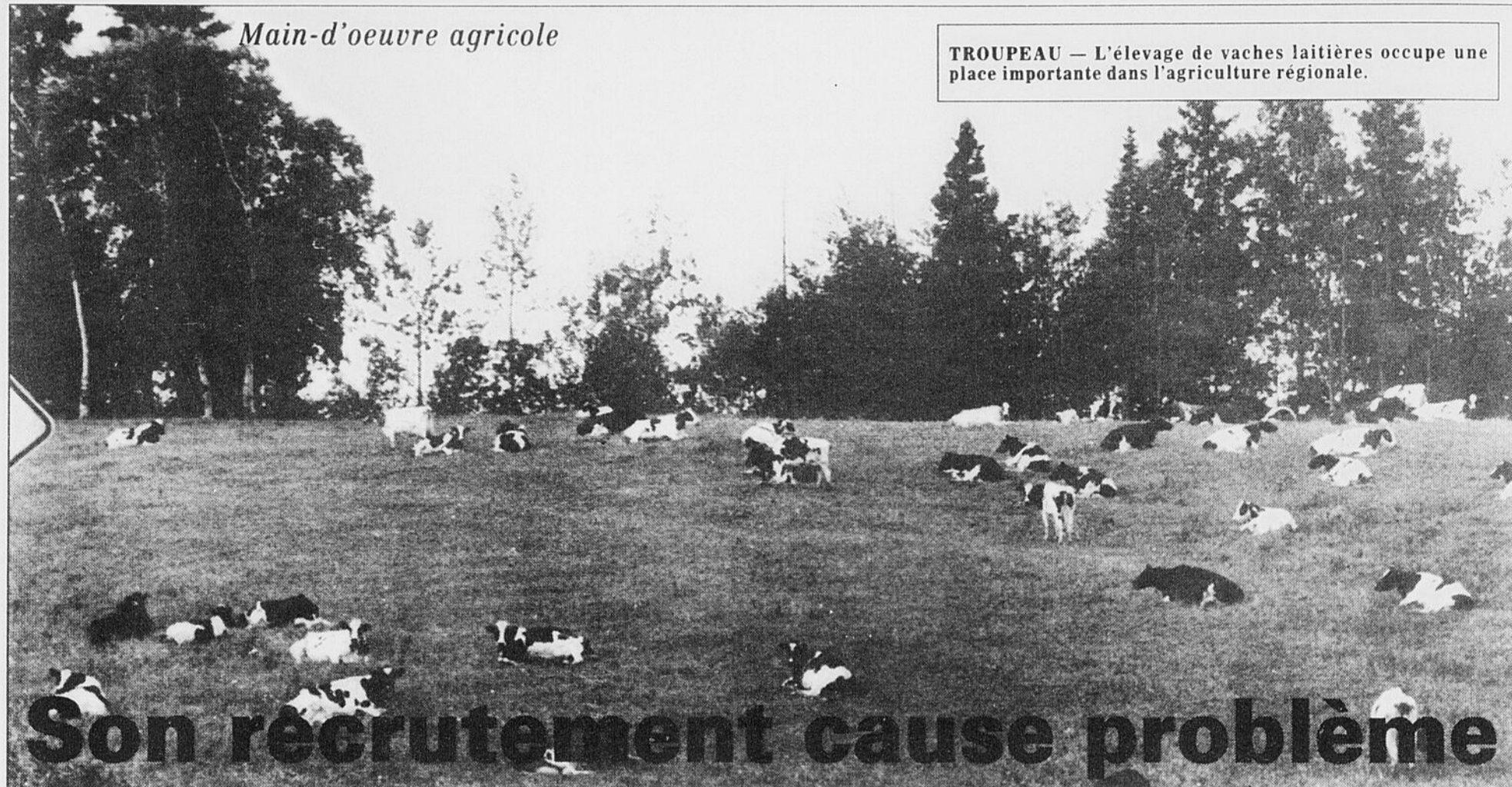
Contactez nous PORT SAGUENAY, 49 rue Lafontaine, Chicoutimi, G7H 5E1
Téléphone: (418) 543-0263 • (418) 543-4633 Télécopieur

vantage
SAGUENAY



Main-d'oeuvre agricole

TROUPEAU — L'élevage de vaches laitières occupe une place importante dans l'agriculture régionale.



Son recrutement cause problème

DELISLE (CC) - Même si le travail sur une ferme n'est plus aussi manuel qu'il ne l'a déjà été, le recrutement de la main-d'oeuvre commence à causer bien des maux de tête aux agriculteurs.

C'est du moins ce que soutient le président régional de l'UPA, Benoit Harvey, de Delisle, lui-même à la tête d'une entreprise agricole en compagnie de son frère.

Il ne sait trop pourquoi le monde agricole est aux prises avec un pareil problème. Il y a probablement une foule de raisons, croit-il.

Il faut dire, selon lui, que le travail commence très tôt sur une ferme agricole, spécialement en

été alors que les journées peuvent même être assez longues. Lorsqu'il fait beau et que nous

avons du foin, de l'avoine ou autre culture à ramasser dans le champ, nous en profitons à plein de sorte que les journées de travail, commencées vers 5 h du matin, peuvent parfois s'étirer jusqu'à la tombée du jour, explique Benoit Harvey.

Même si ces journées de 16 heures peuvent faire peur à un adolescent ou adulte non expérimenté, il faut comprendre que ce n'est pas toujours ainsi et qu'un

pareil horaire est vraiment occasionnel. En période estivale, dit-il, ça peut s'étendre sur une quinzaine de jours tout au plus.



CLAUDE CÔTÉ

Evidemment, les revenus d'un aide-fermier, qu'on recrute généralement par le biais du Centre d'emploi agricole de l'UPA, sont en conséquence. Il est généralement facile pour un adolescent de 15 à 17 ans de se faire 50 à 60 \$ par jour sur une ferme.

Benoit Harvey soutient d'ailleurs que la moyenne de salaire d'un aide-fermier est pro-

che de 400 \$ par semaine, ce qui, selon lui, constitue un revenu relativement intéressant pour un travail qui est loin d'être aussi éreintant qu'on ne le croit.

Effectivement, aujourd'hui, les fermes sont à ce point mécanisées qu'il y a très peu de travail manuel. La plus grande partie du travail de nos aides-fermiers consiste surtout à opérer la machinerie, que ce soit aux champs ou dans les bâtisses, mentionne le président régional de l'UPA.

Quant au propriétaire de la ferme, il doit consacrer la majeure partie de son temps à la surveillance, à l'administration et à la gestion de son entreprise. Le

plus dur sur une ferme, aujourd'hui, croit Benoit Harvey, c'est le stress devant l'incertitude du temps et l'inquiétude devant les redevances.

Mais, l'agriculteur est son propre boss.

Et, comme le fait remarquer Benoit Harvey, il a par-dessus tout le contrôle sur son emploi dans une usine... sans toit.

Peut-être éprouvons-nous quelques problèmes à recruter une main-d'oeuvre fiable qui nous permette de nous absenter occasionnellement, mais des conditions professionnelles comme nous en avons nous aident à oublier ces inconvénients, dit-il enfin.



GLENAYRE COMMUNICATIONS INC. (Publicité)

S'ASSOCIE AVEC UN AUTRE GÉANT DES TÉLÉCOMMUNICATIONS, LA COMPAGNIE AT&T DU CANADA

D'abord distributeur de produits de radiocommunication mobile, **Glenayre Communications inc.** vient de s'associer à la plus grosse société au monde en matière de télécommunications, soit AT&T.

En s'associant au nom de AT&T, **Glenayre Com-**

munications inc. a la nette intention de s'approprier un marché plus qu'intéressant dans l'univers des **systèmes téléphoniques d'affaires, spécialité de AT&T.**

Directeur des ventes de **Glenayre Communications inc.** au Saguenay -

Lac-Saint-Jean, Monsieur Pierre Giroux explique que l'association de l'entreprise qu'il représente avec AT&T permettra d'élargir l'éventail de la clientèle, AT&T pouvant satisfaire la plus petite PME à la plus grosse multinationale.

Elle contribuera aussi, à

son avis, à offrir un meilleur choix de produits nord-américains fabriqués au Canada, ce qui n'est pas à dédaigner en cette période économique difficile.

«Le rapport qualité/prix sera davantage intéressant compte tenu de la haute expertise de ce leader

mondial.

Nos clients seront assurés d'obtenir un produit de haute technologie (4 milliards \$ dépensés annuellement en R&D), des plus fiables puisque qu'il répond à toutes les normes de l'industrie», évoque M. Giroux.



GLENAYRE COMMUNICATIONS

DIVISION DE AUTOSTOCK INC

1265, Bersimis, C.P. 1282
Chicoutimi (Québec) G7H 5G7
545-9215

1-800-463-6527 (sans frais)

**GLENAYRE
COMMUNICATIONS**

LE SPÉCIALISTE en radiocommunication mobile



Glenayre Communications inc. jouit d'une haute crédibilité dans l'univers de la radiocommunication. Elle y occupe un vaste marché. En effet, elle œuvre principalement dans les secteurs industriel, forestier, commercial et institutionnel.

Glenayre Communications inc. n'offre que des produits de haute qualité, de marques renommées à l'exemple de



- autre leader mondial en télécommunications - qu'elle distribue depuis bon nombre d'années, mais aussi **uniden**



BENDIX/KING

Standard Communications etc.

Glenayre Communications inc. offre également des services en matière de téléphonie cellulaire et de systèmes de téléchasseur.

Finalement, outre la distribution de ses produits, **Glenayre Communications inc.** s'occupe aussi d'entretien et de réparation.

Dans la région, la satisfaction des clients est assurée grâce à l'expertise d'une équipe multidisciplinaire composée d'environ 25 techniciens des plus professionnels et des plus qualifiés.





INSTITUT DES ASSUREURS-VIE AGRÉÉS DU QUÉBEC

POUR VOTRE SÉCURITÉ FINANCIÈRE RECHERCHEZ UN ASSUREUR-VIE AGRÉÉ (A.V.A.)

Grâce à sa formation de niveau universitaire, l'assureur-vie agréé (A.V.A.) est un professionnel du marché financier hautement compétent et polyvalent. Votre assureur-vie agréé (A.V.A.) peut vous offrir un service personnalisé pour répondre à vos besoins d'assurances; il est également formé pour vous aider dans votre planification financière, fiscale et successorale.

L'INSTITUT DES ASSUREURS-VIE AGRÉÉS VOUS PRÉSENTE LES ASSUREURS-VIE AGRÉÉS (A.V.A.) PARTICIPANTS DU SAGUENAY-LAC-SAINT-JEAN



Ghislain Ouimet, A.V.A. PL. FIN.
Directeur de district
901, boul. Talbot,
suite 300
Place du Fjord
CHICOUTIMI
Bur.: 543-4471
Fax: 543-6804

LaPrudentielle



Yves Boivin, A.V.A.
La Laurentienne
1051, boul. Talbot
CHICOUTIMI
Tél.: 543-8098

LAURENTIENNE VIE



J.-Pierre Gauvreau, A.V.A.
Directeur des ventes
A.V.A. Planificateur financier
La Prudentielle
Bur.: 668-0157
Rés.: 548-8728
100, St-Joseph Sud
ALMA (suite 108)

Planification
Finance
LaPrudentielle

PRÉSIDENT



René Dionne, A.V.A.
Courtier d'assurance-vie agréé
- Assurance-vie - Salaire
- Maladie - Collective
- Réer - Rentes
Bur.: (418) 695-1242
Rés.: (418) 547-6165
Fax: (418) 695-5040
3769, boul. Harvey
JONQUIÈRE

LE GROUPE ASSURANCES 5000 ENR.



André Bérubé, A.V.A.
Bur.: 543-5200
Rés.: 547-2838
Fax: 549-2038
443, rue Racine Est,
bureau 101,
CHICOUTIMI

GLFB
COURTIER EN ASSURANCES
DE PERSONNES



Roméo Fradet, A.V.A.
Bur.: 543-5200
Rés.: 549-0736
Fax: 549-2038
443, rue Racine Est,
bureau 101,
CHICOUTIMI

GLFB
COURTIER EN ASSURANCES
DE PERSONNES

VICE-PRÉSIDENT



Gilles Boulay, A.V.A.
Centre de Courtage
Assurances Sagamie inc.
Tél.: 696-0362
1645, boul. Tadoussac
CHICOUTIMI

Centre de Courtage
Assurances Sagamie Inc.



Michel Harmégnies, A.V.A.
Dir. de la succursale
Groupe La Mutuelle
Bur.: 549-5161
Rés.: 696-2788
901, boul. Talbot
bureau 403,
CHICOUTIMI

Groupe La Mutuelle



J.-Marie Larouche, A.V.A.
443, rue Racine Est
bureau 101,
CHICOUTIMI
Bur.: 543-5200
Rés.: 542-7575
Fax: 549-2038

GLFB
COURTIER EN ASSURANCES
DE PERSONNES



Jacques Petitclerc, A.V.A.
633, rue Donaldson
ROBERVAL
Bur.: 275-4823

L'INDUSTRIELLE ALLIANCE
COMPAGNIE D'ASSURANCE SUR LA VIE



André-R. Gauthier, A.V.A.
Groupe Multi-Vie
Tél.: 543-4622
735, boul. Barrette
CHICOUTIMI

GROUPE MULTI-VIE



René Morin, A.V.A.
Assureur-vie
L'Industrielle Alliance
Bur.: 549-6914
Rés.: 548-7020
2310, St-Dominique
C.P. 39,
JONQUIÈRE

L'INDUSTRIELLE ALLIANCE
COMPAGNIE D'ASSURANCE SUR LA VIE



Eugène Tremblay, A.V.A.
Tél.: 668-7830
1209, Langelier
ALMA

L'INDUSTRIELLE ALLIANCE
COMPAGNIE D'ASSURANCE SUR LA VIE



Rénaud Lavoie, A.V.A.
Bur.: 544-2821
Rés.: 544-5106
C.P. 125
VILLE DE LA BAIE
G7B 3R3

ASSURANCES MARCELLIN LAVOIE & FILS LTÉE



Vincent Turgeon, A.V.A.
Gérant des ventes
Bur.: 543-3304
Télé.: 543-6985
Dom.: 695-2443
340-255, rue Racine Est
C.P. 1689
CHICOUTIMI

SunLife du Canada

SECRÉTAIRE TRÉSORIER



Jean-Paul Simard, A.V.A.
Tél.: 679-1540
1043, boul. Sacré-Coeur
ST-FELICIEN

Assurance-vie Desjardins



Gildor St-Gelais, A.V.A.
Agent en assurance de personnes
Vétér., en service depuis 1965
Bur.: (418) 543-7944
Dom.: (418) 673-6302
255, est, rue Racine
Bureau 200
CHICOUTIMI (Québec)

La Métropolitaine



Denis Côté, A.V.A.
Directeur Agence
Saguenay-Lac-Saint-Jean
Bur.: 543-8098
Rés.: 545-2970
Fax: 543-2753
1051, boul. Talbot
(bureau 101) CHICOUTIMI

LAURENTIENNE VIE



Raymond-M. Gravel, A.V.A.
gravel, larouche, fradet
bérubé, inc.
Courtage - Assurance - vie
443, Racine est,
CHICOUTIMI
Tél.: (418) 543-5200
Rés.: 693-1788

GLFB



Jacques Lavoie, A.V.A.
Canada-Vie
Tél.: 545-3410
345, des Saguenéens,
CHICOUTIMI

CANADA-VIE



Yvon Fortin, A.V.A.
Aeterna-Vie
Rés.: 549-4316
Bur.: 543-3816
326, des Saguenéens,
CHICOUTIMI

AETERNA-VIE
COMPAGNIE D'ASSURANCE



Denis Lessard, A.V.A.
Planificateur financier
Courtier en assurance de personne
Bur.: (418) 543-0496
Télécopieur: (418) 543-1914
650, Descartes
CHICOUTIMI

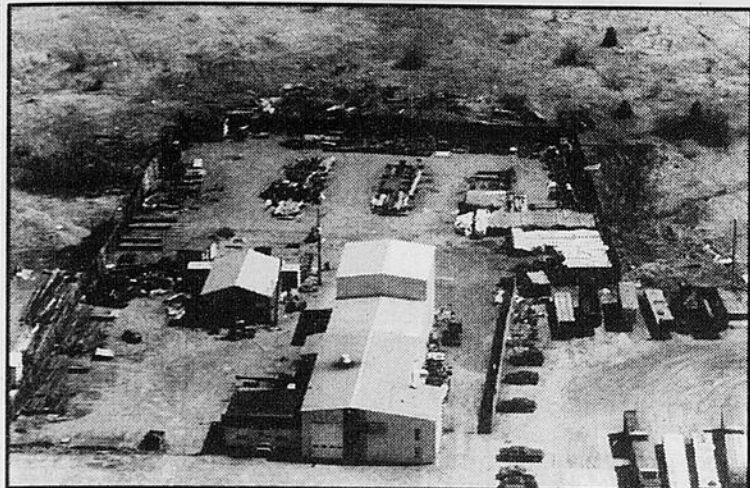
LESSARD, CÔTÉ, MARTEL INC.
Planificateur financier - Courtier en assurance de personne



Armand Dallaire, A.V.A.
Groupe La Mutuelle
Tél.: 276-4310
DOLBEAU

Groupe La Mutuelle

Technosoude célèbre son quinzième anniversaire



Technosoude œuvre dans la conception, la fabrication et l'installation de structures d'acier et de métaux ouvrés

L'année 1994 marquera le quinzième anniversaire de Technosoude de Jonquière. «Quinze années à donner ce qu'il y a de mieux aux clients, tant au niveau produit qu'à celui du service», spécifie le président de la PME, Réjean Gauthier.

Depuis son incorporation, en 1979, Technosoude se spécialise dans la conception, la fabrication et l'installation de structures d'acier et de métaux ouvrés (échelles et

et commercial. Toutefois, forte de l'expertise acquise, elle s'est rapidement taillée une place de choix auprès de la grande industrie.

Réjean Gauthier estime que la longévité de Technosoude s'explique par sa capacité de s'adapter aux besoins du marché. «C'est dans cette foulée, mentionne-t-il, que Technosoude s'est doté d'une licence en mécanique industrielle en 1988 et qu'en 1990, elle a inauguré son

confiance dès le premier contact, avec le client. C'est essentiel à la bonne marche de l'entreprise!»

Le principe de «qualité totale» ne s'arrête pas là! Il constitue, au contraire, la ligne directrice de toute l'équipe de la PME jonquéroise! La conception des structures ou charpentes d'acier pour les bâtiments industriels ou commerciaux est ainsi confiée à des ingénieurs et dessinateurs d'expérience, qui travaillent en fonction des normes CSA W 59, W 47.1 et W 47.2. Ces derniers sont alors capables de réaliser des plans sophistiqués, à partir de données précises qui correspondent aux besoins spécifiques des clients. Une équipe qualifiée voit ensuite à la fabrication et à l'installation dans les délais fixés. Tous les plans et contrats sont exécutés selon un programme éprouvé d'assurance qualité, CAN 3 - Z 299.3. Chacune des étapes de la fabrication fait l'objet de fréquentes vérifications. Les erreurs sont rectifiées sur-le-champ et chaque inspection notée. Le client est assuré d'obtenir un produit qui répond à ses exigences. «Le professionnalisme de tous nos employés est sans conteste un atout majeur dans notre jeu», renchérit le président de Technosoude.

Gestion

Technosoude a 15 ans. La planification et l'expansion de l'entreprise ont été pensées et calculées avec circonspection. Rien n'empêche que ça n'a pas toujours été facile. Au cours des dernières années - la récession aidant très largement -, Réjean Gauthier a dû réduire le nombre d'employés, de 65 qu'il était, à 15.

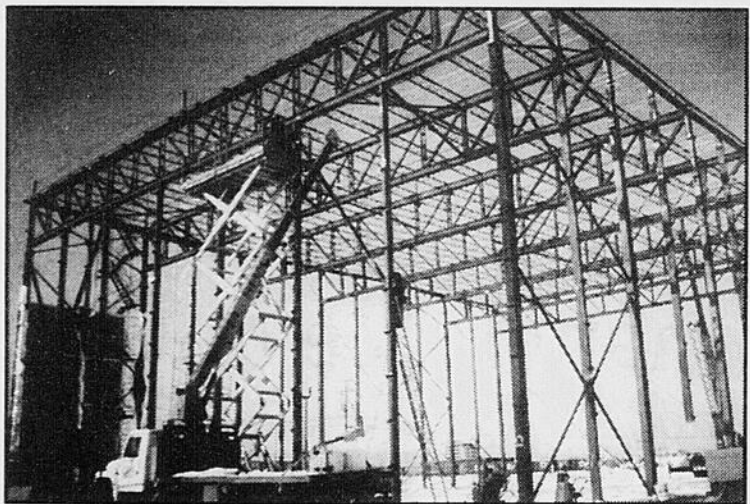
«Dans les années difficiles, commente-t-il, il faut savoir gérer serré. On doit réduire les coûts de production au minimum; demeurer rentable sans pour autant diminuer la qualité. La productivité des employés constitue certes, à ce niveau, une source de réussite.»

C'est en effet, grâce à tous ses employés, que Technosoude est encore là après quinze ans et que l'entreprise a réussi à traverser la récession. «Tous, ajoute l'homme d'affaires, ont mis

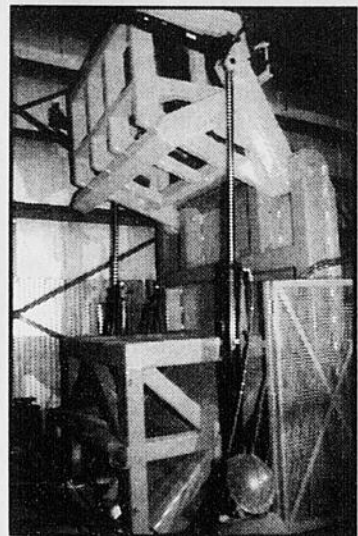


Réjean Gauthier (au centre) a su s'entourer d'une équipe dynamique: Jean Trudeau, Hervé Gagné et Guy Lapierre; Rachelle Gauthier et Hélène Tremblay.

l'épauler à la roue et ont fait la preuve d'une capacité d'adaptation énorme. Je ne sais pas ce que nous réserve l'avenir, mais je suis persuadé que le travail et la persévérance de toute notre équipe nous mettront d'aller encore loin!»



Traitement Villeneuve de Jonquière.



Culbuteur hydraulique.

crinolines, escaliers, paliers, caillebotis, poutres de levage, cornières encastrées, etc.).

L'entreprise a d'abord œuvré dans les secteurs résidentiel

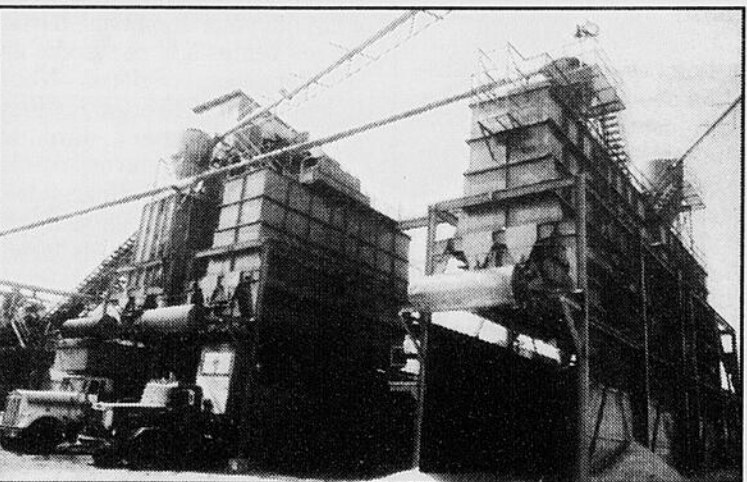
département de plomberie et de tuyauterie. Il fallait diversifier nos activités afin de répondre à la demande tant régionale que provinciale, et aux exigences spécifiques d'une clientèle d'envergure.»

«Le professionnalisme de tous nos employés est sans conteste un atout majeur dans notre jeu.»

Les succès de Technosoude sont également attribuables à la qualité du service. Dès son premier coup de téléphone, sa première visite, le client se sent entre bonnes mains. Le personnel de bureau est en effet aux petits soins avec la clientèle. «Chez nous, s'accorde à dire M. Gauthier, il est important de créer un climat de



Technosoude fait appel à une équipe qualifiée, en matière de fabrication et d'installation.



Chez Technosoude, le client est assuré d'obtenir un produit qui répond à ses exigences.



2371, rue Bauman

Jonquière

Tél.: (418) 548-9114

Télec.: (418) 548-1328

244111



Exportation

La région a tout pour performer

CHICOUTIMI (PB) - «Les marchés externes constituent des débouchés plus importants et moins contraignants que le marché local pour nos PME.» Marc-Urbain Proulx, professeur à l'Université du Québec à Chicoutimi, met ainsi le poing sur la table: assurément, la région a tout ce qui faut pour se distinguer dans l'exportation.

Comment exporter?

Par Patrice Bergeron

CHICOUTIMI (PB) - Comment exporter? La question semble complexe, et elle suscite des craintes chez nombre d'entrepreneurs prudents. Marc-Urbain Proulx, enseignant spécialisé en commerce extérieur à l'UQAC, a rapidement identifié un plan d'action pour qui veut exporter.

La première formule se résume à «productivité, compétitivité, performance, modernisation» et se passe de commentaires. La seconde incite à «l'innovation par la créativité». Elle nécessite un effort personnel, investi dans la recherche et le développement, et surtout, dans le ciblage du créneau. «L'entreprise doit se différencier dans un créneau bien précis», insiste M. Proulx.

Point essentiel: la circulation des informations. «Le dirigeant de PME doit absolument se renseigner sur ses clients, ses marchés, ses concurrents, les dernières tendances en matière de technologie, les nouveaux brevets, les matériaux et la compétence. Les sources d'information sont là, dans la région, mais ça ne circule pas assez».

Enfin, des comportements sont à développer dans l'entreprise. D'abord, l'auto-diagnostic, destiné à évaluer ses propres forces et faiblesses. Puis, le choix clair et déterminé du marché à exploiter. Pas d'à peu près: des projets précis et des objectifs tangibles doivent être esquissés. Ensuite, la préparation reste l'objet de constants ajustements: juridiques, financiers, de formation, de production, de recrutement. Voilà, en somme, le petit manuel de l'exportateur!

Enseignant l'économie régionale à l'UQAC, M. Proulx est convaincu qu'«on a tout ce qui faut pour que nos PME réussissent à exporter», il manque cependant un nouvel avantage comparatif, pour remplacer l'ancien fondé sur l'exploitation des ressources naturelles. Un peu de créativité et d'audace aideraient, ajoute-t-il.

Son analyse prouve qu'en somme, l'exportation a toujours été prioritaire pour nous, depuis les fourrures, en passant par le bois d'oeuvre, la pulpe, le papier, jusqu'à l'aluminium. L'entreprise régionale est de plus en plus en compétition avec le monde entier. «Les tarifs protectionnistes

disparaissent, que ce soit avec l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) ou avec les derniers accords du GATT.»

D'autre part, les acteurs régionaux ont à créer sur l'ensemble du territoire un environnement favorable à l'exportation.

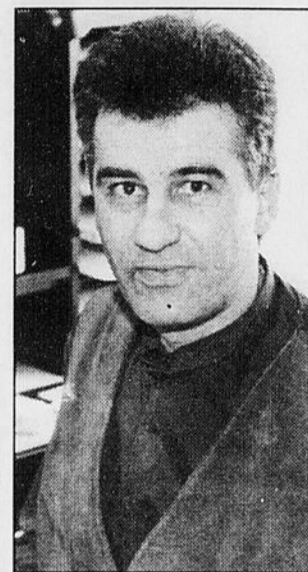
Seulement, où sont nos atouts? «Misons sur les cerveaux», lance le professeur, afin de contrer le Mexique et ces nations en plein élan économique.

«La différence de salaires ne suffit pas à établir un réel avantage, la productivité, elle, compte. Nous possédons une main-d'oeuvre compétente,

des capacités techniques certaines; l'innovation doit être suscitée, la culture entrepreneuriale développée.»

D'autre part, pour s'affirmer devant la planète, la PME régionale doit bien saisir les réalités de ce marché turbulent, instable, aux goûts volatils.

«Les marchés tendent à la segmentation, et ils exigent des quantités plus réduites de produits dont le cycle de production raccourcit. Cela ressemble à une ruche, où chaque alvéole représente un marché distinct. La PME jouit d'une flexibilité et d'une capacité d'adaptation que n'ont pas les grandes compagnies.»



Marc-Urbain Proulx

Economies externes

Les entreprises exportatrices méritent le soutien du milieu

CHICOUTIMI (PB) - La région doit à partir de maintenant assumer un exigeant devoir de soutien envers ses entreprises exportatrices, si elle veut les voir réussir. C'est le dur constat de Marc-Urbain Proulx, un professeur de l'UQAC qui s'appuie sur les dernières études en économie régionale.

«La compétitivité des entreprises est devenue un phénomène collectif», affirme fermement celui qui voue une bonne partie de son temps à la recherche en développement régional. «Nous avons plus de 240 organisations de développement dans la région, mais nous n'avons pas de stratégie commune. Chacun fait son chemin. Par contre, nous avons accompli d'énormes progrès depuis 15 ans.»

«Il existe des régions de la planète qui sont plus innovatrices, plus compétitives. Elles sont gagnantes dans la mondialisation des marchés, étant donné la présence chez elles d'économies externes.»

Les économies externes, ce sont les avantages que peuvent soutirer du milieu les PME sans en payer les coûts. Ils résident dans la disponibilité d'infrastructures, de services, de programmes, de politiques.

«Dans l'ensemble de la région, nous avons des économies externes à offrir, tels que des équipements de transport et de communication, des services financiers et d'aide à l'exportation, une qualité de vie et de l'environnement, des salaires raisonnables. Rappelons-nous toutefois

que l'information est le nerf de la guerre, et que l'innovation, ce n'est qu'une nouvelle combinaison d'informations. Reste donc à activer nos réseaux d'informa-

tion, à créer des liens entre entreprises et avec les institutions.»

Afin d'appuyer ses dires, Marc-Urbain Proulx cite les cas de la

Silicon Valley (Etats-Unis), de Sophia-Antipolis (France), et plus près de nous, la Beauce. «Ces régions baignent dans une atmosphère propice.»

ALENA

Les changements apportés ont maintenant force de loi

OTTAWA (CP) — L'accord de libre-échange nord-américain a pris effet le 1^{er} janvier. Outre les réductions tarifaires, quels autres changements ont maintenant force de loi?

L'Amérique du Nord devient un marché intégré de 360 millions de personnes.

Le Mexique élimine un certain nombre de prescriptions de licence d'importation pour les exportations canadiennes.

Le drawback de droits prévu dans l'Accord de libre-échange entre le Canada et les Etats-Unis est prorogé de deux ans; le 31 décembre 1995, il sera remplacé par un système permanent de remboursement de droits qui réduira le coût des intrants utilisés par les fabricants canadiens.

Les sociétés canadiennes peuvent maintenant soumissionner des marchés publics au Mexique. Aux Etats-Unis, elles peuvent soumissionner les marchés publics de services et de construction. La portée et le champ d'application des marchés publics visés par l'ALENA dépassent ceux de l'ALE et du

GATT.

Tous les investisseurs des pays de l'ALENA doivent être traités de la même façon.

Les restrictions sur les investissements au Mexique seront réduites dans plusieurs secteurs, y compris l'automobile, l'agriculture, les services financiers, l'extraction minière, le transport et la plupart des secteurs de fabrication.

Les entreprises canadiennes de services financiers pourront s'implanter au Mexique, y établir des filiales, y investir et y acquérir des sociétés de services bancaires, de courtage et d'assurance.

Des règles d'origine claires et précises réduiront les possibilités de différends.

Une méthode claire et simple pour le calcul de la teneur nord-américaine des automobiles devrait éviter la répétition du différend douanier sur les Honda Civic fabriquées au Canada.

Un accès élargi au marché américain pour les textiles et vêtements en vertu de contingents spéciaux.

Une amélioration des procédures de règlement des différends.

De nouveaux droits de propriété intellectuelle pour protéger les oeuvres et les inventions des créateurs, inventeurs et chercheurs canadiens.

Tous les pays de l'ALENA faciliteront l'admission temporaire des gens d'affaires, qui pourront amener avec eux, en franchise, leurs équipements et leurs échantillons.

Les camionneurs canadiens peuvent maintenant transporter des marchandises aux Etats-Unis, y ramasser des marchandises à livrer au Mexique et faire le trajet de retour en transportant des marchandises à livrer aux Etats-Unis et au Canada.

Un meilleur contrôle des organes américains de réglementation de l'énergie pour réduire leur capacité d'entraver les ventes canadiennes aux Etats-Unis.

Les marchés des services aériens spécialisés seront ouverts sur une période de cinq ans, à commencer par le marché américain des services de levés et de cartographie.

Bois Franc du Lac

LE PIONNIER DU BOIS DE PLANCHER AU
SAGUENAY - LAC-SAINT-JEAN FÊTE SES 15 ANS ET

SE DOTE D'UNE SUCCURSALE À CHICOUTIMI

TOUJOURS DANS LE BUT DE MIEUX VOUS SERVIR!

Ouverture Officielle

le 14 mars 1994

au 1915, boul. Talbot, Chicoutimi
(face à Place Tanguay)



Le seul
distributeur

mirage

dans toute
la région

Bois Franc du Lac

SAGUENAY
1915, boul. Talbot
Carrefour Chicoutimi
(face à Place Tanguay)
690-5277

LAC-SAINT-JEAN
945, Dupont Nord, Alma
668-5277
1-800-567-9900

15
ans
DE FRANC
SERVICE

PRÉSENT À EXPO HABITAT DU 2 AU 6 MARS 1994



A la recherche de nouveaux marchés

Le Jardin zoologique de Saint-Félicien désire ouvrir ses portes toute l'année

SAINT-FÉLICIEN (JG) — A la recherche de nouveaux marchés, le Jardin zoologique de Saint-Félicien lorgne la France, les pays asiatiques, l'Ontario et la côte américaine.

Pour atteindre cet objectif, la première attraction touristique au Saquenay—Lac-Saint-Jean envisage d'ouvrir toute l'année tout en misant sur un produit global diversifié. Son directeur général, Martin Laforge, estime cela possible surtout depuis que le tourisme est perçu comme une industrie à part entière.

«Les études récentes démontrent que l'industrie touristique est aussi importante en retombées économiques que l'agriculture», avance d'emblée le grand patron du Zoo.

Dans cette optique, il faut

dépasser les horizons locaux et régionaux. «Maintenant, l'industrie touristique vise le niveau national».

Selon les statistiques, la clientèle régionale représente 25 pour cent de l'achalandage des visiteurs. 55 pour cent provient de la province, principalement de Montréal et Québec.

Du 20 pour cent restant, les Français représentent 14 pour cent des visiteurs. Selon Martin Laforge, les 30 000 cousins ont laissé quelque 600 000 \$ au Jardin. Cela représente 15 pour cent de leurs dépenses en sol québécois. Ce qui fait dire au dg Laforge que les Européens amènent des capitaux neufs, une manne extraordinaire, de la plus-value dans le vrai sens du terme.

300 000 Français

Si le Jardin regarde du côté des Français, c'est que des 300 000 qui viennent au Canada dont 250 000 au Québec, seulement 30 000 se rendent au Jardin. C'est toute cette manne qu'on veut ramasser. Pour ce faire, concède Laforge, il faut un produit diversifié. La pêche blanche, la motoneige, les randonnées en traîneaux à chiens, la visite du Jardin en hiver représentent ce qui intéresse les Français en mal d'exotisme et de grands espaces.

«Diversité de l'offre et diversité de marchés permettent aux intervenants touristiques de ne pas tabler uniquement sur le tourisme estival tout en explorant d'autres marchés», soutient Martin Laforge.

C'est ainsi que le Jardin tâte le potentiel touristique en prove-



MARTIN LAFORGE est directeur général du Jardin zoologique de Saint-Félicien.

nance des pays asiatiques. L'été prochain, quelques autobus de Japonais viendront au zoo. Un début qu'on espère prometteur. L'Ontario et la côte Est américaine sont d'autres cibles.

Dans tout ce travail, le mentor du Jardin mise beaucoup sur la nouvelle Société québécoise du tourisme. Ce nouvel organisme où se retrouvent les grands intervenants dans le domaine jouera un rôle déterminant dans

l'élaboration d'une stratégie de positionnement national.

Avec ses attraits et un produit diversifié, le Saquenay—Lac-Saint-Jean ne pourra que profiter de cette offensive. Surtout que la région fait la preuve d'une concertation touristique, sous la férule de l'Association touristique régionale, qui ne se voit pas ailleurs en province, conclut Martin Laforge, aussi premier vice-président de l'ATR.



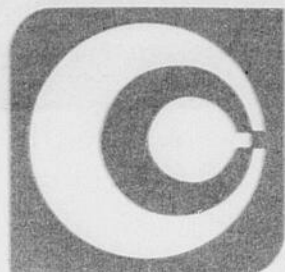
VISITEURS — En mal d'exotisme, des 300 000 Français qui visitent le Canada annuellement, 30 000 se rendent au Zoo de Saint-Félicien.



HIVER — Permettre la visite des sentiers de la nature durant la saison hivernale serait, selon le directeur Laforge, une avenue à explorer.



PREMIERE attraction touristique dans la région, le Zoo vise désormais les clientèles américaines, européennes et asiatiques.



Éducation Permanente
CÉGEP de Chicoutimi
534, rue Jacques-Cartier Est
Chicoutimi (Québec) G7H 1Z6

Vingt-sept entreprises régionales participent à un programme adapté en exportation

À la suite d'une concertation avec différents intervenants socio-économiques de la région, un programme fut initié pour les P.M.E. régionales dans le but de leur offrir la formation de base et l'encadrement nécessaires au développement de leur potentiel en matière d'exportation.

D'une durée de 90 heures, réparties sur 12 mois, ce programme comprenait des ateliers traitant des thèmes étroitement reliés à l'exportation, des tables rondes animées par des spécialistes en exportation pour résoudre les problèmes rencontrés, des suivis individuels dans chacune des entreprises participantes par un formateur en exportation et enfin, une mission commerciale à Buffalo.

Au total, 27 entreprises régionales se sont inscrites au programme dont 20 ont participé à la mission commerciale.

Ce programme, unique en son genre, offre des moyens et des ressources susceptibles de seconder les dirigeants et dirigeantes de P.M.E. à relever le défi stratégique de l'exportation.

De l'avis des entreprises qui ont participé au programme, l'expérience s'est avérée des plus intéressantes. Quant aux P.M.E. susceptibles d'avoir des besoins reliés à l'exportation, nous les invitons à s'informer des modalités du projet auprès de l'un ou l'autre des intervenants impliqués dans ce dossier.



Dans le cadre de la mission commerciale à Buffalo, nous voyons, sur cette photo, les participants au Consulat Général du Canada avec l'accompagnatrice, Madame Renée A. Lazarz, déléguée commerciale (deuxième personne à gauche de la photo).



Sur cette photo, nous voyons les participants dans le cadre d'une conférence donnée par Monsieur Andrew S. Zinberg, assistant vice-président de la M & T Bank de Buffalo.

Le Service de l'éducation permanente du Cégep de Chicoutimi remercie ses partenaires socio-économiques pour la réalisation du programme de formation en exportation.



Banque fédérale de développement



Société québécoise de développement de la main-d'oeuvre du Saguenay-Lac-Saint-Jean



Emploi et Immigration Canada



Gouvernement du Québec
Secrétariat aux affaires régionales



Bureau fédéral de développement régional (Québec)



Corporation de Développement Économique de Chicoutimi inc.

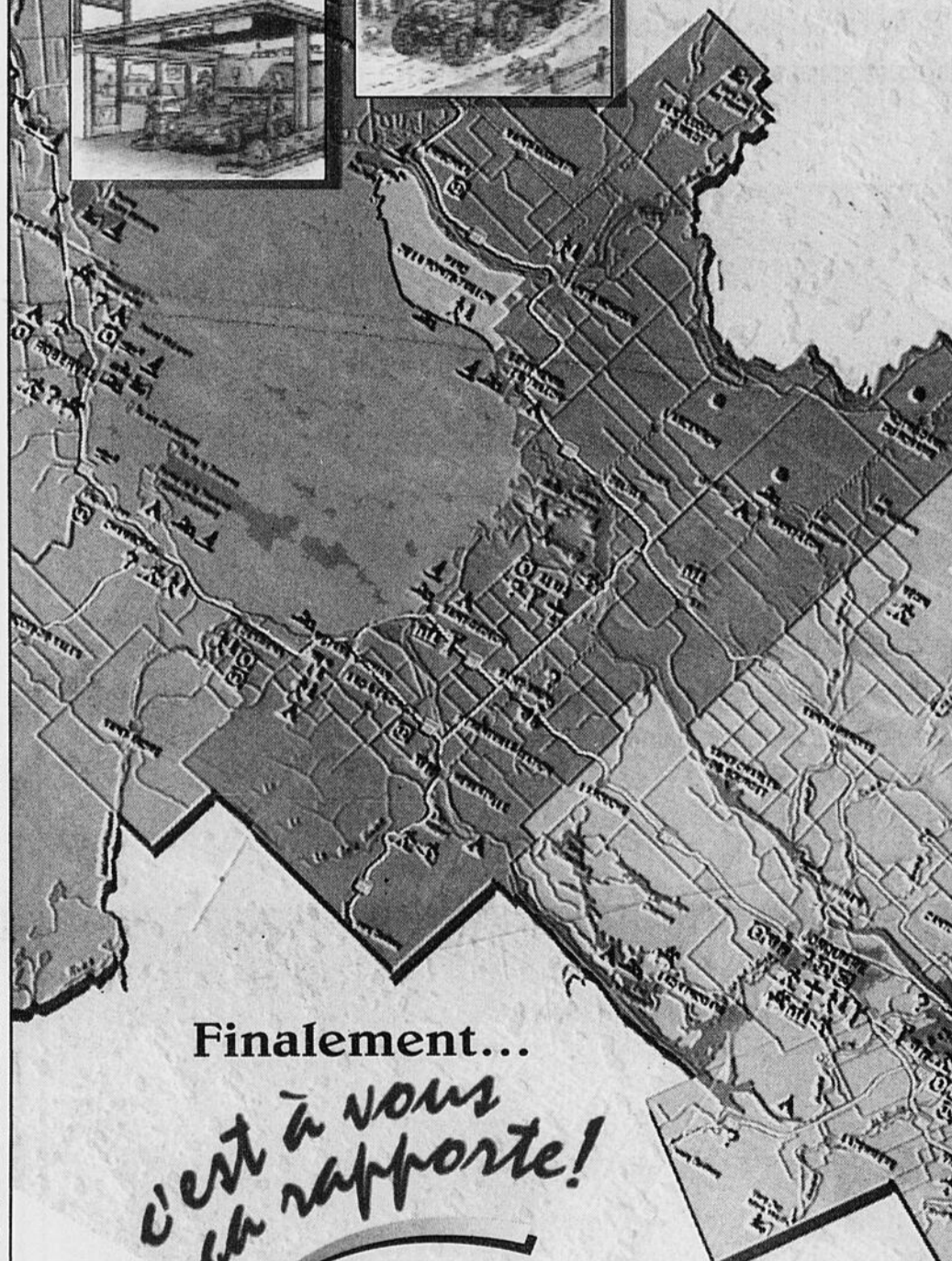
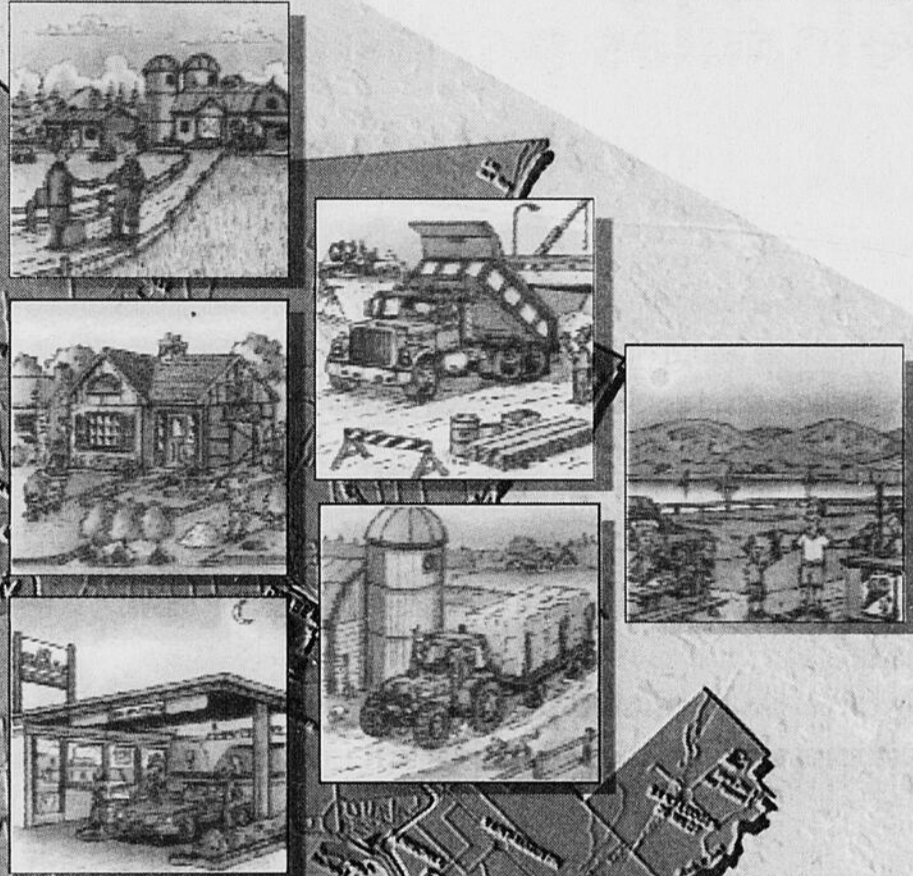


Gouvernement du Québec
Ministère de l'Industrie Commerce et Technologie



SOCIÉTÉ des TECHNOLOGIES de L'ALUMINIUM S.T.A.S. Ltée

EXIGEZ DES
PRODUITS RÉGIONAUX
FABRIQUÉS ET VENDUS
DANS NOTRE RÉGION
PAR DES GENS DE
CHEZ NOUS



Finalemment...

*que c'est à nous
de la rapporter!*



NUTRINOR

MOI
J'ACHÈTE
DES PRODUITS
D'UNE
ENTREPRISE

D' **ici**

NOS
MARQUES
DE
PRESTIGE



**DIAMANT
LAMONTAGNE**



QUINCAILLERIE 

MACHINERIE AGRICOLE
•
QUINCAILLERIE
•
EAU DE SOURCE
•
LAIT
•
CRÈME GLACÉE
•
CAMIONS INTERNATIONAL
•
MOULÉES ET FERTILISANTS
•
PRODUITS PÉTROLIERS

NUTRINOR