

Les Centres financiers aux entreprises Desjardins

Saguenay—Lac-Saint-Jean—Charlevoix—Côte-Nord

Une porte ouverte au milieu des affaires

Un partenaire compréhensif.
Des conseils financiers prévoyants.
Des produits et des services
à la fine pointe de l'économie actuelle.

- 7 293 membres entreprises
- 1 346 000 000 \$ d'engagements sous gestion
- 892 000 000 \$ d'encours sous gestion
- 93 ressources

Laissez nos spécialistes vous prêter
main-forte dans vos projets de
financement, d'exploitation et d'expansion.



Desjardins

affaires

CENTRES FINANCIERS AUX ENTREPRISES DESJARDINS

Lac-St-Jean Sud
Tél. : (418) 344-4568
Télec. : (418) 344-4920

Alma secteur Nord
Tél. : (418) 669-1409
Télec. : (418) 669-1478

Saguenay Centre
Tél. : (418) 543-1718
Télec. : (418) 549-7244

Domaine-du-Roy
Tél. : (418) 679-1381
Télec. : (418) 679-9329

Jonquière
Tél. : (418) 547-2335
Télec. : (418) 542-0460

Haute Côte-Nord
Tél. : 1-877-589-1222
Télec. : (418) 589-1210

La Baie—Bas-Saguenay
Tél. : (418) 544-7111
Télec. : (418) 544-8811

Maria-Chapdelaine
Tél. : (418) 274-9444
Télec. : (418) 274-8133

Charlevoix
Tél. : 1-866-770-9906
Télec. : (418) 639-9905

Basse et Moyenne
Côte-Nord
Tél. : 1-877-650-1414
Télec. : (418) 962-0242

Des solutions d'affaires,
ça se partage!

Les Éditions JCL profitent de l'ouverture sur le monde

Réseau de contacts efficace

29^e CAHIER ÉCONOMIQUE



CHICOUTIMI (IL) - Si certains se plaignent des effets pervers de la mondialisation, d'autres ont su en profiter. Pour Jean-Claude Larouche, propriétaire des éditions JCL, l'ouverture sur le monde a représenté une occasion inespérée.

« Nous ne sommes plus limités à vendre nos livres au Québec. Nous avons maintenant des distributeurs en France, en Suisse et aux États-Unis. En plus, un particulier qui souhaite se procurer l'un de nos produits peut toujours le faire en consultant notre site Internet. Il entre sur le



ISABELLE LABRIE
ilabrie@lequotidien.com

site, répond aux questions et obtient la démarche pour acheter le livre », explique M. Larouche.

Mais s'il a réussi à établir un réseau de contacts efficaces et à percer un marché saturé et difficile, ce n'est pas en demeurant assis dans son bureau de la rue Jacques-Cartier. C'est à force de fréquenter les salons d'édition européens, de bâtir des relations, qu'il a réussi à placer ses livres outre-mer. À preuve, en 25 ans dans le milieu, il est allé 85 fois en Europe, quelques fois sur un simple appel d'un distributeur inté-

ressé à reprendre une publication JCL.

Et à chaque fois, il a rempli des pages et des pages de carnets de bord avec les cartes des gens rencontrés, assorties de ses réflexions sur la personne et sur les liens établis. Avant une foire ou une exposition, il relit ses notes, ce qui lui permet de se rappeler ce qui s'est dit et de surprendre son interlocuteur par de petits détails: « Quand tu demandes à un homme d'affaires comment se porte son fils en appelant ce dernier par son prénom, ça impressionne. Ces carnets de notes, ce sont à la fois ma bible et mon cours universitaire ».

Marché

Jean-Claude Larouche est bien conscient qu'au-delà de la profession d'éditeur, le marché a évolué du côté des droits dérivés, qui ont pris de plus en plus de place au fil des ans. Les droits dérivés, ce sont les ventes de livres déjà publiés à de plus grosses boîtes, comme Québec Loisirs, France Loisirs, Succès Livres. Dans un tel cas, l'éditeur vend le texte tel quel et c'est l'acheteur qui a la tâche de rééditer le livre, de dessiner la couverture et sur-

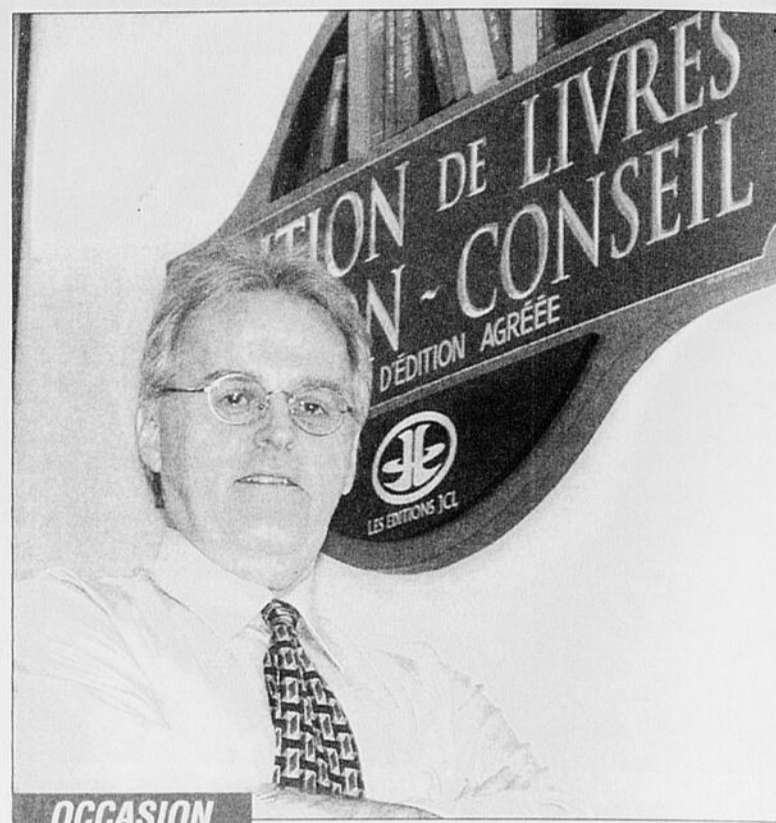
tout, d'en faire la promotion. Les risques sont donc assumés par l'acheteur. « Une fois le contrat signé, qui garantit un nombre minimum de copies, notre travail est terminé », confie Jean-Claude Larouche.

Et même dans cet aspect de sa tâche, Internet a son utilité. En effet, lorsqu'un acheteur potentiel se montre intéressé par un ouvrage, Jean-Claude Larouche lui en fait parvenir un ou deux chapitres par courrier électronique. Les discussions peuvent ensuite s'enclencher.

M. Larouche va même plus loin: la mondialisation a contribué à sauver le monde de l'édition en raison de l'importance du bassin des lecteurs. Ainsi, jusqu'à présent, les éditions JCL ont cédé les droits de 11 livres à France Loisirs, et certains de ces derniers ont été vendus à des milliers d'exemplaires. Par exemple, en date 31 mars 2001, les Éditions de la Seine avaient écoulé 61 943 copies du roman « La Boiteuse » de Marthe Gagnon-Thibodeau.

Disponibilité

Au Québec, la problématique est différente. Jean-Claude Larouche qualifie d'ailleurs de « drame du jour » le manque d'espace dans les librairies. Il ne met pas la faute sur les tenants des boutiques de livres, mais sur la forte concurrence. « Il y a 40 000 nouveaux titres en français qui sortent chaque



OCCASION

Pour le propriétaire des éditions JCL, Jean-Claude Larouche, l'ouverture sur le monde représente une occasion d'affaires très intéressante.

(Photo Sylvain Dufour)

année, dont 6000 au Québec. Moi, j'en publie 24 annuellement. C'est donc dire qu'il y a un roulement et qu'il est difficile de demeurer plus que trois ou quatre semaines sur les tablettes. On fait donc de la promotion pour un produit qu'on ne voit pas. Autrement dit, on vend du ketchup mais il n'y a

pas de ketchup sur les tablettes », illustre-t-il.

Malgré cela, il considère que l'industrie du livre se porte bien au Québec. Les gens sont plus instruits et apprécient de plus en plus le plaisir d'un bon livre. « Avec un livre, on ne s'ennuie jamais », résume Jean-Claude Larouche.

Chaque livre constitue une histoire

par Isabelle Labrie

CHICOUTIMI (IL) - Pour le propriétaire des éditions JCL, Jean-Claude Larouche, chaque nouveau livre est une histoire en soi, avec ses difficultés, ses surprises et ses rebondissements. Derrière chaque couverture se cache un microcosme complet.

JCL fête cette année ses 25 ans. Des années remplies par la passion des livres, mais aussi par des événements moins agréables. Mais toujours, Jean-Claude Larouche a réussi à se relever dans un monde extrêmement concurrentiel: « J'ai toujours voulu vivre de l'édition. Après avoir édité 35 livres, j'avais deux choix: tout vendre ou me consacrer à plein temps à ce métier. J'ai choisi la seconde option ».

Selon lui, la vie d'un éditeur est toujours jalonné de coups de chance. Si la publication durcissait autobiographique « Des fleurs sur la neige » a servi à faire

connaître JCL, l'histoire de Gabrielle Lavallée, sous le nom « L'Alliance de la brebis », lui a permis de retomber sur ses pieds à la suite d'un long et coûteux procès subi par JCL pour plagiat. Jean-Claude Larouche est ressorti épuisé de cet épisode qui a duré sept ans, mais plus déterminé que jamais à se relever: « L'univers nous apporte ce qu'il nous faut au bon moment ».

Jean-Claude Larouche considère la lecture des manuscrits comme un enrichissement. Évidemment, il ne peut lui-même lire chaque manuscrit envoyé (il en reçoit en moyenne un par jour!), mais il parcourt toujours de la première à la dernière page les livres qu'il a décidés d'éditer. « Si je ne le faisais pas, je me priverais d'une partie de mon plaisir », confesse-t-il.

Avant de prendre la décision d'éditer un livre, Jean-Claude Larouche s'assure d'abord que l'ouvrage répond à deux critères. Premièrement, la qualité

du produit soumis (à partir d'un rapport d'analyse en 12 points soumis par un lecteur attitré de JCL) l'aide à prendre sa décision.

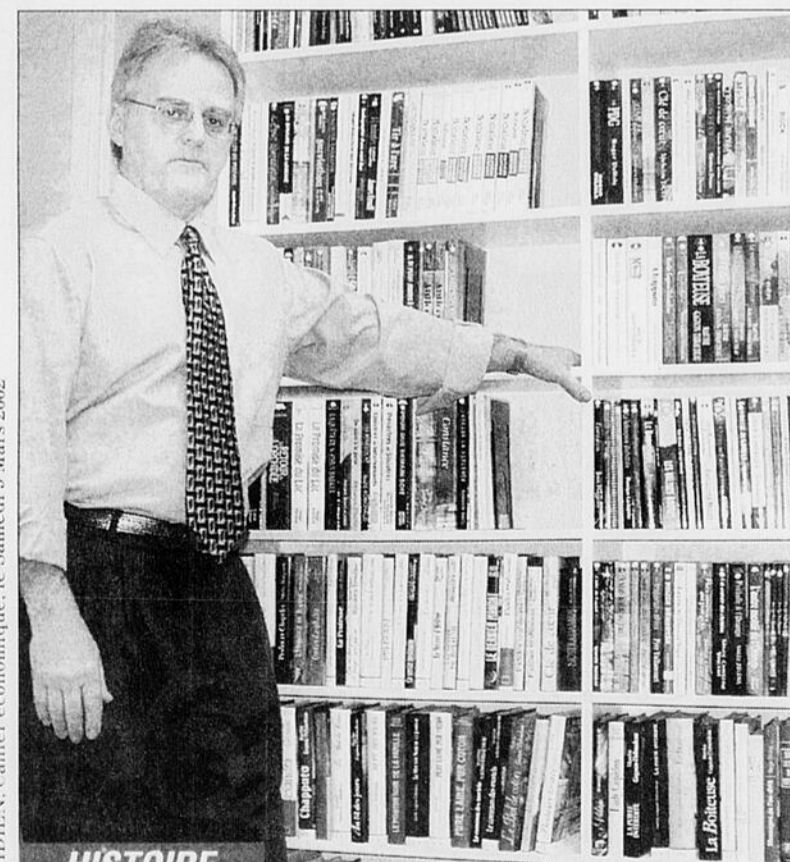
Ensuite, les tendances du marché seront considérées.

Un autre élément compte dans les choix de JCL, bien que difficilement mesurable: c'est la relation qui s'établit entre l'éditeur et l'auteur.

Jean-Claude Larouche compare d'ailleurs le lien qui s'établit entre ces deux personnes à un petit contrat de mariage: « Ça prend un "feeling" et une confiance mutuelle ».

Jean-Claude Larouche considère qu'il dirige une maison à échelle humaine. Il connaît personnellement tous ses auteurs et il s'implique dans la correction des épreuves.

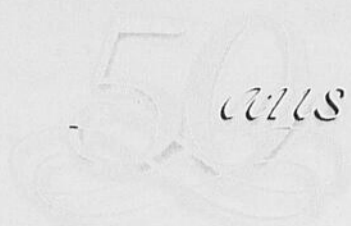
Selon lui, c'est l'une des raisons qui expliquent que son entreprise a survécu durant 25 ans, jumelées à une ténacité sans faille, un bon jugement et une croissance prudente.



HISTOIRE

Pour Jean-Claude Larouche, chaque nouveau livre est une histoire en soi, avec ses difficultés, ses surprises et ses rebondissements.

(Photo Sylvain Dufour)



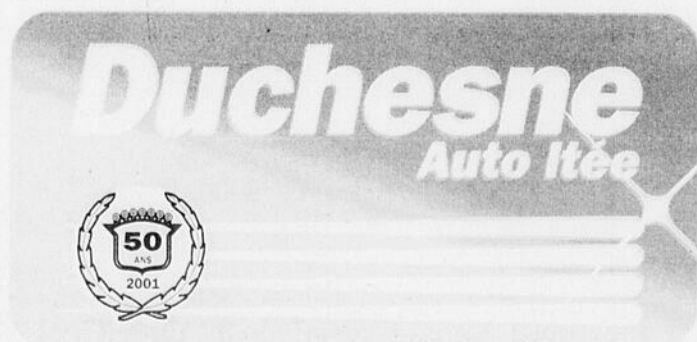
*Depuis un demi-siècle, de père en fils nous travaillons
à toujours mieux vous servir.
De génération en génération, notre réputation s'est répandue
bien au-delà de la région.*



*Merci à vous chers clients, qui croyez encore à la qualité,
du service, du produit et de l'expérience.*

*Nous avons bien servi vos pères, nous sommes aujourd'hui
à votre service et demain, nous aimerions servir vos enfants.*

Voilà, une promesse d'avenir.



- CHEVROLET
- OLDSMOBILE
- GEO
- CADILLAC
- PONTIAC
- BUICK
- CAMION GMC



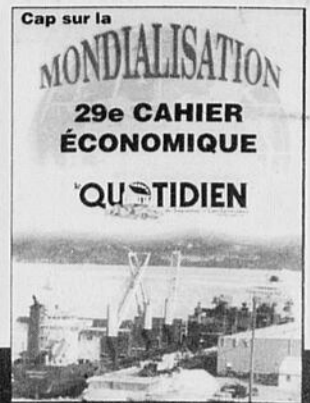
- Sans frais: 1-800-463-8333

Site: www.duchesneauto.gmcanada.com / Courriel: duchesneauto@gmcanada.com

00505974

Transformation du bois Pan-O-Starr se positionne comme un acteur majeur

29^e CAHIER ÉCONOMIQUE



SAINT-FÉLICIEN (RT) - Depuis l'automne 2001, l'usine Pan-O-Starr inc. de Saint-Félicien produit des panneaux massifs de bois de bouleau qui reposent sur un nouveau concept de panneautage. Ce projet novateur profitera de la mondialisation des marchés pour exporter son produit vers les États-Unis, l'Europe et l'Asie, des cibles visées par les instigateurs.

Ceux-ci veulent, au cours des prochaines années, se faire connaître comme étant les leaders canadiens dans leur domaine d'activités. Ils prévoient fabriquer des panneaux dans d'autres essences tels que l'érable et le chêne pour lesquelles il y a une très grande demande de la part des manufacturiers de

produits finis.

Le panneau MFC (Multi-Face Centre) se caractérise tant par son procédé de fabrication que par son concept. C'est un panneau lamellé collé plaqué composé à 100 % de bois franc de la même essence. Plusieurs avantages sont reliés à ce panneau notamment sa stabilité et son

homogénéité. Produit de haute gamme et à haute valeur ajoutée, sa fabrication permet de maximiser l'utilisation de la matière première puisque les pertes sont réduites



ROGER TREMBLAY
buddytremblay@yahoo.com

jusqu'à environ 15 % alors que pour les panneaux présentement disponibles sur le marché,

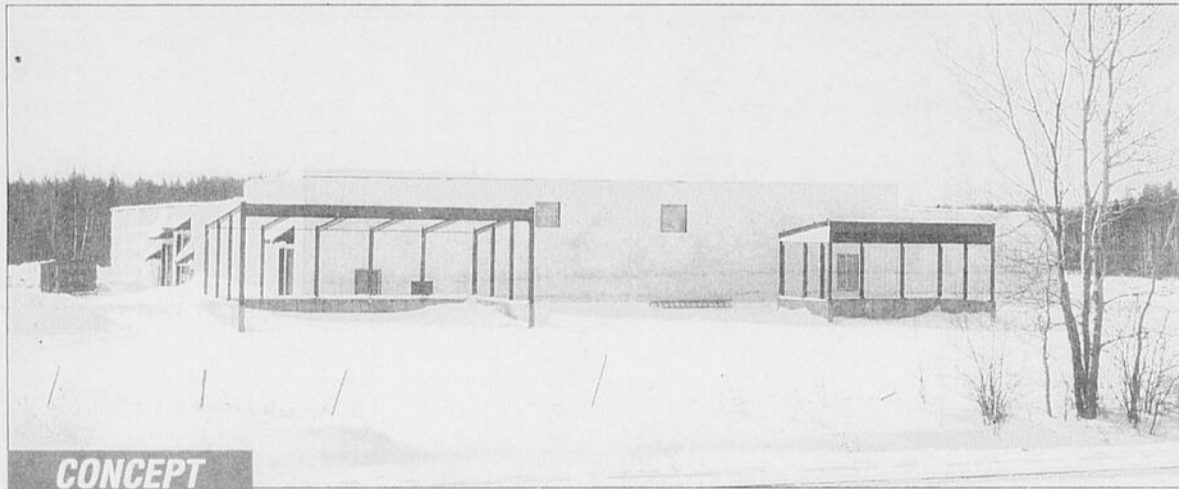
les pertes sont évaluées à environ 40 %. Ce panneau est destiné à l'industrie du meuble, des armoires et des portes.

Le projet de Pan-O-Starr représentait des investissements globaux de près de 10 millions \$. Ce complexe intégré opère sur une base annuelle et comprend une scierie de 3 300 000 pmp, deux séchoirs à bois franc de 3 300 000 pmp et une usine de panneaux aux dimensions impressionnantes, 2 022 000 pieds carrés.

Pan-O-Starr s'est donc positionné comme un acteur majeur dans la grappe industrielle en

2e et 3e transformation du bois. L'industrie de panneaux prédimensionnés constitue un marché de 3 milliards \$ US chez nos voisins du sud. A Saint-Félicien, dès la première année, l'usine devrait produire un million de pieds carrés et plus de 2 millions l'année suivante. Outre l'Europe, Pan-O-Starr veut prendre sa place dans le marché japonais car il y a déjà des demandes.

La mondialisation des marchés permettra donc à Pan-O-Starr de faire connaître son produit très rapidement sur le marché international.



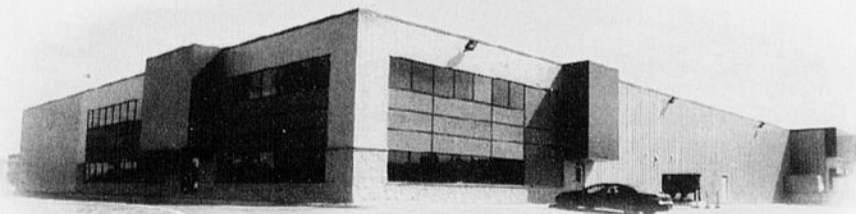
CONCEPT

L'usine Pan-O-Starr inc. de Saint-Félicien produit des panneaux massifs de bois de bouleau qui reposent sur un nouveau concept de panneautage.

BÂTIMENTS D'ACIER

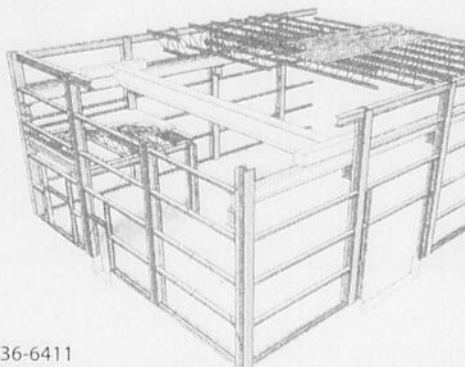
FINAR

PLUS... QUE DE L'ACIER



BÂTIMENTS INDUSTRIELS ET COMMERCIAUX
DESIGN BUILD

Notre équipe d'ingénieurs réalise pour vous la conception et le design de vos projets



S/S Québec Téléphone: (418) 836-6411
www.finar.com finarc@finar.com
PRÉSENT AU QUÉBEC, EN ONTARIO
DANS LES MARITIMES ET AUX ÉTATS-UNIS,
SANS FRAIS 1-(800) 267-2411



Produits et services

Services conseils
Catalogues électroniques
Systèmes transactionnels
Logiciels en ligne
Sites Internet

Quelques réalisations

www.agribid.ca

Service d'encan sur Internet pour les éleveurs de bovins laitiers et d'embryons

www.bpd.net

Bétons Préfabriqués du Lac, domaine manufacturier

www.bivoie.com

Carrefour jeunesse-emploi, Alma

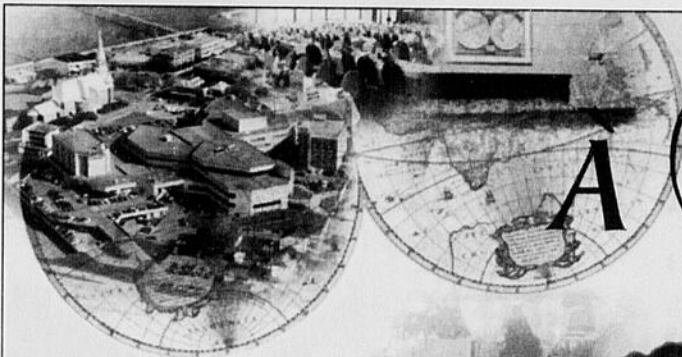
www.agricom.ca

infos@agricom.ca

540, Sacré-Coeur Ouest, Alma, Qc G8B 1M2

Information & service à la clientèle

418 669-2474



Alma

le Complexe Jacques-Gagnon

Voilà maintenant presque 10 ans que les hommes d'affaires Jeannot et Laval Boulianne procédaient à l'acquisition du Complexe Jacques-Gagnon, l'un des plus beaux fleurons de l'architecture régionale et de l'hôtel Universel, adjacent au Complexe, comptant maintenant 74 chambres entièrement rénovées.



et les deux hôtels du centre-ville...
...une histoire de succès!

Le complexe multivocationnel surplombe le centre-ville d'Alma et est situé en plein cœur du pays des Bleuets. Plusieurs entreprises, firmes professionnelles et bureaux gouvernementaux y ont installé leurs locaux. Un stationnement à étages de 800 places accommode les clients du Complexe Jacques-Gagnon.

Destination « affaires » par excellence, l'Hôtel Universel offre 13 salles de réunion pouvant accueillir de 6 à 600 personnes. Sa situation stratégique au centre-ville lui vaut les éloges des touristes de même que les cyclistes et les motoneigistes qui y apprécient particulièrement la porte d'entrée à la Véloroute des Bleuets et l'accès direct au circuit provincial de sentiers de motoneiges.

À l'automne 2000, Messieurs Jeannot et Laval Boulianne, M. Richard Boudreault ainsi que le Fonds de solidarité (FTQ) complétaient les travaux qui ont donné naissance à « Notre Hôtel », un établissement comptant 30 chambres offrant un cachet unique. L'édifice multiservices situé au centre-ville abrite également le restaurant le Coq Rôti, un des plus beaux au Québec, et plusieurs autres locataires commerciaux. De plus, Notre Hôtel offre 7 salles pour réunions d'affaires ou divertissement. Un stationnement contrôlé est à la disposition des clients.



NOTRE HÔTEL : 450, Sacré-Coeur Ouest, Alma QC G8B 1L9 (418) 668-3222 • 877-917-3222
HÔTEL UNIVERSEL, COMPLEXE JACQUES-GAGNON : 1000, boul. des Cascades, Alma QC G8B 3G4 (418) 668-5261 • 1-800-263-5261

Pour nous, le service n'est pas un jeu!

Une équipe dynamique et d'expérience à votre service depuis plus de 15 ans.

Une imprimerie qui a pour objectif de satisfaire le client, autant par la qualité que par le délai.



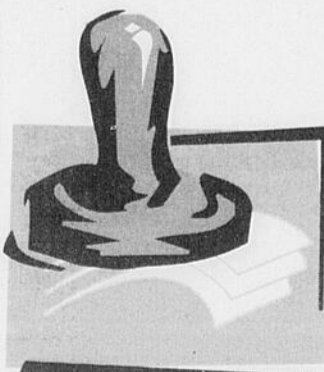
Ruth Parent

Représentante
Lac-Saint-Jean



Linda Fortin

Représentante
au Saguenay—
Lac-Saint-Jean

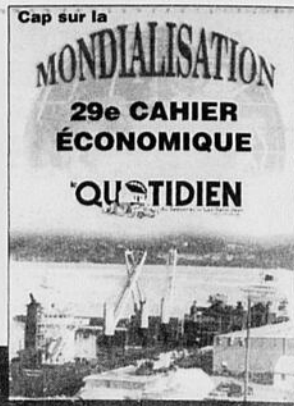


**N'hésitez pas
à nous contacter!**

**IMPRIMERIE
POLYCOPIE
QUÉBEC
INC.**

420, rue Sacré-Coeur Ouest
Alma (Québec) G8B 1L9
(418) 668-5245
Téléc. : (418) 662-6400

Focus Manufacture inc. offre un service virtuel à sa clientèle

29^e CAHIER ÉCONOMIQUE

par Isabelle Labrie

CHICOUTIMI (IL) - Dans un domaine où la compétition est féroce et où les distances ne représentent plus des obstacles, Focus Manufacture inc. a su se démarquer avec un service à la clientèle hors pair... et virtuel!

En effet, depuis un peu plus d'un an, l'entreprise chicoutimienne, spécialisée dans la fabrication de planches à neige, a instauré un système informatique qui fait le bonheur de ses clients (des distributeurs) de par son efficacité. C'est le président de Focus, Mario Lebreux, qui en a eu l'idée.

«Nous avons mis sur pied un squelette de suivi de production pour l'interne, afin de pouvoir suivre chaque étape de la fabrication de nos planches à neige. Nous l'avons amélioré et expérimenté, avant de l'ouvrir à notre clientèle», explique M. Lebreux.

Le système mis en place est fort simple. À l'aide d'un mot de passe et d'un nom d'utilisateur, les clients peuvent, via le site Internet de

Focus, avoir accès aux informations les concernant. Ils peuvent retracer leurs commandes et savoir en détail où en est la production. On y retrouve en effet les dates du début et de la fin de la fabrication de chaque modèle, ainsi que les quantités et les inventaires. Et tout cela, en temps réel!

«Les clients peuvent suivre presque à chaque heure où en est leur production. Ils peuvent donc coordonner le transport et la livraison en fonction de ces informations qui sont fiables, puisque chaque planche à neige est identifiée à l'aide d'un code à barres», fait valoir le président.

Autrement dit, Focus a créé un outil de gestion efficace et par ricochet, l'a rendu disponible à



SYSTÈME

Mario Lebreux a instauré un système informatique efficace qui fait le bonheur de ses clients.

(Photo Sylvain Dufour).

ses clients. C'est une façon simple de donner de la crédibilité à l'entreprise et de démontrer son sérieux: «Nous offrons une information transparente à nos clients. Et ça, ils l'apprécient».

Production

Obtenir de l'information rapidement est encore plus important dans un domaine où la production est saisonnière et où la livraison est un élément crucial, comme dans le cas des planches à neige. Sauf que selon Mario Lebreux, cette technologie peut s'adapter à de nombreuses entreprises. Car les principes du commerce, quel que soit le produit à vendre, demeurent les mêmes.

«Il faut être conséquent avec ce qu'on offre à nos clients. Si je leur simplifie la vie, je les fidélise. Donc, lorsque vient le temps de renouveler leurs commandes, s'il y a une différence de quelques dollars, ils demeureront avec nous», analyse le président.

Mais plus encore, le commerce

électronique lui facilite la tâche dans la vie de tous les jours. Il y voit des avantages autant dans le développement des affaires, en raffinant l'information disponible, que dans les transactions avec des manufacturiers ou dans les affaires bancaires. Et ça ne fait que commencer: «Si nous demeurons à l'affût des derniers développements, nous pourrions toujours améliorer notre service à la clientèle. Nous ne partons pas de zéro».

Et il demeure persuadé de la nécessité pour les entreprises de se faire connaître le plus rapidement possible grâce à une vitrine sur Internet. Car il prédit que celles qui sauront tirer leur épingle du jeu le feront en ayant pignon sur rue dans le monde virtuel. Les façons de faire du commerce changent, croit Mario Lebreux, et seuls ceux qui sauront s'adapter aux nouvelles réalités pourront survivre.

(Autre texte en page D-8)

Publi-reportage

Des histoires pour réveiller les gestionnaires

Des messages présentés sous forme de contes... d'apparence légère

Par Céline Poissant

À la vitesse effrénée à laquelle vont les choses, on peut se demander qui a encore le temps de lire les livres de gestion, d'économie, de leadership et de scénarios futuristes qui sont écrits à l'intention des gestionnaires.

Nicole Côté, psychologue industrielle et présidente de Psycho-Logic, a fait le constat suivant: «Même s'il est vrai que les gestionnaires ne prennent pas le temps de lire des livres, soyez assurés que les meilleurs d'entre eux sont assez au courant de ce qui s'écrit et se font tout raconter par leurs consultants.» C'est également avec cette prémisses en tête que Camille Carrier vient de terminer les Contes des Mille et Un Jours ouvrables - Allégories pour le gestionnaire.

Le livre constitue pour le gestionnaire un outil d'aide, de réflexion, de croissance et de changement pour le moins inusité dans le sérieux monde des affaires. Il

s'agit en effet d'une série de courts contes métaphoriques qui reprennent dans leurs grandes lignes les préoccupations et les problèmes qui touchent les organisations modernes.

Les thèmes abordés touchent, superficiellement en apparence, des questions sur lesquelles les dirigeants doivent quotidiennement se pencher. Mme Carrier a voulu ce format justement pour que l'ouvrage devienne un livre de référence à lire pendant les courtes pauses que s'accordent les dirigeants.

L'auteure a d'abord développé ses histoires pour des gestionnaires qui lui avaient demandé son aide pour trouver des solutions à des problèmes qu'ils jugeaient eux-mêmes insolubles. Comme elle l'explique, «ces allégories sont nées; de l'expression de préoccupations, de la détermination de problèmes particuliers ou d'une quête de sens et de solutions pour des questions bien réelles.» Ainsi, les contes suscitent d'intéressantes ré-

flexions sur de nombreux sujets touchant les différentes fonctions de l'organisation. Certaines allégories illustrent, entre autres, l'importance de la délégation des pouvoirs, la culture organisationnelle, les alliances stratégiques, le partage de l'autorité, la créativité, les styles de leadership, l'entrepreneuriat et l'intrapreneuriat, la négociation, la formation, la rétention des employés, le sentiment d'appartenance.

Pourquoi l'allégorie?

Après une quinzaine d'années comme gestionnaire en entreprise, Mme Carrier est devenue professeure de management et de stratégie au département des sciences de la gestion et de l'économie de l'Université du Québec à

Trois-Rivières (UQTR). Auteure de nombreux articles sur la gestion et de quelques livres, elle s'est particulièrement intéressée à l'émergence de la créativité et à l'innovation dans les organisations, et au développement et à la croissance de la PME.

«J'ai appris que la créativité ne s'enseignait pas, mais plutôt qu'elle se cultivait.

J'ai alors exploré des avenues différentes pour renouveler mes méthodes d'enseignement. Ce faisant, je me suis intéressée à la créativité comme instrument utile à la résolution de problèmes. Au hasard de mes lectures, j'ai découvert l'allégorie comme un outil d'aide.» L'auteure a réussi à plusieurs reprises à démon-

trer la puissance de l'histoire en aidant des gestionnaires à résoudre leurs problèmes. Selon elle, l'allégorie raconte une histoire dans laquelle interagissent des personnages, souvent mythiques pour les décoller le plus possible de la réalité du gestionnaire, et fournit la distance nécessaire à celui-ci pour qu'il puisse considérer le problème sous un angle nouveau, sans devenir partie prenante du problème énoncé dans le conte.

Le cas où l'événement raconté dans l'allégorie déplace la situation bien réelle vécue par le gestionnaire dans une situation d'apparente fiction. Mme Carrier explique que la personne devant résoudre un problème donné entrera plus facilement dans son mental inconscient et son imaginaire et qu'il lui sera plus facile de trouver une foule de solutions en étant ainsi détachée de sa réalité et de son problème. La transposition se fera par la suite. L'auteure admet qu'il n'est pas possible de

simplifier d'importants problèmes simplement par un conte. «Parfois, comme le raconte l'allégorie Le marchand et l'usurier, on voit que pour découvrir la solution à certains types de problèmes, il est inutile de tenter de les raisonner. Il faut au contraire mettre notre logique entre parenthèses et regarder le problème, le visualiser.»

Pour Camille Carrier, présenter un conte allégorique à quelqu'un exige une certaine dose de finesse et de subtilité. Il est, selon elle, inutile de demander à quelqu'un de lire une histoire qui raconte de façon romancée ou fictive le problème dont on vient de discuter avec elle pendant une heure. La résistance au conte sera trop grande et l'effet escompté ne sera jamais atteint. Il faut agir avec tact.

Contes des Mille et Un jours ouvrables, Éd. JCL, 21,95 \$.

Source: Les Affaires, édition 2000

00506717

COUPESAG

L A S E R / J E T D ' E A U

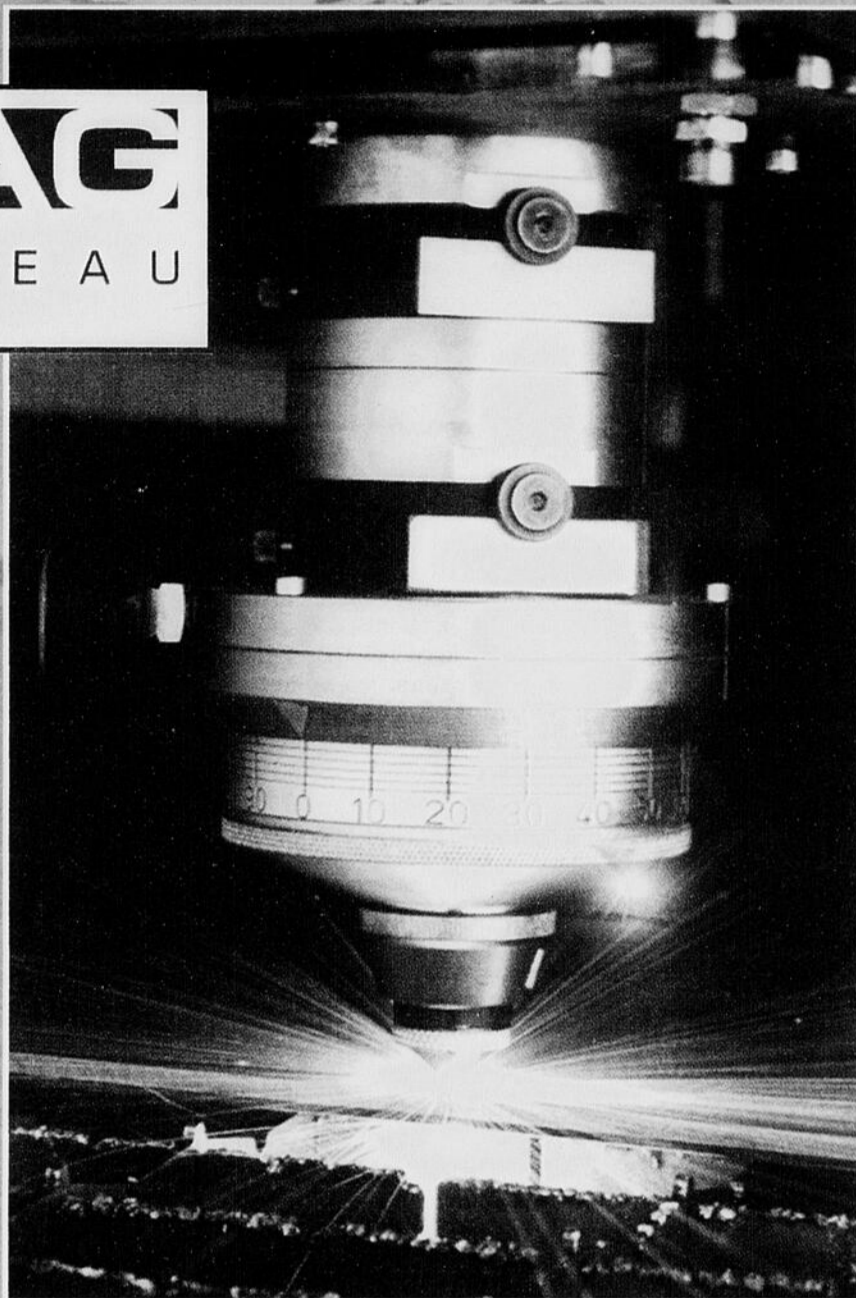
coupesag@videotron.ca

**735, boul. du Royaume Ouest
Chicoutimi (Québec)**

G7H 5B1

Tél.: 418 • 698 • 3993

Fax: 418 • 698 • 2307



Laser / Jet d'eau

**Centre automatisé CAO/FAO, de découpe
de matériaux divers, par l'utilisation
d'un CNC à jet d'eau abrasif haute
pression et d'un CNC à faisceau laser.**

COUPESAG

L A S E R / J E T D ' E A U

coupesag@videotron.ca

Chez Focus Manufacture inc.

La main-d'oeuvre qualifiée compense pour l'éloignement

29^e CAHIER ÉCONOMIQUE



par Isabelle Labrie

CHICOUTIMI (IL) - Focus Manufacture inc. représente l'exemple typique d'une entreprise qui réussit même si elle est éloignée des grands centres.

Pour le président de Focus, Mario Lebreux, la distance ne représente pas un obstacle majeur, si l'on tient compte du fait que ses clients sont tous à l'extérieur de la province (Canada, États-Unis, Chili), et que les matériaux entrant dans la fabrication des planches à neige doivent de toute façon être importés. Il doit malgré tout compter un léger supplément pour payer le transport entre Montréal et Chicoutimi, mais cela ne représente, selon lui, qu'un désavantage mineur. Car en contrepartie, il dispose d'une main-d'oeuvre qualifiée et d'un bel environnement.

Mario Lebreux n'est pas originaire de la région. Il est né en Gaspésie et a passé plusieurs années à Montréal. C'est d'ailleurs dans la Métropole qu'il s'est initié au monde des planches à neige.

« Mon père était actionnaire minoritaire d'une fabrique de planches à neige dans les années 1980. Lorsque le principal actionnaire s'est retiré en 1988, les équipements ont été liquidés. Mon père a alors racheté de la machinerie pour faire une petite production, toujours à Montréal », explique Mario Lebreux.

En 1992, il s'est joint à l'équipe de son paternel avec un projet de harnais (fixations pour planches à neige) et graduellement, il a pris en main tout le côté administratif des affaires.

Puis en 1998, Mario Lebreux a vu dans la faillite du fabricant chicoutimien de planches à neige les Industries Esthète inc. une opportunité intéressante de prendre de l'expansion. Il a donc acquis, à l'aide de deux partenaires, les installations d'Esthète.

« Cette compagnie possédait des équipements très intéressants ainsi qu'une technologie avancée. De plus, avec les clients d'Esthète, nous avions de grandes possibilités de développement », explique le président de Focus, qui a alors déménagé à Chicoutimi.

Depuis 1998, Focus a plus que doublé sa production de planches et est maintenant la propriété unique de Mario Lebreux. Selon lui, ce qui explique le succès de son entreprise, c'est la qualité du produit offert, les prix compétitifs et le respect des demandes des clients: « Nous avons pu répondre rapidement aux demandes des clients d'Esthète, qui étaient pris de court et attendaient leurs commandes. Dans un court laps de temps, nous avons pu répondre à leurs demandes et ainsi faire nos preuves ».

Idées

Mario Lebreux est conscient qu'il doit continuer de développer de nouvelles idées s'il veut réussir dans le monde des planches à neige. Il a récemment fait l'acquisition d'un procédé digital pour l'impression des motifs sur les planches. Grâce à cette nouvelle technologie, il est possible de faire peu de planches avec un même dessin, à coûts moindres.

D'autre part, Mario Lebreux est en train de développer un produit sportif contre saison afin de faire fonctionner les équipements toute l'année.

Présentement, il y a une période d'arrêt dans la production durant les mois d'hiver, alors que le président de Focus vise des opérations toute l'année dura



PROPRIÉTAIRE

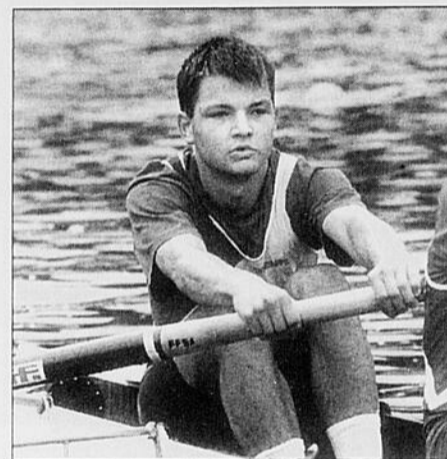
Mario Lebreux est propriétaire unique de Focus Manufacture inc.

LA CALVITIE Une histoire d'hérédité?

Sylvain 19 ans jeune sportif, « j'ai peur de devenir chauve comme mon père. »

Il y a quelque temps déjà, je me suis aperçu que mes cheveux devenaient de plus en plus gras, et que j'en perdais beaucoup à chaque shampoing.

Comme mon père avait déjà consulté dans un centre de prévention et de corrections de la calvitie Norgil



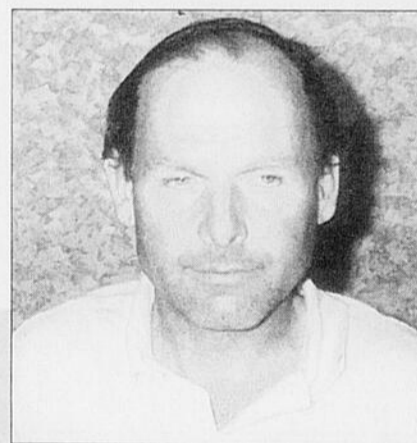
et que pour lui il était déjà trop tard, il a opté pour la technique du cheveu de contact. Depuis, il a complètement changé et se sent beaucoup mieux dans sa peau.

Donc, à mon tour, j'y suis allé pour un bilan de santé de mes cheveux.

On m'a proposé un traitement qui a pour but de stabiliser la chute de cheveux et de favoriser leurs pousses.

Il faut agir le plus tôt possible.

Comme mon père, j'ai choisi un centre de prévention et de correction de la calvitie Norgil, lui avait le choix entre un cheveu de contact ou de la greffe de cheveu, moi de faire de bons traitements dans le but de stabiliser ma chute de cheveux en étant bien conseillé par des spécialistes.



AVANT



APRÈS

Clinique capillaire Saguenay Centre NORGIL

874, boul. de l'Université Est, #101, Chicoutimi 543-1217

Lundi, mardi, mercredi et vendredi: 9 h à 11 h 30 et 13 h à 17 h Jeudi de 9 h à 20 h

Succursales:

Saint-Félicien
679-3742

Saint-Prime
251-3161

Dolbeau
276-7906

Sacré-Cœur
236-9246



Patricia Ouellet
Propriétaire



L'avenir
est dans le
surpassement de
l'excellence!

Une entreprise régionale
reconnue mondialement
pour la qualité de ses oeuvres
architecturales et structurales.

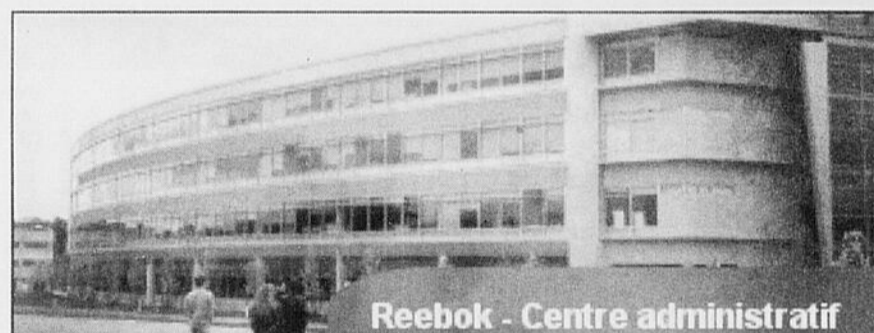
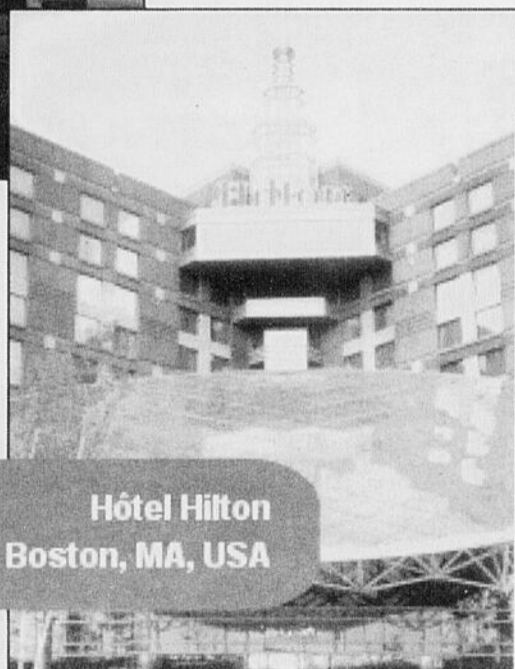
Entreprise familiale depuis 1976



Université de Harvard
Cambridge, MA, USA



Hôtel Hilton
East Boston, MA, USA



Reebok - Centre administratif
Canton, MA, USA



Hôtel Seaport, World Trade Center
Boston, MA, USA



25^e
anniversaire

890, rue des Pins
Alma (Québec)
G8B 7R3

Tél. : (418) 668-6161
Télec. : (418) 668-4404



ISO 9002:1997



CPCI

Exportation de produits à valeur ajoutée La Coopérative forestière de Girardville s'ouvre au monde

29^e CAHIER ÉCONOMIQUE



GIRARDVILLE(RT) - La Coopérative forestière de Girardville ne serait certainement pas la même sans la mondialisation des marchés. À la blague, son directeur-général, Jacques Verrier mentionne qu'elle devrait alors se contenter de ramasser des bleuets si elle n'avait pas entreprise ce virage important au cours des dernières années.

«Nous avons commencé à s'occuper de cette mondialisation en 1993 dans un contexte d'ouverture des marchés. C'est un phénomène irréversible car ceux qui n'auront pas franchi les étapes de développement sans avoir aussi les ressources ni le personnel éprouveront des difficultés. On n'a comme pas le choix de comprendre l'importance de cette mondialisation», souligne Jacques Verrier. La Coopé-



ROGER TREMBLAY

buddytremblay@yahoo.com

rative forestière de Girardville, fondée en 1979 par un groupe d'entrepreneurs, détient entièrement CFG-Amérique Inc. À cette époque, l'objectif des 253 membres de la Coopérative était de créer une entreprise susceptible de générer des emplois dans les différents domaines reliés au secteur forestier et d'engager l'ensemble des travailleurs du milieu dans une formule coopérative.

Après plus de 20 ans d'existence, la Coopérative a su gagner la confiance et la reconnaissance des intervenants dans les domaines de la coopération et de la foresterie. Une technologie de pointe, la performance de ses équipes de travail spécialisées, une conscience du développement durable et de la pérennité des ressources, une concertation de la part de tous ses travailleurs vers un but commun sont les facteurs qui contribuent aux succès de l'entreprise.

Possédant des partenaires aux États-Unis et au Guatemala, CFG-Amérique, la mondialisation devient en quelque sorte la survie des entreprises.

«Comme nous avons des produits saisonniers ici, il va sans dire que la mondialisation nous permet de produire sur une base annuelle en exportant sur une période de quatre à cinq mois. Le marché des produits à valeur ajoutée devient donc très important. Les entreprises n'ont pas le choix de travailler en fonction de cette mondialisation car les marchés sont ouverts comme la Chine, la France, le Venezuela et le Chili», mentionne Verrier.

Selon lui, CFG-Amérique devient un acteur incontournable qui possède une expertise de pointe dans tous les secteurs de développement de l'industrie forestière mon-

diale. Que ce soit pour l'aménagement forestier, l'approvisionnement, la mise en marché des produits bruts ou semi-finis, la recherche et le développement de nouvelles alternatives, les activités de 2e et 3e transformation, l'utilisation de la coopération en tant que moteur de développement.

Entreprise de valeur ajoutée, CFG-Amérique opère trois séchoirs de bois de sciage d'une

capacité de 10 000 000 de pieds-mesure de planche (pmp) par année. L'usine de Jonquière donne du travail à plus d'une quarantaine de travailleurs en plus des emplois indirects.

«Développer des marchés demande un peu plus de temps. Nous savons très bien que nous ne pouvons passer à côté de cette mondialisation et nos efforts vont toujours aller en s'accroissant. La nouvelle technologie nous amène aussi à agrandir notre marché. Sans cela, ce serait difficile pour les entreprises comme la nôtre de poursuivre ses activités. La mondialisation, elle est là et on doit la suivre», de conclure Jacques Verrier.



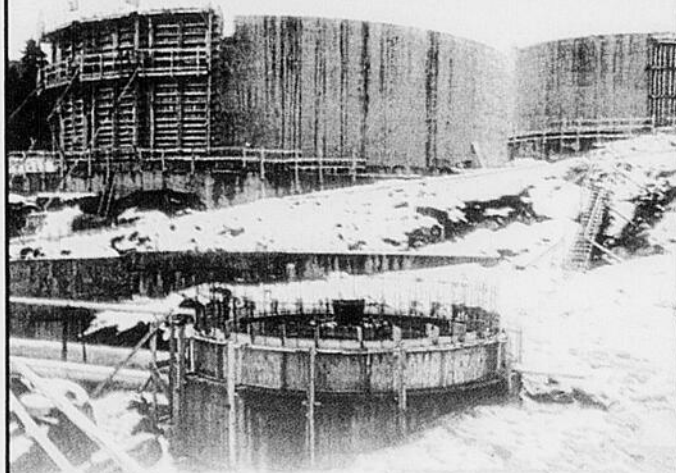
EMPLOIS

L'objectif à la base de la fondation de la Coopérative forestière de Girardville était la création d'une entreprise susceptible de générer des emplois dans les différents domaines reliés au secteur forestier.

**CERTIFIÉ
ISO 9002**

NORDDEX

ENTREPRENEUR SPÉCIALISÉ

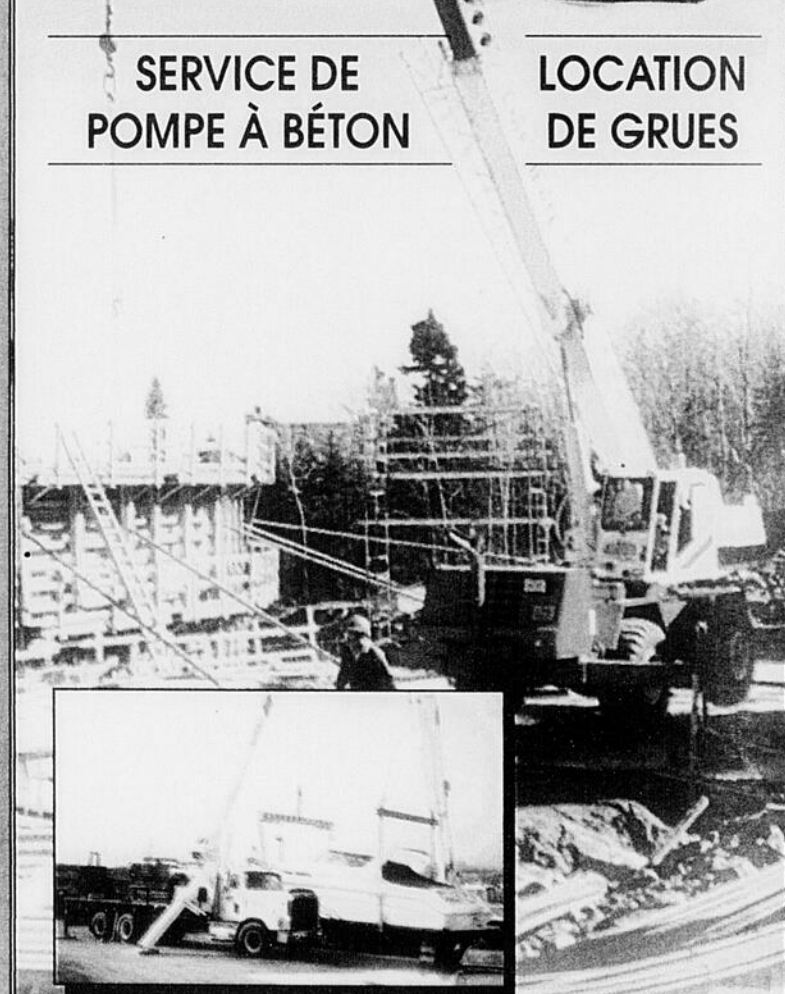


- Coffrage industriel
- Excavation
- Démolition
- Conception de base d'équipement
- Bâtiment commercial/industriel



**SERVICE DE
POMPE À BÉTON**

**LOCATION
DE GRUES**



NORDDEX

200, DES PINS OUEST, ALMA • Tél.: 668-0420 • Téléc.: 668-0452

Inspection

SEP inc.

Une **FORCE** régionale!



*Les ultrasons
industriels*



*Le contrôle par
magnétoscopie*



*Le contrôle par
ressuage*



*Le courant de
Foucault*



*Le contrôle visuel
et dimensionnel*



*La relance et la
vérification*



*La surveillance
des travaux*



*Le contrôle par
caméra vidéo*

**Nouveau service:
Ingénierie de soudage**

(418)

549-4664

2015, Route 170, Laterrière (Québec) G7N 1A5 / Télécopieur: (418) 696-4475

La diversification des actions doit guider les investisseurs



29^e CAHIER ÉCONOMIQUE

TORONTO (PC)-Il ne sert à rien de paniquer au moindre reflux du marché boursier si on veut conserver un bon portefeuille d'actions, et ce conseil s'adresse autant aux néophytes qu'à ceux qui se sont brûlés les ailes au cours des dernières années.

Il est important de pouvoir s'adapter aux diverses situations. Après tout, les beaux jours des taux de rendement d'au moins 10 pour cent sont chose du passé. Il est maintenant important d'avoir des attentes plus réalistes.

Néanmoins, on peut quand même faire de l'argent en achetant des actions. Tous les conseillers financiers le diront: le marché finit tôt ou tard par se redresser.

«Je suppose, pour résumer, que j'empêche les gens de se flamber la cervelle», rigole Richard Yasinski, un conseiller financier d'Ottawa quand on lui demande de définir sa tâche.

Selon lui, l'erreur la plus commune des investisseurs est de mettre tous leurs oeufs dans le même panier dans l'espoir de récolter rapidement des profits.

«C'est, en partie, de la faute de la

cupidité et, malheureusement, des médias», ajoute-t-il. Les médias nourrissent les craintes des investisseurs en disant qu'ils feront les mauvais choix à moins de connaître «les six stratégies, les neuf actions qu'ils doivent acheter».

Investir peut être simple. Il s'agit de savoir ce que l'on veut, de bien diversifier son portefeuille d'actions et de se demander honnêtement ce qu'on peut endurer du marché boursier.

«Pour avoir du succès, on doit apprendre à composer avec le caractère aléatoire du marché», assure Alan Clarke, chef de direction d'Opus2 Direct Investments, une firme de Toronto.

«On peut se dire qu'on ne peut rien prédire, qu'on ne peut pas savoir si les revenus fixes vont augmenter la semaine prochaine,

si la situation économique va s'améliorer aux États-Unis...»

Une fois la cupidité et la peur vaincues, lorsqu'on sait ce que l'on veut et ce qu'on peut tolérer, on peut commencer à se procurer un bon portefeuille d'actions bien diversifié.

Selon les conseillers financiers et les analystes, il est essentiel d'acheter un bon pourcentage d'actions, qu'un portefeuille soit axé sur des actions personnelles ou sur des fonds mutuels.

Les sociétés d'investissements conseillent régulièrement leurs clients sur le pourcentage d'actions que doit contenir un portefeuille en fonction de l'état du marché.

La firme Merrill Lynch a récemment recommandé à ses clients d'être moins dépendants des actions. Selon la plus importante société de courtage au détail au monde, un bon portefeuille doit contenir 50 pour cent d'actions, 30 pour cent d'obligations et 20 pour cent de liquidités parce qu'elle ne croit pas que le redressement des

marchés boursiers perdurera.

Brendan Caldwell, président de Caldwell Securities, indique que la majorité de ses clients, surtout parmi ceux dont l'investissement est supérieur à 100 000 \$, possèdent jusqu'à 75 pour cent d'actions dans leur portefeuille. En moyenne, entre 25 et 30 pour cent du portefeuille est constitué d'investissements à revenu fixe comme les obligations.

Il souligne toutefois qu'il n'existe pas de «solution nette» pour tout le monde. Ce système n'est pas «pertinent pour quelqu'un, dont le portefeuille compte 100 pour cent d'actions, qui serait prêt à céder à la panique au premier signe de déroute ou à jeter la serviette après deux années extrêmement difficiles».

Selon M. Yasinski, le portefeuille idéal comprend de 20 à 25 pour cent d'obligations, de 30 à 40 pour cent d'actions de compagnies étrangères, de 20 pour cent d'actions de sociétés canadiennes bien établies et de 20 pour cent d'actions de sociétés canadiennes

«en pleine croissance».

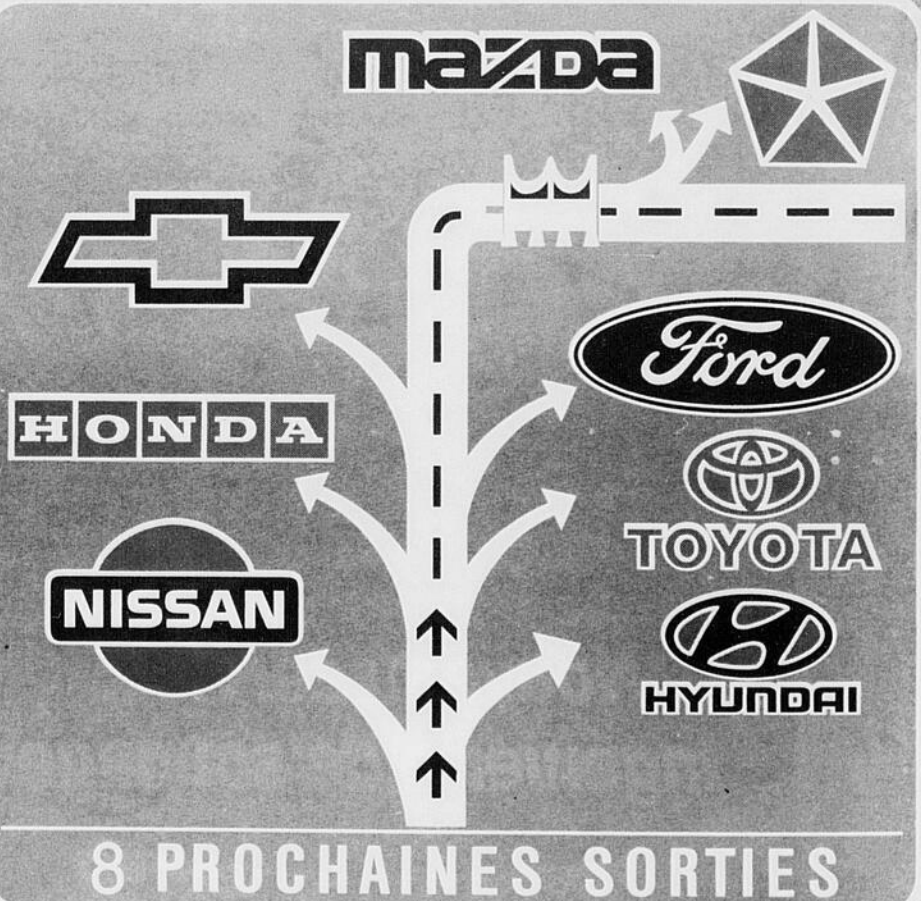
Si la diversification est un élément essentiel, il ne sert à rien d'exagérer. «J'ai vu des gens qui ont investi dans 10 fonds mutuels différents pour un REER de 10 000 \$», mentionne M. Caldwell.

Les investisseurs doivent y penser par deux fois avant de mettre de l'argent dans des secteurs non performants seulement pour le principe de diversifier son portefeuille.

«A-t-on besoin d'actions dans des marchés en développement? La réponse est non, soutient M. Clarke. On n'en tire jamais un bon bénéfice au cours de sa vie. Tout comme les petites sociétés canadiennes à faible capitalisation ou celles de capital-risque.

«Il vaut mieux investir chez les principaux joueurs, américains et canadiens, dans des compagnies en croissance, un peu dans des obligations, peut-être dans des sociétés américaine à faible capitalisation, lesquelles sont plus grosses que les firmes canadiennes.»

ST-FÉLICIEN VILLE DE L'AUTOMOBILE



LD AUTO
679-1546

**SAINT-FÉLICIEN
TOYOTA**
679-1984

RICARD AUTO
679-4775

**LA MAISON
MAZDA**
679-1222

IMAGE HONDA
679-9999

**SAINT-FÉLICIEN
NISSAN**
679-3770

**GARAGE PAUL
DUMAS LTÉE**
679-1605

**MAISON DE
L'AUTO**
679-1865

NS
PORT SAGUENAY

Une gestion portuaire **unique** au service des entreprises régionales



6600, chemin du Terminal
Ville de La Baie (Québec)
G7B 3N9
Tél: (418) 697-0250
Bélino: (418) 697-0243
apc@portsaguenay.ca

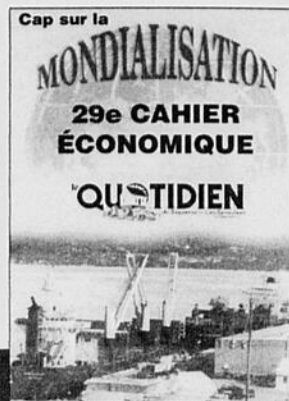
Canada Administration portuaire du Saguenay
Saguenay Port Authority

00507242

LE QUOTIDIEN, Cahier économique, le Samedi 9 Mars 2002, D13

Acquisition de Produits forestiers Alliance Bowater vise le fonctionnement harmonisé de ses installations

29^e CAHIER ÉCONOMIQUE



DOLBEAU-MISTASSINI(LGS) — L'évolution des entreprises mondialisées suit différents modèles. L'actualité économique nous a habitué à la progression fulgurante de «startups» fortement tributaires des marchés boursiers qui envahissent la planète de manière tentaculaire. Mais aussi, dans certaines affaires, les assises entrepreneuriales se comparent aux valeurs familiales.

que Produits forestiers Alliance s'est joint à la grande famille Bowater, le 24 septembre 2001, l'entreprise se ralliait à un géant mondial de l'industrie forestière qui avait des traditions et des façons de faire très parentes avec les siennes. Le



LÉO-GILLES SAVARD
lgsavard@destination.ca

Brook, Terre-Neuve. Ce sont des associations d'affaires, l'année même au Tennessee, puis en 1952 en Caroline du Sud et à Liverpool, Nouvelle-Écosse en 1956 qui ont jeté les bases d'une vaste affiliation d'usines papetières. À son décès en 1962, la compagnie Bowater produisait 2,4 millions de tonnes de papier journal, alors que maintenant, on en est à près de 6 millions de tonnes métriques de plusieurs types de papier et d'un million de m³ de bois d'œuvre. L'homme laissait en héritage des préceptes qui guident toujours les opérations de l'entreprise. Il disait : «Les bons voisins sont la chose la plus précieuse au monde». Et ses vues sur l'exploitation forestière étaient à l'avant-garde: «La véritable conservation signifie une utilisation rationnelle et le remplacement des ressources naturelles. La conservation est la pierre angulaire de Bowater qui s'est engagé à respecter ce principe».

Exemple

La mondialisation de Bowater poursuit les objectifs écologistes avant l'heure du fondateur, entre autres en recyclant toujours davantage de papiers usés. En 1996, l'achat du complexe «Halla Paper» à Mokpo en Corée du Sud, augmentait la production de papier recyclé de Bowater. En 2000, la compagnie a produit 1 million de tonnes de pâte avec des papiers récupérés. Après la modernisation des installations de Coosa Pines en Alabama, on prévoit que ce sera 1 500 000 tonnes pour 2002. Aux États-Unis, Bowater a été la première compagnie forestière à utiliser une tenure des forêts afin d'obtenir une croissance plus rapide des arbres. Un exemple, la coupe en damier est pratiquée pour favoriser la faune, limiter les incendies et l'érosion. Autre particularité, la gestion et l'aména-

gement des aires boisées se fait sur une base régionale pour les 725 000 hectares détenus ou loués aux États-Unis et pour les 13 millions d'hectares de forêt publique au

Canada sous la responsabilité de Bowater.

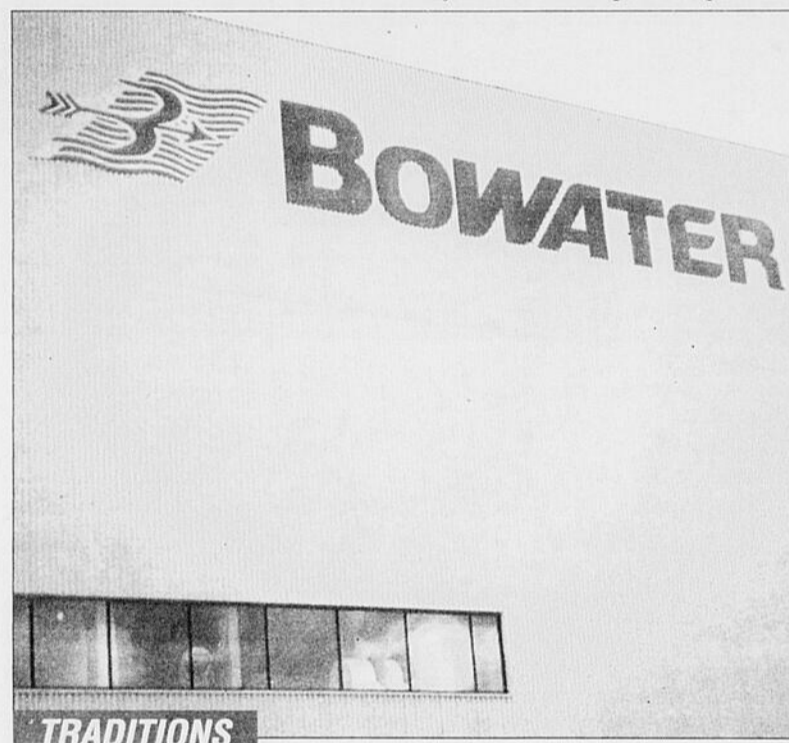
Harmonisation

Le plan de match d'une entreprise comme Bowater vise le fonctionnement harmonisé de ses 29 papeteries et scieries, dont 18 au Canada, pour offrir à sa clientèle mondiale un meilleur choix de produits à des prix compétitifs. Cette course à l'excellence inclut des normes à atteindre comme ISO 14001 et 9002, tout autant que des règles qui façonnent l'entreprise depuis ses

débuts. Georges Cabana, vice-président aux ressources humaines et affaires publiques décrit ainsi le climat dans l'entreprise: «De multiples initiatives de collaboration ont cours dans toutes les sphères d'activités: ventes, commercialisation, fabrication, techniques, foresterie, entretien, approvisionnement, transport, technologies de l'information, services financiers, gestion des ressources humaines et des communications».

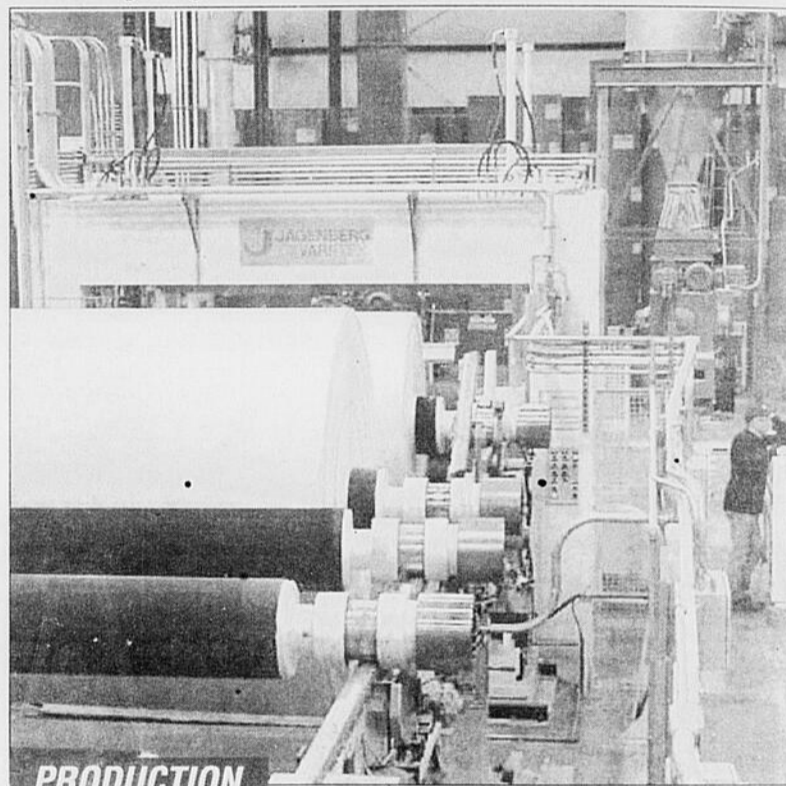
Chacun partage ses meilleures

pratiques pour le grand bénéfice des clients externes et internes. L'appui des gestionnaires, des employés et des syndicats nous permet d'espérer la réalisation de gains d'efficacité et de synergies projetées lors de l'acquisition de Produits forestiers Alliance. Les gammes de produits sont complémentaires, permettant ainsi aux clients d'obtenir le produit le plus performant pour les travaux qu'ils ont à réaliser, poursuit le vice-président.



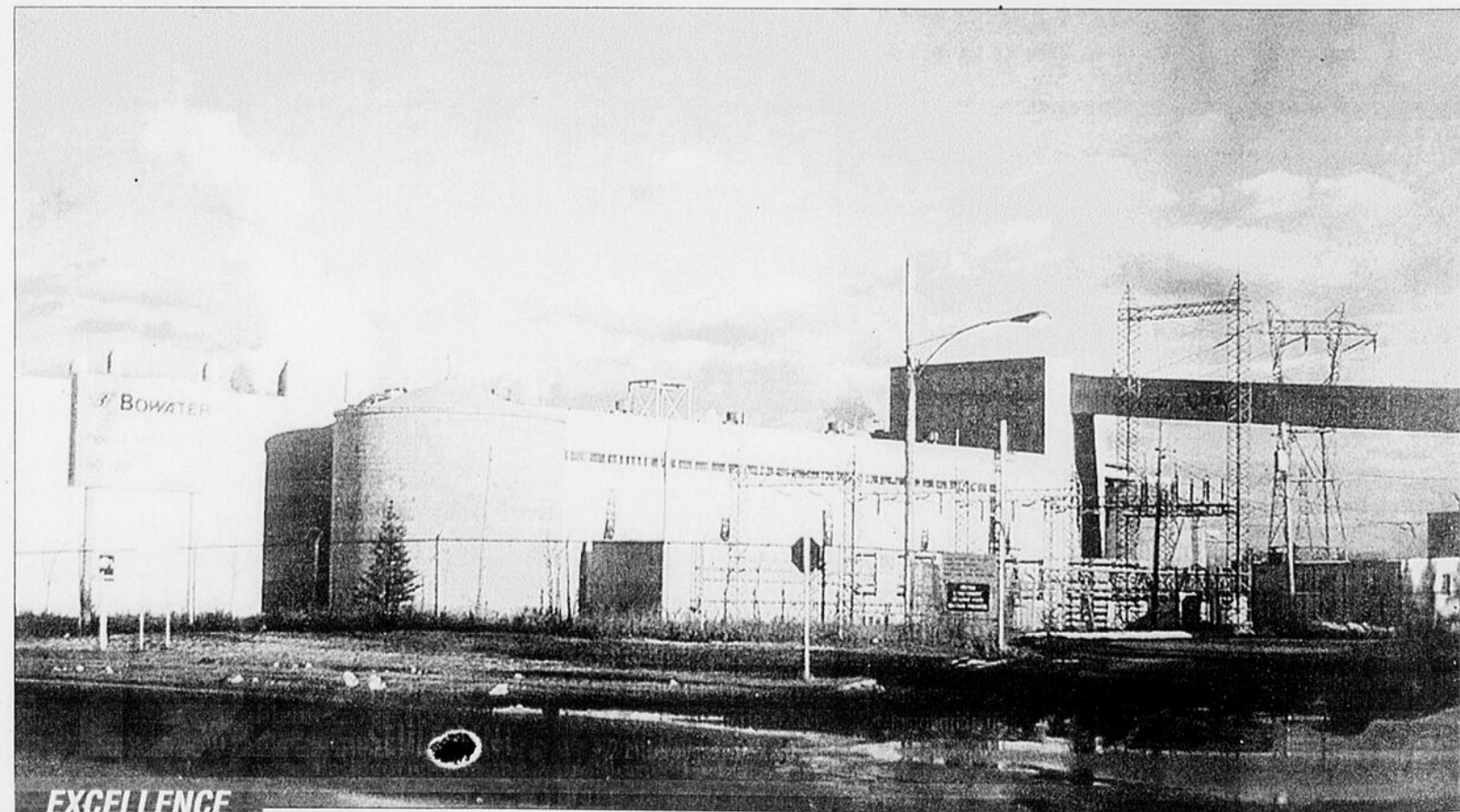
TRADITIONS

Lorsque Produits forestiers Alliance s'est joint à la grande famille Bowater, le 24 septembre 2001, l'entreprise se ralliait à un géant mondial de l'industrie forestière qui avait des traditions et des façons de faire très parentes avec les siennes.



PRODUCTION

La compagnie Bowater produit maintenant près de six millions de tonnes métriques de plusieurs types de papier et un million de m³ de bois d'œuvre.



EXCELLENCE

La course à l'excellence de Bowater inclut des normes à atteindre comme ISO 14001 et 9002, tout autant que des règles qui façonnent l'entreprise depuis ses débuts. Cette photographie nous montre les installations de Dolbeau-Mistassini.

STAS

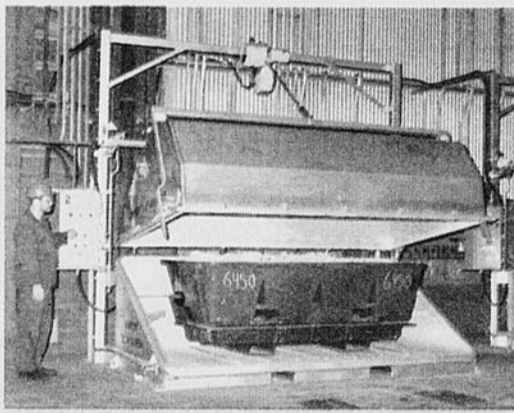
UN PARTENAIRE DE TAILLE...

La Société des Technologies de l'Aluminium **S.T.A.S Itée** se spécialise dans la **mise au point**, la **fabrication** et la **commercialisation** d'équipements et de procédés technologiques destinés à l'industrie de l'aluminium.

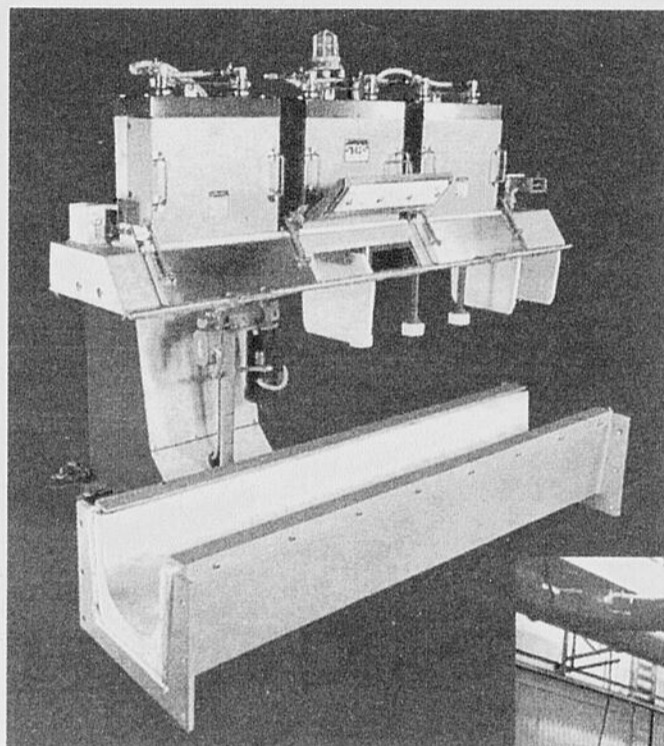
Fondée en 1984, **STAS** a connu une expansion rapide grâce à son ouverture sur les marchés internationaux, à la qualité de son personnel, de ses produits et de ses services.

Les activités de **STAS** sont divisées en deux parties, soit un bureau d'étude, regroupant ingénieurs et techniciens, et un atelier de fabrication.

L'utilisation en sous-traitance d'ateliers de fabrication mécanique, permet de fournir à nos clients un service rapide à prix compétitif.



STAS a acquis une expertise exclusive qui lui permet de développer et d'assurer la mise en place de technologies nouvelles et éprouvées.



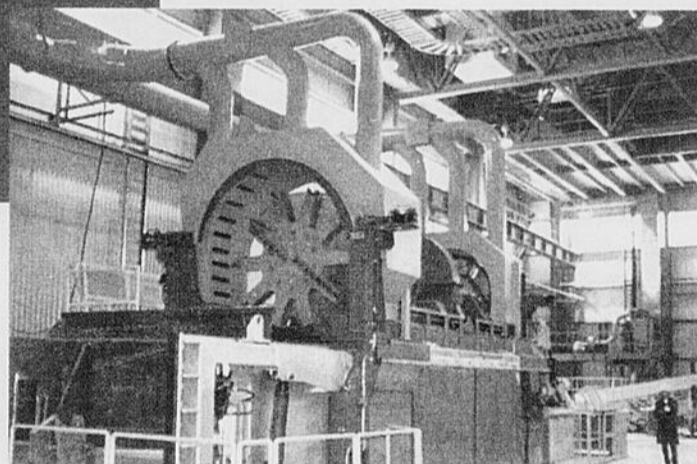
Dégazeur compact Alcan

Des produits hautement perfectionnés

STAS possède des licences pour la fabrication d'équipements brevetés et éprouvés en usine. Chaque pièce d'équipement est fabriquée et adaptée aux besoins spécifiques du client. **STAS** s'occupe aussi de son installation.

STAS a conçu et fabriqué pour différentes alumineries dont Reynolds, Bécancour, Alcan et autres des unités de traitement d'aluminium (TAC), des pompes à métal, des filtres à métal liquide, des refroidisseurs d'écumes, des machines à souder autonomes et des boîtes de distribution de lithium.

Pour ces clients, nous sommes intervenus au Canada, aux États-Unis, en Europe et en Australie.



Nettoyeur de creuset

Des services de qualité «ISO 9001»
STAS vous propose un ensemble de services qui vous aideront à atteindre vos objectifs.

Notre service de consultation en génie intervient en cinq étapes:

- 1) Étude de concept
- 2) Ingénierie préliminaire
- 3) Ingénierie détaillée
- 4) Mise en œuvre
- 5) Mise en marche

Pour vos besoins spécifiques, notre service de recherche et de développement conçoit ou adapte des

équipements qui vous aident à réduire vos coûts et améliorent la qualité de votre produit.

À l'étape de la fabrication, **STAS** dispose d'un atelier moderne plus de 20 000 pieds carrés et utilise, au besoin, un réseau de sous-traitants qualifiés pour les travaux d'usinage et de soudure. Le contrôle de la qualité étant toujours assuré par le personnel de **STAS**.

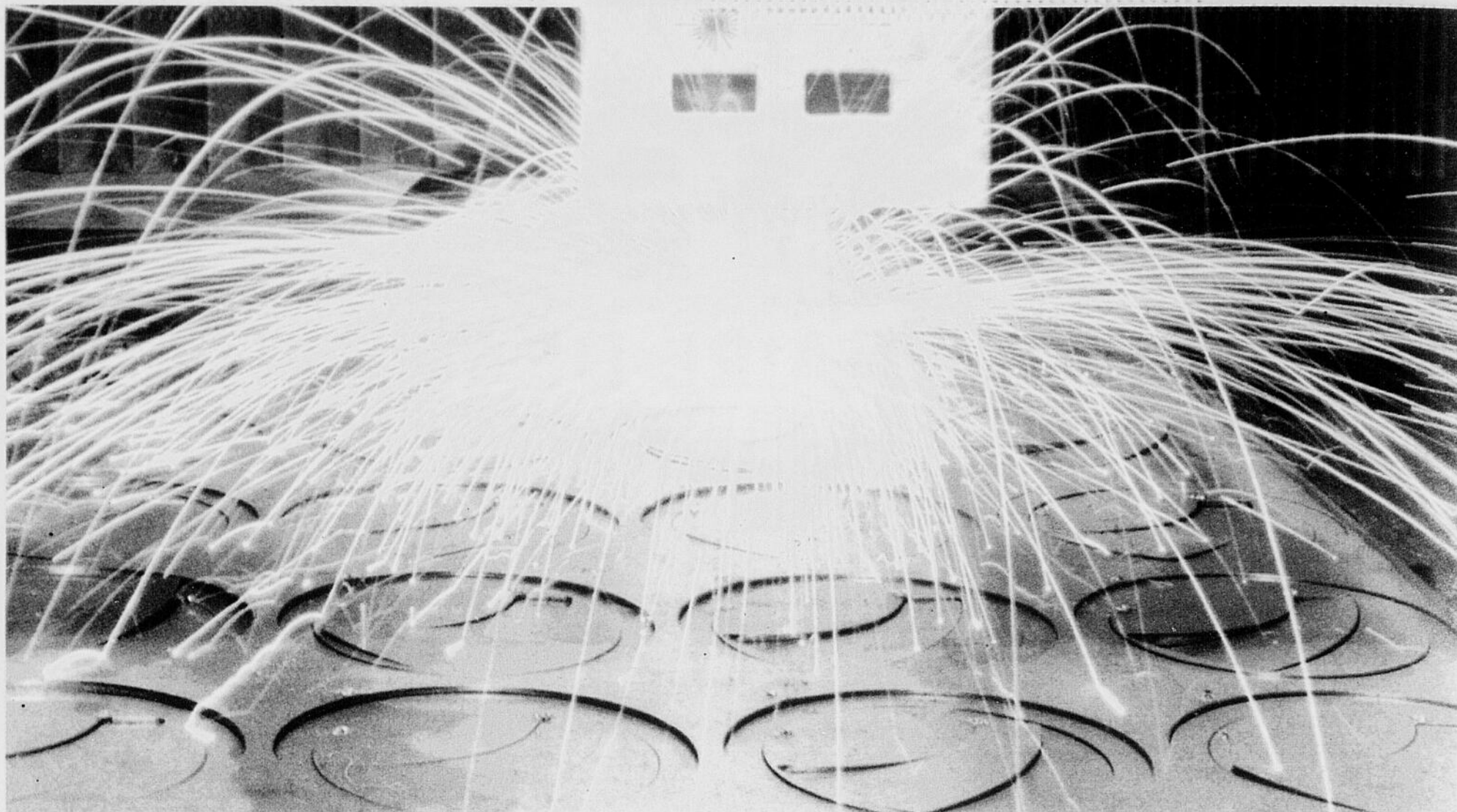
STAS propose des services «clefs en main» comprenant l'installation en usine.

... dans le monde de l'Aluminium



La Société des Technologies de l'Aluminium S.T.A.S. Itée

1846, des Outardes, Chicoutimi, QC G7K 5B3 Tél.: 418/696-0074 Fax: 418/696-1951

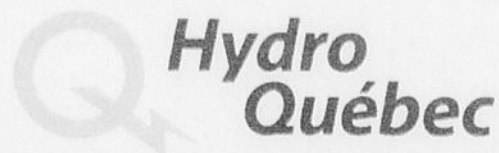


Les électrotechnologies : un choix optimal pour les industries

Votre PME prend de l'expansion. Vous devez agrandir, rénover ou moderniser vos équipements. Avec 1200 réalisations à leur actif, les experts des Services à l'implantation des électrotechnologies (SIE) investissent tout leur savoir-faire dans l'orientation et la réalisation de vos projets. Études préliminaires, essais sous la supervision de notre Laboratoire des technologies électrochimiques et des électrotechnologies (LTEE), tout est mis en oeuvre pour minimiser vos coûts de production tout en maximisant votre productivité et votre rendement énergétique.

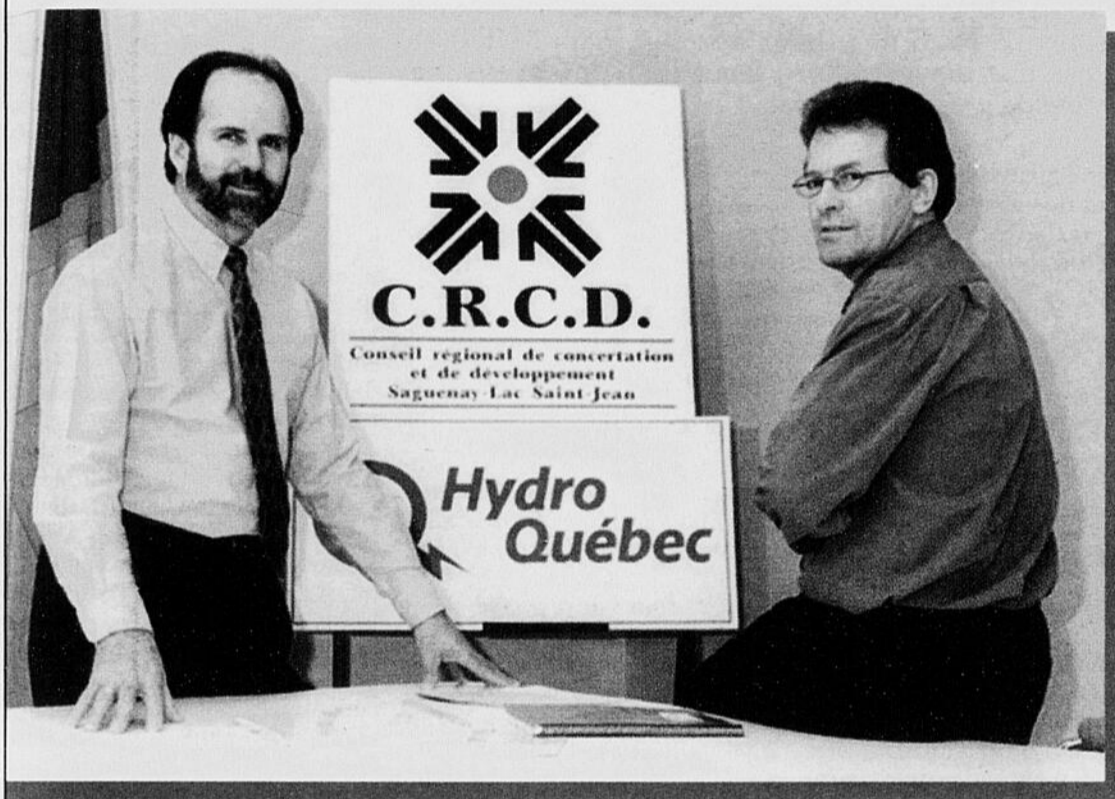
Les SIE, votre passeport pour la croissance.

Contactez l'un de nos représentants dans la région au
1 800 463-9900



Notre expertise à votre service • www.hydroquebec.com/affaires

Le double de retombées en 2001 : **70 millions \$**



Michel Michaud (à gauche), directeur régional et directeur Transport nord d'Hydro-Québec explique sa vision de cette réussite. « La volonté de tous les intervenants concernés a été déterminante pour accroître nos liens de façon significative avec des entreprises qui répondent aux plus hauts standards de qualité, à des prix compétitifs. »

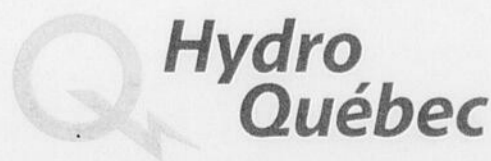
Réjean Bergeron, président du Conseil régional de concertation et de développement, souligne « que la compétitivité des entreprises régionales est un facteur essentiel pour atteindre le plein potentiel de retombées économiques et c'est dans cet esprit que sont orientées les collaborations avec Hydro-Québec, en amont des grands projets régionaux. »

En 2001, Hydro-Québec a doublé le montant de ses achats de biens et services dans la région du Saguenay-Lac-Saint-Jean. Cette augmentation est le fruit d'un partenariat entre la direction régionale d'Hydro-Québec et le Conseil régional de concertation et de développement (CRCD).

Les deux entités œuvrent au sein d'un groupe de travail conjoint afin d'optimiser les retombées économiques régionales relatives aux projets et activités d'Hydro-Québec.

Ce comité regroupe aussi des représentants des Centres locaux de développement (CLD), de la Société des fabricants régionaux ainsi que du bureau régional du Ministère de l'Industrie et du Commerce.

Les entreprises régionales, des partenaires majeurs pour Hydro-Québec.



www.hydroquebec.com

Créneau important Guy Parent puise ses idées dans le défi de l'industrie touristique

29^e CAHIER ÉCONOMIQUE



MISSION

Guy Parent peut dire mission accomplie même s'il convient que ce n'est jamais terminé. Car, dans son esprit, l'industrie touristique est maintenant l'une des plus importantes de la ville.

(Photo Rocket Lavoie)

CHICOUTIMI (CD) - En 1978, lorsque Guy Parent est nommé à la tête du tourisme, à Chicoutimi, il ne dispose que d'un classeur... complètement vide, du reste. Il occupe un petit bureau, tout fin seul, sans même une secrétaire, dans le bas de la ville, loin de tous les autres employés municipaux. Rien d'enthousiasmant, mais le défi est immense. Car, tout est à faire, lance celui qui, 24 ans plus tard, vient de prendre sa retraite!

Aujourd'hui, Guy Parent peut dire mission accomplie même s'il convient que ce n'est jamais terminé. Car, dans son esprit, l'industrie touristique est maintenant l'une des plus importantes de la ville. «Investir dans l'industrie touristique, dit-il sur un ton convaincant, c'est



CATHERINE
DELISLE

cdelisle@lequotidien.com

investir dans une industrie très payante.» De manière imagée, il compare cette industrie à un boeing qui ouvrirait des panneaux en plein ciel pour y laisser tomber de l'argent. Selon lui, le tourisme d'agrément devrait être

confié à la Fédération touristique régionale, alors qu'une autre organisation devrait mettre toutes ses énergies à développer encore davantage le tourisme d'affaires. «Le tourisme d'affaires doit être exploité au maximum, conseille-t-il, car c'est ce qui est le plus payant.» Dans une ville comme Chicoutimi, le touriste d'affaires dépense, en moyenne, 185 \$ par jour. Il mise aussi beaucoup sur le tourisme sportif. Selon lui, il faut profiter des installations exceptionnelles de l'UQAC.

Retour sur le passé

Alors que Chicoutimi accueille de cinq à six congrès par année, à la fin des années 1970, en 2001, elle en reçoit 26. Au tournant de l'an 2000, on dénombre, chaque année, à Chicoutimi, au-delà de 3000 autobus bondés de touristes québécois et européens.

A l'époque, se souvient Guy Parent, on fait vite le tour du produit touristique à Chicoutimi. On trouve le Village de sécurité routière, mais il n'est pas encore très développé, et un petit bateau qui ressemble à un vieux fer à repasser. C'est la première Marjolaine. En fait, les 250 autobus de touristes qui se pointent au Royaume du Saguenay, chaque année, sont bien davantage attirés par la nature, les magnifiques couleurs et le majestueux Fjord du Saguenay que par les attraits touristiques, avouons-le, quasi inexistant. Heureusement, on peut compter sur la gentillesse légendaire des gens de la région pour compenser.

C'est à Guy Parent qu'on doit d'avoir découvert le site de la Pulperie. Avec Jean-Claude Dallaire, le secrétaire de Marc-André Bédard alors député de Chicoutimi, il arpente le site de long en large, en 1978. C'est à ce moment que naît l'idée d'utiliser le moulin pour lancer un théâtre d'été. À l'époque, ça poussait comme des champignons un peu partout au Québec. Pour 3000 \$, l'architecte Yves-Michel Garant est embauché pour réaliser un plan d'ensemble de la Pulperie. La Corporation de développement économique achète du gouvernement, au coût de 1000 \$, l'île sur laquelle se trouve le moulin.

Guy Parent a failli faire éclater tout un scandale lorsqu'il se permet d'acheter un pont pour se rendre sur l'île, au coût de 30 000 \$, de Laval Fortin d'Alma. Sans soumission! On le menace alors d'alerter la commission municipale. Finalement, c'est la ville qui paie la facture, mais elle bénéficie d'une subvention du gouvernement du Québec grâce à Marc-André Bédard. À l'époque, rappelons qu'il faut passer sur des poutres de métal pour se rendre sur l'île, ce qui n'est pas sécuritaire. Plus tard, un autre pont est construit à proximité, mais celui-là, au coût de 1,5 million \$!

Le premier théâtre d'été ouvre donc ses portes en 1979... avec de vieux sièges achetés d'un théâtre de Sherbrooke qui fermait ses portes. Fonceur, Guy Parent met sur pied la première Corporation de la Pulperie. Peu après, on le tasse, poliment. «On me dit clairement que mon rôle est de faire de la promotion, pas du développement», raconte-t-il. C'est le président de la Corporation, Guy Corneau, qui continue ensuite à développer la Pulperie. «Même à l'abandon, c'était de toute beauté, se souvient-il. Des sentiers menaient aux vieilles bâtisses.»

La Pulperie a été développée jusqu'en 1996. Le déluge a forcé les autorités à tout fermer pour reconstruire. L'an prochain, le site sera rouvert au public.

Une percée intéressante en Europe

CHICOUTIMI (CD) - Guy Parent est sans doute le premier à avoir commencé à fréquenter les salons internationaux pour vendre notre ville, notre Fjord et nos grands espaces aux touristes européens. C'était au début des années 1980.

Aux États-Unis, cependant, Guy Parent reconnaît qu'il n'a pas réussi à faire une percée intéressante. «Le Québec n'intéresse les Américains que pour la motoneige, la chasse et la pêche», constate-t-il.

Qu'à cela change-t-il, le directeur du tourisme n'abandonne pas l'idée d'attirer des visiteurs chez nous par tous les moyens. Après de nombreuses pressions, les autorités de la ville lui permettent finalement d'embaucher une secrétaire et de s'installer dans des locaux plus décentes. Gaston Jalbert devient ensuite son adjoint. «Ensemble, on a lancé «Tours Chicoutimi», se souvient-il. Un projet qui n'était pas prisé par les agences de voyages qui y voyaient une compétition malsaine.

Guy Parent l'admet. Grâce à ce grossiste réceptif, l'Office du tourisme dispose d'un outil tout à fait exceptionnel pour attirer des touristes dans la région. On offre des forfaits avion-hôtel aux gens de Montréal, de Québec et même d'Europe pour les encourager à venir dans la région. C'est de cette manière qu'on commence à déve-



TOURISME

Guy Parent, l'ex-directeur du tourisme, à Chicoutimi, est le premier à avoir osé se rendre dans les salons internationaux pour attirer des touristes dans la région.

(Photo Rocket Lavoie)

lopper le marché des congrès à Chicoutimi. En 1996, on développe même des forfaits en train et en autocar, ce qui favorise la clientèle de gens âgés.

Selon Guy Parent, le gouvernement a cessé d'accorder ce type de permis aux organismes municipaux et para-municipaux sous la pression des agences de voyages. En décembre 2000, la nouvelle administration municipale de Chicoutimi décide de mettre un terme à Tours Chicoutimi.

Comme les grandes villes

L'ex-directeur du tourisme soutient que le service d'accueil touristique de Chicoutimi, sur la rue Racine, est à l'image de celui des grandes villes. Six personnes y travaillent. On y trouve toute l'information sur la région, mais aussi sur le Québec, le Canada et les États-Unis en plus d'un système de réservations. Le grand service quoi!

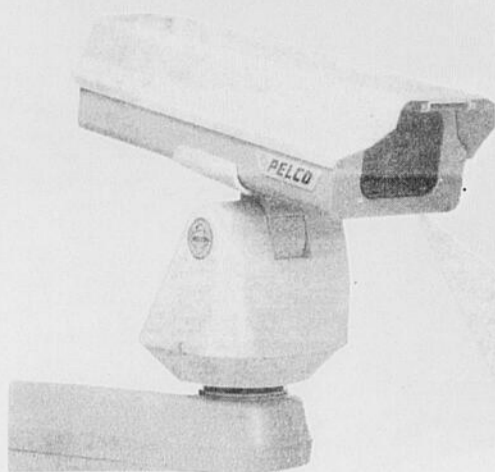
C'est aussi à Chicoutimi, il y a une douzaine d'années, que les premiers tours de ville sont créés, dans

la région. Le service est offert de la mi-juin jusqu'au début de septembre avec des guides bilingues (trilingues dans certains cas) disposant d'une formation en histoire, en géographie et même en premiers soins. Selon Guy Parent, Chicoutimi est une belle ville, avec un bon parc hôtelier (1100 chambres), une zone portuaire, un marché public, une vieille gare, des musées, des symboles du déluge (la petite maison blanche), un centre des congrès, une université, un Centre québécois de recherche et de développement de l'aluminium (CQRDA)... À cela, il faut ajouter les grands spectacles, les croisières. C'est définitivement une ville d'affaires, insiste Guy Parent.

Il rappelle que le tourisme d'agrément ne dure que quelques mois, l'été, mais que le tourisme d'affaires est présent à l'année, d'où la nécessité de le développer encore davantage.

Guy Parent dispose d'une liste d'au moins 800 organisations québécoises. «Il n'en tient qu'à nous de les attirer ici lorsqu'elles organisent des congrès», lance-t-il. Il croit qu'on a l'obligation d'augmenter les services et de miser sur la qualité. Selon lui, des régions comme Rimouski, Trois-Rivières, Sherbrooke et Hull tirent fort. «On n'a pas le choix d'être sur la ligne de front, car les autres villes y sont», conclut-il.

VOUS AVEZ DES DOUTES SUR LE CONTRÔLE DE VOTRE ENTREPRISE?



CAMÉRA
EXTÉRIEURE

Alarme 911

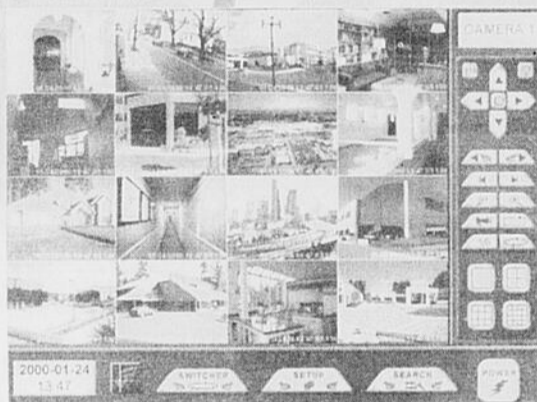


CAMÉRA
INTÉRIEURE



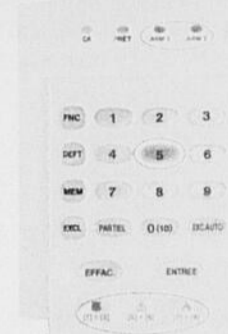
CLAVIER
CRISTAUX LIQUIDE

CAMÉRA À SYSTÈME NUMÉRIQUE



Comment fonctionne le SSN Eagle Eye Pro®

Seize caméras de surveillance peuvent être connectées à un système informatique qui enregistre des données numériques sur un disque dur au lieu d'un ruban. Les images peuvent alors être emmagasinées pour être visionnées ou imprimées plus tard.



CLAVIER
NUMÉRIQUE



INFRAROUGE

CENTRALE
24
/ 24h
U.C.L.



Yves Roy, propriétaire, Daniel Genest, conseiller, Jessey Girard, technicien, Carol St-Jean, technicien.

100%
SPÉCIALISÉ
EN SECURITE

RÉSIDENTIEL
COMMERCIAL

• Feu • Caméra

• Vol • Intercom

ALARM 911 LES SPÉCIALISTES
DEPUIS 15 ANS
PEUVENT VOUS AIDER

PROMOTION RÉSIDENTIELLE

Approuvée par les assureurs

Système incluant l'installation: 399 \$

Crédit 12 mois de surveillance: 206,35 \$

= 19265\$
SEULEMENT

COMPRENANT:

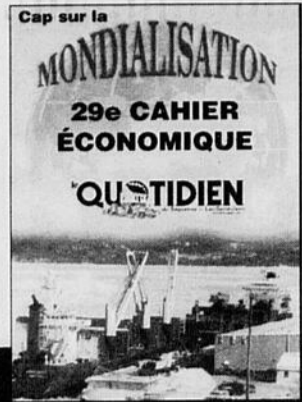
- 1 contrôle 8 zones U.L.C.
- 1 clavier à led 8 zones
- 2 contacts de porte
- 2 infrarouges 40' x 40' 90°
- 1 sirène de 15 watts intérieure
- Autocollant de dissuasion
- Installation incluse
- Système garanti 5 ANS

925, Bégin, Chicoutimi / Tél.: 698-0911 / Fax: 698-6161

Mode de vie écologique

Les membres du projet du GREB effectuent un retour à la terre

29^e CAHIER ÉCONOMIQUE



par Isabelle Labrie

LA BAIE (IL) - À une dizaine de kilomètres du centre-ville de La Baie, dans un décor enchanteur, six familles ont pris le pari de vivre en harmonie avec la nature. Elles ont effectué un retour à la terre, mettant ainsi de côté tous les concepts de la mondialisation!

Il ne faut pas voir dans ce projet du GREB (Groupe de Recherches écologiques de la Bature de La Baie), qui a vu le jour en 1990, un pas en arrière ou un objectif de changer le monde. Il faut plutôt y voir une vocation de recherche, d'éducation et d'expérimentation d'un mode de vie écologique. Les gens qui en font partie souhaitent améliorer leur qualité de vie dans un souci de sauvegarde de la nature.

La structure de fonctionnement du GREB est basée d'une part sur l'indépendance des familles, et d'autre part sur une gestion collective. Ainsi, comme l'explique l'un des partenaires, Patrick Déry, si le fond de terre du hameau est commun, chaque membre a des

droits d'usage pour la partie qui le concerne. Tout cela dans le respect de certaines règles.

« Nous faisons partie d'une zone spécifique et en vertu d'ententes avec le service d'urbanisme de la municipalité, nous ne sommes pas tenus de respecter certains règlements, comme les distances entre les maisons ou leur alignement. D'un autre côté, nous avons instauré plusieurs clauses, concernant entre autres le revêtement des demeures qui ne doit être ni en tôle ni en vinyle, ou l'isolation qui doit être en ballots de paille », explique Patrick Déry.

L'un des objectifs du GREB touche l'autonomie de la production. Les membres du groupe tentent le plus possible de

produire les biens de première nécessité, comme les fruits, les légumes, les céréales, les légumineuses, les oeufs et le lait. Ils souhaitent développer une souveraineté alimentaire. Donc, ne pas travailler dans le but d'exporter mais dans celui de nourrir leur population.

Selon Patrick Déry, les avantages de cette façon de faire sont nombreux. Il y a tout d'abord un aspect économique. « Ce que tu produis toi-même, tu n'as pas à l'acheter. Donc, tu n'as pas à gagner de l'argent pour l'acheter », explique M. Déry.

Il y voit également une façon de contourner le chantage sur l'alimentation qui sévit dans le monde. En étant autonomes, les producteurs ne sont pas dépendants de l'offre et de la demande mondiale et ils ne contribuent pas à l'appauvrissement de certains pays. Enfin, Patrick Déry considère que la production permet de conscientiser la population à l'importance de ce problème.



VOCATION

Patrick Déry explique que si le fond de terre du hameau est commun, chaque membre a des droits d'usage pour la partie qui le concerne.

(Photo Sylvain Dufour)

L'AGRICULTURE C'EST SÉRIEUX

6200

75, 85, 95, 100, 110, 120 HP

MASSEY FERGUSON



Venez vivre une expérience avec nous

NOUS AVONS FAIT NOS PREUVES



ÉQUIPEMENT GMD enr.

802, MÉLANÇON, SAINT-BRUNO TÉL.: (418) 343-2033

NOUVEAU

DISTRIBUTEUR DES TRACTEURS

AGCO®

Vous devez l'essayer

Venez voir nos nouvelles séries LT / RT / DT



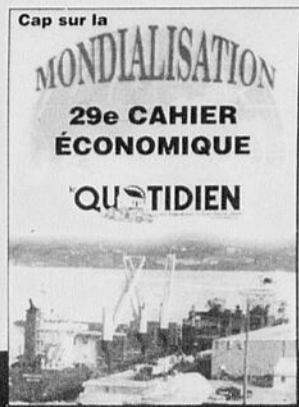
ÉQUIPEMENT GMD enr.

802, MÉLANÇON, SAINT-BRUNO TÉL.: (418) 343-2033

Coopérative Les Vallons de Chambreule

Patrick Déry favorise les contacts entre le producteur et les clients

29^e CAHIER ÉCONOMIQUE



par Isabelle Labrie

BAIE (IL) - Producteur maraîcher biologique et fondateur d'une coopérative de travailleurs agricoles (Les Vallons de Chambreule), Patrick Déry a développé une façon de transiger qui est basée sur le contact entre le producteur et le client. Il évite ainsi les intermédiaires et permet à son entreprise de garder des dimensions humaines.

Patrick Déry met ainsi en pratique les principes de l'agriculture soutenue par la communauté (ASC). C'est une façon de faire qui lie les agriculteurs et les partenaires dans un contrat de récolte-contre-risque. Un partenaire achète une part de la récolte en début de saison, et il reçoit des paniers hebdomadaires durant une quinzaine de semaines, en saison estivale. Les paniers sont livrés dans des points de chute préétablis.

Les partenaires qui adhèrent à cette formule ont ainsi accès à des légumes frais, biologiques, dont ils connaissent l'origine. Quant à l'agriculteur, il peut compter sur un marché prédéterminé, sur des fonds en début de saison et sur une distribution facile. Autrement dit,

tout le monde y trouve son compte!

Pour M. Déry, ce concept développé il y a plusieurs années au Japon et en Europe et adopté au Québec depuis peu permet aux agriculteurs de pouvoir subsister tout en gardant à leur entreprise des dimensions raisonnables. Ils peuvent vivre de leurs produits de la terre sans pour autant devoir toujours penser plus grand.

Prix

Mais plus encore, en trouvant des clients (ou partenaires) à l'avance, les agriculteurs n'ont pas à mettre de prix précis sur leurs légumes. Chaque partenaire sait qu'il obtiendra une part équitable de la récolte, mais il est impossible de quantifier ce que chacun recevra. Cepen-

dant, précise le producteur maraîcher, les clients reçoivent des paniers très bien garnis, avec une grande variété de légumes, selon la saison.

«Lorsque les produits sont vendus à des grandes chaînes d'alimentation, on nous demande immédiatement combien ils coûtent, alors qu'il est difficile de déterminer à l'avance leur valeur. Les agriculteurs ont peur de monter leurs prix même si la hausse est justifiée, de peur de perdre des contrats. Avec cette méthode, nous n'avons pas à vendre nos légumes à des prix moindres que ce qu'ils valent, et nous n'avons pas à nous adapter à une compétition féroce», fait valoir Patrick Déry.

Selon ce dernier, on note un intérêt de plus en plus marqué pour cette forme de commerce. Ainsi, depuis leurs débuts en 1997, les Vallons de Chambreule sont en croissance constante. Mais là encore, pas question de dépasser un certain nombre de partenaires et de risquer de perdre le contrôle et le plaisir de cultiver la terre.



La coopérative Les Vallons de Chambreule offre des légumes selon la méthode de l'agriculture soutenue par la communauté (ASC).

Transformation

Pour diversifier sa production, Patrick Déry songe plutôt à se tourner vers la transformation d'aliments. Sauf que les règles concernant ce sujet sont très stric-

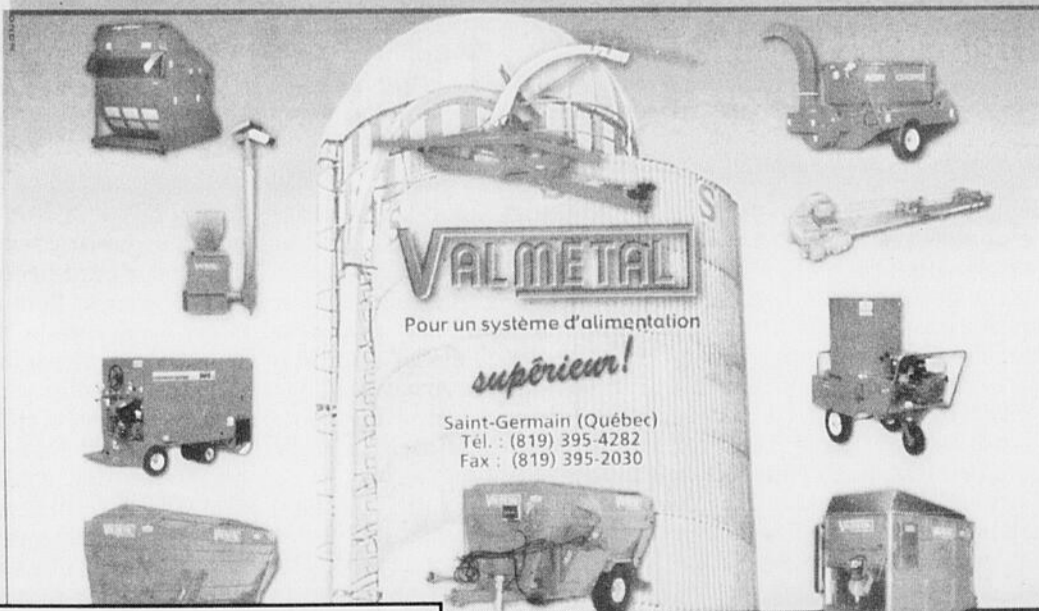
tes. En fait, les artisans qui souhaitent faire de la transformation d'aliments dans leur propre cuisine doivent se limiter à un maximum de 100 kilos par mois. Donc, encore une fois, le problème du volume se pose. «Si je souhaite transformer de grosses quantités, je devrai revoir tout mon équipement et ma façon de faire, ce qui va à l'encontre de mes principes de demeurer à dimensions humaines», lâche-t-il.

Il donne en exemple l'histoire réelle d'un artisan de l'Abitibi qui fait du pain dans sa cuisine et qui a des problèmes car il ne respecte pas la limite de 100 kilos par mois. En fait, il atteint ce quota en une seule journée! En signe de protestation, au lieu de cesser sa production, il a décidé de donner son pain dans une coopérative d'aliments naturels. Et en appui à son geste, les gens lui donnent encore plus que la valeur de son pain, mais sous la forme de dons. «C'est ça l'histoire du prix. Tout est relatif. Quand tu es près des gens, quand ils te connaissent, ils seront toujours solidaires», conclut-il.

C'EST LE TEMPS DE PENSER À VOS ACHATS POUR L'ÉTÉ

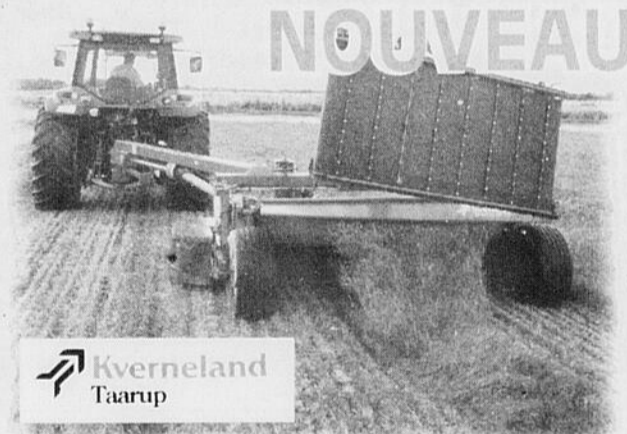
ÉQUIPEMENT GMD, LE SPÉCIALISTE EN ÉQUIPEMENT DE FENAISSON ET ENSILAGE

À SURVEILLER!
JOURNÉE PORTES OUVERTES
LE 9 AVRIL 2002



VALMETAL
Pour un système d'alimentation supérieur!

Saint-Germain (Québec)
Tél. : (819) 395-4282
Fax : (819) 395-2030



FAUCHEUSE DOUBLEUR ANDAIN

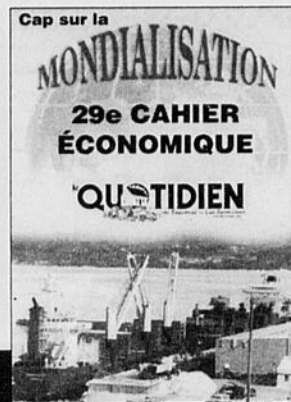


ÉQUIPEMENT GMD enr

802, MÉLANÇON, SAINT-BRUNO TÉL.: (418) 343-2033

Invention des Produits Alba La Novabrik poursuit son ascension internationale

29^e CAHIER ÉCONOMIQUE



DOLBEAU-MISTASSINI(LGS) – Fondée en 1962 par un groupe de gens d'affaires du milieu, Produits Alba inc., avait pour seul but de trouver une utilisation à la calcite, un minéraux abondant dans le secteur.

L'idée de commercialiser une brique blanche était séduisante. Les débuts difficiles firent que Grenon & Frères, une entreprise familiale de La Baie, s'en porta acquéreur en 1971. Grâce à l'expertise de ces entrepreneurs régionaux, Produits



LÉO-GILLES SAVARD

lgsavard@destination.ca

Alba accrut considérablement ses volumes et sa capacité de production avec des produits à base de calcite, uniques et de qualité, au point d'accaparer 35% du marché québécois.

En 1990, avec l'apport financier de SOCCRENT, plusieurs acquisitions stratégiques, comme celles des Calcites du Nord et de Brique Gosselin, lui permirent d'étendre son marché à l'Ontario. Dès lors, la recherche et le développement étaient des impératifs

incontournables, car l'éloignement des grands bassins urbains et le poids de la brique à livrer par transport lourd réduisaient la pénétration rentable des produits de calcite hors d'un rayon donné. Le président actuel de Produits Alba, Luc Vaillancourt, entrain en scène. On confirmait un ralentissement dans le secteur de la construction.

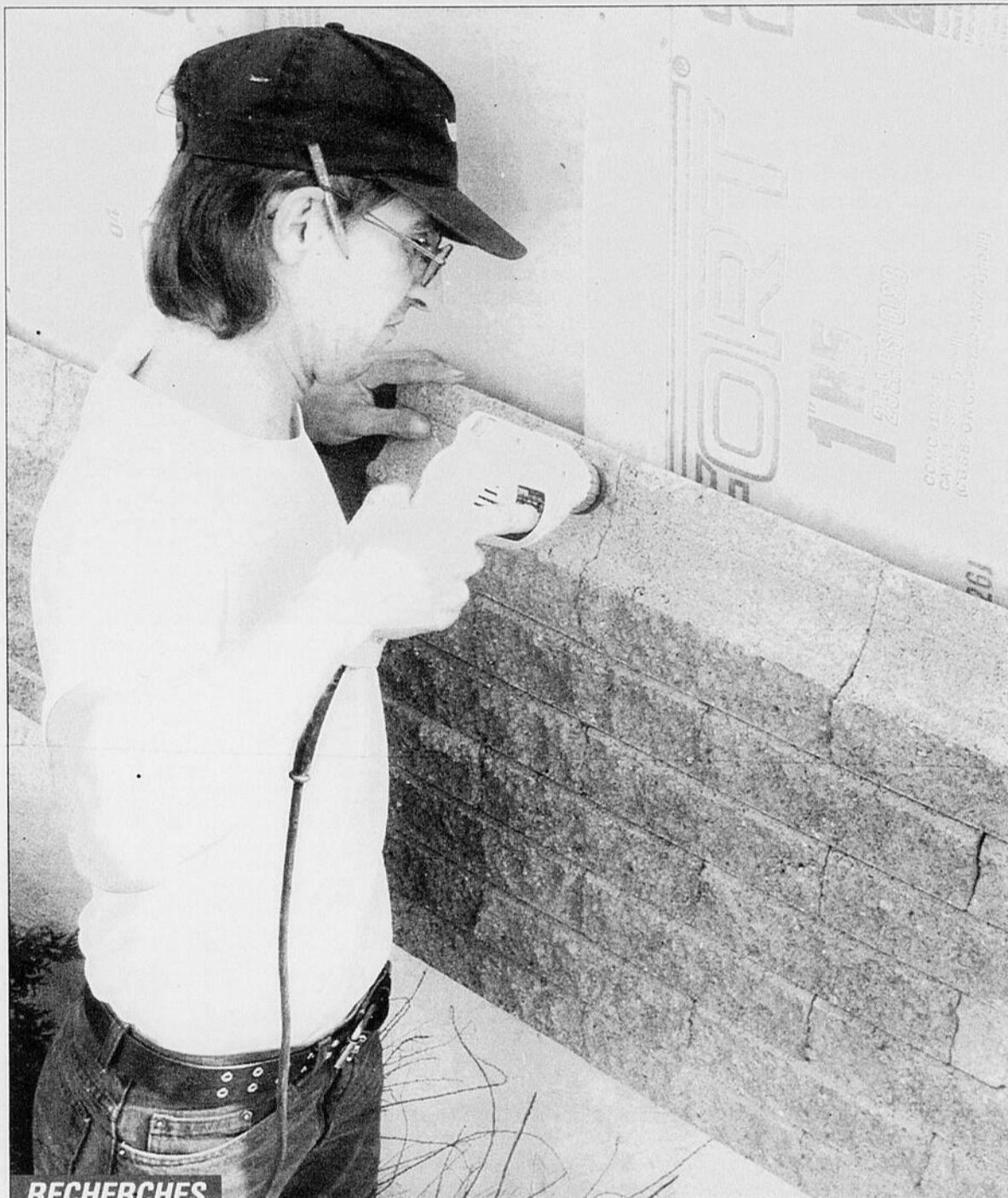
«Une étude nous disait que les mises en chantier diminueraient ! Les dirigeants de l'entreprise ont alors décidé de créer un produit de maçonnerie adapté à la rénovation», raconte-t-il.

Novabrik

Après cinq ans de recherche avec l'aide du CRIQ, un nouveau type de brique voyait le jour, une brique autoportante qui s'installe facilement sans mortier en rangée, fixée par des vis. Elle peut recouvrir n'importe lequel revêtement extérieur. Sa pose est 35% plus rapide que celle de briques ordinaires.

La brique sans mortier conçue par des gens d'ici se retrouve en France, en Belgique, en Hollande, en République Tchèque, en Pologne, en Russie, en Lituanie, au Japon, en Chine... Produits Alba vend toujours de la brique au Québec et en Ontario, et elle exporte près de 500 modèles de briques qu'elle expédie par train aux États-Unis. Plus de 80 millions de briques ont été vendues dans le monde jusqu'ici.

res. De plus, l'absence de mortier protège les murs du gel et



RECHERCHES

Après cinq ans de recherches avec l'aide du CRIQ, un nouveau type de brique a vu le jour. Il s'agit d'une brique autoportante qui s'installe facilement sans mortier en rangée, fixée par des vis. Elle peut recouvrir n'importe lequel revêtement extérieur, et sa pose est 35% plus rapide que celle de briques ordinaires.



EMBOÏEMENT

Les joints de la nouvelle brique restent étanches à la pluie puisqu'il s'agit plutôt d'emboîtements qui forment un écran étanche contre celle-ci.

des changements brusques de température de l'hiver. Les joints restent étanches à la pluie puisqu'il s'agit plutôt d'emboîtements qui forment un écran étanche contre celle-ci. L'invention était de taille, mais il fallait exporter le produit breveté mondialement sans déplacer une seule brique. Et pour cela, la Novabrik devait passer par une batterie de tests pour satisfaire aux codes d'approbation reconnus dans le monde, tels ceux de BOCA, ICBO, SBCCI et celui du CCMC au Canada.

Partenariat

La brique innovatrice est entrée dans le nouveau millénaire forte d'un partenariat avec Besser Company d'Alpena au Michigan, un fabricant mondial de machineries pour les brique-

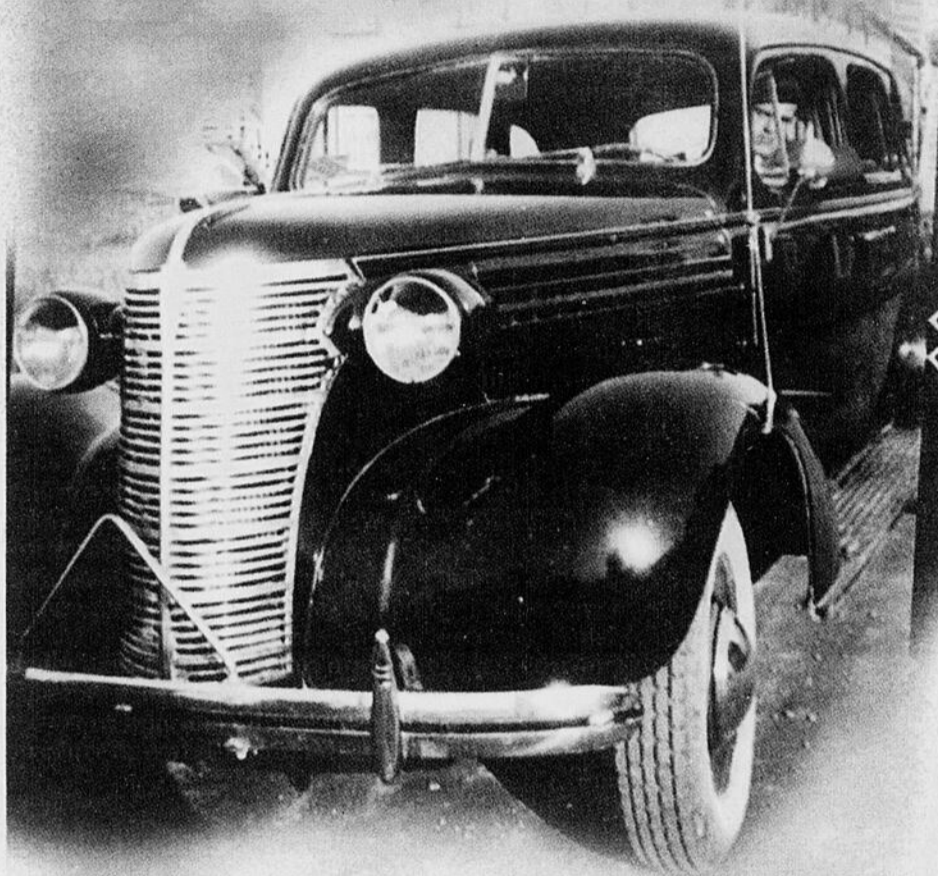
teries, dont le fondateur a été l'initiateur du «World Center for Concrete Technology», un institut technologique réputé, avec aussi, le Fonds de solidarité de la FTQ et SOCCRENT pour lancer Novabrik International, une entreprise consacrée à la vente de licences de fabrication de la fameuse brique.

La filiale de Produits Alba a accordé cinq licences aux États-Unis, trois en Europe, le marché chinois et celui de l'Amérique du Sud suivent de près. Récemment, Novabrik International a formé une coentreprise avec Krystal, une compagnie tchèque. Simon Gauthier, le dg de Novabrik explique : «Dans les pays d'Europe de l'Est, le financement de démarrage est rare, nous avons donc participé financièrement pour établir une fabri-

cation là-bas. C'est facile pour eux d'organiser leurs installations pour produire la novabrik, ils connaissent bien le béton ! » C'est ainsi que la brique sans mortier conçue par des gens d'ici se retrouve en France, en Belgique, en Hollande, en République Tchèque, en Pologne, en Russie, en Lituanie, au Japon, en Chine... Produits Alba vend toujours de la brique au Québec et en Ontario, elle exporte près de 500 modèles de briques qu'elle expédie par train aux États-Unis. Plus de 80 millions de briques ont été vendues dans le monde jusqu'ici. L'idée de la novabrik mondialisée n'a pas fini de faire des adeptes et de construire de nouveaux liens d'affaires internationaux. Et elle résiste mieux que toutes les autres aux tremblements de terre.

Duchesne

50 ans



Ll était une fois, il y a de ça quelque cinquante ans, une famille d'Alma, plus précisément de Naudville, qui fonda ce qui allait devenir le plus important concessionnaire de voitures neuves au Lac-Saint-Jean. Duchesne Auto était né!

De partout, en région, on venait à Alma, pour les voitures, le service et l'accueil des Duchesne.

Cinquante ans plus tard, l'aventure continue. Trois générations dans le domaine de l'automobile sont certes une garantie de fiabilité.

Avec les années, les voitures ont changé, plus puissantes, plus performantes, et toujours plus belles. Malgré toutes ces transformations et l'évolution dans l'automobile, il y a une chose qui est demeurée flexible, la qualité du service et le respect de notre clientèle, avant et après la vente.



Michel Duchesne
Directeur général



Daniel Duchesne
Directeur des ventes



Nicole Larouche
Directrice commerciale



Martin Bergeron
Représentant



Denis Bergeron
Représentant



Jean-Guy Fortin
Représentant



Lawrence Fortin
Représentant



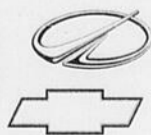
Gaston Brisson
Représentant



Jacques Gaudreault
Représentant



Duchesne



• CHEVROLET
• OLDSMOBILE

520, DEQUEN, ALMA

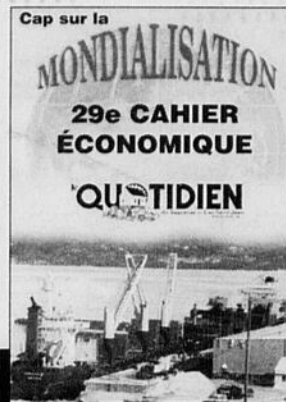
669-9000

Sans frais: 1-800-893-9990

• CHEVROLET • OLDSMOBILE • GEO • CADILLAC • PONTIAC • BUICK • CAMION GMC

Chez Brissart Création Chantale Brisson et Robert Comeau offrent des figurines personnalisées

29^e CAHIER ÉCONOMIQUE



CHICOUTIMI (SE) - Si elle est usée à la corde, l'expression «réaliser un rêve» reste celle qui colle encore le mieux à l'aventure de Chantale Brisson et Robert Comeau.

Il y a trois ans, le couple a donné naissance à Brissart Création. Cette petite entreprise se spécialise dans la confection de figurines humoristiques et caricaturales.

Dans un coin de leur résidence de la rue Joliet à Chicoutimi, le couple consacre chaque moment de ses temps libres à la



SERGE
EMOND

semond@lequotidien.com

vêtements. Son conjoint voit principalement à la fabrication de la base et des accessoires.

Chaque figurine a la particularité d'être fidèle à la personne qui doit la recevoir.

Lorsqu'un client présente une commande, Chantale Brisson demande d'abord quelques photographies de la personne qui recevra l'œuvre. Elle cherche également à obtenir une description du sujet et des détails sur ses habitudes, ses manies, ses points d'intérêt, etc. En utilisant les informations obtenues, elle conçoit son personnage et un décor. Elle utilise également les photographies pour que le visage de la figurine soit une caricature de la personne.

Fabriquées en sculpey, une pâte de polymère, les figurines se transforment en cadeaux pour toutes les occasions lorsqu'elles quittent les mains de Chantale Brisson.

Cette passion, Chantale Brisson l'a développée pendant un séjour en Colombie-Britannique, il y a un peu plus de trois ans. Elle a tout appris «sur le tas».

«Tout cela a pris naissance dans un rêve, raconte Chantale Brisson. Dans un rêve, je me voyais en train de fabriquer des figurines.

À ce moment-là, j'étais professeur de peinture en Colombie-Britannique. Ce que je fais maintenant est identique à ce que j'avais vu dans mon rêve. J'ai commencé peu de temps après».

Les six premiers mois de l'aventure ont permis à Chantale Brisson et Robert Comeau de peaufiner le produit, de faire des tests en distribuant les cadeaux aux amis.

Le couple a fait beaucoup de chemin depuis ce temps. En

trois ans, il estime avoir fabriqué environ 315 figurines.

Chantale Brisson a créé ses premières figurines tout simplement en laissant aller son imagination. Aujourd'hui, en très grande majorité, les figurines voient le jour pour répondre à des commandes bien précises.

«Les commandes viennent autant d'organisations que d'individus, précise la Chicoutimienne. Avant les Fêtes, j'ai fabriqué des figurines qui représentaient les cinq patrons d'une même entreprise. Bien des familles me demandent une figurine dans le cadre de l'anniversaire de parents. Retraite, graduation, départ, anniversaire et changement de travail sont toutes des occasions qui incitent des gens à commander une figurine.

«Ce ne sont pas des cadeaux de dernière minute. Lorsqu'une personne passe une commande, elle doit avoir une bonne idée de ce qu'elle veut. Je m'assure aussi qu'elle connaisse le produit».

La demande a beaucoup augmenté au fil des années. Deux



FIGURINES

Chantale Brisson et Robert Comeau ont créé Brissart Création, une jeune entreprise qui se spécialise dans la fabrication de figurines humoristiques.

(Photo Sylvain Dufour)

présences au Salon des métiers d'art et une autre à la télévision ont grandement contribué à faire connaître le produit.

Le réseau Internet est également devenu un outil précieux. Il permet à la fois au couple d'effectuer des recherches et

de faire connaître ses figurines. Pour y arriver, il compte sur son propre site Internet au www.brissartcreation.com.

Innombrables possibilités

Chaque pièce représente un défi

CHICOUTIMI (SE) - Chantale Brisson n'échangerait pas son travail pour tous les emplois du monde. Même si elle attend encore son premier chèque de paye...

«C'est autant un hobby qu'une business, précise-t-elle. Je le fais surtout pour le plaisir. J'adore ça. J'en mange».

Chantale Brisson n'a pas enco-



ESSAI

Juste pour le plaisir, Chantale Brisson a créé une poupée qui joue le rôle de porte-lunettes.

(Photo Sylvain Dufour)

re atteint l'étape où elle peut s'offrir un salaire hebdomadaire grâce à la réalisation des figurines. Pour l'instant, les ventes permettent uniquement de couvrir les coûts de fabrication. Elle ne s'en offusque pas une seconde.

«Deux fois par semaine, je donne des cours de peinture à La Baie, poursuit Chantale Brisson. Pour le reste, quand j'ai du temps libre, je le consacre à mes figurines».

«Il n'y a pas vraiment de limite à ce qui peut être fait, ajoute Robert Comeau, un militaire qui consacre lui aussi son temps libre aux figurines. Nous pouvons faire n'importe quoi. À peu près tout est faisable».

Chantale Brisson considère chaque figurine comme un défi à relever puisqu'elle cherche toujours à respecter le plus possible les demandes du client.

En fonction du travail nécessaire, le coût d'une figurine peut varier de 60 \$ à 150 \$. Le couple demande toujours un délai de deux ou trois semaines pour réaliser un mandat.

«Nous regardons beaucoup la réaction du client, note encore Chantale Brisson. Lorsqu'une

personne reçoit le produit et qu'elle en est contente, c'est ma plus belle récompense.

«J'ai la chance d'avoir un métier

qui n'est jamais ennuyant. Je ne fais jamais la même chose et je peux établir mon propre horaire de travail».



CLOWN

Ce clown en pleine séance de maquillage fait partie de la collection de Chantale Brisson et Robert Comeau.

(Photo Sylvain Dufour)

Hydromec inc.

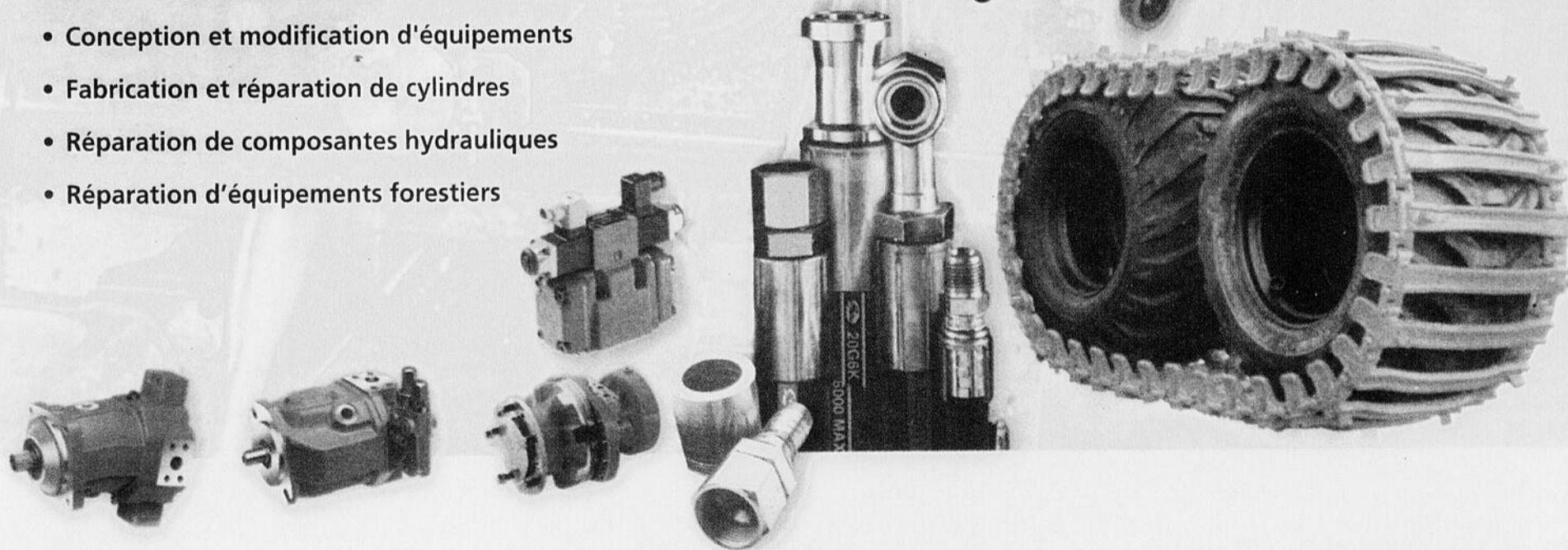
Spécialité hydraulique mécanique

Toute une **gamme**
de **produits** et de **services** en réponse
aux nouveaux besoins des entrepreneurs forestiers et industriels.

12 000 pi² de superficie • Une équipe dynamique de 18 spécialistes • Le plus important département de pièces hydrauliques de la région

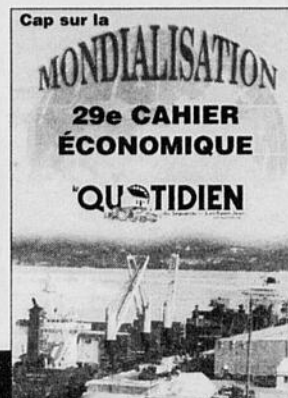
Distribution de produits hydrauliques

- Vente de grappins et chaînes de traction
- Conception et modification d'équipements
- Fabrication et réparation de cylindres
- Réparation de composantes hydrauliques
- Réparation d'équipements forestiers



2921, boul. Wallberg, Dolbeau-Mistassini (Québec) • Tél. : (418) 276-5831 • Téléc. (418) 276-8166 • Courriel : info@hydromec.qc.ca

Serdex recherche de multiples possibilités de développement

29^e CAHIER ÉCONOMIQUE

ALMA (JDLS) - Intéressés par les opportunités d'affaires qui valent le détour à travers le monde entier, les responsables de l'organisme Serdex Saguenay-Lac-Saint-Jean s'envolaient hier, (le 8 mars) avec une délégation triée sur le volet, pour la Nouvelle-Zélande.

Et cette destination, pour le moins éloignée n'est pas le fruit du hasard, comme l'expliquait avant son départ, la directrice générale de Serdex, Diane Laliberté.

«On prévoit instaurer bientôt, en Nouvelle-Zélande, 80 scieries, 40 usines de transformation et six papeteries. Il y a actuellement en Nouvelle-Zélande, un climat de développement incroyable», affirme Diane Laliberté, commissaire à l'exportation et directrice générale chez Serdex.

Flanquée de représentants de diverses entreprises du secteur forestier, (Gemofor de Normandin, Produits forestiers Munger de Saint-Nazaire, Industries Falme et Scieries Martel d'Alma, les Entreprises Lionel Lessard de Notre-Dame-du-Rosaire), Mme Laliberté entend bien tirer son épingle du jeu et profiter de l'essor économique qui prévaut là-bas.

«Surtout qu'en Nouvelle-Zélande, l'expertise de nos équipementiers forestiers est avantageusement reconnue. On nous considère comme des «kings» en ce qui a trait à notre savoir-faire dans ce domaine», indique celle-ci. Le voyage d'une dizaine de jours est donc planifié de façon extrêmement serrée: «Une foire internationale, des visites industrielles, des soupers-rencontres avec des ingénieurs de la place, les voyageurs n'auront pas le temps de faire de tourisme», assure Diane Laliberté.

En juillet et août prochain, une autre délégation partira pour la Belgique et le thème du voyage sera cette fois, l'agro-alimentaire.

Serdex Saguenay-Lac-Saint-Jean, un organisme à but non-lucratif, a la mission d'assister les entreprises dans leur cheminement international pour favoriser le développement régional. Une définition qui est loin de se limiter à une coquille vide, déclare avec conviction la commissaire à l'exportation. «Les gens de la région ont de très bonnes idées, des concepts intéressants mais ils ne savent pas comment exporter leurs produits, ni par où commencer. Contrairement à ce qu'on pense, ils n'ont pas seulement besoin d'argent, énonce celle-ci. Il leur faut aussi une aide concrète à d'autres niveaux», affirme Mme Laliberté et c'est là qu'un organisme comme le nôtre intervient », ajoute-t-elle.



Maxime Lamirande, Diane Laliberté, Thérèse Fay et Denis Audet font partie de l'équipe de Serdex, qui a la mission d'assister les entreprises dans leur cheminement international pour favoriser le développement régional.

(Photo Steeve Tremblay)

Une panoplie de services et de conseils



Diane Laliberté déborde d'enthousiasme quand il est question d'opportunités d'affaires.

(Photo Steeve Tremblay)

ALMA (JDLS) - Maîtrise en gestion et exportation, bac en marketing, expérience pertinente en entreprise privée, Diane Laliberté sait de quoi il retourne quand elle parle d'exportation et son enthousiasme déborde quand il est question d'opportunités d'affaires.

L'organisme Serdex Saguenay-Lac-Saint-Jean, récemment installé dans ses nouveaux locaux à Alma au 1025, rue des Pins, offre en effet une panoplie de conseils et services indispensables à tout entrepreneur. Les entreprises désireuses de développer au plan international et de faire des affaires électroniques peuvent bénéficier d'un conseiller qui va les accompagner et les aider à mettre sur pied les outils nécessaires à ce niveau.

Serdex propose également un service de perfectionnement des compétences, des séminaires sur le sujet et de nombreux conseils éclairés. L'organisme (chapeauté par Développement économique Canada et le ministère de l'Industrie du Québec) dispense aussi et surtout, des conseils sur l'exportation.

«Si l'entrepreneur s'interroge, par exemple, sur la façon dont il sera payé en faisant des affaires en France ou s'il part en mission économique. A-t-il droit à une compensation financière? Doit-il signer quelque chose et là-bas, pourra-t-il compter sur l'aide d'une personne-ressource ou l'aide d'un interprète? Grâce à un réseau de contacts, on

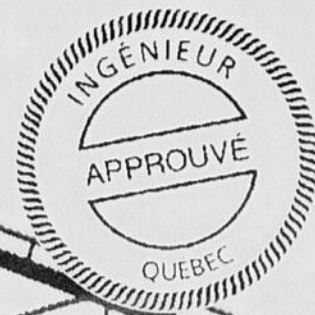
peut planifier à l'avance des rencontres et des mises en contact très importantes», explique Diane Laliberté.

«Nous sommes liés à un réseau de 25 commissaires à l'exportation -Recomex-, branchés sur des entreprises, des ambassadeurs. Mais il faut savoir par où commencer», insiste cette dernière.

«L'erreur, c'est souvent de vouloir tout faire tout seul. Si on se compare à la région de la Beauce, par exemple, on remarque qu'il existe chez eux, une véritable concertation entre les entrepreneurs. Tous les rôles sont bien définis», fait remarquer celle-ci.

D'autre part, un service de veille stratégique est assuré par Serdex et quand une possibilité de transactions se présente, les conseillers la saisissent et en font part à tous les clients (entrepreneurs) susceptibles de pouvoir se montrer intéressés (ce service coûte environ 500\$ par année). Mais il y a une distinction à faire entre le rêve et la réalité et les études de marché s'imposent quand on aspire à des projets d'exportation. «Une opportunité d'affaires peut s'avérer réelle dans une région donnée mais il peut arriver aussi qu'un monopole détenu par une compagnie bloque toute concurrence. Avant la façon de faire était essai et erreur. Maintenant, s'il faut savoir saisir les opportunités, il faut aussi une bonne planification», conclut Diane Laliberté.

**PREMIER
à fabriquer
et à vendre
ce type de
bâtiment**



Des bâtiments avec structure d'acier sur mesure

Solide et durable

BOIS ET ACIER / TOUT ACIER

Garage • Atelier • Entrepôt

COMMERCIAL, AGRICOLE, INDUSTRIEL

Avantages:

- Économique
- Rapidité d'exécution
- Facilité d'isolation
- Projet clés en main
ou partiellement exécuté

**Téléphonez-nous
avant d'acheter**

343-3922

Services:

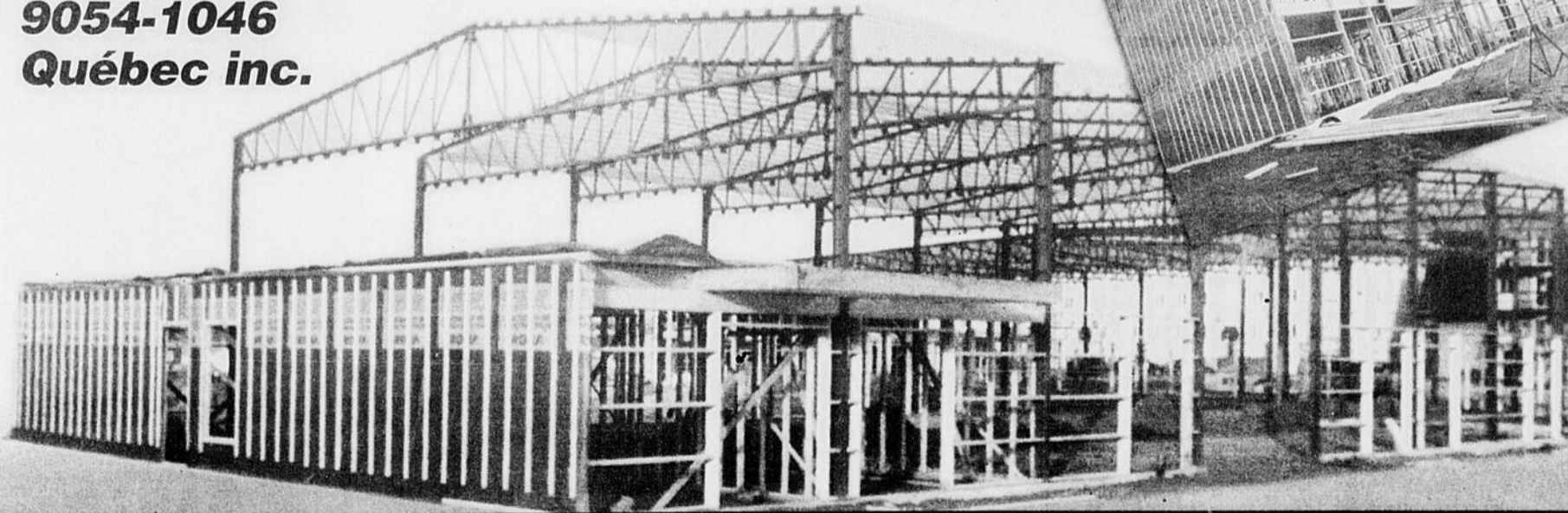
- Études de vos projets
- Plans préliminaires
- Estimation des coûts

Cajetan Bouchard

entrepreneur

9054-1046

Québec inc.

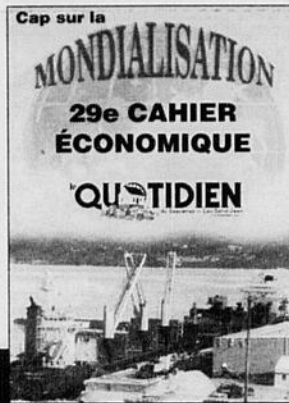


895, rang 7 Nord, Saint-Bruno (Québec) G0W 2L0
Tél.: (418) 343-3922 / Paget: 591-7508

RBQ: 8224-3122-57

Achat d'une maison

De nombreux Canadiens songent à faire une place à un parent âgé



29^e CAHIER ÉCONOMIQUE

TORONTO (CNW) - L'âge d'or approchant pour de nombreuses personnes, les Canadiens envisagent de changer leur mode de vie afin de faire une place chez eux à des membres âgés de leur famille. L'attitude des futurs acheteurs de maisons s'inscrit dans cette tendance.

En effet, six Canadiens sur 10 (61%) seraient prêts à ajouter un appartement indépendant sous leur toit, selon le sondage national Royal LePage sur les attitudes face à l'immobilier résidentiel mené pour la deuxième année consécutive.

Les Services immobiliers Royal LePage Ltée sont une filiale en toute propriété de Trilon Financial Corporation (TSE: TFC.A).

La réalité du besoin de s'occuper d'une population vieillissante est présente à l'esprit de 41 pour cent de Canadiens qui se déclarent prêts à accueillir chez eux un membre âgé de leur famille.

«Un appartement indépendant est une solution avantageuse à tous points de vue, car elle permet d'être rassuré sur le sort d'un parent en l'ayant tout près, elle permet de réunir les ressources familiales pour acheter une plus

grande propriété et elle facilite la garde des enfants. Un appartement indépendant laisse également aux membres d'une famille la possibilité de préserver leur intimité et de garder leur indépendance», déclare Sherry Chris, vice-présidente, Services du réseau, Services immobiliers Royal LePage Ltée.

Les résultats du sondage révèlent que plus de sept Canadiens sur 10 (76%) sont attachés émotionnellement à leur maison. Et, quelle qu'en soit la taille ou la forme, 80 pour cent des Canadiens affirment que, grâce à leur maison, ils se sentent maîtres chez eux; 99 pour cent déclarent qu'il y sont confortables et en sécurité; 95 pour cent qu'ils aiment y recevoir leur famille. Plus de la moitié des Canadiens (55%) estiment que leur maison est encore plus importante à leurs yeux suite aux récents événements qui

se sont produits aux États-Unis et ailleurs.

Chris ajoute: «Les résultats du sondage témoignent de l'importance que les Canadiens accordent à leur vie familiale et que leur chez soi est un sanctuaire où se fabriquent des souvenirs d'un prix inestimable. La valeur d'une maison ne se mesure pas seulement en terme d'argent.»

En fait, la maison est devenue un endroit où l'on aime rester plus que jamais puisque quatre Canadiens sur 10 (40%) disent demeurer davantage chez eux qu'il y a un an. D'une année sur l'autre, les Ontariens (42%) sont en tête pour ce qui est du temps passé chez soi, suivis par les habitants de la Colombie-Britannique (40%).

Quand il s'agit de trouver la maison de ses rêves où se tissent les souvenirs d'une vie entière, les acheteurs et les vendeurs de maisons ne laissent rien au hasard. A la question: «Comment vous y prendriez-vous pour chercher une maison?», les trois premières réponses sont: le recours à un agent immobilier (49%), à Internet

(46%) et aux journaux (32%). Quand il s'agit d'améliorer l'allure de leur maison, les propriétaires ont tendance à s'armer de pinceaux et d'outils de jardin. Les vendeurs déclarent qu'ils embelliraient leur propriété, pour la rendre plus attrayante aux yeux des acheteurs, de deux façons: en peignant (37%) et en améliorant l'aménagement paysager (18%). Ces efforts pourraient fort bien porter fruit puisque 55% des acheteurs indiquent que, après l'emplacement (55%), le plus important pour eux est l'état de la propriété (33%).

Autres faits saillants:

- Selon le sondage, 74 pour cent des Canadiens achèteront probablement une maison ces deux ou trois prochaines années alors que 59 pour cent des propriétaires de maisons vendront probablement leur propriété pendant cette période. Le nombre d'acheteurs et de vendeurs potentiels a plus que doublé par rapport à l'année précédente où seulement 31 pour cent envisageaient d'acheter et 18 pour cent de vendre.

- En dépit des bouleversements économiques survenus ces six derniers mois, lorsque l'on a demandé au Canadiens de décrire leur situation financière, 44 pour cent ont dit qu'elle était meilleure, contre seulement 36 pour cent l'année précédente.

- La cuisine est toujours l'élément le plus influant dans le cadre des achats de maisons, selon 59 pour cent des Canadiens (69% en 2001).

Toutefois, la salle de séjour prend une nouvelle importance puisque 22 pour cent des Canadiens estiment que cette pièce joue un rôle capital dans leur décision d'acheter, contre 16% en 2001.

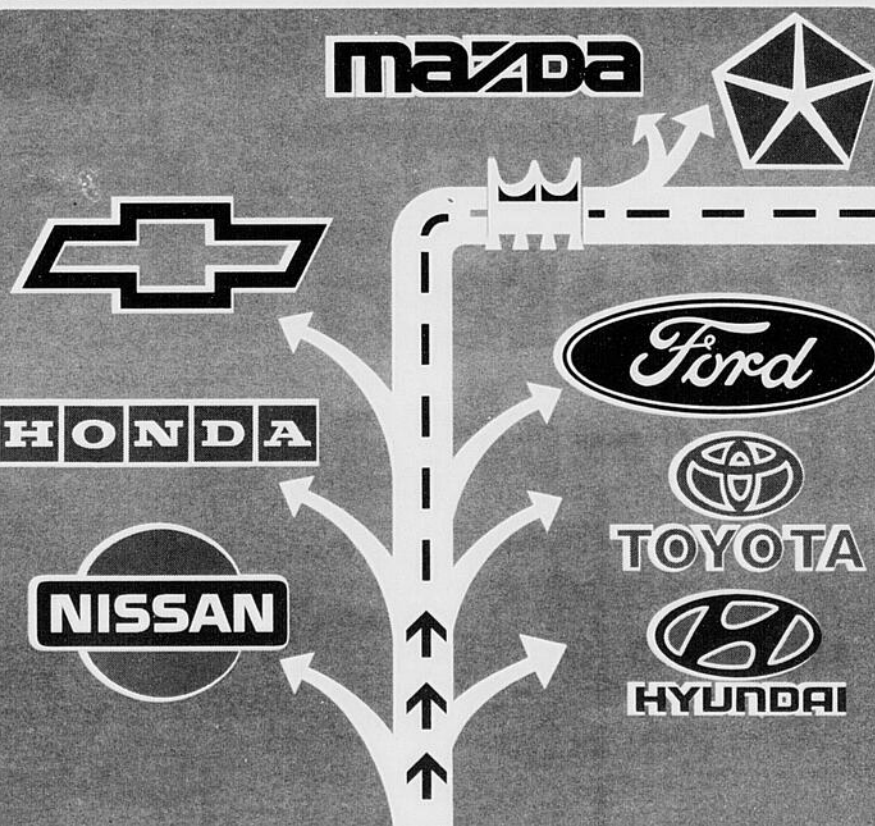
- Les trois grandes raisons qui incitent à vendre sa maison sont: le désir d'un logement plus grand (25%), l'installation dans une nouvelle ville (16%) et le désir d'un logement plus petit (10%).

- Les trois grandes raisons qui incitent à acheter une maison sont: le désir d'un logement plus grand (24%), l'avantage d'être propriétaire plutôt que locataire (20%) et le désir d'investir (10%).

ST-FÉLICIEN

VILLE DE

L'AUTOMOBILE



8 PROCHAINES SORTIES

LD AUTO
679-1546

SAINT-FÉLICIEN TOYOTA
679-1984

RICARD AUTO
679-4775

LA MAISON MAZDA
679-1222

IMAGE HONDA
679-9999

SAINT-FÉLICIEN NISSAN
679-3770

GARAGE PAUL DUMAS LTÉE
679-1605

MAISON DE L'AUTO
679-1865

DIGICOM TECHNOLOGIES = INTERNET HAUTE -VITESSE SANS FIL

Disponible pour votre région ou votre entreprise, dans tous les grands centres, là où les autres fournisseurs INTERNET ne livrent pas en HAUTE-VITESSE.

Lauréat 2001 de la Chambre de Commerce d'Alma dans la Catégorie Entreprise INNOVATION, Digicom s'est taillé une place très avantageuse dans l'univers très concurrentiel de l'INTERNET en étant au service des entreprises qui sont sur les lignes de feux d'affaires régionales, provinciales, nationales et internationales. Le niveau de rapidité dans les communications qu'exigent les entrepreneurs d'aujourd'hui nécessite les infrastructures que seul DIGICOM est en mesure maintenant de fournir grâce à sa technologie d'INTERNET HAUTE-VITESSE SANS FIL. Les techniciens de DIGICOM qui répondent directement à la clientèle et donnent le service auxquels sont en droit d'exiger les clients de DIGICOM sont à la fine pointe des connaissances et des développements technologiques reliés à INTERNET et aux divers systèmes d'exploitation en usage de nos jours qui se retrouvent dans l'industrie et dans la bureautique.



La tarification mensuelle calculée à la consommation, selon votre utilisation, vous permet une grande flexibilité de vos coûts d'INTERNET et DIGICOM vous offre la possibilité de relier directement vos succursales en VPN «réseaux privés virtuels», en toute sécurité, grâce aux Murs de Feu et Routeurs intégrés Barricad® développés par DIGICOM avec des vitesses de transfert allant jusqu'à 10Mbs Bi-Directionnels, 100 fois plus rapide que les liens traditionnels ISDN, pour un coût moindre. La technologie utilisée pour véhiculer les données à haute-vitesse dans l'immense territoire que représente le Saguenay – Lac St-Jean fait de DIGICOM un chef de file possédant 5 ans d'expertise unique au Canada dans la distribution d'INTERNET HAUTE-VITESSE SANS FIL, exploitant et entretenant un réseau complet réservé aux entreprises et continue d'étendre son savoir à la grandeur du Québec.

INTERNET HAUTE-VITESSE n'est plus réservé aux grands centres, et représente l'outil que toute entreprise moderne se doit d'utiliser pour communiquer avec ses partenaires et clients, dans un monde d'affaires où la vitesse est question d'efficacité et de sécurité.

Contactez nos conseillers: (418) 668-9999 1-877-534-0666 Fax: (418) 668-2598



540, rue Sacré-Cœur Ouest, bureau 13
Case postale 53
Alma (Québec) G8B 5V5

www.digicom.ca
info@digicom.ca

IOS Services Géoscientifiques profite de l'essor diamantifère

29^e CAHIER ÉCONOMIQUE



JONQUIÈRE (JDLS) - L'entreprise jonquiéroise IOS Services Géoscientifiques Ltée a toutes les raisons de se réjouir du nouvel essor diamantifère qui se pointe actuellement au Québec.

Spécialisée en services géologiques et en traitement des minéraux, cette entreprise, implantée sur le boulevard Saint-François depuis une dizaine d'années, regroupe 16 employés et possède une envergure peu commune dans son champ d'action. Heureusement, au fil des ans, elle a su



JOHANNE DE LA SABLONNIÈRE
redaction@lequotidien.com

varier ses activités, comme l'explique la géologue Lucie Tremblay. «Depuis six mois on sent un nouvel essor mais au cours des cinq dernières années, plusieurs géologues ont abandonné la profession par manque de travail, tellement qu'aujourd'hui, ça devient difficile d'en recruter. Heureusement la diversification de nos activités nous ont permis de rester actifs jusqu'à aujourd'hui», indique la géologue.

Depuis 1997, l'entreprise dirigée par le géologue Réjean Girard s'est notamment beaucoup impliquée dans le «projet de vanadium», dans le secteur du lac Doré à Chibougamau. La présence de vanadium laisse d'ailleurs entrevoir l'émergence d'une industrie très intéressante pour cette région puisque la transformation de ce minerai industriel devra s'effectuer sur place. Le vanadium serait entre autres utilisé pour la fabrication de batteries pour la stabilisation de réseaux électriques et le projet de faisabilité est en voie d'être déposé par la firme SNC ce printemps. «Nous nous sommes beaucoup impliqués dans ce projet en tant que consultant auprès de la compagnie minière (junior) Mackenzie Bay ressources Ltée», précise Lucie Tremblay. Selon cette dernière, l'opération de la mine de vanadium permettrait de créer plusieurs emplois à Chibougamau, dans un domaine peu conventionnel.

Et des diamants...

Mais il y a effectivement du nouveau dans l'activité diamantifère au Québec et si la géologie s'est avérée être au ralenti au cours des dernières années, les récentes nouvelles concernant le diamant, sont palpitantes.

En décembre dernier, les compagnies Ashton et Soquem qui ont effectué des travaux de forages aux Monts Otish dans la région de Chibougamau énonçaient la présence de diamant dans la roche kimberlitique, une roche laissant entrevoir ou espérer la présence de diamants. Cette découverte est très encourageante pour le Québec et implique des clients qui font affaire avec IOS Services Géoscientifiques.

Le travail effectué par les services de géologie de la compagnie IOS se répartit en trois principaux volets: un service de consultation, de prospection d'exploration et de cartographie minière et de traitement des minéraux en laboratoire. L'analyse de minéraux se traduit elle-même par de nombreuses phases destinées à déterminer la nature des composantes minières, une étape cruciale. Une fois les échantillons rapatriés au laboratoire, les analyses se réalisent en de très nombreuses et minutieuses étapes. Dans un premier temps, les échantillons de till sont prélevés



Robert Gagnon, géologue, vérifie minutieusement les pré-concentrés de minéraux lourds sur la table à secousses.

(Photo Sylvain Dufour)

(le till est un composé de sable provoqué par le passage de glaciers duquel les techni-

ciens extraient les minéraux lourds). Pour ce qui est des diamants, c'est le magma kimberli-

tique qui va les «arracher» lors de son passage et les faire remonter à la surface.

L'analyse du till exige des précautions



Natacha Fournier (microscope) et Lucie Tremblay, toutes deux géologues, tentent de détecter la présence de minéraux indicateurs de diamants.

(Photo Sylvain Dufour)

JONQUIÈRE (JDLS) - L'analyse du till susceptible de révéler la présence de minéraux indicateurs de diamants dans un secteur donné, implique de nombreuses étapes que les experts de la firme IOS Services Géoscientifiques effectuent avec beaucoup de précautions.

En effet, les échantillons qui pèsent au départ 30 kg seront finalement réduits à quelques grammes de concentrés de minéraux lourds. Plusieurs étapes de tamisage primaire servent d'abord à isoler des concentrations qui seront ensuite soumises à un passage sur la table à secousses dans le but de réaliser un pré-concentré de minerai lourd qui sera à son tour séché, retamisé avant de subir un traitement chimique aux liqueurs denses, une étape qui s'effectue à Val d'Or.

Le concentré est ensuite libéré de ses composantes magnétiques au moyen d'aimants puis envoyé au séparateur de minéraux. Enfin les concentrés de minéraux lourds sont examinés au microscope.

Si l'examen révèle la présence de minéraux indicateurs, ces nouveaux concentrés subiront

une autre observation microscopique et les grains sélectionnés seront minutieusement regroupés sur une pastille d'époxy avant de subir une autre analyse à la microsonde électronique. Un coup d'oeil dans le microscope permet de constater à quel point les minuscules grains se révèlent différents, beaux et colorés et pour quoi les diamants sont si dispendieux!

«La prospection de diamants coûte très cher mais quand on en trouve c'est très payant», indique Lucie Tremblay pour expliquer la persévérance des prospecteurs. (Il faut en moyenne 250 tonnes de minerai pour obtenir une pierre de 0,2 gramme!)

Soulignons qu'au Canada, la découverte en 1992 de la mine Ekati dans les Territoires du Nord-Ouest a suscité beaucoup d'intérêt auprès des prospecteurs notamment parce que les diamants qu'on y trouve sont de très bonne qualité. Par ailleurs, la controverse entourant le trafic de diamants en Afrique (Sierra Leone) n'est pas étrangère à cet engouement pour les diamants canadiens.

DALLAIRE

ST-BRUNO

560, Melançon
Fax: 343-2506

343-3758

fêtes 40 ans

Premier dépositaire complet
de véhicules plein air

Terry
BY FLEET

Bonair

Discos
WILDERNESS



Venez voir les
nouveautés

2002

La passion de toute une vie.

- Six cylindres à plat opposés de 1832cc à refroidissement liquide produisant 125 lb-pi de couple, en restant bien en deçà des normes les plus récentes sur les émissions polluantes.
- Injection électronique PGM-FI qui mesure l'essence avec précision pour optimiser la performance, l'économie d'essence et le comportement routier.
- Cadre d'aluminium à double longeron, mono-bras oscillant et suspension arrière Pro-Link, pour un confort luxueux, une maniabilité sportive et une excellente perception de la route.
- Mensualités faciles et sans problème avec le financement RPM de Honda.



GOLD WING

Portez toujours un casque, de la protection pour les yeux et des vêtements protecteurs appropriés. Observez les lois et lisez attentivement votre manuel du propriétaire. Honda recommande de suivre un cours de conduite de motocyclette.

DALLAIRE

www.honda.ca

MORDU DU HORS-ROUTE.

- Le moteur ACT fiable de 282cc à quatre temps produit un couple impressionnant sur une large plage de régimes.
- La suspension indépendante à double bras triangulé et long débattement à l'avant ainsi que la suspension à mono-roulotteur à l'arrière possèdent toutes deux des réglages de la précharge des ressorts à 5 positions.
- Les commodités comme la marche arrière et le démarage électrique rendent le TRX300EX facile à utiliser tandis que le tendeur de chaîne de came automatique et l'allumage CDI réduisent l'entretien.
- Mensualités faciles et sans complications, avec le financement RPM de Honda.



TRX300EX

Portez toujours un casque, de la protection pour les yeux et des vêtements protecteurs appropriés et s.v.p. respectez l'environnement. Observez les lois et lisez attentivement votre manuel du propriétaire. Honda recommande de suivre un cours de formation approuvé pour piloter votre VTT.

DALLAIRE

www.honda.ca

SOUDAINEMENT, beaucoup de VTT semblent terriblement démodés.

- Le premier moteur de VTT Honda à quatre-temps et refroidi par liquide est un modèle de 499cc à soupapes en tête, pour plus de couple et un centre de la gravité plus bas.
- La boîte de vitesses Hondamate™ à rapports continuellement variables est hydro-mécanique et offre trois modes de changement de vitesses incluant l'ESP - sélection électrique au doigt brevetée de Honda. La robuste Hondamate, contrairement aux systèmes à courroies offre un vrai frein-moteur et est pratiquement sans entretien.
- L'entraînement continu par les quatre roues utilise un différentiel avant à glissement limité, pour une traction supérieure et une direction plus légère.
- Mensualités faciles et sans complications, avec le financement RPM de Honda.



TRX500FA

Portez toujours un casque, de la protection pour les yeux et des vêtements protecteurs appropriés et s.v.p. respectez l'environnement. Observez les lois et lisez attentivement votre manuel du propriétaire. Honda recommande de suivre un cours de formation approuvé pour piloter votre VTT.

DALLAIRE
ST-BRUNO

RPM
FINANCEMENT
HONDA

www.honda.ca

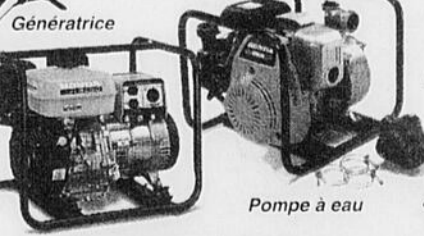
HONDA
Produits
Mécaniques



Tondeuse



Rotoculteur



Génératrice

Pompe à eau

RPM
FINANCEMENT
HONDA

Une courte leçon de l'histoire de la course de moto.

Championnat canadien de superbike 2000 et 2001.

- Maintenant à 62 mm, les corps d'injecteurs inspirés de machines championnes HRC d'usine utilisent 2 injecteurs à 12 jets percés au laser par cylindre pour une atomisation plus fine du carburant et une meilleure réponse à l'accélérateur.
- Les conduits d'échappement redessinés selon une forme particulière développée par le HRC augmentent l'évacuation de l'échappement et la performance.
- Conçu par le HRC, le bras oscillant d'aluminium forgé à la presse est plus rigide et allongé de 16mm pour améliorer la réponse et la traction.
- Mensualités faciles et sans complications, avec le financement RPM de Honda.



RC51

Portez toujours un casque, des vêtements protecteurs et de la protection pour les yeux et s.v.p. respectez l'environnement. Observez les lois et lisez attentivement votre manuel du propriétaire. Honda recommande de suivre un cours de formation sur motocyclette approuvé.

DALLAIRE

www.honda.ca



Débroussailluse

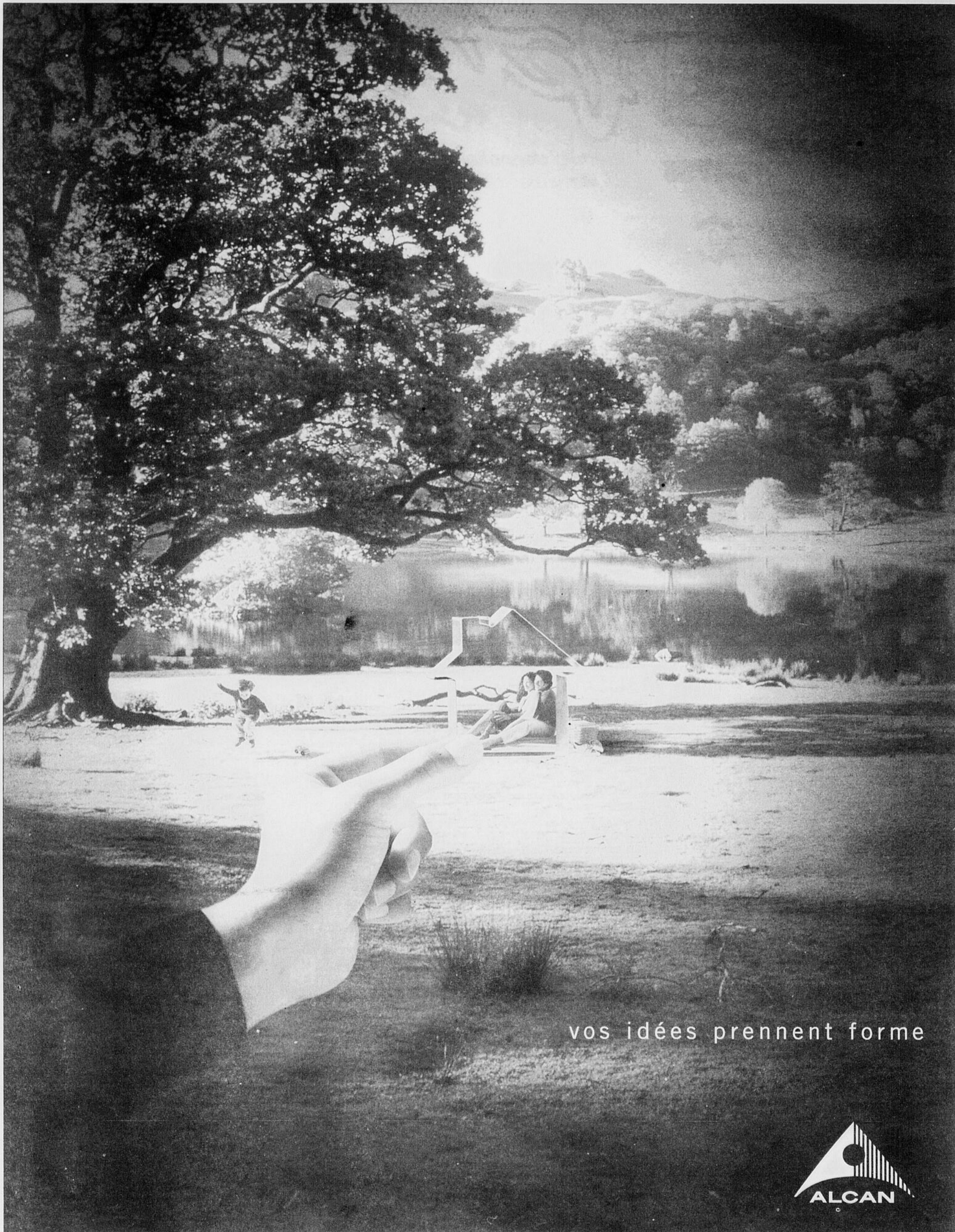
Moteurs
2 à 99
forces
HONDA
MARINE

DALLAIRE
ST-BRUNO

560, Melançon
Fax: 343-2506

343-3758

00505977



vos idées prennent forme



Toute bonne idée doit prendre forme. C'est la raison d'être de la société Alcan : devenir le partenaire qui transforme vos idées d'aujourd'hui en innovations de demain, grâce à des solutions globales faisant appel à l'aluminium et aux emballages.