

PER
C-4
EX. 2

Action

 Canada • France

BIBLIOTHEQUE NATIONAL DU QUEBEC
SECTEUR DEPOT LEGAL
125 SHERBROOKE OUEST
MONTREAL, QC
H2X 1X4

DOSSIER TÉLÉCOMMUNICATIONS

Canada, France, Europe

CALENDRIERS

ACTUALITÉS COMMUNAUTAIRES

CONJONCTURE ÉCONOMIQUE

NOUVELLES TECHNOLOGIQUES



0771766001913

Vol. 1 n° 2
2^{ème} trim. 1992
2,95 \$

Revue de la Chambre de
Commerce Française
au Canada

BIENVENUE. LE CLUB



Le sculpteur français Daniel Buren ne conçoit l'art que dans la créativité, la rigueur et la capacité de s'adapter in situ; trois paramètres que l'on retrouve dans l'oeuvre intitulée "Passage". Pour créer la nouvelle classe Le Club, Air France s'est fixé les mêmes critères: créativité dans le service, rigueur pour le souci du détail et une parfaite adaptation au voyage d'affaires. Voyagez Le Club, vous mènerez vos affaires dans les règles de l'art.*

Une nouvelle dimension pour votre voyage d'affaires.



L'ART DU
VOYAGE
AIR FRANCE

**Offerte sur la plupart de nos vols.*

éditorial

ACTION CANADA-FRANCE

Président du C.A. et du comité de la revue:
Jean-François PICHARD du PAGE

Comité de la revue:

Monique BROSSEAU
Gérard CARLIER
Daniel CINQ-MARS
Vincent FERBOS
Stéphane LEROY
Jean-Pierre MERCIER
Bernard PELLETIER

Directeur Général de la C.C.F.C.:
Jean-Charles RAINAUD

Fondateur:
Bertrand NAMY

Régie publicitaire et coordination:

Vincent FERBOS
360, rue St-François-Xavier, 1^{er} ét.
Montréal (Québec) H2Y 2S8
Tél. : (514) 281-1246
Fax : (514) 289-9594

Réalisation:

MESSAGES - AGENCE CONSEIL
EN COMMUNICATION INC.

Infographie:

Jean-Paul THOUNY

Distribution:

TRAITEMENT POSTAL 2000 / LMP

ACTION CANADA-FRANCE dont les antécédents remontent en 1886, est publié 4 fois par an par "Revue Action Canada-France Inc.", 360, rue St-François-Xavier, 1^{er} étage, Montréal (Québec), Canada H2Y 2S8. Téléphone : (514) 281-1246. Courrier de deuxième classe. Enregistrement n° 3700. Dépôt légal : Bibliothèque Nationale du Québec. Numéro de l'ISO (Organisation Internationale de Normalisation) : CN 0318-7306.

Les articles qui paraissent dans ACTION CANADA-FRANCE sont publiés sous la responsabilité exclusive de leurs auteurs. Toute reproduction de tout ou partie d'un article n'est permise que sur autorisation et doit porter la mention habituelle «Reproduit de la revue ACTION CANADA-FRANCE». La revue ACTION CANADA-FRANCE est répertoriée dans l'Argus des Communications et dans le CARD.

Parution : 4 numéros par an

Tirage : entre 4 500 et 6 000 exemplaires

Nombre de lecteurs approximatif : 20 000 (très ciblés)

Cible-type : chefs d'entreprise, cadres supérieurs, fonctionnaires, hommes d'affaires, professionnels.

Répartition de la diffusion : 65% au Canada, 35% en France et reste du monde

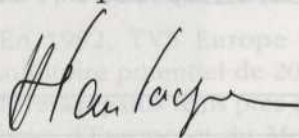
Lecteurs : - membres de la Chambre de Commerce Française au Canada, par abonnement.
Montréal, Toronto, Québec, Calgary, Vancouver
- réseau des Chambres de Commerce Françaises en France et à travers le monde
- réseau des Postes Économiques Français au Canada et à travers le monde
- Consuls et Ambassades de France
- organismes publics et para-publics canadiens et français

Diffusion : - par abonnements au Canada et en France
- en kiosques (Maison de la Presse Internationale à Montréal, Québec, Ottawa et Toronto)
- directe dans plusieurs grands hôtels de Montréal, salons d'embarquement de compagnies aériennes, banques françaises
- nombreuses sociétés en France et au Canada.

Vous avez en main le deuxième numéro d'Action Canada France dans sa nouvelle formule. Si nous en jugeons par les commentaires élogieux et par la disparition rapide de tous les exemplaires disponibles, y compris ceux en kiosque, nous pouvons en conclure que nous sommes en bonne voie d'atteindre les objectifs fixés quant au fond et à la forme. Vos commentaires sont un atout précieux.

Ce dossier est consacré aux télécommunications. La France et le Canada qui, pour des raisons différentes, sont devenus des chefs de file, entendent bien conforter leur position dominante dans ce domaine où les frontières n'existent plus.

Les prochains dossiers traiteront de la biotechnologie et de l'industrie des produits de luxe.



Jean-François Pichard du Page

Vol. 1 - n° 2 - 2^{ème} trimestre 1992

sommaire

1 ÉDITORIAL

3 DOSSIER TÉLÉCOMMUNICATIONS

TV5: véritablement internationale	3
BELL CANADA à l'heure des choix	5
TÉLÉGLOBE : une plaque tournante des télécommunications internationales	7
Liberté d'expression!	
Les communications de l'an 2000	9
Vidéoway ou la percée d'un système multimédia	11
Le Canada : chef de file dans les télécommunications mobiles	13
Les télécommunications au Canada	15
Le droit des télécommunications au Canada	16
Barphone: la révolution numérique	18
FRANCE TELECOM:	
la grande course autour du monde	19
ALCATEL-ALSTHOM: un acteur de premier ordre au plan mondial	21
Gérer ses mobiles avec Euteltracs	

en Europe	23
-----------------	----

25 350^e ANNIVERSAIRE

Montréal, un certain rêve Français.

27 CHRONIQUE JURIDIQUE

Imposition?... ou confiscation.

28 C.C.F.C.

Bal de la Chambre
 28 |

Communiqué, nouveaux membres
 29 |

30 PROFIL D'ENTREPRISE

Portrait du groupe Aérospatiale

31 CALENDRIERS

Activités à venir de la C.C.F.C.

Salons spécialisés en France

Salons et expositions au Canada

32 ACTUALITÉ COMMUNAUTAIRE

POINT EUROPE: marché intérieur, pays tiers.

34 CONJONCTURE ÉCONOMIQUE

Le point de la conjoncture France

36 NOUVELLES TECHNOLOGIQUES

des entreprises françaises

Photo de couverture : antennes Téléglobe

COSMAIR

EXCLUSIVITÉS DU GROUPE L'ORÉAL

Exclusivités: Biotherm, Garnier, Lancôme, L'Oréal, Vichy
Parfums: Armani, Cacharel, Guy Laroche, Ralph Lauren, Paloma Picasso, Vanderbilt



AEROSPATIALE

LE NO.1 FRANÇAIS DE L'AÉRONAUTIQUE ET DE L'ESPACE

DIVISION HÉLICOPTÈRES

1^{er} exportateur mondial d'hélicoptères avec Eurocopter (Aerospatiale/MBB)

- Gamme civile :
Ecureuil, Dauphin, Superpuma
Développement du P120
- Gamme militaire :
Cougar, Panther, Fennec
Développement du Tigre et du NH90

DIVISION SYSTÈMES STRATÉGIQUES ET SPATIAUX

- Architecte industriel du lanceur Ariane 4 (plus de 50% des lancements mondiaux de satellites) et du futur lanceur Ariane 5
- Chef de file du programme Hermes
- Maîtrise d'œuvre de programmes : Arabsat, Eutelsat II, Türksat, TDF-1, TDF-2, Télé-X, Météosat, ISO et Huygens

DIVISION AVIONS

- GIE Airbus
en production :
A300, A310 et A320
en développement :
A330 et A340
- GIE ATR : ATR42 et ATR72
- Avion supersonique de seconde génération
- Futur avion de transport tactique Euroflag

AVIATION GÉNÉRALE

Socata : Tampico, Tobago, Trinidad
Avion d'affaires TBM700

**38,2 MILLIARDS DE FRANCS DE CA,
DONT 60% À L'EXPORTATION**

**35% DU CA CONSACRÉ À
LA RECHERCHE ET AU DÉVELOPPEMENT**

DIVISION ENGINs TACTIQUES

1^{er} constructeur européen de missiles tactiques

- Missiles anti-chars Milan, Hot et Eryx
- Développement des anti-chars de troisième génération Trigat
- Missiles Sol-Air Roland
- Antinavires Exocet, AS 15 TT et développement de l'ANS
- Missile Air-Sol AS-30 laser
- Missile Surface-Air Aster
- Production du Lance Roquettes Multiple
- Missiles nucléaires balistiques de la force de dissuasion : SSBS, MSBS et Hadès

M. MICHEL TROUBETZKOY
Président, Aerospatiale Canada Inc.

M. OLIVIER LE GALL
Responsable, Divisions Engins

TV5: véritablement internationale

Quand TV5 vit le jour en Europe en 1984, sa mission était de faire rayonner la culture d'expression française à travers le monde. Avec les développements qu'il a connus au cours des derniers mois, ce réseau remplit son mandat et élargit sans cesse les horizons de la francophonie.

Il y a huit ans, la France, la Belgique et la Suisse s'unirent pour créer TV5 Europe. Les chaînes françaises TF1, A2 et FR3, la RTBF de Belgique et la SSR de Suisse romande proposèrent leurs meilleures émissions pour composer une programmation de qualité. En 1986, le Québec et le Canada devinrent partenaires de TV5 Europe. Dès lors, du contenu francophone outre-atlantique vient s'ajouter à la grille de programmes de TV5 Europe.

En 1987, lors du Sommet Francophone de Québec, le projet de création de TV5 Québec Canada fut lancé. Un an plus tard, après avoir obtenu une licence du C.R.T.C., le 1^{er} septembre 1988, TV5 Québec Canada fut officiellement mise en ondes par Messieurs Brian Mulroney et Robert Bourassa, respectivement Premier ministre du Canada et du Québec.

TV5 Québec Canada est régie par un Consortium qui regroupe neuf organismes diffuseurs ou producteurs dont quatre sont publics: Radio-Canada, Radio-Québec, TV Ontario, l'Office National du Film, et cinq privés: Télé-Métropole, Télévision Quatre-Saisons,

Cogéco, Radio-Nord et Film Sat (producteurs indépendants).

DISTRIBUTION

En 1992, TV5 Europe compte un auditoire potentiel de 20 millions de foyers répartis dans près de cinquante pays d'Europe et du Moyen-Orient. Les principaux marchés sont l'Allemagne (8 440 000 abonnés), les

Québec, ce qui représente un millions et demi d'abonnés. En 1991, son marché totalisait 3 millions d'abonnés répartis en proportions égales entre le Québec et les autres provinces. En 1992, l'auditoire potentiel de TV5 Québec Canada se chiffre à cinq millions d'abonnés, suite à une entente avec Rogers Cable, le plus important câblodistributeur au Canada.

TV5 AUX ÉTATS-UNIS

Depuis septembre 1990, TV5 fournit des émissions à International Channel, un service spécialisé américain diffusé sur le câble. Les deux heures de programmes proposées par TV5 composent le bloc d'émissions en français de ce canal culturel multilingue, du lundi au vendredi. L'alimentation d'International Channel se fait depuis le Téléport de Montréal. Durant la nuit, les dramatiques,

magazines d'information, documentaires et variétés composant la programmation du lendemain sont acheminés par satellite à Los Angeles, pour retransmission sur l'ensemble du territoire américain. Le Journal Télévisé de FR3 fait exception: il est repris le



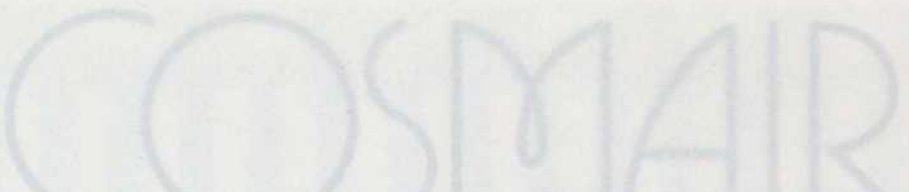
Antennes de Télésat, situées au téléport de Montréal et, servant à la mise en ondes de TV5, la Télévision Internationale.

Pays-Bas (4 474 488 abonnés), la Suède (1 621 080) et la Belgique (1 609 666).

TV5 Québec n'a cessé d'augmenter sa distribution au Canada. En 1988, cette chaîne, offerte en exclusivité sur le câble, desservait principalement le

PHOTO: TÉLÉGLOBE

Dossier télécommunications



► jour même de la diffusion de TV5 sur le Canada.

International Channel rejoint 3 millions d'abonnés américains. Le plus récent marché à s'être greffé à ce réseau est celui de Manhattan. Les prochains développements devraient inclure les villes de San Francisco, Chicago, Dallas, Houston et Washington DC.

À cause de la concentration de francophones en Louisiane, TV5 profite d'une diffusion particulière dans cet état. En effet, depuis août 1990, 40 000 abonnés de la région de Lafayette ont accès à la programmation intégrale de TV5 Québec Canada.

TV5 AFRIQUE

Lors des 4^e Sommet de la francophonie, tenu à Chaillot en novembre 1991, la création de TV5 Afrique fut annoncée. L'élargissement de la diffusion de la programmation de TV5 Europe vers l'Afrique fait suite à des demandes de chefs d'états de ce continent.

L'avènement de TV5 Afrique signifiera des échanges accrus entre pays francophones en matière de communication. Si les productions africaines sont déjà présentes sur les TV5 (Europe et Québec Canada) notamment à travers les émissions du C.I.R.T.E.F. (Conseil international des radios télévisions d'expression française), elles le seront encore davantage dans un avenir rapproché. Au cours de la prochaine année, la production africaine prendra l'antenne deux heures par semaine. Une revue de presse africaine mensuelle est déjà en préparation. Lord de la deuxième année, le contenu africain sur les TV5 passera à quatre heures par semaine.

TV5 EN EUROPE DE L'EST

Avec l'écroulement du bloc de l'Est, les besoins en information et en télévision dans ces pays se font pressants. Chaîne diffusée par satellite couvrant largement ces régions, TV5 Europe est en bonne position pour combler ces attentes. Par

exemple, en Roumanie elle fait figure de deuxième chaîne en importance. De même, en Bulgarie, on manifeste un intérêt marqué pour TV5 Europe. Ces marchés présentent d'intéressantes possibilités de développement.

Avec ses émissions en provenance de la France, de la Belgique, de la Suisse, du

Québec, du Canada et de l'Afrique, avec sa diffusion en Europe, au Moyen-Orient, en Amérique du Nord, avec ses projets pour l'Afrique, et l'Europe de l'Est, TV5 s'affirme comme télévision internationale, TV5, c'est le monde en français.

Marie-Josée Poisson-Fadous ■

Responsable des communications TV5

SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

PREMIER
GROUPE BANCAIRE
PRIVÉ FRANÇAIS,
500 IMPLANTATIONS
DANS 64 PAYS.



AU CANADA

SOCIÉTÉ GÉNÉRALE (CANADA)

ET SES FILIALES

CREDIT BAIL SOCIÉTÉ GÉNÉRALE (CANADA) INC.

MONTREAL
1155, rue University - 11^e ét.
Québec H3B 3A7
Tél. : (514) 875-0330
Télex : 0527342 SOGECANA
Fax : (514) 876-4215

TORONTO
100, Yonge Street - # 1002
Ontario M5C 2W1
Tél. (416) 364-2864
Télex : 0622643 SOGENTO
Fax : (416) 364-9996

*Ces implantations
sont en lien
direct avec notre
réseau
international*

QUÉBEC
401, Grande Allée est
Québec G1R 2J5
Tél. : (418) 529-4504
Fax : (418) 529-9794

VANCOUVER
P.O. Box 11593 - # 1475
650, West Georgia Street
British Columbia V6N 4N8
Tél. : (604) 689-2444
Fax : (604) 688-1152

SOCIÉTÉ GÉNÉRALE VALEURS MOBILIÈRES INC.

MONTREAL
1155, rue University # 709
(Québec) H3B 3A7
Tél. (514) 954-2300
Télex : 05-24273
Fax : (514) 875-8136



CONJUGUONS NOS TALENTS.

BELL CANADA à l'heure des choix

Les télécommunications font partie de l'image de marque du Canada dans le monde. Cette réputation est alimentée aussi bien par les aphorismes de Marshall McLuhan que par la qualité du service téléphonique public, les succès de Northern Telecom en matière de communication numérique ou les satellites de communications. Rien d'étonnant à cela, le Canada est un exemple unique au monde de nationalisme technologique où les télécommunications jouent un rôle de lien unificateur pour un pays trop vaste et peu habité.

UN PAYS À L'AVANT-GARDE DES TÉLÉCOMMUNICATIONS

Le réseau public de télécommunications est un des plus modernes au monde. Son taux de numérisation (ou d'informatisation) est de 70% des lignes d'accès. Les services de télécommunications se multiplient à une vitesse accélérée. Les tarifs locaux sont parmi les plus bas au monde et, même si certains tarifs interurbains et internationaux sont encore relativement élevés, depuis 1987 ils diminuent rapidement (50% pour l'interurbain de 35% pour l'international).

Chaque jour, les Québécois peuvent suivre leurs émissions favorites de télévision en direct depuis Paris. Bernard Pivot ou Christine Ockrent doivent aux satellites de communications le privilège de pénétrer dans les foyers montréalais aussi familièrement qu'à Paris. Du côté affaires, les nouvelles technologies de télécommunications permettent à la PME des services auparavant réservés aux seules

multinationales - service Centrex, messagerie vocale, vidéoconférence.

À première vue, rien ne prédisposait le Canada à devenir un des leaders mondiaux des télécommunications. Son réseau est morcelé entre près de cinquante compagnies exploitantes, son marché est limité à 26 millions d'habitants. Enfin sa situation géographique le met dans une position délicate face au géant américain et loin du reste du monde.

social, situé à Montréal un vieil immeuble des années 30, s'élabore la stratégie des télécommunications canadiennes.

Face au déferlement de la concurrence aux États-Unis et à la constitution d'un bloc uni en Europe, Bell et les neuf principales compagnies exploitantes se sont regroupées en janvier dernier dans une alliance baptisée Stentor. Cette nouvelle organisation a pour objectif premier



Photo : BELL CANADA

REGROUPEMENT DES COMPAGNIES CANADIENNES

Cette apparence de désordre ne doit pas faire illusion. L'avenir des télécommunications canadiennes n'est pas confié au facteur chance. La principale entreprise exploitante est Bell Canada qui dessert environ 60% des lignes téléphoniques. Dans son siège

d'offrir aux grands usagers de télécommunications un guichet unique à travers tout le Canada. Rien de plus frustrant pour un usager qui bâtit un réseau privé intégré de télécommunications que de devoir traiter avec des compagnies différentes, aux structures internes différentes et aux règlements parfois incompatibles. Stentor concentre les efforts de ►

► recherche-développement (R-D) des neuf membres et représente les intérêts canadiens dans les négociations internationales. En outre, elle reprend le rôle traditionnel de partage des revenus issu de l'interurbain et de normalisation de la gestion du réseau qui était auparavant dévolu à Télécom Canada, le prédécesseur de Stentor.



Photo : BELL CANADA

Mais il y a une différence de taille entre Stentor et Télécom Canada. Cette dernière était une association très peu structurée où chaque compagnie avait un droit de veto, fonctionnant à la manière d'un club britannique où le principal est d'afficher son fair play.

LE MODELE CANADIEN : MARKETING + VISION SOCIALE

Stentor est une machine de marketing dans laquelle Bell détient 50% des votes et où l'essentiel est de satisfaire les clients. Un des grands objectifs consiste à retenir les 200 plus grands usagers d'affaires qui, depuis quelques années, ont de plus en plus tendance à faire transiter leurs com-

munications par les États-Unis. Pour cela, a été créé une nouvelle stratégie de gestion des comptes-clients nommée Signature. Il s'agit de créer des «packages» de services définis par les usagers eux-mêmes et le respect de ces exigences de qualité seront garanties par la signature du président de la compagnie exploitante.

Mais la pierre angulaire de toute stratégie de marketing demeure l'argent. Les tarifs interurbains canadiens des grands clients d'affaires sont en moyenne 40% plus élevés qu'aux États-Unis. Dans le cas des lignes directes, l'écart est encore plus grand et peut aller jusqu'à un rapport de un à cinq. Bell a annoncé son intention de réduire cet écart à zéro pour les grands et moyens usagers d'ici 1996 sans relever les tarifs locaux. Toute une série d'escomptes ont déjà été mis en place et tout indique que les tarifs interurbains des grands usagers de Bell auront atteint la parité avant même l'échéance proposée.

Si Bell réussit son pari, il s'agira d'une première mondiale. En effet, le Canada affronte des pays comme les États-Unis, l'Angleterre et le Japon qui ont introduit la concurrence dans l'interurbain. Aux États-Unis et en Grande-Bretagne, la baisse des tarifs de l'interurbain a été atteinte au prix d'une hausse non moins radicale du tarif local. Au Japon, les tarifs locaux étaient déjà élevés avant l'introduction de la concurrence. On voit donc se dessiner un modèle canadien où la rationalité économique se marie avec les exigences sociales, en l'occurrence, le droit au service téléphonique universel.

ALLIANCES INTERNATIONALES

L'autre grande ligne de force de la stratégie de Bell passe par la constitution d'alliances stratégiques au niveau international. À l'heure où

le marché mondial est devenu l'environnement de travail habituel de la plupart des intervenants économiques, Bell veut étendre sa politique de guichet unique à l'échelle de la planète. Or, les télécommunications internationales relèvent de Téléglobe Canada, une compagnie d'État privatisée en 1987.

Une politique d'escomptes pour les clients internationaux est actuellement en voie d'élaboration conjointement entre les compagnies domestiques regroupées au sein de Stentor et Téléglobe. Au demeurant, Stentor a déjà participé au mois de mars dernier à la création de l'Association des réseaux financiers (ARF) avec une douzaine de partenaires étrangers, dont les principaux sont France Télécom et Deutsche Bundespost Telekom.

L'ARF a pour mission de répondre aux besoins en télécommunications des milieux financiers internationaux. C'est un exemple du genre de politique que Bell entend poursuivre sur la scène internationale. Les télécommunications ont créé le marché mondial et les compagnies exploitantes doivent offrir des services internationaux pour satisfaire leurs clients. Sinon les clients iront ailleurs. Il était tout naturel que Bell et Stentor se tournent vers les marchés extérieurs, à l'instar de sa compagnie soeur, Northern Télécom, qui vend ses commutateurs numériques sur les cinq continents. À l'avenir, il faut s'attendre à voir Bell manifester une présence de plus en plus insistante sur les marchés asiatiques et européens dans le cadre de Stentor et vraisemblablement avec la coopération de Téléglobe.

Jean-Guy Rens ■

TÉLÉGLOBE: une plaque tournante des télécommunications internationales

Téleglobe Inc. fait partie des géants de l'industrie des télécommunications internationales aux côtés de France Telecom, British Telecom et AT&T. Téleglobe se distingue toutefois de ces entreprises par sa spécialisation: l'international.

Au lieu de se disperser à la fois localement, nationalement et internationalement, l'entreprise concentre toutes ses ressources à offrir à sa clientèle, tant résidentielle que d'affaires, des services de télécommunications à la fine pointe de ce qui se fait à l'échelle mondiale. Que ce soit le téléphone, le télex, le télégraphe, les liaisons spécialisées pour les entreprises, la transmission de données, les communications à bord d'avion ou de bateau ou encore la transmission d'émission de radio ou de télévision d'un continent à l'autre, Téleglobe est en mesure de proposer non seulement une qualité de service mais également une tarification qui figure parmi les plus économiques au monde.

NOTRE SPÉCIALITÉ: L'INTERNATIONAL

Téleglobe entend faire fructifier son savoir-faire au cours des prochaines années. Sous l'inspiration d'une nouvelle direction, elle vient de se doter d'un programme d'actions qui lui permettra d'accroître sensiblement son chiffre d'affaire dans un avenir rapproché. Comment? Forte d'un mandat exclusif dans le domaine des télécommunications internationales que lui confère le gouvernement

canadien, Téleglobe Canada - la division réglementée de Téleglobe Inc. - travaillera en étroite collaboration avec tous les télécommunicateurs locaux et nationaux pour rentabiliser au maximum l'utilisation de son réseau de câbles et de satellites. Cette utilisation optimale réduira les coûts d'opération et se traduira, pour la clientèle, par une baisse de prix.

Téleglobe Canada veut également profiter pleinement de son expérience et de sa situation géographique privilégiée pour devenir une plaque tournante des télécommunications internationales en Amérique du Nord. Les entreprises de télécommunications américaines représentent à la fois une concurrence directe et des partenaires stratégiques pour Téleglobe. Dans certains secteurs, la compagnie peut mieux desservir la clientèle américaine à cause de sa spécialisation et de taille relativement plus petite qui lui donne une plus grande flexibilité que les géants à multi-têtes.

Par le biais de son autre division, Téleglobe International, Téleglobe multipliera, dans les mois et les années à venir, ses interventions sur la scène mondiale. Elle partagera ses connaissances avec des pays qui ont besoin de ce savoir-faire pour se développer. En ►

La vision de Charles Sirois

Depuis le début de l'année, un tout nouveau président dirige les destinées de Téleglobe. Bien connu des milieux d'affaires tant à l'échelle nationale qu'internationale, Charles Sirois est arrivé à Téleglobe précédé d'une réputation de visionnaire qui lui vient des énormes succès qu'il a connus, il y a quelques années, alors qu'il façonnait l'industrie du cellulaire au Canada.

À peine âgé de 37 ans, le nouveau président croit en la mission internationale de Téleglobe. C'est d'ailleurs une profonde réflexion sur le fonctionnement et l'évolution de l'industrie des télécommunications qui l'a amenée à acquérir 12 p. cent des parts de l'entreprise, l'automne dernier.

Selon les experts, l'industrie de la communication représentera 6 p. cent de toute l'activité humaine à l'an 2010. C'est énorme et c'est ce qui explique l'incroyable bouleversement que vit l'industrie depuis quelques années.

Ce bouleversement, croit Charles Sirois, aboutira au Canada par une fragmentation du marché. Une foule d'entreprises se partageront, d'ici quelques années, la clientèle, dit-il. Ensembles, elles formeront un réseau de télécommunications très complexe.

À l'international, c'est l'inverse qui se produira, prévoit Charles Sirois. Quelques grosses entreprises accapareront tout le marché international. À cause de leur pouvoir, elles achemineront toujours plus de trafic, dicteront les règles du jeu et feront les alliances les plus judicieuses.

Comment Téleglobe tirera son épingle du jeu? «Lorsqu'une activité humaine devient importante, la spécialisation est la clé du succès, affirme Charles Sirois. Et Téleglobe est le seul télécommunicateur dans le monde à se spécialiser dans l'international. C'est notre force!»

Déjà, de part son mandat exclusif, Téleglobe est le seul télécommunicateur, sur la scène nationale, autorisé à acheminer les télécommunications internationales au Canada. Sur la scène internationale, l'entreprise dispose d'atouts majeurs pour maintenir sa place parmi les géants: une connaissance dans le domaine des télécommunications internationales, une histoire et un savoir-faire reconnu mondialement. Dans la vision de Charles Sirois, Téleglobe met donc, plus que jamais, le cap sur l'international. C'est à suivre...

► moins de trois mois, Téléglobe International vient, par exemple, de brancher sur le monde la République de Moldavie, autrefois rattachée à l'Union soviétique. Téléglobe a installé une antenne-satellite reliant directement la nouvelle République au Canada. Par ce biais, les Moldaviens ont accès à tout le réseau international de Téléglobe.

L'entreprise veut non seulement aider les pays qui, comme la Moldavie, ont besoin de mettre sur pied un système de télécommunications internationales, mais se proposera comme partenaire financier.

QUARANTE ANS D'EXPÉRIENCE

Évidemment, tout cela exige beaucoup de doigté. En quarante ans d'histoire, Téléglobe Inc. n'en est toutefois pas à ses premiers défis.

Créée en 1950 de la nationalisation de deux entreprises de télécommunications, Téléglobe Canada a hérité, à sa création, de stations radioélectriques de haute fréquence et de câbles télégraphiques. La nouvelle entreprise dispose, en ce début de décennie, de trois circuits téléphoniques outre-mer fonctionnant par radio HF et de treize circuits télégraphiques sous-marins. Elle assure un service télégraphique à destination du Royaume-Uni, de l'Australie, de la Barbade, de New York et de Saint-Pierre-et-Miquelon en plus d'offrir un service radiotéléphonique vers le Royaume-Uni et les Antilles.

À peine trois ans après sa créa-

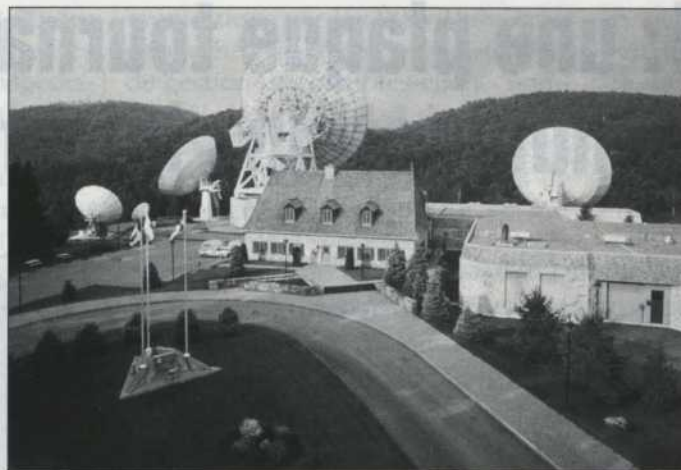


Photo : TÉLÉGLOBE

tion, Téléglobe signe une entente avec ses correspondants américain et britannique en vue de construire et d'entretenir le premier câble transatlantique coaxial multifonctionnel au monde, baptisé le TAT-1. En plus d'offrir une qualité de service exceptionnel, ce premier câble permet la transmission de photos, la diffusion d'émissions radio-phoniques et la communication d'abonné à abonné, via le télex.

À cette première se succéderont un nombre impressionnant de câbles sous-marins plus performants les uns des autres, qui tapissent maintenant le fond des océans Atlantique et Pacifique et permettent une communication quasi-instantanée avec plus de 200 pays.

À ce réseau est venu se greffer en 1965, le premier satellite commercial de télécommunications. Téléglobe a fait partie des quelques entreprises qui ont pris le risque de développer, dès le départ, ce réseau qui compte aujourd'hui huit satellites couvrant toutes les régions du monde.

Les énormes bouleversements technologiques qui ont ponctué les quarante années d'histoire de Téléglobe ont permis aux employés de se bâtir un savoir-

faire de première main.

Pour exploiter ce savoir-faire dans un milieu de plus en plus concurrentiel, le gouvernement canadien cédait, en 1987, à une entreprise privée, Memotec Data, les actifs de Téléglobe. Afin de répondre à ses nouveaux objectifs de rentabilité, la compagnie a alors amorcé un important virage qui fait des besoins du client le coeur de ses préoccupations. Le passage du public au privé ne s'est pas fait sans quelque grincements de dents. Mais les deux ingrédients nécessaires à la réussite étaient là: la compétence et la volonté de changer...le monde!

**Groupe des Communications
Telelobe Inc. ■**

QUAND ON A DES OBJECTIFS ÉLEVÉS

Au coeur des affaires
avec 38 bureaux
au Québec.

**Samson Bélair
Deloitte &
Touche**



IL FAUT AUSSI AVOIR DES APPUIS SOLIDES

LIBERTÉ D'EXPRESSION!

Les communications de l'an 2000

Dans l'ombre du boom cellulaire s'amorce une nouvelle génération de technologies qui révolutionneront nos habitudes de vie. D'ici l'an 2000, le Réseau de Communication Personnel (RCP) fera partie de notre vie de tous les jours, car ce qui compte c'est d'être sur la même longueur d'onde !

Depuis son arrivée au Canada en 1985, le téléphone cellulaire n'a cessé de s'adapter, de s'améliorer, de s'embellir et de perdre du poids pour devenir de plus en plus performant et accessible. Son champ d'action s'est multiplié. Appréciée surtout par les gens d'affaires, bâtisseurs, policiers, camionneurs, la téléphonie cellulaire intéresse maintenant les personnes du troisième âge et les parents d'adolescents puisque la sécurité s'est hissée au deuxième rang des raisons pour lesquelles on fait l'acquisition d'un téléphone cellulaire.

De ce fait, on compte aujourd'hui au Canada près de 800 000 utilisateurs. «On prévoit que ce nombre passera à plus d'un million d'ici 1993 et à trois millions en l'an 2000. La téléphonie cellulaire

s'est imposée parce qu'elle répond aux nouveaux modes de vie des Nord-Américains. Les impératifs de la compétition, le souci de demeurer constamment en contact avec les clients, la capacité de réagir rapidement quelle que soit la situation, sont autant de facteurs qui expliquent les origines de l'engouement des Canadiens pour ce moyen de communication», souligne J.R. Cole, v.-p., Bell Cellulaire.



Fuseau horaire à l'heure internationale; une société sans espace ni temps.

FUSEAU HORAIRE À L'HEURE INTERNATIONALE OU L'HEURE DE LA PRODUCTIVITÉ

La téléphonie cellulaire nous rend libre, mobile et productif. Des études démontrent qu'on arrive à récupérer près d'une heure par jour, soit cinq heures par semaine ou l'équivalent d'environ six semaines de travail par

année grâce au cellulaire!

Un sondage Gallup effectué récemment pour le compte de la société Motorola nous indique que 87% des personnes interrogées sont d'avis que leur téléphone cellulaire les a rendus nettement plus efficaces.

«La qualité de notre technologie n'est d'ailleurs pas étrangère à ce succès», souligne Jean Barrette, directeur du Service de l'ingénierie chez Bell Cellulaire.

«Plusieurs pays ont leurs

yeux rivés sur notre réseau et nos méthodes de travail, non seulement en ce qui concerne les réalisations d'aujourd'hui mais également celles de demain.

Grâce à l'avènement de la bureautique mobile, on peut aujourd'hui envoyer ou recevoir des documents en pleine heure de pointe à partir de son véhicule ou encore transmettre des données électroniques par modem à son bureau depuis un chantier de

► construction. On peut même établir une conférence téléphonique avec Bangkok et Toronto depuis le 10^e trou d'un terrain de golf. La téléphonie cellulaire assimile la voix, les données et les documents.

Dans son livre intitulé *Future Perfect*, John Nesbitt nous parle d'une société sans espace ni temps. Le modèle imaginé par le sociologue américain pour la société de demain fait référence aux nouvelles technologies, en particulier la téléphonie cellulaire et le Réseau de communication personnel (RCP).

UN NUMÉRO DE TÉLÉPHONE COMME UNE EMPREINTE DIGITALE

Au cours de la prochaine décennie, le RCP révolutionnera notre façon de communiquer. Il aura pour effet de réduire à sa plus simple expression notre liste de numéros de téléphone personnels, par exemple celui de la maison, du chalet, du bureau, de la voiture, du téléavertisseur, etc. Vos correspondants n'auront plus à téléphoner à des lieux physiques pour vous rejoindre; ils communiqueront

plutôt avec vous directement. À chacun son numéro de téléphone, tout comme une empreinte digitale ou un numéro d'assurance-sociale. Le RCP sera synonyme également de la convergence de plusieurs technologies au sein d'un seul et unique appareil. Qu'il s'agisse de réception de données, de transmission de directives, de messagerie électronique ou d'archivage de documents graphiques, le Réseau de communication personnel répondra à toutes vos exigences où que vous soyez et quand vous le voudrez. Au bureau ou à la maison, en bateau ou en avion, en marchant ou en roulant à 100 km/heure, votre appareil de communication personnel syntonisera la technologie appropriée à vos besoins.

Au cœur du RCP se trouve l'intégration des téléphones conventionnelle et cellulaire, du téléavertisseur, des communications satellites, des systèmes tels que le téléphone personnel sans fil (à l'essai présentement) et de banques de données spécialisées. Votre Réseau choisira pour vous la technologie la plus appropriée et la plus profitable.

DES REVES QUI DEVIENDRONT BIENTOT RÉALITÉ

Qui ne rêve pas d'avoir à bord de son véhicule un système lui permettant de connaître l'état des routes, les rues en construction ou le parcours le plus rapide pour se rendre à une nouvelle destination? Le RCP nous facilitera la vie de tous les jours car ses pos-

un avis concernant un changement d'horaire. À votre sortie de réunion, le RCP vous confirmera la présence des membres de votre équipe selon le dernier avis de convocation; par ailleurs, il vous rappellera que Monsieur X tente de vous rejoindre depuis plus d'une semaine; que répondrez-vous à votre Réseau?

Le RCP: un système intelli-



PHOTO: BELL CELLULAIRE

Une nouvelle génération de technologies qui révolutionnent nos habitudes de vie.

sibilités sont innombrables. Avez-vous songé qu'en dictant des données à votre appareil de communication personnel, un rapport écrit pourrait être transmis simultanément à votre bureau? Technologie «intelligente», le RCP fera la répartition de vos communications comme vous le désirez. Au cours d'une réunion, il vous acheminera directement l'appel urgent que vous attendez afin de conclure une entente. De plus, votre Réseau prendra vos messages personnels, dirigera les appels concernant un dossier spécifique à votre collègue et distribuera à tous les membres de votre service

gent et un assistant des plus précieux.

LE RCPISTE, UNE NOUVELLE GÉNÉRATION

Muni d'appareils ultra-légers et miniaturisés, le RCPiste aura sa montre Dick Tracy ou parlera à son crayon sans étonner qui que ce soit. Avec l'arrivée du Réseau de communication personnel, le mot télécommunication ne sonnera plus jamais comme avant!

L'avenir de la communication est à la simplicité; l'avenir est à la liberté... d'expression!

Marie F. Caron ■

Bell Cellulaire
Directrice - Service des communications d'entreprise

JEAN PELLETIER, Avocat

Agent de marques - Droit des affaires

Jolin Fournier Morisset
2960, Boul. Laurier, bureau 500
Sainte-Foy (Québec)
G1V 4S1
Tél. (418) 651-1900
Fax. (418) 651-7410

VIDÉOWAY ou la percée d'un système multimédia

Au Québec, un abonné de Vidéotron sur cinq est muni de son terminal Vidéoway. Pourtant, aucun service transactionnel du genre Minitel n'est présentement disponible aux 160 000 foyers (mai 1992) qui défraient 7,95 \$ ou 18,95 \$ de plus par mois pour louer le terminal. Voici comment les responsables de la commercialisation chez Vidéotron expliquent le succès de leur poulain.

C'est à Dallas en mai 1991 que Vidéoway était offert pour la première fois aux regards et aux touchers des représentants de l'industrie américaine du câble et des télécommunications. Un

bon nombre de ces professionnels ont pu ainsi regarder les différentes zones du baseball interactif, essayer le golf en jeu vidéo et consulter la météo à Hong Kong. Plus que la polyvalence du système, ce qui les a laissé pantois est le nombre d'abonnés à Vidéoway : plus de 200 000 au Québec et au Royaume-Uni. Alors que de grandes entreprises comme Apple et Hewlett-Packard présentaient une idée ou un prototype, Vidéoway, bien installé dans les stands de ses manufacturiers Regal et Zenith, donnait un aperçu des quelque 200 services déjà disponibles au Québec.

«Nous avons constaté les mêmes réactions et le même engouement chez les Américains que chez nous», affirme Jean-Paul Galarneau, directeur des communications chez Vidéotron. «Les télédistributeurs présents au congrès de Dallas tout comme ceux qui viennent nous voir à Montréal sont fascinés par les possibilités du système; surtout ceux qui sentent venir les bouleversements provoqués par le rapprochement grandissant du câble avec l'informatique et la téléphonie.»

UN SYSTEME POLYVALENT ET INTÉGRÉ

Vidéoway permet avant tout d'offrir en un seul boîtier toute la gamme des services associés traditionnellement au câble : câbloselecteur, télé payante, télé à la carte, télévision interactive et décodeur pour malen-

tendants. Encore aujourd'hui, des millions de foyers nord-américains utilisent un décodeur différent pour chacune de ces fonctions, ce qui résulte en une multiplicité de décodeurs et de tarifs. Le responsable de commercialisation de Vidéoway chez

Vidéotron, Alain Hade, souligne l'importance de l'intégration de plusieurs services dans une même boîte :

«La plupart des fonctions de Vidéoway "dorment" jusqu'au moment où l'abonné décide de les essayer. Ainsi on pourrait croire que seules les personnes atteintes de surdité utilisent le décodeur pour malentendants, mais il n'en est rien. Beaucoup de gens regardent des émissions dans la version originale anglaise tout en activant le décodeur pour sous-titres afin de comprendre les mots qu'ils entendent. C'est une facette d'utilisation que nous n'avions pas prévu au départ.»

La capacité de Vidéoway dépasse largement les fonctions de décodage : c'est avant tout un micro-ordinateur qui a tous les attributs nécessaires du système multimédia de l'avenir.

De simple fournisseur de canaux de télévision, le télédistributeur peut donc devenir fournisseur de services télématiques, offrant une valeur ajoutée à son réseau câblé avec de nouveaux services pour ses clients : jeux vidéo, vidéotex, télétextes, courrier électronique, etc. Vidéoway permet aussi à l'opérateur de réseaux câblés d'aller chercher de nouveaux revenus grâce à la publicité vendue sur les pages télématiques. Tout un changement pour une entreprise qui croyait devoir obligatoirement passer toute la facture directement à ses abonnés! ►



Photo : Danyel THIBEAULT

NOUVEAUX SERVICES

Vidéoway a surtout été associé à la télévision interactive, mais ce sont les services télématiques qui ont la cote de popularité (voir tableau). Leur utilisation va d'autant plus augmenter lorsqu'ils acquerront une dimension transactionnelle. Dès 1993, Vidéotron rendra bi-directionnel ses réseaux câblés, donnant ainsi accès à ses abonnés au téléachat, aux services de télébanque et de domotique. Vidéotron entrevoit avec beaucoup d'optimisme les résultats que va apporter la bidirectionnalité :

«Si nous pouvons offrir les réservations de billets d'avion ou de théâtre, ou les transactions bancaires à domicile, nous sommes susceptibles d'intéresser même les gens qui ne regardent pas la télé!», affirme Alain Hade. «Non seulement peut-on entrevoir une augmentation de la pénétration du câble mais aussi une augmentation des abonnements; Vidéoway sera utilisé comme outil de divertissement à la maison et comme outil de travail au bureau.»

L'EFFET VIDÉOWAY

Cet optimisme, les responsables de Vidéotron le justifie par les résultats plus qu'encourageants obtenus depuis deux ans. Au niveau de la télé payante par exemple, la technologie Vidéoway a réduit considérablement la piraterie principalement à cause de son triple niveau d'encodage. Avec son multiplexeur intégré, Vidéoway a aussi permis au canal de films Super Écran de donner plusieurs choix de films simultanément, une technique de pointe peu répandue jusqu'ici. Jacques Archambault, directeur de la publicité et de la promotion de Premier Choix : TVEC Inc. a été témoin de la relation très profitable entre Vidéoway et la chaîne de télé payante. Alors que depuis deux ans Super Écran a enregistré une augmentation de 94% chez les abonnés de Vidéotron, cette moyenne n'a été que de 9% chez les autres télédistributeurs canadiens. La forte présence des abonnés Vidéoway explique aussi pourquoi Super Écran n'a jamais eu autant d'abonnés qu'aujourd'hui (197 576 en février 1992).

«Si la télé payante a permis à Vidéoway une pénétration rapide du marché grâce au changement des décodeurs traditionnels, le système a ensuite été bénéfique pour la télé payante en lui amenant plus d'adeptes», renchérit Jacques Archambault. «Plutôt que d'opter pour la formule à 7,95 \$ par mois, les abonnés Vidéoway choisissent très majoritairement (à 76%) de payer 18,95 \$ pour avoir Super Écran.»

VIDÉOWAY EN EUROPE

Après avoir modifié le paysage de la télédistribution au Québec, il sera intéressant de voir l'impact que Vidéoway aura à l'étranger. Il y a présentement 35 000 unités dans les foyers britanniques et le nombre devrait grimper à 60 000 cet été. Dès septembre, la compagnie danoise KTAS va entreprendre un test

de marché auprès de ses abonnés du câble et du téléphone à Copenhague. Cette compagnie intégrée de télécommunications cherchait depuis quelques temps un véhicule pour assurer la nouvelle génération de services pour ses abonnés.

«Cette nouvelle génération de services pour les consommateurs a d'abord été développée à Montréal», souligne fièrement Jean-Paul Galarneau. «C'est à partir de l'expérience québécoise que d'autres marchés vont adopter les systèmes multimédia, et pourquoi pas Vidéoway.»

Sylvain Leclerc ■

Vidéotron

ABONNÉS VIDÉOWAY

Tableau des habitudes d'écoute

Jeux vidéo	5,5 heures
Services vidéotex	2
Télévision interactive	4
Total d'utilisation par foyer à chaque semaine :	11,5 heures

Résultats publiés par le Groupe de recherche sur les jeunes et les médias, Université de Montréal - février 1992..



Bombardier Inc.

Chef de file canadien

dans les industries

du matériel de transport

et de l'aéronautique

Le Canada : chef de file dans les télécommunications mobiles

Les télécommunications jouent un rôle fondamental et essentiel dans le développement économique du Canada. La topographie et le climat de notre pays ont toujours créé un énorme besoin pour les services de qualité et d'innovation. Les communications mobiles sont rapidement devenues le domaine connaissant la plus grande croissance, mettant à profit des technologies très évoluées, et ce, tant à des fins personnelles et commerciales. Les messages ne voyageront plus uniquement d'une place à l'autre mais seront plutôt transmis d'une personne à une autre, et ce à n'importe quel moment et à n'importe quel endroit, au sein de ce qui sera connu comme un réseau de communications personnelles.

Depuis sa création en 1987, BCE Mobile s'est fermement établie comme l'un des principaux fournisseurs de services de communications mobiles intégrés en Amérique du Nord. BCE Mobile a été fondée par BCE Inc., la compagnie mère de Bell Canada, ainsi que par Charles Sirois, fondateur et actionnaire principal de National Pagette avant son acquisition par BCE Mobile en 1987. BCE Mobile est détenue à 66% par BCE Inc. et ses actions sont inscrites aux bourses de Montréal et Toronto.

BCE Mobile est une société de portefeuille dont les principales filiales en exploitation comprennent:

- Bell Cellulaire Inc. - compagnie qui offre des services de téléphonie cellulaire desservant quelque 90% de la population de l'Ontario et du Québec, et ce, dans l'un des plus longs corridors de service cellulaire continu au monde;

- National Pagette Ltée - le plus grand fournisseur au Canada de services de

gestion de messages, incluant le téléavertissement:

- Bell Radiocommunications Inc. - un intégrateur de systèmes de radiocommunications pour les utilisateurs de grands systèmes privés tels les organismes gouvernementaux.

Parmi les autres secteurs d'activité, il faut inclure les services de radiocommunications mobiles de données fournis par Bell-Ardis Inc., les services de télécommunications air-sol fournis par Skytel Communications Corporation, et les services de financement d'équipements fournis par Corporation Financière Télétech.

Le principal secteur de croissance dans les opérations de BCE Mobile est certainement le service cellulaire.

Introduit au Canada en 1985, le secteur dépasse maintenant un milliard de dollars en revenus annuels. Presque 83% de la population canadienne peut être desservie par un réseau cellulaire et nous comptons déjà presque sept cent mille (700 000)

usagers cellulaires à travers le Canada. Malgré la contre performance de l'économie canadienne en 1991, les services cellulaires ont tout de même enregistré une forte progression de revenus. De plus, l'introduction des nouvelles technologies au sein des réseaux cellulaires, afin de transformer ces réseaux au système numérique, fera accroître sensiblement la

capacité des réseaux actuels et permettra à Bell Cellulaire de continuer sa croissance telle que prévue.

Un des changements importants dans l'usage des services cellulaires et d'autres services de radiocommunications mobiles est l'intérêt des usagers d'avoir de plus en plus de flexibilité portative en comparaison aux services de radiocommunications mobiles originant des véhicules. Tandis que les services depuis des automobiles ont formé la base de la croissance des services cellulaires, aujourd'hui, beaucoup plus que la moitié des appareils cellulaires vendus sont des appareils portatifs qui peuvent être transportés n'importe où.

En 1991, un des développements les



Photo : B.C.E. MOBILE

plus intéressants dans le domaine des radiocommunications mobiles au Canada a été les premiers essais commerciaux en Amérique du Nord du service de téléphone sans fil personnel. Le téléphone sans fil personnel est un terminal léger, portatif et entièrement numérique qui peut être utilisé à la maison comme un téléphone, dans un lieu public, telle une boîte ►

► téléphonique, ou encore dans un lieu privé, tel une extension de l'auto commutateur du bureau. Actuellement, les deux principales différences entre le téléphone sans fil personnel et le téléphone cellulaire sont la couverture cellulaire ainsi que le transfert de la communication entre les stations cellulaires s'adaptant à la vitesse du véhicule.

Le téléphone sans fil personnel constitue un jalon important en vue de la mise au point d'un système de communications personnelles qui comprendra de multiples réseaux et de multiples services. De fonctionnement facile pour l'utilisateur, le système de communications personnelles intégrera plusieurs services de technologie et de réseaux de communications mobiles en un seul service permettant à l'utilisateur d'être joint à de nombreux endroits différents grâce à un seul numéro de téléphone.

Les premières années de BCE Mobile ont été marquées par sa forte croissance des abonnés, des revenus et de l'infrastructure des opérations. Les efforts des compagnies du groupe BCE Mobile ont porté sur la prestation d'un excellent service à nos abonnés ainsi que sur la constitution d'un avantage concurrentiel qui été soutenu par nos entreprises, tant au niveau de la planification que de la dérivation vers de nouveaux services. En 1991, la qualité exceptionnelle du service à la clientèle de Bell Cellulaire a été reconnue lorsque la compagnie est devenue la pre-

mière entreprise canadienne à recevoir le prestigieux "Gold Award for Service Excellence" du "International Customer Service Association", un honneur dont nous sommes tous extrêmement fiers. Nous croyons fermement que la concentration de nos efforts favorisera notre croissance au cours des années à venir.

Malgré le fait que BCE Mobile n'a pas encore réalisé de bénéfices nets au cours

de la période de développement de ses opérations, la valeur des actions au marché se situe bien au-delà de deux milliards de dollars. Il s'agit là d'un indice important de la forte confiance des investisseurs en l'avenir des services offerts par les compagnies du groupe BCE Mobile.

Guthrie J. Stewart ■

Vice-président, chef du service juridique et secrétaire

Alepin Gauthier AVOCATS

FRANÇOIS ALEPIN, LL. L. *
BRIGITTE GAUTHIER, LL. B. **
VINCENT MARTINBEAULT, LL. L.
YVES PAQUETTE, LL. B.
LUCIE BOITEAU, LL. B.
MARIE-LOUISA SANTIROS, LL. B.
DANY PILON, LL. B.
JOSÉE TURCOTTE, LL. B.
NATHALIE PROULX, LL. B.

AVOCATS

PROCUREURS ET
CONSEILLERS JURIDIQUES

681-3080

*D.E.SP. DROIT COMMERCIAL

- Agent de marques de commerce
- Litige commercial
- Droit des franchises
- Immigration

**PRATIQUE DU DROIT CONCENTRÉ EN

- Droit de la famille
- Divorce
- Séparation
- Pension alimentaire
- Patrimoine familial

Aide juridique acceptée

Déménagez-vous en France ou à l'étranger?



Quelle que soit votre destination dans le monde, que vous ayez beaucoup ou peu de meubles, nous déménageons vos biens avec rapidité et en toute sécurité. Nous nous occupons de tout: emballage, expédition, assurance, douanes. Nous assurons des services réguliers de groupage par conteneur vers le Royaume Uni, l'Europe, le Japon, l'Australie et la Nouvelle Zélande.

ESTIMATION GRATUITE

MONTRÉAL 636-8062 OTTAWA 521-6999 TORONTO 890-9111 VANCOUVER 273-2012 CALGARY 279-8030



Vancouver Calgary Toronto Ottawa Montréal New York Chicago Los Angeles - Compagnies-Associées Internationales

Les télécommunications au Canada

Les télécommunications permettent le transfert d'informations sur toute la surface du globe à peu près à la vitesse de la lumière. Elles sont l'un des grands facteurs de la mondialisation de l'économie.

Le système de communication du Canada n'a rien à envier à aucun autre pour la disponibilité, la diversité et la qualité de ses services. Plus de 98% des ménages ont le téléphone et les quelques 27 millions d'habitants du pays disposent de plus de 15 millions de lignes téléphoniques.

Le Canada est entré dans l'ère des télécommunications dès 1846. En 1847, la première société télégraphique d'envergure exploitait des lignes reliant Trois-Rivières à Toronto, une distance de 700 kilomètres.

La liaison télégraphique entre Halifax et Vancouver a coïncidé avec l'achèvement du chemin de fer transcontinental en 1885. Les télécommunications ont évolué rapidement au 20^e siècle. Le premier service de radiodiffusion, établi en 1915, a été étendu à tout le pays en 1932. En 1964, les sociétés de chemin de fer CN et CP inauguraient un réseau national de communications par micro-ondes.

Le téléphone a aussi évolué rapidement après le premier interurbain effectué par Alexander Graham Bell de Brantford à Paris, en Ontario. La société Bell a été fondée en 1880. À cause de la difficulté des communications téléphoniques à grande distance,

la société a d'abord implanté des services locaux qui ont été reliés par un réseau transcontinental au début des années 1930.

Le premier service téléphonique international a été inauguré en 1927 entre le Canada et le Royaume-Uni. Six ans plus tard, le Canada était relié par téléphone à l'Europe, l'Asie, l'Afrique et l'Australie.

Le Canada a fait œuvre de pionnier dans les communications spatiales. Le satellite Alouette 1 a été lancé en 1962. Dix ans plus tard, la société Télésat, formée en 1969, a lancé et mis sur orbite Anik A-1, le premier satellite géostationnaire de communications intérieures.

Entre-temps, la recherche sur la commutation se poursuivait activement. La société Northern Telecom a fait un grand bond dans les années 70 avec la mise au point des commutateurs numériques DMS. Ils ont singulièrement amélioré la commutation dans le réseau téléphonique, depuis la commutation internationale jusqu'à la commutation locale.

L'introduction des ordinateurs a donné naissance à la téléinformatique et à l'exploitation de réseaux de télécommunications en temps partagé. En 1973, le Canada est devenu le premier pays à disposer d'un réseau commercial de transmission numérique. Dans les années 70, les Canadiens ont participé à l'élaboration de la norme internationale (X.25) pour les réseaux informatiques partagés publics. Un système administratif inter-

actif, le DATAPAC, est entré en service en 1977.

La géographie du Canada a forcé ses habitants à trouver des modes sûrs et économiques de communication à grande distance. On a mis au point des systèmes de télécommunications hautement perfectionnés et pris des mesures favorisant l'industrie des télécommunications. Les Canadiens ont accès à un réseau de télécommunications très étendu, conçu et construit par l'industrie canadienne, à prix compétitifs.

En 1990, les secteurs de la fabrication et des services de l'industrie canadienne des télécommunications employaient plus de 125 000 personnes et réalisaient 21 milliards de dollars de revenus.

Les sociétés canadiennes de télécommunications, notamment Bell Canada, Teleglobe, Télésat, B.C. Tel, Unitel, Québec Téléphone, Cantel et BCE Mobile, offrent un large éventail de services de transmission de voix et de données. Grâce au regroupement des principales sociétés de télécommunications dans : Gestion de réseau canadien Stentor (autrefois Télécom Canada), il est possible de communiquer rapidement et efficacement avec n'importe quelle partie du Canada et du monde. De plus, quelque 200 sociétés de radiocommunications offrent des services de téléavertisseurs et de radiotéléphonie mobile, surtout en milieu urbain. Environ 85 % de la population canadienne a accès au téléphone cellulaire, qui compte plus de

600 000 abonnés dans les régions métropolitaines des dix provinces canadiennes.

La plupart des sociétés canadiennes de télécommunications sont dominées par des intérêts canadiens. Elles utilisent pratiquement tous les modes de transmission électronique. Stentor et Unitel exploitent des voies de transmission par micro-ondes pour les communications interurbaines et interprovinciales. Le réseau de satellites et de stations terrestres de Télésat Canada ajoute à la capacité des réseaux de transmission par micro-ondes et permettent d'atteindre les régions éloignées qui ne sont pas reliées par des lignes terrestres. Stentor, Teleglobe et Unitel remplacent progressivement leurs câbles à base de cuivre par des fibres optiques et passent à la transmission numérique. Les artères de télécommunications les plus achalandées qui relient les grandes villes ont déjà été converties au numérique. Les sociétés de télécommunications cherchent à établir des normes internationales pour la numérisation des signaux vocaux analogiques sans sacrifier la facilité d'utilisation ni l'accès universel auxquels les abonnés sont habitués.

En 1992, les Canadiens bénéficient d'une gamme variée de services ultramodernes qui n'existaient pas il y a à peine dix ans : guichets automatiques, téléphones cellulaires, télécopieurs (FAX), et code d'appel d'urgence 911 désormais accessible à plus de 12 millions de personnes. ►

► Les télécommunications abolissent les distances dans un pays aussi vaste que le Canada et permettent à la population de localités éloignées de profiter de services considérés comme allant de soi dans les grandes villes. Voici quelques exemples :

- La Cour Suprême du Canada a recours à la vidéoconférence pour communiquer avec les régions dans l'examen de causes inscrites en appel.
- Le programme "L'École du futur", introduit par la société Sasktel, permet aux élèves d'une école de la Saskatchewan de communiquer par ordinateur avec des écoliers d'autres pays.
- Au Manitoba, 90 localités isolées bénéficient de l'enseignement primaire et secondaire grâce à une liaison directe par satellite avec des enseignants de Winnipeg, la capitale.
- Les étudiants de l'Université de Montréal bénéficient d'un service téléphonique très perfectionné qui comporte notamment la messagerie vocale.
- À Toronto, un hôpital fait l'essai d'un nouveau service de communications personnelles. Il permet de joindre n'importe quel membre du personnel infirmier et médical où il est grâce à des téléphones portatifs sans fil.

Ce genre d'innovations a valu à l'industrie canadienne des télécommunications de maintenir un rythme de croissance élevé au fil des ans.

Denis Lachance ■
Communications Canada

Le droit des télécommunications au Canada

Derrière chaque émission de radio et de télévision, derrière chaque utilisation du téléphone ou du télécopieur, il y a au Canada comme en France et dans la plupart de tous les pays du monde, une réglementation complexe. Les textes législatifs et les organes administratifs sont nombreux, afin d'assurer une coordination tant sur le plan technique que sur le plan des contenus des programmes. Le terme "télécommunications" couvre les réseaux téléphoniques par câble traditionnel, par fibre optique, par ondes transmises via relais terrestres, via satellites. Ces systèmes sont normalement destinés à la transmission des messages privés. Nous n'examinerons pas ce domaine. Nous aborderons ici les aspects juridiques de la radio-télédiffusion, c'est-à-dire les règles régissant les émissions de programmes destinés à l'écoute publique.

Les domaines de la radio et de la télévision sont au Canada, sous la juridiction fédérale. Bien évidemment la constitution de 1867 ne prévoyant pas cette activité, c'est par interprétation des tribunaux que la compétence a été dévolue au gouvernement central. Il existe une "Loi sur la Radio" dont le dernier texte de base date de 1970 et traite des aspects techniques. Une "Loi sur la radio-télédiffusion", de la même année, vise plus particu-

lièrement les stations émettrices de programmes publics.

Une "Réglementation Générale de la Radio" est élaborée et mise-à-jour constamment pour détailler l'application des principes de la Loi sur la Radio. Par ailleurs, le développement de la télévision et du câble a entraîné la rédaction de réglementations spécifiques à ces deux domaines.

On constate une double influence: comme en Europe, les médias audiovisuels sont conçus comme un service public; comme aux États-Unis ils sont gérés comme des entreprises commerciales privées. Une des constantes que l'on retrouve dans l'histoire de la réglementation de la télédiffusion est justement la canadianisation des entités et des programmes d'une part, et la privatisation des ces médias d'autre part. Les buts de la réglementation sont énumérés dans l'article 3 de la Loi sur la Radio Télédiffusion (notamment la combinaison de la participation du secteur privé et public; la propriété canadienne pour préserver le tissu culturel, politique, social, et économique canadien; liberté d'expression; contenu canadien; création de la société d'État Radio Canada; supervision de l'application de ces objectifs par un organisme public indépendant). Ce dernier point a amené la création du Conseil de la Radio-télévision et Télécommunications du Canada

(CRTC) totalement distinct du ministère des télécommunications.

C'est le ministère des télécommunications qui contrôle tous les aspects techniques et en particulier la conformité des stations avec les règlements internationaux de l'Union Internationale des Télécommunications (U.I.T.). Étant donné le très grand nombre de stations radio et télévision, il faut, par exemple coordonner toutes les fréquences, la localisation et les puissances des stations pour qu'elles n'interfèrent pas entre elles ou avec les stations américaines voisines. Le ministère définit les classes de licences, les certificats d'opération, les normes techniques, mais c'est le CRTC qui gère l'attribution des licences dans un contexte plus subjectif. Les critères sont principalement culturels, politiques, économiques et sociaux. Le CRTC émet les licences pour une période maximum de 7 ans (5 ans avant une modification de 1990) avec des conditions précises pour appliquer une politique d'orientation de la télédiffusion. Le CRTC doit tenir des audiences publiques avant l'émission des licences, mais il reste libre de décider que des audiences ne sont pas nécessaires. Des règles de procédure prévoient les formalités très détaillées que les demandeurs devront suivre pour obtenir, modifier ou renouveler une licence.

Par exemple, toute station de radio doit diffuser au moins 30 %

Dossier télécommunications

d'artistes canadiens; pour la télévision conventionnelle le contenu canadien doit être de 60% de l'ensemble des programmes, et une programmation locale (comme pour les nouvelles) doit être produite par chaque station. Pour les canaux spécialisés que l'on retrouve principalement sur le câble, le quota de contenu canadien varie, cas par cas (on comprend que des canaux destinés à des groupes ethniques puissent faire l'objet de dérogations) et il peut être exigé qu'un pourcentage des recettes soit appliqué à un fonds de développement des émissions. Les Français connaissent bien TV5, relayé par les cablodistributeurs. Il s'agit d'un canal spécialisé

organisé par un consortium de toutes les télévisions francophones du Canada (Radio-Canada, Radio-Québec, etc.), les grandes chaînes de la télévision publique française et de nombreux pays francophones à travers le monde. La licence a été donnée en 1991 pour deux ans. En 1993, le consortium devra donc présenter une demande de renouvellement appuyée de tous les motifs justificatifs, de la description des contenus, etc.

En ce qui concerne les antennes paraboliques de réception des émissions relayées par satellites, la réglementation a été développée par les tribunaux; tout individu a le droit d'installer une telle antenne pour capter les signaux

des satellites et ainsi avoir accès à des dizaines de chaînes (notamment, américaines). Même les lieux tels que les brasseries peuvent posséder des antennes pour présenter des programmes dans leur salle. La seule restriction est l'installation d'une antenne pour redistribuer dans un complexe d'appartement ou un hôtel, les programmes reçus des satellites. En effet le propriétaire jouerait, alors, le rôle de cablodistributeur, profession elle-même strictement réglementée. Il faut alors une licence.

Ce très sommaire résumé ne donne pas vraiment une idée de la complexité des législations et leurs réglementations d'application, tant dans le domaine tech-

nique de la radio que dans le domaine du contenu des émissions. Deux organismes sont impliqués; des critères variables sont appliqués selon les cas. Nous risquons même de voir resurgir bientôt dans le "paysage audiovisuel" la querelle sur le doublage en français des films étrangers présentés sur les chaînes canadiennes. Les artistes canadiens réclament une plus grande proportion et la réglementation pourrait intervenir pour mettre en application des politiques. Mais nous dépassons là, le cadre juridique strict des radio-télécommunications.

Jean-Louis Magdelénat ■

Docteur en droit (France)

Docteur en droit (McGill)

Associé du Cabinet: Magdelénat, Tobolewski, Gagné (Montréal)

VOIR PLUS LOIN...



De France ou de pays d'Afrique, du Canada, de Suisse ou de Belgique, de toutes les nations unies par la francophonie, des informations abondantes sur la situation internationale. TV5.

Des reportages à faire battre les cœurs, pris sur le vif aux quatre coins du monde. TV5.

Des face-à-face avec les auteurs et leurs œuvres, sur la scène internationale des arts et des lettres. TV5.

Des superproductions somptueuses, inédites, avec les plus grandes vedettes du spectacle. TV5.

Être branché sur TV5, c'est voir plus loin.

Le monde en français en exclusivité sur le câble.



Barphone: la Révolution numérique

Rester performant sur un marché, celui de la télécommunication, dominé par les grands groupes: tel est le défi relevé par Barphone.

Le grand chambardement des télécommunications n'est qu'à ses débuts ! La mise en place des réseaux numériques et le développement de la technologie du "sans fil" en sont les premiers effets.

Pour Barphone - une Pme qui conçoit, fabrique et diffuse des systèmes téléphoniques (autocommutateurs) de petite et moyenne capacité, destinés aux entreprises -, le grand défi est de faire face à l'augmentation des coûts de recherche engendrés par ces technologies complexes. «L'introduction du numérique exige un remplacement quasi complet de notre gamme de produits», souligne Michel Apchin, P-dg du groupe. L'entreprise joue donc à fond la carte de l'innovation, accompagnée par l'Anvar.

Un premier grand projet doit permettre au dernier des autocommutateurs Barphone (le système Génériss) d'assurer la gestion simultanée de la transmission de la voix et des données informatiques. «Génériss deviendra alors un "objet réseau", véritable cœur de télécommunication», explique Laurent Cuvelier, directeur du marketing de Barphone. Coût de l'opération: 24 millions de francs! Pour mener à bien ce programme, Barphone a opté pour le partenariat avec une autre Pme (OST), spécialisée dans la transmission de données informatiques.

Cette nouvelle version de Génériss sera commercialisée en septembre 92: seul autocommutateur à



BARPHONE S'EST VU RÉCOMPENSÉ DU JANUS DE L'INDUSTRIE 1991 POUR SES EFFORTS EN MATIÈRE DE DESIGN. CI-DESSUS, SOLARIS, NOUVELLE GAMME LANCÉE SUR LE MARCHÉ EN MAI 1991. UN SUCCÈS!

permettre la transmission simultanée de la voix et des données informatiques, il sera l'un des plus performants du marché. Mais Barphone voit plus loin, et cherche à mettre au point l'autocommutateur numérique sans fil. Il s'agit d'un perfectionnement de Génériss, consistant à développer une borne à antenne, permettant ainsi l'introduction dans l'entreprise du téléphone sans fil. «À l'avenir, grâce aux bornes de télécommunication, un seul appareil téléphonique que l'on portera sur soi permettra de passer des coups de fil, que l'on soit à domicile, au bureau ou à l'extérieur», prévoit Jean-Claude Olivier, contrôleur de gestion et responsable administratif des projets de développement.

Pour réussir ce projet, Barphone fait une nouvelle fois le choix du partenariat; technologique certes, mais aussi européen.

Barphone fabrique aussi des postes téléphoniques. Là encore, l'infor-

matique et le numérique sont à l'origine d'une véritable révolution. Plus intelligents, les postes se doivent aussi d'être plus conviviaux: «Il faut faire dans le domaine de la téléphonie ce que le Macintosh a réussi dans le domaine de l'informatique», précise Jean-Claude Olivier. L'apport du design est alors essentiel. Deux nouvelles gammes de téléphones (Hélios et Solaris) sont ainsi mises au point. Introduites sur le marché en mai dernier, elles connaissent un grand succès commercial. Barphone s'est vu récompensé du Janus de l'industrie 1991 pour les efforts développés en matière de design et d'ergonomie!

Pour Michel Apchin, dont l'entreprise consacre plus de 10% de son chiffre d'affaires à la recherche, une certitude: «Dans un secteur où la concurrence se compose uniquement de grands groupes, seule une stratégie de partenariat peut nous garantir notre indépendance.»

**“extrait du Courrier Anvar
n° mars-avril 1992 - PARIS” ■**

FRANCE TELECOM: la grande course autour du monde

La concurrence existe. Elle se rencontre chaque jour sur les liaisons internationales, les services à valeur ajoutée, bref sur tous les segments les plus riches d'avenir du marché des télécommunications. Même les grands utilisateurs deviennent des compétiteurs potentiels: les compagnies européennes de chemin de fer n'envisagent-elles pas d'associer leurs réseaux de télécommunications pour proposer des services à l'échelle continentale?

UN MARCHÉ À DÉCOUVRIR

Cette ambiance s'explique par un marché porteur. Les télécommunications "classiques" se développent au rythme de 7 à 10 % l'an. Les taux atteignent 15% pour la communication d'entreprise, 30% pour les services à valeur ajoutée, voire 100% pour les mobiles.

À la recherche de parts de marché et d'un moindre coût de production, les entreprises tendent à essaimer usines et distributeurs sur tous les continents. Les réseaux internationaux deviennent leur épine dorsale. Les opérateurs doivent donc proposer une offre globale, ce qui les conduit à une diversification géographique et structurelle.

La construction européenne ne fait qu'accroître cette tendance. L'échéance de 93 provoque un besoin d'échange d'informations entre institutions européennes, administrations nationales et tous les acteurs économiques. Dès 1987, le Livre Vert de la Commission de la CEE préconisait la libéralisation du marché des tribunaux, la séparation des fonctions d'exploitation et de réglementation et la libéralisation progressive des services (à l'exclusion des infrastructures, du téléphone et du télex). En décembre 1989, le Conseil européen des ministres a adopté deux directives: l'une pour libéraliser, l'autre pour harmoniser l'offre de services. La nouvelle loi française sur la réglementation des télécommunications donne une réponse nationale adaptée à ces changements.

Par ailleurs, comme le souligne le consultant Pierre Audoin, "le grand marché de 93 transfère le champ de la concurrence de l'espace européen à l'espace planétaire".

DES ACTEURS EN RANGS SERRÉS

Les principaux opérateurs ont réagi en menant une

politique d'expansion internationale. British Telecom a investi plus de 10 milliards de FF en deux ans pour des rachats d'entreprises aux EU, dont le réseau Tymnet, vétéran de la transmission de données, AT&T s'est emparé d'ISTEL, l'un des principaux prestataires de réseaux en Grande-Bretagne, moyennant 1,8 milliard de FF.

Au total, une vingtaine d'opérateurs peuvent afficher des prétentions mondiales. Aux EU, GTE MCI, US Sprint et les sept Baby Bells disputent à des degrés divers la suprématie d'AT&T. La compagnie espagnole Telefonica et la STET italienne viennent de remporter des succès en Amérique latine. Le britannique Cable & Wireless exerce son activité dans 36 pays. France Télécom a fait son entrée dans la cour des grands en 1990 par ses succès en Argentine et surtout au Mexique.

L'interpénétration des techniques a fait surgir de nouveaux acteurs; les constructeurs et sociétés

de services informatiques. IBM tend à se redéployer vers les réseaux, domaine plus profitable que la production d'ordinateurs. Du côté de SSH, le numéro 1 mondial, EDS (filiale de General Motors) et Geisco (filiale de General Electric) sont des candidats sérieux.

En fin de compte, dans dix ans, que restera-t-il de cette pluralité d'acteurs potentiels? Pour des raisons d'économie d'échelle et parce que les réseaux ont une vocation naturelle à la reconcentration, seules une demi-douzaine peuvent espérer franchir le tournant du siècle en position d'opérateur global. France Télécom a l'ambition de figurer parmi celles-là.

UN INVESTISSEMENT EN FRANCS ET MASSIF

La première erreur serait de s'en tenir à un "saupoudrage". France Télécom n'avait encore jamais pris



Photo : France Telecom

le contrôle de l'opérateur d'un grand pays, se contentant de prises de participations très minoritaires - juste pour prendre pied sur un marché ou pour réaliser des profits financiers -. Ainsi, en 1988, France Télécom a acquis 2% du nouvel opérateur international japonais ITJ (concurrent de KDD).

Les investissements devront désormais atteindre la masse critique qui confère, sinon le contrôle d'une entreprise, du moins un point d'ancrage suffisant. C'est là le seul moyen de valoriser les compétences de France Télécom en influant sur la gestion ou, à l'inverse, de retirer du savoir-faire de la société visée.

Ces préoccupations n'empêchent pas de viser une rentabilité correcte. Le taux de retour escompté est déterminé en tenant compte des risques (situation financière et économique fragile de certains États). Les affaires acquises doivent être aptes à vivre sur leurs propres ressources, une fois passée la phase de démarrage.

Exemple d'une telle politique: FCR a acheté 80% des actions de la société Cylix de Memphis (Tennessee). Spécialisée dans les réseaux de communication d'entreprise (VSAT), Cylix exploite 2 000 sites aux EU, pour 110 clients. L'opération visait à la fois la rentabilité et l'acquisition de connais-

sances sur cette technique en plein développement.

1 F POUR 1F

L'objectif quantitatif a été évalué en fonction du chiffre d'affaires global des services de télécommunications en France, qui devrait atteindre 200 milliards de FF en 2000. Le redéploiement à l'étranger vise à réaliser l'équivalent de 10% de ce total en chiffre d'affaires à l'étranger, soit quelque 20 milliards de FF. À titre de comparaison, les futures recettes du trafic international totaliseront elles aussi 20 milliards de FF en l'an 2000.

Ces 10% réalisés à l'étranger semblent faibles en pourcentage mais représentent beaucoup au regard du passé strictement hexagonal de France Télécom. Pour y parvenir, il faut investir environ 1 F pour dégager 1 F de chiffre d'affaires. L'objectif serait donc atteint moyennant une mise de fonds de 2 milliards de FF par an, soit 6% des investissements globaux de France Télécom. Il va sans dire qu'il s'agit d'approximations, les sociétés à forte rentabilité et forte croissance nécessitant un investissement souvent deux fois supérieur.

Sur le plan juridique, les sommes engagées à l'étranger étaient jusqu'à ce jour supportées par les filiales, sociétés de droit privé. Avec son nouveau statut, France Télécom peut assumer directement cette charge. Une structure spécifique va être créée pour le portage d'opérations importantes en capital: elles risqueraient de fausser les

comptes de sociétés ayant aussi des activités d'exploitation. Il s'agira d'une filiale directe non intégrée au holding Cogécom et purement juridique et financière.

Un Comité des investissements à l'étranger, présidé par le Directeur Général de France Télécom Charles Rozmaryn, coordonne cette politique. Il comprend huit membres permanents. L'aspect opérationnel est pris en charge par une Délégation aux investissements.

Les investissements à l'étranger pourront prendre diverses formes. Pour les opérations impliquant de grands clients, il est souhaitable de conserver un contrôle majoritaire. Lorsqu'il s'agit d'un prolongement du métier de base de France Télécom, le groupe recherchera une position d'opérateur principal, avec ou sans contrôle majoritaire. Si le but recherché est au contraire d'acquérir des compétences, la participation minoritaire semble mieux adaptée. C'est le cas d'Eucom, le holding franco-allemand dans le domaine des services à valeur ajoutée, dont le portefeuille comprend une majorité de participations minoritaires dans des domaines relativement éloignés des activités de base de France Télécom.

Mais il ne peut être question de saisir au hasard les occasions qui se présentent. De grands axes stratégiques ont été adoptés.

France Telecom ■

Direction générale
Délégation à la communication

L'ENGAGEMENT D'UN GRAND TRANSPORTEUR.



Pour vous permettre de gagner tous vos défis,
3000 professionnels du Fret vous offrent
une puissance de réaction disponible en permanence
sur les cinq continents.

Tél.: Montreal (514) 476.9600
Toronto (416) 676.3297

 GROUPE
AIR FRANCE • CARGO


AIR FRANCE
cargo

ALCATEL-ALSTHOM:

Un acteur de premier ordre au plan mondial

Avec un chiffre d'affaires consolidé de 160.2 milliards de francs en 1991 et 205000 personnes réparties sur les cinq continents, ALCATEL-ALSTHOM figure parmi les premiers groupes mondiaux. Il œuvre dans trois principaux domaines d'activités: les communications, l'énergie et les transports.

L'excellente performance d'ALCATEL-ALSTHOM a dit Pierre Suard, Président Directeur Général du groupe est le résultat de son dynamisme commercial, de la compétitivité de ses produits et de sa politique d'acquisitions importantes: Telettra en Italie, AEG Kabel en Allemagne, la division transmission de Rockwell aux États-Unis, Canada Wire et la division production d'énergie du groupe MIL au Canada.

ALCATEL, filiale à part entière d'ALCATEL-ALSTHOM est le premier industriel mondial des systèmes de communication et des câbles.

Présent dans 110 pays, ses filiales sont implantées dans 75 d'entre eux, produisent sous 25 nationalités différentes et emploient 120000 personnes.

Les métiers d'Alcatel couvrent l'ensemble des besoins en télécommunications: systèmes de commutation publique et de transmission de radiocommunications, systèmes de communication par satellite, systèmes de communications pour la défense, câbles d'énergie et de télécommunications, communications d'entreprise, électronique professionnelle et technologies liées aux systèmes de télécommunications, sans oublier l'ingénierie et l'installation de réseaux.

En matière de recherche et de développement, Alcatel joue un rôle de premier plan dans la mise en place du standard européen GSM de réseau cellulaire de téléphonie mobile: c'est aussi l'un des principaux acteurs de programmes RACE ESPRIT et EUREKA.

Alcatel est structuré en quatre groupes de produits, qui coordonnent ses activités sur chaque marché.

RADIOCOMMUNICATIONS, ESPACE ET DÉFENSE

Avec trente trois unités de production, réparties dans treize pays, Alcatel fabrique des équipements de transmission utilisés dans les radiocommunications, les communications par satellite et la défense. Ce secteur représente 10% du chiffre d'affaires total d'Alcatel et possède des références dans le monde

entier: liaisons hertziennes sur des distances inégales en Sibérie et en Asie du Sud-Est, charges utiles de satellites scientifiques, militaires ou de communication, systèmes de communication d'infrastructures ou tactiques pour les armées européennes ou équipements de télécommunications rurales en Amérique latine.

SYSTEMES DE RÉSEAUX

Alcatel fournit des systèmes de commutation publique, de transmission et de raccordement d'abonnés pour tous les types de réseaux transmettant, voix, textes, données et images.

Avec des ventes représentant 37% du chiffre d'affaires total d'Alcatel, Alcatel Network Systems répond aux besoins de développement de 110 réseaux nationaux. Implantées dans quinze pays, ses trente unités industrielles produisent les centraux numériques Alcatel 1000 E 10 et Alcatel 1000 S 12, ainsi que les équipements nécessaires à la mise en oeuvre des systèmes de télécommunications publiques.

Les activités se répartissent en trois domaines principaux. La division Public Switching Systems englobe la commutation téléphonique, la commutation par paquets et les réseaux intelligents, les systèmes de gestion de réseaux et de services de

télécommunications, les réseaux urbains et la commutation large bande. La division Line Transmission Systems comprend les systèmes de transmissions terrestres et sous-marins, les réseaux de raccordement d'abonnés pour les services à large bande et à bande étroite, ainsi que différents types

d'équipements de communication de données. La division Network Integration



Photo - ALCATEL-ALSTHOM

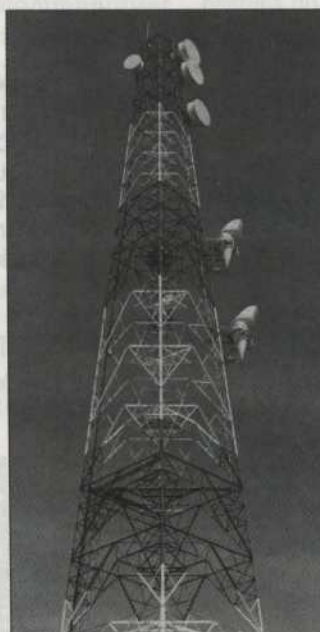


Photo - ALCATEL-ALSTHOM

► and Marketing assure la promotion, la commercialisation et la maintenance de grands réseaux publics, privés et spéciaux, fournis clés en main.

COMMUNICATIONS D'ENTREPRISE

Alcatel Business Systems représente 17% du chiffre d'affaires total d'Alcatel et englobe trois métiers principaux: les systèmes d'entreprise (autocommutateurs privés, terminaux numériques et réseaux de données associés), les produits grand public (télécopieurs, télex, vidéotex, postes téléphoniques, systèmes résidentiels et terminaux

mobiles) et les systèmes de traitement de courrier.

Dans le domaine des communications d'entreprise, Alcatel Business Systems détient le quart du marché européen et 8% du marché international, avec des activités significatives dans soixante quinze pays; il propose toute la gamme des autocommutateurs (PABX), du petit standard téléphonique aux réseaux numériques privés de plus de 30 000 lignes transmettant voix, textes, données et images.

Alcatel est le second fabricant mondial de postes téléphoniques avec plus de sept millions d'unités fab-

riquées en 1990: il occupe également la première place mondiale sur le marché du vidéotex avec une production annuelle de 500 000 terminaux.

Premier producteur européen d'équipements de

traitement de courrier et second au niveau mondial, il développe et commercialise des systèmes de pliage, d'insertion, de pesage et d'affranchissement.

Direction des communications
Alcatel-Alsthom Canada Inc. ■

MONTREAL
BONAVENTURE
• Centre Ville •

HILTON

MONTREAL
AÉROPORT HILTON
• Dorval •

• DEUX ADRESSES, LE MÊME GRAND CONFORT •
CANADA 1-800-268-9275 • FRANCE (1) 687-34.80

L'EXCELLENCE

*Sans
ambages...
à votre
avantage*

À Air Liquide Canada, nous savons l'importance d'exceller dans un marché hautement concurrentiel. Grâce à son affiliation au groupe international Air Liquide, notre société dispose d'un vaste réseau de connaissances techniques en gaz industriels et en produits de soudage de qualité. Nous pouvons donc participer de façon importante à l'essor de nombreuses entreprises canadiennes oeuvrant dans les domaines les plus variés.

En fait, que ce soit pour la production ou pour la distribution de nos produits, nous nous efforçons d'être à la hauteur de vos exigences car nous savons comme vous que le succès est fonction de l'excellence.

Air Liquide Canada... les partenaires de votre succès.



AIR LIQUIDE

Siège social : 1155, rue Sherbrooke Ouest, Montréal (Québec) H3A 1H8

350^e anniversaire

Dossier télécommunications

Gérer ses mobiles avec Euteltracs en Europe

Au volant de son camion, un chauffeur se trouve bloqué par la neige sur la route de Courmayeur, en Italie. Il tape un message sur son terminal Euteltracs décrivant son incommode situation. Ce petit appareil (30 cm X 7 cm) intégré au tableau de bord, comporte un clavier et un bandeau de visualisation de 160 caractères. Il peut émettre jusqu'à 1950 caractères, tous les messages étant numérotés et horodatés par le système.

Le message passe par l'antenne satellite située sur le toit du camion, à l'abri sous une coupole de 30 cm de diamètre. Cette antenne se "cale" automatiquement et en permanence sur un satellite Eutelsat, en orbite géostationnaire. Si ce satellite tombe en panne, le terminal se positionne de lui-même sur la fréquence d'un deuxième satellite, puis sur celle d'un troisième si le deuxième était à son tour paralysé! Enfin son système central s'assure de la bonne réception en provenance des mobiles. En sens inverse, il réémet les messages vers les mobiles à intervalles

réguliers, tant que le terminal du destinataire n'a pas délivré d'accusé de réception. Il ne renonce qu'au bout de 40 minutes et informe alors l'expéditeur de l'échec de la transmission.

Le message est donc acheminé jusqu'au satellite, qui le réexpédie vers la station terrienne de Rambouillet, centre

utilisateurs ainsi que l'exploitation technique du système.

Le responsable trafic visualise la carte d'Europe mémorisée dans son PC. Après quelques grossissements il situe la position du camion immobilisé à environ 300 mètres près. Il affiche l'historique du déplacement du camion, heure par heure. Puis il regarde sur la carte de la région quels sont les camions en route vers Courmayeur et envoie un message d'avertissement en indiquant à chacun l'itinéraire de délestage approprié. Enfin, il prévient le client du retard.

Pour un chauffeur, le fait de pouvoir communiquer facilement et rapidement avec sa base est très sécurisant quand on se trouve à l'étranger. De plus, cela évite d'avoir à téléphoner au siège plusieurs fois par jour pour signaler sa position.

Pour l'entreprise, le positionnement par satellite per-

met de diminuer les kilométrages inutiles en affectant à chaque fret le camion le plus proche du point de chargement.

40% D'ACCIDENT EN MOINS

À l'origine d'Euteltracs, un système développé par la société Qualcomm, qui apparaît au EU en 1988. Les messages sont transmis par un satellite réservé à cet usage, mais la localisation emprunte un système au sol qui oblige à munir les camions de deux récepteurs. Le succès est immédiat, Qualcomm ayant été ciblé pour répondre aux besoins du transport routier et du secours d'urgence. Le produit offert clés en mains est simple à utiliser.

Les statistiques sont éloquentes. Aujourd'hui, outre-Atlantique, plus de 12 000 camions sont équipés par Qualcomm et les commandes s'élèveraient à 8 000 ter- ▶



Photo : France Télécom

international d'Euteltracs. De là, il gagne le centre de gestion pour la France, qui l'adresse au siège social de sa compagnie.

DÉLESTAGE EXPRESS

Le responsable trafic reçoit le message sur son PC moins de deux minutes après son émission. Le PC est transformé en "base utilisateur" grâce à l'adjonction d'un modem et du logiciel QTRACS, fournis en même temps que les terminaux par Télécom Systèmes Mobiles (TSM) du Groupe France Télécom, qui assure aussi la commercialisation du service, l'installation du matériel, la formation des

Chez la MÈRE MICHEL



Le restaurant
français idéal
**pour toutes
vos célébrations**
(de deux à quarante personnes)

1209, rue Guy, MONTRÉAL (Québec) ☎ (514) 934-0473

► minaux. Le trafic atteint 250 000 messages par jour.

Une enquête indépendante, portant sur 20 semaines et 280 mobiles représentatifs constitue le meilleur argumentaire. Grâce à Qualcomm les distances parcou-

des Européens. Sa fiabilité aussi: sur 12 000 mobiles en circulation aux EU, aucune des antennes des camions n'a eu de panne depuis que le système est rodé.

Le marché est considérable.

La France compte 30 000 sociétés de transport qui assurent 18% du transport international en Europe. Le marché européen est estimé à 45 000 terminaux en 1995 et 100 000 à la fin du siècle.



Photo: ETE - France Télécom

Systèmes mobiles EUTELTRACS

res ont augmenté de 6 à 7% et la consommation de carburant a diminué de 6,5%. Le nombre d'accidents par million de miles a décliné de 40% car les camions sont munis de capteurs qui préviennent la base en cas de pièce usée à changer. Puis le nombre de chauffeurs quittant les entreprises étudiées a baissé de 82%, car ils ne veulent pas revenir aux temps d'avant Qualcomm!

Les avantages du système sont particulièrement sensibles pour certaines catégories de marchandises (chaînes hi-fi ou produit dangereux). Et, dans le cas de transport en vrac facturé au poids, la somme due par le client est communiquée directement par le chauffeur au moment du chargement; la facture peut être préparée et expédiée aussitôt, ce qui fait gagner 48 heures.

100 000 TERMINAUX EN L'AN 2 000?

Le succès de Qualcomm eut vite fait d'éveiller l'intérêt

COUPLÉ AVEC LA TÉLÉVISION

Qualcomm a sélectionné le groupe Alcatel pour former "Alcatel Qualcomm" un joint venture destiné à adapter son système à l'Europe. Quant au segment spatial, Eutelsat associe 28 exploitants publics européens de télécommunications - dont France Télécom - pour les liaisons continentales par satellite.

Eutelsat a fourni deux répéteurs, placés sur deux de ses satellites géostationnaires Eutelsat I. En effet, contrairement au Qualcomm américain, la version européenne Euteltracs utilise deux satellites pour effectuer la localisation des mobiles par triangulation. Le deuxième satellite sert à la fois à la triangulation et au délestage du premier en cas de panne. Et le même matériel de réception sert aux messages et à la localisation. L'équipement d'un camion

revient à 33 000 FF hors taxes, somme que l'on estime amortissable en un an d'utilisation. Le coût d'abonnement s'élève à 400 FF par mois et par mobile. Chaque caractère émis revient à trois centimes auxquels s'ajoutent de 2 à 200 FF par message selon son degré de priorité.

Le choix d'Eutelsat I s'explique par des raisons financières. Il suffit d'un répéteur sur chacun des deux Eutelsat I pour assurer le service. Mieux, Euteltracs peut être couplé avec des images de télévision sur le même répéteur. Enfin, économie supplémentaire, Euteltracs est si résistant qu'il peut s'accommoder de satellites en fin de course.

DE LA LAPONIE AU PROCHE-ORIENT

Les tests menés à partir de l'été 1989 ont été particulièrement concluants. Sept exploitants publics européens y ont participé. De la laponie au Proche-Orient, de l'URSS au sud saharien, des véhicules ont sillonné routes et pistes dans les pires conditions, sans jamais réussir à prendre en défaut le système. Plus de 87% des messages sont parvenus en moins de 2 minutes. L'année 1990 a vu une démonstration commerciale du produit avec les opérateurs conjointement en Espagne (Telefonica), en France (France Télécom), en Allemagne (SEL) et aux Pays-

Bas (Kooning de Hartman).

L'ouverture a déjà eu lieu aux Pays-Bas, en France, en Allemagne, au Danemark, en Espagne, en Italie, au Portugal et en Suisse.

Entre temps, France Télécom avait remporté l'appel d'offres européen pour le moyeu (hub) d'Euteltracs, sa station centrale: elle a été installée au centre de télécommunications spatiales de Rambouillet.

Chaque opérateur national relie son centre de gestion au "hub" de Rambouillet à travers un réseau de données par paquets ou une liaison spécialisée numérique. L'exploitation et la commercialisation pour la France a été confiée à TSM. Les messages émis par les mobiles sont stockés dans la boîte à lettre de leur entreprise au centre national de gestion. La "base utilisateur" du client interroge cycliquement la boîte à lettres via le réseau téléphonique.

Ceci représente le service



Photo: Eric GIANZ

de base. D'autres services, plus évolués, faisant appel à des réseaux de type Transpac, des liaisons semi-permanentes ou spécialisées feront rapidement leur apparition sur Euteltracs.

Jacques Champeaux ■

Revue France Télécom

350^e anniversaire

MONTREAL, un certain rêve français

A l'occasion de son 350^e anniversaire, un véritable flot typographique inondent Montréal. Livres, journaux, revues et magazines célèbrent à l'envie les multiples aspects de son aventure exceptionnelle. Tout a été dit...ou presque. Écrire est presque un déficit.

Pourtant j'ose, puisqu'on me l'a demandé, évoquer le lien viscéral d'une langue-mère qui nous attache à Montréal, le pourquoi d'une dynamique française dans cette ville typiquement nord-américaine, le paradoxe d'un pouvoir politique évanoui dans les regrets de l'histoire et la résurgence d'un rôle unique à jouer dans la francophonie et l'Europe des échanges internationaux.

Montréal est née d'un double rêve mystique et de civilisation en Nouvelle-France. Rêve français par excellence, qui a placé au premier rang des préoccupations de ses fondateurs: convertir, enseigner, soigner, certes, mais aussi donner vie à la vie, rassembler, bâtir, cultiver, explorer, échanger, commercer... ce que nous faisons encore aujourd'hui.

Dans la foulée de l'épopée de 1642, faut-il s'étonner que des missionnaires français oeuvrent encore aux confins de l'Arctique; que les Collèges Stanislas, Marie de France ou le Collège Français séduisent par leur vitalité pédagogique; que la recherche biologique et chimique ait suscité ici les émules inspirés des découvertes majeures de Pasteur, mais aussi de l'enseignement médical français auquel tant de grands patrons des hôpitaux de Montréal furent redevables de leur formation?

La fondation de Ville-Marie fut un acte d'indépendance, Maisonneuve ayant refusé, au nom de ses mandants, de s'installer à l'Île d'Orléans, comme le

lui suggérait le Gouvernement de Québec. Naissance d'une rivalité qui n'a jamais désarmé et que l'administration royale a souvent pointée du doigt lorsque le jeune poste se trouvait en difficulté dans sa lutte contre les Iroquois.

Sans l'apport des capitaux modestes, mais décisifs, des Compagnies - commerciales ou non - le développement de la Nouvelle-France eût été tout simplement impossible. Les "Associés de Notre-Dame" achetèrent dès 1640 l'Île de Montréal, et en gardèrent la propriété jusqu'en 1663, année de la cession aux Messieurs de Saint-Sulpice. Après avoir été durant vingt ans une cité mystique, Montréal deviendra le grand centre commercial de la colonie.

Le commerce extérieur a précédé en Nouvelle-France le commerce local, prenant, par exemple, l'aspect d'un voyage circulaire d'un an Québec-Canada-France. Juste avant la fermeture du fleuve au seuil de l'hiver, les navires chargés de fourrures, de froment, d'huile de loup marin et de bois

halles et des marchés s'établirent dans les villes à la faveur du développement routier. À Montréal, la Place d'Armes et la Place Royale furent au coeur des ventes les plus actives et profitables. Commerce extrêmement structuré et réglementé, comme en font foi des documents d'époque, où nul ne peut ouvrir une échoppe sans permis et où des contrôles sanitaires s'exercent déjà dans l'agro-alimentaire, notamment dans les boucheries, les boulangeries ou les épices importées.

Tête de pont du commerce des fourrures, Montréal fut aussi la base de lancement de l'exploration franco-canadienne en Amérique du Nord, semant des forts, les postes aux noms français, non sans témérité, jusqu'en Louisiane et dans l'Ouest produisant du même coup des relevés cartographiques d'une précision géographique étonnante pour l'époque. Le mirage de la route de Cathay stimulait encore les assoiffés de grands espaces! Aussi quand, beaucoup plus tard, s'établit le réseau ferroviaire qui allait relier le pays d'un océan à l'autre, tout naturellement Montréal en fut le noeud charnière, avant de devenir la porte d'entrée de l'aviation intercontinentale.

Passée sous domination anglaise, très marquée par la prospérité d'une bourgeoisie d'affaire qui lui imposa même son architecture victorienne et suscita de dramatiques clivages dans sa population. Montréal survécut à deux guerres mondiales qui contribuèrent à son affirmation de centre urbain voué à un grand avenir. Historiquement, Montréal a toujours franchi les frontières. Ses relations avec les États-Unis ont été facilitées de ce fait. Fascinée par New-York, Montréal n'eût de cesse de frayer avec son cosmopolitisme, d'en

3 5 0 A N S
MONTREAL
fête



de construction prenaient la direction des "Îles à sucre": la Martinique, la Guadeloupe ou Saint-Domingue (nos choix contemporains de vacances hivernales) pour échanger leur cargaison avant de faire route pour la France. Ils ne revenaient à Québec qu'en juin-juillet.

Mais très rapidement des Foires, des

350^e anniversaire

► copier les spectaculaires gratte-ciel, d'en faire son partenaire sportif privilégié, son mentor financier, bref de se donner une dimension métropolitaine.

Mais la clé d'or qui lui a permis de manifester son originalité et de séduire ainsi les Américains en quête d'une différence dans l'uniformité du progrès, c'est la langue française et une culture que Montréal a su mettre en valeur. Expositions,

musique, théâtre, le français a fait la différence et a paradoxalement rapproché les artistes des deux métropoles. Ainsi le Festival de Jazz de Montréal est devenu celui de toute l'Amérique; celui du Film est recherché des créateurs et distributeurs des cinq continents.

Car depuis d'Exposition universelle de 1967, dont on fête également cette année les 25 ans, Montréal est devenue vérita-

blement une "TERRE DES HOMMES". Ce titre emprunté à l'écrivain français St-Éxupéry lui a permis d'accueillir le monde entier sur son territoire, mais lui a donné aussi le goût d'affirmer sa vocation internationale. Universités travaillant en concertation avec la francophonie à travers l'AUFELF-UREF, dont le siège est à Montréal, Chambres de Commerce de la Communauté Européenne au Canada réunies tout récemment pour accueillir et écouter le président de la Communauté Jacques Delors, permanence en métropole de l'OACI qui gère l'ordre et la sécurité de l'aviation dans le monde, Salon du Livre dont la forte participation de l'édition française incite même les Russes à y tenir un kisoque, congrès innombrables et Colloques internationaux de très haut niveau, le rêve français de 1642 s'est révélé une prémonition géniale, même si les larmes, les angoisses, le sang versé en furent parfois le prix.

Tendant la main à ces "Associés" audacieux qui fondèrent Ville-Marie il y a 350 ans, le Comité des Français de Montréal, présidé par Jean-François Pichard du Page, a élaboré des manifestations spéciales qui, en juillet particulièrement, témoigneront de notre reconnaissance et de notre fierté. Ainsi la valeur de l'héritage d'hier prend tout son sens dans la continuité que nous lui assurons aujourd'hui.

Mme G. de la Tour Fondue-Smith ■

GUIDE PRATIQUE

à l'usage des immigrants francophones

La Chambre de Commerce Française au Canada vient de publier ce document qui donne des informations très concrètes et pratiques sur les différents problèmes que rencontre un immigrant ou expatrié lors de son installation tant à Montréal qu'à Toronto. Ce guide devrait intéresser tous les organismes et entreprises qui ont à régler ces problèmes. Prix : 20 \$



LEGER ROBIC RICHARD

AVOCATS

ROBIC

DEPUIS 1892

AGENTS DE BREVETS ET MARQUES

PROTECTION DES DROITS
DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

55 ST-JACQUES, MONTRÉAL
(QUÉBEC) CANADA
H2Y 3X2
FAX: (514) 845-7874
TÉL.: (514) 98 R-O-B-I-C



La maîtrise des intangibles

Chronique juridique

Imposition?... ou confiscation.

À partir de 1972, le Canada a aboli les droits de succession et les a remplacés par l'impôt sur le gain en capital (en fait, un impôt sur le capital tout court, aucun ajustement n'étant prévu du fait de l'inflation).

D'une façon générale, la législation fiscale fédérale a pour principe d'éviter la double imposition: les impôts étrangers sont crédités dans la limite des impôts canadiens à payer. Les traités fiscaux avec les pays étrangers confirment ce principe. Ils n'ont pas précédé la législation nationale mais l'ont utilement complétée, notamment en ce qui concerne le partage des impôts entre les États signataires.

Le gouvernement fédéral reconnaît que l'impôt sur le gain en capital a bel et bien remplacé les droits sur les successions. Il en a fait son leitmotiv pour faire accepter au pays l'introduction de cette nouvelle imposition. Mais après avoir supprimé l'imposition des successions, il impose même les gains non-réalisés, mais commodément baptisés "gains présumés", déclanchés par le décès du contribuable. Ce qui peut aboutir en ce qui concerne les biens imposables à l'étranger au titre des droits de succession, à la confiscation de ces biens.

Prenons l'exemple d'un immeuble hérité par un résident canadien en France: le fisc français va imposer sa transmission à titre gratuit, en fonction du degré de parenté, jusqu'à 60% de la valeur du bien. Le Canada imposera son contribuable résidant au Québec au taux de 37,9% au titre

- **Double imposition de succession.**
- **Système confiscatoire, contraire à l'esprit de la législation fiscale canadienne et des traités internationaux.**
- **Non-respect par le Canada de la Convention (non dénoncée) fiscale Franco-Canadienne de 1951 sur les droits successoraux ("et tous impôts analogues sur les successions" ... art. 1)**

du "gain présumé" en capital. Mais en fait, il s'agit là d'un vain mot étant donné que notre législation ne tient pas compte de l'inflation et aboutit pratiquement à l'imposition de la valeur totale d'un immeuble détenu pendant une période prolongée.

Examinons le cas d'un oncle résidant au Canada, sans enfants, qui lègue la maison familiale située en France à ses parents les plus proches, ses neveux. Le fisc français prélèvera 40% de sa valeur et le fisc canadien jusqu'à 37,9% du "gain", le point de départ du calcul étant la valeur marchande de la maison à la fin de 1971, négligeable si comparée à celle d'aujourd'hui. La forte baisse du dollar canadien (descendu par exemple par rapport au franc suisse de FS 4.20 à 1.15) d'une part et, la montée vertigineuse des prix d'immeuble de l'autre, n'exclurait pas, dans le cas de certains pays, l'imposition totale dépassant sensiblement la valeur totale de l'immeuble hérité.

Comme résultat final, en excluant les cas extrêmes, mais en ajoutant les différents frais de notaire, quelques déplacements, expertises de la valeur

marchande, etc..., on aboutirait à la confiscation pure et simple de ce bien.

Cette situation unique dure déjà depuis plus de 20 ans...

Même si la modification de la loi était obligatoire, le gouvernement possède au Parlement la majorité nécessaire pour ce faire. Mais l'intervention du législateur est superflue. Il suffit d'appliquer le traité Canada-France, toujours en vigueur.

Quant à la prétention du fisc canadien que l'impôt sur le gain en capital est prélevé sur le contribuable (mort), alors que les droits de succession sont perçus des héritiers, elle est tout simplement ridicule. Dans les deux

cas, ce n'est pas le mort qui paie mais la succession.

Le fait que le gouvernement négocie avec les États-Unis la modification des traités pour éliminer cette situation intolérable, ou que de semblables négociations soient envisagées avec d'autres pays, n'excuse rien car il est seul maître de l'imposition de ses contribuables. De telles négociations ne devraient pas servir de prétexte pour ne pas abolir immédiatement les mesures injustes.

Le gouvernement dépense beaucoup d'argent et d'efforts pour attirer des immigrants fortunés, appelés "investisseurs" au Canada. Mais qui donc possédant des moyens importants, un minimum d'intelligence et assez d'honnêteté pour révéler ses biens à l'étranger, acceptera de s'établir dans un pays où il sera appelé un jour à sacrifier son patrimoine étranger à la double imposition signalée dans cet article?

Me Raymond Lette ■

Associé principal
de l'étude Lette et Associés



ARCADE

50, boul. René-Lévesque ouest (angle St-Urbain)
MONTRÉAL (Québec) H2Z 1A2
Tél. : (514) 874-9090
Fax : (514) 874-0907
Réservations : (514) 874-0906 Téléc. : 055-60777
Watt : 1-800-363-6535

membre de PULLMAN INTERNATIONAL HOTELS

Bal annuel de la Chambre de Commerce Française au Canada

Le bal de la Chambre de Commerce Française au Canada, dont le thème était "Le Bal des mille et Une Vagues" a eu lieu le 22 mai 1992 au Windsor.

Cet événement était placé sous le haut patronage de Son Excellence l'Ambassadeur de France au Canada et sous la présidence d'honneur de



M. François JONATHAN Pdt de la Chambre de Commerce, M. Richard LANGEVIN Pdt du Comité organisateur, M. Jean-Charles RAINAUD directeur de la C.C.F.C.

Monsieur Michel Vennat, Vice-président du Conseil et Chef de la Direction, United Westburne Inc.

Grâce à la générosité de nos comanditaires auxquels nous tenons à adresser nos remerciements et, aux somptueux prix de présence offerts, cette soirée remporta un vif succès.

Nous remercions chaleureusement :

- Aérosaptiale Canada
- Air France
- Groupe Alcatel Alsthom
- André-Claude Canova
- Automobiles Renault Canada Ltée
- Bombardier Inc.
- Club Med Inc.
- Cosmair Canada Inc.
- Crédit Lyonnais Canada
- Évian Source de France Inc.
- Groupe DMR Inc.
- Hôtel Golden Tulip St-Honoré

Le Méridien Montréal

Le Royal Bromont

Merlin Gérin Canada

Reprotech Inc.

Samson Belair/Deloitte & Touche

Télemécanique Canada

Tuyaux Canron

Également tous nos remerciements à BCP STRATÉGIE • CRÉATIVITÉ pour la conception et la réalisation du matériel imprimé et du décor de la salle.



Les neuf mousses sur le pont!

DROIT CORPORATIF ET DROIT COMMERCIAL

LITIGE

DROIT DU TRAVAIL

AFFAIRES BANCAIRES

DROIT FISCAL

PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

DROIT AÉRIEN ET SPACIAL

DROIT MARITIME

DROIT DES ASSURANCES

DROIT IMMOBILIER

DROIT DU COMMERCE INTERNATIONAL

DROIT DE L'ENVIRONNEMENT

DROIT DES TRANSPORTS

**OGILVY
RENAULT**

AVOCATS

MONTREAL

1981, AVENUE MCGILL COLLEGE
MONTREAL (QUEBEC) CANADA H3A 3C1
TELEPHONE (514) 847-4747
TELECOPIEUR (514) 286-5474

OTTAWA

50, RUE O'CONNOR, BUREAU 1015
OTTAWA (ONTARIO) CANADA K1P 6L2
TELEPHONE (613) 230-8661
TELECOPIEUR (613) 230-5459

OSLER RENAUT LADNER

LONDON PARIS HONG KONG NEW YORK

SWABEY OGILVY RENAULT: AGENTS DE BREVETS

Calendrier des activités à venir de la Chambre de Commerce Française au Canada **Communiqué :**

Le 23 avril dernier, la Conférence des Chambres de la Communauté Européenne au Canada, recevait M. Jacques DELORS, Président de la Commission des Communautés Européennes.

Devant 450 personnes, réunies à l'Hôtel Sheraton, M. Jacques DELORS, au cours de son intervention dont le thème était: "La Communauté Européenne en devenir" a mis particulièrement l'accent en employant un ton alliant simplicité, clarté, pertinence et conviction sur la Communauté Européenne au rendez-vous de 1992.

Il a souligné la jeunesse de son modèle d'organisation, en effet la communauté n'a que 35 ans d'existence, son marché sans frontières définissant un espace organisé et solidaire engageant la Communauté vers l'exercice de responsabilités internationales accrues.

Il s'est fait l'apôtre de cette nouvelle Europe dont les événements en Europe de l'Est et en Russie l'engagent vers de nouvelles étapes.

Pour lui l'ultime étape doit être l'union politique Européenne dont l'adoption du traité de Maastricht sera la clé.

Enfin soulignant les défis extérieurs auxquels se trouvent confrontés la Communauté, il a indiqué que seule l'intégration économique et politique renforcée permettra d'y répondre.

Pour lui, c'est véritablement l'union, la cohésion et la solidarité communautaire qui permettra le développement de l'ensemble des pays-partenaires qui la composent. Enfin, M. Jacques DELORS a conclu sur le partenariat euro-canadien qui doit s'intensifier au bénéfice des 2 parties car il ne faut pas oublier que la Communauté n'est pas un "bloc hermétique", une forteresse comme certains s'emploient à la dépeindre, mais qu'au contraire elle forme un ensemble économique qui dépend de l'extérieur.

En effet le commerce international conditionne un emploi sur quatre à l'intérieur de la Communauté d'où sa détermination à établir des bases durables d'un ordre de droit dans le domaine du Commerce.

La Communauté et le Canada doivent être des pôles de stabilisation pour éviter l'apparition de fractures trop brutales mais aussi des centres d'impulsion, d'orientation des inévitables mutations vers un monde solidaire.

Au cours de cette soirée, M. Jacques DELORS a remis les prix "Hommage Europe 92", décernés par la Conférence des Chambres de la Communauté Européenne au Canada à deux entreprises canadiennes pour leur politique commerciale et dynamique dans la Communauté Européenne.

Les heureux élus sont :

- dans la catégorie Grande Entreprise: NORTHERN TELECOM
- dans la catégorie PME: le Groupe KAUFEL.

Nouveaux membres:

Corporatifs

- BUREAU DES ÉTABLIS- : M. Jean LABONTÉ, Président
SEMENT FINANCIERS

- EDEN GREEN : Mme Marie-Josée DUPONT, Présidente
Grossiste en voyages
- GEC ALSTHOM : M. Robert TEISSIER
ELECTROMÉCANIQUE Président du Conseil et Chef de la Direction
- GESPRO INFORMATIQUE : M. Marcel DALLAIRE, V-Pdt Montréal

Individuels:

- AUBERGE LE VIEUX : Mme Sonia BARRIAULT, Directrice des
St-GABRIEL Ventes
- AUSTIN NICHOLS : M. Christian BARRE, Vice-Président
GROUPE PERNOD-RICARD
- BEDARD GODIN ET : M. Gilbert BIRON, Consultant
VILLENEUVE INC.
- BELCAN TECHNOLOGIE : M. Paul JANIGA, Président
- BLAKELY GASCON : Mme Béatrice ARRONIS, Avocate
- CAISSE CENTRALE : M. Yves GRIMARD, Directeur
DESJARDINS service international
- DOMAINE DE LOUNAN : M. Jean-Jacques DUCLOS, Président
- M. Fabrice VINET : Avocat
- M. François FAUCHER
- HOTEL CHATEAU : M. Philippe BRUN,
VERSAILLES Directeur des ventes
- JANPAR : M. Jacques SOLAUX, Directeur Général
- Jean-Pierre GRÉMY : Architecte
- LA CIE DE GESTION : M. Robert VINET
RVA Ltée Administrateur
- MELOCHE MONEX Inc. : M. Denis GUERETTE, V-Pdt Exécutif
- MODEXPORT : M. Jean TALAFRÉ, Président
- PYRAMIDE TRANSIT : M. Guy PAJOT, Directeur Général
- SALOMON CANADA SPORT : M. Henri de ROCCA-SERRA, Président
- VEBEO INTERNATIONAL : M. Jean-Yves POPOVIC, chargé d'affaires

Nouvel Ambassadeur de France au Canada

M. Alfred SIEFER-GAILLARDIN a pris ses nouvelles fonctions le 26 avril dernier.

Né le 31 janvier 1938, M. SIEFER-GAILLARDIN est ancien élève de l'École Nationale de l'Administration Il a commencé sa carrière à la Direction des Affaires Économiques et Financières du Quai d'Orsay, de 1966 à 1968. Après avoir été affecté à l'Ambassade de France à Moscou (1968-1971) M. SIEFER-GAILLARDIN a occupé différents postes à Paris: à la Direction d'Europe du Ministère des Affaires Étrangères (1971-1972), comme membre de la Délégation française à la Conférence sur la Sécurité et la Coopération en Europe (1972-1973), puis comme chargé de mission Secrétariat Général de la Présidence de la République (1973-1974).

Deuxième Conseiller à la Représentation Permanente de la France auprès des Communautés Européennes, de 1974 à 1976, M. SIEFER-GAILLARDIN a été ensuite Sous-Directeur d'Europe Occidentale au Quai d'Orsay (1977-1981), avant d'occuper les fonctions de Ministre Conseiller à l'Ambassade de France à Rome (1981-1985), puis à l'Ambassade de France à Washington (1985-1987). M. SIEFFER-GAILLARDIN était Directeur d'Amérique au Ministère des Affaires Étrangères depuis septembre 1988.

Marié depuis 1963 à Evelyne LOTIRON, M. SIEFER-GAILLARDIN est père de trois enfants.

Profil d'entreprise

Portrait du groupe Aérospatiale

- Membre de la Chambre de Commerce Française au Canada -

Aérospatiale emploie plus de 33,000 personnes dans le monde et offre un éventail complet de produits aéronautiques: des avions (six modèles d'Airbus, les ATR 42 et 72, des avions légers et d'affaires), une gamme complète d'hélicoptères, des missiles, des satellites, des systèmes spaciaux (Hermes) et des lanceurs (Ariane). Aérospatiale accorde une importance toute particulière à la R&D à laquelle elle consacre 35% de ses revenus. Le chiffre d'affaires du groupe en 1991 a été de 10.2 milliards de dollars canadiens (48.6 milliards de francs). Aérospatiale réalise 65% de ses ventes hors de France et exporte dans 115 pays.

AÉROSPATIALE VEND AU CANADA

Aérospatiale Canada Inc. (ACI), une filiale à 100% de Aérospatiale SNI France, est basée à Ottawa.

Par l'intermédiaire des GIE dont elle fait partie (397% d'Airbus et 50% d'ATR), Aérospatiale a vendu 34 Airbus A320 à Air Canada et 17 à Canadian ainsi que 16 ATR à InterCanadian.

Avant même la fusion de sa division hélicoptères avec celle de MBB dans la nouvelle société Eurocopter, Aérospatiale était déjà le principal fournisseur d'hélicoptères

civils au Canada avec plus de 10 machines par an. 161 hélicoptères Aérospatiale sont actuellement en opération au Canada. En 1992 a été créée Eurocopter Canada Limitée (ECL), filiale à 100% de la société mère Eurocopter S.A. ECL a une usine à Fort Érié.

LE PROJET ÉRYX

Un MOU a été signé en 1988 par les Ministères de la Défense canadien et français concernant l'acquisition par le Canada du missile anti-tank courte-portée Éryx fabriqué par Aérospatiale. Depuis, des sociétés canadiennes ont été sélectionnées dans le cadre du projet de coopération industrielle. La phase d'industrialisation débutera en 1992.



HÉLICOPTÈRES TWINSTARS (ECUREIL BI-MOTEURS)

Photo : Aérospatiale

AÉROSPATIALE ACHÈTE AU CANADA

En 1988, Aérospatiale a accordé à Canadair un contrat de 1.2 milliards de dollars sur 10 ans pour la conception, le développement et la production de composants pour l'A330 et l'A340 avec à la clé une modernisation des techniques de production et 600 emplois à plein régime.

Pratt & Whitney Canada est également un important fournisseur de groupe Aérospatiale. Il fabrique les moteurs PW 120 et PW 124 qui équipent les ATR 42 and 72 et le PT6 qui équipe de nouvel avion d'affaires d'Aérospatiale, le TBM 700. Ceci représente des livraisons de plus de 96 millions de dollars canadiens par an et environ 700 emplois chez P&W. Aérospatiale étudie également le moteur PW 200 pour propulser l'hélicoptère P120 qu'elle devrait construire en coopération avec la Chine et Singapour.

Le Canada est le troisième fournisseur d'Aérospatiale. En 1991, les achats d'Aérospatiale à l'industrie aéronautique canadienne ont représenté \$120 millions et ce chiffre va dépasser \$200 millions par an dans les prochaines années. Même si Aérospatiale n'a pas fait l'acquisition de De Havilland et si elle n'a



AIRBUS A320 - AIR CANADA

Photo : Aérospatiale

pas réalisé d'investissement direct au Canada, elle contribue néanmoins à la création de plus de 1,000 emplois.

Jean-Paul Albert ■

Aérospatiale Canada Inc.

Calendrier des activités à venir de la Chambre de Commerce Française au Canada

SEPTEMBRE 1992

jeudi 10 septembre "déjeuner-conférence"

M. Pierre SUARD, Président
Directeur Général de ALCATEL
ALSTHOM

samedi 12 septembre "tournoi de tennis"

Le tournoi de tennis de la
Chambre de Commerce
Française aura lieu le 12
septembre prochain, au tennis
de l'Île des Sœurs à partir de
12h00.

Nouvelle adresse de la section de Toronto :

CHAMBRE DE COMMERCE FRANÇAISE
section Ontario
130, bloor Street - suite 401
TORONTO (ONT.) M5S 1N5
Tél. : (416) 921 - 2910 Fax : (416) 921-2496

mardi 22 septembre "déjeuner-conférence"

M. Jean-Claude DELORME
Président de la Caisse de
Dépôts et Placements du
Québec.

OCTOBRE 1992

mardi 6 octobre "déjeuner-conférence"

M. Valéry GISCARD d'ESTAING,
ancien Président de la Répu-
blique Française, Député
Européen, Président de la
Région Auvergne.

Calendrier des salons spécialisés en France

SEPTEMBRE 1992

• PAAS International Décoration de la maison et cadeau	Paris	05-09 sept.
• MIDEC - Chaussure	Paris	06-08 sept.
• EXPOPROTECION - EXPOSÉCURITÉ	Paris	08-11 sept.
• FESTIVAL DE LA PLAISANCE	Cannes	10-14 sept.
• IPHARMEX INTERNATIONAL - Pharmacie, Biologie	Lyon	13-18 sept.
• CUIR	Paris	19-22 sept.
• QUOJEM - Outillage de quincaillerie et bricolage	Paris	20-23 sept.
• MICRONORA - Salon international des micro-techniques	Paris	22-08 sept.

OCTOBRE 1992

• SICOB - Informatique, Télématique, Bureautique	Paris	05-09 oct.
• PHIRAMA - Salon International des Hautes Technologies	Marseille	20-23 oct.
• SIAL - Salon International de l'Alimentation	Paris	25-29 oct.
• EQUIPMAG - Équipements des Commerces et de la Distribution	Paris	26-30 oct.
• GIA - Génie Industriel, Alimentaire et Biologique	Paris	27-30 oct.
• SIEL - Salon International de l'Équipement Laitier	Paris	27-30 oct.

NOVEMBRE 1992

• 1 ^{er} FORUM EUROPÉEN du FROID	Lyon	12-17 nov.
---	------	------------

Pour tous renseignements :

PROMOSALONS CANADA
MONTRÉAL

tél. : (514) 861-5668

fax : (514) 861-7926

TORONTO

tél. : (416) 929-2562

fax : (416) 929-2564



Salons et expositions au Canada

AOÛT 1992

• Salon International de la mode féminine et masculine - pour renseignements : Fax (416) 272-6699	Toronto	16-18 août
--	---------	------------

SEPTEMBRE 1992

• Salon des Équipements et Fournitures pour le Travail du Bois - pour renseignements : Fax (416) 977-7944	Toronto	17-19 sept.
• The Canadian TELECOM pour renseignements : Fax (416) 977-7944	Toronto	21-25 sept.
• I.I.D.E.X. (Ameublement) pour renseignements : Fax (416) 977-7944	Toronto	19-23 sept.
• International Beer, Wine and Food Show pour renseignements : Fax (416) 977-7944	Toronto	15-19 sept.
• LOGISTECH pour renseignements : Fax (416) 442-2207	Toronto	28-30 sept.

OCTOBRE 1992

• Plant Maintenance and Design Engineering (Équipements industriels et de maintenance) pour renseignements : Fax (416) 478-5144	Toronto	20-22 oct.
• The Canadian High Tech. Show pour renseignements : Fax (416) 479-3939	Toronto	20-23 oct.
• CETECH (Environnement) pour renseignements : Fax (416) 977-7944	Toronto	20-22 oct.

NOVEMBRE 1992

• SALON DU LIVRE pour renseignements : Tél (514) 277-2250 Fax (514) 277-5436	Montréal	12-17 nov.
--	----------	------------

Exportation
Recherche de partenaires
Implantation à l'étranger

L'EUROPE

Experts-conseils en :
Management
Gestion de projets
Financement
Implantation
Fiscalité
Fusions et acquisitions
Marketing
Recrutement de cadres

Canada

600, rue de La Gauchetière Ouest
Bureau 1900
Montréal, Québec, Canada H3B 4L8
Téléphone : 878-2691
Télécopieur : 878-4326

France

Tour Fiat, Cedex 16
92084 Paris La Défense (6)
Téléphone : 1 47 96 63 90
Télécopieur : 1 47 96 63 96



**RAYMOND CHABOT
INTERNATIONAL**

LA FORCE DU CONSEIL

Actualité communautaire



POINT
EUROPE

MARCHÉ INTÉRIEUR

U.E.M. (Union Économique et Monétaire)

L'Escudo portugais est entré dans le mécanisme de change du SME (Système Monétaire Européen). Seul le Drachme est encore hors du SME. Comme la Livre sterling et la Peseta, l'Escudo fluctuera dans la bande large du SME (6%), les autres monnaies étant dans la bande étroite de 2.25%. Cette décision prépare l'entrée du Portugal dans la deuxième et troisième phase de l'UEM.

FISCAL

• TVA :

- La Belgique a supprimé le 01/01/92 les taux majorés de TVA (25 et 33%), elle applique trois taux (6%, 12% et 19.5%).

- L'Allemagne augmentera le 01/01/93 son taux de TVA de 14 à 15%.

- Le 02/11/92 sera ouvert le réseau informatique et télématique d'échanges d'informations accessibles à tous les États membres et qui remplacera les procédures aux frontières relatives à la TVA.

• Fiscalité des entreprises

- Le Comité Ruding, mis en place en 1990, a présenté son rapport sur "la fiscalité des entreprises après 1992". Il propose, pour réduire la concurrence fiscale, de fixer un taux minimum de l'impôt sur les sociétés de 30% et un taux maximum de 40%. Il préconise aussi la suppression des incitations fiscales, remplacée par des "aides directes"; la Commission a précisé qu'elle n'est pas engagée par ce rapport qu'elle considère comme un document de travail.

- Le Parlement Européen a approuvé la proposition de directive sur le "régime fiscal applicable aux paiements d'intérêt et de redevance effectués entre sociétés mères et filiales d'États membres différents"; cette proposition qui ne concerne que les sociétés de capitaux ayant des

filiales vise à supprimer la pratique de la retenue à la source.

FINANCES

• Paiements transfrontaliers:

La Commission CE a élaboré un programme de travail visant à "faciliter les paiements transfrontaliers: éliminer les barrières" (surcoût, manque de fiabilité, délais). Cette initiative (non prévue dans les mesures nécessaires à l'achèvement du marché intérieur) prévoit d'aider le secteur privé à élaborer et proposer un meilleur système, et de contribuer à certaines initiatives publiques. La Commission, pour augmenter et pouvoir du consommateur, a établi une "Charte des utilisateurs communautaires".

• Banque

- Le Conseil Économie/Finances du 16/03/92 a définitivement adopté la directive supplémentaire sur les fonds propres des établissements de crédit hypothécaire.

- Le Conseil (08/04/92) a adopté la directive relative à la surveillance des établissements de crédit sur une base consolidée qui étend la surveillance (déjà existante pour les banques) aux compagnies financières. Les autorités de contrôle qui exercent la surveillance sont celles du pays où le groupe effectue l'essentiel de ses opérations même si le siège officiel est ailleurs.

CONSOMMATEURS

La Commission CE a élaboré deux textes relatifs à la protection des consommateurs: - un projet de directive fixant les règles minimales de pro-

tection des consommateurs dans les **contrats négociés à distance** pour la fourniture de biens et de services;

- une recommandation de la Commission pour l'élaboration d'un code de conduite concernant les différents **techniques de communication** employés.

PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Le Parlement européen a modifié la proposition de directive relative au **droit de prêt et de location et à certains droits voisins**.

L'Irlande et la Belgique ne sont pas parties de la Convention de Berne pour la protection des oeuvres littéraires et artistiques alors que les Pays-Bas, le Portugal et la Grèce ne sont pas parties de la Convention de Rome sur la protection des artistes interprètes ou exécutants.

MARQUE

Le Parlement européen a modifié la proposition de règlement sur l'apposition et l'utilisation de la marque CE de **conformité pour les produits industriels** (remplacé par **marquage CE**).

PAYS TIERS

A.E.L.E.

• E.E.E.

À la suite de l'avis favorable de la Cour de Justice des Communautés Européennes (CJCE), le Traité d'Espagne Économique Européen (EEE) a été paraphé le 14/04/92, il sera signé le 11/05/92 en vue d'une entrée en vigueur le 01/01/93.

Le Traité EEE sera soumis à

LETTE & ASSOCIÉS

Avocats
Agents de Marques

Montréal :
H3B 1P9

615, Boul. René-Lévesque ouest
Tél. : (514) 871-3838
Fax : (514) 876-4217

Toronto :
MSH 1T1

120 Adelaide St W.
Tél. : (416) 361-1166
Fax : (416) 361-1861

Paris • Ottawa • Genève • Rome

Conjoncture économique

l'approbation non seulement du Parlement Européen mais aussi de tous les parlements des pays signataires (la Suisse et le Liechtenstein organiseront un référendum).

(Les problèmes en suspens dans le domaine de la pêche et de l'agriculture sont réglés par des accords bilatéraux qui ne font pas partie de l'accord EEE en tant que tel).

L'avis (1/92) de la CJCE concerne le règlement des litiges et la répartition des compétences en matière de concurrence (et non l'ensemble de l'accord EEE).

Une Cour AELE est instituée, elle sera compétente pour les questions internes à l'AELE; un comité mixte CE-AELE (organe

politique) fera l'examen permanent du développement de la jurisprudence de la CJCE et de la Cour AELE, ses décisions ne pourront affecter la jurisprudence de la CJCE. En cas de divergence entre les deux Cours, une procédure de règlement des différends s'appliquera.

• Finlande

La Finlande a officiellement déposé une demande d'adhésion à la CEE.

EUROPE DE L'EST

* Les accords intérimaires CEE-Hongrie, CEE-Pologne et CEE-Tchécoslovaquie sont entrés en vigueur le 01/03/92.

Ces accords visent à l'application immédiate des dispositions commerciales des accords d'association en cours de ratification parlementaire (ces accords sont des accords préférentiels dont le but est la création d'une zone de libre échange).

* Les ministres des affaires étrangères CE ont décidé de procéder (sur une base nationale) à la reconnaissance de la République de Bosnie-Herzégovine.

BERD (BANQUE EUROPÉENNE POUR LA RECONSTRUCTION ET LE DÉVELOPPEMENT)

Les 13 et 14 avril s'est tenue à Budapest la première assemblée annuelle de la BERD, inaugurée le 15/04/91. La BERD a permis des prêts et des investissements de 2.1 milliards d'Écus (dont 621 millions d'Écus directement par la BERD) en Europe de l'Est, elle a participé à 20 projets (selon ses statuts, la BERD doit consacrer 60% de ses engagements au secteur privé). Le premier bureau de la BERD en Europe de l'Est (Varsovie) a été inauguré le 03/03/92.

Laurence Bailly ■
POINT EUROPE

E.I.C. de la Chambre de Commerce de Paris

Nous possédons quelques bureaux en banlieue.



Comme partenaire de votre réussite à l'échelle mondiale, il vous sera difficile de trouver mieux. Car Poissant Thibault-Peat Marwick Thorne fait partie d'un des plus importants cabinets d'experts-comptables du monde. Riche de l'expérience de 70 000 professionnels répartis dans 125 pays, nous vous offrons tout un

univers de services intégrés : vérification, comptabilité, fiscalité, services et conseils en matière de finance, de fusions et d'acquisitions, de juricomptabilité et de solvabilité. Pour mettre en œuvre vos stratégies commerciales partout dans le monde, vous pouvez donc compter sur nous



Poissant Thibault-Peat Marwick Thorne

Un nom qui en dit long

Au Québec, 13 bureaux pour vous servir.

Conjoncture économique

Le point de la conjoncture France

Vue d'ensemble

Avec une hausse des prix de 0,3% en janvier, l'évolution sur 12 mois de l'ensemble de l'indice des prix redevient inférieur à 3% (2,1% en janvier) et un excédant commercial de 3,65 milliards en janvier ramenant le déficit cumulé sur 12 mois à moins de 20 milliards soit 0,3 points du PIB, l'économie française semble engagée vers une **reprise modeste et graduelle**.

Les prévisions suivantes illustrent ce mouvement qui place la France dans une phase de **croissance lente** et non dans une phase de récession ou de stagnation.

FRANCE		
Principales données 1991-1992		
	1991(1)	1992(2)
PIB marchands	1,2	1,7
Importation de biens et services	3,2	3,3
Consommation des ménages	1,5	2,0
Investissement des entreprises	-3,6	-0,8
Exportation de biens et services	4,0	4,5
Prix à la consommation (glissement)	3,2	2,9
Solde commercial (milliards de francs)	-3,1	-3,2
Sources: (1) INSEE (2) BNP		

Le rythme d'expansion est cependant insuffisant pour endiguer la hausse du taux de chômage (celui-ci atteignait 9,8 % en janvier).

La mollesse de l'environnement international et le maintien à un niveau élevé des taux d'intérêt sem-

blent être les principaux freins à l'activité.

PRODUCTION

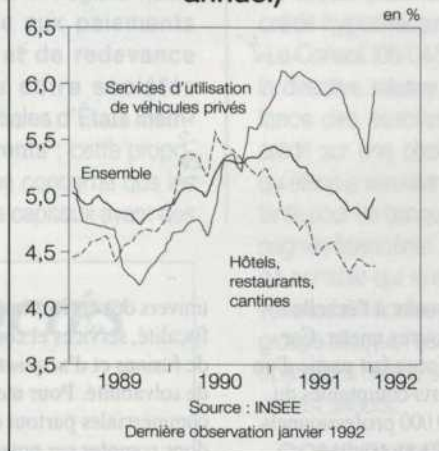
Reprise:

Après la stagnation enregistrée au dernier trimestre de 1991, la dernière enquête réalisée en février 92 dans le secteur de l'industrie révèle une amélioration des perspectives de production.

Ce mouvement est marqué dans l'automobile grâce aux carnets de commandes étrangers, dans les biens d'équipement professionnel et dans une moindre mesure, pour les biens intermédiaires.

Dans le B.T.P. l'activité reste bien orientée dans le second œuvre.

Indice des prix des services du secteur privé (variation en glissement annuel)



MÉNAGES

Redressement de la consommation, notamment dans les services. Les dépenses de services (+1 % en

janvier 92) consolident les résultats du dernier trimestre 1991 (+1 %).

Les dépenses de produits énergétiques ont aussi vivement augmenté la consommation de produit manufacturés (électronique, électro-ménager notamment): + 1 % en janvier 1992. L'augmentation renforçant cette tendance.

Enfin l'indicateur de confiance des ménages semble à nouveau positif.

COMMERCE EXTÉRIEUR

Recul des importations - amélioration des exportations.

En ce début d'année, les importations de produits manufacturés baissent. Par contre les exportations de produits manufacturés s'inscrivent à nouveau à la hausse, après les bons résultats de 1991, grâce notamment aux ventes d'automobiles et d'équipements de télécommunications.

Échanges de produits manufacturés



Cette tendance devrait se prolonger car les carnets de commandes étrangers se regarnissent.

Par grandes zones géographiques, les tendances sont contrastées; en hausse vers l'Allemagne, l'Espagne et l'Italie, en baisse vers le Royaume Uni et les États Unis.

Pour l'ensemble de l'année 1991, le solde commercial aura été déficitaire de moins 30 milliards de francs, contre moins 50 milliards en 1990. Les prévisions pour 1992 tablent sur moins de 20 milliards.

EMPLOI-CHOMAGE

Selon les chefs d'entreprises interrogés par l'enquête dans l'industrie du premier trimestre 1992, les effectifs devraient encore légèrement diminuer dans les prochains mois.

Dans ce contexte, le chômage continue à augmenter, mais à un rythme plus lent depuis l'été 1991. Le taux de chômage a atteint 9,8 % en janvier 1992 soit, un point de plus qu'en janvier 1991.

LÉGERE ACCÉLÉRATION HORS ÉNERGIE

Prix: en glissement annuel en 1991, la hausse des prix à la consommation a atteint 3,1 %. La hausse des prix enregistrée en janvier 92 permet d'atteindre sûr moins de 0,3 %, soit sur 12 mois une hausse de 2,9 %.

Il faut noter que les prix de l'énergie sont en baisse (-1,2 %) alors que les sur prix de détail on remarque une légère accélération en raison du relèvement de certains taux de TVA. Au total, la hausse des prix reste cependant modérée en France par rapport aux partenaires européens. L'écart avec l'Allemagne reste toujours à 11 points en faveur de la France.

**Banque Nationale de Paris (Canada) ■
Chambre de Commerce et
d'Industrie de Paris ■
(Centre d'Observation Économique)**

COMMUNIQUÉ:

L'assemblée générale de la Chambre de Commerce Française au Canada a eu lieu le 18 juin dernier. Voici la composition du nouveau bureau :

François LEBRUN, Président

Pierre LAPOINTE, Vice président

Joseph BITTON, Vice président

Jacques FORTIN, Trésorier

Jean-François PICHARD du PAGE, Président de la revue Action Canada France

Jean-Jacques LAURANS, Secrétaire

Jacqueline BOUTET

Philippe VIGUE

**...et si votre télé
se mettait à compter!**



LAURÉAT
MERCURIADES
1991
Entreprise
de l'année

Les affaires sont les affaires. Ce qui compte, c'est de réussir. Vous avez bien raison. Aux émissions à caractère économique que vous offre Vidéotron, s'ajoute un volet interactif aux possibilités incalculables. Cotes boursières, nouvelles économiques... instantanément.

vidéoway®

Vidéotron®

**POUR UN NOUVEL
USAGE DE LA TÉLÉ!**

**Pour en savoir d'avantage
demandez Pierre Hébert au (514) 281-1232**

Nouvelles technologiques DES ENTREPRISES FRANÇAISES

TEC'HAND

UN APPAREIL DE MUSCULATION DE LA MAIN ET DE L'AVANT-BRAS

Tec'Hand, conçu avec l'aide du grimpeur Patrick Edlinger, fabriqué et commercialisé par la société française TECHMA-CHINE, est le premier appareil spécifique de musculation des mains et de l'avant-bras. Il est destiné à la fois à l'entraînement des alpinistes et des grimpeurs (et plus largement aux pratiquants de tous les sports et activités nécessitant un usage actif et poussé de la main, du poignet et des avant-bras) et à la rééducation fonctionnelle.



TEC'HAND a pour but de solliciter un effort manuel contrôlé, associé à un déplacement de la prise de la main. Quatre paramètres (effort, vitesse, course et temps) permettent de recréer artificiellement les conditions du mouvement naturel du sportif et, en mode automatique, de définir un programme d'entraînement.

TEC'HAND, qui bénéficie d'un design particulièrement soigné, doit trouver une place de choix dans les salles d'entraînement, de musculation et de rééducation.

La société TECMACHINE

recherche un importateur exclusif au Canada.

SAFAX

DES GAMMES PERFORMANTES DE TÉLÉCOPIEURS

Les SAFAX (modèle 200, 300, 600, 700, 800 et 900) conçus, fabriqués et commercialisés par la société française SAGEM constituent une gamme de télécopieurs particulièrement performants et qui offrent, chacun à son niveau, des fonctionnalités souvent inédites sur le marché.

Avec 120000 télécopieurs fabriqués en 1991 et plus de 200000 prévus pour l'année en cours, SAGEM réaffirme sa position de premier constructeur européen dans le domaine de la télécopie. Aujourd'hui l'offre SAGEM avec plus de dix modèles est l'une des plus complètes au niveau mondial. La gamme SAFAX comporte en effet des télécopieurs personnels, périphériques de Minitel, périphériques de radio-téléphones, professionnels avec ou sans mémoire, pour le réseau Numéris, intégrés à une solution Multimédia.

La société SAGEM recherche des partenaires au Canada.

STÉRIFLOW

UN STÉRILISATEUR PAR RUISSELLEMENT D'EAU SURCHAUFFÉE

Le Steriflow conçu, fabriqué et commercialisé par la société française BARRIQUAND-

STERIFLOW est un stérilisateur refroidisseur automatique à surpression, utilisant un système original breveté, le ruissellement d'eau. Utilisable pour toutes applications (cuisson "sous-vide", pasteurisation, stérilisation, refroidissement basse température, décongélation...) il s'adresse aussi bien aux industries agro-alimentaires (conserves en boîtes, barquettes, plats cuisinés, pasteurisés ou cuits sous-vide...) ou aux centres de transfusion sanguine.

Le STERIFLOW présente de nombreux avantages. La température y est homogène, quel que soit le nombre de paniers, le ruissellement étant iden-

tique en tous points de l'appareil. Sa conception interdit toute contamination, l'eau en contact avec les produits étant stérilisée. Le coefficient d'échange thermique est optimum, le volume d'eau à chauffer minime, la cuve calorifugée et les consommations d'énergie faibles. Les condensats sont retournés à la chaudière et l'eau de refroidissement peut être récupérée chaude à la sortie de l'échangeur ou rejetée en l'état, sans avoir été polluée. Enfin le coût de l'entretien est insignifiant.

Isabelle Chassin ■

Rubrique réalisée conjointement par le B.I.T.F. et la C.C.F.C.
Pour toute information: (514) 861-8471

**La compétence
s'écrit
en toutes lettres !**



Le Groupe Mallette Maheu

Vérification • Fiscalité • Consultation

**La
concurrence
pousse à
l'excellence.**

uniTél



Groupe du Crédit Lyonnais
votre Partenaire en Europe



CRÉDIT LYONNAIS CANADA
