

LE DEVOIR

Électronique et Informatique

Les prix Octas



Domosys

L'entreprise de Québec voit grand. Là où il y a électricité, il y a réseau informatique. Son travail a été reconnu par ses pairs qui lui ont attribué l'Octas 2000 de l'Excellence.

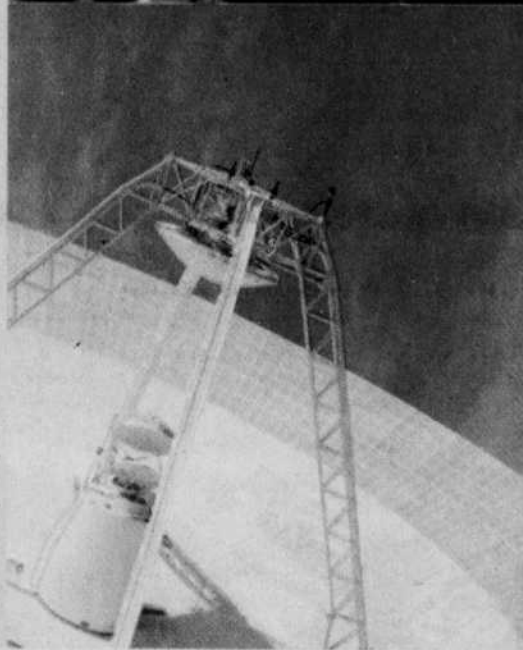
Page 3



FIQ

Gilles Bertrand est président de la Fédération de l'informatique du Québec. Il suit à la trace et, Octas oblige, souligne les développements québécois opérés dans le secteur des nouvelles technologies de l'information.

Page 5



Depuis 14 ans, la Fédération de l'informatique du Québec suit à la trace ses pionniers du futur qui occupent et occuperont bientôt les diverses cités et tours dites du «multimédia».

La révolution informatique a au lieu. Les discours théoriques, les propos optimistes (ou alarmistes, c'est selon) s'incarnent dans un quotidien réinventé. Hier, l'avenir appartenait aux futurologues, à ceux qui racontaient que le nouveau monde serait planétaire, que les objets domestiques seraient animés d'une intelligence servile, que les distances et frontières seraient abolies. Aujourd'hui, la place est prise par les gens de terrain. Ils sont ingénieurs, techniciens ou gestionnaires. Leur futur se conçoit en termes concrets, par des réalisations précises, dans des objets dont ils dessinent la coquille et structurent les entrailles.

Il y a 15 ans, un «gadget», l'ordinateur portable, allait être commercialisé sur une grande échelle. Il fut d'abord vu comme un utilitaire apprécié, comme un outil capable d'assurer des économies de temps et de main-d'œuvre quand, pour d'autres, il était d'abord capable de mettre en formes ce qui, jusque là, se concevait par la pensée ou les mots.

Seulement quelques-uns comprirent que, au delà des prouesses technologiques, l'arrivée de ce nouvel objet familier dans l'environnement domestique ou de travail allait finalement permettre à toutes les sciences-fictions élaborées de se réaliser: l'être humain partagerait son univers avec une boîte faite de plastique avant de la voir d'un autre oeil, devenue élément essentiel et nécessaire pour toutes les tâches et activités de travail et de loisir.

Le premier secteur touché fut économique: retiré, pour entendre les récriminations, l'argent électronique déposé sur cartes dans les portefeuilles ou les sacs. L'autre domaine rejoint fut, de façon prévisible pour tous, le secteur des télécommunications où la multiplicité des branchements fait entrevoir la difficulté, déjà présente, de fournir les contenus nécessaires pour justifier l'engouement des utilisateurs. Maintenant, les commerces n'opèrent plus de la même manière, les objets usuels ne sont plus de simples mécaniques, électriques ou non, et des milliards de signaux circulent sur la planète, transmettant des messages que souvent seules les machines ont la capacité de décoder. Le futur est donc banalisé. Il reste toutefois à être construit, mis en

place pour que s'infilte au cœur même des objets et des activités humaines ces nouveaux systèmes nerveux, qui jouent aussi le rôle d'interface pour les systèmes qu'ils animent. La nouvelle technologie, de l'information, se met en place.

À Québec, une compagnie, Domosys Corporation, s'est trouvé un champ d'application. Ses 45 employés (comme le nombre semble petit quand on sait leur projet) travaillent à modifier commerces, services publics, résidences: tout lieu que les branchements électriques rejoignent. Ils mettent en place des systèmes de gestion automatisée où les diverses opérations des composantes d'un réseau sont continuellement surveillées et analysées. Si l'ampoule qui dans quelques heures grillera est rapidement identifiée, il faut dire que sa facturation est, elle aussi, automatique.

Ailleurs, au Québec, d'autres défis technologiques sont relevés et la résistance des Québécois face au commerce électronique et aux innovations offertes par les avancées techniques ou électroniques sera demain balayée, mise au rancart avec la lampe à l'huile et le buggy, devenus objets de décor ou de folklore.

Depuis 14 ans, la Fédération de l'informatique du Québec suit à la trace ses pionniers du futur qui occupent et occuperont bientôt les diverses cités et tours dites du «multimédia». Une fois l'an, elle attribue des prix, comme cela se fait maintenant partout, pour rejoindre le branché qui s'ignore et l'informer que l'informatique est aussi de son monde. Le 27 mai, au Centre des congrès de Québec, Domosys recevait ainsi un Octas, celui de l'excellence, pour souligner l'innovation et l'audace qui anime l'entreprise. D'autres aussi, 12 en tout, ont vu leur travail reconnu. Pour les pionniers de l'octet, ceux qui parlent le langage des machines, c'était la soirée. Pour le commun des mortels, l'occasion était belle pour entrevoir la nouvelle ville, celle que les fibres optiques et électriques, que les signaux venus de l'espace animent et entretiennent.

Nous habitons tous, qu'on le veuille ou qu'on l'ignore, Octetville.

Normand Thériault

LA CUVÉE 2000

Innovation technologique
Société Radio-Canada
Page 2

Gestion du changement
Faculté des sciences de
l'administration de
l'Université Laval
Page 2

Français et information
MID Multimedia
Page 3

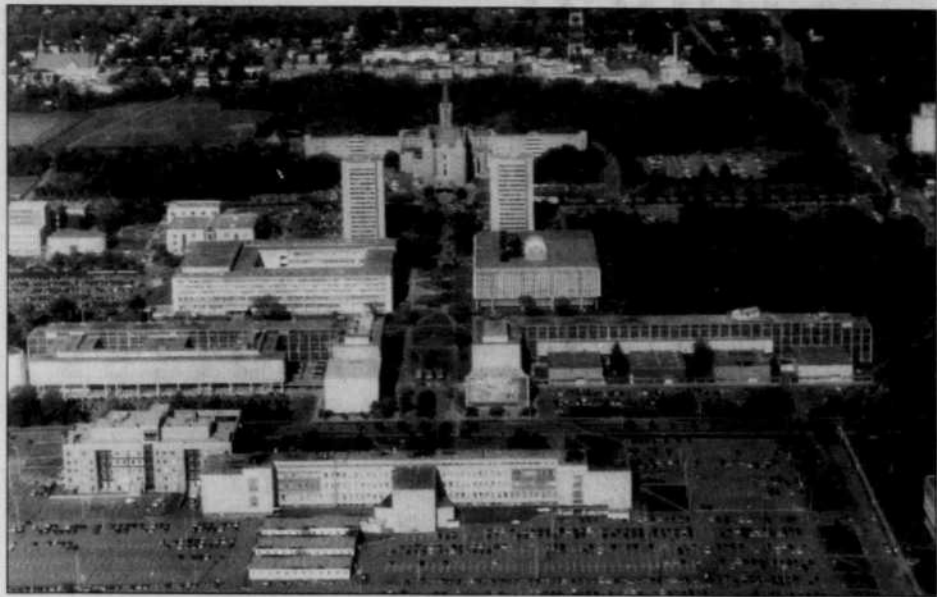
Solution d'affaires
Groupe Arima
Page 4
BELAIRdirect
Page 6

Réussite commerciale
Cognicase
Page 4
Tenrox Corporation
Page 6

Passage à l'an 2000
Banque Laurentienne
Page 6

OCTAS

Gestion du changement



PAUL LALIBERTÉ/UNIVERSITÉ LAVAL

Le campus de l'Université Laval.

Ulysse à la rescousse

L'Université Laval et les nouvelles technologies de l'information

IBM Canada, la Confédération des Caisses populaires Desjardins, EDS et la Coopérative de l'Université Laval ont collaboré au projet mis sur pied par la faculté des Sciences de l'administration de Laval à la veille de son 75^e anniversaire. Non seulement les locaux qui l'abritent sont-ils tout neufs mais aussi les inscriptions ont fait un bond de 30 %. Une opération modèle au service des futurs administrateurs.

MARC-ANDRÉ CÔTÉ

La clé de l'énigme serait virtuelle, dit-on dans les milieux instruits. Cela ne fait plus aucun doute pour personne, l'intégration des nouvelles technologies de l'information (NTI) dans les pédagogies est incontournable. Pourtant, l'enseignement reste un art qui ne peut pas être reproduit par des ordinateurs, l'Internet ou l'enseignement à distance. Ces outils peuvent, bien sûr, contribuer à l'apprentissage dans un contexte où l'enseignement se porte bien, mais ce serait une erreur coûteuse que de voir en eux une panacée aux maux qui affligent le système d'éducation universitaire québécois.

La faculté des sciences de l'administration (FSA) de l'Université Laval l'a bien compris et n'a pas voulu jeter le bébé avec l'eau du bain quand est venu le temps de prendre le virage des NTI. À la veille du 75^e anniversaire de sa fondation, la FSA a décidé de mettre en place les éléments d'un ambitieux projet de transformation organisationnelle et d'innovation en gestion.

Il était grand temps. Déjà les HEC de Montréal adoptaient un programme équivalent, à la rentrée 1998. Les pressions du marché du travail et des entreprises de la région se faisaient tout aussi senties.

L'initiative n'est pas passée inaperçue et n'a pas tardé à susciter autant l'intérêt de la population étudiante que de la communauté informatique. À l'occasion du Gala annuel des Octas de la Fédération de l'informatique du Québec qui se

tenait, le 27 mai dernier au Centre des congrès de Québec, la FSA de l'Université Laval s'est vu décerner un Octas dans la catégorie Gestion du changement.

«On avait besoin d'aide pour lancer le projet, note le vice-doyen à la formation de la faculté des sciences de l'administration, Robert W. Mantha. Les HEC ont eu la chance d'inaugurer leurs nouveaux locaux et de faire coïncider le baptême de feu du nouveau programme à ce moment. Pour nous, la vétusté de nos installations nous a grandement retardés.»

Travail en collaboration

Baptisé Ulysse, le projet comprend trois volets et a été réalisé en collaboration avec plusieurs partenaires dont IBM Canada, la Confédération des Caisses populaires Desjardins, EDS et la Coopérative de l'Université Laval (Zone). Le premier volet concerne l'agrandissement et la rénovation en profondeur du bâtiment de la faculté, un projet totalisant plus de 23 M \$.

«Dès le début du projet, IBM a non seulement accompagné la faculté, mais a travaillé de concert avec elle pour trouver des solutions pour surmonter les innombrables défis qui sont survenus, tant sur le plan des ressources, de la logistique que de la mise en place de l'infrastructure. IBM a aidé la Faculté auprès de la direction de l'université et auprès du milieu des affaires pour faire valoir le projet Ulysse afin de recueillir les appuis nécessaires au projet», plaide M. Mantha.

Le second volet du programme comporte l'introduction d'une infrastructure technologique perfor-

mante, soit un réseau ATM à 100Mbps avec plus de 2100 prises d'accès dans les classes et les salles communes. Pour sa part, le troisième volet concerne la transformation de la pédagogie et de l'enseignement afin de tirer avantage de l'application pédagogique des technologies de l'information.

Et la bonne nouvelle s'est rapidement propagée. L'automne dernier, la FSA a observé une augmentation de 30 % du nombre d'inscriptions de première année au baccalauréat en administration des affaires, à suite du lancement du programme Ulysse. À l'automne 1999, la FSA comptait 388 étudiants inscrits à son nouveau programme.

Dès 1997, la FSA a mis sur pied le Parc Application pédagogique des Technologies de l'Information (APTI), une équipe composée d'un coordonnateur, d'une spécialiste en technologies de l'enseignement et d'assistants, pour la plupart des étudiants. Ces assistants ont été formés afin d'appuyer les professeurs et de développer du matériel pédagogique exploitant les technologies de l'information.

«Avant la création du parc APTI, les efforts des professeurs, que ce soit pour la création d'un cours sur Internet, pour la production d'un cédérom ou encore pour l'utilisation de l'Internet en classe, ont généralement été isolés. Chacun travaillait individuellement sans informer ses collègues de ses innovations», souligne M. Mantha.

Avec l'implantation du programme Ulysse, la FSA peut offrir une formation axée sur la compréhension des concepts et des théories de gestion et sur l'acquisition de savoir et de savoir-faire essentiels en administration. «La maîtrise des TI permet non seulement de mieux apprendre les concepts de gestion, mais également de vivre dans un milieu où le travail collectif, les échanges, le réseautage, l'accès à des banques d'information sur la campus et sur la planète font partie du quotidien», renchérit M. Mantha.

Innovation technologique

Gérer le temps

Radio-Canada met de l'ordre dans ses fuseaux

Le problème était de taille: être capable d'intervenir à la demi-heure près auprès d'une quarantaine de stations réparties dans une série de fuseaux horaires. La réponse: un système de gestion capable d'enregistrer des modifications faites d'urgence sans pour autant oublier les nécessaires encarts publicitaires. La télévision de Radio-Canada se retrouve aujourd'hui grandement récompensé d'avoir adopté le SGD (sigle pour un système de gestion de la diffusion).

CLAUDE LAFLEUR

Le réseau français de la télévision de Radio-Canada, depuis Montréal, diffuse simultanément des émissions à travers tout le pays. Il est de ce fait constamment confronté au problème d'établir et de maintenir des horaires qui tiennent compte d'une demi-douzaine de fuseaux horaires. Il s'agit non pas de l'horaire télé auquel nous sommes habitués mais de la liste détaillée de tout ce que comporte la télédiffusion des émissions, dont le minutage précis des pauses publicitaires et l'enchaînement de la moindre intervention technique.

Jusqu'à récemment, cet horaire était acheminé quelques heures avant la diffusion vers la quarantaine de postes locaux qui composent le réseau. Cet horaire devait méticuleusement être saisi à l'écran des ordinateurs des régions de contrôle, une tâche délicate et fastidieuse qui rendaient difficiles les changements de dernière minute.

Afin de parer à ces aléas, les responsables des services informatiques de Radio-Canada ont conçu le SGD ou Système de gestion de la diffusion. Ce système permet de réaliser, à partir de la tête du réseau de Montréal, la commutation automatique de mise en ondes, et ce, à travers le réseau des 12 stations régionales et affiliées de la Société.

«L'horaire de la diffusion des émissions télé est créé ici à Montréal pour être ensuite copié dans chacune des régions du réseau», explique Mario Saint-Amour, architecte de système SGD. «Si les régions devaient auparavant s'assurer du maintien à jour les informations de l'horaire de façon manuelle, avec SGD, s'appliquer un nouveau concept qu'on appelle «indirection»: en quelques minutes seulement, chacune

des régions dispose de l'horaire complet qui peut être constamment remis à jour automatiquement depuis la tête du réseau.»

Il s'agit d'une tâche d'envergure, rapporte M. Saint-Amour, puisque la mise en œuvre du SGD a nécessité cinq années de travail de la part d'une douzaine de spécialistes, et nécessité un investissement de plus de 3 M \$.

Affichage graphique

Techniquement parlant, l'horaire généré par le SGD prend la forme d'un affichage graphique à l'écran d'un ordinateur. Il se déroule dans le temps avec des tranches proportionnelles: un événement bref occupe moins d'espace qu'un autre de plus longue durée. Cet horaire est «très très intuitif du point de vue de l'utilisateur», indique Mario Saint-Amour.

Établi depuis mai 1999 à Montréal, mis en service partout en région en février 2000, le SGD permet de gérer les différents fuseaux horaires ainsi que les délais dans les transmissions. L'adoption du nouveau système se traduit en outre par une meilleure gestion où sont minimisés les risques d'erreur.

L'automatisation par tranche de temps remplace la gestion manuelle des modifications à l'horaire pour tout le réseau, avec possibilité de changement jusqu'à une demi-heure avant la mise en onde. En temps, le gain est d'importance: «Nous bénéficions d'une flexibilité que nous n'avions jamais eue», indique fièrement M. Saint-Amour.

Le principal défi posé pour la réalisation du SGD a été de parvenir à obtenir la gestion du temps dans les horaires de façon à être le plus près possible du temps réel, c'est-à-dire que lorsqu'il se fait un changement dans une émission, il faut pouvoir le visualiser systématiquement à travers le pays de façon instantanée. Chaque cabine de diffusion, située dans chacune des régions, a besoin d'avoir l'information adéquate le plus rapidement possible.

Le fait de recevoir un Octas pour cette réalisation permet, selon Mario Saint-Amour, de la faire connaître au sein même de la vaste entreprise qu'est la société Radio-Canada, ainsi qu'à l'extérieur. Il rapporte d'ailleurs que la société a offert le SGD aux autres télédiffuseurs qui pourraient ainsi bénéficier de cette flexibilité. On parle ainsi d'une implantation possible pour le réseau anglais de Radio-Canada, même si les besoins de ce réseau diffèrent de ceux du secteur francophone.



ALAIN RENAUD

Le Système de gestion de la diffusion permet de réaliser, à partir de la tête du réseau de Montréal, la commutation automatique de mise en ondes, et ce, à travers le réseau des 12 stations régionales et affiliées de la Société.

Domosys Corporation

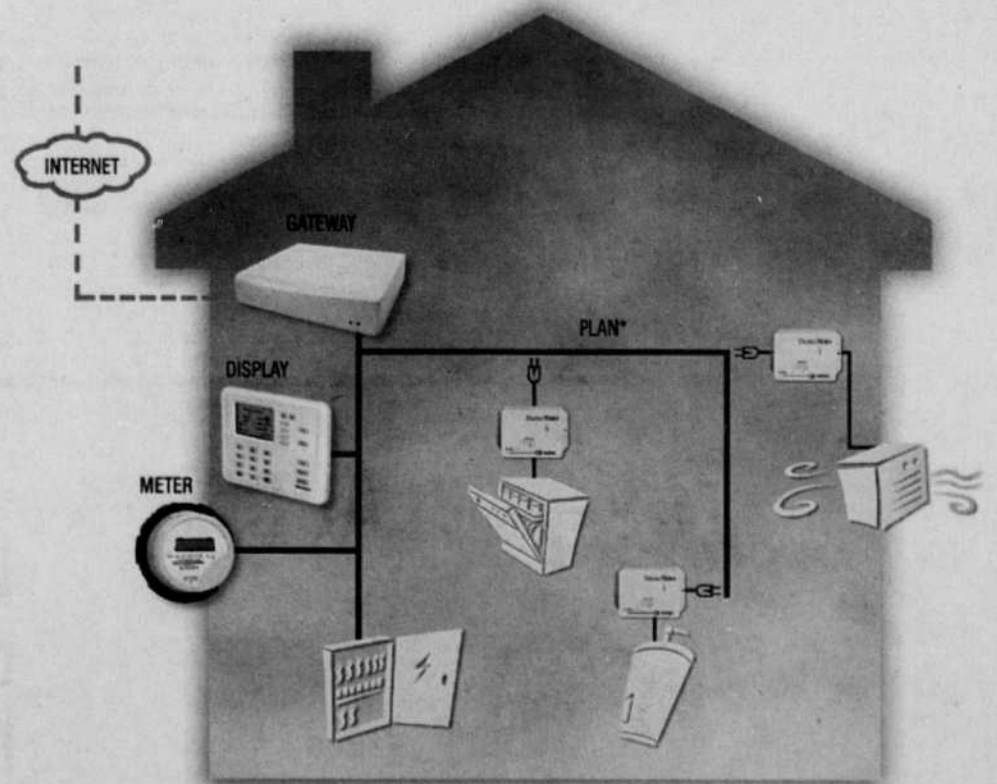
est fier d'avoir remporté l'OCTAS 2000 de l'Excellence et celui de l'Innovation technologique (200 employés et moins) remis par la FIQ



De tous les employés, merci à la FIQ et au comité organisateur des OCTAS

Pour son projet PLAN^{MC} (Power Line Area Network)

Ce système constitue, pour les compagnies d'électricité, un moyen de fidéliser leur clientèle et d'offrir des services à valeur ajoutée.



* Power Line Area Network

OCTAS

Excellence et innovation technologique

Contrôle à distance

La société Domosys transforme le quotidien des gens et des corporations

Le mot «domotique» s'est ajouté récemment au vocabulaire. En 1982, il décrivait plus une intention qu'il rendait compte d'une réalité. Avec les réalisations récentes affichées par la société Domosys, il devient réalité quotidienne. Le «plan» est simple: rendre le fil électrique porteur d'informations.

CLAUDE LAFLEUR

À l'occasion du récent gala annuel de la Fédération de l'informatique du Québec, la société Domosys s'est mérité deux Octas — les «oscar de l'octet» — pour l'innovation technologique et, surtout, pour l'excellence de son projet PLAN.

L'entreprise de Sainte-Foy se spécialise dans la conception de systèmes de communications par fil électrique. Elle a ainsi développé une famille d'émetteurs-récepteurs qui permettent aux appareils électriques d'échanger entre eux par le biais du réseau électrique, et non pas par ligne téléphonique. Comme on l'imagine, cette technologie rend possible le contrôle à distance notamment du système de climatisation d'une résidence, la lecture d'un compteur d'électricité ou encore la détection précoce d'appareils défectueux.

«Nous travaillons sur le courant porteur, c'est-à-dire les fils électriques», explique Patrice Roy, analyste marketing chez Domosys. Nous sommes l'un des chefs de file en tant que fournisseur en communication par courant porteur pour les réseaux. Ce que nous cherchons à faire consiste à contrôler des appareils à distance pour des applications en domotique (la «maison intelligente»), pour

les industries ou pour les fournisseurs de services publics.»

Les systèmes développés par l'entreprise sont utilisés à travers le monde dans différents secteurs tels que la restauration, les stations-services et les fournisseurs de courant électrique — «les Hydro-Québec de ce monde», comme le dit M. Roy. Domosys offre ainsi un système de veille de l'éclairage des rues qui permet non seulement de détecter les lumières brûlées mais également celles qui sont sur le point de défaillir. Un tel système évite l'envoi d'inspecteurs en plus de permettre la planification des travaux d'entretien. De même, dans les supermarchés, la technologie de Domosys surveille le bon fonctionnement des systèmes de réfrigération. «Dans les maisons, renchérit Patrice Roy, nos systèmes servent au contrôle à distance des lumières ainsi qu'au fonctionnement de divers appareils électroménagers, dont le chauffe-eau et le climatiseur, et même permettent de fermer les rideaux.»

Une simple puce

Il relate que l'entreprise est née en créant une puce électronique, c'est-à-dire un micro-contrôleur à mémoire, que tout fabricant d'appareils électriques peut installer dans ses produits. Ceux-ci sont alors capables d'échanger des messages. «Nous sommes en premier lieu un fournisseur de puces, dit-il, en plus d'offrir les outils de développement pour accompagner nos puces, dont les logiciels nécessaires à la programmation de celles-ci.»

Les mini-circuits électroniques produits par Domosys se retrouvent aujourd'hui dans une multitude d'appareils, dont des compteurs, des interrupteurs, des appareils électroménagers, des relais et afficheurs, et ouvrent ainsi la voie à une multitude d'applications résidentielles et commerciales à travers le monde. Domosys compte d'ailleurs plus de 130 clients dans une trentaine de pays.

Ainsi, le fameux système PLAN, pour lequel l'entreprise a remporté l'Octas de l'excellence, permet à un fournisseur d'électricité d'offrir à sa clientèle divers services par l'entremise de son réseau de fils électriques, tels le diagnostic à distance des appareils, l'envoi de messages ou le paiement de factures. Le terme PLAN est l'acronyme de Power Line Area Network ou système de distribution électrique.

«Notre système a été conçu pour contrôler des appareils à distance», explique M. Roy. «Par exemple, une compagnie d'électricité envoie par Internet (ou autrement) des données à la maison pour, par exemple, établir la consommation d'électricité ou pour fermer un appareil. Nous, dans le cadre de notre système PLAN, nous fournissons une passerelle qui permet de faire le lien entre les données Internet et les fils électriques. À partir de là, il y a le compteur — un autre élément du PLAN — qui permet au service public de recueillir des données, par exemple sur la consommation. Un autre élément, l'afficheur, permet de visualiser la consommation d'un seul appareil et de répondre, par exemple, à des questions comme combien coûte le fonctionnement du chauffe-eau ou du climatiseur. Et il y a aussi le module de mesurage qui sert à contrôler divers appareils, par exemple pour une personne qui désire actionner son système de chauffage quelques heures avant de rentrer à la maison.»

Projets en cours

Le système PLAN est le fruit de cinq années de recherche et de développement et est présentement en phase d'essais auprès de quelques entreprises. Ces es-

sais étant privés, M. Roy ne dévoile rien sur leur nature et par qui ils sont effectués.

Grâce au PLAN, les réseaux électriques ne seront plus considérés que comme de simples transporteurs d'énergie puisque les compagnies d'électricité pourront offrir à leur clientèle toute une gamme de services à distance comme le paiement des factures, la tarification différenciée, la détection précoce d'appareils défectueux... ainsi que celle des compteurs trafiqués. Ce système ouvre donc la voie à une nouvelle façon de gérer la distribution de l'électricité et les relations avec les clients tout en réduisant les coûts d'exploitation. Domosys offre entre autre le DomoMeter, un appareil pouvant faire la lecture de la consommation électrique des appareils domestiques.

C'est ainsi que Domosys, fondée en 1994, cherche à se classer parmi les chefs de file de fournisseurs de technologie de communication par courant porteur dans le domaine des réseaux de contrôle. Il y a quelques mois à peine, l'entreprise employait une quarantaine de personnes alors qu'aujourd'hui, ce nombre dépasse la soixantaine. «Notre société grandit rapidement», lance fièrement M. Roy, en précisant que Domosys compte de nombreux ingénieurs et techniciens (en bonne partie des spécialistes en communications) ainsi que du personnel en administration, en finance et en vente spécialisée dans le domaine.

«Le fait de recevoir un Octas, précise-t-il, nous ouvre des portes, c'est une belle étape pour la reconnaissance de notre technologie. Notre société est peu connue au Québec et c'est l'un des points sur lequel nous travaillons puisque cela est important même si nos produits sont surtout destinés à l'exportation. L'Octas fait beaucoup parler de nous et nous sommes très agréablement surpris.»

Français et technologies de l'information

La bibliothèque virtuelle

Il est un navigateur, un gentil bonhomme qui parle aux enfants et les oriente pour un agréable séjour sur le Web. Il parle français et connaît surtout des sites aux contenus francophones. MID Multimédia vise par son produit, à être mis en marché en août prochain, la clientèle des 4-11. D'ici là, il se retrouvera bientôt, gratuit, sur le site de la compagnie.

CLAUDE LAFLEUR

Pour avoir conçu un logiciel de navigation sur Internet adapté aux enfants, la firme MID Multimédia a reçu l'Octas du français dans les technologies de l'information. Baptisé élégamment AmiWeb, ce logiciel offre aux jeunes de 4 à 11 ans une façon amusante et très sécuritaire de naviguer sur la grande Toile.

«Il ne se fait pratiquement rien en ce domaine», constate Nicolas Emond, président de MID Multimédia. Ce qui existe se limite plutôt à des filtres qui empêchent les enfants d'accéder aux sites indésirables. Nous, nous sommes partis de l'idée qu'un enfant qui entre dans une bibliothèque est perdu et qu'il a par conséquent besoin d'aide et d'être guidé. Nous avons donc conçu un navigateur qui n'a pas comme fonction d'empêcher

l'accès aux sites indésirables, mais plutôt de diriger l'enfant vers les bons sites.»

Les concepteurs d'AmiWeb constatent en effet qu'Internet déborde de contenus intéressants pour les jeunes. «Des sites extraordinaires ont été conçus par des experts, explique-t-on, et sont publiés par des organismes reconnus qui ont à cœur l'éducation et l'épanouissement des enfants. Ces sites sont entretenus et mis à jour régulièrement afin d'offrir les dernières nouveautés à cette jeune et brillante clientèle. AmiWeb conduira les enfants vers ces sites, et ce, en toute sécurité.»

Le navigateur AmiWeb est en fait un personnage — un amusant bonhomme qui se veut à la fois un ami et un compagnon — qui parle aux enfants. Il leur offre toutes les fonctions nécessaires à une navigation simple, sécuritaire et organisée sur Internet. AmiWeb favorise

en outre la diffusion de contenus francophones.

Comme Netscape ou Explorer

Concrètement, il s'agit d'un navigateur au même titre que Netscape et Explorer qu'on achète et installe sur son ordinateur. Toutefois, ce navigateur ne permet que de se brancher sur le portail AmiWeb, un site Internet qui offre des liens vers les meilleurs sites web francophones spécialement destinés aux enfants. Ainsi, le navigateur AmiWeb se branche automatiquement au portail où il puise toutes ses informations. À partir de là, l'enfant accède à des dizaines de raccourcis vers des sites présélectionnés. Il peut aussi télécharger des jeux et des activités à jouer hors-ligne. Selon ses concepteurs, AmiWeb offre aux jeunes un environnement adapté et une mine d'activités et de jeux alors que pour les parents, il assure à 100 % la sécurité des enfants sur Internet.

La clientèle visée a de 4 à 11 ans, ce qui comprend en réalité trois groupes d'âge. Lorsqu'on installe le logiciel sur un ordinateur, des profils sont créés en fonction de chaque enfant

puisque le navigateur change d'apparence pour mieux convenir à l'âge. Ainsi, pour les tous jeunes, qui ne savent pas lire, AmiWeb affiche de grosses icônes de navigation simple à mémoriser.

Le logiciel s'utilise en ligne et hors ligne afin d'économiser le précieux temps de connexion. L'enfant peut donc s'amuser hors ligne en faisant apparaître la liste des jeux qui ont été téléchargés; il lui suffit de cliquer sur le ventre du personnage pour choisir le jeu en question.

Nicolas Emond précise que le navigateur AmiWeb ne sera disponible qu'à partir du mois d'août ou septembre mais qu'une version d'évaluation sera sous peu offerte gratuitement sur le site Web de

l'entreprise (www.midmultimedia.com) afin de recueillir les commentaires des premiers utilisateurs. Le logiciel devrait se vendre 19,95 \$ en le téléchargeant directement du site de MID Multimédia, ou 29,95 \$ pour une version sur cd-rom.

Fondée en 1993, MID Multimédia est une pionnière au Québec dans le domaine de la production multimédia. Elle fournit des solutions interactives clé-en-main aux entreprises tout en proposant aux fournisseurs d'accès Internet et aux chaînes de magasins des produits multimédias. Les produits de MID Multimédia sont actuellement distribués dans plusieurs pays dont le Canada, les États-Unis, la France et l'Espagne.

«Nous réalisons des cd-roms et des sites web sur mesure pour des entreprises dans tous les secteurs», précise Nicolas Emond. «On se spécialise surtout dans la formation et la présentation de produits et de trousseaux de support à la vente. On a aussi un volet de création de produits destinés à être mis en marché sur les réseaux de distribution habituelle.» L'entreprise a ainsi conçu des formations interactives à Internet qui sont jumelées aux trousseaux d'accès des fournisseurs d'accès (dont Videotron) au Québec, en Angleterre, en France, en Espagne et aux États-Unis.

On rejoint «bonhomme AmiWeb» à <http://www.midmultimedia.com/amiweb/AmiWeb.htm>

FÉLICITATIONS !

Félicitations à la Faculté des sciences de l'administration de l'Université Laval pour l'OCTAS remporté dans la catégorie Gestion du changement.

Merci à tous les partenaires pour leur soutien au programme Ulysse, lequel permet l'utilisation de l'ordinateur portable dans la formation des étudiants.

M. Robert W. Mantha, vice-doyen à la formation de la Faculté des sciences de l'administration de l'Université Laval reçoit l'OCTAS GESTION DU CHANGEMENT de M. Gilles Bertrand, président de la Fédération de l'informatique du Québec (FIQ).

IBM

Z-N-E

EDS Innovations

Desjardins

UNIVERSITÉ LAVAL

FSA Faculté des sciences de l'administration

AACSB

Aujourd'hui Québec, demain le monde.

WWW sans fil

COGNICASE

Internet affaires électroniques

MONTREAL
QUEBEC
OTTAWA
TORONTO
CALGARY
NEW-YORK
PHILADELPHIE
ATLANTA
PARIS
BORDEAUX
TOULOUSE
MADRID
MILAN
BRUXELLES
ROME
BARCELONE
SYDNEY

COGNICASE est une entreprise innovatrice spécialisée dans l'intégration des affaires électroniques et des solutions Internet/sans fil. En misant sur son approche axée sur les résultats, ses logiciels et ses technologies, son centre international d'ingénierie et d'hébergement en TI, COGNICASE offre des solutions innovatrices qui contribuent à la réussite commerciale de ses clients à l'ère de l'économie numérique.

www.COGNICASE.com

Pour plus d'informations, communiquez avec nous au :

1000, rue de La Gauchetière Ouest, bureau 800
Montréal (Québec), Canada, H3B 4W5
Téléphone : (514) 876-9077
Télécopieur : (514) 876-9078

réussite commerciale
OCTAS 2000

OCTAS 2000

LAURÉATS

La Fédération de l'informatique du Québec rend hommage aux lauréats des OCTAS 2000

FIQ
Fédération de l'informatique du Québec

• OCTAS •

Solution d'affaires

Plus vite et moins cher

*Arima met les algorithmes
au service des entreprises*

Ils ne sont que huit et, fait rare dans le secteur des technologies de l'information, la moitié d'entre eux sont des femmes. Ensemble, ils construisent des systèmes de gestion pour faciliter la production ou la comptabilité. Leur outil: Kheops.

JULIE BOUCHARD

Tout dirigeant d'entreprise manufacturière doit en rêver le jour comme la nuit: diminuer les coûts de production, livrer à temps, optimiser ses opérations. Soucis bien compris par la Fédération de l'informatique du Québec, qui évaluait cette année les projets soumis à son concours annuel selon, entre autres critères généraux, celui de l'impact du projet sur l'organisation où il est implanté. Sur les 88 candidatures reçues pour cette 14^e édition du Gala des Octas, le plus grand nombre, 21 d'entre elles ont été présentées à l'intérieur de la catégorie Solution d'affaires (deux gagnants: 200 employés ou moins et 201 employés ou plus), ainsi définie: «réalisation soutenant le fonctionnement d'une entreprise dans le but d'accroître sa rentabilité». Gagnant de cette catégorie, 200 employés et moins: le Groupe Arima pour l'implantation de son logiciel Kheops chez Industries Ling, filiale de Rock-Tenn Co., manufacturier québécois spécialisé dans la fabrication d'emballage de carton.

Kheops, c'est un système de «planification avancée de production», explique Jean-Pierre Fontaine, vice-président au marketing et cofondateur du Groupe Arima. L'expression serait calquée sur l'anglais: «advanced planning and scheduling», expression «qui n'aurait pas vraiment d'équivalent en français», poursuit M. Fontaine, précisant un peu plus tard que le principal marché du Groupe Arima serait aux États-Unis, où les entreprises qui totalisent plus de 30 ou 40 millions de chiffre d'affaires, contrairement au Québec, sont légion. Mais outre le fait que l'expression soit plus courante en anglais qu'en français, plus employée au Sud de la frontière que sur le territoire québécois, que désigne-t-elle?

En langue de bois, un système de planification avancée de production est un système «d'ordonnancement et d'optimisation des opérations manufacturières permettant d'atteindre un niveau d'efficacité de production et un rendement sur l'actif supérieurs.» Dit plus simplement, Kheops indique dans quel ordre et de quelle façon il faut faire les choses pour les faire avec le maximum d'efficacité en un minimum de temps. Pour, en bout de ligne, sauver des sous.

Gérer des millions d'opérations

En fait, Kheops met au profit d'un entrepreneur les capacités de calcul extraordinaires de l'ordinateur. Exemple: Louis Garneau Sport, premier client du Groupe Arima, «doit produire sur plusieurs mois quelques centaines de commandes, peut-être mille, et pour produire chacune de ces commandes, il doit coordonner des milliers d'opérations. Au total, il y a des dizaines ou des centaines de milliers d'opérations à coordonner: c'est humainement impossible», explique Jean-Pierre Fontaine. Justement, l'ordinateur n'est pas humain. Et les chiffres, même astronomiques, c'est son affaire; il ne comprend même que cela, lui dont l'alphabet ne comprend que des 0 et des 1.

S'appuyant sur des algorithmes d'optimisation adaptés au contexte d'une entreprise, Kheops avale



SOURCE GROUPE ARIMA

Le président du groupe Arima, Hugues Paquet, responsable de l'implantation du logiciel Kheops qui a remporté l'Octas.

les chiffres et effectue des milliers de calculs de probabilités avant de proposer une marche à suivre. «Kheops indique à quel moment précis chacune des commandes doit être lancée en production, dans quel système et quelles étapes doivent ensuite être suivies pour procéder de façon optimum», commente Jean-Pierre Fontaine. L'implantation de Kheops chez Industries Ling, réalisée en 1998-99 au coût de 200 000 \$, aurait permis à la filiale de Rock-Tenn Co. d'économiser 800 000 \$ sur ses frais de production au cours de l'année suivante. Implantation, donc, saluée d'un Octas par la Fédération de l'informatique du Québec.

C'est le second Octas que le Groupe Arima remporte dans la catégorie Solution d'affaires. En 1998, le Groupe Arima avait été primé pour l'implantation de Kheops chez son premier client, Louis Garneau Sports, entrepreneur dont le siège social est basé, tout comme celui d'Arima, dans la région de Québec.

Fondé en 1994 par Jean-Pierre Fontaine et Hugues Paquet, alors deux jeunes diplômés en gestion de production de l'Université Laval, le Groupe Arima ne compte aujourd'hui que huit employés et fait rare dans le monde informatique, la moitié sont des femmes. «C'est sûr qu'on est en haut de la moyenne, mais on ne veut surtout pas perdre ces employés, qui sont tout aussi performantes que les gars», insiste, mi-étonné mi-amusé, Jean-Pierre Fontaine.

Réussite commerciale

Un géant de l'informatique

Cognicase regroupe 3500 professionnels

La compagnie se retrouve ici et ailleurs, en Amérique comme en France ou en Océanie. Le chiffre d'affaires annuel avoisine les 230 M \$. L'expansion est constante, soutenue. Parler de Cognicase, c'est parler de réussite.

ANDRÉ SALWYN

De nos jours, que ce soit en Europe, aux États-Unis ou au Canada, Cognicase multiplie ses réalisations en commerce électronique et s'impose de plus en plus comme un spécialiste dans l'intégration des affaires électroniques et des solutions Internet sans fil.

Cette compagnie innovatrice, basée à Montréal, dispose désormais de bureaux chefs à Warren au New Jersey et à Paris et de bureaux d'affaires dans quinze grandes villes américaines et européennes. Son chiffre d'affaires est passé de 59,1 M \$ US en 1998 à 144,9 M \$ US en 1999 — une augmentation de 145 %.

L'octroi d'un Octas à Cognicase souligne non seulement les succès commerciaux de cette entreprise mais surtout son approche commerciale. Celle-ci, axée sur les résultats, met à profit les logiciels et les technologies de l'entreprise ainsi que son centre international d'ingénierie et d'hébergement en technologies de l'information (TI), qui lui permettent d'offrir des solutions innovatrices et, à l'ère de l'économie numérique, contribuent à la réussite commerciale de ses clients.

En mai dernier, Cognicase signait un partenariat stratégique d'une valeur évaluée à une centaine de millions de dollars avec la Croix bleue du Québec et de l'Ontario dont elle devient le fournisseur exclusif en technologies de l'information pour une durée de dix ans. Un mois plus tard, elle signait un partenariat stratégique similaire avec la Banque Nationale du Canada lui permettant d'acquérir SIBN Inc., la filiale de la banque spécialisée en technologies de l'information et en commerce électronique. La Banque Nationale, de son côté, investit 20 millions de dollars canadiens dans Cognicase et obtient en retour 35 % des actions de l'entreprise sur une base entièrement diluée.

Cognicase devient donc, pour une durée de dix ans, le fournisseur privilégié en technologies de l'information de la banque et de ses filiales. «Grâce à ce statut de fournisseur TI privilégié, Cognicase est positionné pour obtenir, au cours de cette période, une portion importante des revenus supplémentaires en dépenses TI de la Banque et de ses filiales. Cognicase de-

vient aussi le partenaire privilégié de la Banque Nationale pour toutes ses offres de produits et services en commerce électronique, incluant les solutions sans fil, déclare Ronald Brisebois, président et chef de la direction de Cognicase. De plus, suite à cette entente qui transfère à Cognicase des droits de propriété intellectuelle sur des logiciels en commerce électronique, Cognicase entend déployer une suite de solutions d'affaires et de transactions bancaires électroniques qui sera commercialisée aux États-Unis et en Europe.»

Succès français

Aux États-Unis, comme en Europe, l'entreprise québécoise a déjà fait sa marque. En France, par exemple, elle s'est distinguée en participant à la coordination, à la conception, au développement et à la mise en production du site Web 100 % transactionnel présentant l'intégrité du catalogue de la compagnie 3 Suisses. Ce catalogue de plus de 1000 pages contient plus de 60 000 références est distribué à sept millions de foyers français, générant l'expédition de 100 000 colis en moyenne toutes les 24 heures.

Mais ce qui a attiré sur Cognicase l'attention des milieux d'affaires français et européens a été que grâce à elle, le processus de vente de la compagnie 3 Suisses a été entièrement industrialisé, ne nécessitant aucune intervention humaine. Aux dires de la compagnie ce processus «constitue un véritable outil de commerce électronique (paiement sécurisé, pas de re-saisie manuelle des informations) qui nous positionne comme le premier vendeur par catalogue connecté en ligne sur le Web».

En plus d'offrir ses solutions à des entreprises de commerce de biens, Cognicase a aussi réussi à aider des organisations offrant des services de haute qualité comme Renta 4 en Espagne et PRISM Consulting Services aux États-Unis.

«En affaires électroniques, une présence remarquée peut rapidement se traduire en augmentation de parts de marché et constituer un avantage concurrentiel important», ajoute Ronald Brisebois.

«Internet ouvre des millions de portes à ses visiteurs tout en favorisant une approche intégrée de guichet unique. De nouveaux partenariats naissent ainsi chaque jour et les occasions d'offrir des services regroupés et de faire des ventes croisées se décuplent.»

Cognicase propose quatre unités d'affaires distinctes: Impartition et Intégration, Solutions en Affaires électroniques, Technologies Internet sans fil et Portails Internet.

L'entreprise emploie maintenant plus de 3500 professionnels répartis dans plusieurs pays, incluant le Canada, les États-Unis, la France, l'Espagne, l'Italie, la Belgique, les Pays-Bas et l'Australie.

La Banque Laurentienne

remercie ses employés

en particulier les employés

du secteur Technologique

de l'Information dont

la créativité et le

dynamisme contribuent

OCTAS

Fédération de l'informatique du Québec

Terre électronique en vue!

Les nouveaux as de l'octet

Longtemps, l'informatique fut le terrain réservé d'un groupe d'initiés que l'on imaginait, souvent avec raison, «lunettés» à souhait et peu communicatifs. Seuls détenteurs des secrets qui faisaient tourner les machines qui nous tombent aujourd'hui entre les mains, ils regardaient les «amateurs» que nous étions et répondaient à nos questions avec un brin de condescendance. Temps révolus.

JULIE BOUCHARD

La Cité du multimédia ne cesse d'enfler (rendue à sa septième phase d'expansion, elle imposera encore de 6 à 18 mois d'attente à ceux qui veulent y installer leurs pénates); la Cité du commerce électronique s'érigera bientôt dans le quartier des affaires; les familles et les écoles, si ce n'est déjà fait, sont invitées à se brancher en masse sur Internet; le ministre de l'Industrie et du Commerce sermonne les PME québécoises qui ne font pas encore du commerce électronique; Microsoft Canada, qui réalise déjà toutes ses transactions avec ses partenaires par la voie d'Internet, clame que les entreprises qui ne sauront la suivre sur ce chemin seront bientôt déclassées pendant que la Banque Laurentienne voit la valeur de ses actions grimper de 32% aux lendemains de la création de B2B Trust, filiale qui se spécialise dans le commerce électronique interentreprise. Les temps changent, le monde s'informatise de plus en plus; normal que le monde informatique, informaticiens en tête, change lui aussi.

Nouvel informatique

Gilles Bertrand, vice-président Marketing de la Société GRICS (firme de consultants en informatique et en télécommunications spécialisée dans le domaine de l'éducation) et président de la Fédération de l'informatique du Québec (FIQ), note que s'il y a 10 ans, chaque entreprise se devait d'avoir son ou ses informaticiens pour faire fonctionner des systèmes que personne d'autre qu'eux ne sa-

Évolution d'un secteur

Si les Octas (les as des octets!) ont pour but de faire reconnaître publiquement les réalisations et le potentiel des informaticiens, suivre leur développement permet de prendre le pouls du monde dans lequel nous vivons. Bogue de l'an 2000 oblige, la FIQ créait cette année une catégorie ad hoc, catégorie bien sûr nommée An 2000, «parce que nous savions que c'était là-dessus que les entreprises s'étaient penchées au cours des dernières années», souligne Monique Drolet. Autre changement qui indique dans quel sens le vent tourne: la catégorie multimédia a été redéfinie de façon à exclure les jeux de la compétition. «Nous avons eu beaucoup de jeux dans cette catégorie l'an passé, nous l'avons révisée de façon à ce qu'elle corresponde davantage à ce que nous voulions reconnaître, soit principalement les solutions d'affaires», ajoute Mme Drolet.

Autres temps, autres mœurs, car si c'est bel et bien avec l'industrie du jeu que le secteur du multimédia prit son essor à Montréal, c'est néanmoins vers le commerce électronique qu'il se dirigerait aujourd'hui. «Les nouvelles applications multimédias destinées au commerce électronique sont de plus en plus nombreuses», conclut Mme Drolet.

Ampleur commerciale

Vous avez dit commerce électronique? Oui. Et plutôt mille fois qu'une. Si souvent, en fait, que même les gens les mieux placés pour ne pas lever les sourcils devant ces mots... le font quand même. Tel Gilles Bertrand, qui avoue son grand étonnement devant «l'ampleur que prend aujourd'hui le commerce électronique, même pour l'individu». Et après avoir décrit la facilité avec laquelle quiconque peut aujourd'hui faire ses transactions boursières sur le Web, il cite le cas de cette grande entreprise américaine,



SOURCE GRICS
Gilles Bertrand, secrétaire général de la société GRICS et président de la Fédération de l'informatique du Québec.

Cisco (Systems Integration Specialists Company), compagnie comparable par ses activités à Nortel et qui, après avoir mis ses compétences en télécommunications au service des entreprises, «visait maintenant la maison privée». Bien sûr, ajoute-t-il, ce n'est pas demain que les gens feront toutes leurs emplettes sur Internet. Surtout qu'ils seraient un

peu méfiants. «Même moi, dernièrement, j'ai changé ma voiture. J'ai fait tout mon magasinage sur Internet, mais quand est venu le temps de faire la transaction finale, je l'ai faite selon la méthode traditionnelle. On ne change pas des habitudes de consommation vieilles de 40 ou 50 ans du jour au lendemain. Mais c'est inéluctable: c'est vers le commerce électronique

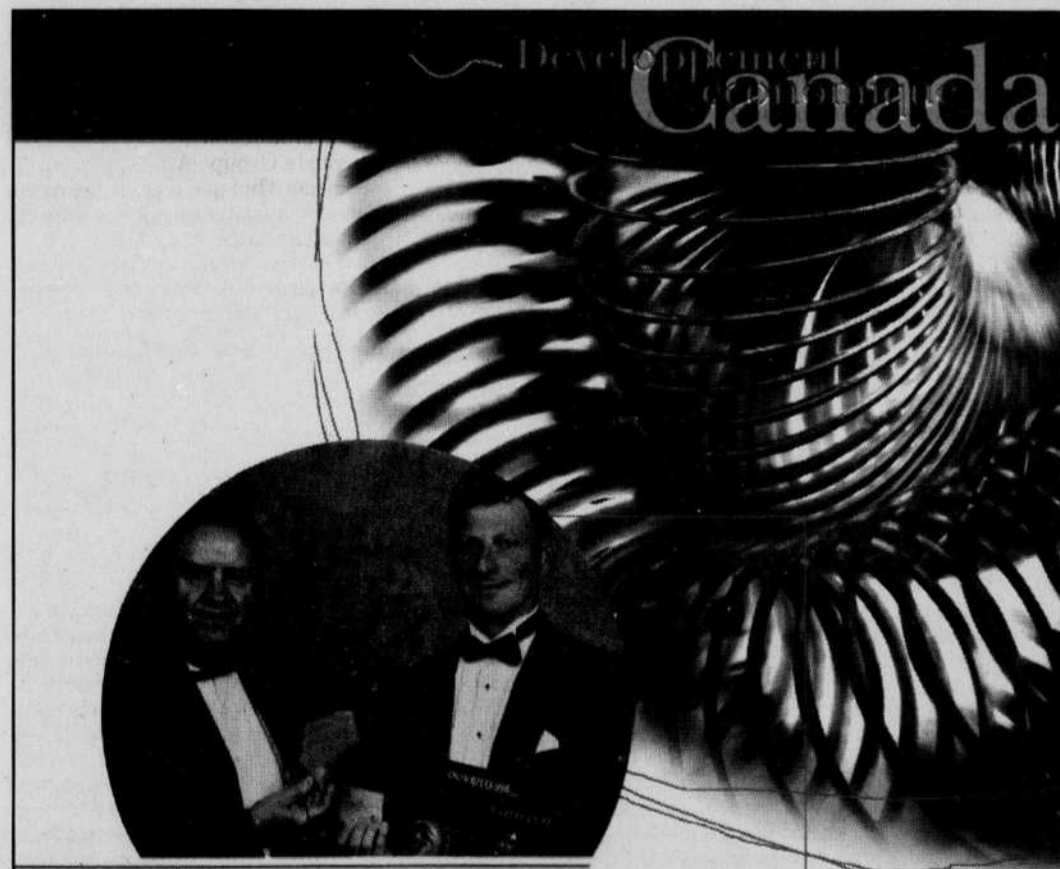
que l'on s'en va. (...) Dans 3, 4, 5 ans peut-être, on va voir la révolution commencer à prendre forme.»

Si les consommateurs devront attendre avant d'être touchés de plein fouet par la révolution électronique, les entreprises, elles, sont d'ores et déjà plongées dans la tourmente. «Aujourd'hui, c'est de B2B qu'on parle; c'est le slogan à la mode», ajoute d'une voix qui ne laisse place à aucun doute Gilles Bertrand. Le B2B, ou le Business to business, c'est nouveau mode de communication entre une entreprise et ses partenaires, ses filiales, ses fournisseurs; tout se passe sur Internet. Cette façon de faire, initiée par les grandes entreprises telle Microsoft Canada, serait en train de devenir une norme. Selon les chiffres du Aberdeen Group, le volume du B2B serait aujourd'hui de dix à vingt fois supérieur à celui du commerce électronique. Et si l'industrie devance, la FIQ suit.

Pour mieux suivre ses soubresauts, la FIQ vient de créer une cellule de veille technologique regroupant les dirigeants des 25 plus grandes entreprises au Québec. En les réunissant 2 ou 3 fois l'an pour leur demander comment ils voient l'avenir, Gilles Bertrand espère que la FIQ sera ainsi aux premières loges «pour suivre les orientations du marché».

Côté relève étudiante, la FIQ veille aussi aux grains; la fédération remettrait ce printemps 70 bourses de \$1 000 chacune à des universitaires ou des collégiens de toutes régions du Québec. «On sait qu'à peine 20 à 30% des jeunes complètent leur programme d'études; il faut non seulement les encourager à choisir le métier d'informaticiens, mais à compléter leurs études, car nous aurons besoin d'une main-d'œuvre qualifiée. Il y a d'ailleurs une chasse aux talents incroyables en ce moment aux États-Unis!»

Bref, si révolution il doit y avoir, aussi bien s'y préparer.



Monsieur Mark Assad, député fédéral de Gatineau et monsieur Patrice Roy, représentant de Domosys Corporation, lauréat de l'OCTAS de l'innovation, remis par Développement économique Canada, le samedi 27 mai dernier au Centre des congrès de Québec.

Fier partenaire de la Fédération de l'informatique du Québec, Développement économique Canada salue Domosys Corporation qui s'est mérité l'OCTAS de l'innovation technologique et l'OCTAS de l'excellence 2000.

Félicitations!

Développement économique Canada est fier de s'associer à la Fédération de l'informatique du Québec et aux OCTAS 2000.



OCTAS

Passage à l'an 2000

Joyeux nouveau millénaire!

Le bogue que la Banque Laurentienne
utilisa à son profit

C'était le «problème». Souvenez-vous des avions qui ne décollaient plus, des discours de catastrophes appréhendées. Le 1^{er} janvier arriva et on connaît la suite. Une banque a affronté la situation en s'appuyant sur ses ressources internes. Résultat: la Banque Laurentienne s'est donné une telle longueur d'avance qu'elle a pu inaugurer une filiale destinée à devenir le premier grossiste Internet en services et produits financiers.

CLAUDE LAFLEUR

Il y a un an, la grande majorité des entreprises se préparaient à affronter un éventuel «bogue» lors du passage à l'an 2000. C'était particulièrement le cas du secteur bancaire dans lequel la Banque Laurentienne a investi des dizaines de millions de dollars en mesures de toutes sortes pour éviter une catastrophe appréhendée. Six mois plus tard, Philippe Duby, vice-président au développement des systèmes du secteur des technologies de l'information de cette banque, en ressort très fier: «Nous avons fait bien davantage que de nous préparer au fameux bogue, et aujourd'hui, nous sommes plus forts et efficaces que jamais!»

De surcroît, la Banque Laurentienne a mérité l'Octas du Passage à l'an 2000. Estimant que ce fameux passage «est probablement le plus grand problème à laquelle tous ont été confrontés ces dernières années — c'est-à-dire toutes les entreprises de tous les secteurs confondus», M. Duby se dit par conséquent enchanté de voir que c'est la Banque Laurentienne qui est aujourd'hui récompensée comme l'entreprise qui a le mieux géré ce dossier. «Obtenir une telle reconnaissance est quelque chose qui nous distingue nettement des autres face à une technologie importante pour toute l'industrie.» De plus, s'empresse-t-il d'ajouter, cet Octas rend hommage aux centaines d'employés de la banque qui ont participé au projet. «D'ailleurs, indique-t-il, c'était là la raison première pour laquelle nous avons soumis notre candidature pour l'obtention de l'Octas.»

Contrairement à ce qu'on fait bon nombre d'entreprises, la Banque Laurentienne a décidé de réaliser par elle-même les mesures nécessaires pour faire face au bogue. Tout en faisant appel à des ressources externes, la banque a surtout mobilisé ses propres troupes. «Contrairement aux entreprises qui ont considéré les travaux de conversion à l'an 2000 comme inintéressants ou peu motivants, ici nous avons considéré ce passage obligatoire comme une belle occasion de nous développer», dit Philippe Duby. Par conséquent, nous avons créé des équipes d'élite et nous avons investi énormément dans le personnel permanent. Cela nous a permis de développer chez tous une vision d'ensemble. Nous nous sommes donc approprié le savoir, et c'était là l'un des principaux objectifs de notre programme Passage à l'an 2000.»

Position stratégique

Conséquemment, tout en faisant la mise à niveau de la multitude de ses systèmes informatiques, la banque en a profité pour réaliser différents projets de positionnement stratégique. «Nous en avons profité pour développer de nouveaux produits», souligne M. Duby, par exemple introduire les services Internet dans chacune de nos succursales. Nous sommes aujourd'hui la première



SOURCE BANQUE LAURENTIENNE
La Banque Laurentienne a décidé de réaliser par elle-même les mesures nécessaires pour faire face au bogue.

institution financière à avoir fait cela au Canada. Et ce n'est là qu'un exemple parmi d'autres.»

Les mesures pour faire face à l'éventuel bogue n'ont pas été une mince affaire pour une entreprise de l'envergure de la Banque Laurentienne. Au cours des deux dernières années, le passage à l'an 2000 a nécessité 30 millions, indique M. Duby, entraînant la mise à niveau de 1345 composantes de logiciels, des modifications à quelque 2000 formulaires, l'installation d'équipements décentralisés, en plus de mettre en place 56 plans de contingence opérationnelle.

«Bien honnêtement, au matin du 31 décembre, j'étais très confiant, indique-t-il, compte tenu de tous les préparatifs que nous avons faits. Les seuls doutes qu'on pouvait avoir ne concernaient que des activités secondaires ou des problèmes mineurs... Or, ici à la Banque Laurentienne, il ne s'est absolument rien passé! Nous n'avons repéré aucun problème lors du passage...» M. Duby rapporte même une nette diminution dans les «anomalies» qui se produisent immanquablement chaque fois que la banque change d'année. «40 % des problèmes récurrents ont été diminués lors du passage à la nouvelle année.»

Mais peut-être que la véritable retombée du si redouté bogue est aujourd'hui dans la capacité pour l'entreprise de réaliser de grands projets technologiques. «On s'est de la sorte fortement positionné sur le plan technologique», souligne Philippe Duby, en précisant qu'il y a deux mois à peine, la Banque Laurentienne ouvrait une filiale destinée à devenir le premier grossiste Internet en services et produits financiers Or, selon lui, le lancement de cette filiale quelques mois à peine après le passage à l'an 2000 n'est pas un hasard: «L'un de nos objectifs était justement de positionner la banque en matière de technologies informatiques pour nous permettre d'être en mesure de réaliser nos ambitions.»

«Qu'est-ce qui reste de l'an 2000?» enchaîne-t-il aussitôt pour répondre: «Surtout le positionnement de la Banque Laurentienne sur le plan technologique. Et l'annonce de la nouvelle filiale n'est qu'un exemple!».

Solutions d'affaires

Assurances au bout du fil

BELAIRdirect et Internet

En 1997, ils assuraient «en ligne» leur premier client. Depuis, les affaires roulent à la vitesse du modem. Si bien que 32 agents sont aujourd'hui affectés au trafic général par le site Internet dans les centres d'appels de Montréal et Toronto. Une réussite où Web et marketing se combinent à part égale.

MARC-ANDRÉ CÔTÉ

Quand on connaît les sommes impliquées dans la croissance de l'infrastructure mais surtout du site Internet dans les centres d'appels de Montréal et Toronto. Une réussite où Web et marketing se combinent à part égale.

Mais pas chez BELAIRdirect qui peut se targuer de faire figure de pionnier dans le domaine au Québec. L'assureur a su adapter à Internet son infrastructure informatique déjà en place. En fait, sa première police en ligne s'est conclue en 1997. Auparavant, les clients potentiels devaient parler à un agent qui se chargeait d'entrer les données dans le système informatique pour ensuite proposer un montant pour la prime d'assurance générale. Aujourd'hui, tous les clients potentiels font cette même demande en ligne... enfin tous ceux qui présentent une demande dite «standard», soit 85 % des consommateurs. Sachant que la clientèle cible de BELAIRdirect est constituée des jeunes conducteurs de 16 à 25 ans — une clientèle très branchée —, cette initiative de commerce électronique prend tout son sens.

Et l'initiative n'est pas passée inaperçue devant le jury 2000 des Octas. Dans la catégorie «Solution d'affaires — 201 employés et plus», BELAIRdirect, pour son projet de Soumission d'assurance automobile en temps réel sur Internet, a décroché la palme. L'accès direct par le client au site Web BELAIRdirect lui permet d'obtenir en temps réel une ou plusieurs soumissions, de souscrire une police d'assurance et de régler sa prime directement sur Internet.

Affaires de clavier

«Internet n'est qu'un autre moyen de rejoindre des clients qui n'ont pas vraiment changé même s'ils se retrouvent derrière un clavier. Les entreprises qui comprennent le plus rapidement cette réalité

incontournable sont celles qui vont retirer le plus d'une stratégie axée sur le commerce électronique», explique Louis Cyr, vice-président technologies et systèmes chez BELAIRdirect.

Assureur direct fondé à Montréal en 1955, BELAIRdirect est une filiale canadienne de la multinationale néerlandaise de services financiers ING. La firme canadienne est spécialisée dans la vente d'assurances générales incendie, accident, risques divers, directement au client, sans l'intermédiaire de courtier. Même si ses 29 bureaux répartis aux quatre coins du Québec, de l'Ontario et du Nouveau-Brunswick amènent de l'eau au moulin de l'entreprise, une grande partie de son chiffre d'affaires provient de ses centres d'appels de Montréal et de Toronto. Ce sont d'ailleurs ces centres d'appels qui ont servi de fondation à la mise en place de la solution de commerce électronique de BELAIRdirect.

Trente-deux agents des centres d'appels sont affectés au trafic général par le site Internet (16 à Montréal et 16 à Toronto). De ce nombre, quatre traitent exclusivement les soumissions faites via le site, tandis que les autres répondent en priorité aux appels provenant du numéro sans frais réservé aux internautes. Cette priorité est fondamentale selon M. Cyr.

BELAIRdirect Internet a vendu 1241 polices en 1998 et environ 5000 en 1999. En fait, l'année dernière, environ 300 polices ont été entièrement conclues dans l'espace virtuel du site Web de BELAIRdirect. «Nous croyons que les quelque 25 000 soumissions générées par notre site Internet chaque mois nous permettront d'arriver sans problème à des chiffres de vente très intéressants. Mais tout va tellement vite dans ce domaine que c'est difficile de se lancer dans des prédictions», note M. Cyr.

Coup de marketing

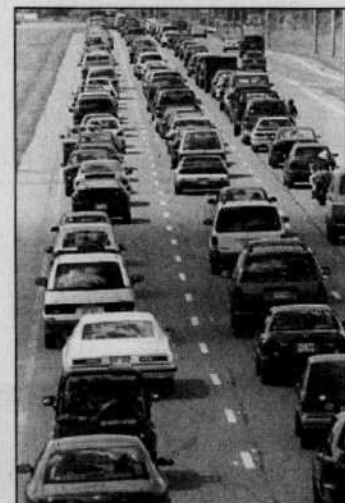
Ce n'est peut-être pas encore une lalalissade pour les néophytes mais les observateurs instruits de l'infomoteur le disent en cœur: le marketing joue un rôle crucial en commerce électro-

nique. Pour publiciser son site, BELAIRdirect a également choisi d'utiliser sa stratégie déjà éprouvée: une campagne publicitaire radio appuyée par de l'affichage extérieur, à la sortie du pont Champlain, par exemple, et des bannières sur le Web.

Le taux de soumissions faites en ligne est passé de 100 par jour à environ 1000 grâce à cette campagne radio, selon les chiffres fournis par M. Cyr lors d'une entrevue téléphonique. On a aussi pu observer une recrudescence du nombre d'appels au centre d'appels traditionnel et ce, même si les messages ne mentionnaient que le site Internet.

Les excellents résultats de la première vague de la stratégie radio de BELAIRdirect ont d'ailleurs poussé l'entreprise à automatiser son site transactionnel. En 1997, au cours d'une campagne semblable, le site Web ne faisait que colliger les données des demandes de soumissions qui étaient ensuite traitées manuellement par un agent. Le volume de travail était si élevé que BELAIRdirect avait préféré écourter la promotion du site. Il n'en fallait pas plus pour investir les montants exigés pour automatiser un site transactionnel.

M. Cyr n'a pas voulu révéler les coûts d'opération actuels mais précise que la première génération du site lancée en 1995 avait coûté environ 10 000 \$ et que la version qui permettait de pouvoir seulement compléter un formulaire en ligne avait nécessité un investissement de 35 000 \$.



JACQUES NADEAU LE DEVOIR
La clientèle cible de BELAIRdirect est constituée des jeunes conducteurs de 16 à 25 ans.

Réussite commerciale

Savoir se faire voir
Comment Tenrox réussit faute de ressources

Comme l'entreprise ne pouvait se payer une campagne publicitaire, elle eut recours à Internet. L'intuition, ou le savant calcul, était juste: Tenrox vend sa troupe de gestion de temps dans 32 pays et ne cesse de récolter prix après prix. Petite histoire d'une stratégie exemplaire.

JULIE BOUCHARD

Il n'y a pas de ceux qui offrent aux gens d'affaires des solutions informatiques nouvelles, efficaces et simples d'utilisation qui furent récompensés au dernier gala des Octas; il y a aussi ceux qui savent tirer le meilleur parti des technologies déjà existantes. Ainsi, la Fédération de l'informatique du Québec a remis l'Octas de la Réussite commerciale (200 employés ou moins) à Tenrox, entreprise montrealaise qui commercialise sur Internet une troupe de gestion de temps: Office Timesheet 2000. Rien d'exceptionnel dans le système de gestion informatisé de feuilles de temps de Tenrox, sauf

que, s'il est utilisé dans 32 pays aujourd'hui, c'est grâce à Internet.

Tout va bien sous le soleil pour Tenrox. Fondée en 1995, l'entreprise a récolté depuis quelques mois les éloges comme d'autres récoltent le maïs à l'automne. Il en apparaît tant d'un seul coup qu'on ne sait plus de quel côté tourner la tête ou tendre les bras. L'automne dernier, Tenrox récoltait le prix Technologies de l'information et télécommunications lors du Gala de l'exportation organisé par Développement économique Canada. En début d'année, à San Diego, l'entreprise recevait le prix Logiciel d'entreprise, catégorie meilleur début, prix décerné cette fois par la Software & Information

Industry Association; tout récemment encore, Tenrox remportait le prix Codie, décerné aux États-Unis dans le cadre de l'Academy Award du logiciel. Et enfin, dernier des honneurs en lice: Cognicase, entreprise spécialisée dans l'intégration des affaires électroniques et des solutions Internet/sans fil et qui vient tout juste de se porter acquéreur de SIBN, filiale de la Banque Nationale spécialisée en commerce électronique, a décidé, après avoir elle-même été cliente de Tenrox, de faire la commercialisation d'Office Timesheet 2000 partout dans le monde. Chez Tenrox, on se dit très heureux. On le serait pour moins que ça.

Commercialisation électronique

Tenrox a réussi là où tous craignent aujourd'hui d'échouer: en commercialisant son produit sur Internet. Alors qu'une nouvelle entreprise cherche habituellement à

se faire connaître d'abord dans son environnement immédiat, qu'elle étend ensuite progressivement ses activités au gré des ententes qu'elle noue avec des partenaires plus ou moins éloignés géographiquement, Tenrox a commencé par la fin. Quand en 1997, après deux ans d'efforts et d'investissements, le temps arriva enfin à commercialiser Office Timesheet, Tenrox ne pouvait se permettre de déboursier les 50 000 \$ demandés pour une page de publicité dans un magazine américain. Mais le Web existait. Tenrox y est entrée et s'est ainsi directement adressée au monde entier.

Il y a beaucoup, beaucoup de monde sur le Web. Pour mieux se faire repêcher par les engins de recherche, Tenrox a multiplié les noms de domaines; pour fidéliser le consommateur, elle lui donné des raisons de revenir régulièrement; pour augmenter la visibilité de son site, Tenrox a multiplié les partenariats avec des détaillants

offrant des produits complémentaires. Résultat? Office Timesheet 2000 est aujourd'hui vendu dans 32 pays, dont la Russie, l'Afrique du Sud et l'Australie, et Tenrox compte quelque 400 clients, dont AT&T, Boeing, IBM, Sony, Visa Desjardins et Provigo. Mais la croissance ne devrait pas s'arrêter là; selon Armine Saidi, directeur des relations publiques chez Tenrox: «Le nombre d'utilisateurs augmente de 20 % par trimestre et la demande devrait s'accroître avec

la sortie d'une nouvelle version prévue dans deux ou trois mois et qui intégrera un module encore plus performant pour les prévisions des dépenses». Croissance soutenue donc, mais qui n'empêche pas les dirigeants de Tenrox de consolider leurs assises sur le territoire montréalais: ils ont construit au coût de 2 M\$ de nouveaux locaux dans le Parc scientifique et de haute technologie de Laval, locaux qu'ils pensent investir en juillet de cette année.

La Société Radio-Canada

INNOVE POUR MIEUX VOUS SERVIR

ICI RADIO-CANADA
TÉLÉVISIONGagnant du prix
OCTAS«INNOVATION TECHNOLOGIQUE :
201 EMPLOYÉS ET PLUS»ÉLECTRONIQUE
ET INFORMATIQUE

LES PRIX OCTAS

CE CAHIER SPÉCIAL

EST PUBLIÉ PAR LE DEVOIR

Responsable NORMAND THÉRIAULT

ntheriault@ledevoir.ca

2050, rue de Bligny, 9^e étage, Montréal (Québec) H3A 3M9.

Tél.: (514) 985-3333 redaction@ledevoir.com

FAIS CE QUE DOIS

multimédia d'affaires MD

création WEB
CD-ROMvendre
former
informer

par l'innovation



OCTAS

lauréat
2000

MID

Multimédia d'affaires
édition multimédia

(418) 650-2996 • www.mcdmultimedia.com