

TECHnologies

LES AFFAIRES

COMPAQ

Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez nous appeler au 1 800 567-1616 ou visitez notre site Web au www.compaq.ca

Intranets et extranets

Transactions électroniques

Bell investira 54 M\$ dans la nouvelle entité née de la fusion **MPact - Bell Emergis** pour élaborer de nouveaux produits transactionnels proches d'EDI
p. T2

Commerce

Avec **ElekNet**, un extranet transactionnel mis au point par sa division **ElekTech**, le distributeur de matériel électrique **Sonepar** permet aux maîtres électriciens du Québec et, en juillet, à ceux de l'ouest du pays d'accéder à plus de 25 000 SKUs. Avec son réseau, Sonepar espère accroître son poids dans un marché canadien dominé par quatre ou cinq joueurs importants
p. T3

Formation

La demande de formation pour Internet suit la courbe ascensionnelle de la planète Web. Les requêtes spéciales des clients d'entreprises ainsi que les solutions tournant autour de la sécurité Internet/intranet ne cessent de progresser. Un programme de formation, privée et publique, de webmestre sera désormais accessible à la clientèle corporative ainsi qu'aux individus. Même **Microsoft** vient d'ajouter un nouveau diplôme, le **MCSE+**
p. T10

Archivage électronique

IBM propose de nouvelles technologies permettant de mieux gérer et partager l'information dans des environnements hétérogènes comme ceux que l'on trouve souvent dans les intranets
p. T13

Guy

Paquin

Pour une PME ou une organisation de taille moyenne, un hôpital par exemple, il faut compter de trois à six mois pour compléter le déploiement d'un intranet fonctionnel. Ceux qui pensent que l'intranet est un bidule qu'on sort de sa boîte et qu'on branche comme un grille-pain en sont quitte pour une grosse déception.

« Autant utiliser un intranet correctement déployé est facile, autant le mettre en place requiert du temps et des décisions mûrement réfléchies », avertit **Pascal Gosselin**, président de **Mlink Internet**, une société qui gère et crée des intranets.

M. Gosselin le sait puisqu'il a supervisé la mise en place d'un intranet puissant à l'intérieur de son entreprise. Dans ce cas, le savetier est fort bien chaussé. L'intranet de la maison permet d'accéder aux données nécessaires pour produire une soumission, d'obtenir des listes de prix, de préparer la facturation, des commandes et de rédiger des contrats.

Il comprend une unité, **Crystal Reports**, qui formate les rapports en tous genres avant de les imprimer. Quiconque rédige un rapport (de ventes, de réunion, etc.) le fait selon un modèle type sans même le savoir. C'est à l'impression que ça se voit.

Quant aux visiteurs venus se renseigner sur les produits et services de **Mlink Internet**, ils ont accès, entre autres, à des dépliants virtuels grâce à une unité de gestion de documents qui roule sur **Unix**.

« Le plus difficile dans le montage d'un intranet, c'est ce que j'appellerais le *tout-au-fureteur*. Le but c'est que toutes les applications imaginables soient accessibles sans sortir du cadre de l'interface **Net** ».

« Nous avons même une passerelle entre le télécopieur et le courrier électronique par fureteur.

Mieux vaut prendre son temps

Si vous n'êtes pas prêt à y consacrer temps et argent, l'intranet devient un pensez-y bien

Ça s'appelle **Wright Fax** et ça commande des télécopies dans le même écran que celui qui sert pour la messagerie électronique. »

Serveur IIS

L'intranet nécessite d'abord un serveur **IIS** (*Internet Information Server*), celui qui sert d'interface client. On aura besoin d'un autre serveur pour gérer les accès aux bases de données, essentiel pour des applications comme la facturation, les soumissions et, en général, tout ce qui requiert des informations mises à jour, des listes etc.

« **Microsoft** a mis en marché **ODBC**, qui est bien utile puisque ce serveur est ouvert à toutes les bases de données imaginables. Pas besoin de tout refaire ses bases de données pour les standardiser. **ODBC** digère n'importe quoi. Ça compte quand le temps est un facteur d'importance », souligne M. Gosselin.

Parlant de **Microsoft**, chacun sait maintenant que la compagnie de **Bill Gates** obligeait les acheteurs de **Windows** à installer son fureteur (**Internet Explorer**) et aucun autre sur leurs machines. Qu'en est-il des serveurs **Windows NT**? Y est-on restreint



PHOTO : Jean-Guy Paradis, LES AFFAIRES

■ **Pascal Gosselin :** « Autant utiliser un intranet correctement déployé est facile, autant le mettre en place requiert du temps et des décisions mûrement réfléchies. »

au fureteur à la **Gates** ou peut-on s'en servir avec **Netscape**, par exemple ?

« **Windows NT** est le système d'exploitation le plus populaire dans les intranets de bureau. On sera content d'apprendre qu'il accepte tous les fureteurs, y compris les concurrents de **Microsoft**. De toute manière, l'interface ne change pas dans un intranet, quel que soit le fureteur que vous utilisiez. »

Succès d'intégration douteux

Reste que, selon M. Gosselin, **Microsoft** n'a pas très bien réussi à intégrer les outils **Web** et le courrier électronique. **Internet Explorer** n'envoie pas de courrier. Il faut le fermer pour avoir accès à l'application courrier. Ce n'est pas le cas de **Netscape**.

Par contre, les utilisateurs de

l'intranet qui veulent apporter et sauvegarder des tableaux dans leur chiffrier auront de drôles de surprises avec **Netscape**. **L'Explorer** de **Microsoft**, lui, gobe les tableaux et les chiffres sans difficulté et les intègre dans le chiffrier **Excel** en sauvegardant même les couleurs originales des histogrammes et autres images.

Comme on le voit, il faut beaucoup d'outils différents pour se doter d'un intranet convenable et leur choix requiert du temps, de l'argent et surtout une vision claire des outils qu'on veut se donner. ■

ACHETEZ UN BLOC-NOTES COMPAQ ARMADA maintenant et obtenez une mallette Targus.



Les prix des blocs-notes Armada s'échelonnent de 2 879\$ à 8 749\$*



Pour obtenir plus de renseignements sur nos blocs-notes et cette offre avantageuse, visitez notre site Web au www.compaq.ca ou appelez au 1 800 567-1616.

COMPAQ


Les prix des mallettes Targus s'échelonnent de 129\$ à 399\$*

© 1998 Compaq Computer Corporation. Tous droits réservés. Compaq et Armada sont des marques de commerce de Compaq Computer Corporation. Le logo Intel Inside et Pentium sont des marques déposées de Intel Corporation. *Prix courant suggéré. Le détaillant peut vendre à un prix inférieur. *Offre en vigueur jusqu'au 30 juin 1998.

Document EDI : idéal pour les transactions par intranets

Le Québec a agi deux fois plus vite que l'Ontario

Guy Paquin

Pour faire des transactions électroniques avec ses clients et fournisseurs, il est maintenant acquis que les extranets, réseaux informatiques utilisant les normes d'Internet, sont presque indispensables. Mais pour que les formulaires se baladent entre acheteurs, vendeurs et institutions bancaires, quel format de document adopter ?

La question se pose si on veut éviter qu'en passant d'un ordinateur à l'autre, d'un serveur à l'autre, les documents perdent leur intégrité.

« Vous n'avez pas envie que, faute de respecter des normes standardisées, un document soit mal lu par une des multiples composantes électroniques en cause dans une transaction, fait observer Brian Edwards, fondateur de MPact Immedia.

« Vous ne voulez pas que ce que votre client a écrit dans le champ *prix* soit lu comme un champ *numéro d'article* ou *quantité commandée*. »



Le format de document EDI (échange de données informatisé) sert à préserver l'intégrité des champs des documents qui circulent d'un environnement informatique à un autre,

■ **Brian Edwards :** « EDI harmonise la présentation des documents entre les machines, les logiciels de traitement de textes et de chiffres. »

confirmation. Après l'avoir obtenue, il avise le client, toujours en ligne, du montant final de la transaction. Le client donne son accord et la banque est aussitôt avisée que le marché est conclu. Les éditeurs reçoivent un formulaire de demande de livraison à l'adresse du client.

« EDI harmonise la présentation des documents entre toutes sortes de machines et de logiciels de traitement de textes et de chiffres. Il garantit que les transactions dans l'extranet ne tournent pas à la tour de Babel », assure M. Edwards.

MPact Immedia a connu pas mal de succès à implanter, depuis quelques années, des serveurs EDI dans des institutions qui s'échangent des documents essentiels à leurs activités.

quelle que soit la plate-forme ou le type de serveurs.

Librairie virtuelle

Pour comprendre la complexité du problème, prenons un exemple. La librairie virtuelle *Balzac* propose à sa clientèle électronique un catalogue de 3 000 titres. Le client coche un formulaire à l'écran et inscrit son numéro de carte de crédit dans la fenêtre appropriée. Il clique sur *envoyer* et attend confirmation de sa commande.

Le tout entre dans le serveur EDI de la librairie. C'est lui qui gère les documents en circulation dans l'extranet de la compagnie. Il expédie des formulaires EDI aux différents éditeurs pour demander électroniquement si les titres commandés sont bien disponibles. En une fraction de seconde, il reçoit sa confirmation.

Il expédie alors, toujours en format EDI, une demande de crédit à la banque d'où émane la carte de crédit et attend la

confirmation. Après l'avoir obtenue, il avise le client, toujours en ligne, du montant final de la transaction. Le client donne son accord et la banque est aussitôt avisée que le marché est conclu. Les éditeurs reçoivent un formulaire de demande de livraison à l'adresse du client.

Bell est devenue propriétaire de 65 % des actions de la nouvelle entité.

« Bell a un gros réseau Internet, nous offrons l'informatique qui permet aux documents de circuler de façon fiable. La fusion est naturelle quand deux joueurs tiennent chacun une moitié de la solution », explique Brian Edwards. Chez Bell Canada, on reconnaît que l'acquisition de MPact Immedia permet d'accélérer la pénétration des marchés.

« Emergis n'avait pas le contact client de MPact, dit Jean-Charles Robillard, porte-parole de Bell.

« Nous étions intéressés par les applications qu'ils mettaient au point, mais beaucoup aussi par leur liste de clients. Nous allons mettre 54 M\$ dans la nouvelle entité pour développer les marchés et élaborer de nouveaux produits transactionnels proches d'EDI. » ■

■ **Le format de document EDI sert à préserver l'intégrité des champs des documents en circulation dans un environnement informatique.** ■

Fusion MPact-Bell Emergis

La compagnie sert aussi de gros joueurs financiers américains comme *Nation's*



Soyez présent sur l'internet

Nous concevons votre site et l'hébergeons sur des serveurs **ultra rapides**

Ayez votre propre Extranet - Intranet

Nous créons pour vous les outils de travail qui vous permettent de **rester maître** de votre site

Vendez directement sur Internet

Nous sommes experts du catalogue interactif construit **sur mesure et sécurisé**

Connectez votre PME avec le monde

Nous installons Microsoft® BackOffice® Small Business Server qui permet d'implanter un **Extranet - Intranet** complet adapté à vos besoins

ne vous laissez pas mener en bateau
Naviguez en première...

Tel : 514 849 1266

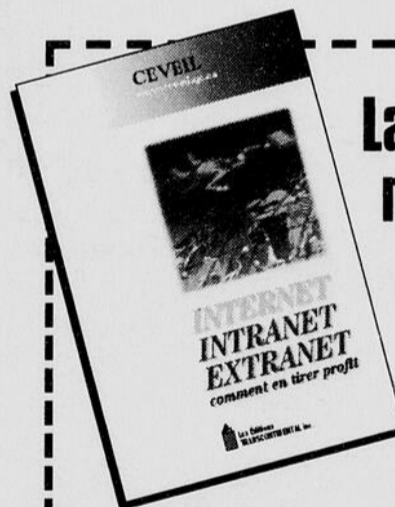


Business Internet Expert

Jamais l'internet n'a été aussi facile

A votre service depuis 1994

http://www.binex.com email: info@binex.com



La technologie ne cesse d'évoluer... Et votre entreprise ?

Un livre concis et complet, rempli d'exemples, conçu pour les gens d'affaires d'ici!

Veuillez me faire parvenir *INTERNET, INTRANET, EXTRANET, comment en tirer profit*, à 26,70 \$ (TPS incluse), dans les plus brefs délais.

ENTREPRISE :

NOM :

ADRESSE :

CODE POSTAL :

TÉLÉPHONE : ()

TÉLÉCOPIEUR : ()

CHÉQUE

CARTE DE CRÉDIT

VISA

MASTERCARD

NUMÉRO :

ÉCHÉANCE :

ENVOYEZ VOTRE COMMANDE À :
LES ÉDITIONS TRANSCONTINENTAL
7777, BOUL. L. H. LAFONTAINE
BUREAU 202
ANJOU (QUÉBEC) H1K 4E4

Les Éditions TRANSCONTINENTAL inc.

POUR COMMANDER AVEC CARTE DE CRÉDIT, APPELEZ AU (514) 354-2877 OU AU 1 888 299-2877. LES BONS DE COMMANDE DES ENTREPRISES SONT ACCEPTÉS. TÉLÉCOPIEUR : (514) 354-7948.

AFF.27.06

AJOUTEZ 3,21 \$ DE FRAIS DE POSTE.

Lauréats OCTAS



Relève collégiale
Amélie Dionne, Patricia Rioux,
Martin Ratté
CEGEP DE RIMOUSKI
NTIC-FORÊT
Prix remis par Yves Sanssouci
Président directeur général, CRIM



PRIX EXCELLENCE
Centre de recherche informatique de Montréal, CRIM
LE SIMULATEUR ATREF
Prix remis par Claude Lessard, président et chef de la direction
de Cossette Communication marketing, président d'honneur
du Gala des Octas - De gauche à droite : Denis Poussart,
Claude Lessard, Yves Gonthier, Paul Freedman



Relève universitaire
Robert Bonneau, Julie Desgagnés
École des Hautes Études
Commerciales
Programme Étudiants bien
branchés (EBB-HEC)
Prix remis par Monique Charbonneau
Présidente directrice générale, CÉFRIO



Innovation
Denis Poussard, Paul Freedman,
Centre de recherche informatique
de Montréal, CRIM
Simulateur ATREF
Prix remis par Michel Gévy
Vice-président et Directeur général
Québec, DIGITAL



Gestion du changement
200 employés et moins
Jean-Pierre Fontaine, Groupe Arima
Kheops (Implantation d'un logiciel
d'optimisation de la planification)
Prix remis par Michel Couture,
Directeur régional, PEOPLE SOFT



Gestion du changement
201 employés et plus
Renée Lemire, Le Groupe
Commerce Compagnie
d'assurances
Télévente
Prix remis par Roger Bertrand
Ministre délégué à l'Industrie et au
Commerce



Technologie
200 employés et moins
Marc A. Fortier, Société Parc-Auto
du Québec
TGPS/SPAQSM
(Opération automatique et
télégestion des parcs de
stationnement)
Prix remis par Pierre Turcotte,
Vice-président principal
Groupe CGI



**Français dans les
technologies de
l'information**
Claire Fafard, Danielle Gilbert,
Centre St-Michel
Site Littérature québécoise
Prix remis par René Giguère
Vice-président, ORACLE



Réussite commerciale
Tanja Gehring, Momentum
Systèmes de gestion
Momentum Systèmes de gestion
Prix remis par Pierre Chadi
Directeur régional, MICROSOFT Canada



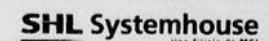
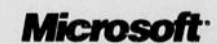
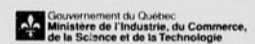
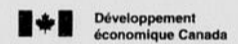
Multimédia
Serge Carrier, MICRO-INTEL
La Maison de Ouimzie
MICRO-INTEL en coproduction avec
CINAR Films
Prix remis par Martin Cauchon
Secrétaire d'État et responsable
de Développement économique
Canada



Technologie
201 employés et plus
Réjean Gignac, Régie de
l'assurance-maladie du Québec
Priorité : Service
Prix remis par Jacques Topping,
président, Groupe Informission



La Fédération de l'informatique du Québec désire remercier les partenaires Prestige et Excellence qui se sont associés au Gala des OCTAS 1998 et qui ont permis d'organiser cette soirée inoubliable



des OCTAS tenu à Québec le 6 juin 1998

Showbase à la recherche d'investisseurs et de bons canaux de revente

Les intranets et les extranets deviennent des outils d'affaires fondamentaux

Guy Paquin

Michel Desautels, président de Showbase, n'a rien du cow-boy solitaire. Son actionariat, il est prêt à le partager avec des financiers. Ne vient-il pas de céder 49 % de ses actions à l'entreprise de capital de risque de

haute technologie Technocap contre 2,3 M\$?

« Je n'ai pas le choix. Quand on a mis au point un serveur d'extranet qui n'a de valeur que par l'intelligence qu'il contient, on ne va pas chercher de la croissance à coup de prêts hypothécaires. »

« Seule une société de capital de risque comprendra que,

le temps d'ouvrir les bons canaux de revente, des bilans lourdement négatifs marqueront les premières années. »

Showbase est en quelque sorte le reflet technologique du compromis qu'est un extranet : offrir un accès à des alliés stratégiques à certains volets de nos bases de données. Permettre à nos clients,

par exemple, de venir regarder des listes de prix ou des états d'inventaire, ou même leur état de compte, sans toutefois qu'ils s'égaillent partout dans nos documents confidentiels.

Showbase évite le travail de convertir les bases de données en langage Web. Avec cet outil, pas de programma-



tion ni d'apprentissage d'un nouveau langage. On clique et les données s'affichent sur l'écran du visiteur. « Le visiteur de l'extranet ne disposera pas des outils pour modifier les données à l'écran. En fait, il n'accède pas à la base de données elle-même, mais plutôt à une image de celle-ci », précise M. Desautels.

■ **Michel Desautels :** « J'ai besoin d'associés qui ont des sous. »

munications et informatique se rencontrent. Ces investissements totalisent 30 M\$ et ont permis une rentrée d'argent totalisant 30 M\$.

Partenaires prestigieux

Compte à rebours

Au moment même où intranets et extranets deviennent des outils d'affaires fondamentaux, M. Desautels sent que le temps presse. Après les 2,3 M\$ de Technocap, il est à la recherche d'un autre investisseur à hauteur de 3 à 5 M\$ US.

« Notre stratégie de mise en marché est la suivante : ouvrir des canaux de revente dans les marchés de taille moyenne et petite, donc former les revendeurs pour qu'ils offrent le même service que nous offririons nous-mêmes dans les grands marchés. Il serait à propos d'ouvrir des succursales afin d'assurer un soutien aux ventes majeures. »

M. Desautels estime qu'il faut de 24 à 36 mois pour établir un canal de revente. Cela coûte très cher. « On déclenche l'intérêt des clients éventuels par de la publicité dans les publications spécialisées. Dans un trade majeur, une page de publicité coûte environ 12 000 \$ US. »

Technocap en est à son douzième investissement dans les domaines où naissent les intranets et extranets, à la croisée des chemins où télécom-

La société de capital de risque montréalaise place son argent en compagnie de partenaires solides et prestigieux : Sofinov de la Caisse de dépôt et placement du Québec, le fonds de pension de Bombardier de Havilland.

le Fonds de solidarité des travailleurs du Québec (FTQ), Nouveler d'Hydro-Québec et la Banque Nationale. Le capital engagé de Technocap totalise 100 M\$.

Le prochain associé pourrait être l'un de deux types, soit une autre société de capital de risque ou un commanditaire passif. Dans le second cas, il s'agirait d'un investisseur fantôme qui ne se mêlerait pas de la direction stratégique de l'entreprise.

Si les choses se passent comme il l'entend, Showbase en viendra à former un trio de propriétaires : Technocap, le nouvel actionnaire actuellement recherché et les actionnaires initiaux.

Une fois bien établie sur les marchés nord-américains, la société a l'intention de procéder à un appel public à l'épargne. ■



ACTE Alliance canadienne des télécommunications de l'entreprise

«Des solutions pour les entreprises»

LES 1, 2 ET 3 SEPTEMBRE LES CHEFS DE FILE DU CANADA SERONT AU

TeleCon98

LE PLUS IMPORTANT ÉVÈNEMENT DE L'INDUSTRIE DES TÉLÉCOMMUNICATIONS AU CANADA

CONFÉRENCE ET EXPOSITION



J. C. Monty
BCE Inc.



C. Sirois
Télélobe Inc.



J. Nininger
Conference Board of Canada



L. Marsden
Université York



W. Calucci
AT&T



N. Mulder
Stentor



J. Koor
CallNet



J. Peeters
FONOROLA



J. De Laurentis
Mondex Canada



G. Clermont
Canada Post



D. Colville
CRTIC



P. Currie
Banque Royale



R. Osborne
Ontario Hydro



A. Godbout
Chambre de commerce de Montreal

- Plus de 80 conférenciers de pointe
- Plus de 150 exposants de niveau national et international
- Journée de la petite entreprise
- 32 séances de formation pour vous aider à prendre des décisions d'affaires
- Cyber café
- Démonstrations interactives de produits
- Journée de développement des cadres
- Excellente cuisine et divertissements

DÉCOUVREZ LA PLUS IMPORTANTE VITRINE D'INNOVATIONS EN MATIÈRE DE TÉLÉCOMMUNICATIONS AU CANADA ! CONSTATEZ COMMENT LES APPLICATIONS DE POINTE OFFRENT DES «SOLUTIONS POUR LES ENTREPRISES».

Centre des congrès du Grand Toronto, South Building, Toronto, Canada

Commandité par:



INSCRIVEZ-VOUS MAINTENANT
Tél.: 1-888-335-5734
ou (514) 335-5734
En ligne: www.cbtaelec.on.ca
ou: www.cbta.ca

QUELLE DIFFÉRENCE Y A-T-IL ENTRE LE SITE WEB D'UN ENFANT ET CELUI D'UNE ENTREPRISE? AUCUNE. C'EST BIEN LÀ LE HIC.



Les affaires électroniques*

Monter un site Web à des fins de publication seulement est la première étape à franchir pour devenir une entreprise électronique. Une étape que la plupart des entreprises (et bien des enfants) ont d'ailleurs déjà franchie. C'est un bon début puisqu'il s'agit là d'une façon très économique de diffuser de l'information de base.

Mais l'exercice devient vraiment rentable (du moins pour les entreprises) aux deuxième et troisième étapes. La deuxième étape consiste à établir des sites Web «libre-service», où les clients peuvent, par exemple, vérifier leur état de compte ou localiser un colis en ligne.

Avec la troisième étape, on passe à un site Web permettant les transactions. Ici, il ne s'agit pas seulement d'acheter et de vendre, mais de traiter tous les processus qui nécessitent une circulation dynamique et interactive d'information.

IBM a déjà aidé des milliers d'entreprises à faire le saut : passer d'une entreprise avec un site Web à une entreprise électronique, en mettant leurs processus clés en ligne afin d'améliorer le service à la clientèle, de réduire les coûts ou de vendre des produits.

Par exemple, IBM a collaboré avec le Mouvement Desjardins pour lui permettre de faire des affaires sur Internet de façon sécurisée. Les membres de Desjardins peuvent ainsi accéder à leur relevé de compte virtuel, acheter des assurances et des fonds de placement, et compter sur une gamme de services à valeur ajoutée sur le Web.

En affaires électroniques, les avantages financiers sont un argument de poids. Selon une étude récente de Booz-Allen & Hamilton, le coût d'une transaction bancaire conventionnelle est de 1,07 \$*, alors que



la même transaction sur le Web coûte à peu près 1¢. Le traitement d'un billet d'avion conventionnel coûte 8 \$*, alors que celui d'un billet électronique ne coûte que 1\$. Les clients adorent la commodité d'un tel service; les entreprises apprécient les économies réalisées.

Les solutions IBM ont permis à des milliers d'entreprises de toute taille de se transformer en entreprises électroniques. Pour découvrir comment IBM peut en faire autant pour vous, placez un signet au www.ibm.com/e-business ou au www.can.ibm.com/francais. Ou encore, composez le 1 800 IBM-2255**, poste 51D.

Des solutions pour une petite planète[®]

Sonepar tisse un extranet transactionnel pour les électriciens

Avec son réseau, le distributeur de matériel électrique espère élargir son marché

Daniel
Germain

Les maîtres électriciens peuvent maintenant commander leur matériel en pianotant sur leur clavier d'ordinateur grâce à l'extranet transactionnel mis au point par **ElekTech**, une division de l'un des plus importants distributeurs de matériel

électrique au pays, **Sonepar**.

Pour le distributeur, les deux années de travail et l'investissement de 1 M\$ nécessaire à l'élaboration de l'extranet n'ont pas pour unique but de faciliter l'approvisionnement des maîtres électriciens. L'entreprise espère accroître son poids dans un marché canadien dominé par quatre ou cinq joueurs importants.

« Nous sommes en avance sur tout le monde et nous attendons la réaction de nos concurrents. Pour l'instant, nous comptons profiter de notre avantage pour développer des marchés », dit **Félix Daigle**, président d'**ElekTech**, la division de Sonepar responsable des services informatiques, de la gestion des stocks et du commerce électronique.

Pour l'heure, l'extranet du distributeur, **ElekNet** de son petit nom, est accessible dans quelques régions du Québec seulement, notamment à Montréal, à Québec, à Sherbrooke et au Saguenay-Lac Saint-Jean. Dès juillet, le réseau devrait être accessible aux maîtres électriciens de l'ouest du pays.

L'extranet de Sonepar don-



PHOTO: Jean-Guy Paradis, LES AFFAIRES

ne accès à des stocks de 25 M\$ constitués de quelque 25 000 composants électriques. La plupart des produits sont illustrés et assortis d'une fiche technique et des spécifications du manufacturier.

« Lorsque nous avons décidé d'élaborer le réseau, les catalogues étaient imprimés sur papier ou gravés sur un céderom et n'étaient valables qu'au moment de leur sortie, se souvient M. Daigle.

« Grâce à un extranet mis à jour régulièrement, on connaît exactement les produits disponibles. »

L'état des stocks est constamment mis à jour et l'électricien branché est en mesure de connaître la disponibilité du matériel pour chacune des succursales du distributeur. Il peut commander son matériel au moyen du réseau et constituer ses propres stocks. Il peut aller chercher lui-même les pièces commandées ou se les faire livrer le lendemain matin. La facturation et le paiement se font encore selon l'ancienne méthode, soit par la poste, mais ces fonctions seront ajoutées au système à plus ou moins longue échéance.

Mise en place laborieuse

La mise en place du réseau n'a pas été chose facile. Au moment de lancer le projet en 1996, les ambitions d'**ElekTech** dépassaient les possibilités de la technologie disponible.

« Nous voulions un temps de réponse rapide, mais on nous disait que c'était impossible. Avec **Ordi Plan**, une firme de Boucherville, nous avons néanmoins décidé de foncer; au fur et à mesure que notre projet avançait, la technologie progressait », explique M. Daigle.

Autre obstacle : les maîtres électriciens n'étaient pas équipés pour accéder au réseau. Selon un sondage mené à l'époque, 40 % d'entre eux

■ Le président d'**ElekTech**, **Félix Daigle**, croit qu'avec **ElekNet**, **Sonepar** a pris une bonne longueur d'avance sur la concurrence.

avaient un PC; parmi ceux-là, 60 % possédaient un ordinateur désuet.

Pour résoudre le problème, **ElekTech** s'est associée à **IBM** afin de pouvoir louer l'équipement nécessaire. L'entreprise s'est aussi alliée à **Bell Canada** pour les infrastructures du réseau.

Deux autres fonctions à venir

Le réseau s'enrichira de deux fonctions importantes au cours de l'année. La première est un outil permettant de préparer des soumissions, ce qui inclut des fonctions pour calculer les marges bénéficiaires de l'entrepreneur électricien.

La deuxième, plus ambitieuse, permettra aux utilisateurs du réseau de s'y brancher par une technologie sans fil.

« Les électriciens pourront commander leurs pièces directement du chantier où ils travaillent. Cette possibilité nécessite un ordinateur portable plus petit et plus robuste que ceux qu'on retrouve sur le marché. **IBM** et d'autres fournisseurs travaillent actuellement à la mise au point de cet outil. »

Par ailleurs, l'accès au réseau n'est pas gratuit. Il en coûte 50 \$ par mois pour s'y brancher, une facture qui s'élève à 175 \$ si l'équipement est loué.

L'abonnement inclut une formation sur le fonctionnement du réseau. Une autre formation sur l'environnement **Windows** et la suite de logiciels **Office 97**, nécessaire pour l'élaboration des soumissions, sera bientôt offerte. ■

Solutions Internet à toute épreuve!

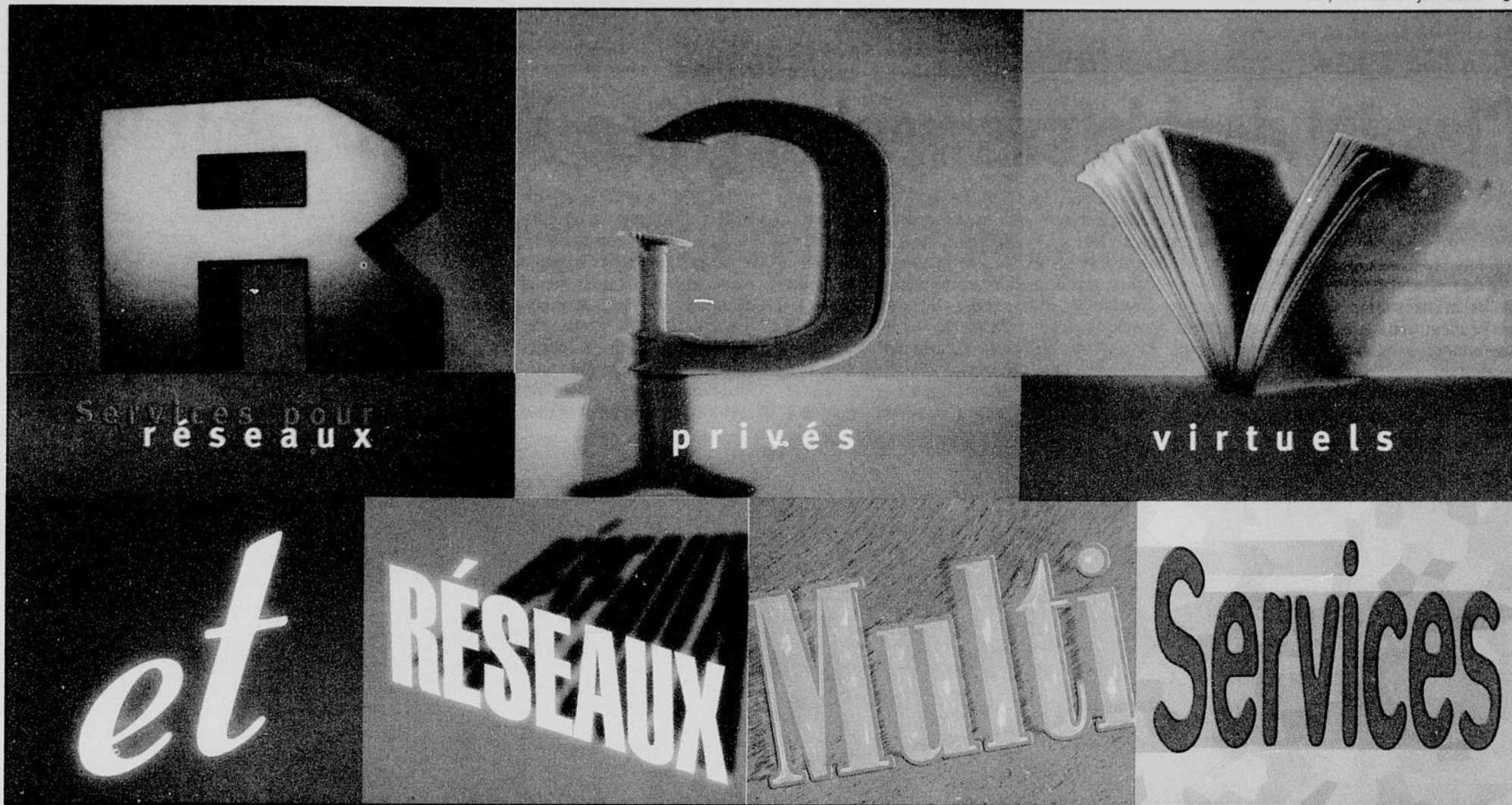
UUNET vous donne accès à un réseau ultra-fiable, rapide et sécuritaire, avec une présence dans plus de 1000 villes au monde. **UUNET** est devenu le plus grand fournisseur Internet au monde, en offrant des solutions d'affaires adaptées aux besoins des entreprises comme la vôtre, et ce, depuis déjà plus de 10 ans! Que vous désiriez échanger des données avec vos clients et vos fournisseurs, relier votre bureau à d'autres succursales dans le monde, ou héberger le site Web de votre entreprise, **UUNET** a des solutions qui rencontreront vos besoins présents et futurs.

Pour savoir comment tirer profit d'Internet dans votre entreprise...

Appelez dès aujourd'hui :
1-888-809-8341



L'INTERNET AU TRAVAIL^{MD}



Deux experts de l'industrie font équipe pour livrer des solutions voix *et* données souples, rapides et sécuritaires.

Optez pour Cisco Systems, le leader mondial en solutions de réseautage. Choisissez une connexion AT&T Canada, un leader canadien dans les services voix-vidéo-données. Maintenant, jumelez-les. Si vous êtes déjà un client



Conçues par
CISCO.

d'AT&T Canada – nous avons déjà fait le travail pour vous.

Cisco Systems et AT&T Canada ont conjugué leurs forces pour fournir aux entreprises un choix de solutions de réseautage multi-services puissantes, sécuritaires et rapides. Les services réseaux évolués d'AT&T Canada sont livrés à la grandeur du Canada, grâce à des solutions de réseautage de bout en bout Cisco, ce qui qualifie AT&T Canada comme étant un fournisseur Cisco Réseau puissant^{MC} désigné.

AT&T Canada offre aux compagnies canadiennes de tirer parti des avantages exceptionnels d'un réseau privé virtuel.

Livrées par
AT&T Canada.

Pour savoir comment votre entreprise peut bénéficier des services pour réseaux privés virtuels et des réseaux multi-services, appelez AT&T Canada au 1 800 387-1926.



Claudiel double ses ventes grâce à un extranet

Guy
Paquin

Michel Lapierre, président de Claudel Lingerie, a failli être victime de son succès. Les pyjamas et robes de chambre que fabrique sa compagnie se vendaient fort bien chez ses clients, détaillants de vêtements pour da-

mes, mais il avait de plus en plus de difficulté à voir la couleur de son argent. « Nos créations se vendaient très bien, mais les détaillants, pris à la gorge par nos concurrents, les payaient au lieu de nous régler, nous. Et comme ils n'avaient plus d'argent pour nous payer, ils ne recommandaient pas chez nous. »

M. Lapierre décide de sortir de cette ornière et propose un contrat écrit à ses détaillants. Ces derniers lui concèdent un certain nombre de pieds carrés dans leurs magasins, qu'il garnit de ses meilleurs articles. Tout ce qui s'y vend doit être payé en sept jours, intégralement. Les invendus seront soit remplacés par des ar-

ticles plus populaires, soit soldés. « De cette façon, j'instaurais une relation indélébile entre les ventes et les paiements et je nous donnais, au détaillant et à moi, un excellent contrôle des stocks. Les commandes d'articles épuisés chez le détaillant se font automatiquement. »

Ayant fait la tournée de ses

300 détaillants, gros et petits, M. Lapierre revient avec une valise pleine de contrats signés. Il met donc à l'essai sa nouvelle méthode dans une quinzaine de magasins.

« Nous avons essayé de gérer ça à la mitaine. L'enfer ! Le festival des erreurs ! Des heures de travail perdues à essayer de coordonner les ven-

tes, les saisies de stocks, les paiements et les expéditions. Ce processus a engendré la grogne chez les détaillants participants. On a failli tout foutre en l'air. »

Solution : automatiser la gestion par un extranet. À partir d'une vieille unité centrale de traitement Unix, qui avait déjà de longues années de bons services chez Claudel, l'inventaire de chaque magasin logera dans des bases de données, qui comprendront aussi les états de compte et les dates butoirs au-delà desquelles il faut solder les articles.

Il ne reste plus qu'à relier les détaillants à ces bases de données par le moyen le plus universel, les protocoles à Internet, compatibles avec toutes les plates-formes informatiques. Du coup on crée un extranet. « Pour les gros clients comme Eaton, pas de problème en ce qui a trait à l'informatique, mais en 1994, au moment où l'idée prend forme, moins de 5 % de mes détaillants indépendants ont un ordinateur. »

M. Lapierre se cramponne. Il prend le bâton de pèlerin et fait le tour de ses détaillants de nouveau. Il découvre en chemin un revendeur d'équipement informatique qui offre des solutions complètes pour point de vente. Pour 6 000 \$, on entre un PC et tous les logiciels commerciaux souhaitables, des caisses électroniques qui lisent des codes barres, les modems et fureteurs nécessaires pour se brancher à l'extranet de Claudel.

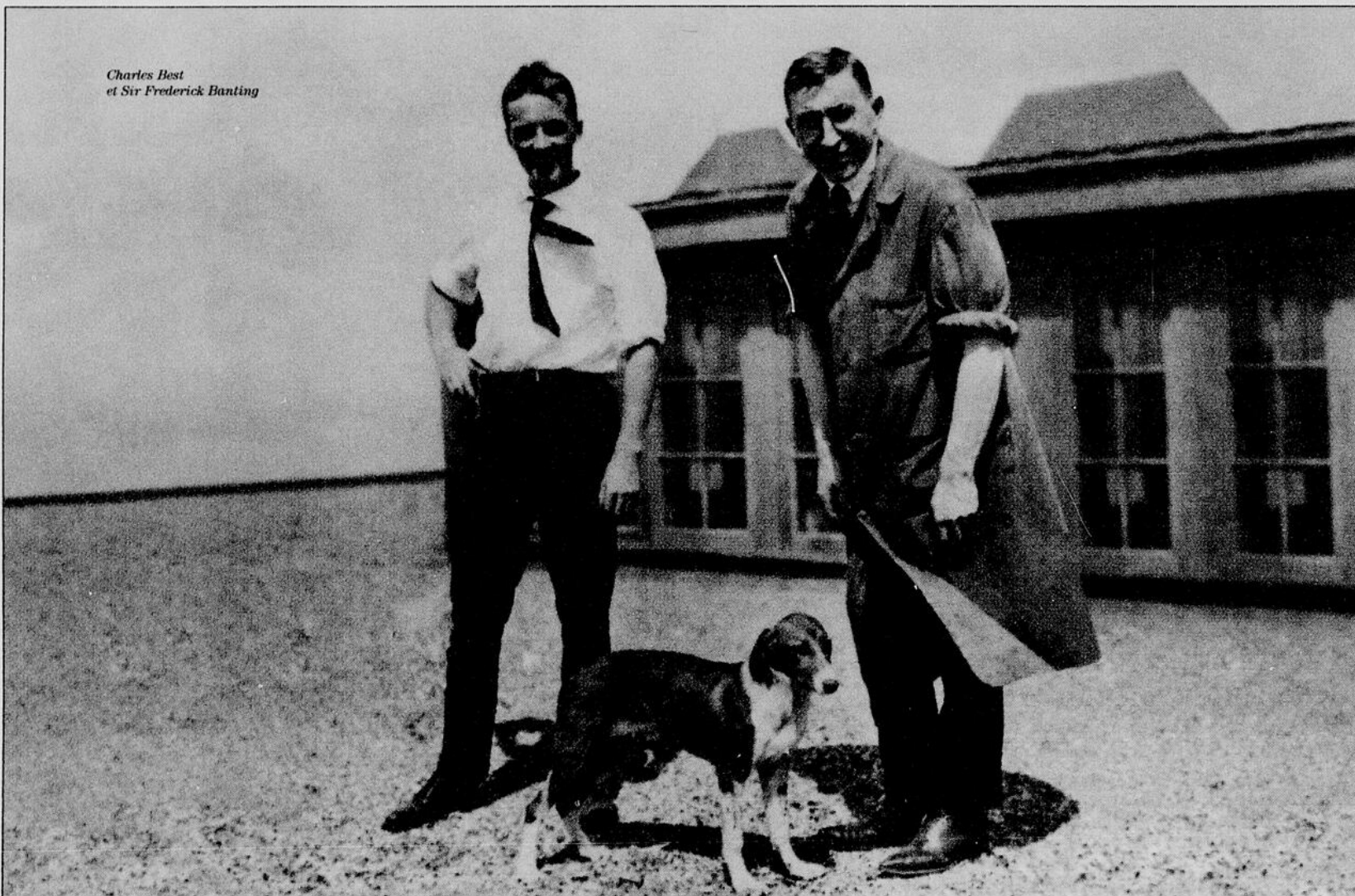
Mais cette solution est encore trop chère pour certains petits détaillants indépendants. Qu'à cela ne tienne, Michel Lapierre découvre un bidule rudimentaire capable de faire le travail. C'est un modem associé à une mémoire un peu courte, mais suffisante, et à une imprimante. C'est l'outil de communication minimale avec les bases de données de Claudel. Ça se vend 1 500 \$.

Aujourd'hui, M. Lapierre a gagné son pari. Au total, 214 détaillants ont signé son contrat de contrôle de stocks et il règne par son extranet sur les pieds carrés que lui ont concédés les détaillants. Il a doublé ses ventes et ses comptes clients ne se sont jamais aussi bien portés. Son chiffre d'affaires est passé de 7 à 15 M\$.

Les détaillants sont heureux : c'est dans l'aire consacrée aux pyjamas et aux robes de chambre de Claudel qu'ils font le plus d'argent au pied carré.

« On ne va pas s'arrêter là. La gestion des invendus pourrait se raffiner suffisamment pour qu'automatiquement les invendus de tel détaillant soient identifiés comme les articles recherchés par un autre. Plus besoin de solder ! » ■

Charles Best
et Sir Frederick Banting



UN PARTENARIAT DESTINÉ À PRODUIRE DES RÉSULTATS SENSATIONNELS.



Un meilleur rendement de l'information

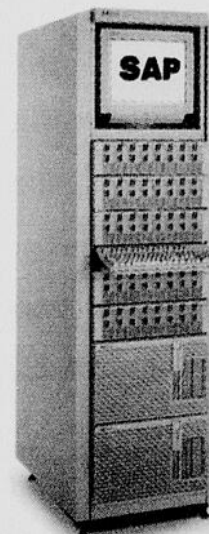
Au cours de l'hiver 1921-1922, Charles Best et Sir Frederick Banting ont découvert ensemble l'insuline. Honorés du prix Nobel, ils furent glorifiés pour leur découverte d'un remède efficace et d'importance vitale à l'intention des diabétiques. Ensemble, ils ont pu accomplir beaucoup plus qu'en travaillant chacun de leur côté.

C'est ce même esprit de partenariat qui a permis à Hewlett-Packard et à SAP de s'inspirer de leurs atouts respectifs : les serveurs HP NetServer LX Pro, LXr Pro ou LXr Pro8 (boîtier à étagère modulaire) et les puissants logiciels pour applications commerciales de SAP. Résultat : un serveur fiable capable d'exécuter les logiciels commerciaux intégrés les plus exigeants sous Windows NT.

Permettez-nous d'interrelier l'ensemble de votre entreprise, en automatisant les procédés d'affaires – des transactions financières jusqu'à la gestion des matériaux, en passant par les ressources humaines.

Ce partenariat est étayé par les services de consultation et l'équipe d'assistance expérimentée offerts par HP et SAP. Partout au monde, davantage de produits SAP roulent sur des ordinateurs HP que sur toute autre plate-forme matérielle.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les serveurs HP NetServer et les applications logicielles SAP, composez le 1 800 387-3867 ou visitez le site www.canada.hp.com/sensass et découvrez, vous aussi, comment produire des résultats sensationnels !



Le HP NetServer LXr Pro avec le logiciel de solution intégré de SAP.



Un environnement sans papier pour des services d'inspection en prévention de sinistres

Le retard technologique des assureurs en diffère toutefois l'application

Pierre
Théroux

« L'extranet nous permet désormais de travailler dans un environnement sans papier », déclare **Pierre Y. Bourret**, président et chef de l'exploitation de la firme **Services Techniques Laurentides (STL)**.

Fondée à Laval en 1992, STL offre des services d'inspection en prévention de sinistres. Sa clientèle, principalement composée de compagnies et de courtiers en assurances de dommages (IARD), est servie à partir de sa succursale de Laval pour le territoire du Québec et de celle de Pickering pour l'Ontario.

Or, jusqu'à tout récemment, STL utilisait son propre système informatisé de gestion et de facturation des dossiers d'inspection. Les demandes d'inspection étaient alors acheminées chez STL, soit par courrier ou par fax en utilisant un formulaire papier, soit par l'entremise de **Télé-globe Canada**.

Mais, depuis mars 1998, STL propose à l'ensemble de ses clients d'utiliser son site extranet pour acheminer leurs demandes d'inspection et en récupérer directement les rap-



■ (De gauche à droite) **Hervé Chrétien et Pierre Bourret, les artisans du premier système extranet dans le domaine de la prévention des sinistres.**

ports d'inspection, une fois traités. Une première, semble-t-il, dans le domaine de la prévention des sinistres.

« Nous désirions mettre en place un système interactif facile à utiliser, qui réduirait aussi la période de délai, sans devoir en accroître pour autant les coûts de service », précise M. Bourret.

Réduction des coûts

Sans frais additionnels pour la clientèle, le nouveau site extranet permettrait même certaines économies de temps et d'espace. De plus, il engendre une réduction des coûts de stockage des dossiers sur microfilms, remplacés dorénavant par des cédéroms, qui offrent une meilleure résolution de photos.

Pour sa part, la firme STL estime être en mesure de réaliser des économies annuelles de plus de 20 000 \$, qui devraient donc rapidement éponger les frais d'implantation du système de 60 000 \$.

lorsque ses quelque 130 clients auront adopté ce mode de transmission. « Les efforts d'informatisation se butent au retard technologique de l'industrie conservatrice de l'assurance. » Pour l'instant, la numérisation des rapports d'inspection expédiés par télécopieur demeure le mode de transmission le plus fréquemment utilisé.

Respect de la confidentialité

L'échange de documents et d'information, par l'entremise d'un réseau public comme Internet, semble aussi rendre craintifs les assureurs pour qui la confidentialité est primordiale.

Or, même si la sécurité n'est pas garantie à 100 %, « le site compte des rubriques qui sont protégées et cryptées », affirme **Hervé Chrétien**, de la firme **Info Télématique**, qui a conçu le système.

« Le client se voit attribuer un nom d'utilisateur et un mot de passe pour accéder au site et y naviguer dans un environnement très sécuritaire. »

Par ailleurs, les assureurs n'ont pas à craindre l'utilisation du réseau Internet par les employés à des fins autres

que pour leur travail. En effet, une application du système entraîne l'utilisateur vers une seule porte d'entrée, soit le site de la firme STL.

Enfin, STL prévoit que son

site extranet permettra éventuellement à ses clients d'y puiser des informations additionnelles en matière de prévention et de contrôle des pertes. ■

Ce que les PME doivent savoir

Le Centre d'expertise et de veille **inforoutes et langues (CEVEL)** vient de publier un livre de base destiné aux gens d'affaires qui s'intéressent au phénomène Internet.

Sous le titre d'*Internet, intranet, extranet : comment en tirer profit*, les auteurs expliquent en langage simple les avantages et les pièges liés à l'implantation d'un intranet ou d'un extranet.

Parmi les sujets abordés : comment éviter les erreurs coûteuses, comment se démarquer de la concurrence sur le Web, comment faire connaître son site à ses clients actuels et potentiels, comment se servir d'Internet pour accroître sa visibilité sur le plan international et comment faire des affaires en plusieurs langues.

Publié par les **Éditions Transcontinental**, Internet, intranet, extranet ; comment en tirer profit est offert en librairie au coût de 24,95 \$. (MC) ■



Présentement en kiosque

RÉPERTOIRE DES MÉDIAS BLITZ

PLUS DE 10,000 TITRES-INSCRIPTIONS DE LA PRESSE ÉCRITE ET ÉLECTRONIQUE DU CANADA

L'outil indispensable du relationniste avant-gardiste

aussi 'BLITZ 24 inc.' messagerie de presse

CLUB DE PRESSE BLITZ

(514) 722-4121

Lucent Technologies
Bell Labs Innovations

Nomination



M. Pierre Lebrun

M. Kenneth Barr, président de la division des Systèmes de communications à l'intention des entreprises pour Lucent Technologies, a le plaisir d'annoncer la nomination de M. Pierre Lebrun au poste de directeur, solutions d'affaires pour le Québec et les provinces Atlantiques.

M. Lebrun est impliqué dans le domaine des télécommunications et des technologies de l'information depuis plus de 10 ans. Il a occupé différents postes au niveau du réseau extérieur et des ventes chez Bell Canada.

Cette nomination reflète l'intention de Lucent Technologies d'accroître sa présence dans le marché québécois.

Lucent Technologies conçoit, fabrique et livre une vaste gamme de réseaux publics et privés, de matériel et de logiciels d'exploitation de réseau de communications, de systèmes téléphoniques à l'intention des entreprises et des particuliers ainsi que des composants microélectroniques. Elle emploie 128 000 personnes à travers le monde et son chiffre d'affaire a atteint \$26,3 milliards américains en 1997.

Vous pouvez rejoindre M. Lebrun en composant le 1 800 363-1882

À LIRE CE MOIS-CI

Portatifs : n'importe où, n'importe quand

Magazine **PME**

« Pour réussir, il faut que vos employés se mouillent »

Caroline Gauthier, présidente du groupe Akim Village, et 19 autres entrepreneurs vous offrent la recette de leur succès.

Mutuelles de prévention
Ne vous faites pas avoir

L'audace paie
« Un bon slogan pour décrocher des contrats »

dessiers

20 TRUCS POUR RÉUSSIR EN AFFAIRES

Vingt entrepreneurs vous offrent leur meilleur conseil pour réussir en affaires.

MUTUELLES DE PRÉVENTION: NE VOUS FAITE PAS AVOIR!

Attention aux contrats qui avantagent plus votre consultant que votre PME.

PORTATIFS: N'IMPORTE OÙ, N'IMPORTE QUAND

Les ordinateurs portatifs ont amélioré leur qualité de vie et la productivité de leur employés. Quatre dirigeants d'entreprise racontent.

Magazine **PME**

Le magazine de l'entrepreneuriat du Québec

PRÉSENTEMENT EN KIOSQUE

La formation pour Internet se fait plus stratégique

La complexité des demandes favorise l'avènement des webmestres

Michel
De Smet

La demande de formation pour Internet suit la courbe ascensionnelle fulgurante de la planète Web. Au CRIM Formation, par exemple, la clientèle augmente du tiers en moyenne à chaque session.

Son directeur, Pierre Lecavalier, souligne que cette croissance n'est pas le seul élément remarquable dans le développement de la forma-

tion pour le réseau Internet. « Les exigences de nos clients évoluent également de manière considérable. Nous avons récemment réajusté notre offre de formation afin d'offrir davantage de cours pour la conception de sites Web de seconde génération où la dimension stratégique est au moins aussi importante que l'aspect technologique. »

M. Lecavalier précise que la demande pour les cours de base tels que la recherche sur Internet et la création de pa-

ges selon le code de formatage HTML progresse lentement. En revanche, la fréquentation des cours plus pointus pour des environnements intranet/extranet évolués, les applications serveurs réalisées en langage Java (les servlets) pour répondre aux requêtes spéciales des clients d'entreprises, ainsi que les solutions tournant autour de la sécurité Internet/intranet progressent en moyenne de 60 % à chaque nouvelle session.

Claude Codsi, président

d'Edumicro, fait un constat similaire : « Les questions de sécurité en particulier alimentent les conversations de ma clientèle corporative. Les responsables du service informatique des entreprises se posent la question de la limitation d'accès à l'information. Ils souhaitent notamment apprendre à segmenter l'information. Ainsi, ils peuvent en rendre une portion largement accessible à un vaste public, une autre aux employés à l'interne, une troisième enfin



PHOTO: Jean-Guy Paradis, LES AFFAIRES

à des clients privilégiés. »

M. Codsi ajoute que ses clients se montrent de plus en plus intéressés à améliorer la performance de leurs solutions informatiques. Pour cela, ils veulent notamment en apprendre au maximum sur l'interrelation des technologies Microsoft et Internet.

Le géant américain de l'informatique a, du reste, déjà devancé cette préoccupation d'un grand nombre d'entreprises. À sa formation maison Microsoft Computer System Engineer (MCSE) qu'il offre depuis quelques années, il a ajouté récemment un nouveau diplôme baptisé MCSE+I. I comme Internet...

Par ailleurs, M. Lecavalier constate une montée significative de la demande de formation de sites efficaces.

« Les concepteurs multimédias et les architectes de pages Web s'interrogent sur l'utilisabilité des sites. Ils sont à la recherche de connaissances qui amélioreront la cohérence des sites, leur usage plus facile par les internautes. »

Afin de répondre à ces attentes, le CRIM Formation propose d'ailleurs depuis peu un atelier portant sur la conception ergonomique pour le Web.

Naissance d'une profession

Jusqu'ici, les programmes proposés par les maisons de formation, privées et publiques, se caractérisaient par leur durée très courte, en moyenne sept à 14 heures. Pour prétendre au titre de webmestre, la filière consistait à accumuler ces heures selon un ordre logique allant de l'apprentissage, le plus simple (connaissances des commandes HTML) au plus complexe (JavaScript, sécurité Internet/Intranet, intégration de bases de données).

Désormais, il sera possible d'acquérir l'ensemble de ces connaissances à l'intérieur d'un programme de formation qui intègre toutes les facettes d'Internet. « Nous avons déjà formulé une demande en 1996 auprès de Développement des ressources huma-

■ Pierre Lecavalier : « Il faut certainement six mois pour former un webmestre, sans compter l'importance de l'expérience acquise sur le terrain. »

nes Canada (DRHC) afin d'offrir une formation de webmestre pour des groupes de demandeurs d'emploi. À l'époque, la réponse fut négative. Motif : webmestre n'était pas inscrit au code des professions », explique M. Codsi.

Ce n'est finalement que cet automne qu'Edumicro, avec l'accord d'Emploi Québec, démarrera son programme qui comptera plus d'un millier d'heures d'apprentissage.

Établissements publics

Les établissements publics ne demeureront pas en reste. Ainsi, l'Institut des technologies de l'information (ITI) du Collège de Maisonneuve proposera dès septembre une Attestation d'études collégiales (AEC) en développement de sites Web.

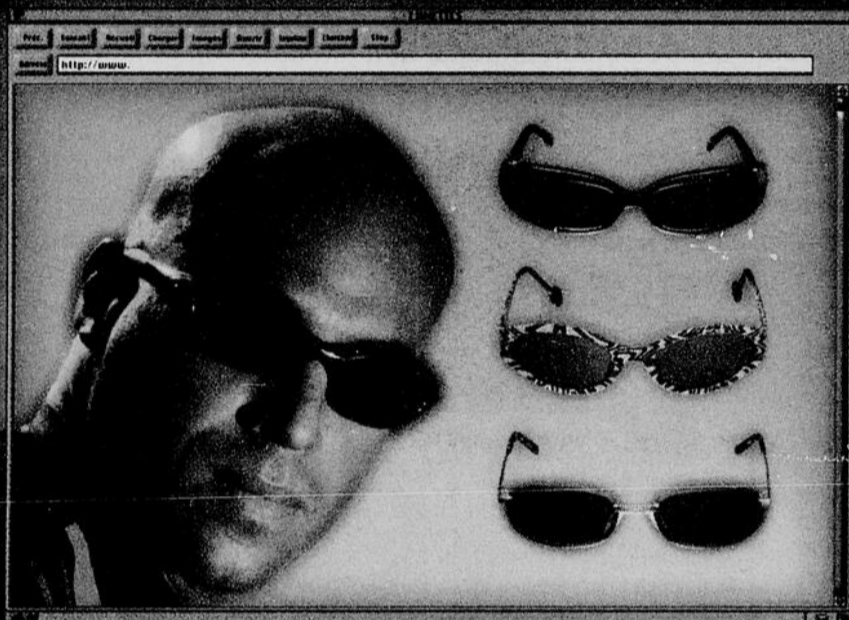
« Nous sommes tout particulièrement bien placés pour offrir ce programme. L'ITI a acquis une solide réputation pour ses formations en multimédia et en infographie. Nos diplômés devraient être en mesure, non seulement d'être des experts de la technologie Internet, mais également d'orienter la rédaction des contenus élaborés par les infographistes qui seront appelés à travailler avec eux », déclare Daniel Dubé, conseiller en formation à l'Institut.

Le programme, d'une durée de 1 200 heures, se déroulera sur une période d'un an. Il comprendra, outre les cours en classe, la réalisation d'un projet Internet ainsi que six à huit semaines de stages en entreprises.

« Cette formation sera ouverte à tous, des personnes référées par Emploi-Québec, mais aussi une clientèle corporative ainsi que des individus qui souhaitent faire une carrière de webmestre indépendant », précise M. Dubé. ■

CA Comptables
agréés
du Canada

Voir au-delà des chiffres



Achetez en toute confiance
via Internet
quand vous voyez ce sceau.

Le Web est un environnement vraiment tabuleux pour faire des achats. Obligatoire de tout, des lunettes de soleil aux voyages les plus exotiques, les occasions d'affaires sont nombreuses. Et quand vous voyez le sceau CA WebTrust, il vous assure que vous pouvez le faire en toute confiance. Ce sceau vous garantit qu'un CA a vérifié les pratiques commerciales de l'entreprise et qu'il a certifié que le marchandise au prix indiqué



et qu'elle ne fait pas un mauvais usage des renseignements concernant votre crédit. Vous pouvez tranquillement utiliser vos cartes de crédit sans problème. Le fameux sceau CA WebTrust, si vous ne le voyez pas, continuez de naviguer. Pour savoir comment le sceau CA WebTrust fonctionne et comment vous pouvez faire vos achats via Internet sans soucis, visitez notre site à l'adresse

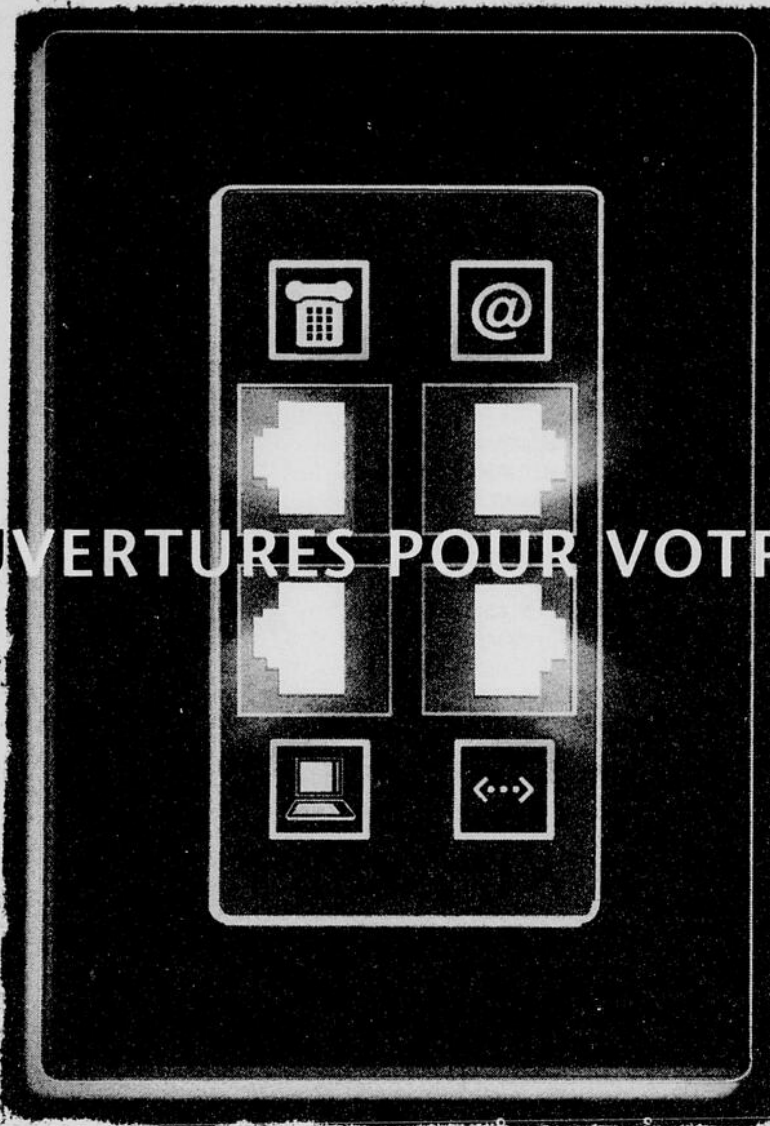
Accès Internet et Hébergement de sites Web

Pour vous brancher sur Internet, échanger des fichiers et communiquer avec vos clients par courrier électronique, Bell offre le service d'accès commuté ou spécialisé *Avantage Internet*^{MC}. De plus, si vous êtes prêt à promouvoir votre entreprise ainsi que ses produits et services sur le Web, le *ParcServeur*^{MC} et le *ParcServeur* évolué de Bell permettent sans problème de développer et d'héberger votre propre site.

ON A DES OUVERTURES POUR VOTRE ENTREPRISE.

Intranet

Avec la solution *Avantage Intranet*^{MC}, Bell réunit toute votre entreprise sur un seul réseau qui utilise les mêmes protocoles et logiciels qu'Internet.



Extranet sur le Réseau de commerce électronique Bell

La solution *Avantage Extranet*^{MC} sur le Réseau de commerce électronique Bell a été développée pour vous permettre de communiquer et d'échanger de l'information confidentielle en toute sécurité avec vos fournisseurs, vos partenaires d'affaires et vos clients.

Commerce électronique

Pour vendre vos produits et services sur le Réseau de commerce électronique Bell ou sur Internet, Bell propose toute une gamme d'applications et de solutions : *Avantage@Commerce*^{MC} (logiciels d'achat et de vente, catalogues électroniques, transferts de fonds électroniques, etc.), *EnGarde*^{MC} (sécurité et cryptage), *Communications évoluées* (échange de documents informatisés, formulaires électroniques, communication inter-réseaux, télécopie évoluée), *Solutions de paiements*, etc.

Peu importe sa taille,
votre entreprise a besoin d'un allié fiable tant au niveau
de la téléphonie que des nouvelles technologies.
C'est pourquoi Bell propose ses solutions d'affaires électroniques.
Développées par Bell Emergis, elles représentent
des possibilités nouvelles de croissance ici et à l'étranger.
**Pour en savoir plus, visitez notre site au www.bell.ca/netcommerce
ou composez le 1 800 567-1811.**



En affaires, il n'y a que des solutions.

La formation pour Internet se fait plus stratégique

La complexité des demandes favorise l'avènement des webmestres

Michel
De Smet

La demande de formation pour Internet suit la courbe ascensionnelle fulgurante de la planète Web. Au CRIM Formation, par exemple, la clientèle augmente du tiers en moyenne à chaque session.

Son directeur, Pierre Lecavalier, souligne que cette croissance n'est pas le seul élément remarquable dans le développement de la forma-

tion pour le réseau Internet. « Les exigences de nos clients évoluent également de manière considérable. Nous avons récemment réajusté notre offre de formation afin d'offrir davantage de cours pour la conception de sites Web de seconde génération où la dimension stratégique est au moins aussi importante que l'aspect technologique. »

M. Lecavalier précise que la demande pour les cours de base tels que la recherche sur Internet et la création de pa-

ges selon le code de formatage HTML progresse lentement. En revanche, la fréquentation des cours plus pointus pour des environnements intranet/extranet évolués, les applications serveurs réalisées en langage Java (les servlets) pour répondre aux requêtes spéciales des clients d'entreprises, ainsi que les solutions tournant autour de la sécurité Internet/intranet progressent en moyenne de 60 % à chaque nouvelle session.

Claude Codsì, président

d'Edumicro, fait un constat similaire : « Les questions de sécurité en particulier alimentent les conversations de ma clientèle corporative. Les responsables du service informatique des entreprises se posent la question de la limitation d'accès à l'information. Ils souhaitent notamment apprendre à segmenter l'information. Ainsi, ils peuvent en rendre une portion largement accessible à un vaste public, une autre aux employés à l'interne, une troisième enfin



PHOTO: JEFF-GUY/FERRELL, LES AFFAIRES

à des clients privilégiés. »

M. Codsì ajoute que ses clients se montrent de plus en plus intéressés à améliorer la performance de leurs solutions informatiques. Pour cela, ils veulent notamment en apprendre au maximum sur l'interrelation des technologies Microsoft et Internet.

Le géant américain de l'informatique a, du reste, déjà devancé cette préoccupation d'un grand nombre d'entreprises. À sa formation maison Microsoft Computer System Engineer (MCSE) qu'il offre depuis quelques années, il a ajouté récemment un nouveau diplôme baptisé MCSE+1.1 comme Internet...

Par ailleurs, M. Lecavalier constate une montée significative de la demande de formation de sites efficaces. « Les concepteurs multimédias et les architectes de pages Web s'interrogent sur l'utilisabilité des sites. Ils sont à la recherche de connaissances qui amélioreront la cohérence des sites, leur usage plus facile par les internautes. »

Afin de répondre à ces attentes, le CRIM Formation propose d'ailleurs depuis peu un atelier portant sur la conception ergonomique pour le Web.

Naissance d'une profession

Jusqu'ici, les programmes proposés par les maisons de formation, privées et publiques, se caractérisaient par leur durée très courte, en moyenne sept à 14 heures. Pour prétendre au titre de webmestre, la filière consistait à accumuler ces heures selon un ordre logique allant de l'apprentissage, le plus simple (connaissances des commandes HTML) au plus complexe (JavaScript, sécurité Internet/Intranet, intégration de bases de données).

Désormais, il sera possible d'acquérir l'ensemble de ces connaissances à l'intérieur d'un programme de formation qui intègre toutes les facettes d'Internet. « Nous avons déjà formulé une demande en 1996 auprès de Développement des ressources huma-

■ Pierre Lecavalier : « Il faut certainement six mois pour former un webmestre, sans compter l'importance de l'expérience acquise sur le terrain. »

nes Canada (DRHC) afin d'offrir une formation de webmestre pour des groupes de demandeurs d'emploi. À l'époque, la réponse fut négative. Motif : webmestre n'était pas inscrit au code des professions », explique M. Codsì.

Ce n'est finalement que cet automne qu'Edumicro, avec l'accord d'Emploi Québec, démarrera son programme qui comptera plus d'un millier d'heures d'apprentissage.

Établissements publics

Les établissements publics ne demeureront pas en reste. Ainsi, l'Institut des technologies de l'information (ITI) du Collège de Maisonneuve proposera dès septembre une Attestation d'études collégiales (AEC) en développement de sites Web.

« Nous sommes tout particulièrement bien placés pour offrir ce programme. L'ITI a acquis une solide réputation pour ses formations en multimédia et en infographie. Nos diplômés devraient être en mesure, non seulement d'être des experts de la technologie Internet, mais également d'orienter la rédaction des contenus élaborés par les infographistes qui seront appelés à travailler avec eux », déclare Daniel Dubé, conseiller en formation à l'Institut.

Le programme, d'une durée de 1 200 heures, se déroulera sur une période d'un an. Il comprendra, outre les cours en classe, la réalisation d'un projet Internet ainsi que six à huit semaines de stages en entreprises.

« Cette formation sera ouverte à tous, des personnes référées par Emploi-Québec, mais aussi une clientèle corporative ainsi que des individus qui souhaitent faire une carrière de webmestre indépendant », précise M. Dubé. ■

CA Comptables agréés du Canada

Voir au-delà des chiffres

Achetez en toute confiance
via Internet
quand vous voyez ce sceau.

Le Web est un endroit vraiment fabuleux pour faire des achats. On y trouve de tout : des lunettes de soleil aux voyages les plus exotiques, les occasions d'affaires sont nombreuses. Et, quand vous voyez le sceau CA WebTrust™, dites-vous que vous pouvez le faire en toute confiance. Ce sceau vous garantit qu'un CA a vérifié les pratiques commerciales de l'entreprise et qu'il a certifié qu'elle livre la marchandise au prix indiqué

et qu'elle ne fait pas un mauvais usage des renseignements concernant votre crédit. Vous pouvez même utiliser vos cartes de crédit, sans problème. Le nouveau sceau CA WebTrust™ : si vous ne le voyez pas, continuez de naviguer. Pour savoir comment le sceau CA WebTrust™ fonctionne et comment vous pouvez faire vos achats via Internet sans souci, visitez notre site à l'adresse www.ica.ca/WebTrust

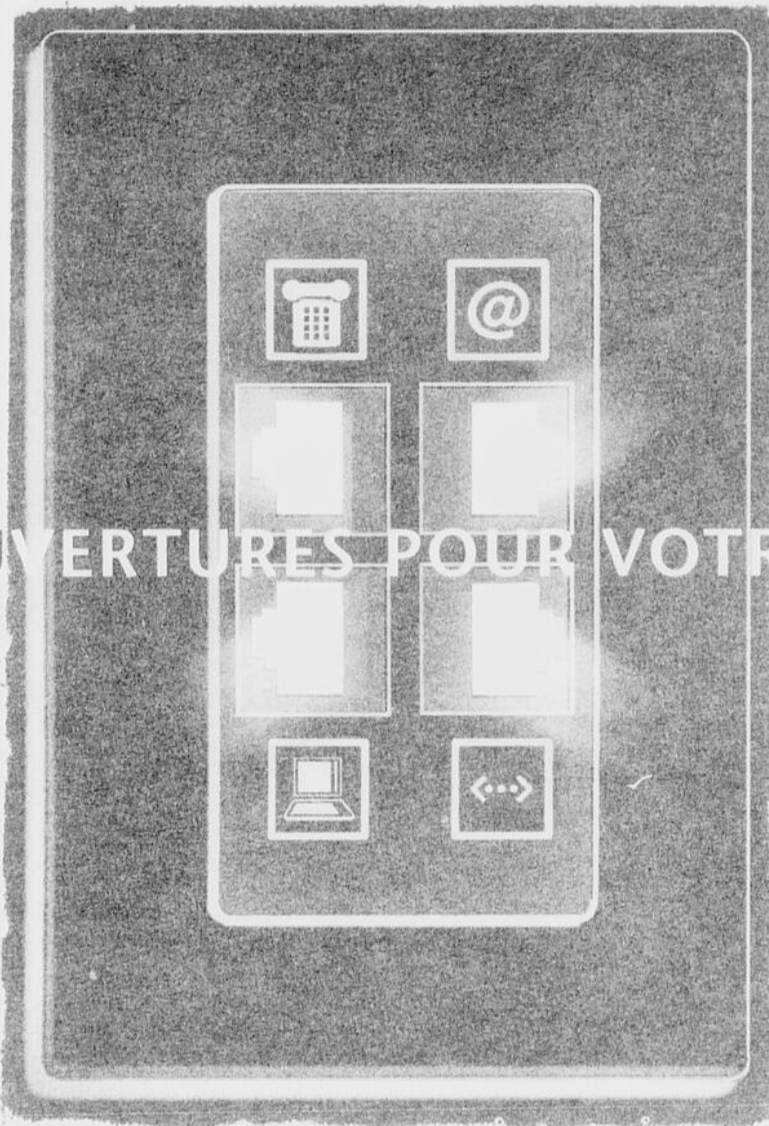
Accès Internet et Hébergement de sites Web

Pour vous brancher sur Internet, échanger des fichiers et communiquer avec vos clients par courrier électronique, Bell offre le service d'accès commuté ou spécialisé *Avantage Internet*SM. De plus, si vous êtes prêt à promouvoir votre entreprise ainsi que ses produits et services sur le Web, le *ParcServeur*SM et le *ParcServeur* évolué de Bell permettent sans problème de développer et d'héberger votre propre site.

ON A DES OUVERTURES POUR VOTRE ENTREPRISE.

Intranet

Avec la solution *Avantage Intranet*SM, Bell réunit toute votre entreprise sur un seul réseau qui utilise les mêmes protocoles et logiciels qu'Internet.



Extranet sur le Réseau de commerce électronique Bell

La solution *Avantage Extranet*SM sur le Réseau de commerce électronique Bell a été développée pour vous permettre de communiquer et d'échanger de l'information confidentielle en toute sécurité avec vos fournisseurs, vos partenaires d'affaires et vos clients.

Commerce électronique

Pour vendre vos produits et services sur le Réseau de commerce électronique Bell ou sur Internet, Bell propose toute une gamme d'applications et de solutions: *Avantage@Commerce*SM (logiciels d'achat et de vente, catalogues électroniques, transferts de fonds électroniques, etc.), *EnGarde*SM (sécurité et cryptage), *Communications évoluées* (échange de documents informatisés, formulaires électroniques, communication inter-réseaux, télécopie évoluée), *Solutions de paiements*, etc.

Peu importe sa taille, votre entreprise a besoin d'un allié fiable tant au niveau de la téléphonie que des nouvelles technologies. C'est pourquoi Bell propose ses solutions d'affaires électroniques. Développées par Bell Emergis, elles représentent des possibilités nouvelles de croissance ici et à l'étranger.

Pour en savoir plus, visitez notre site au www.bell.ca/netcommerce ou composez le 1 800 567-1811.



En affaires, il n'y a que des solutions.

L'Institut du commerce électronique mandaté pour accréditer les fournisseurs du ministère de la Santé

L'essentiel des interventions de l'Institut se fera auprès des PME peu familières avec le commerce électronique

Daniel
Germain

Pour réduire les coûts et accélérer l'implantation de l'EDI (échange de données informatisé) dans le système de la santé, le ministère de la Santé et des services sociaux (MSSS) a mandaté l'Institut du commerce électronique (ICE) pour accréditer les fournisseurs du réseau.

« Notre tâche consiste principalement à régler les problèmes techniques chez les fournisseurs, à nous assurer qu'ils suivent le guide d'implantation et qu'ils sont conformes aux normes adoptées

par le ministère », explique Dominique Lévesque, présidente-directrice générale de l'Institut du commerce électronique, connu auparavant sous le nom d'Institut EDI.

Réduire les coûts de conversion à l'EDI

Selon M^{me} Lévesque, le processus d'accréditation permettra à plusieurs entreprises de réduire leurs coûts de conversion à l'EDI. Ce sont quelques mauvaises expériences connues à l'intérieur du projet pilote mené en Estrie qui ont incité le ministère à faire appel à l'Institut. « Nous avons

■ Tout un travail attend Dominique Lévesque, pdg de l'ICE. Le réseau de la santé compte entre 800 et 1 200 fournisseurs par région, presque autant d'entreprises qu'il lui faudra accréditer.

connu des problèmes lors de tests de compatibilité », admet le coordonnateur de projet, Jacques Lambert.

La plupart des gros fournisseurs du ministère utilisent déjà le réseau EDI pour leurs transactions. L'essentiel des interventions de l'Institut se fera donc auprès des petites et moyennes entreprises peu familières avec le commerce électronique. « Dans le cas de



ceux qui utilisent déjà le système, nous verrons à ce que leurs formulaires soient compatibles avec ceux des éta-

blissements du réseau. Dans les autres cas, notre participation sera plus importante et pourra s'échelonner tout au

long du processus d'implantation », dit M^{me} Lévesque.

Dans un premier temps, seulement deux transactions seront possibles par voie électronique : le bon de commande et l'accusé de réception. À elles seules, elles réduiront le temps consacré au traitement des commandes et les risques d'erreurs. La facturation s'ajoutera en janvier 1999. Quant au paiement, on ne l'envisage pas encore.

Accélération du processus

L'ICE a jusqu'à maintenant accrédité une dizaine de fournisseurs. L'Institut aura du pain sur la planche puisque le ministère de la Santé compte entre 800 et 1 200 fournisseurs par région. Pour obtenir sa certification, l'entreprise devra payer « une somme minimale puisque nous sommes un organisme à but non lucratif », insiste M^{me} Lévesque.

Le système EDI est supposé relier tous les établissements de la santé, des centres universitaires aux CLSC, à leurs fournisseurs par le biais d'un réseau indépendant fourni par un tiers, en l'occurrence l'entreprise M^{pa}ct Immedia.

En pratique, les établissements commanderont elles-mêmes le matériel auprès des fournisseurs à des prix négociés par les corporations régionales d'approvisionnement, l'équivalent des regroupements d'achats. Le système a été conçu pour s'adapter au protocole Internet, de sorte qu'il pourrait devenir un immense extranet reliant le réseau de la santé à ses milliers de fournisseurs. ■

Rejoignez les décideurs avec le
cahier spécial

LES AFFAIRES

LA TÉLÉPHONIE



date de parution : 15 août 1998

Pour informations : (514) 392-9000

Solutions d'affaires Internet

une gamme de services à la mesure de vos besoins

- Implantation de logiciels de gestion réseau Intranet, Internet et/ou Extranet
- Solutions de commerce électronique
- Branchement à l'Internet
- Conception et réalisation de votre site Web
- Hébergement sur serveur interne ou externe
- Promotion de votre entreprise sur Internet
- Formation interne ou externe, reconnue par la SQDM



1730, rue Cunard, Laval (Québec) H7S 2B2
Téléphone : (514) 332-4110 Site Web : www.mks.net
Télécopieur : (514) 334-6043 Courriel : ventes@mks.net

À lire dans COMMERCE ce mois-ci

LA BRIGADE ANTI-SOIF S'ACTIVE!

- La guerre du jus d'orange
- Lancement de la bière "U"
- Le lait réinventé

LA RÉMUNÉRATION DES PATRONS:

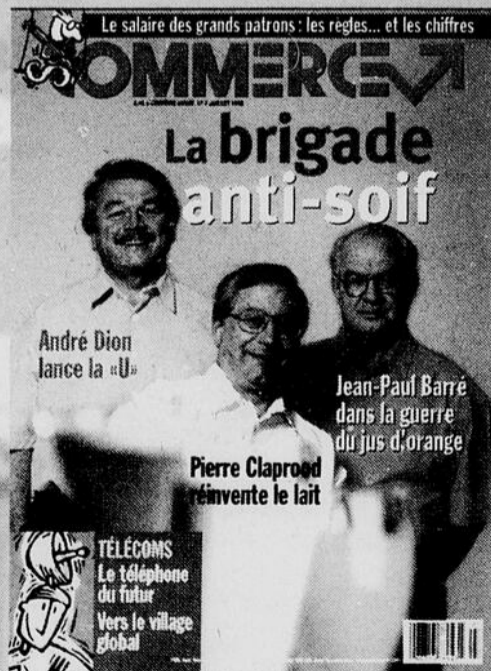
- Quelles sont les règles?
- Le classement annuel: qui gagne combien ?

DOSSIERS TÉLÉCOMS

- Le téléphone du futur
- Vers le village global

Et plus

COMMERCE



Stockage de données hétéroclites : IBM offre des solutions

L'archivage est le segment de l'industrie des technologies de l'information qui croît le plus rapidement

André
Salwyn

IBM vient de lancer de nouvelles technologies permettant de mieux gérer et partager l'information dans des environnements hétérogènes comme ceux que l'on trouve souvent dans les intranets.

Cette nouvelle vague de solutions matérielles et logicielles fait appel à l'architecture d'archivage *Seascope* pour entreprises mise au point par IBM.

La force d'IBM réside dans le leadership qu'elle exerce dans le domaine du stockage d'énormes quantités de données dans des espaces de plus en plus restreints.

La multinationale informatique offre déjà des disques capables d'archiver jusqu'à cinq milliards de bits sur un pouce carré de disque et, au Centre de recherche d'Almaden en Californie, les chercheurs sont

arrivés à atteindre une densité de stockage de 11 milliards de bits au pouce carré.

À titre indicatif, pour la seule année 1997, IBM a obtenu plus de 220 brevets relatifs au stockage de données, soit 10 fois plus que son concurrent le plus proche. Et il faut rappeler que, selon la firme d'enquête **International Data Corporation**, le marché du stockage pourrait même atteindre 44 milliards de dollars US d'ici 2002.

Éléments essentiels

Le fait est que l'information qui est archivée n'est plus un élément périphérique de gestion d'affaires. Les données sont devenues des éléments dynamiques et essentiels pour les entreprises.

De nos jours, elles ont besoin de pouvoir accéder aux données 24 heures par jour et être ainsi en mesure de pren-

dre, à n'importe quel moment, des décisions commerciales éclairées et maintenir ainsi leur avance concurrentielle. Et les entreprises produisent de plus en plus de données au moyen du commerce électronique, d'Internet, d'applications sophistiquées comme les applications multimédias.

Le problème c'est que, dans bien des cas, sur des réseaux comme les intranets, ces données sont éparpillées dans divers systèmes d'archives avec des produits de gestion de données différents les uns des autres. Cela force les entreprises à faire appel à des interfaces utilisateurs différentes et à des outils d'intégration limitée avec, comme conséquence, le fait que chaque ressource d'archives doit être configurée, contrôlée et gérée individuellement. Tout cela rend la gestion des données extrêmement complexe.

Les solutions offertes par IBM tiennent compte de toutes ces considérations.

Pour rendre les données plus accessibles, la multinationale a mis au point un serveur polyvalent qui se veut une solution centralisée d'archivage de données sur disque capable de contenir plus de deux téraoctets de données. On peut ainsi consolider les données enregistrées dans plusieurs serveurs **Unix**, **Windows NT** et **AS/400** utilisés sur un réseau.

Risque

Les avantages d'un tel serveur consistent à offrir un accès direct aux données partout dans l'entreprise et une meilleure gestion générale des ressources d'archives à partir d'un seul point de contrôle utilisant une interface Web.

Si le nouveau serveur s'avè-

re idéal dans bien des situations et si IBM a pris toutes les précautions possibles pour que son utilisation ne fasse pas défaut, l'archivage de données dans un seul appareil comporte un risque important : la destruction physique possible du serveur, que ce soit par le feu, un tremblement de terre ou une explosion.

Cependant, cela n'inquiète pas les gens d'IBM outre mesure. Ils affirment que toutes les entreprises font des copies de sauvegarde.

IBM compte davantage sur sept outils pratiques rassemblés au sein d'une famille appelée *StorWatch* et qui simplifient le contrôle et la gestion des données engendrées par les transactions commerciales électroniques, soit la gestion des actifs, la gestion de la configuration, la gestion de la capacité, la migration des données-appareils-médias, la gestion de l'entretien, la ges-

tion de la performance, la gestion des politiques et des redressements d'erreurs.

Cette famille d'outils offre un autre avantage : rendre possible une planification globale des ressources d'une entreprise à partir de n'importe quel point du réseau.

IBM lance aussi un outil appelé le *spécialiste polyvalent du stockage StorWatch*. Il permet aux administrateurs du stockage des données de surveiller et de gérer à distance le serveur de stockage.

Utilisant un navigateur compatible avec la version 1.1 de **Java**, comme **Netscape Navigator**, **Internet Explorer** de **Microsoft** ou même **Java** de **Sun Microsystems**, les administrateurs d'archivage peuvent, grâce à cet outil, faire tout leur travail de surveillance ou de gestion directement à partir de chez eux ou de tout endroit leur permettant d'accéder à Internet. ■

Santé : l'implantation de l'EDI progresse à pas de tortue

Résistance, morosité et lenteur administrative freinent la progression du projet

Titanesque. Tel est le qualificatif qui se prête le mieux au projet visant l'implantation d'un système d'approvisionnement par EDI (échange de données informatisé) entre le réseau de la santé et ses fournisseurs.

Jacques Lambert, qui coordonne depuis plus d'un an un projet pilote dans ce sens en Estrie, réalise aujourd'hui l'ampleur du défi. « C'est très difficile à implanter. Après des progrès encourageants, nous sommes présentement dans le creux de la vague. »

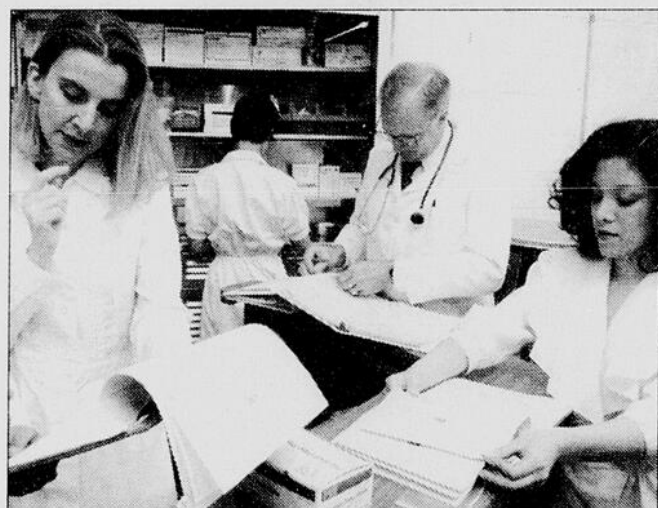
L'EDI, c'est la base même de l'approvisionnement dans l'alimentation et le commerce de détail, c'est ce qui explique l'efficacité

des **Wall-Mart**, **Price Costco** et **Réno-Dépôt**. Approvisionnement juste-à-temps, gestion

serrée des stocks, élimination de la paperasse, réduction des coûts et des erreurs, voilà autant d'applications possibles grâce à l'échange électronique et autant d'arguments qui devraient favoriser son implantation dans un secteur affligé par les compressions.

Achetant pour quelque 1,5 milliard de dollars de biens et services auprès de plusieurs milliers de fournisseurs, le réseau de la santé québécois est en effet un candidat parfait pour l'EDI.

« Mais c'est beaucoup plus laborieux à implanter dans le



public que dans l'entreprise privée », dit M. Lambert.

Visiblement, l'enthousiasme de M. Lambert pour l'EDI ne semble pas contagieux. Plus d'un an après le lancement du projet pilote dans la région de Sherbrooke, l'EDI ne progresse guère à l'extérieur de l'Estrie.

Qui plus est, seulement cinq établissements sur 45 et quatre fournisseurs sur plus de 800 échangent des commandes et des accusés de réception par voie électronique.

Le directeur général de la **Corporation d'approvisionnement de la santé et des services sociaux** de l'Estrie, un des 11 organismes régionaux chargés de négocier pour les établissements de la santé les contrats d'approvisionnement auprès des four-

nisseurs, y voit néanmoins un succès. « Sur les quatre fournisseurs, il y en a un qui nous fournit 80 % des produits pharmaceutiques, un autre, 30 % du matériel médical, et un troisième qui nous vend 70 % des produits alimentaires, dit M. Lambert.

« Les cinq établissements de la santé sont par conséquent parmi les plus importants du réseau et c'est pourquoi j'estime que nous avons atteint la masse critique. »

Résistance

Plusieurs facteurs expliquent, selon M. Lambert, la lenteur des progrès. Il y a d'abord la morosité qui a gagné, à l'instar des autres départements du réseau, les équipes d'approvisionnement. Dans d'autres cas, les établissements sont tout simplement réticents à partager certaines informations néces-

■ **Achetant pour quelque 1,5 milliard de dollars de biens et services auprès de plusieurs milliers de fournisseurs, le réseau de la santé québécois est en effet un candidat parfait pour l'EDI.**

saires au bon fonctionnement du réseau. Il y a aussi la crainte de la désuétude. « Plusieurs croient qu'Internet va tout basculer. L'EDI fonctionne sur des réseaux et selon des protocoles différents, fait observer Jacques Lambert.

« Pourtant, tel qu'il est conçu, notre système pourra s'adapter au protocole Internet et c'est ce qui s'en vient d'ailleurs. C'est tout simplement comme si nous passions de **Purolator** à un autre service de messagerie. »

Autant de réticence commence à inquiéter M. Lambert. Jusqu'à maintenant, le projet a reçu un appui important de l'entreprise privée, notamment des chaînes d'alimentation, qui ont partagé gratuitement leur expertise. L'enthousiasme mitigé suscité par l'EDI pourrait à la longue refroidir l'intérêt du privé à l'égard du projet. « Il faut conserver l'intérêt de l'industrie. »

Il y a certes quelques foyers de résistance, mais il faut aussi admettre que convertir à l'EDI un aussi vaste réseau n'est pas une mince affaire. Cette opération nécessite la mise au point de logiciels in-

formatiques, des investissements de part et d'autre, des heures de formation et une réingénierie complète de l'approvisionnement. À ne pas négliger, il faut mettre au diapason quelques 600 établissements et des milliers de fournisseurs. À quand le tout EDI ? M. Lambert se garde bien de faire des prédictions.

Malgré des débuts difficiles, le coordonnateur de projet ne reste pas moins optimiste.

Selon lui, l'engouement pour le commerce électronique qui gagne peu à peu tous les secteurs de l'économie n'épargnera pas le ministère de la Santé et des services sociaux. ■

Des Experts. Des Technologies. Des Solutions.

INTRANET
EXTRANET

ERGONET croit que chaque entreprise a ses particularités. C'est pourquoi nous bâtissons avec vous des solutions axées sur les résultats.

ERGONET
Division d'ERGOSOFT inc.

Microsoft Certified
Solution Provider

514-493-3746

www.ergonet.com

Informations sur le réseau des producteurs de pâtes et papiers

Les informations contenues dans le réseau peuvent avoir une incidence sur le prix du papier

Daniel
Germain

L'inventaire en pâte commerciale des pays nord-américains et scandinaves, les stocks de papier journal des quotidiens américains,

l'évolution mondiale de la capacité de production, voilà autant de données qui valent leur pesant d'or pour l'industrie canadienne du papier. Continuellement mises à jour, ces données défilent depuis

six mois sur l'extranet de l'Association canadienne des pâtes et papiers (ACPP). « Pour notre industrie, il s'agit là de données très importantes qui peuvent avoir une influence instantanée sur

le prix du papier et de la pâte, affirme Kevin McElhatton, vice-président économique et statistiques de l'ACPP.

« À tous les mois, elles sont très attendues et, grâce à ce nouvel outil, nos membres

peuvent y avoir accès plus rapidement et en tout temps. »

N'accède pas à ces données stratégiques qui veut. Seuls les membres de l'ACPP peuvent les consulter; et encore là, tous n'ont pas accès aux



■ Outre l'évolution des stocks et des capacités de production, l'extranet de l'ACPP contient des données sur les expéditions par destination, sur l'évolution des prix et des taux de change.

mêmes banques de données. « Les producteurs de cartons ont accès aux données de leur industrie, pas à celles qui touchent le papier journal, par exemple. »

Informations très recherchées

L'extranet, destiné exclusivement à la diffusion (restreinte) de données, n'est pas un outil tape-à-l'oeil. Par contre, les informations qui s'y retrouvent sont très recherchées.

Outre l'évolution des stocks et des capacités de production, on y retrouve des données sur les expéditions par destination, sur l'évolution des prix et des taux de change.

La banque de données englobe 95 % de l'industrie mondiale et elle est mise à jour à mesure que les informations parviennent à l'ACPP.

Les concepteurs du système ne se sont pas contentés d'enregistrer des données sous une poignée de rubriques. Ils ont conçu un outil qui permet à l'utilisateur de faire les requêtes qu'il veut. Ces données peuvent aussi être transférées dans un fichier Excel, ce qui facilite l'élaboration de graphiques et le traitement des données. L'utilisateur peut également sauvegarder le résultat de ses requêtes dans un répertoire personnel.

L'extranet de l'ACPP commence à séduire les regroupements de producteurs étrangers. « Les Européens sont particulièrement intéressés. Ils veulent que nous les aidions à ériger leur propre système », s'enorgueillit Kevin McElhatton. ■

Les plus grandes FORTUNES publiques du Québec

Affaires PLUS

mon argent
ma carrière
ma vie

je cours toujours...

Comment font les autres?

Courtier de l'année pour le Québec.
85 millions sous gestion.
un mari, deux jeunes enfants, une maison...
Comment Denise Pélouquin y arrive-t-elle?

Ma carrière
J'ai un goût de changement!

Mon argent
Actions québécoises
Les paris de 7 experts

Les fonds de dividendes:
fini l'euphorie?

Présentement en kiosque

IBM Bromont lance un intranet conçu pour ses employés

Les 2 000 travailleurs accéderont au babillard électronique par des bornes interactives

Guy
Paquin

À quoi peut bien servir un intranet si la majorité des personnes qui travaillent dans l'entreprise n'ont pas accès à un PC ? C'est la question que se posaient les cadres d'IBM Bromont.

D'une part, le simple nombre d'employés de l'unité de production (2 000) justifie amplement qu'on prenne des moyens perfectionnés pour les joindre et les informer des activités de l'entreprise.

D'autre part, comment déployer un intranet pour des gens qui passent leurs journées à monter des processeurs et des mémoires électroniques sans pour autant avoir accès à un ordinateur personnel.

L'entreprise a donc opté pour l'installation de bornes interactives par lesquelles, pendant les pauses-café, les employés peuvent surfer sur l'intranet. Ils y trouvent un babillard électronique, des petites annonces, les souhaits de bon anniversaire aux collègues et de l'information sur les activités de la compagnie.



« Pour l'instant, nous en avons six, placés dans les aires de repos fréquentées par le personnel, précise Jean-Guy Fournier, directeur des communications d'IBM Bromont.

Comme une ville

Pour rendre la visite du site

la plus conviviale possible, l'intranet prend la forme d'une ville dont on visite les édifices principaux.

À titre d'exemple, à l'hôtel de ville, on trouve tous les renseignements émanant de la direction, concernant les contrats récents, les politiques administratives, etc.

■ Jean-Guy Fournier : « Nous déployons le tout par étapes. Nous voulons être assurés d'offrir un système utile, agréable à utiliser et populaire. Éventuellement, nous installerons une quinzaine de bornes. »

Pour suivre les programmes de promotion de la santé et de la sécurité à l'usine, on clique sur l'hôpital.

De même, pour suivre une formation en entreprise, on va à l'université; pour les dernières nouvelles, on se rend à la station de radio.

Implication des employés

On est à créer un réseau de collaborateurs responsables des contenus de l'intranet.

Le club social de l'entreprise rédigera lui-même ses bulletins. Le directeur de chaque

secteur de la production et de l'administration doit trouver une personne qui rédigera, sur une base régulière, les informations destinées à l'intranet.

Groupes témoins

Quand le projet sera assez avancé et qu'on aura mesuré sa popularité, on ajoutera des claviers aux bornes et les employés pourront remplir divers formulaires. Il leur sera possible d'insérer eux-mêmes une petite annonce ou de postuler un poste affiché.

Pour s'assurer de bien joindre les employés, on a formé des groupes témoins de 12 personnes.

Elles ont fait l'objet de rencontres afin de connaître leur point de vue sur l'intranet. En ce qui a trait au contenu, elles veulent, par exemple, plus de petites annonces et de renseignements sur les individus.

Quant à la forme, le concept

de ville plaît. On aimerait avoir plus d'animation, quelque chose de plus multimédia. « Va pour l'animation », acquiesce Jean-Guy Fournier.

« Cependant, ça prend de la mémoire et ça prend du temps à afficher. Avec des pauses de 15 minutes, faudrait pas attendre une minute et demie pour que les applets d'animation se mettent en marche. On

■ Convivial, le site prend la forme d'une ville. À chaque édifice correspond un volet informatif sur les activités de la société. ■

cherche un compromis acceptable. »

La phase de développement initial aura coûté de 20 000 \$ à 30 000 \$.

La direction des communications songe à faire des sondages auprès du personnel pour se faire une

idée claire de ce qui fonctionne et de ce qui fonctionne moins.

« Un projet comme celui-là est un pensez-y bien. On avance prudemment et on n'oublie jamais qu'on doit joindre la clientèle. » ■

L'extranet d'IBM : pour suivre sa commande étape par étape

L'usine d'IBM à Bromont fait dans l'informatique sur mesure. Elle exporte pour trois milliards de dollars de mémoires et de processeurs informatiques fabriqués selon les spécifications du client. Pour réduire le temps passé à répondre aux demandes de la clientèle, on a créé VIP.

VIP, c'est le Virtual Information Place, un extranet où viennent s'informer les clients sur l'état d'avancement de leur commande.

« La clientèle qui dispose du code d'accès passe sa commande par le truchement de l'extranet, indique Jean-Guy Fournier, directeur des communications à Bromont.

« Elle suit l'état d'avancement des travaux, étape par étape. Éventuellement, elle sait un peu d'avance quand les produits finis entreront à l'expédition. »

Pour ceux qui ont des questions, à chaque étape de production, l'extranet affiche les

noms et numéros de téléphone des personnes ressources. On ne perd plus son temps à chercher la personne qui peut nous dire où on en est.

Il n'y a que les paiements qu'on ne fait pas par le truchement de cet extranet parce que l'unité de production de Bromont dépend d'un centre administratif situé aux États-Unis. La clientèle étant américaine pour la plupart, ça simplifie les opérations de change. (GP) ■

Solutions d'affaires Internet

une gamme de services à la mesure de vos besoins

- Implantation de logiciels de gestion réseau Intranet, Internet et/ou Extranet
- Solutions de commerce électronique
- Branchement à l'Internet
- Conception et réalisation de votre site Web
- Hébergement sur serveur interne ou externe
- Promotion de votre entreprise sur Internet
- Formation interne ou externe, reconnue par la SQDM

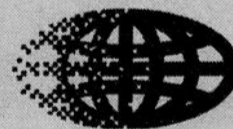


1730, rue Cunard, Laval (Québec) H7S 2B2
Téléphone : (514) 332-4110 Site Web : www.mks.net
Télécopieur : (514) 334-8043 Courriel : ventes@mks.net

INTRANET

EXTRANET

LGS



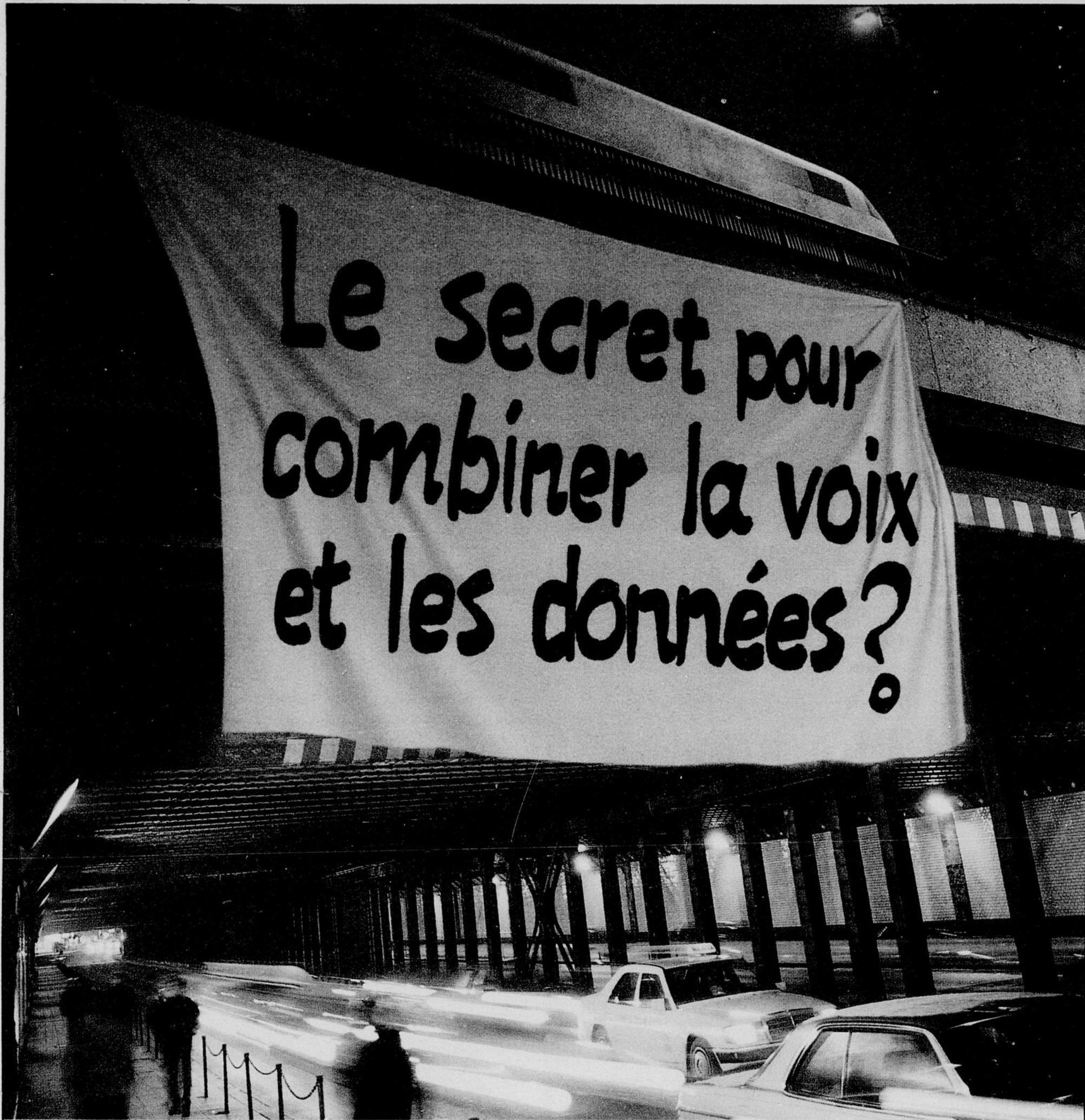
ça commence ici

LGS

UNE AFFAIRE DE CONFIANCE

Tél.: (514) 861-2673





LA SOUPLESSE Voix et données...Données et voix. Vous voulez pouvoir les intégrer. Et vous voulez pouvoir le faire maintenant. Le secret pour y parvenir ? Les solutions souples de Technologies Lucent. En effet, grâce à Bell Labs, notre division de recherche et développement, nous élaborons des réseaux depuis 127 ans, notamment le système DEFINITY ECS avec mode de transfert asynchrone (MTA). Celui-ci contribue à réduire vos coûts de gestion et d'infrastructure en intégrant vos réseaux de voix et de données existants, y compris le réseau MTA. Et il le fait de façon tellement simple que les utilisateurs n'ont pas besoin de formation particulière. De plus, sa grande souplesse lui permettra de s'adapter à vos besoins, à mesure de leur évolution. Comme nous connaissons déjà les caractéristiques du réseau de l'avenir, laissez-nous vous y conduire. Pour en savoir davantage, appelez-nous ou visitez notre site Web au www.lucent.ca

©1998 Technologies Lucent

Lucent Technologies
Bell Labs Innovations

4921, Place Ollivia
Ville St-Laurent (Québec)
H4R 2V6
<http://www.lucent.ca>
1 888 4-Lucent



On fait tout ce qu'il faut pour de bonnes communications.