

LES AFFAIRES



LE JOURNAL DES DÉCIDEURS

WWW.LESAFFAIRES.COM

15 AVRIL 2006

2\$

LE TOP 150 DES LOGOS

Le Canadien au premier rang

Un sondage Léger Marketing et Vasco Design révèle la cote d'amour des Québécois

p. 5 à 9 et 32



MES AFFAIRES

Déclaration d'impôt : pouvez-vous faire mieux que les experts ?

p. 66

INVESTIR

Les spécialistes anticipent une correction boursière

p. 52



RENDEZ-VOUS
Andrée Corriveau
fait bouger
le milieu
de la finance

p. 14

Vol. LXXVIII - No 15 80 pages



PP40064924 R08185

Desjardins & Cie
C'est tout Desjardins qui appuie les entreprises.

Services de paie
et de ressources humaines
par logiciel PC, par Internet et par téléphone.
Pour des solutions rentables, appelez le 1 888 311-1616

 **Desjardins**
Conjuguer avoirs et êtres

Seulement 5 ans...
Et déjà 85 fois diplômé!



Seulement cinq ans... et déjà notre bureau de Montréal compte 85 professionnels du droit de grand talent, intégrés à une équipe répartie dans l'ensemble du pays, de même qu'aux États-Unis, en mesure de répondre aux besoins des entreprises du Québec. Nous profitons de notre 5e anniversaire pour remercier sincèrement tous nos clients. En nous permettant de vous aider à relever vos défis les plus complexes, vous nous avez permis de devenir l'un des cabinets d'avocats les plus en vue au Québec. Chez Osler, Hoskin & Harcourt S.E.N.C.R.L./s.r.l., notre objectif est de contribuer au succès de votre entreprise. Nos clients vous le diront.

OSLER

CETTE SEMAINE



SAGUENAY
L'avenir économique de la région passe avant tout par les PME.

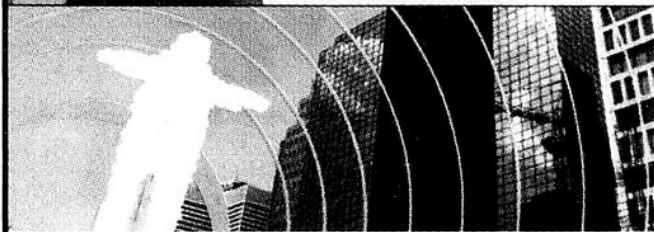
37



Ashton Leblond

ENTREPRENDRE
La chaîne de restauration rapide Chez Ashton mise toujours et avant tout sur la poutine, le rosbif... et la fraîcheur des aliments.

19



TECHNO
Deux nouveaux services haute vitesse pourraient faire du bruit prochainement.

21

EN MANCHETTE

> Les logos les plus appréciés

Le logo est beau, simple, affreux; au-delà des considérations esthétiques, les Québécois s'attachent avant tout aux logos des entreprises qu'elles apprécient le plus, révèle un sondage exclusif pour le compte du journal LES AFFAIRES.

5 à 9 et 32

ACTUALITÉ ET ANALYSE

- 11 **Tenir compte des droits humains**
Les initiatives se multiplient pour que les entreprises évaluent mieux l'impact de leurs activités sur les droits de la personne
- 12 Comment se sortir du pétrin quand il est question de droits de l'Homme
- 13 Les exportateurs agricoles s'impatientent
- 14 **RENDEZ-VOUS**
Andrée Corriveau aime faire bouger les choses
- 15 Cigarettes de contrebande : 200 M\$ de pertes fiscales par an
- 16 **ÉDITORIAL**
Des partenariats « à la québécoise » pour les méga-hôpitaux
- 16 **POINT DE VUE**
Déréglementer le houblon
- 17 Coup de départ de la course à la chefferie du Parti libéral
- 18 **LE POULS DE L'ÉCONOMIE**
Hausse marquée des importations en provenance de pays autres que les É.-U.

ENTREPRENDRE

- 19 **La chaîne Chez Ashton fait le pari de la fraîcheur**
Poutine et rosbif non congelés expliquent en partie le succès d'Ashton Leblond
- 21 **TECHNOLOGIES**
La « véritable » haute vitesse sans fil arrive au Québec
- 22 **LA SEMAINE TECHNO**
Pas de téléphonie sans fil pour Cogeco
- 24 **LE TOUR DU QUÉBEC**
L'usine FjordCelle de Cascades à Jonquière serait en péril

- 26 **INNOVATION**
BRP ne cherche pas toujours à révolutionner le marché
- 27 **INVESTISSEMENTS**
Plusieurs dizaines de millions pour soutenir la génomique
- 30 Les marchés craignent une propagation de la crise islandaise
- 31 **DÉMARRAGE ET GESTION D'ENTREPRISE**
Les Centres locaux de développement en première ligne pour soutenir le démarrage

MANAGEMENT

- 32 **Pour éviter les ennuis, enregistrez votre logo**
- 33 **COMMUNICATION EN ENTREPRISE**
Bien communiquer, ça rapporte
- 34 Les entreprises devront dépenser plus en communication
- 35 **LES AFFAIRES ET LA LOI**
Un sous-traitant n'est pas toujours tenu à la loyauté

IMMOBILIER

- 45 **La ruée vers l'or noir albertain a commencé**
Près de 1 500 Québécois sont partis en Alberta au cours des trois derniers mois de 2005
- 46 Comment planifier avec succès le déménagement de votre entreprise

INVESTIR

- 52 **Anticiper la correction de la Bourse canadienne**
Trois mois après notre table ronde sur les perspectives boursières, nos experts relèvent leur garde

- 53 Les investisseurs semblent satisfaits de Jean Coutu
- 54 Corel souhaite obtenir une seconde chance en Bourse
- 55 **SANS COMPROMIS**
La remarquable transparence d'Industrielle Alliance
- 57 **RESSOURCES NATURELLES**
Le départ de Soquem sera progressif
- 58 **ANALYSE DES MARCHÉS**
Les ressources jouent les trouble-fête
- 59 Nouveau sommet historique cette année pour la Bourse de croissance

MES AFFAIRES

- 66 **Faites-vous mieux que le spécialiste en impôts ?**
Huit personnes ont comparé leur déclaration fiscale faites par eux-même avec celle effectuée par un expert
- 67 Réglementation et convenance des produits d'abord
- 79 **QUESTIONS ET RÉPONSES**
L'information est encore et toujours le nerf de la guerre

DOSSIERS

- 37 **La tournée du Québec 2006**
Saguenay-Lac-Saint-Jean
- 42 **La gestion du contenu d'entreprise**
Une démarche axée sur les besoins des clients

SERVICES

- 34 **Les professionnels**
- 36 **Carrières**
- 46 **Carrefour PME**
- 48 **Annonces classées**
- 79 **Les sociétés dont on parle**

Banque Scotia présente :

LA CROISSANCE PAR L'INNOVATION



25 avril 2006 de 8 h à 14 h
Centre Mont-Royal

Un colloque et un déjeuner débat inspirés d'une étude SECOR LES AFFAIRES
Alloucation d'ouverture par Raymond Barrault, Ministre du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation

SECOR

ESG UQÀM

LES AFFAIRES

Hydro Québec

Information et réservation : 514.866.5789
www.secor.biz



LES AFFAIRES.COM CETTE SEMAINE

> **Judi 13 avril**
Résultats de Corus, CHUM, Infosys Technologies, New York Times Co.

Production manufacturière en février, Statistique Canada
Ventes au détail et confiance des consommateurs, États-Unis

CHRONIQUEUR

> **Mercredi 19 avril**
Les conseils d'Yves Lamoureux pour profiter du vieillissement des baby-boomers.

> **Mardi 18 avril**

Les résultats de Boston Scientific, Dow Jones & Company, Johnson & Johnson, Mattel, Motorola, Unisys, Yahoo!

> **Mercredi 19 avril**

Les résultats d'Apple, Coca-Cola, eBay, Intel, Kraft Foods, LG
Indice des prix à la consommation, États-Unis

L'effet Leonardo



La canadienne Polar Bear Diamond profite de l'engouement créé par le prochain film de Leonardo Di Caprio, Blood Diamond. On s'arrache les diamants certifiés de Polar.

Sur LesAffaires.TV, le vendredi 14 avril.

DES OUTILS POUR VOUS

Chaque jour :

- > Lisez vos nouvelles en continu
- > Suivez vos actions
- > Consultez votre portefeuille
- > Visionnez votre bilan de la journée

VOX POP : RÉPONSE

Voici ce que vous avez répondu la semaine dernière :

Face à la hausse des taux d'intérêt, quel terme allez-vous choisir lors du renouvellement de votre prêt hypothécaire ?	1 an	3 ans	5 ans
	34%	17%	49%

WWW.LESAFFAIRES.COM

DE BONNE SOURCE



Dominique Froment

dominique.froment@transcontinental.ca

Avestor : deux postes vacants sont comblés

Avestor, filiale à 50 % d'Hydro-Québec, a comblé deux postes qui étaient vacants depuis plusieurs mois. Aline Bélanger, qui a occupé pendant cinq ans des postes de direction chez CAE, a été nommée vice-présidente, finances. Elle détient un MBA de la Edinburg School of Business (Écosse).

Jean Lafrance, qui était directeur, évolution de la chaîne d'approvisionnement des produits filaires et optiques chez Nortel, a été nommé vice-président, exploitation, d'Avestor. Il est diplômé de l'École Polytechnique de Montréal.

Avestor fabrique des batteries au lithium-métal-polymère. Hydro-Québec a récemment mis en vente sa participation.

Harry Bolner, vice-président, ventes de Fusepoint

Harry Bolner est le nouveau vice-président aux ventes pour la région de l'Est chez Fusepoint, un fournis-

seur d'infrastructures informatiques. Titulaire d'un baccalauréat en génie électrique de l'Institut des technologies d'Israël, M. Bolner a été cofondateur de ComputerLand Montréal et vice-président au développement des affaires de CGI.

Michel G. Desjardins dirigera l'INIS

Michel G. Desjardins deviendra le 24 avril le nouveau directeur

général de l'Institut national de l'image et du son (INIS), un centre de formation professionnelle dans le domaine du cinéma, de la télévision et des médias interactifs.

M. Desjardins était jusqu'à tout récemment vice-président directeur général d'Eloda, spécialisée dans l'analyse et la vie publicitaire. De 1999 à 2005, il a été président de Groupe Image Buzz.

Il remplace Charles Ohayon, qui avait pris la relève de Louise Spickler il y a un an. ■

Merci à vous, chers lecteurs

Chers lecteurs et chères lectrices,

Mon premier mot est : merci. Merci d'être aussi nombreux et aussi nombreuses à nous lire chaque semaine.

Selon le dernier rapport du Print Measurement Bureau (PMB), un organisme international qui recense le lectorat de magazines et de journaux, vous êtes 407 000 à lire le journal LES AFFAIRES. Il s'agit d'une hausse de 16 000 personnes, ou 4 % par rapport à 2005.

Les données du PMB sont obtenues au moyen d'un sondage mené auprès de 4 000 personnes au cours d'une période de 24 mois.

Notre publication sœur, le magazine Affaires Plus, que la plupart des abonnés du journal reçoivent également, a accru son lectorat de 23 000 personnes, ou 5 %, ce qui porte celui-ci à 459 000.

La Revue Commerce, autre magazine économique de Transcontinental, a augmenté de 11 000, ou 6 %, à 209 000, le nombre de ses lecteurs et lectrices.

Encore une fois, un grand merci pour votre confiance.

Et n'hésitez pas à communiquer avec nous pour tout commentaire ou toute suggestion que vous jugeriez bon de nous faire.

— Jean-Paul Gagné
éditeur, LES AFFAIRES

LE JOURNAL LES AFFAIRES EST PUBLIÉ PAR MÉDIAS TRANSCONTINENTAL S.E.N.C. 1100, BOUL. RENÉ-LÉVESQUE OUEST, 24^e ÉTAGE, MONTRÉAL (QUÉBEC) H3B 4X9

Transcontinental

RÉDACTION ☎ (514) 392-9000 ☐ (514) 392-1586 lesaffaires.redaction@transcontinental.ca LES AFFAIRES 500 gaelle.fontaine@transcontinental.ca Publicité ☎ (514) 392-9000 ☐ 1 800 361-5479 ☐ (514) 392-2068 publicite@transcontinental.ca
ABONNEMENT Service aux abonnés (8 h à 17 h) ☎ 1 800 361-7215 ☐ (514) 721-9252 ANNONCES CLASSÉES : ☎ (514) 392-7782 www.lesaffaires.com www.medias-transcontinental.com

Éditeur : Jean-Paul Gagné. Rédaction : Rédacteur en chef Claude Beauregard; Rédacteur en chef délégué René Vézina; Directeur, sections Actualité, Entreprendre, Immobilier et Management Yves Déry; Directeur, sections Investir et Mes affaires Bernard Mooney; Directrice des cahiers spéciaux et hors série Danielle Turgeon; Chef de pupitre Jean-Claude Surprenant; Directrice artistique Louise Rouleau. Publicité : Directeur général des ventes Louis Lamarre; Directeur adjoint des ventes Eric Morin; Ventes nationales, Montréal Catherine Resch; Ventes nationales, Toronto Jill Davidson; Ventes régionales et Promo-Affaires Stéphane Meloche. Nouveaux médias : Directeur Yves Daoust. Communications marketing : Directrice Nathalie Carboneau. Tirage : Directeur François Blondin. Production : Numérisation Centre de production partagé de Montréal; Directeur Sylvain Renaud; Coordinatrice Chantal Bergeron; Administration : Médias Transcontinental S.E.N.C. Président (par intérim) Luc Desjardins; Vice-président, publications économiques Pierre Marcoux; Directeur administratif principal Denis Aubin. Impression : Imprimerie Transcontinental S.E.N.C. Division Transmag, 10807, rue Mirabeau, Anjou (Québec) H1J 1T7. Membre de Transcontinental Inc. Président du conseil Rémi Marcoux.

Notre politique de protection de la vie privée Il nous arrive de communiquer nos listes d'envoi à des entreprises de bonne réputation dont les produits ou services seraient susceptibles d'intéresser nos abonnés. Bon nombre d'entre eux apprécient ce service. Cependant, si vous ne voulez pas que votre nom y figure, faites-le savoir par écrit à notre service de l'abonnement en joignant une étiquette d'envoi de votre magazine. Répertoire dans l'Index des périodiques canadiens. Dépôt légal, bibliothèque du Québec ISSN 0229-3404. Second class USPS 004582, Champlain, N.Y., 12919-1518. Convention de la Poste-publications n° 40064924. N° d'enregistrement E08185 Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada : Service aux abonnés : C.P. 11016 Succ. Anjou, Anjou (Québec) H1K 5H8

Canada Nous reconnaissons l'aide financière du gouvernement du Canada par l'entremise du Programme d'aide aux publications pour nos dépenses d'envoi postal (PAP n° 8185).

Tarif d'abonnement (au Québec) Journal LES AFFAIRES (52 fois l'an); 1 an : 42,12 \$ (+ taxes = 48,45 \$); 2 ans : 63,19 \$ (+ taxes = 72,67 \$). Duo : Journal LES AFFAIRES (52 numéros par année) et magazine Affaires PLUS (12 numéros par année); 1 an : 59,95 \$ (+ taxes = 68,96 \$); 2 ans : 89,95 \$ (+ taxes = 103,47 \$). Pour connaître les tarifs d'abonnement pour le reste du Canada et l'étranger, veuillez communiquer avec le service à la clientèle.

Colloque

Hôtel Mortagne, Boucherville, 11 mai 2006

Gérer l'information du développement de produits

PLM, de l'idée au produit



Si la performance de vos produits est un enjeu majeur...

Venez assister à des conférences, rencontrer des spécialistes, participer à une discussion avec un panel d'experts et assister à des démonstrations de logiciels.

Pour explorer la problématique de la gestion du cycle de vie du produit (Product Lifecycle Management - PLM), de la gestion des données techniques (Product Data Management - PDM) et du choix des outils de gestion de l'information.

Programme complet : www.idp-ipd.com

Organisé par :

Partenaires principaux :



EN MANCHETTE

Pour utiliser votre savoir



L'informatique bien pensée
www.mgaconcept.com 1 866 990 3914

Les Québécois craquent pour le logo du Canadien

Le premier palmarès des logos fait ressortir la mesure émotionnelle de l'image des entreprises



Martin Jolicoeur
martin.jolicoeur@transcontinental.ca

Les Canadiens de Montréal n'ont pas gagné la Coupe Stanley depuis plus de 12 ans. Qu'importe! Il suffit aux Glorieux de brandir bien haut leur logo pour que chavire le cœur des Québécois.

C'est l'une des principales constatations d'un sondage mené par Léger Marketing et Vasco Design International, portant sur les 150 sigles, symboles et logos d'entreprise les plus appréciés des Québécois, le premier sondage de ce genre.

« Plus que sa forme, sa couleur ou son esthétique, la cote d'amour d'un logo est surtout une mesure émotionnelle de l'image véhiculée par l'entreprise, affirme Serge Lafrance, v.-p. de Léger Marketing. La connaissance, la perception et même l'expérience de consommation qu'ont les Québécois par rapport à une entreprise influent énormément sur leur appréciation du logo. »

Après Le Club de hockey Les Canadiens, dont le logo recueille un score record de 85 %, suivent les logos de Van Houtte (80,6 %), de CAA-Québec (79,8 %), des Restaurants St-Hubert (79,7 %) et de Télé-Québec (79,1 %).

Les résultats complets de ce sondage sont publiés en pages 8 et 9. Ils s'appuient sur une enquête menée sur Internet par Léger Marketing, entre les 10 et 15 mars auprès d'un échantillon représentatif de 500 Québécois adultes. Les répondants étaient en mesure de visualiser les logos et devaient les évaluer par courrier électronique. Après pondération, les résultats comportent une marge d'erreur maximale de 4,9 %, 19 fois sur 20.

Un passé intimement lié aux Québécois

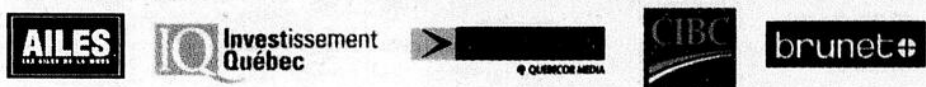
Après un passage à vide marqué par le congédiement de l'entraîneur Claude Julien et de l'échange du gardien José Théodore, le Tricolore vogue vers les séries éliminatoires et occupe une place de choix dans le cœur des Québécois.

« Sur le plan esthétique, ce n'est pas le

Logos les plus tendance



Logos les moins tendance



SOURCE : LÉGER MARKETING ET VASCO DESIGN INTERNATIONAL

meilleur des logos, convient Vasco Ceccon, président de Vasco Design. Il a été conçu à une époque où tout se faisait à la main. Cela saute aux yeux. En revanche, on sent qu'il a un passé intimement lié à l'histoire du Québec. Ça joue, c'est évident. »

Sa plus proche rivale, Van Houtte, se démarque avec un logo maintes fois revisité depuis les années 1970, mais qui a conservé sa chaleur, sa convivialité et la marque d'une entreprise ayant une connaissance intime du milieu du café, estiment les spécialistes.

D'une simplicité désarmante, le logo de CAA profite d'un capital de sympathie se rapprochant de celui des pompiers, et d'une visibilité sans pareille. Environ 10 % des propriétaires de la province l'arboreraient sur le pare-choc ou le pare-brise de leur auto!

« À une tout autre échelle, on pourrait dire que la notoriété du logo de CAA au Québec se compare à celle de Coca-Cola dans le monde », soutient Luc Dupont, professeur de communication de l'Université d'Ottawa et auteur du best-seller québécois 1001 trucs publicitaires.

Le top 10 des entreprises les plus appréciées en regard de leur logo est complété par le Cirque du Soleil, véritable Céline Dion de l'entrepreneuriat québécois, Coca-Cola, Gaz Métro, Postes Canada et Omer Deserres, au premier rang dans le commerce de détail.

Le logo de Gaz Métro est particulièrement apprécié des spécialistes, qui lui décernent une mention d'honneur. En trois ans, cette entreprise, dont le produit est associé au risque d'explosion, a réussi à changer notre perception grâce entre autres à un nouveau logo, note Serge Lafrance.

de l'actualité. C'est le cas de Bombardier (134°), dont on peut croire que la popularité est en chute libre depuis sa décision de faire des mises à pied à Montréal pour ouvrir une usine au Mexique, et celle d'exiger le contrat de renouvellement des wagons du métro de Montréal sans procédure d'appel d'offres.

« Bombardier n'est plus vue comme le pionnier d'antan, dit le v.-p. de Léger. Les Québécois estiment qu'elle prend maintenant plus à la société qu'elle ne lui en redonne. Avec leur attitude « donnez-moi un contrat ou je ferme l'usine », ils sont de plus en plus vus comme des Bougons bourgeois et on le perçoit bien dans l'appréciation que font les Québécois de leur logo. »

Beauté et laideur

Les logos de Gaz Métro, du métro de Montréal (11°), de Postes Canada, de Telus (20°) et de La Baie (14°) sont perçus comme les plus beaux.

Les logos considérés comme les plus tendance sont ceux de Télé-Québec, Telus, Bell (19°), Postes Canada et Gaz Métro.

Les moins appréciés au chapitre de leur forme et de leurs couleurs sont ceux d'Investissement Québec, Cogeco (139°), la Caisse de dépôt et placement du Québec (140°), Canoë (133°) et TQS (118°).

Les logos considérés comme les moins tendance : les Ailes de la Mode, Investissement Québec, Vidéotron (115°), CIBC (88°) et les pharmacies Brunet (130°).

LES ST-HILAIRE

AUGMENTEZ VOS VENTES



Roger



Simon

213 000 personnes l'ont fait

Vente stratégique	Vente au détail	Relation avec la clientèle	Gérance de vente
<ul style="list-style-type: none"> • Conclure la vente • Réfuter les objections • Qualifier vos prospects • Gérer votre clientèle • Justifier vos prix • Prospector avec succès • Argumenter avec aplomb 	<ul style="list-style-type: none"> • Accueillir vos clients • Qualifier vos clients • Conclure la vente • Répondre aux objections • Faire la vente complémentaire 	<ul style="list-style-type: none"> • Traiter les plaintes • Communiquer efficacement • Fidéliser votre clientèle • Maîtriser le téléphone • Améliorer votre image • Maintenir votre motivation 	<ul style="list-style-type: none"> • Recruter des gagnants • Entraîner votre personnel • Évaluer leur performance • Motiver votre équipe • Exercer votre leadership • Tenir des réunions stimulantes • Organiser des concours
Durée: 2 jours - 450 \$ Mtl: 8-9 mai 06 15-16 juin 06 Qué.: 25-26 mai 06	Durée: 1 jour - 225 \$ Mtl: 12 septembre 06 Qué.: 19 septembre 06	Durée: 1 jour - 225 \$ Mtl: 10 mai / 7 juin Qué.: 17 mai 06 / 23 août 06	Durée: 3 jours - 750 \$ Mtl: 23-24-25 oct. 06 Qué.: 24-25-26 avril 06 20-21-22 nov. 06

Inscrivez-vous dès maintenant

Mtl: (514) 673-1124 Qué.: (418) 626-7498 Internet: www.rogerstilaire.com
 Sans frais: 1 800 463-7246 Télécopieur: (418) 626-6264 Courriel: info@rogerstilaire.com

Available in English

Contactez-nous pour des conférences et des séminaires adaptés à votre organisation



Cours de vente Roger St-Hilaire

Formateurs agréés à Emploi-Québec / Membres de l'Association canadienne des conférenciers professionnels (CAPS)





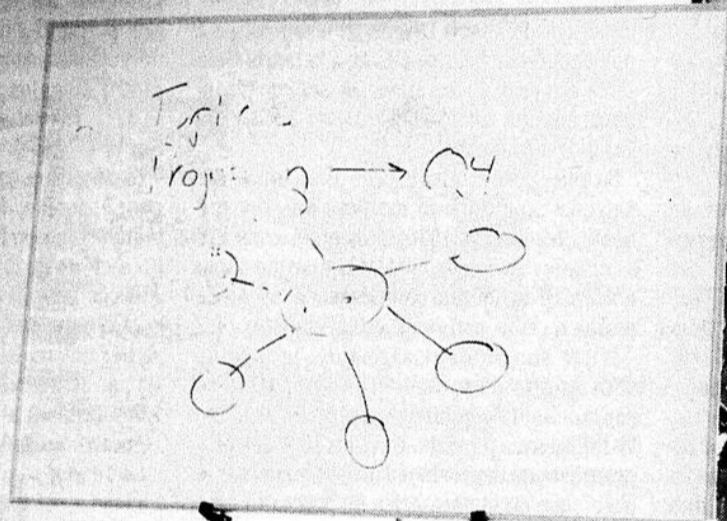


WWW.SKERPADESIGN.COM

la présence

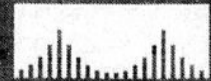
propulsée par cisco.

La réunion est commencée depuis 5 minutes et pourtant, la salle de conférence est vide. Les Solutions de communication unifiée de Cisco priorisent les affaires et non l'endroit où elles se brassent. Les tableaux blancs virtuels permettent les remue-méninges en temps réel. Vous entendez cette mystérieuse voix ? C'est le réseau qui vous informe. Vous devez quitter ? L'appel sera entièrement enregistré pour une écoute ultérieure. Soyez là. Même lorsque vous n'y êtes pas. Apprenez-en davantage au cisco.com/poweredby/ca/fr.



CISCO SYSTEMS

l'innovation, propulsée par



Un bon logo doit viser la simplicité

Martin Jolicoeur

martin.jolicoeur@transcontinental.ca

Un mot, un symbole, une couleur franche, c'est à peu près tout ce dont un logo a besoin pour s'imprégner à tout jamais dans le cerveau de celui qui le voit.

Si les possibilités de signatures d'entreprise sont infinies, la simplicité demeure la règle maîtresse de tout bon logo.

« Il n'y a pas une couleur ou un lettrage qui fasse l'affaire à tout coup », dit **Frédéric Metz**, directeur du programme de design graphique de l'Université du Québec à Montréal (UQAM).

« Mais comme toujours, poursuit-il, plus le message est simple, meilleure sera la compréhension. Et c'est bien connu, plus on comprend, mieux on retient. Alors, pas la peine de se compliquer la tête. »

Le logo des Canadiens de Montréal, ou encore plus celui de **CAA Québec**, sont des modèles d'efficacité par leur simplicité pour **Luc Dupont**, professeur de publicité, de l'image et de relations publiques à l'Université d'Ottawa.

« Ils sont beaux, faciles à lire et si simples que je pourrais les dessiner de mémoire. Au point où je crains qu'un jour, un imbécile décidera de les changer. »

C'est l'« erreur grave » qu'aurait commise **Bell**, selon le professeur Metz, en remplaçant sa signature, anciennement composée d'une série de caractères gras.

L'ajout de symboles naît souvent d'une tentation de communiquer un trop grand nombre de choses dans une même signature.

« Il faut résister à tout prix à cette tentation, affirme **François Lacoursière**, associé

principal de **Diesel**, qui a travaillé de près au virage à 180 degrés effectué par **Gaz Métro**, il y a trois ans. Deux ou trois idées suffisent amplement. »

Coca-Cola, **Telus**, **La Baie**, **L'Oréal** et **Bombardier** ne sont rien de plus qu'une série de caractères typographiques au style bien choisi.

« Si Bombardier tire la patte, ce n'est pas tant en raison de son logo que de l'image que sa lecture évoque, affirme **M. Dupont**. Qu'on le veuille ou non, on pense à trois ou quatre choses pas particulièrement élogieuses quand on pense à elle. »

Le Bonhomme Pillsbury, plus connu que **George Bush** !

L'ajout d'un symbole ou d'un personnage fictif à la signature ne doit être utilisé que dans les cas où il est nécessaire de

rappeler le produit à vendre. C'est le cas de la flamme de **Gaz Métro**. À l'opposé, les symboles trop abstraits de **Cogeco**, de la **Caisse de dépôt et placement du Québec** et de **Manuvie** confondent plus qu'ils n'aident, selon les spécialistes consultés.

L'utilisation de personnages fictifs s'impose parfois d'elle-même. C'est le cas de celui utilisé par **Van Houtte**, du coq des **Rôtisseries St-Hubert** et du hibou de **Couche-Tard**. « Il vient un moment dans l'histoire d'une entreprise où son personnage devient son actif le plus important. Il devient l'entreprise à lui seul », soutient **Luc Dupont**.

C'est le cas de **Monsieur Glad**, du visage de **Cool-Aid**, ou encore du **Bonhomme Pillsbury** qui, dit-on, était plus connu aux États-Unis que **George Bush** père durant son passage à la présidence !

L'utilisation d'un graphisme fin ou stylisé, toujours en lien avec l'activité de l'entreprise, fait également du bon travail. Le logo du **CN**, évoquant le tracé d'une voie ferroviaire, ou encore le **N** de la **Banque Nationale**, dessiné en forme de drapeau, demeurent, après plus de 25 ans, des logos exemplaires.

« À la manière des mots, lorsque les lignes et les symboles sont simples, ils ont moins de risques d'être oubliés, dit **Vasco Cecon**, président de **Vasco Design International**. Même chose pour les couleurs primaires qui se démodent beaucoup moins que les pastels et les couleurs tendance. »

Jean Coutu devrait songer à rajeunir son logo

Si certains, tels **Frédéric Metz**, prônent le maintien à tout prix des logos d'entreprise, d'autres préconisent qu'ils soient modifiés, ou à tout le moins légèrement rajeunis tous les 10 à 15 ans.

Des entreprises comme **Brault & Martineau**, **Renaud**

Bray, et surtout les **Pharmacies Jean Coutu** devraient sérieusement y songer sans craindre de froisser leur clientèle, croient les spécialistes.

« Qui a remarqué que le savon à lessive **Tide** a changé de logo une vingtaine de fois depuis les années 50 ? » demande **Serge Lafrance**, vice-président de **Léger Marketing**.

Selon lui, le logo de **Jean Coutu** serait déconnecté de la réalité.

« **Jean Coutu** est moderne, il a réinventé la pharmacie et finance même des écoles de médecine. Mais son logo n'a pas évolué à la même vitesse, il n'est pas à la hauteur de ce que cette chaîne est devenue au Québec. »

À tel point que **Jean Coutu** aurait avantage à s'inspirer du logo de **Proxim**, cette nouvelle chaîne de pharmacies née du regroupement d'**Essaim**, **Accès Santé**, **Obonsoins** et **Santé Services**, croit **M. Cecon**.

« Ce logo projette vraiment une image fraîche, nouvelle et jeune. Rien à voir avec la lourdeur de ceux de **Jean Coutu**. » ■

Le CH est là pour rester

Le col du chandail a été retravaillé, les manches ont été raffermies et le rouge a changé de ton. Mais, en aucun moment dans l'histoire récente, il n'a été question de modifier le logo des Canadiens de Montréal, au premier rang de notre sondage.

Et ce n'est pas demain la veille qu'il changera, assure **Ray Lalonde**, vice-président, vente et marketing, de la franchise de hockey.

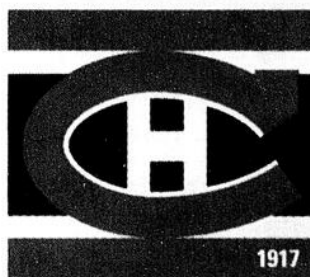
« On reçoit chaque année beaucoup de suggestions des partisans. Des gens qui font des suggestions sur la façon dont le logo devrait évoluer. Mais nous ne leur accordons aucune considération. »

Fondée en 1909, les Cana-

diens, alors membres de la **National Hockey Association**, ont changé de logo à cinq reprises au cours des sept premières saisons.

Un simple **C** cousu sur un chandail bleu (1909-1910) fut par la suite entouré d'une feuille d'érable sur un chandail rouge, blanc et vert (1910-1911).

Les couleurs bleu, blanc et rouge que l'on retrouve actuellement ont été adoptées en 1913. Et ce n'est que quatre ans plus tard, au moment de la création de la **Ligue nationale de hockey (LNH)** il y a 90 ans, que le **CAC** (pour **Club athlétique Canadien**) fut remplacées par le **CH** (pour **Club de hockey Cana-**



dien) que nous connaissons.

Depuis, le logo de la seconde équipe la plus titrée du sport nord-américain (après les **Yankees** de New York), n'a connu aucune modification, ce qui en fait le plus ancien logo de la ligue et l'un des plus anciens des sports professionnels, avec celui de la légendaire équipe de baseball new-yorkaise.

Année après année, selon un sondage mené par la LNH, le logo des Canadiens se classerait deuxième favori sur 30 en

Amérique du Nord, derrière celui des **Black Hawks** de Chicago. « Son âge est devenu sa force. C'est devenu cool de porter du vieux », dit **M. Lalonde**. ■ **M.J.**

VOX POP

Le logo d'une entreprise influence-t-il votre perception de cette société ?

■ OUI
■ NON

Les résultats de ce sondage paraîtront dans notre édition de la semaine prochaine.

Votez sur notre site

WWW.LESAFFAIRES.COM

Blizzart Graphique

Pour une transformation totale de tous vos besoins en art graphique.

165, rue d'Ile
Boucherville, Québec J4B 0J2
Tél. : 450.641.0811 1.888.628.8273
Fax : 450.232.5032 Tél. : 450.641.4330
www.blizzart-videoelectron.ca

SE RÉUNIR POUR LE PLAISIR ET LES AFFAIRES

RELAYS & CHATEAUX

Les Trois Filles et Spa Givenchy

SAINT-MARC-SUR-RICHELIEU (Autoroute 20, sortie 112)
www.lestroistilleuls.com Tél. : (514) 856-7787

OBLIK!

Communication et design imprimés et électroniques

514.271.4321 — oblik.ca

GUY BOURGEOIS
Formateur | Motivateur

VENDEZ PLUS

Le Développement des Ventes

- > Agir en professionnel
- > Établir la confiance
- > Résoudre des objections
- > Conclusion de vente et suivi
- > Prendre des rendez-vous
- > Développer un argumentaire solide

Cours de 2 jours 450\$

Montréal 5-6 juin 2006
14-15 sept. 2006
Québec 15-16 mai 2006
27-28 sept. 2006

COACHEZ MIEUX

Le Coaching d'une Équipe

- > Comprendre et appliquer votre rôle
- > Motiver vos employés
- > Éviter ou gérer les conflits
- > Coacher les cas problèmes
- > Bâter la confiance
- > Établir de saines communications

Cours d'une journée 250\$

Montréal 8 juin et 29 août 2006
Québec 5 mai 2006

Conférences de motivation lors de congrès et colloques
Cours de Service à la clientèle et Telemarketing
Formation adaptée à votre entreprise

1-800-361-0666
WWW.GUYBOURGEOIS.COM

7 Vols par jour
MONTREAL

Contactez votre agent de voyage au (514) 525-6062
www.avionrouge.com

avionrouge



LOGO TOP > 150



Léger Marketing et Vasco Design présentent ici la première recherche sur le *Coup de cœur des Québécois* concernant les nombreux sigles, symboles et logos qui nous interpellent quotidiennement. Il est intéressant de constater que les participants à ce sondage analysent non seulement la forme, la couleur ou l'esthétique d'un logo mais également la connaissance, la perception et même l'expérience de consommation qu'ils ont de l'entreprise, de ses produits ou de ses services. Au final, la cote d'amour d'un logo, est surtout une mesure émotionnelle de l'image véhiculée par l'entreprise.


Force est de constater toute l'importance que revêt un logo comme signe distinctif auprès de la population. Certains logos facilitent la communication entre les consommateurs et l'entreprise, et d'autres non.

Le tableau suivant présente le Top 150 des logos les plus appréciés de la population du Québec. Ainsi, les logos qui obtiennent les notes d'appréciation générale les plus élevées sont : (1) le Club de hockey Les Canadiens, (2) Van Houtte, (3) CAA-Québec, (4) Saint-Hubert et (5) Télé-Québec.

Rang	Logo	%
1	 Le Club de hockey Les Canadiens	85,0
2	 Van Houtte	80,6
3	 CAA-Québec	79,8

Rang	Logo	%
4	 St-Hubert Les Restaurants St-Hubert	79,7
5	 Télé-Québec Télé-Québec	79,1
6	 CIRQUE DU SOLEIL Cirque du Soleil	78,6

Rang	Logo	%
7	 Coca-Cola Les Brevages Coca-Cola	77,8
8	 GazMétro la vie en bleu Gaz Métro	77,7
9	 Postes Canada	77,0

Rang	Logo	%
10	 Omer DeSerres Matériel artistique Omer DeSerres	76,9
11	 MÉTRO Métro de Montréal	75,5
12	 RÉNO-DÉPÔT Réno-Dépôt	75,4

Rang	Logo	%
13	 agropur Agropur	74,8
14	 la Baie La Baie	74,6
15	 Hydro Québec Hydro-Québec	73,8
16	 Weston Weston	73,2
17	 VIA Rail Canada Via Rail	72,3
18	 ALCAN Alcan	72,2
19	 Bell Bell	72,1

Rang	Logo	%
20	 TELUS Telus	72,0
21	 TVA TVA	71,6
22	 Sears Sears Canada	71,3
23	 Lafleur Lafleur (charcuterie)	71,1
24	 Alimentation Couche-Tard Alimentation Couche-Tard	71,0
25	 LOU-TEC Groupe Lou-Tec	70,5
26	 Gadoua La Boulangerie Gadoua	70,3

Rang	Logo	%
27	 JEAN COUTU Le Groupe Jean Coutu	69,6
28	 Familiprix Familiprix	69,4
29	 Desjardins Mouvement des caisses Desjardins	68,4
30	 CANADIAN TIRE Canadian Tire	68,4
31	 Cascades Cascades	68,4
32	 Radio-Canada Radio-Canada	68,4
33	 Groupe Dufour Groupe Dufour (hôtels et croisières)	68,3

Rang	Logo	%
34	 FedEx Express FEDEX	68,2
35	 Banque Nationale du Canada Banque Nationale du Canada	67,8
36	 MOLSON Molson	67,1
37	 L'ORÉAL L'Oréal Canada	66,8
38	 RBC Banque Royale	66,7
39	 Century 21 Century 21	66,1
40	 CLARICA Clarica	66,0

Leger
MARKETING
MEMBRE GALLUP
INTERNATIONAL ASSOCIATION

Vasco
Design
Communication
Internet

Rang	Logo	Score
41	Transcontinental	65,9
	Transcontinental	
42	AIR CANADA	65,9
	Air Canada	
43	Zellers	65,5
	Zellers	
44	Librairie Renaud-Bray	65,5
	Renaud-Bray	
45	PHARMAPRIX	65,3
	Pharmaprix	
46	La Capitale	65,3
	La Capitale Groupe financier	
47	Second Cup	65,0
	Second Cup	
48	Le Club de football Les Alouettes	65,0
	Le Club de football Les Alouettes	
49	air transat	64,7
	Air Transat	
50	LOTO QUÉBEC	64,3
	Loto-Québec	
51	RONA	64,2
	Rona	
52	Tim Hortons	63,9
	Tim Hortons	
53	METRO	63,9
	Metro	
54	VOIR	63,7
	Communications Voir	
55	IGA	63,5
	IGA	

Rang	Logo	Score
56	ING	63,4
	ING-Canada	
57	BRault & MARTINEAU	63,2
	Brault et Martineau	
58	provigo	63,0
	Provigo	
59	OASIS	62,6
	Oasis (Industries Lassonde)	
60	LIMOCAR	62,6
	Limocar	
61	CN	62,4
	Canadien National	
62	Domtar	62,4
	Domtar	
63	maxi	62,4
	Maxi	
64	BURGER KING	62,3
	Burger King	
65	fi do	62,2
	Fido	
66	NORTEL	62,0
	Nortel Networks	
67	UNIBROU	61,9
	Unibroue	
68	McDonald's	61,9
	McDonald's	
69	INDUSTRIELLE ALLIANCE	61,6
	Assurance et Services Financiers Inc. Industrielle Alliance	
70	simons	61,6
	Simons	

Rang	Logo	Score
71	Loblaws	61,5
	Loblaws	
72	AXA	61,3
	AXA Canada	
73	le château	61,3
	Le Château	
74	RE/MAX	61,3
	RE/MAX	
75	Saputo	61,2
	Le Groupe Saputo	
76	UNIPRIX	61,0
	Uniprix	
77	ESSAIM	60,9
	Pharmacie Essaim	
78	LA CAGE aux SPORTS	60,8
	La Cage aux Sports	
79	Astral Media	60,7
	Astral Media	
80	ROYAL LEPAGE	60,5
	Royal LePage	
81	BELAIR direct	59,9
	Bélaire Direct	
82	OLYME	59,8
	Olymel	
83	CINÉMA GUZZO	59,7
	Cinéma Guzzo	
84	Kruger	59,2
	Kruger	
85	DUNKIN' DONUTS	58,9
	Dunkin' Donuts	

Rang	Logo	Score
86	GILDAN	58,5
	Gildan	
87	SAO	58,3
	Société des alcools du Québec	
88	CIBC	58,1
	Banque CIBC	
89	Financière Sun Life	58,1
	Financière Sun Life	
90	Banque Scotia	58,0
	Banque Scotia	
91	COSTCO	57,9
	Costco Canada	
92	SUBWAY	57,8
	Subway	
93	STM	57,8
	STM (Société de transport de Montréal)	
94	WINNERS	57,8
	Winners	
95	EPIDERMA	57,7
	Epiderma	
96	ROGERS	57,6
	Rogers	
97	ESSILOR	57,6
	Essilor	
98	SLEEMAN	57,4
	Sleeman	
99	WEST JET	57,2
	West Jet	
100	MATÉRIAUX COUPAL	57,1
	Matériaux Coupal	

101	Dumoulin	57,0	111	Groupe Goyette	54,6	121	Sico	52,3	131	Groupe Sutton	48,4	141	Manuvie	44,0
102	Les Aliments Da Vinci	57,0	112	Proprio Direct	54,6	122	Le Fonds de solidarité FTQ	51,8	132	Tristan & America	48,3	142	Virgin Mobilité	44,0
103	Archambault	57,0	113	BDC	54,5	123	Labatt	50,7	133	Canoë	48,2	143	Brick	43,2
104	Harvey's	56,8	114	Garaga	54,4	124	Tristan & Iseut	50,2	134	Bombardier	48,2	144	Garda World	43,1
105	Orléans Express	56,8	115	Vidéotron	54,2	125	Home Depot	50,2	135	Wal-Mart Canada	47,4	145	Super C	41,5
106	Reitmans	56,8	116	Banque Laurentienne	54,1	126	Nurun	50,0	136	SGF	47,3	146	Investissement Québec	41,0
107	Clic Import-Export	56,4	117	Banque TD Canada Trust	53,8	127	Aéroports de Montréal	49,7	137	Alcoa	46,3	147	Les Ailes de la Mode	39,9
108	Banque de Montréal	56,1	118	TQS	53,5	128	Maison Éthier	48,8	138	Ameublement Tanguay	45,8	148	Boralex	39,4
109	Groupe financier SSQ	55,6	119	Ville de Montréal	53,0	129	Tembec	48,8	139	Cogeco	45,0	149	Urgel Bourgie	36,2
110	Lise Watier	55,2	120	Bur. d'assurance du Canada	53,0	130	Pharmacie Brunet	48,8	140	La Caisse de dépôt et pl.	44,3	150	Aéroplan	34,7

Méthodologie La présente étude a été réalisée par le biais du panel Internet de Léger Marketing, LegerWeb.com, auprès d'un échantillon représentatif de 500 Québécoises et Québécois âgé(e)s de 18 ans ou plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais. Les répondants pouvaient ainsi visualiser les logos et les évaluer. Les données ont été recueillies entre le 10 et le 15 mars 2006. Selon les données de Statistique Canada, les résultats ont été pondérés selon le sexe, l'âge, les régions et la langue maternelle afin de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble de la population adulte du Québec. Enfin, nous obtenons, avec les 500 personnes sondées, une marge d'erreur maximale de ± 4,9%, et ce, 19 fois sur 20.

REVUE DE LA SEMAINE

La SGF redresse la tête... et ses finances

René Vézina
et André Dubuc
rene.vezina@transcontinental.ca

La Société générale de financement du Québec (SGF), le bras investisseur du gouvernement provincial, va mieux : elle a dégagé un léger surplus de 70 M\$ pour son exercice financier terminé le 31 décembre 2005.

C'est un résultat surprenant parce que la SGF a des sommes importantes investies en foresterie, un secteur en difficulté au pays. Elle possède notamment beaucoup d'actions de Domtar.

Le rendement sur l'avoire des actionnaires atteint 3,9 %. En 2004, la SGF avait perdu 52 M\$, et son rendement annuel était de -2,9 %.

En conférence de presse, le pdg, Pierre Shedleur, s'est dit fier et satisfait du résultat obtenu, tout en affirmant être toujours prêt à aller plus loin. « Notre objectif est d'atteindre un rendement équivalent au coût des fonds, à 4,1 % au

dessus de 4,1 %, la SGF ne coûte rien à la société québécoise. À 3,9 %, on y est presque. »

Le bénéfice serait attribuable à la bonne performance de l'ensemble des sociétés en portefeuille, ainsi qu'à la réduction des provisions pour pertes sur placement. À ce chapitre, la SGF prend une provision de 81 M\$, en baisse par rapport à la provision de 117 M\$ de 2004.

La direction n'a pas voulu nommer les sociétés visées par cette provision.

Au chapitre des résultats de participation, le bénéfice est de 26 M\$ en 2005, comparativement à une perte de 36 M\$ l'année précédente.

L'agroalimentaire dégage un profit de 9 M\$ et, surprise, le secteur forestier ajoute 5 M\$.

« Nous sommes dans les produits de spécialité comme le bois d'ingénierie et le bois d'œuvre qui bénéficient de bons prix », explique Jean-Jacques Carrier, vice-président et chef de la direction financière. L'investisse-

ment de la SGF dans Kruger Wayagamack reste déficitaire, tandis que celui dans Temrex (en partenariat avec Tembec) est positif.

La société d'État a investi seulement 78 M\$ en 2005. Elle prévoit maintenant investir entre 200 M\$ et 250 M\$ cette année. M. Shedleur espère des annonces d'ici juin. Sa société négocie des projets en foresterie, en agroalimentaire, de même qu'avec un producteur d'énergie éolienne et un manufacturier d'équipement de ce secteur.

« Investir 250 M\$, ça crée des retombées de un milliard de dollars dans l'économie québécoise. C'est beaucoup », a-t-il souligné.

> SICO PARLERA DÉSORMAIS NÉERLANDAIS

C'était hier encore l'une des plus vieilles entreprises à propriété québécoise. Plus maintenant : en acceptant l'offre de la multinationale Akzo Nobel, Sico dit vouloir prendre un

nouvel élan, mais enterre du même coup près de 70 ans d'histoire liée à l'entrepreneuriat québécois.

L'entreprise a été fondée en 1937 à Québec par deux pionniers, Marcel Deslauriers et Roméo Fillion, qui avaient réussi à réunir 1 400 \$. En l'investissant dans un broyeur acheté à Arthur Sicard, le constructeur de souffleuses, ils se lancent en affaires.

Au fil des ans, Sico est devenue le plus important manufacturier canadien de peinture, avec une panoplie de marques comme Bétonel, Château, Crown Diamond...

Sico a aussi marqué la publicité québécoise, alors que Jacques Bouchard et son équipe de BCP ont conçu le fameux slogan *Sico Sico par ci, Sico Sico par là*.

Parlera-t-on encore de *sicologues*? Si oui, il faudra trouver la traduction en néerlandais. Au moins, les nouveaux maîtres disent vouloir maintenir les activités et le siège social au Québec. ■

EN ÉVIDENCE



Génome Québec reçoit et donne

Lors du congrès *Bio 2006* de Chicago, le plus gros du genre en biotechnologies, Génome Québec a coup sur coup récolté et distribué des fonds importants pour la recherche au Québec.

L'organisme présidé par Paul L'Archevêque a d'abord reçu 50,4 M\$ du gouvernement du Québec pour soutenir la recherche en génomique. M. L'Archevêque a souligné que cet argent servirait de levier pour développer ce secteur de pointe.

D'ailleurs, dès le lendemain, on annonçait que plus de 5 M\$ étaient réinvestis avec Merck Frosst Canada, qui injecte au total 15 M\$ de son côté, pour maintenir son Centre de génétique fongique qui verra même ses activités augmenter. On travaille à y mettre au point des traitements contre des infections potentiellement graves causées par des champignons.

Cette nouvelle intervention de Génome Québec va évidemment contribuer à confirmer le leadership de Montréal dans ce domaine stratégique qu'est la R-D en santé. ■ R.V.

VIVEZ L'EXPÉRIENCE
ACURA
ÉVÈNEMENT ESSAI ROUTIER

TL AVEC CHÂÎNE SONORE
NUMÉRIQUE AMBIOPHONIQUE


ACURA

La TL vous fait entrer dans son ambiance haute résolution, pour un effet des plus surprenants. Sa dynamique étonnante et son expérience sonore enveloppante rendent la conduite de cette berline de luxe aussi envoûtante qu'excitante.

Seulement du son **Jusqu'à ce qu'il soit symphonique**

Grâce à sa véritable chaîne sonore ambiophonique numérique 5.1 à canaux multiples à bord, première au monde de la sorte, la TL fait ressortir la meilleure sonorité de vos CD ou disques audio DVD avec une clarté exceptionnelle



acura.ca

ACTUALITÉ ET ANALYSE

GROUPE LAVIGNE Pour un développement durable des compétences

Formation
Coaching
Consultation

Vente, négociation
service à la clientèle
gestion des ventes

514.286.9961 www.grouperlavigne.com

Sensibiliser les transnationales aux droits de la personne



Suzanne Dansereau

suzanne.dansereau@transcontinental.ca

Il y a 20 ans, peu d'entreprises prenaient en compte l'impact environnemental de leurs projets. Depuis, la situation a beaucoup changé. Et bientôt, le même phénomène pourrait se produire à l'égard des droits de la personne.

Les initiatives se multiplient pour que les transnationales [entreprises enregistrées dans un pays mais faisant des affaires dans un autre] évaluent mieux l'impact de leur activité sur les droits de la personne.

La question est venue sur le tapis lors d'un colloque international sur la gouvernance d'entreprise dans le secteur minier au Congo, tenu les 30 et 31 mars à Montréal par le **Groupe de recherche sur les activités minières en Afrique (GRAMA)**, et, quelques jours plus tard, à l'occasion d'un point de presse du **Regroupement pour la responsabilité sociale et l'équité (RRSE)**. Des organisations non gouvernementales et des organismes religieux ont alors demandé à plusieurs entreprises canadiennes de se doter de politiques sur les droits de la personne et de faire preuve de plus de transparence sur les effets de leurs projets à l'étranger.

Responsabiliser les transnationales

Les entreprises interpellées étaient **Bombardier**, **Alcan** et **Barrick Gold**, de même que plusieurs compagnies minières canadiennes présentes en Afrique, notamment au Congo, pays où les guerres ont fait trois millions de morts entre 1996 et 2002 et où les activités minières, en plus de contaminer l'environnement, ont souvent servi à financer des conflits.

« Les transnationales doivent prendre la responsabilité partagée avec les États dans lesquels elles exploitent les ressources naturelles, de promouvoir et de garantir le respect des droits de la personne », a dit **Patrick Martineau**, membre du GRAMA, lors du colloque sur la gouvernance.

« Nous sommes en 2006. Ce n'est plus vrai qu'on peut arriver dans un pays et faire n'importe quoi sous prétexte que c'est

loin et que personne ne le saura », a lancé le frère franciscain **Pierre Charland** lors de la rencontre du RRSE.

Des règles internationales sont mises en place

Jean-Louis Roy, président de l'organisme canadien **Droit et Démocratie**, estime que le milieu des affaires est de plus en plus sensibilisé à cette question, entre autres parce que la **Banque mondiale**, l'**Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE)** et l'**Organisation des Nations Unies (ONU)** font des pressions dans ce sens.

Deux initiatives sont en cours à l'ONU. D'une part, le Conseil des droits de l'homme a nommé un rapporteur spécial qui doit proposer d'ici 2006 des règles de conduite pour les transnationales, dans lesquelles les notions de « complicité » et de « sphère d'influence » des entreprises seraient définies. D'autre part, la juge canadienne **Louise Arbour** dirige un comité dont le mandat est de discuter de cette question avec des transnationales.

« Cela va dans le sens suivant : la promotion des droits de la personne est le fait de gouvernements. Mais le respect de ces droits est le fait des entreprises et des individus », explique M. Roy.

Une idée qui ne passe pas facilement, comme en témoigne la déclaration de **Martin Jones**, un dirigeant de la compagnie minière canadienne **Banro**, lors du colloque sur la gouvernance : « Nous sommes là pour créer des emplois. Ce n'est pas notre rôle de nous occuper de droits de la personne. »

De son côté, l'OCDE a élaboré

des principes directeurs visant à encadrer les activités des transnationales et crée des « points de contact » nationaux qui recueillent les plaintes concernant des violations de droits de la personne. Mais ces points de contact n'ont pas de réels pouvoirs coercitifs, déplore **Patrick Martineau**.

À la Banque mondiale, on demande maintenant que les garanties de prêts ne soient accordées qu'à la suite d'une étude plus approfondie de

l'impact d'un projet sur les droits de la personne.

Autre moyen de contrôle : la création en 2002 de l'**Initiative de transparence des industries extractives (EITI)**, qui oblige les entreprises minières et d'énergie à divulguer les paiements qu'elles versent à des gouvernements pour obtenir, entre autres, des droits d'exploitation. Le but est de faire échec aux financements occultes. De plus en plus d'entreprises y adhèrent

volontairement. **Barrick Gold** vient de le faire. « Le milieu des affaires ne veut pas de normes contraignantes, mais en même temps, il réalise qu'il a intérêt à renforcer la gouvernance », précise M. Roy.

Au Canada, le gouvernement fédéral doit entamer des discussions à l'issue desquelles son soutien aux activités étrangères d'entreprises deviendrait conditionnel à la production d'études d'impact sur les droits de la personne.

Droit et Démocratie est d'ailleurs en train de travailler sur un modèle d'étude d'impact, en ciblant quatre cas dans autant de pays.

L'un d'eux concerne la construction d'un ligne ferroviaire entre le Tibet et la Chine. Ce projet aurait pour effet d'augmenter l'immigration illégale de Chinois au Tibet et la répression envers les Tibétains. Deux entreprises canadiennes sont concernées : **Bombardier** et **Nortel Networks**. ■

Le Congo spolié de ses ressources naturelles

Avec les ressources naturelles dont il regorge, le Congo ne devrait pas être parmi les 20 pays les plus pauvres du monde. Pourtant, c'est le cas.

De passage à Montréal dans le cadre du colloque sur la gouvernance des entreprises

minières au Congo, l'évêque de **Kilwa**, **M^{re} Fulgence Muteba**, a invité les transnationales à s'assurer que leurs investissements étrangers servent aussi au développement économique local, et pas seulement à augmenter leurs profits.

Investir, dans le respect des droits de la personne

« Nous souhaitons ardemment la présence d'investisseurs étrangers, mais nous voulons qu'ils travaillent dans le respect des droits de la personne et dans un cadre juridique qui soit bénéfique au peuple congolais », dit cet évêque, qui a fait son doctorat en théologie à l'**Université de Montréal**.

S'appuyant sur le rapport **Lutundula** sur l'exploitation minière illégale au Congo durant les guerres de 1996 à 2003, **M^{re} Muteba** a indiqué qu'au cours de ces années, le gouvernement, en mal de liquidités, a conclu des ventes de feu à de petites compagnies minières,

dont certaines n'ont pas hésité à financer les guerres. Aujourd'hui, le pays se trouve spolié de ses ressources naturelles et sans locomotive de développement économique, a-t-il dit.

« L'État sort perdant de ces contrats. Tandis que les compagnies minières privées s'enrichissent, l'équipement des entreprises publiques est tellement vétuste qu'il en est dangereux. L'argent va à Kinshasa (la capitale), et les communautés locales n'en

voient pas la couleur », dit-il.

Les populations doivent connaître l'impact environnemental des activités minières dans leur village, poursuit-il. Par exemple, la poussière issue des travaux d'excavation dans les mines est un problème majeur. Un rapport de **SNC-Lavalin** portant sur l'impact des activités minières sur le site de la **Gécamine** évalue entre 300 M\$ et 600 M\$ le coût d'une décontamination complète des lieux. ■ S.D.



GILLES DELISSE

« Les investissements étrangers doivent aussi bénéficier à l'économie locale », dit l'évêque de **Kilwa**, **M^{re} Fulgence Muteba**.

LES PROMOTIONS ET PRODUCTIONS
Stephan Roy

COACHING TRÈS EFFICACE & SUR MESURE!

Les formations

- ✓ Communication positive: l'art de faire une présentation efficace, l'animation de réunion, parler en public.
- ✓ Cours de communication sur mesure.
- ✓ Diction et pose de voix.
- ✓ Formation d'un porte-parole.
- ✓ Relations avec les médias.

Les conférences

- ✓ La motivation par la communication!
- ✓ La communication... une VRAIE passion!

www.ecolestephanroy.com/entreprise

Nous formons partout au Québec.
Deductibles d'impôts, accrédités par Revenus Québec et Canada.

(514) 947-3475 ou (450) 242-2844

L'HÔTEL-TENDANCE DU QUARTIER
DES AFFAIRES DE QUÉBEC

EN RÉUNION

hôtel quartier

FORAITS AFFAIRES

A PARTIR DE 99\$ LA NUITÉE.

7 SALLES DE RÉUNION
INTERNET HAUTE VITESSE SANS FIL ET PLUS

HOTEL QUARTIER

Droits de la personne : comment se sortir du pétrin

Pour Anvil Mining, la transparence et la collaboration ont permis de se disculper d'une accusation de viol des droits de l'Homme

Suzanne Dansereau
suzanne.dansereau@transcontinental.ca

Plus de transparence ainsi qu'une meilleure collaboration avec les organisations non gouvernementales (ONG) et les

collectivités locales : voilà le chemin à suivre pour éviter d'être indûment associé à des violations de droits humains. Le cas d'**Anvil Mining** peut servir de modèle à ce sujet.

La société minière, dont le

siège social est en Australie, mais qui est incorporée au Canada, a été accusée de complicité par des ONG à la suite d'un massacre perpétré en 2004 par des soldats de l'armée nationale dans un village congolais.

Anvil Mining possède la mine de cuivre Dikulushi, situé près du village. En octobre 2004, une poignée de rebelles se sont emparés du village tout en assurant Anvil Mining qu'ils n'avaient pas l'intention d'at-

taquer la mine. Ils étaient peu nombreux, mais l'armée est intervenue. Après avoir réquisitionné des camions et des chauffeurs d'Anvil Mining, elle a massacré, torturé et violé des habitants. Résultat :

entre 70 et 100 morts parmi les civils non armés.

L'affaire a éclaté au grand jour sept mois plus tard, à la suite de la diffusion d'un reportage sur la chaîne de télévision publique australienne. L'ONU a fait enquête, la Banque mondiale a demandé des comptes, le gouvernement australien a déclenché une enquête criminelle, et Ottawa a interrogé les dirigeants de l'entreprise. La valeur de l'action a baissé, mais on assure que ce n'est pas lié avec les événements.

La direction a qualifié de « déplorables » et de « sans fondement » les allégations de complicité contre Anvil. « L'entreprise a agi sous la menace de l'armée », a-t-on plaidé.

Par la suite, Anvil a dû poser plusieurs gestes pour rétablir sa réputation, comme l'a expliqué aux AFFAIRES **Robert LaVallière**, vice-président des relations avec les investisseurs d'Anvil, en marge du colloque sur l'industrie minière et la gouvernance d'entreprise.

« La leçon apprise, c'est qu'il faut être le plus transparent possible et communiquer davantage », a-t-il dit.

L'entreprise a fait venir des représentants de six ONG sur le site, en août 2005, et ils ont pu discuter avec le président, qui s'était déplacé d'Australie. Elle a obtenu une pétition d'appui des chefs du village. Plus important, elle a élaboré un protocole d'action stipulant qu'à l'avenir, toute demande de l'armée devra être assortie d'une lettre explicative du gouverneur de la province et du commandant en chef de l'armée, et que toutes les informations relatives à une intervention seront rendus publiques immédiatement.

« Si nous avions fait ça en 2004, les ONG ne nous seraient pas tombées à bras raccourcis », dit M. LaVallière. Un plan de marche à suivre et des sessions de formation ont été préparés pour les employés.

Par ailleurs, Anvil Mining vient d'adhérer à l'**Initiative de transparence des industries extractives (EITI)**, qui oblige les entreprises à divulguer les paiements qu'elles versent à des gouvernements.

Anvil confiera dorénavant à deux ONG la gestion du fonds spécial [10 % des profits nets] qu'elle verse pour des projets communautaires. Ce fonds s'élèvera cette année à 1 M\$, souligne M. LaVallière. Il faut dire qu'en vertu d'un contrat conclu en 1998, Anvil bénéficie d'un congé fiscal de 10 ans, et qu'elle est propriétaire de la mine à 90 % pendant 25 ans, ce qui est jugé inéquitable par des organismes. ■



Le premier prototype.
La première banque.

ON PEUT
VOUS AIDER

Services aux entreprises

Amélioration de la productivité, développement de nouveaux marchés ou acquisition, chacun de vos projets pourrait prendre forme avec les spécialistes de la première banque des entreprises au Québec. Ceux-ci sauront vous proposer des solutions d'affaires intégrées, diversifiées et innovatrices.

www.bnc.ca/solutionspme

inc.

**BANQUE
NATIONALE**

LA PREMIÈRE BANQUE AU QUÉBEC

Les exportateurs agricoles s'impatientent

Alain Duhamel

alain.duhamel@transcontinental.ca

La stratégie multilatérale du Canada en matière de libéralisation du commerce dans le monde inquiète et exaspère les exportateurs agricoles.

Une coalition de cinq associations canadiennes vouées à la commercialisation des produits agricoles presse le gouvernement fédéral de travailler en priorité à la conclusion de traités de libre-échange bilatéraux – c'est-à-dire de pays à pays – dans des marchés clés au lieu de jouer toutes ses cartes à la table de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), où les pourparlers s'enlisent.

Les principaux pays de l'OMC doivent sceller un accord sur la libéralisation du commerce agroalimentaire mondial d'ici la fin avril s'ils veulent conclure le cycle des négociations de Doha en 2006. Les discussions de Genève au début du mois n'ont guère avancé de telle sorte que la tombée du 30 avril paraît compromise.

Un retard important

La Fédération canadienne de l'agriculture, la Commission canadienne du blé, le Conseil canadien du canola, le Conseil canadien du porc et Canada Porc International craignent que le Canada ne perde des marchés aux mains d'exportateurs concurrents favorisés par des traités de libre-échange bilatéraux. Ainsi, selon la Commission canadienne du blé, les accords bilatéraux récents

entre les États-Unis et des pays comme le Maroc, le Pérou, la Colombie et l'Équateur fragilisent les expéditions canadiennes qui ne jouissent pas des mêmes accès libres de tarifs.

« Le Canada a vraiment pris du retard, affirme Jacques Pomerleau directeur général de Canada Porc International. Il ne faut pas mettre tous ses oeufs dans le panier de l'OMC. Les négociations à l'OMC sont importantes, mais si elles n'aboutissent pas et que les autres pays ont conclu entre eux des accords bilatéraux, nous serons désavantagés. »

L'an dernier, les exportations canadiennes de produits du porc ont atteint des sommets, dépassant les 2,8 milliards de dollars, grâce aux progrès dans les marchés d'Asie, en particulier au Japon, second importateur des produits canadiens. Or, le Canada n'a pas d'accord de libre-échange avec le Japon; mais le Mexique et le Chili, deux partenaires commerciaux du Canada, en ont un et lui feront concurrence.

Dans une lettre adressée en mars à David Emerson, ministre du Commerce international, la coalition invite Ottawa à ouvrir en priorité des négociations dans les marchés clés de la Chine, du Japon, de la Communauté des Andes (Colombie, Équateur, Pérou, Bolivie et Venezuela), de l'Inde et du Maroc, et à accélérer les pourparlers avec la Corée, commencés en 2004, et les pays de l'Amérique centrale qui ont débuté en 2000.

Après avoir conclu l'Accord de libre-échange de l'Amérique du Nord (ALENA) avec le Mexique et les États-Unis en 1994, le Canada a entrepris des pourparlers dans plusieurs pays et conclu des traités commerciaux avec le Chili, Israël et le Costa Rica.

Cependant, depuis l'an 2000, ses pourparlers avec des pays d'Amérique centrale, de l'Association européenne de libre-

échange (Suisse, Norvège, Islande et Liechtenstein), de la Communauté andine, du marché commun des Caraïbes, de Singapour et de la République dominicaine, s'allongent... Or, pendant ce temps, les États-Unis, le Mexique et le Chili concluent des accords commerciaux avec ces pays et établissent des têtes de pont en Europe, en Asie et en Afrique. ■



Conseil d'administration 2006-2007

L'APFF est heureuse de vous présenter son nouveau conseil d'administration à la suite de l'assemblée annuelle du 30 mars 2006

L'Association de planification fiscale et financière (apff) est un organisme à but non lucratif, indépendant et non gouvernemental dédié à l'avancement des connaissances et à l'amélioration des compétences de ses membres en matière de fiscalité, de finance et de gestion patrimoniale.

L'Association réunit des professionnels de disciplines diverses issus de tous les secteurs d'activités de l'économie. Ils partagent ce souci constant d'actualiser leur pratique au rythme de l'évolution des lois, de la jurisprudence et de la doctrine, du développement de la recherche théorique et appliquée.

L'apff se reconnaît la responsabilité morale de soumettre à l'attention des gouvernements fédéral et provincial tout avis susceptible de bonifier la législation fiscale et toute autre législation liée à notre mission dans l'intérêt supérieur de la communauté et au-delà de toute partisanerie.

Présidente du conseil d'administration

Mme DANIELLE MILETTE, M. Fisc.
Verrier Paquin Hébert, CA, SENCRL

Président-directeur général

M. DANIEL BOURGEOIS
BAA, M. Fisc., avocat
APFF

Président sortant du CA

M. DANIEL GOSSELIN, associé
Raymond Chabot Grant Thornton,
s.e.n.c.r.l.

Vice-président

M. JEAN GROLEAU, avocat
Fraser Milner Casgrain s.r.l.

Trésorière

Mme RENÉE GALLANT, CA, M. Fisc.
Gallant Dupuis Tremblay Sauvageau,
s.e.n.c.r.l.

Secrétaire

M. HÉLÈNE MARQUIS
avocate, D. Fisc., Pl. Fin., TEP
Financière Sun Life

M. GAÉTAN BISSON, CA, M. Fisc.
Samson Bélaïr/Deloitte & Touche
s.e.n.c.r.l.

M. CLAUDE DESAULNIERS, avocat
McCarthy Tétrault S.E.N.C.R.L., s.r.l.

M. CARL DESLONGCHAMPS, D. Fisc.
KPMG s.r.l. / s.e.n.c.r.l.

M. GUY DUHAIME, AVC, Pl. Fin.
Groupe Financier Multi Courtage Inc.

M. MAURICE FRÉCHETTE, CGA
Power Corporation du Canada

Mme ANNE-MARIE GIRARD-PLOUFFE
Adm.A., Pl. Fin., AVA, GPC, FICVM
Option Fortune inc.

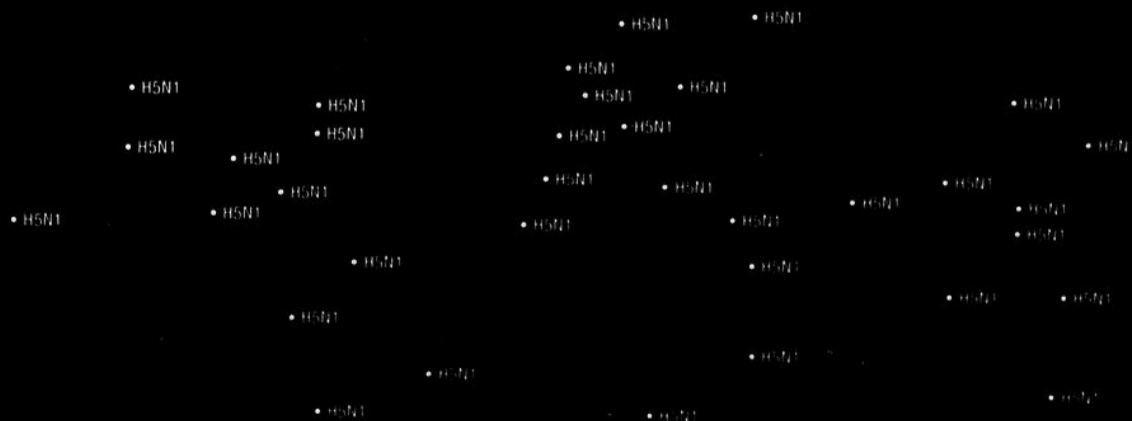
M. ALAIN MÉNARD, avocat, BA, MBA
Cain Lamarre Casgrain Wells s.e.n.c.

M. RENÉ ROY, avocat, CA
Fasken Martineau DuMoulin s.r.l.



Association de planification
fiscale et financière
www.apff.org

LA QUESTION N'EST DÉSORMAIS PLUS DE SAVOIR
SI UNE PANDÉMIE DE GRIPPE AVIAIRE EST POSSIBLE,
MAIS BIEN QUAND ELLE SE PRODUIRA.



LA GRIPPE AVIAIRE : TOUT SAVOIR POUR MIEUX PREVOIR...

Jeudi 11 mai 2006

Hyatt Regency Montreal

1255, rue Jeanne Mance, Montreal

Inscription en ligne www.orhri.org/grippeaviaire



NATIONAL

LES AFFAIRES

NOTRE SPÉCIALITÉ
VOUS AIDER À VOUS
DISTINGUER

ibm.com/innovation/ca/fr



Qu'est-ce * qui vous
distinguez?

RENDEZ-VOUS

Andrée Corriveau aime faire bouger les choses

L'ancienne attachée de presse de Bernard Landry promouvoit activement l'embauche de femmes dans les postes de direction

Suzanne Dansereau
suzanne.dansereau@transcontinental.ca

Si **Michel Audet**, ministre des Finances du Québec, se

cherche des femmes compétentes pour siéger aux conseils d'administration de sociétés d'État québécoises, il n'a qu'à demander à **Andrée**

Corriveau, présidente fondatrice de l'**Association des femmes en finance du Québec**. Elle en a au moins une centaine à lui suggérer. Mieux : il peut

feuilleter *Femmes de tête*, un répertoire canadien auquel M^{me} Corriveau a contribué en y ajoutant le nom de plus de 100 femmes d'affaires québécoises.

LA VIE SELON...



GILLES DELUÏE

- > **LE PLAISIR, C'EST** : monter Lolita, sa jument. Rouler en Alfa-Roméo Spider 87. Jouer au billard.
- > **ENFANT, ELLE RÉVAIT D'ÊTRE** : pilote de course.
- > **SA PHILOSOPHIE DE GESTION** : rigueur et bonne humeur.
- > **UN TRAIT** : « Je suis rebelle, bohème, je déteste les carcans, mais je me donne à fond dans tout ce que je fais. »

VOTRE ESPACE
innovation

Lorsque les grands espaces font naître les grandes idées...

Un véritable retour aux sources...

- 57 chambres ainsi que 28 chalets et condos;
- 7 salles de réunion pouvant accueillir de 8 à 240 personnes;
- Une salle à manger d'une capacité de 180 convives, offrant une magnifique vue sur le lac;
- Un Centre Aquatique avec piscine semi-olympique, sauna, bain tourbillon, bain finlandais et salle de conditionnement physique;
- Un centre pour pratiquer des activités toutes saisons;
- Des services de massothérapie.

Lac-à-l'Eau-Claire
ST-ALEXIS-DES-MONTS

1 877 265-3185 www.lacaleauclaire.com

coises. Avant qu'elle ne s'en mêle, ce répertoire n'était qu'en anglais et ne contenait aucun contact québécois.

Andrée Corriveau fait bouger les choses. Partout où elle passe, elle en fait plus que ce qui lui est demandé.

À titre d'attachée de presse de **Bernard Landry**, alors ministre des Finances, elle a si bien fouillé ses dossiers que celui-ci n'a pas hésité à la nommer à la tête du **Centre financier international (CFI)**, où elle est demeurée jusqu'en 2005.

Et elle ne s'est pas contentée de remplir sa mission, qui consistait à attirer des filiales financières d'entreprises étrangères à Montréal – ce qu'elle a réussi avec brio d'ailleurs, attirant quelque 75 entreprises : elle a aussi organisé deux conférences internationales, en plus de créer le chapitre québécois de la **Financial Women's Association** de New York, soit l'Association des femmes en finance du Québec, qui tenait la semaine dernière son premier gala annuel.

« Andrée a toujours des idées de génie, auxquelles personne n'a pensé. Et ça marche ! », dit son amie de longue date, **Catherine Esconjido**.

Christiane Bergevin, présidente de **SNC-Lavalin Capital**, relate sa rencontre avec Andrée Corriveau : « On nous a présentées. Ça a cliqué, et en l'espace de cinq minutes, nous décidions d'organiser une conférence internationale sur le financement d'infrastructures. En sept semaines, la conférence était sur pied et on avait recruté le président du **Fonds**

monétaire international comme conférencier. »

M^{me} Bergevin croyait que son amie n'aurait que 60 membres en créant l'Association des femmes en finance du Québec. L'Association en compte maintenant plus de 200.

« Le mur en avant de moi, je ne le vois pas ! explique Andrée Corriveau lors de notre rencontre. Étant une artiste dans l'âme, je suis habituée de trouver des solutions créatrices, alors je n'ai pas d'a priori. »

M^{me} Corriveau est maintenant le pivot autour duquel se sont réunies plusieurs organisations de femmes d'affaires canadiennes. « Je m'y connais peu en finance, mais je suis une rassembleuse », souligne celle qui a étudié en communications.

« Sa grande intelligence lui a permis d'apprendre rapidement et de jouer un rôle important avec beaucoup de succès et de crédibilité », dit Bernard Landry.

L'apport accru des femmes dans l'administration des sociétés réjouit Andrée Corriveau. « Les femmes ont un souci du détail plus prononcé, qui les amène parfois à poser des questions pointues et à avoir des considérations différentes, comme la responsabilité sociale, » dit-elle.

Aujourd'hui, elle repart à zéro. Après la fin de son mandat au CFI, elle a créé **Extensio**, une entreprise de démarchage en financement international.

Celle qui a sillonné la planète pour attirer des financiers à Montréal s'est monté un impressionnant carnet d'adresses. Michel Audet pourrait aussi aller la voir à ce sujet. ■

Deloitte.

Palmarès Technology Fast 50

Posez votre candidature Soyez du nombre !

www.fast50.ca

Deloitte.

Samson Bélaïr/Deloitte & Touche

Nous remercions nos partenaires :

CATAAlliance

GOWLINGS

GROWTHWORKS

LES AFFAIRES
www.lesaffaires.com

Ottawa surveillera de près les rapports avec ses fournisseurs

Alain Duhamel

alain.duhamel@transcontinental.ca

Pièce maîtresse du programme législatif du gouvernement Harper, la *Loi fédérale sur l'imputabilité* ratisse très large dans le politique, l'administratif et jusque dans les rapports d'affaires entre l'État et ses fournisseurs.

En effet, le nouveau gouvernement du Canada se propose d'instituer une vigie des marchés publics, avec la création de la fonction de vérificateur de l'approvisionnement.

Sa mission consistera à revoir les pratiques d'adjudication, à examiner les plaintes des fournisseurs au sujet des processus de proposition et d'administration des marchés publics, d'administrer un programme non judiciaire de résolution des litiges et de recommander au gouvernement des mesures d'efficacité et de transparence des affaires.

Il s'agit du dispositif clé de la politique des marchés publics du nouveau gouvernement, qui comportera aussi l'adoption d'un code de conduite destiné aux fonctionnaires et aux fournisseurs, et l'inscription dans les contrats de dispositions relatives à l'intégrité.

Un dispositif nécessaire

« Même si le scandale des commandites n'avait pas eu lieu, il y aurait eu lieu de formuler une telle proposition », affirme **Michael Fortier**, sénateur et ministre des Travaux publics et services gouvernementaux, dans une entrevue aux AFFAIRES.

Travaux publics conclut chaque année plus de 400 000 contrats de toute nature dont la valeur dépasse les 13 milliards de dollars (G\$).

« Il est bon d'avoir une personne connaissant bien l'ap-

provisionnement, dont le rôle principal sera de garantir l'efficacité et la transparence des méthodes ».

« C'est peut-être un cliché que de le dire, ajoute le ministre, mais il est difficile d'exiger des fonctionnaires du ministère, qui agit à titre de

client de milliers d'entreprises, d'être en même temps ceux qui s'emploient en tout temps à faciliter la vie de leurs fournisseurs. »

Le vérificateur des marchés publics doit œuvrer en toute indépendance, faire ses recommandations au ministre et,

chaque année, rendre compte de ses activités au Parlement.

La nouvelle politique du gouvernement conservateur ne modifie pas la mise en œuvre, à peine amorcée, de la réforme que le gouvernement libéral avait lancée l'an dernier.

Cette réforme a pour but de

consolider son pouvoir d'achat et de moderniser ses façons de faire, de manière à économiser environ 2,5 G\$ dans les achats et l'approvisionnement d'ici 2010.

L'un des dispositifs de la réforme libérale consistait à instituer le **Bureau des PME**

afin d'aider les entreprises de plus petite taille à s'y retrouver dans le dédale des marchés fédéraux. « Non seulement nous maintenons cette idée, mais nous allons la réaliser. Il y aura des appels d'offres à portée régionale », assure M. Fortier. ■

La Montérégie

Pour vos événements
à l'extérieur



Les secteurs de la Montérégie



Kolegram se démarque

Kolegram, de Gatineau, a décroché cinq prix lors du *International Design Awards 2006*, concours annuel organisé par le magazine américain *How*. Cela en fait l'entreprise canadienne en communication et design s'étant le plus distinguée et la troisième parmi les quelque 275 concepteurs de toute provenance. L'édition d'avril du magazine lui est consacrée.

Parmi les autres entreprises québécoises, **Amen Epoxy**, de Montréal, a remporté trois prix. Les montréalaises **Agence Code** et **Nolin Branding & Design** ont également chacune reçu un prix. ■ M.J.

Montérégie



Proximité • Accessibilité • Diversité

ÉDITORIAL

Des partenariats « à la québécoise » pour les méga-hôpitaux



Jean-Paul Gagné
jean-paul.gagne@transcontinental.ca
Éditeur

Le Québec sera une société distincte, même dans les partenariats public-privé (PPP).

En annonçant la construction des deux méga-hôpitaux de Montréal, les ministres **Philippe Couillard** et **Monique Jérôme-Forget** ont précisé que si Québec recourt à cette formule, il s'agira de « PPP à la québécoise ».

La coterie d'opposants systématiques à tout ce qui est privé demeurera sur ses positions, mais les deux ministres en ont décontenancé plusieurs en précisant que « seule la coquille » des futurs hôpitaux serait réalisée en PPP.

Autrement dit, l'entretien ménager et la buanderie demeureraient sous le contrôle de la direction de l'hôpital. Certains ont compris que ces services seraient assumés par des salariés syndiqués de l'hôpital, ce qui a rassuré les syndicats, qui craignent que les PPP ouvrent la porte à la sous-traitance (autre mot honni) et leur fassent perdre des cotisations. Mais pourquoi ces services ne seraient-ils pas sous-

traités si cela coûtait moins cher aux contribuables ? Évidemment, ce débat a déjà eu lieu et, évidemment, le gouvernement a reculé. Société distincte oblige !

En réalité, il n'est même pas certain qu'on les aura, ces PPP. Le gouvernement commencera par faire préparer un plan d'affaires, qui comparera les avantages et les inconvénients des PPP et de la construction conventionnelle. Ce n'est qu'au terme de ces analyses que sera prise la décision définitive. Le processus sera transparent, ce qui permettra un débat serré sur le rôle du privé dans les infrastructures de type public au Québec. Il est certain que les partisans du « tout à l'État » ne rendront pas les armes facilement, car plusieurs autres PPP se pointent à l'horizon.

Il y a néanmoins une forte probabilité que les bâtiments qui abriteront le Centre hospitalier de l'Université de Montréal et le Centre universitaire de santé McGill, soient construits selon la formule des PPP. Ceux-ci doivent respectivement coûter 1,52 G\$ et 1,58 G\$. Les seuls coûts de construction sont par ailleurs estimés à 884 M\$ et à 955 M\$ respectivement, y compris un coussin pour les dépassements de coûts. Or, ces estimations sont susceptibles d'évoluer, car il s'agit de projets complexes, pour lesquels

tant le ministère de la Santé, le Conseil du trésor et l'Agence des PPP que les ingénieurs-conseils, les partenaires privés et les bailleurs de fonds devront aiguïser leurs crayons. Plusieurs seront en terrain inconnu, et personne ne voudra se tromper.

L'intervention du privé est en principe un gage d'efficacité, comparativement à l'inefficacité des gouvernements dans la gestion de projets de construction, telle qu'on l'a constatée pour le prolongement du métro à Laval, dont les travaux ont été réalisés en parallèle avec l'ajustement des plans et devis en cours d'exécution, et pour la réfection de l'hôpital de Saint-Hyacinthe, qui coûtera aussi cher que la construction d'un bâtiment neuf.

La construction en PPP des bâtiments des deux grands hôpitaux de Montréal représentera un immense défi pour deux raisons principales : notre manque d'expérience dans les PPP, ce qui veut dire que les écueils ne manqueront pas, et la taille considérable des projets, qui rendra plus critique leur réalisation.

Les PPP sont utilisés partout (200 projets d'ici 2010 en Angleterre, qui s'ajoutent à 500 déjà en place; 66 projets prévus en cinq ans en Ontario), ce qui donne de la crédibilité à la formule. Toutefois, selon un rapport de mission de diri-

geants d'hôpitaux québécois qui sont allés en Angleterre, les PPP sont plus risqués pour les grands hôpitaux que pour les petits. Or, nous commencerons notre aventure dans les PPP avec des projets d'envergure, qui requerront une forte optimisation en raison de leur complexité sur le plan des technologies et des équipements médicaux qui seront utilisés.

Les entreprises qui les financeront, les construiront, les géreront et préserveront leur valeur ne manqueront pas d'évaluer les risques et les coûts de leur association de 30 ans ainsi que l'impact de ceux-ci sur le rendement prévu. Plus ces risques leur apparaîtront élevés, plus les partenaires chercheront à se protéger, ce qui pourrait se répercuter sur les coûts.

L'ampleur de ces projets nécessitera la participation, au sein des consortiums qui s'intéresseront à ces projets, de firmes internationales ayant l'expérience et la crédibilité nécessaires pour intéresser de grands groupes financiers, tout en favorisant un transfert de connaissances au profit de nos entreprises.

La gestion de ces PPP sera un défi de taille, qui ne sera relevé avec succès que si elle est faite sans compromis sur les plans économique, de l'éthique et de l'efficacité. ■

POINT DE VUE

Déréglementer le houblon



Valentin Petkantchin
lesaffaires.redaction@transcontinental.ca
Directeur de la recherche à l'Institut économique de Montréal.

Les amateurs de bière ont droit tous les ans à un véritable poisson d'avril. Cette année ne fait pas exception : depuis le 1^{er} avril dernier, les Québécois doivent payer leur boisson favorite 2,2 % plus cher.

Avec une charge de 51 % de taxes dans le prix au détail de la bière – comparativement à 19 % aux États-Unis –, les consommateurs canadiens sont déjà parmi les plus taxés du monde. Au Québec, le gouvernement prend dans nos poches plus de 500 M\$ chaque année uniquement en taxes sur la consommation de bière.

Comme si cela ne suffisait pas, il impose aussi un contrôle sur son prix. Pour inciter la population à boire de façon responsable, la Régie des alcools, des courses et des jeux fixe des prix planchers, qu'elle augmente régulièrement au fil des ans. Ainsi, les épiceries ne peuvent pas nous proposer de prix plus alléchants que ceux fixés par la Régie.

Cette volonté d'assurer une consommation responsable en augmentant artificiellement les prix est évidemment absurde. Comment peut-on prétendre que nous étions responsables en payant 10,72 \$ (avant TPS et TVQ) pour une caisse de 12 bouteilles le 31 mars dernier, puis d'un coup, le 1^{er} avril au matin, nous serions devenus irresponsables et devrions payer davantage (10,95\$) pour la même caisse ?

Bien que le prix plancher ne soit d'aucune utilité pour rendre la consommation plus responsable, il est devenu un point de discorde

important entre les détaillants. Les dépanneurs et les détaillants indépendants y voient notamment un moyen de neutraliser la concurrence provenant des grandes surfaces.

Estimant le prix trop bas, ils demandent au gouvernement de l'augmenter davantage, même si cela nous obligerait à payer la bière encore plus cher. Ils disent être contraints de vendre à perte, ce qui ne serait pas le cas des grands détaillants. Bien que ces derniers ne réalisent pas toujours de profit, ils ont plus de marge de manœuvre grâce notamment aux volumes plus importants de bière vendue et aux ristournes accordées par les brasseurs.

Or, d'une part, aucune loi n'empêche d'augmenter ses prix pour ne pas vendre à perte, et les petits détaillants peuvent le faire sans demander l'aide du gouvernement. D'autre part, plus votre volume de vente est important, moins il est coûteux pour les fournisseurs d'écouler leurs produits. Donc, rien d'étonnant que ceux-ci soient prêts à accorder des rabais plus élevés dans ce cas. Logiquement, les grands détaillants seront toujours plus susceptibles d'offrir des prix intéressants, et le gouvernement ne devrait pas empêcher les consommateurs de profiter de leurs économies d'échelle.

Cela signifie-t-il pour autant la fin de la vente de bière chez le dépanneur du coin ? Absolument pas. Nous y avons tous acheté de la bière un jour ou l'autre. Aller au dépanneur du coin nous fait économiser du temps. Nous sommes donc prêts à payer un prix plus élevé pour y acheter de la bière.

Il y a indéniablement un créneau pour ce type de commerce parallèlement aux supermarchés. En Europe, les dépanneurs vendent souvent la bière bien plus cher que les grandes surfaces.

Pour toutes ces raisons Québec devrait déréglementer la vente de bière et laisser le marché fixer librement son prix. ■

Ainsi, la Société Saint-Jean Baptiste s'oppose à l'ouverture des commerces le jour de la Saint-Jean, lors du weekend du Grand-Prix de F1...



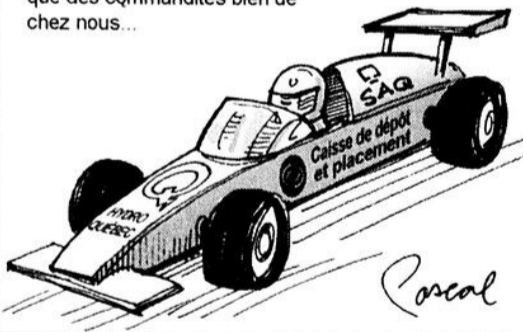
Quelques solutions pour allier l'économie à la fierté nationale: 1) vendre des produits du terroir...



2) Demander aux boutiques de souvenirs d'offrir de la marchandise à saveur historique...



3) S'assurer que les bolides n'arbovent que des commandites bien de chez nous...



4) Et, surtout, que le champagne du vainqueur soit remplacé par notre cidre !



ON AIME

Dans la réforme de la gouvernance des sociétés d'État qu'il vient de proposer, Québec entend rémunérer les membres de leurs c.a. et porter à 50 % la proportion de femmes dans ces conseils d'ici cinq ans. On peut prévoir que d'autres provinces et le fédéral lui emboîtera le pas. Un projet de loi privé a été présenté au Sénat l'an dernier, mais il est mort-né. La sénatrice Céline Hervieux-Payette nous a dit qu'elle reviendra à la charge.

ON N'AIME PAS

L'opposition de la Société St-Jean-Baptiste à l'ouverture des commerces du centre-ville de Montréal le samedi 24 juin, jour de la Fête nationale, est insensée. À cette date, des milliers de touristes déferleront sur Montréal pour le Grand Prix de Formule Un, qui aura lieu le 25. Cette prise de position, qui témoigne de l'indifférence de la SSJB devant les revenus que perdrait alors Montréal, montre une nouvelle fois le radicalisme de certains séparatistes.

POINT DE VUE

Coup de départ de la course à la chefferie du Parti libéral



Randy Boissonnault
lesaffaires.redaction@transcontinental.ca

Président de Kennex Venture Catalysts et de la
Chambre économique de l'Alberta

Le premier grand événement de la campagne pour la chefferie du Parti libéral du Canada a eu lieu samedi dernier à Edmonton, lors du congrès annuel de l'aile provinciale du parti. Lors de ce rassemblement, 16 candidats se sont présentés devant un auditoire de 450 personnes.

Un démarrage plutôt calme, notamment à cause de la forme de la rencontre, puisque les candidats étaient assis côte à côte sur la scène et n'avaient chacun que trois minutes pour exprimer leur vision. Toutefois, les partisans libéraux sont sortis enthousiastes de la rencontre, plusieurs affirmant que cela augurait bien pour le parti.

Bob Rae, l'ex-premier ministre de l'Ontario, a été le premier candidat à ne pas utiliser le podium situé à l'extrême gauche de la tribune en expliquant qu'il était « beaucoup plus à l'aise au centre ». Il a indiqué que le Parti libéral doit être un parti d'occasions partagées. De plus, il a été le premier à montrer un esprit de collaboration en affirmant qu'il ne ferait aucun commentaire négatif à l'égard des autres candidats pendant la course à la chefferie.

En présentant ses idées sur les liens entre les

aspects économiques, sociaux, et environnementaux de la société, **Stéphane Dion**, détendu, a critiqué le gouvernement de **Stephen Harper** pour sa vision trop étroite du pays, axée sur cinq priorités qui étaient utiles pour gagner une élection, mais qui ne permettent pas de gouverner un pays aussi complexe que le Canada.

Plusieurs délégués ont remarqué que, son tour venu, **Michael Ignatieff** a été le seul candidat à ne se pas lever pour s'adresser à l'auditoire. Il s'est prononcé sur un internationalisme libéral et sur l'importance d'élire des libéraux en Alberta, et de rebâtir le parti au Québec. Parmi tous les candidats, M. Ignatieff est encore le seul à disposer d'une véritable équipe, composée d'une bonne demi-douzaine de personnes qui travaillent pour lui à temps plein et qui l'accompagnent partout au Canada.

Gerrard Kennedy, l'ancien ministre ontarien

de l'Éducation, a très bien résumé le sentiment des partisans du Parti libéral en Alberta, eux qui n'ont aucun député élu présentement, en déclarant : « Si vous êtes un libéral en Alberta, vous êtes un vrai libéral. » Son message principal vise les moyens de mettre en œuvre les valeurs de justice sociale du parti.

Si l'on se fie aux applaudissements qu'il a reçus, **Scott Brison** a fait un discours apprécié et compte déjà un solide appui en Alberta.

Pour sa part, **Carolyn Bennett** a livré un vibrant discours dans lequel elle a fait valoir l'importance de s'assurer que le parti soit dirigé par des gens de sa base et non par une petite « clique ». Elle affirme qu'il faut bouleverser le Parti libéral, car « il y a beaucoup moins d'oxygène au sommet d'un organisme qu'à sa base ».

La prochaine étape du Parti libéral dans sa campagne pour la chefferie sera de trouver une

façon équitable d'organiser un débat plus en profondeur entre les candidats. ■

D'autres commentaires...

> RÉFLEXIONS SUR L'ÉOLIEN

Rita Dionne-Marsolais, porte-parole officielle de l'opposition sur l'énergie, réagit à notre éditorial sur les mythes concernant l'étatisation de l'énergie éolienne : « Ces mythes sont sans doute des deux côtés de la question. (...) Le PQ parle de maîtrise d'œuvre de l'énergie éolienne. Il y a une différence avec l'étatisation », affirme-t-elle.

> LES PRODUCTEURS ACÉRIQUES RÉAGISSENT

Le directeur général adjoint de la Fédération des producteurs acéricoles du Québec, **Marc-André Côté**, se dit « consterné » par notre éditorial portant sur la gestion de la production du sirop d'érable. Il affirme, entre autres, que le contenu des barils de sirop que les téléspectateurs ont vu à l'émission *La Semaine verte* n'avait pas fermenté à cause d'un entreposage trop long.

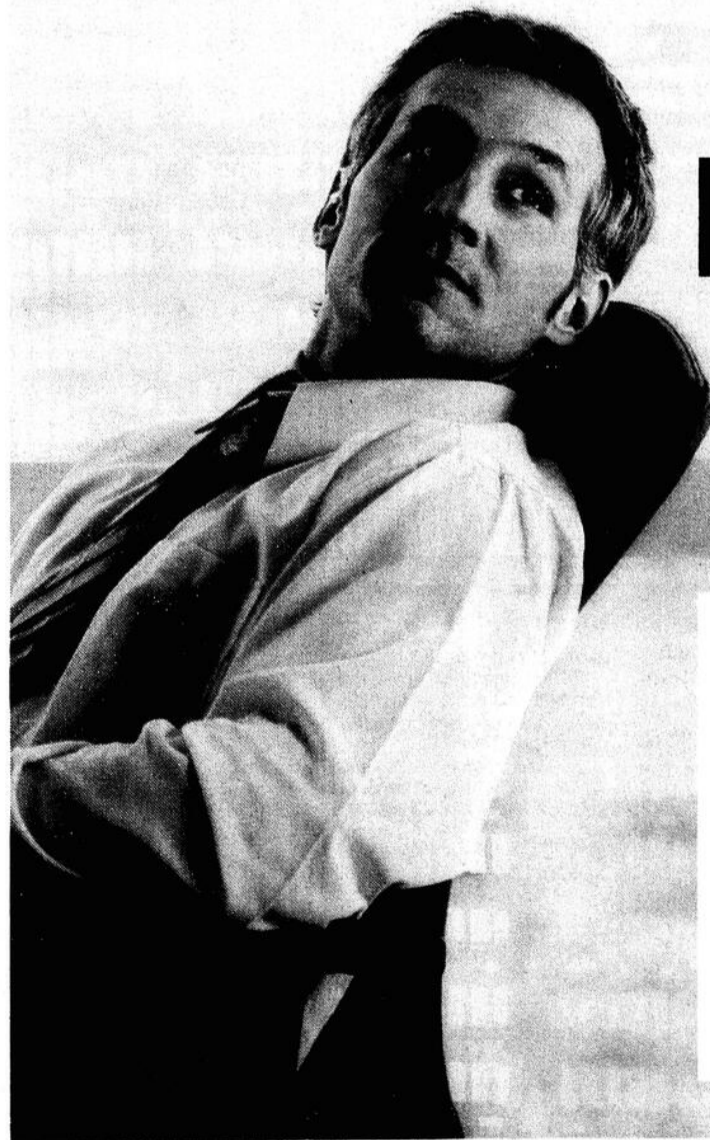
Ces lettres peuvent être lues dans leur intégralité sur lesaffaires.com/pointdevue. Vous pouvez aussi nous faire parvenir votre opinion en nous écrivant à l'adresse pointdevue@transcontinental.ca.

CITATION DE LA SEMAINE

« Il faut du courage pour être libre, car un homme libre est nécessairement responsable de ses actes et, surtout, de ses échecs. Peut-être certains préfèrent-ils un socialisme qui les déresponsabilise et qui transfère à l'État le soin de veiller à leur bien-être et l'obligation de subvenir à leur besoin. La solidarité sociale n'est qu'un écran qui permet aux individus de n'être jamais confrontés à la véritable cause de leur médiocrité, même si cela implique qu'ils doivent défendre de fausses valeurs, faire des compromis idéologiques et appuyer des démagogues irrationnels et parfois malhonnêtes. »

—Nathalie Elgrably, *La face cachée des politiques publiques*, Les Éditions Logiques, 2006.

SERVICES DE PAIE ET DE RESSOURCES HUMAINES



Desjardins & Cie

C'est tout Desjardins qui appuie les entreprises.

Ceci
n'est pas
un air
distract

C'est un service de paie qui vous permet enfin de vous concentrer sur les vraies affaires.

La gestion de la paie est une tâche complexe et prenante qui requiert des connaissances toujours à jour. C'est pourquoi Desjardins offre des solutions simples, efficaces, rentables et adaptées aux besoins de chaque entreprise afin que vous puissiez mettre vos énergies là où c'est vraiment payant.

Services de paie et de ressources humaines par logiciel PC, par Internet et par téléphone.

Communiquez avec votre Centre financier
aux entreprises, visitez le desjardins.com/paie
ou faites le 1 888 311-1616

 **Desjardins**

Conjuguer avoirs et êtres

Hausse marquée des importations en provenance de pays autres que les É.-U.



Raymond Théorêt

lesaffaires.redaction@transcontinental.ca

Ph.D., professeur titulaire de finance, ESG UQAM

Selon des données récentes de Statistique Canada, les importations canadiennes en provenance de pays autres que les États-Unis progressent de plus en plus rapidement. Ainsi, les importations émanant de « tous les autres pays », ce qui comprend notamment la Chine, l'Inde et le Brésil, se sont accrues de plus de 25 % de janvier 2005 à janvier 2006. Leur vitesse de croisière fut également de l'ordre de 20 % en 2004.

Il semble donc se dessiner un problème de concurrence au chapitre du commerce entre le Canada et ces pays, puisque les exportations qui y sont dirigées n'ont crû que d'un maigre 2,6 % de janvier 2005 à janvier 2006. Le déficit commercial du Canada avec ces pays, soit la différence entre nos exportations et nos importations de marchandises, s'est même creusé de 17 à 25 milliards de dollars (G\$) de 2004 à 2005.

L'ENJEU

Le déficit commercial avec les pays autres que les États-Unis se détériore, ce qui semble dénoter un problème de concurrence du Canada. Dans le secteur toujours important de l'énergie, les exportations canadiennes ont chuté en janvier. Pendant ce temps, les importations canadiennes font preuve d'une vigueur soutenue.

Heureusement que l'excédent commercial avec les États-Unis compense ces mauvais résultats. De janvier à décembre 2005, il s'est établi à quelque 110 G\$, en hausse en regard de son niveau de 2004, qui était de près de 100 G\$. Et pour le seul mois de janvier 2006, l'excédent a atteint 10,7 G\$.

Forte incidence de l'énergie sur les exportations canadiennes

Le secteur canadien de l'énergie a enregistré une baisse de ses exportations en janvier 2006, alors que celles-ci avaient augmenté tout au long de 2005. Ce repli est surtout attribuable à une diminution du prix de l'énergie observée au cours de ce mois, bien que l'on ait également noté des baisses au chapitre des volumes.

Selon Statistique Canada, les exportations de pétrole brut ont fléchi au rythme de 6 % en janvier, tandis que

les producteurs des autres produits énergétiques ont vu leurs exportations reculer de 9,8 %, notamment en raison de l'essoufflement de la demande étrangère de charbon. Cette baisse du côté des exportations de produits énergétiques a entraîné dans son mouvement l'ensemble des exportations canadiennes, qui se sont repliées de 3,3 % en janvier dernier.

Si l'on fait abstraction des produits énergétiques, les exportations du Canada sont demeurées inchangées en janvier.

La vigueur de la construction résidentielle de l'autre côté de la frontière a une incidence favorable sur nos exportations. Ainsi, le secteur du bois d'œuvre, qui a beaucoup souffert des barrières commerciales élevées par les États-Unis, a vu ses exportations s'accroître de 6,3 % en janvier, ce qui constituait la cinquième hausse consécutive. Il est à espérer que la convales-

cence de ce secteur se poursuivra sans entraves.

Les importations canadiennes à un sommet

En janvier 2006, les importations canadiennes se sont maintenues au niveau record qu'elles ont atteint en décembre 2005.

Cette fermeté prend acte de la vigueur de l'économie canadienne, car la croissance économique en général a un effet important sur la progression des importations.

À l'instar des exportations, les importations de produits énergétiques ont diminué de 12,1 % en janvier. De janvier 2005 à janvier 2006, les importations canadiennes d'énergie ont évolué au taux de 8,1 %, ce qui est de loin inférieur au taux enregistré durant la même période du côté des exportations, à hauteur de 43,5 %.

L'excédent commercial du côté des produits énergétiques s'est chiffré à 5,1 G\$ en janvier, ce qui place ce secteur au premier rang quant aux surplus commerciaux. Pour l'ensemble de l'année 2005, l'excédent de ce secteur, qui fut de l'ordre de 54 G\$, a représenté près de la moitié de l'excédent commercial total du Canada observé au cours de l'an dernier. Cela prend acte de la prépondérance de ce secteur dans le commerce extérieur canadien.

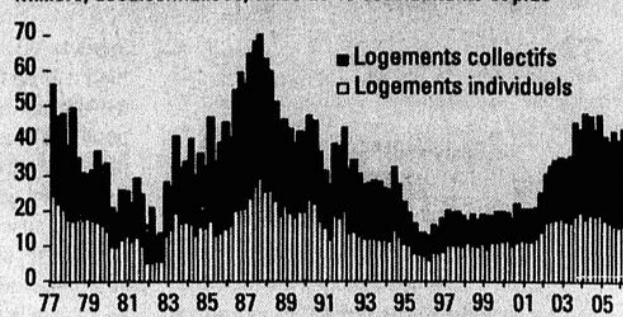
On remarque par ailleurs une certaine activité en janvier au chapitre des importations des produits de l'automobile, qui ont crû au taux de 1,3 % au cours de ce mois. Les importations de voitures particulières se sont nettement démarquées avec un taux de croissance de 14,7 %. Il faut mentionner cependant que qu'elles diminuaient depuis septembre.

Les importations de biens catalogués sous la rubrique « autres biens de consommation » ne cessent de s'amplifier. Ces biens proviennent principalement de pays en voie de développement comme la Chine, le Brésil et l'Inde. Cette rubrique a accusé un déficit astronomique de 32 G\$ en 2005, et semble tourner davantage au rouge depuis le début de 2006. Cela ne laisse pas d'inquiéter. ■

SOUS LE MICROSCOPE

BANQUE NATIONALE

Milliers, désaisonnalisés, villes de 10 000 habitants et plus



Québec : construction excédentaire de logements ?

Au premier trimestre de 2006, 43 700 logements ont été mis en chantier à rythme annuel au Québec, soit le plus fort total des cinq derniers trimestres. Toutefois, durant cette période, les mises en chantier de maisons individuelles ont reculé quelque peu. Toute la croissance est venue des logements collectifs, dominés par les condos et les résidences pour personnes âgées. Devant la hausse des logements collectifs neufs mais inoccupés depuis un an dans la région montréalaise, il faut surveiller si les mises en chantier de logements excèdent l'absorption de logements neufs. ■

SOURCE : SCHL

INDICATEURS ÉCONOMIQUES

	Croissance mensuelle en %		Var. sur 12 mois en %	
	Mois de réf.	Dernier mois		
ÉTATS-UNIS				
Ventes au détail	fév.	-1,3	2,9	6,7
Commandes de biens durables	janv.	-4,5	1,6	6,9
Commandes en carnet	janv.	-0,7	2,6	16,1
Mises en chantier	fév.	2 120	2 303	2 228
Production industrielle	fév.	0,7	-0,3	3,3
Balance commerciale (M\$)	janv.	-69	-65	-58
Prix à la consommation	fév.	0,1	0,7	3,6
Prix à la production	fév.	-1,4	0,3	3,8
Taux de chômage désaisonnalisé (%)	fév.	4,8	4,7	5,4
Revenu personnel	fév.	0,3	0,7	5,6
Indicateur avancé US	fév.	-0,2	0,5	2,0
CANADA				
Indicateur avancé (Stat. Canada)	fév.	0,2	0,3	4,6
DEMANDE INTÉRIEURE				
1. Ventes au détail	janv.	1,4	0,6	6,9
Ventes de voitures (000)	janv.	1,4	-0,7	5,5
2. Livraisons manufacturières	janv.	-0,7	1,8	0,7
Nouvelles commandes	janv.	0,0	1,6	-2,3
dont : biens durables	janv.	0,6	0,8	-7,1
3. Stocks manufacturiers (M\$)	janv.	0,3	-0,1	3,5
Ratio stocks/expéditions	janv.	1,28	1,27	1,24
4. Mises en chantier (000)	fév.	240,9	248,1	217,3
PRODUCTION				
Produit intérieur réel	janv.	0,2	0,4	3,3
dont : production manufacturière	janv.	0,1	1,0	1,3
Construction	janv.	0,6	0,6	6,5
Services	janv.	0,5	0,3	3,9
SECTEUR EXTÉRIEUR				
Exportations de marchandises	janv.	-3,3	3,9	11,8
Importations de marchandises	janv.	0,0	2,3	6,1
Balance commerciale (M\$)	janv.	6 348,8	7 689,3	4 050,4
INFLATION				
Prix à la consommation	fév.	-0,2	0,5	2,2
Prix industriels	fév.	-0,4	0,6	0,6
MARCHÉ DU TRAVAIL				
Taux de chômage désaisonnalisé (%)		Mois de réf.	Mois précédent	Il y a 12 mois
Canada	fév.	6,4	6,6	7,0
Québec	fév.	8,2	8,4	8,2
Rémunération hebdomadaire ¹	janv.	-0,1	-0,4	1,3
STATISTIQUES TRIMESTRIELLES				
Variation (base annuelle)		Trimestre de référence	Dernier trim. précédent	Trimestre 2005 précédent
PIB Canada ¹	T4-05	2,5	3,5	2,9
Investissements des entreprises ²	T4-05	12,9	13,8	9,1
Revenu personnel disponible ³	T4-05	4,9	4,4	2,5
Profits des entreprises ⁴	T4-05	16,4	20,0	10,7
% d'utilisation des capacités industr. ¹	T4-05	86,3	86,1	86,1
PIB États-Unis ¹	T4-05	1,6	4,1	3,5

SOURCE : STATISTIQUE CANADA

Résultats des élections 2006 de la Chambre de l'assurance de dommages

La présidente-directrice générale de la Chambre de l'assurance de dommages (ChAD), madame Maya Raic, est heureuse d'annoncer l'élection de trois administrateurs au sein du conseil d'administration de la ChAD, et ce, pour un mandat de trois ans.



Maryse Crête, PAA
Expert en sinistre à l'emploi d'un assureur pour le Québec



Danielle Thibodeau, C.d'A.Ass.*
Courtier en assurance de dommages - Région B (Mauricie, Nord-du-Québec, Chaudière-Appalaches, Lanaudière, Centre-du-Québec)



Jacques Yelle, C.d'A.A.
Courtier en assurance de dommages - Région C (Estrie, Montérégie)

Les membres du conseil d'administration de la ChAD pour 2006-2007

Conformément à la Loi sur la distribution de produits et services financiers, le conseil d'administration de la ChAD est composé de onze membres élus par leurs pairs et de deux administrateurs nommés par le ministre des Finances pour représenter le public.

- Représentant le public: M^r Jean Langevin et M^r Esther Vekeman;
- Représentant les agents: MM Bernard Drouin, Denis Garneau, M.B.A. et Michel Talbot, FPAA;
- Représentant les courtiers: MM. Robert LaGarde, C.d'A.Ass.; Serge Lyras, C.d'A.A., FPAA; Paul-André Simard, C.d'A.Ass.; Jacques Yelle, C.d'A.A. et Danielle Thibodeau, C.d'A.Ass.
- Représentant les experts en sinistre indépendants: M. André Yergeau, FPAA;
- Représentant les experts en sinistre à l'emploi de l'assureur: MM. Robert E. Champagne, FPAA et Mme Maryse Crête, PAA.

La ChAD a pour mission d'assurer la protection du public en matière d'assurance de dommages et d'expertise en règlement de sinistres. Elle veille à la formation continue obligatoire de quelque 13 000 agents et courtiers en assurance de dommages ainsi que d'experts en règlement de sinistres. Elle encadre de façon préventive et discipline la pratique professionnelle des individus et des organisations oeuvrant dans ces domaines.

* Il s'agit d'une réélection pour Mme Thibodeau

Précision

Abitibi-Témiscamingue

Des erreurs se sont glissées dans le dossier Abitibi-Témiscamingue du numéro du 1^{er} avril 2006. Ghislain Gauthier n'est pas actionnaire d'Eaux Vives Water Bottling Corp. Ce dernier est plutôt membre du conseil d'administration de l'entreprise qui détient l'ancienne usine d'emouteillage d'eau d'esker de Parmalat. Eaux Vives est détenue à 100 % par MSDW Bondbook Ventures Inc., filiale à 100 % de la banque d'affaires Morgan Stanley. Par ailleurs, la capacité de production de l'usine n'est pas de 24 000 bouteilles à l'heure, mais bien de 50 000. Nos excuses. ■

ENTREPRENDRE

La chaîne Chez Ashton fait le pari de la fraîcheur



Dominique Froment
dominique.froment@transcontinental.ca

« Je viens Chez Ashton pour sa poutine et son sandwich au rosbif, je vais chez McDonalds pour son cheeseburger et au Burger King pour son burger au poulet », nous explique Michel Allard, attablé avec son fils Gabriel au restaurant Chez Ashton de la rue du Marais, à Québec.

Poutine et rosbif : deux mots qui peuvent expliquer comment cette chaîne de restauration rapide locale a pu se faufiler parmi les grandes chaînes comme McDonalds, Burger King, Harveys et les autres.

Deux mots que ne renierait sans doute pas Ashton Leblond, qui a sa propre explication de sa réussite : « Si nous avons servi des aliments surgelés comme les autres chaînes, nous ne serions plus en affaires, soutient le restaurateur, un homme très réservé. Il y avait une petite chaîne à Québec, Popeye Burger, qui servait du surgelé et qui a disparu de la carte quand McDonalds est arrivé. »

Son slogan, « Juste du frais ! Juste du vrai ! » n'est donc pas du toc. Malgré la logistique complexe que nécessite le respect de cette stratégie, M. Leblond n'en démord pas; sa survie en dépend.

Le fromage en grain pour la poutine est livré chaque jour dans chacun de ses 25 établissements, tous situés dans la région métropolitaine de Québec et en Beauce. Les pommes de terre sont coupées et cuites sur place, quotidiennement. « Les frites surgelées sont déshydratées par le froid, ce

qui les rend imperméables à la sauce à poutine », explique M. Leblond, qui tient son curieux prénom d'un ami irlandais de son père. La viande non plus n'est jamais congelée.

« La fraîcheur donne un goût différent qui distingue Chez Ashton. Et avec le grand nombre de restaurants qu'elles comptent, les grandes chaînes ne pourront jamais faire pareil », affirme Julie Voyer, directrice générale et fidèle collaboratrice de M. Leblond depuis près de 25 ans.

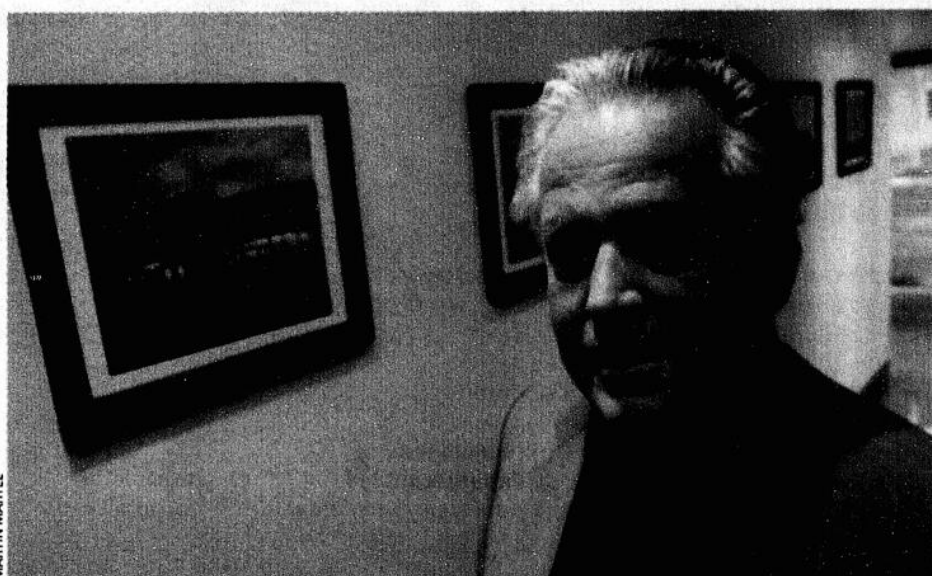
Pas d'expansion irréfléchie

M. Leblond reconnaît que cette stratégie limite son expansion, mais tant pis ! Avec un ou deux autres restaurants dans la région de Québec, le franchiseur affichera complet, du moins pour un avenir prévisible. Il faut dire que le restaurateur a connu des expériences malheureuses à Laval, en 1986, et avenue Mont-Royal, à Montréal, en 1987.

Il n'est pas question par ailleurs de chambarder son menu pour suivre les modes. Pas de sous-marin, pas de pépites de poulet, pas de pizza. « Nous voulons continuer à miser sur nos classiques, dit M. Leblond. Comme nos produits sont frais et que le service doit être rapide, ça deviendrait compliqué à gérer si on ajoutait trop de plats. »

Cela dit, pour suivre la tendance à une alimentation plus saine, Chez Ashton a introduit dans son menu du jus de légumes et des salades. Son rosbif est maigre à 97 %.

« Les gens font plus attention, mais ils n'arrêteront pas de manger de la poutine », croit M. Leblond. Il y a quelques années, le gras végétal sans cholestérol a remplacé le gras de porc dans la friture.



Ashton Leblond a été le premier à offrir de la poutine à Québec, en 1972. « Au début, ça ne marchait pas, parce que les gens ne savaient pas ce que c'était », se rappelle-t-il.

Plongeur à 15 ans

La vocation de restaurateur d'Ashton Leblond ne date pas d'hier. À 15 ans, il lavait la vaisselle dans un restaurant, en Estrie. À 17 ans, il débarquait à Québec et décrochait un emploi de cuisinier au Collège Champigny. « C'est là que j'ai appris à faire à manger », précise-t-il.

À 21 ans, il achetait la petite roulotte à patates frites Chez Lorette, boulevard Hamel, à L'Ancienne-Lorette, avec un prêt de 4 000 \$ endossé par son père cultivateur. Le Ashton Snack-Bar était né !

Huit ans plus tard, en 1977, M. Leblond renonce à ses quatre mois de vacances annuels et se fait construire dans les environs un restaurant ouvert à l'année.

En 1985, le quatrième établissement Chez Ashton devient le premier franchisé. Aujourd'hui, la chaîne compte 25 restaurants, dont neuf appartiennent en propre

SOUS LA LOUPE

NOM > Ashton Casse-croûte (franchiseur)
ACTIVITÉ > Restauration rapide
SIÈGE SOCIAL > Québec
EMPLOYÉS > 650 à 700 (dans les restaurants)
CHIFFRE D'AFFAIRES > Plus de 30 M\$ (ventes des restaurants)
MARCHÉ > Région de Québec
ACTIONNAIRE > (du franchiseur) Ashton Leblond
ANNÉE DE FONDATION > 1980
SITE INTERNET > www.chez-ashton.com

à M. Leblond. L'homme d'affaires détient aussi une participation de 50 % ou moins dans 10 des 16 franchises. M^{me} Voyer possède quant à elle une participation dans trois franchises. Les 16 franchises appartiennent à six franchisés. ■

MA GRANDE MOTIVATION

» Depuis un an, j'ai reçu deux offres d'achat. Mais même après 37 ans, j'ai encore la même passion pour ce que je fais.



Les midis-conférences

Des conférenciers de renom, des sujets d'actualité, des convives influents!

Luc Godbout
(Administration 1995)
Professeur et chercheur à l'UdeS
Fiscalité et finances publiques

Mercredi 26 avril
11 h 30 à 13 h 30
Club Saint-James
1145, av. Union, Montréal

Les enjeux budgétaires
du Québec

Dans l'ambiance prestigieuse du Club Saint-James, le comité du Réseau Montréal vous invite à sa série de midis-conférences. Des occasions exceptionnelles de rencontrer des conférenciers reconnus et des diplômés de tous les horizons!

Prochaine conférence

31 mai
Marquis Fortin (Médecine 1973)
Médecin à l'Hôpital Notre-Dame, président du conseil général de l'Association médicale canadienne et chroniqueur à la première chaîne de Radio-Canada
La santé des Québécoises et des Québécois

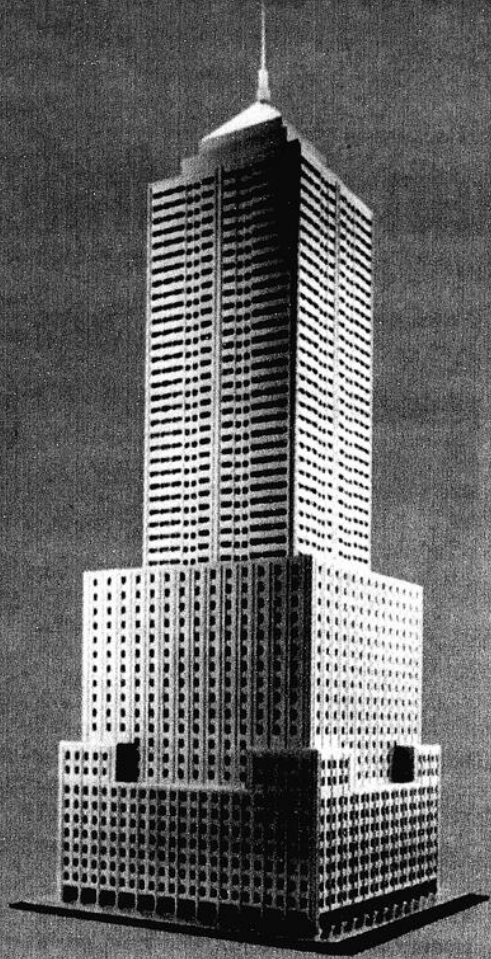


AFFAIRES

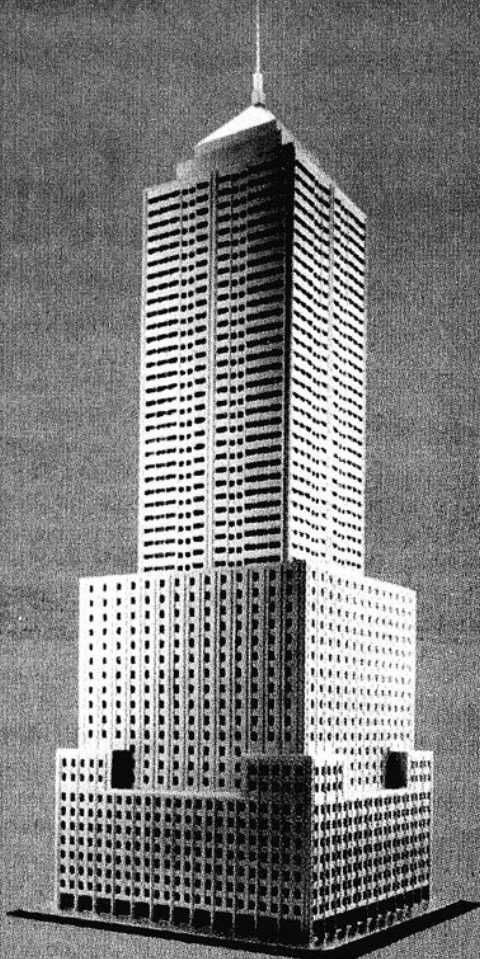
BDO

BDO BDO BDO

Pour réserver : 1 800 347-5663 ou LeReseau@USherbrooke.ca



entreprise



entreprise
qui se distingue *



Deux entreprises. À première vue, elles semblent les mêmes, presque identiques. Mais derrière la façade, l'une est très différente. Elle est bâtie sur de meilleures marges, une croissance continue et une clientèle plus fidélisée. Elle s'est démarquée en créant une nouvelle valeur distinctive et en la défendant. En un mot, elle innove. L'innovation est primordiale pour atteindre chacun de vos objectifs d'affaires. Elle vous permettra non seulement de vous démarquer, mais de demeurer un chef de file. Vous pouvez commencer par apporter un simple petit changement au sein de votre entreprise. Un processus, par exemple. Vous pouvez même demander à IBM comment démarrer. Nous avons travaillé avec des milliers d'organisations, petites et grandes, de pratiquement tous les secteurs pour leur permettre de se distinguer. Si vous voulez en savoir plus à ce sujet ou souhaitez voir comment IBM peut vous aider, visitez ibm.com/innovation/ca/fr

Qu'est-ce qui vous distingue?

IBM™

TECHNOLOGIES

La « véritable » haute vitesse sans fil arrive au Québec

Bell et Rogers offrent de nouveaux services qui remplacent les zones d'accès Wi-Fi



Jérôme
Plantevin

jerome.plantevin@transcontinental.ca

Bell Canada et Rogers Communications ont lancé le 31 mars deux nouveaux services Internet haute vitesse : *Sympatico Haute vitesse Nomade*, pour Bell, et *Internet Portable*, pour Rogers. Ces nouveautés, d'apparence anodines, pourraient toutefois faire beaucoup de bruit au cours des prochaines années.

Ces deux services risquent de rendre obsolètes les services payants d'accès sans fil dans les zones d'accès Wi-Fi au prix fort dans les cafés et les aéroports ont mis en place ces dernières années.

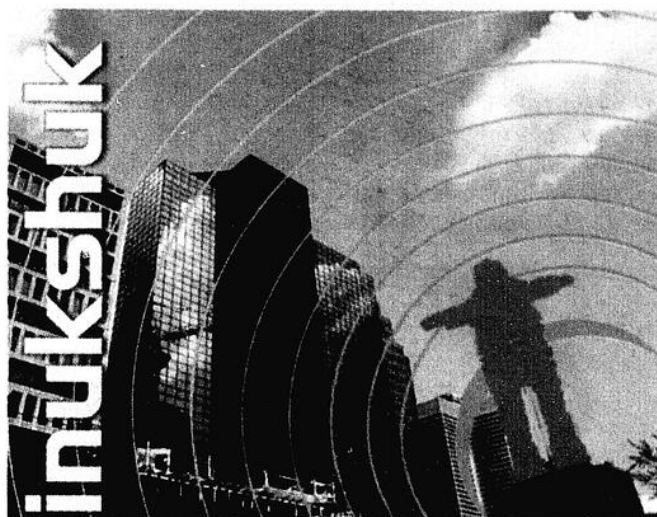
De plus, ils marquent l'entrée au Québec d'un nouvel acteur de taille, Rogers, dans le marché de l'accès Internet haute vitesse et peut-être même dans celui de la télévision, jusque-là dominés par Bell et Vidéotron.

Enfin, ces deux nouveaux services ont le potentiel de remplacer, à moyen terme, l'offre Internet haute vitesse nouvellement offerte par les réseaux de téléphonie cellulaire 3G aux utilisateurs d'appareils portables.

Un gigantesque réseau sans fil sécuritaire

Les services de Bell et de Rogers nécessitent l'achat d'un modem que l'on branche à son ordinateur et qui assure un accès sans fil au réseau Internet; l'utilisateur peut ainsi l'emporter avec lui pour accéder à Internet, où qu'il se trouve dans les zones couvertes par les deux exploitants.

Ils sont disponibles grâce



Le réseau sans fil mis en place par Inukshuk Wireless ne dessert pour l'instant que les régions de Montréal, de Québec et de Hull. Mais d'ici 2008, il couvrira les deux tiers du territoire canadien.

au réseau mis en place par Inukshuk Wireless, qui ne dessert pour l'instant que les principales agglomérations québécoises : les régions de Montréal, de Québec et de Hull. « D'ici 2008, il couvrira les deux tiers du territoire canadien desservant 45 villes et 100 municipalités rurales », promet Don Falle, directeur général d'Inukshuk.

Ces deux services se posent en sérieux concurrents des services payants des zones Wi-Fi de nombreux hôtels, cafés et restaurants du Québec. Ils ne sont pas limités à un lieu précis, mais à une zone. Ils n'obligent pas le consommateur à souscrire un autre forfait que celui déjà payé à la maison.

Enfin, ils sont plus sécuritaires, contrairement aux services Wi-Fi qui utilisent des fréquences publiques de communication : « Nous utilisons une fréquence de transmission qui est réglementée par Industrie Canada », précise M. Falle. Nous sommes les seuls à l'exploiter ».

« En outre, ajoute-t-il, la technologie de transmission que nous utilisons nous appartient. Elle n'est pas publique, ce qui limite les risques d'interception ou encore de surveillance des communications Internet par des tiers. »

À moyen terme, ces deux services pourraient aussi remplacer les services d'accès Internet des exploitants de téléphonie cellulaire. Ils offrent des vitesses d'accès trois à six fois plus rapides que celles des réseaux 3G de Bell et de TELUS Mobilité. Et ce n'est qu'un début. « La technologie que nous utilisons [le WiMax] progresse rapidement. On s'attend à de plus grandes vitesses dans l'avenir et à l'apparition de téléphones, d'assistants personnels et d'ordinateurs portables intégrant des puces WiMax qui permettront une connexion Internet sans fil par notre réseau », dit M. Falle.

À l'heure actuelle, l'accès aux services de Bell et de Rogers nécessitent un ordinateur et un modem, qu'il faut transpor-

ter; mais quand les appareils munis de puces WiMax seront sur le marché, d'ici 2010, les internautes auront tout intérêt à s'en procurer, car ils n'auront plus à payer de forfaits Internet sur cellulaire en plus de ceux facturés à la maison. Ils pourront se contenter d'un forfait Internet universel.

Prix élevés et lacunes

Bien qu'intéressants, ces deux services de Bell et de Rogers présentent quelques lacunes. Ils sont proposés à des prix nettement plus élevés que les forfaits Internet haute vitesse résidentiels traditionnels. Ils offrent également des vitesses de transmission plus faibles que ceux-ci tout en imposant des limites de téléchargement et d'envoi de données.

De plus, la technologie utilisée par Inukshuk n'a pas été conçue pour offrir des transmissions lorsque l'utilisateur est en déplacement. Généralement, celui-ci ne peut donc pas accéder à Internet lorsqu'il se trouve dans un train, un autobus ou une auto roulant à vitesse élevée. Toutefois, dans l'avenir, cette technologie évoluera de façon à le permettre.

Par ailleurs, le réseau d'Inukshuk ne dessert pas les zones souterraines, comme le métro.

Enfin, l'utilisateur doit trouver une prise de courant pour brancher son modem. « Cet inconvénient disparaîtra l'an prochain, quand nous offrirons des modems fonctionnant avec des batteries », explique M. Falle.

Bell peaufine son offre et Rogers arrive

Selon Bell, *Sympatico Haute vitesse Nomade* s'adresse avant tout à ceux qui recherchent haute vitesse et mobilité.

LES NOUVEAUX SERVICES HAUTE VITESSE SANS FIL

> SYMPATICO HAUTE VITESSE NOMADE DE BELL CANADA¹

Deux forfaits sont offerts, l'un au coût de 45 \$ par mois avec des vitesses théoriques de téléchargement maximum de 512 Kbs et d'envoi de 128 Kbs, et l'autre à 60 \$ et qui propose des vitesses de 3 Mbs en téléchargement et 384 Kbs en envoi.

Pour les deux services, l'utilisateur doit défrayer 250 \$ pour l'achat du modem ou 99 \$ s'il choisit un abonnement de deux ans. Il doit aussi assumer des frais d'envoi et de manutention de 15 \$.

Ces coûts imposent une limite de données que l'on peut télécharger et transmettre. Les limites sont de 4 Go pour le premier forfait et 60 Go pour le deuxième.

> INTERNET PORTABLE DE ROGERS COMMUNICATIONS¹

Ce service offert à 49,95 \$ par mois fournit des vitesses de 1,5 Mbs en téléchargement et 256 Kbs en envoi. Le consommateur doit payer 99,95 \$ pour son modem en signant un contrat d'un an, et défrayer des coûts d'envoi de 9,99 \$. Des limites de téléchargement et d'envoi de 30 Go sont imposées.

1 LES TARIFS INDICQUÉS NE TIENNENT PAS COMPTE DES OFFRES PROMOTIONNELLES.

Mais ce service devrait aussi lui permettre de conquérir de nouveaux abonnés dont la résidence est située loin de ses centrales de communication et qui n'avaient donc pas accès à la haute vitesse jusqu'ici.

« Pour ce qui est des tarifs et de la vitesse offerte, rien n'est fixé de façon définitive, souligne Charlotte Burke, première vice-présidente, Services Internet de Bell. Nous sommes dans une période d'apprentissage et nous entendons être à l'écoute des consommateurs. »

Quant à Rogers, ce nouveau service lui ouvre les portes du marché de la haute vitesse au Québec, et peut être davantage. L'exploitant est désormais en bonne position pour proposer une offre quadruple de services numériques combi-

nant la téléphonie résidentielle et la téléphonie sans fil, déjà offertes, avec l'accès Internet et la télévision.

« Nous préparons au Québec des forfaits groupés, reconnaît Terry Canning, vice-président et directeur général des Services Internet de Rogers. Nous n'écarterons pas non plus la possibilité d'utiliser le réseau d'Inukshuk pour offrir plus tard d'autres services comme la téléphonie IP », et par conséquent, la télévision sur IP.

À noter qu'avec l'arrivée d'Inukshuk, Bell, Vidéotron, Rogers et TELUS ne seront plus les seuls à offrir des forfaits combinant quatre services, puisque de plus petits opérateurs pourront louer le réseau d'Inukshuk et proposer eux aussi de tels services. ■

*
innover pour

IBM

Pas de téléphonie sans fil pour Cogeco

Jérôme Plantevin

jerome.plantevin@transcontinental.ca

Cogeco renonce à se lancer à court terme dans la téléphonie sans fil, contrairement à ce qu'elle prévoyait l'année dernière.

Son président et chef de la direction, Louis Audet, suspend ce projet pour mieux se concentrer sur le développement de ses services de téléphonie par Internet (IP) lancés l'an dernier. Ces services, qui ont actuellement le vent en poupe, ont fait gonfler les revenus de la branche de câblodistribution de Cogeco, Cogeco Câble.

Pour le premier semestre de 2006, Cogeco a engrangé des profits de 7,2 M\$, par rapport à des pertes de 25,4 M\$ à la même période l'an dernier. Ses revenus ont quant à eux augmenté de 5,9 %, à 357 M\$.

> NOUVEAU PRÉSIDENT POUR UBISOFT MONTRÉAL

Le poste de pdg d'Ubisoft Montréal ne sera pas resté vacant longtemps. L'éditeur français de jeux vidéo vient de

nommer **Yannis Mallat** pour remplacer **Martin Tremblay**, qui a annoncé son départ il y a une semaine. M. Mallat est diplômé de HEC Montréal et travaille chez Ubisoft depuis 2000. Il est l'un des principaux artisans de la renaissance de *Prince of Persia*, un jeu qui avait fait fureur dans les années 1980 et dont Ubisoft a racheté les droits pour ensuite lui donner une nouvelle vie

il y a plus de deux ans.

> LYRTECH EN MODE ACQUISITION

La spécialiste du traitement des signaux numériques **Lyrtech** (Bourse de croissance TSX, LYT) entend mettre la main sur **Innovator Electronic Assembly**, PME montréalaise spécialisée dans l'assemblage de circuits électroniques. Le montant de l'acquisition est de

5,4 M\$. Cette transaction est conditionnelle à la conclusion d'un financement d'au moins 15,5 M\$.

Si tout se passe bien, l'usine de 5 000 m² (50 000 pi²) d'Innovator deviendra le centre manufacturier de Lyrtech. Innovator a déclaré des revenus de 14 M\$ l'an dernier. Ensemble, les deux entreprises réaliseront un chiffre d'affaires de 22 M\$. ■

Comme si c'était hier!

Le 4 mai, entre amis, on se retrouve...

Tous les diplômés sont invités à venir célébrer en grand nombre les anniversaires des promotions 1941-1946-1951-1956-1961-1966-1971-1976-1981-1986-1991-1996 et 2001.

Lieu : Hôtel Omni Mont-Royal
1050, Sherbrooke Ouest

Coût : 90 \$ diplômé
100 \$ conjoint
50 \$ jeune diplômé (5 ans et -)

Programme de la soirée

- ▶ 17 h : Cocktail
- ▶ 19 h : Repas quatre services
- ▶ Animateur : Jean-Guy Moreau, humoriste

Pour information et inscription :

Téléphone : (514) 340-4764
Courriel : adp@polymtl.ca
Internet : www.adp.polymtl.ca

- Surveillez la liste des diplômés inscrits à cette soirée sur le site Internet de l'ADP.

Nos grands partenaires



L'OUTIL DE LA SEMAINE

Pour choisir les bonnes pubs sur le Web

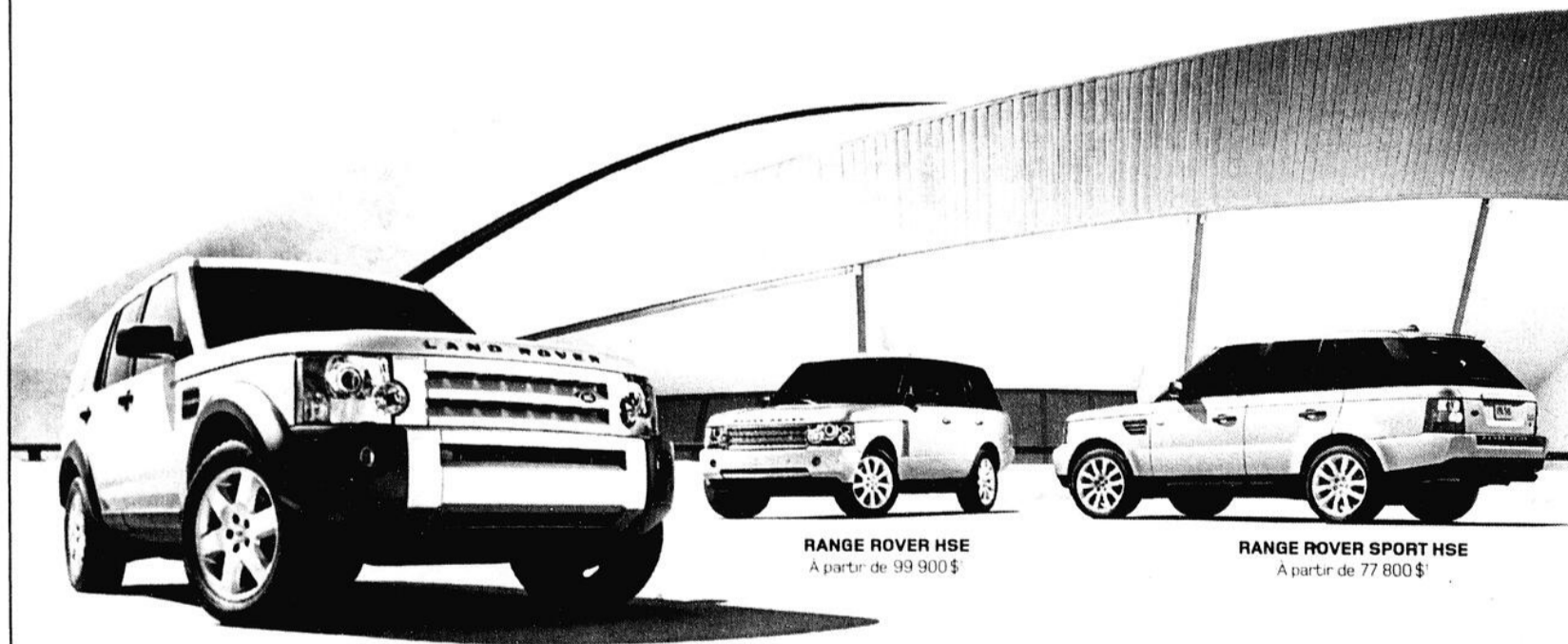
Vous voulez choisir les bons types et formats publicitaires pour votre site Web ? Le Bureau de la publicité interactive du Canada (IAB Canada) offre un outil pour vous aider. Il vient de publier sur son site www.iabcanada.com le CUAP/EPUC 2.0, un ensemble de cinq formats publicitaires qui établissent des standards en termes de dimensions et de taille des publicités interactives et des types d'animations qui y sont insérés.

Ces standards publicitaires ne s'adressent qu'aux sites dont le modèle de revenu est basé sur l'affichage publicitaire. Ils ne s'appliquent pas à ceux qui se servent exclusivement de l'insertion de publiereportages pour gagner des revenus ou à ceux dont le modèle d'affaires fait uniquement appel à des liens sponsorisés provenant de moteurs de recherche.

IAB Canada prévoit lancer au cours de l'année une autre version qui abordera la question des standards régissant les publicités vidéo en ligne. ■ J.P.

Travel Lightly® Conduisez de façon responsable hors route. © 2006 Land Rover Canada. *PDSI du Land Rover LR3 2006: 53 900 \$. Les taxes sont calculées sur le montant total du véhicule. **Sur approbation de Services Financiers Land Rover, une division de Services de financement automobile PRIMUS Canada Inc., obtenez un taux de financement de 4,4 % pour un terme allant jusqu'à 48 mois à la location de tout Land Rover LR3 2006 neuf. Exemple : sur approbation de crédit, un taux de financement annuel de 4,4 % pour une location au détail de 24 mois vous permet de louer un Land Rover LR3 2006 à 699 \$ par mois. Obligation locative totale de 16 776 \$. Une limite de 32 000 km pendant 24 mois s'applique. Des frais de 16 cents le km, plus taxes applicables, s'appliquent au kilométrage excédentaire. Aucun versement initial requis. Valeur résiduelle à la fin du terme : 37 946,55 \$ plus taxes applicables. Première mensualité et dépôt de sécurité de 850 \$ exigés. Sur approbation de Services Financiers Land Rover, obtenez un taux de financement de 2,9 % pour un terme allant jusqu'à 48 mois à l'achat de tout Land Rover LR3 2006 neuf. Exemple : pour un achat d'une valeur de 30 000 \$ à un taux de financement annuel de 2,9 % pour un terme allant jusqu'à 48 mois, les mensualités sont de 661,11 \$, le coût d'emprunt est de 1 733,28 \$ ou un taux de financement annuel de 2,9 %, et le total à rembourser est de 31 733,28 \$. Frais de transport (995 \$), immatriculation, assurances et taxes applicables en sus. Ces offres prennent fin le 30 Juin 2006 et peuvent être annulées en tout temps sans préavis. Certains modèles peuvent faire l'objet d'une commande spéciale. Six visites d'entretien périodique gratuites. Les modèles illustrés sont à titre indicatif seulement. Tous les détails chez votre concessionnaire Land Rover.

LA BONNE ENTENTE RÈGNE ENFIN SUR LE MONDE.



LR3 V6
À partir de 53 900 \$*

RANGE ROVER HSE
À partir de 99 900 \$*

RANGE ROVER SPORT HSE
À partir de 77 800 \$*

LES NOUVEAUX LAND ROVER : 140 PRIX INTERNATIONAUX ET D'INNOMBRABLES ACCOLADES.

Ici, à Tokyo ou à Francfort, les nouveaux Land Rover ont dominé dans la plupart des concours de VUS auxquels ils ont participé. Au total, 140 prix internationaux** Des récompenses qui consacrent le style et le confort inégalés du Range Rover; les performances époustouflantes du Range Rover sport et la technologie avant-gardiste du LR3. Devant tant d'excellence, il aurait été difficile de ne pas s'entendre pour applaudir. Partez aujourd'hui même dans un LR3 V6 bien équipé à seulement 699 \$ par mois.

LR3 V6 2006	
LOCATION	TAUX ANNUEL
699\$**	4,4%
24 MOIS	JUSQU'À 48 MOIS
VERSEMENT INITIAL 0\$	
ENTRETIEN PÉRIODIQUE SANS FRAIS*	



LES MOTEURS DÉCARIE
8255, rue Bougainville
Montréal
(angle Décarie et de la Savane)
Tél. : (514) 334-9910
www.decarie.com

LAND ROVER SAINT-LÉONARD
Division de John Scotti Auto
4305, boul. Métropolitain Est
Saint-Léonard
Tél. : (514) 722-3344
www.johnscotti.com

LAND ROVER LAVAL
3475, boul. Le Carrefour
Laval
Tél. : (450) 688-1880
Tél. : (514) 388-1880
www.landroverlaval.com

Faire rayonner le talent et l'expertise d'ici **nous permet d'être Alcoa.**



ALCOA

L'aluminium sous une autre perspective

www.alcoa.com/canada

L'usine FjordCell de Cascades à Jonquière serait en péril

François Riverin

francois.riverin@transcontinental.ca

Cascades se livre actuellement à une partie de bras de fer avec ses fournisseurs de copeaux pour son usine de pâte kraft

FjordCell, de Jonquière, afin de les forcer à diminuer leur prix de vente de 20 \$ la tonne.

« L'usine FjordCell n'est pas rentable. Nous cherchons des moyens de la rentabiliser, et s'il n'y a pas de réduction du prix

des copeaux, nous allons devoir la fermer, lorsque nous aurons épuisé nos stocks », explique **Éric Larouche**, directeur des ressources humaines de FjordCell, qui emploie 80 personnes. Selon M. Larouche, le prix

des copeaux à l'extérieur du Saguenay-Lac-Saint-Jean est présentement de 125 \$ la tonne, si l'on exclue les coûts de transport. Or, les fournisseurs locaux en demandent 145 \$ avant les frais de transport.

Claude Paradis, président de l'Association des producteurs de copeaux du Québec, n'est pas de cet avis. Il soutient que FjordCell est privilégiée par rapport à plusieurs usines de pâtes, car les copeaux sont

produits près de ses installations, de sorte que les frais de transport sont minimes.

« Le Bas-Saint-Laurent et la Gaspésie sont les seuls endroits où les copeaux sont moins chers qu'au Saguenay-Lac-Saint-Jean. En Beauce, les copeaux se vendent 145 \$ la tonne parce que les Américains sont prêts à payer ce prix », précise M. Paradis.

Ce dernier ne nie pas que FjordCell est en difficulté. Il souligne qu'il s'agit d'une usine de pâte kraft qui consomme deux fois plus de fibre qu'une usine de pâte thermomécanique. En même temps, le prix du bois d'œuvre a baissé, et les scieries ont besoin de vendre des copeaux à un prix élevé pour demeurer rentables, dit-il.

La scierie **PH Lemay**, dont Cascades est actionnaire, fournit environ 40 % des copeaux dont Fjord Cell a besoin. Le reste provient de scieries indépendantes, dont la plus importante est la scierie **Thomas-Louis Tremblay**, qui produit principalement des copeaux de bouleau.

Un marché en équilibre

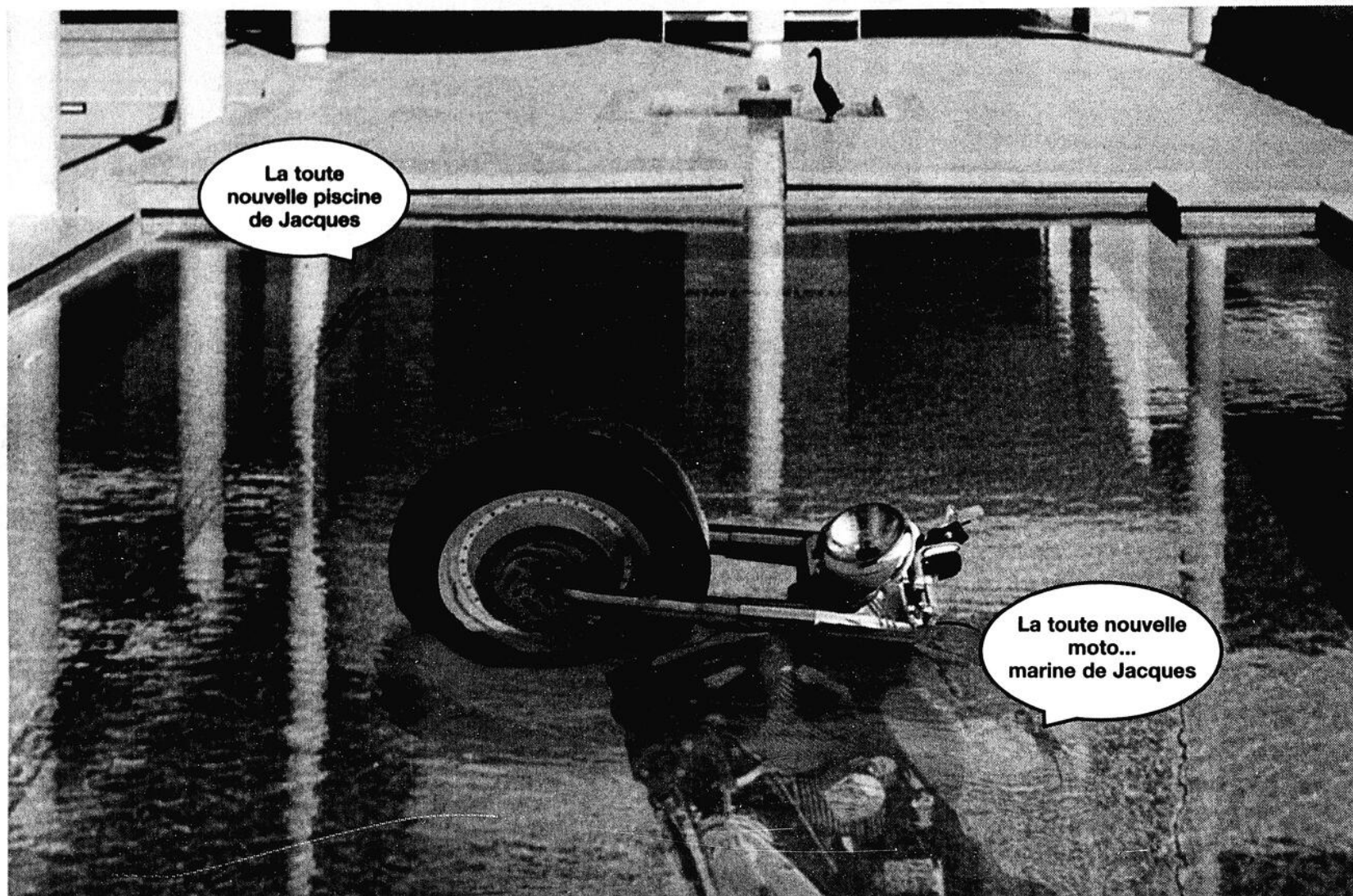
Les copeaux sont un sous-produit des scieries : tout ce qui ne peut constituer une pièce de bois de bonne valeur, soit environ 50 % de l'arbre, est décheté en copeaux et vendu aux usines de pâtes et papiers.

Le prix des copeaux est fonction de la loi de l'offre et de la demande. Plusieurs usines de pâtes et papiers doivent en acheter pour combler leurs besoins. Or, le gouvernement québécois a imposé une réduction de 20 % de la possibilité ligneuse des forêts de résineux du Québec, laquelle devrait aboutir à une réduction de 10 à 20 % de la récolte de bois.

Jusqu'à maintenant, les attributions additionnelles de bois résultant des feux de forêt de la saison 2005 ont compensé la réduction des approvisionnements décrétée par le gouvernement. Selon M. Paradis, le marché est actuellement en équilibre.

Frédéric Beausoleil, analyste du marché des produits forestiers à la **Financière Banque Nationale**, indique toutefois que la demande de copeaux est en baisse suite à la réduction de la production de pâtes et de papiers. « Il y a eu un resserrement du prix des copeaux en décembre-janvier, mais il semble y avoir un plafonnement présentement », dit-il.

L'analyste n'est pas étonné par les problèmes de rentabilité de l'usine FjordCell. Selon lui, si le marché de la pâte kraft se raffermir un peu, cela résulte principalement de la réduction de la capacité de production, plutôt que de la croissance de la demande. ■



HEUREUSEMENT, JACQUES FAIT AFFAIRE AVEC UN PAA.

Les Professionnels d'assurance agréés ont une vaste expérience en assurance de dommages, une formation de niveau supérieur et un code de déontologie strict. Lorsque vous appelez votre compagnie d'assurance, votre courtier, votre agent ou votre expert en sinistres, demandez à faire affaire avec un PAA.

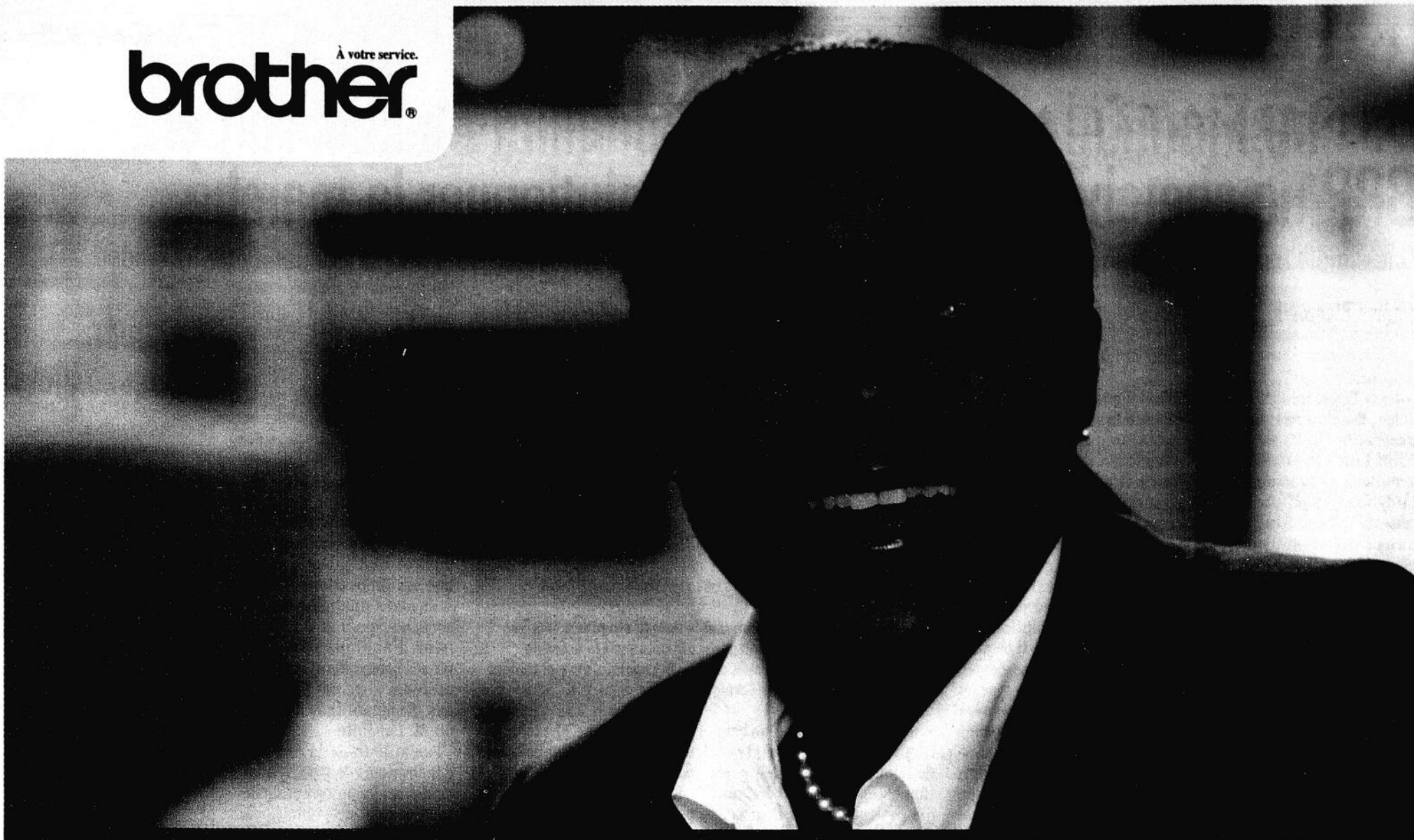
On fait quelque chose quand il s'est passé quelque chose.

PAIA

www.cip-paa.ca

1-866-362-8585

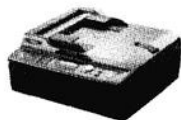
À votre service.
brother®



Je suis passée maître en l'art de la négociation,
même avec mon fils Hugo de 13 ans.



Pour vos réussites professionnelles, vous pouvez toujours compter sur la fiabilité des produits d'imagerie Brother pour répondre à vos besoins et à ceux de votre entreprise. Brother conçoit des gammes d'imprimantes, de télécopieurs et de centres multifonction qui vous apportent une tranquillité d'esprit, et du temps...pour vos proches.



Notre offre étendue de systèmes d'impression monochromes et couleurs, pour usage individuel ou en réseau, vous procure une grande polyvalence et une rapidité d'exécution.



Nos faibles coûts d'acquisition, de consommation d'énergie et de consommables, alliés à la fiabilité de notre réseau national de service à la clientèle, vous permettent non seulement d'améliorer vos communications mais aussi vos dividendes.



Ainsi, que votre vie professionnelle soit locale ou internationale, vous pouvez toujours compter sur les solutions d'impression et de communication de Brother pour vous aider à ce que chaque jour et chaque dollar vous donnent le meilleur d'eux-mêmes.

Pour plus d'informations, contactez-nous au 1-877-BROTHER ou visitez notre site Web : www.brother.ca

IMPRIMER

TÉLÉCOPIER

NUMÉRISER

PHOTOCOPIER

RÉSEAUTER

INNOVATION

BRP ne cherche pas toujours à révolutionner le marché

Une simple modification à un produit existant peut suffire à Bombardier Produits Récréatifs pour continuer d'être un leader

Jérôme Plantevin

jerome.plantevin@transcontinental.ca

Reconnue depuis toujours comme l'experte de la motoneige, Bombardier Produits Récréatifs (BRP) est aujourd'hui l'un des chefs de file mondiaux de la motomarine. Un hasard ? Non, car l'entreprise de Valcourt a toujours eu à cœur d'aller plus loin et de percer de nouveaux marchés.

Dans les années 80, Bombardier ne fabriquait que des motoneiges, des motocross et des véhicules d'entretien pour pistes de ski, entre autres. Puis, en 1988, elle a décidé de relancer un vieux concept de motomarine, datant de 1968.

« Ce modèle n'avait pas décollé à l'époque, mais avec notre volonté constante d'innover et de créer des paradigmes dans de nouveaux marchés, nous l'avons remis au goût du jour. Et nous avons réussi à supplanter le leader de l'époque, Kawasaki », se

rappelle Denys Lapointe, vice-président, design et innovation, de BRP.

Mieux gérer l'innovation

Si avoir la volonté d'innover est une chose, créer des produits innovants en est une autre. Surtout qu'il n'existe pas de manuel du parfait innovateur, note M. Lapointe : « Beaucoup d'entreprises ne cernent pas complètement ce que peut être une innovation. Elles cherchent bien souvent à tort le produit qui révolutionnera leur marché, même si ce marché n'a peut-être pas besoin d'une innovation de ce type, et en fin de compte, elles peuvent chercher toute leur vie sans rien développer de nouveau. »

Pour éviter de tomber dans ce travers, les dirigeants de BRP ont cherché avant tout ce qui se cachait derrière le terme fourre-tout d'« innovation ». « Nous avons créé notre propre lexique », poursuit M. Lapointe.



« Étant donné qu'aujourd'hui, tout le monde cherche à innover, le meilleur est celui qui sait gérer efficacement la création d'innovations de tous types », dit Denys Lapointe, vice-président de Bombardier Produits Récréatifs.

Selon BRP, il n'y a pas un type d'innovation, mais quatre : de l'innovation de type A, une innovation hors du commun qui crée un produit nouveau, comme l'a été dans son temps la motoneige *Ski-Doo*, jusqu'à l'innovation de type D qui consiste à modifier légèrement un produit existant.

Ainsi, BRP ne cherche pas toujours à faire des innovations de type A.

En effet, il peut être très profitable de doser ses efforts de recherche pour tenter de développer dans certains marchés et à un certain moment une innovation moins révolutionnaire.

« Il suffit souvent d'une innovation de type D pour se démarquer ou continuer d'être leader dans son marché », souligne M. Lapointe.

Classifier les innovations permet aussi à BRP de mieux organiser ses équipes de recherche.

« Une innovation de type D est créée par les équipes qui se consacrent aux produits en tant que tels, tandis que les innovations de type A et, dans une moindre mesure, de type B et C proviennent d'équipes plus complexes comprenant des techniciens, des ingénieurs et des designers industriels », dit M. Lapointe.

Par ailleurs, « la création d'innovations de type A se fait en dehors du processus de développement de produit pour ne pas ralentir ce processus », précise M. Lapointe.

« Il n'y a rien de pire que de sortir un produit avec plusieurs mois ou années de retard. » ■

L'entreprise en quelques mots

> **Chiffres d'affaires :** 2,5 milliards de dollars en 2005.
 > **Nombre d'employés :** 6 200 personnes, dont 2 700 à Valcourt, où sont assemblées les motoneiges Ski-Doo et les motomarines Sea-Doo.
 > **Quelques 55 designers et ingénieurs** spécialistes en architecture du design travaillent aux deux centres de design et d'innovation à Valcourt et à Sherbrooke.
 > **BRP exploite aussi des usines** en Autriche, où elle fabrique les moteurs de ces véhicules récréatifs; en Finlande, pour ses motoneiges Lynx; au Mexique, pour ses motomarines 3D, et bientôt pour l'assemblage des véhicules tout-terrains Bombardier VTT; et à Sturtevant, aux États-Unis, où sont fabriqués ses moteurs Evinrude pour bateaux hors-bord. ■

Chaque jour, UNIPRIX fait face
à un vrai casse-tête

7200 TRANSACTIONS

4300 EMPLOYÉS

387 POINTS DE VENTE

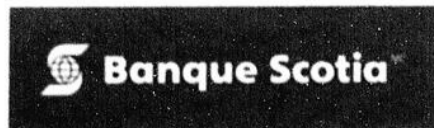
367 FOURNISSEURS

UNE SOLUTION ZÉRO SOUCI

SERVICES BANCAIRES ÉLECTRONIQUES DE LA BANQUE SCOTIA

Pour des finances en santé, Uniprix a choisi la rapidité, l'efficacité et la sécurité des transactions électroniques de la Banque Scotia. Le diagnostic parfait pour gérer leurs paiements et garder le contrôle sur leur fond de roulement.

Services aux entreprises



™ Marque de commerce de La Banque de Nouvelle Écosse

« La meilleure banque au Canada » Global Finance, octobre 2005

www.banquescotia.com/servicesauxentreprises

Plusieurs dizaines de millions pour soutenir la génomique

Pierre Thérout

pierre.theroux@transcontinental.ca

Le gouvernement du Québec a profité du congrès mondial *Bio 2006*, tenu en début de semaine à Chicago, pour confirmer qu'il investira 50,4 M\$ dans la recherche en génomique, comme l'avait révélé le journal LES AFFAIRES dans son dernier numéro.

Québec versera 40,4 M\$ pour soutenir la réalisation de sept projets de recherche d'envergure en milieu universitaire. Une somme supplémentaire de 10 M\$ servira à appuyer la réalisation du plan d'affaires de **Génome Québec**. Le gouvernement évalue que son aide permettra la réalisation d'investissements de plus de 115 M\$ dans la recherche en génomique.

L'un des projets soutenus par Québec, mené par l'**Institut de cardiologie de Montréal**, vise à découvrir les gènes qui font que certains individus répondent bien à des doses de médicaments qui provoquent des effets secondaires problématiques chez d'autres.

Un autre projet, réalisé à l'**Université Laval**, porte sur les gènes liés à la croissance et à la qualité des épinettes, et a pour but de faciliter le choix des arbres à haut rendement et possédant le bois de meilleure qualité.

Par ailleurs, lors du même congrès mondial, **Merck Frosst Canada** et **Génome Québec** ont annoncé un investissement conjoint de 20 M\$. Chacune des deux sociétés investira 5,28 M\$ au cours des trois prochaines années dans des projets de recherche, en vue de mettre au point de nouveaux traitements contre les infections fongiques potentiellement mortelles. Merck Frosst investira près de 10 M\$ additionnels dans le cadre de cette entente.

> L'ASSOMPTION Investissements Pernaud, 4,5 M\$

Pernaud investira 4,5 M\$ pour construire deux immeubles commerciaux totalisant plus de 3 400 m² (37 000 pi²) à L'Assomption.

Ceux-ci abriteront entre autres une succursale de la **Banque Nationale**, le **Spa Santé Corps et Âme**, un centre de conditionnement physique pour femmes de la chaîne **Swann**, de même que **Boutique et Fleurs Au Calla**.

Les travaux de construction de la Place Perreault débiteront sous peu, et seront terminés en septembre.

> DANVILLE Polylab Expert, 1,5 M\$ Polylab Expert, spécialisée dans l'analyse de l'eau po-

table, de l'environnement et des sols agricoles, investit 1,5 M\$ pour emménager dans de nouveaux locaux à Danville, en Estrie, et acquérir de nouveaux équipements.

Ce projet entraînera la création de cinq emplois d'ici la fin de l'année et la consolidation

de 15 autres emplois. Le gouvernement du Québec a versé une aide financière de 127 000 \$ à Polylab pour ce projet.

> TERREBONNE Aciers Blais Québec, 1,3 M\$

Québec accorde une aide fi-

nancière de 1,3 M\$ pour soutenir la croissance des **Aciers Blais Québec**, une PME de Terrebonne qui transforme une gamme de produits d'aciers plats.

Il y a un an, Aciers Blais annonçait un investissement de 11 M\$ alloué à la construction

de son nouveau siège social, qui vient d'être inauguré, ainsi que l'ajout d'une nouvelle chaîne de coupe. Le déménagement de l'entreprise de Lachine à Terrebonne se fera graduellement à compter de mai.

D'une superficie de 7 400 m² (80 000 pi²), l'immeuble per-

mettra à Aciers Blais d'augmenter sa capacité de production annuelle de 80 000 à 140 000 tonnes d'acier. ■

Faites connaître vos projets d'investissement à Pierre Thérout, par télécopieur, au (514) 392-1586, ou par courriel, à pierre.theroux@transcontinental.ca.



Le Groupe des Hôtels InterContinental voulait se faire gâter. Xerox lui a concocté des mises à niveau pour ses systèmes de TI et une ligne d'aide améliorée pour réduire le nombre des visites de service sur place. Économies? 1,4 million \$.

Changez votre façon de voir.

XEROX.

xerox.com/learn 1 800 275-XEROX service 1507

Technologie

Gestion des documents

Services de consultation

© 2006 XEROX CORPORATION. Tous droits réservés. XEROX® et Changez votre façon de voir® sont des marques de commerce de XEROX CORPORATION. XEROX CANADA LTÉE détient des permis d'utilisation pour toutes ces marques de commerce. Les autres noms de sociétés mentionnés dans les présentes sont des marques de commerce de leurs propriétaires respectifs.

Propriété intellectuelle : Protégeons nos innovations québécoises !

Pour protéger son innovation

Investir toutes les ressources nécessaires dès le départ

Pour beaucoup de petites et moyennes entreprises, le brevet de propriété intellectuelle qu'elles détiennent est leur principal actif, un gage essentiel de leur croissance et un élément détermination de leur accès au financement.

ROBIC

• DROIT
 • AFFAIRES
 • SCIENCES
 • ARTS

**PROPRIÉTÉ
INTELLECTUELLE,
DROIT DES
AFFAIRES.**

HUGER ROBIC RICHARD, S. EN C. R. L.
 Centre CDP Capital
 1001 Square Victoria - Bloc E - 8^e étage
 Montréal
www.robic.ca

Pour ces entreprises, le pire cauchemar — et il se réalise malheureusement de temps à autre — consiste à voir une entreprise multinationale contester son brevet. Même s'il arrive souvent que ces interventions ne soient pas fondées, elles peuvent s'avérer extrêmement nuisible au point de compromettre l'existence même d'une entreprise en la ruinant en litiges.

« Si vous êtes une petite entreprise et qu'une multinationale vous attaque en contestant votre brevet, est-ce que vous avez les ressources financières nécessaires pour y faire face ? » demande Me Laurent Debrun, avocat spécialisé en arbitrage national et international de la propriété intellectuelle au cabinet Davies Ward Philips & Vineberg de Montréal.

Lorsqu'une telle situation se présente, il faut savoir que le coût moyen d'un procès aux États-Unis en matière de brevet s'élève à environ deux millions de dollars par année. « Ce genre d'intervention a généralement un effet immédiat sur la valeur boursière de l'entreprise dont le brevet est contesté, souligne Maître Debrun. Résultat : le brevet perd une grande partie de sa valeur. Bien souvent, dans des cas semblables, la grande société acquiert la petite à bas prix. »

Peut-on être à l'abri de ce genre de situation ? Jamais complètement. Mais on peut certainement augmenter son niveau de protection en se rendant moins vulnérable.

« Dans tous les domaines d'activités, on est susceptible de faire face aux attaques des concurrents, explique Laurent Debrun. Il faut s'y préparer et se donner, dès le départ, les ressources nécessaires en sachant que les coûts futurs de litiges éventuels seront bien plus

élevés que ceux qu'on encourt en se donnant tout de suite un système performant de protection. »

Première règle : déposer le plus rapidement possible tout ce qui peut être qualifié d'invention et ne rien divulguer à son sujet avant qu'elle ne soit protégée. Il est également essentiel de prendre des mesures de sécurité interne, c'est-à-dire identifier au sein de l'entreprise toutes les personnes détenant des informations confidentielles relatives à la propriété intellectuelle et leur faire signer des ententes claires de non divulgation et de cession de l'invention à l'employeur. Il est aussi prudent de déterminer, sur les lieux de l'entreprise, des zones qui ne soient pas accessibles à des tiers. Et lorsqu'un



Me Laurent Debrun

« Il faut savoir que le coût moyen d'un procès aux États-Unis en matière de brevet s'élève à environ deux millions de dollars par année. »

employé quitte l'entreprise, il importe de s'assurer, notamment par une vérification de son trafic Internet, qu'il n'a pas emporté avec lui des informations qui appartiennent exclusivement à l'entreprise.

« Si vous avez un brevet solide et que vous accentuez ainsi les mesures de protection, conclut Laurent Debrun, vous vous donnez des outils qui ont un effet dissuasif sur ceux qui pourraient être tentés de vous attaquer. »

MONTRÉAL A DU GÉNIE

Fort d'une équipe de huit professionnels, le bureau de Montréal de Bereskin & Parr collabore avec les penseurs les plus innovateurs et les esprits les plus créatifs du globe. Notre cabinet offre conseils et orientation en matière de protection et de gestion de la propriété intellectuelle — des brevets aux marques de commerce, rien ne nous échappe.

Bereskin & Parr
DROIT DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE | INTELLECTUAL PROPERTY LAW

www.bereskinparr.com
TORONTO MISSISSAUGA WATERLOO MONTRÉAL



L'agent de brevet au cœur du processus d'innovation

Qu'est-ce qui détermine qu'on est véritablement en face d'une invention et non d'une copie ? Pour l'Office de la propriété intellectuelle du Canada, il y a trois grands critères. Le produit doit être utile, il doit comporter un élément de nouveauté et il doit s'avérer ingénieux, c'est-à-dire qu'il doit être le fruit d'un certain travail d'imagination.



Michel Gérin

Si vous croyez avoir inventé un nouveau produit qui correspond à ces trois critères, il y a de fortes chances que vous croisez sur votre route l'un des 650 agents de brevet exerçant leur activité au Canada. C'est lui qui vous aidera à déterminer si votre invention est véritablement unique et qui vous conseillera dans le processus menant à l'obtention, au Canada, d'un brevet qui garantira votre droit exclusif d'exploiter votre invention.

« Les gens réalisent de plus en plus que la propriété intellectuelle est une source de richesse, explique Michel Gérin, directeur général de l'Institut de la propriété intellectuelle du Canada. Pour les PME en particulier, le brevet est aussi ce qui permet d'aller chercher du financement. Dans le contexte d'une économie de plus en plus mondialisée et concurrentielle, l'agent de brevet est donc celui qui fera les démarches nécessaires pour s'assurer qu'une invention ne viole pas la propriété intellectuelle de quelqu'un d'autre et réaliser les étapes menant à l'obtention d'un brevet. »

Les agents de brevet exercent généralement au sein de bureaux spécialisés ou de cabinets d'avocat, mais certains sont aussi des travailleurs autonomes.

Pour être un agent de brevet reconnu, il faut avoir réussi les examens écrits de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada. Mais il n'y a pas de scolarité particulière menant à l'obtention d'un diplôme, même si l'Institut offre divers types de formation de durées variables. « Une bonne moitié des agents de brevets et de marques de commerce au Canada ont une formation en droit, signale Michel Gérin. Mais il est aussi très important d'avoir une formation en sciences et en génie ainsi qu'une expérience en milieu de travail, généralement offerte dans le cadre de stages dans des cabinets spécialisés. »

Protection des marques de commerce à l'étranger Déficiences importantes au Québec

Habituées à la façon de faire nord-américaine en vertu de laquelle on acquiert les droits sur une marque par l'usage, les entreprises québécoises négligent souvent d'enregistrer leurs marques à l'étranger.

Or, les pratiques sont différentes sur les autres continents : le détenteur légal d'une marque est le premier à l'avoir enregistrée. Trop d'entreprises québécoises l'apprennent à leurs dépens, particulièrement les PME, qui n'ont pas toujours les ressources pour faire les recherches adéquates. Le marché québécois étant restreint, beaucoup d'organisations se tournent vers l'étranger, et beaucoup d'entre elles ne savent pas comment y protéger leurs marques et leurs brevets.

Spécialisé en protection de la propriété intellectuelle et en droit des affaires (y compris les litiges), le cabinet juridique Brouillette & Associés offre à cet égard un service clé en main aux entreprises, par lequel il enregistre marques et brevets dans chacun des marchés souhaités. Il dispose à cette fin d'un réseau de collaborateurs actifs dans une centaine de pays.

« Nous formons un petit cabinet de vingt personnes, précise l'associé-fondateur Robert Brouillette, et nous orientons notre action sur l'aide aux entrepreneurs. Étant nous-mêmes bâtisseurs, nous comprenons les petites et moyennes entreprises et sommes en mesure de leur venir en aide. »

Par l'entremise de Brouillette & Associés, on peut enregistrer une marque dans les 25 pays de l'Union européenne simultanément moyennant une somme



Robert et Stéphanie Brouillette, de Brouillette et Associés. Le cabinet juridique offre un service clés en main aux entreprises. Il enregistre marques et brevets dans chacun des marchés souhaités.

d'environ 7 000 \$. Ailleurs dans le monde, il en coûte de 2 000 \$ à 3 000 \$ par pays. Les brevets, par ailleurs, doivent être enregistrés dans chacun des pays visés, même en Europe.

« Le fait d'omettre d'enregistrer une marque ou un brevet ne crée pas automatiquement de problèmes, dit Stéphanie Brouillette, agente de marques de commerce, stagiaire au cabinet. C'est comme l'assurance-incendie; le jour où survient le sinistre, on est heureux d'être protégé. »



www.brouillette.ca
514 395-8500

L'INSTITUT DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DU CANADA et L'UNIVERSITÉ MCGILL présentent:

Cours d'été
2006 en

propriété intellectuelle

Cours d'initiation et cours d'appoint en propriété intellectuelle pour professionnels du milieu des affaires, du domaine juridique et du secteur public.

■ **Approfondissez** vos connaissances auprès de spécialistes du secteur de la PI.

■ **Apprenez** à élaborer des stratégies fonctionnelles en matière de brevets, de marques de commerce ou de droit d'auteur.

■ **Établissez** des contacts avec les participants provenant de toutes les régions du pays.

Montréal Université McGill

Understanding Patents
An Introductory Course
(31 juillet au 4 août)

■ Module 1 (2 jours)

*The Beginning:
Obtaining a Patent*
(31 juillet au 1^{er} août)

■ Module 2 (3 jours)

*Exploiting IP Rights:
A Worldwide Strategy for Attacking
and Defending a Patent*
(2 au 4 août)

Understanding Trade-marks
An Introductory Course
(7 au 11 août)

■ Module 1 (2 jours)

*Basics of Canadian
Trade-mark Procurement*
(7 et 8 août)

■ Module 2 (3 jours)

*Fundamentals of Trade-mark
Management and Contentious
Proceedings*
(9 au 11 août)

The Trade-marks Practitioner
An Advanced Course
(14 au 18 août)

■ Module 1 (2 jours)

*Licensing and Current Topics
in Trade-mark Law*
(14 et 15 août)

■ Module 2 (3 jours)

Litigation
(16 au 18 août)

**INSCRIVEZ-VOUS
DÈS MAINTENANT!**

Les cours sont enseignés en anglais

www.cce.mcgill.ca/ip

(514) 398-5454

Toronto Hotel Hilton Toronto

Understanding the Business of Copyright (21 au 23 août)



UNIVERSITÉ
McGill





ASSOCIATION QUÉBÉCOISE
POUR LA MAÎTRISE DE L'ÉNERGIE

www.aqme.org

Le congrès annuel de l'AQME « Pour aller plus loin » en efficacité énergétique

L'Association québécoise pour la maîtrise de l'énergie tiendra son congrès annuel les 3, 4 et 5 mai prochain à Laval, sous le thème « Pour aller plus loin ».



Anne-Marie Tellier

Au moment où l'AQME célèbre ses 20 ans d'existence, elle sent le besoin d'insister plus que jamais sur le fait qu'il existe à l'heure actuelle une foule de solutions permettant une consommation avisée de l'énergie, mais qu'elles ne sont pas toujours aussi connues qu'elles devraient l'être. « David Suzuki affirmait récemment que même si la recherche scientifique cessait, nous aurions quand même suffisamment de solutions pour faire face à des défis comme le réchauffement de la planète, souligne Anne-Marie Tellier, président directeur général de l'AQME. Ce qui s'impose donc, c'est de faire connaître et d'appliquer ces solutions dont nous disposons déjà. »

Le Congrès 2006 de l'Association mettra donc beaucoup l'accent sur les nombreux projets concrets qui ont déjà été réalisés au Québec en matière d'efficacité énergétique, que ce soit dans les secteurs industriel, commercial, institutionnel ou résidentiel. Outre les réalisations qui feront l'objet de présentation au congrès, les participants auront également l'occasion, le 4 mai, d'effectuer des visites techniques sur les lieux mêmes de certains projets efficaces au plan énergétique, soit le chantier du métro de Laval, le Centre CDP Capital, l'Aéroport Pierre-Elliott Trudeau, le Pavillon Lassonde de l'École Polytechnique, l'Institut

Armand-Frappier et la Maison de Radio-Canada.

Dans le cadre de son congrès annuel, l'AQME présentera également, le 3 mai en après-midi de 9 heures à 19 heures, une exposition commerciale où pas moins de 57 kiosques seront aménagés pour faire connaître des programmes,

« Notre congrès sera véritablement l'occasion de prendre connaissance de solutions accessibles et de contribuer à lever les obstacles qui se dressent sur la voie d'une meilleure efficacité énergétique »

produits et solutions éco-énergétiques. L'exposition sera ouverte gratuitement au public de 14 heures à la fermeture.

Le Congrès annuel de l'AQME sera également rehaussé par la présence de Dr Louis Fortier, personnalité scientifique de l'année 2005 La Presse - Radio-Canada, qui prononcera la conférence d'ouverture, et par le vulgarisateur scientifique Jean-Marc Carpentier, qui prononcera la conférence de clôture.

« Notre congrès sera véritablement l'occasion de prendre connaissance de solutions accessibles et de contribuer à lever les obstacles qui se dressent sur la voie d'une meilleure efficacité énergétique », conclut Mme Tellier.

L'Association québécoise pour la maîtrise de l'énergie, qui compte quelque 600 membres de tous les horizons, est un carrefour d'intervenants ayant un intérêt pour la maîtrise de l'énergie et une référence incontournable en matière d'efficacité énergétique.



Les marchés craignent une propagation de la crise islandaise

François Normand
francois.normand@transcontinental.ca

La crise financière qui secoue l'Islande depuis de nombreuses semaines inquiète au plus haut point les marchés financiers, rapporte l'Agence France Presse. Ceux-ci craignent que le même phénomène s'étende à des économies émergentes, et prenne ensuite une ampleur mondiale, comme lors de la crise asiatique de 1997-1998.

Le tempête islandaise a débuté en février quand l'agence de notation Fitch a dégradé la dette de l'Islande, petit pays de l'Atlantique Nord de 260 000 habitants. Un mouvement de panique s'est alors emparé des marchés, qui ont commencé à se dégager de la Bourse de Reykjavik et à vendre des couronnes islandaises.

Le problème s'est aggravé en mars lorsqu'une analyse de la banque danoise Danske Bank a fait un parallèle entre la crise

islandaise et celles qui ont frappé la Thaïlande en 1997, et la Turquie en 2001.

Certes, l'Islande pèse peu sur le plan international, mais elle présente des caractéristiques semblables à celles de certaines économies émergentes, à savoir un boom du crédit, une bulle immobilière, des investissements importants et un fort crédit commercial, souligne Xerfi, une firme d'analyse française. Rappelons que plusieurs pays d'Europe centrale ou encore la Nouvelle-Zélande affichent le même profil.

> PARIS RENONCE FINALEMENT AU CPE

Les manifestations monstres qui secouent la France depuis plusieurs semaines ont finalement eu raison du contrat de première embauche (CPE).

Le 10 avril, le président Jacques Chirac a annoncé que l'article 8 de la loi sur l'égalité des chances, qui

créait le CPE, sera remplacé par un dispositif en faveur des jeunes en difficulté.

Au début du mois, Paris avait modifié le CPE, qui visait à l'origine à faciliter l'embauche des moins de 26 ans, tout en permettant aux employeurs de les licencier sans justification pendant deux ans.

Ces allègements furent jugés insuffisants par les jeunes et les syndicats, qui ont continué à réclamer le retrait du CPE.

> AIR FRANCE RIPOSTERA AU TGV PAR DES TRAINS

Mise à mal par la concurrence du TGV sur les trajets de trois à quatre heures, Air France songe à exploiter des trains à ses couleurs en 2012-2014.

Plus rapide, moins cher, le TGV, qui fête cette année ses 25 ans, nuit de plus en plus au transporteur aérien, rappelle le quotidien *Le Figaro*.

Par exemple, sur les lignes

Paris-Marseille ou Paris-Bordeaux, Air France ne détient plus qu'un tiers des parts de marché. Et cette hémorragie ne se limite pas au territoire français. À titre d'exemple, sur la ligne Paris-Londres, le train *Eurostar* s'est emparé de 7 % des parts de marché du transport de passagers.

> EXXON MOBIL, LA PLUS GROSSE ET LA PLUS RENTABLE

La pétrolière Exxon Mobil est non seulement la plus importante entreprise américaine, mais aussi la plus rentable, selon le classement 2006 du *Fortune 500*.

Profitant des prix élevés du pétrole, Exxon Mobil a enregistré l'an dernier un bénéfice net de 36 milliards de dollars américains (G\$ US), sur des revenus de 340 G\$ US. Wal-Mart (315,6 G\$ US) et General Motors (192,6 G\$ US) suivent, au chapitre des revenus. ■

HEC MONTRÉAL

Formation des cadres
et des dirigeants

Séminaires publics



La gestion stratégique des ressources humaines : à la recherche d'une valeur ajoutée

25 et 26 mai 2006 - 9 h à 17 h

Denis Chênevert est professeur agrégé à HEC Montréal. Son enseignement est surtout tourné vers la gestion stratégique des ressources humaines et la mobilisation des employés.

www.hec.ca/cadresetdirigeants/programmes/gsrh.htm

NOUVEAU

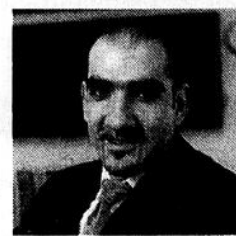
Introduction à l'analyse technique : méthodes et applications pratiques en salle des marchés

25 et 26 mai 2006 - 9 h à 17 h

Alain Elkaim (M. Sc. finance, HEC Montréal; Chartered Financial Analyst) coordonne les activités de la salle des marchés de HEC Montréal et y donne plusieurs cours de finance des marchés.

www.hec.ca/cadresetdirigeants/programmes/iat.htm

NOUVEAU



La maîtrise des habiletés de consultation

29 et 30 mai 2006 - 9 h à 17 h

Guy Archambault est professeur honoraire à HEC Montréal, il enseigne le management, la gestion du changement ainsi que les habiletés de direction et les habiletés de consultation.

Benoît Tremblay est professeur titulaire à HEC Montréal et Directeur du Centre d'études Desjardins en gestion des coopératives de services financiers.

www.hec.ca/cadresetdirigeants/programmes/mhc.htm

Maîtriser ses communications interpersonnelles : méthodes et outils

30 et 31 mai 2006 (Longueuil) - 9 h à 17 h

Valérie Lehmann (MBA et candidate au Ph. D. en administration, stratégie et communication HEC Montréal) est chargée de cours à HEC Montréal. Elle est formatrice et conseillère en management et en communication au Canada et en France.

www.hec.ca/cadresetdirigeants/programmes/cest.htm



Aucune formation spécifique dans le domaine n'est exigée.

SESSIONS EN ENTREPRISE Ces programmes peuvent être adaptés et offerts pour un groupe de votre organisation.

HEC Montréal - Formation des cadres et des dirigeants : 514 340-6001

DÉMARRAGE ET GESTION D'ENTREPRISE

Les CLD en première ligne pour soutenir le démarrage

120 Centres locaux de développement dans l'ensemble du Québec sont à la disposition des nouveaux entrepreneurs



Michel De Smet

dossiers@transcontinental.ca

Ils sont en première ligne du service de soutien technique, de conseil et d'appui financier aux nouveaux entrepreneurs. Difficile d'imaginer le paysage entrepreneurial sans la présence des 120 Centres locaux de développement (CLD) qui couvrent l'ensemble du territoire québécois.

« Ce qui nous rend uniques, c'est que nous ne laissons personne au bord de la route. Si nos conseillers estiment qu'ils ne sont pas outillés pour répondre efficacement à une demande, nous allons diriger la personne vers d'autres ressources, qu'il s'agisse d'une institution financière, d'un consultant privé ou d'un autre organisme public d'aide à l'entrepreneuriat », explique Daniel Béliveau, directeur général du CLD des Chénoux, en Mauricie.

« Car notre force, c'est aussi notre réseau de contacts, que nous pouvons activer en permanence pour servir notre clientèle », ajoute-t-il.

Pour sa part, Sonia Godbout, directrice générale du CLD de Longueuil, souligne que l'intervention de son organisme ne se limite pas aux entreprises en démarrage. Les PME déjà établies font également appel à

ses services de soutien pour leurs projets de développement. Du reste, pour appuyer leurs actions d'aide aux entreprises en démarrage comme en croissance, les CLD gèrent quatre programmes d'aide financière : le Fonds local d'investissement (FLI), le programme Jeunes Promoteurs, réservé aux personnes de 35 ans et moins, le Fonds de développement des entreprises d'économie sociale, et la mesure de Soutien au travail autonome (STA), qui permet aux futurs entrepreneurs de bénéficier d'un revenu de base durant le démarrage de leur entreprise.

Priorité aux mesures d'accompagnement

M^{me} Godbout et M. Béliveau précisent que la grande force des CLD réside dans les efforts d'accompagnement qu'ils déploient lors du démarrage de l'entreprise, en accordant une attention toute particulière à la préparation du plan d'affaires.

René Bouchard avait déjà réalisé trois plans d'affaires lorsqu'il s'est adressé au CLD des Chénoux. En janvier 2004, il a créé, dans la petite localité de Saint-Maurice, Cuspident, société qui importe des prothèses dentaires des Pays-Bas et de Colombie.

« Chaque fois que j'avais besoin d'un coup de pouce ou d'un avis, j'avais immédiatement accès à un conseiller du

CLD. Je le rencontrais pour m'assurer que j'étais sur la bonne voie avec mon plan d'affaires et ma stratégie marketing. »

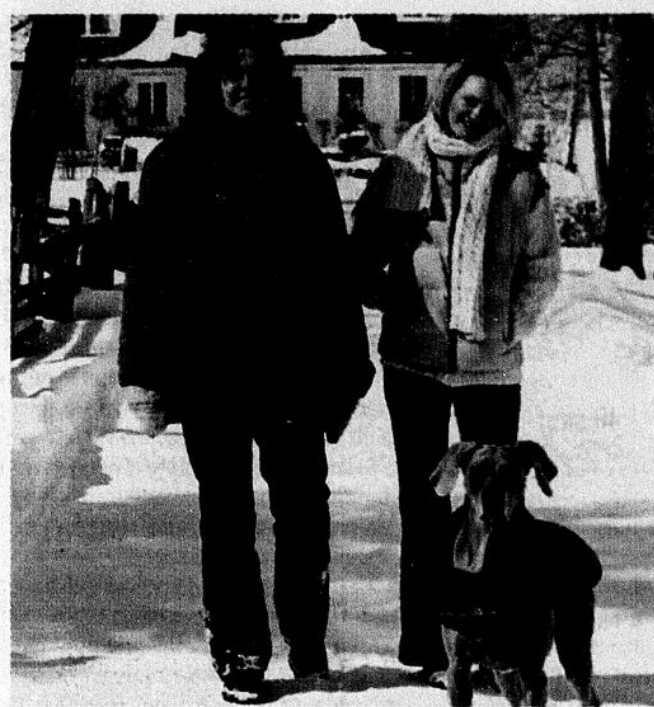
Installées sur la Rive-Sud de Montréal, Andrea Doucet-Donida et Jackie Morin-Ogilvy ont fondé en 2004 Chevaux Ogilvy Horse, qui conçoit des couvertures en matériaux thermorégulés – à l'origine mis au point par la NASA – pour les chevaux de course et les chiens.

Les deux associées ont bénéficié de l'aide du STA ainsi que du FLI, pour un total de 15 000 \$.

Elles évaluent très positivement l'encadrement accordé par le CLD de Longueuil lors de leur période de démarrage. « C'est un appui bien structuré. Cela nous a obligées à procéder par étapes et à renforcer ainsi progressivement notre plan d'affaires », indique M^{me} Doucet-Donida.

Celle-ci fait toutefois remarquer que le soutien du CLD a ses limites. Les deux partenaires ont, par exemple, investi personnellement 200 000 \$ pour réaliser le design et aussi le branding de leur entreprise, qui se positionne dans un créneau haut de gamme où l'image de marque revêt une importance capitale.

« Notre développement passe par l'exportation. Nous sommes rendus à cette phase, et le CLD nous a dirigées vers



Andrea Doucet-Donida et Jackie Morin-Ogilvy ont profité de l'aide du CLD de Longueuil pour fonder, il y a deux ans, Chevaux Ogilvy Horse, qui conçoit des couvertures, utilisant des matériaux thermorégulés, à l'usage des chiens et des chevaux de course.

Développement économique Longueuil (DEL), dont les services sont bien adaptés pour nous aider à nous implanter sur les marchés internationaux », dit M^{me} Doucet-Donida.

Adaptés aux couleurs locales

M^{me} Godbout précise que chaque CLD dispose ainsi d'une large autonomie qui lui permet de définir ses priorités pour mieux cibler les interventions sur son territoire.

Par exemple, à Longueuil, le CLD a soutenu l'an dernier 11 projets d'économie sociale, pour un investissement total de 1,3 M\$, en plus de créer un fonds comportant des incitatifs pouvant aller jusqu'à 20 000 \$, réservé à de jeunes entrepreneurs qui souhaitent s'associer dans le but d'acquiescer une PME. « Ce sont des choix logiques puisque nous comptons 130 entreprises d'économie sociale sur notre territoire et que nous prévoyons que près de

3 000 entreprises longueilloises changeront de propriétaire dans les années à venir », explique M^{me} Godbout.

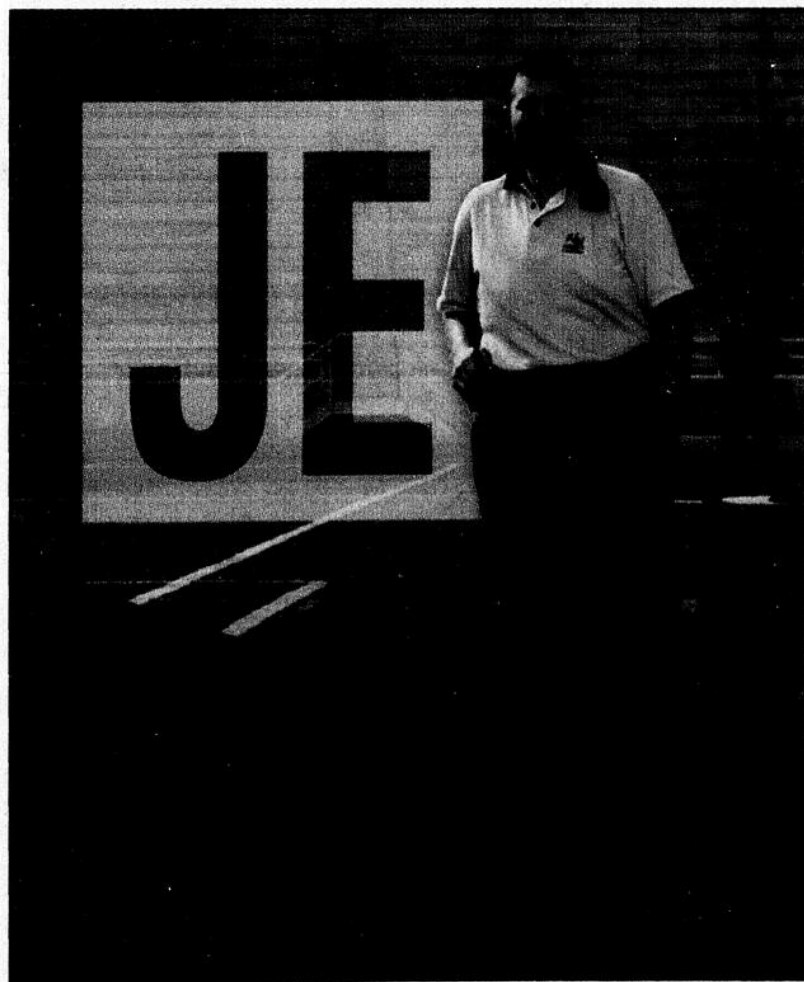
Bien sûr, les interventions d'un CLD en région rurale combinent des besoins très différents de ceux répertoriés par un CLD œuvrant en milieu urbain.

Le CLD des Chénoux sert une population de 17 000 personnes réparties dans une dizaine de petites municipalités.

« La ruralité est au cœur de nos préoccupations, précise M. Bélanger. Si l'on veut assurer le démarrage, mais aussi le maintien d'entreprises, il faut aussi réaliser des projets qui faciliteront le travail des entrepreneurs. C'est pourquoi nous avons décidé d'investir 900 000 \$ sur cinq ans pour rendre accessible Internet haute vitesse sur notre territoire qui, en raison de la faible densité de population, n'intéresse pas les grands cablo-distributeurs. »

Les CLD organisent aussi ponctuellement des événements afin de dynamiser le tissu entrepreneurial dans leur région.

Ainsi, le CLD de Longueuil a pu dégager 5 M\$ pour mettre sur pied un concours ouvert à toutes les PME installées sur son territoire, qui se tiendra début 2005. Les lauréats ont reçu un financement très considérable pour accélérer le démarrage ou l'expansion de leur entreprise. ■



Comme chef d'entreprise,
je n'ai pas de temps à perdre.

Ça tombe bien : RBC® m'en fait gagner.

« Ma directrice de comptes de RBC est toujours là pour moi.
Avec elle, je suis vraiment en de bonnes mains. »

— Pierre Touzin

Pour savoir comment RBC peut aider votre PME, composez le 1-800-ROYAL® 2-0
ou rendez-vous au www.rbcbanqueroyle.com/choix-affaires.

JE CHOISIS > RBC



RBC
Banque Royale

MANAGEMENT

Pour éviter les ennuis, enregistrez votre logo



Martin Jolicoeur
martin.jolicoeur@transcontinental.ca

Vous êtes fier de votre marque de commerce et de votre logo. Vous y avez consacré temps et argent. Pourquoi alors ne pas vous assurer que votre concurrent direct ne se les appropriera pas ?

Pourtant, plusieurs entreprises québécoises négligent de prendre cette précaution élémentaire lorsque vient le temps d'adopter une marque ou une représentation graphique (symbole, sigle et logo).

Selon **Georges T. Robic**, avocat spécialisé en propriété intellectuelle au cabinet **Léger Robic Richard**, de Montréal, les entreprises éviteraient bien des tracas et des frais juridiques astronomiques si elles se préoccupaient d'enregistrer leurs signatures (mot, logo, dessin) au *Registre national des marques de commerce*.

« Il n'y a rien de pire, dit-il, que de perdre du jour au lendemain le droit d'utiliser un nom ou un logo après l'avoir utilisé pendant des années. »

Votre concurrent pourrait s'approprier votre marque

C'est le cauchemar qu'ont déjà connu une bonne centaine d'entreprises au pays. Et les entreprises les plus vaillantes ne sont pas toujours celles que l'ont croit. Après des années de batailles juridiques infructueuses, le joaillier **Cartier** a dû se résoudre, pour récupérer l'usage de sa marque au Mexique,

à acquérir l'entreprise mexicaine qui utilisait sa marque sans permission.

« Nous prêchons moins dans le désert que par le passé, dit M. Robic. Les entreprises sont plus sensibilisées qu'autrefois à cette réalité. Mais il existe certainement un nombre important d'entreprises qui, tout en connaissant bien les risques, négligent toujours de se protéger. »

L'enregistrement d'une marque procure à son titulaire plusieurs avantages, dont la reconnaissance officielle du droit exclusif de l'emploi de cette marque dans tout le Canada, et le droit d'empêcher l'incorporation d'une entreprise ou l'enregistrement par une autre personne d'une marque ou d'un nom qui risquerait d'induire une confusion dans l'esprit du public.

À défaut d'un enregistrement au **Bureau des marques de commerce du Canada**, rien n'empêche une entreprise de s'approprier et de tirer profit de la vente d'un service ou d'un produit dont vous vous considérez propriétaire. En fait, cette entreprise pourrait très bien, après avoir obtenu l'enregistrement de votre marque ou logo, vous empêcher de l'utiliser !

Au même titre qu'un logo, une bande sonore, la couleur et même la forme d'un produit peuvent être revendiquées comme éléments distinctifs d'une marque figurative.

Fiberglass Canada a, par exemple, réussi à enregistrer au Registraire des marques le mot *pink* pour identifier et distinguer la laine isolante de couleur rose qu'elle vend.

Dans certains cas, la forme d'un produit ou de son emballage peut être enregistrée comme marque de commerce. C'est le cas du dessin de la bouteille **Coca-Cola**, qui



fait l'objet d'un dépôt de marque. De même manière, la forme de la barre de chocolat **Toblerone** et celle de la bouteille **Yop** de **Yoplait** sont considérées comme des signes distinctifs ayant fait l'objet de marque.

Bien que plutôt longue – environ deux ans –, la procédure d'enregistrement est peu coûteuse. Si tout se déroule sans problème, une protection renouvelable d'une durée de 15 ans dans toutes les provinces canadiennes coûtera autour de 1 500 \$.

Pour protéger sa marque ou son logo à l'extérieur du pays, une entreprise doit obligatoirement l'inscrire dans chacun des pays visés.

Encadrez l'usage de votre logo

Un autre moyen de protéger son logo ou sa marque est de s'assurer qu'il soit aimé de ses employés et utilisé de façon conforme par ceux-ci.

« Le respect de l'intégrité du logo, tant dans les couleurs, la forme, que dans son utilisation, est le meilleur moyen d'assurer

LECTURE RAPIDE



Pour lire de 50% à 150% plus rapidement sans sauter des mots.

Pour mieux gérer l'information.

www.formationsqualitemps.ca

son respect dans le public et sa longévité », affirme **Vasco Cecccon**, président de **Vasco Design**.

C'est pourquoi les firmes se dotent de cahiers de normes graphiques visant à guider les employés sur la façon d'utiliser leur logo. La société d'ingénierie **ABB** dispose d'un guide de quelque 300 pages. Ceux de la **Banque nationale** et de **Gaz Métro** font chacun une bonne cinquantaine de pages.

Ces guides traitent de tout, des logos imprimés sur les factures et le site Web, à celui qu'on peint sur les portes de camion, en passant par l'éclairage utilisé dans les événements spéciaux.

Chez **Gaz Métro**, ce guide de normes doit être utilisé par tous, les employés comme les fournisseurs. « Une entreprise qui veut que sa marque se développe ou soit connue, doit s'assurer que son image soit véhiculée de manière correcte, qu'elle ne soit jamais dénaturée », souligne **Nathalie Maurer**, chef de service, communications, marketing et Internet de **Gaz Métro**. ■

Les Grandes
Conférences
MBA
2006

LA MONDIALISATION MENACE OU OPPORTUNITÉ ?

6 conférenciers
des 6 universités
offrant le MBA

Réservez dès aujourd'hui
votre *speed learning*
du 27 avril 2006
de 8h à 14h30
Hôtel Omni Montréal
Membre : 190 \$
Non-membre : 250 \$
Repas inclus / Taxes en sus

Tél. : 514 282-3810
www.ambaq.com

Ressources humaines

Jean M. Trudel, Ph.D
Professeur
Université de Sherbrooke

Management international

Zhan SU, Ph.D
Professeur titulaire
Université Laval

Finance*

Suzanne Christoffersen, Ph.D
Professeur
McGill University

International Business*

Ari Van Assche, Ph.D
Assistant Professor
HEC Montréal

Technologies de l'information

Anne Beaudry, Ph.D
Assistant Professor
John Molson School of Business

Stratégies des affaires internationales

Bernard Landry, ancien Premier Ministre
Professeur agrégé
École des sciences de la gestion - UQAM

Bienvenue
à tous!

* en anglais

Présenté par: **FONDS**
de solidarité FTQ

Partenaires de
l'événement: **BANQUE**
LAURENTIENNE



Association
de l'industrie électrique
du Québec

DÉJEUNER CONFÉRENCE

« Hors Série » à Montréal

Monsieur André Boulanger
Président
Hydro-Québec Distribution

Thème « **Hydro-Québec Distribution :
La recherche
de l'équilibre** »

Date **Judi, 20 avril 2006 - De 12h00 à 14h00**

Endroit **Hyatt Regency Montréal - Grand Salon - niveau 4
(Complexe Desjardins)
1255, rue Jeanne-Mance, Montréal**

Coût **Membre : 65 \$
Non-membre : 85 \$**

Réservations **Réservations : Madame Émilie Pétré
Téléphone : (514) 281-0615 poste 24
Télécopieur : (514) 281-7965**

Notre
commanditaire
principal



90 ans
de développement
énergétique !

COMMUNICATION EN ENTREPRISE

Bien communiquer, ça rapporte

Claudine Hébert

lesaffaires.redaction@transcontinental.ca

Vouloir établir une bonne communication avec ses employés est une chose. Mais le faire réellement et efficacement en est une autre.

Voici trois entreprises qui peuvent servir d'exemples dans l'élaboration et l'application de plans de communication interne qui ont un réel impact sur la bonne marche des affaires.

> LES COMITÉS DU GROUPE LUSSIER

Chez **Groupe Lussier**, PME de Sainte-Julie spécialisée dans la vente de camions, la communication fait partie de la culture de l'entreprise.

Depuis qu'il a fondé son entreprise familiale, en 1967, **Gabriel Lussier** a toujours été un fervent défenseur de la communication bidirectionnelle. Au fil des ans, l'entreprise, qui compte plus de 325 employés répartis au sein de ses trois filiales (Centre du camion Lussier, Lussicam et Camions Excellence Peterbilt), a mis en place des comités qui se réunissent une fois par mois afin de favoriser les interactions entre employés et la direction.

Groupe Lussier a ainsi créé un comité santé et sécurité du travail, un comité d'entreprise qui veille à la qualité de vie au boulot et, récemment, un comité « virage santé » qui aide les employés à mieux s'alimenter et à garder la forme.

« Une initiative qui a un impact positif sur le taux d'absentéisme », indique la présidente de Camions Excellence Peterbilt, **Nicole Lussier**.

> L'INTERACTION CHEZ MÉSOTEC

À son arrivée chez **Mésotec**, PME de Sherbrooke spécialisée en usinage de précision et d'outillage et comptant 85 employés, la directrice des res-



GILLES DELISLE

Gabriel Lussier a toujours été un fervent défenseur de la communication bidirectionnelle. Au fil des ans, son entreprise a mis en place des comités, qui se réunissent une fois par mois, afin de favoriser l'interaction entre les employés et la direction.

sources humaines, **Roxanne Fillion**, a constaté que les communications internes était plutôt boiteuses.

Perte de temps lors des réunions, manque de clarté lors des évaluations de rendement des employés, absence d'interactions entre les employés lors du changement de quart de travail, bref, des lacunes qui nuisaient autant à la pro-

ductivité qu'au degré de satisfaction des employés.

Profitant du transfert de génération que connaît actuellement l'entreprise, M^{me} Fillion a suggéré à la nouvelle direction de recourir à un service de professionnels de la communication pour combler ces lacunes. Deux ans plus tard, elle peut dire : « Mission accomplie ».

L'entreprise évalue dorénavant ses employés suivant des critères plus pertinents deux fois par an plutôt qu'une seule. Afin de favoriser un meilleur transfert d'acquis entre les retraités et les nouveaux employés, on a instauré un système de parrainage. Et pour mieux prévenir tout malentendu ou incident, on accorde une période de 15 minutes de temps payé à tous les employés afin d'assurer la transition entre les quarts de travail.

« Quelques minutes supplémentaires qui coûtent beaucoup moins cher que le problème mécanique qui aura été ainsi évité », souligne la directrice des ressources humaines.

> LE MODÈLE RONA

Le plus important distributeur et détaillant canadien de produits de quincaillerie, de rénovation et de jardinage doit en grande partie sa réussite à une communication efficace au

sein de son réseau de plus 24 000 employés.

« Un élément essentiel pour une société qui est en mode acquisition », indique **Sylvain Morissette**, directeur des communications de **Rona**.

L'entreprise s'est dotée d'un processus de communication clair pour rassurer le plus rapidement possible les employés touchés par les transitions. Même s'ils sont informés en même temps que tout le monde, ils jouissent d'un soutien de la part des gestionnaires (documents questions-réponses, rencontres) dans les minutes qui suivent la transaction. Rona propose également un *modus operandi* exemplaire pour communiquer son plan d'affaires.

Tous les trois mois, le président **Robert Dutton** effectue une tournée nationale pour rencontrer les principaux directeurs des centres de distribution et des bureaux administratifs de la chaîne. Cette information est ensuite communiquée aux cadres des succursales, qui la partagent à leur tour avec l'ensemble de leurs employés.

Après en avoir discuté entre eux, les employés sont invités à émettre leurs commentaires et suggestions sur les directives proposées. ■

Comment établir un bon plan de communication

Améliorer la communication interne au sein d'une organisation ne se fait pas en un clin d'œil. Il faut en respecter les étapes, dont la première est l'ébauche d'un plan de communication approprié.

« On n'a pas besoin d'un plan complexe, souligne **Ahmed Galipeau**, président d'**AGC Communication**. Il doit être rédigé le plus simplement possible et refléter avant tout la mission et les valeurs de l'entreprise. »

Quels sont les principaux éléments dont on doit tenir compte lors de l'élaboration d'un plan de communication ? **Yves Chapleau**, président de **Coefficiente**, en définit huit :

- > Il faut d'abord sonder les intentions de la direction, qui doit déterminer ses objectifs clés en matière de communication.
- > L'évaluation du contexte organisationnel. Comment se portent les relations syndicales-patronales ? Les relations entre employés sont-elles fondées sur la compétitivité ou sur la collaboration ? Favorisent-elles l'individualisme ou la collectivité ? Connait-on vraiment les leaders naturels ? Adhèrent-ils aux idées et aux valeurs de la direction ?
- > Les problématiques doivent être cernées. Quelles sont les faiblesses de la situation actuelle pouvant être améliorées ?
- > Le plan doit expliquer l'orientation stratégique. Quels sont les objectifs visés ? Comment l'entreprise compte-t-elle faire participer les cadres ? Quelles répercussions ce plan peut-il avoir à l'externe ?
- > Faut-il adapter le message à chaque auditoire ? Quels types d'arguments employer ? Les messages risquent-ils d'être mal interprétés ?
- > Quels sont les moyens de diffusion les plus appropriés pour transmettre les messages ? Rejoindront-ils de façon adéquate les employés ? S'agit-il de moyens coûteux ?
- > Le plan doit prévoir des critères d'exécution. Quel est l'échéancier ? Le budget alloué ? Qui seront les porte-parole ?
- > Enfin, une fois qu'elle a appliqué son plan de communication, l'entreprise doit évaluer les résultats du processus. ■ C.H.

HEC MONTRÉAL

Formation des cadres et des dirigeants

PERFECTIONNEMENT POUR DIRIGEANTS

La gestion stratégique : de l'analyse à l'action

25 et 26 mai 2006 - 9 h à 17 h

Louis Hébert est professeur titulaire de stratégie à HEC Montréal. Il s'intéresse aux stratégies de croissance et de développement international des entreprises. Il est directeur pédagogique EMBA HEC Montréal - McGill.

www.hec.ca/cadresetdirigeants/dirigeants/gs.htm

Aucune formation spécifique dans le domaine n'est exigée.

SESSIONS EN ENTREPRISE

Ce programme peut être adapté et offert pour un groupe de votre organisation.

HEC Montréal - Formation des cadres et des dirigeants : 514 340-6001

LES AFFAIRES

ANNONCEZ VOS PRODUITS ET SERVICES A VOS CLIENTS POTENTIELS DANS NOTRE PROCHAIN DOSSIER

DESIGN

EN COLLABORATION AVEC L'INSTITUT DE DESIGN MONTRÉAL

DATE DE PARUTION : 20 mai 2006
TOMBÉE DE RÉSERVATION PUBLICITAIRE : 28 avril (avant 17 h) 2006

POUR INFORMATION : (514) 392-9000, POSTE 233

ÉCOLE DE COMMUNICATIONS STEPHAN ROY

Nous formons partout au Québec.

LES FORMATIONS

- ✓ Communication positive: l'art de faire une présentation efficace, l'animation de réunion, parler en public.
- ✓ Cours de communication sur mesure.
- ✓ Diction et pose de voix.
- ✓ Formation d'un porte-parole.
- ✓ Relations avec les médias.

LES CONFÉRENCES

- ✓ La motivation par la communication!
- ✓ La communication... une VRAIE passion!

LES PROMOTIVS ET PRODUCTIONS

Deductibles d'impôts, accrédités par Revenu Québec et Canada.

Pour informations (514) 947-3475 | www.ecolestephanroy.com/entreprise

Les entreprises devront dépenser plus en communication

Le grand patron de Publicis prévoit que les sociétés devront investir de 20 à 25 % de plus pour obtenir les résultats souhaités

Martin Jolicœur

martin.jolicoeur@transcontinental.ca

Conséquence directe de la multiplication des canaux de communication, les entreprises devront consacrer de plus en plus d'argent à leurs activités de communication, affirme **Maurice Lévy**, grand patron du **Groupe Publicis**.

En entrevue avec le journal LES AFFAIRES, le président du quatrième groupe de communication du monde en importance, a indiqué que

d'ici cinq ans, les entreprises clientes devront prévoir investir entre 20 et 25 % de plus en communication pour atteindre les résultats souhaités.

Actuellement, la part du chiffre d'affaires des entreprises consacrée aux activités de publicité, de marketing et de relations publiques varie en fonction des marchés, des catégories de produit, du degré de concurrence et des ambitions de chaque annonceur, et représente *grosso modo* entre 2 et 15 %.

Or, au rythme où se succèdent les innovations technologiques, la proportion du chiffre d'affaires consacrée à la communication pourrait approcher rapidement les 20 %, croit le président de Publicis.

« Ceux qui ne le réaliseront pas suffisamment rapidement pourraient le regretter amèrement », affirme M. Lévy, qui prévoit une dégringolade de leur part de marché, un effritement rapide de leur rentabilité, voire leur faillite à courte ou moyenne échéance.

Cela s'explique par la multiplication des canaux de communication, le fait que le consommateur est devenu de plus en plus difficile à atteindre et la nécessité de multiplier les moyens pour le rejoindre, précise M. Lévy, qui était de passage à Montréal à la fin mars.



VERONIQUE BELAND

« Plus les moyens de communication seront accessibles, plus il faudra approvisionner chacun d'eux », dit Maurice Lévy, président du Groupe Publicis.

Plusieurs canaux de communication à exploiter
Selon M. Lévy, il serait irréaliste de croire qu'un meilleur ciblage de la clientèle, et donc des modes de communication utilisés, permettra de limiter l'explosion des dépenses en communication.

« J'ai bien peur que ce ne soit là qu'une vue de l'esprit, malheureusement. Contrairement à d'autres métiers, nous ne sommes pas dans un système de substitution, mais plutôt dans un système d'addition. »

Outre la télévision, dit-il, les annonceurs ont investi massi-

vement dans Internet, et se tournent de plus en plus vers le marketing direct.

« Plus les moyens de communication seront accessibles, plus il faudra approvisionner chacun d'eux. »

Comme le consommateur est de plus en plus volage (moins fidèle aux marques), M. Lévy insiste sur le fait que les publicitaires devront savoir se rapprocher de lui de manière plus précise et créer un lien de fidélité.

« On appelle cela la "communication émotionnelle". C'est l'antithèse du matraquage. On

la réalise de façon plus subtile qu'une simple opération de promotion : on agit en profondeur. Lorsqu'on applique cette stratégie, il est inévitable que les budgets de communication augmentent. »

Les entreprises clientes sont-elles prêtes à faire ce choix ? « C'est tout simple, répond-il. Lorsque les sociétés réfractaires commenceront à perdre des parts de marché, elles seront obligées de réagir. C'est aussi simple que cela. »

Depuis 1996, Maurice Lévy mène une politique agressive d'expansion mondiale. Il a en outre piloté l'acquisition du

groupe **Saatchi & Saatchi**, en 2000, celle du groupe **Bcom3** (détenteur de **Leo Burnett** et **D'Arcy**) en 2002 et, ce faisant, il a contribué à la signature d'un accord de partenariat avec l'important groupe japonais **Dentsu**.

Le 29 mars dernier, Publicis, entreprise française cotée à la **Bourse de New York** depuis 2002 et à celle de Paris depuis 1970, a conclu un accord en vue d'acquiescer 80 % du capital de **Betterway Marketing Solutions**, l'une des plus importantes agences de marketing de Chine. Publicis renforce ainsi sa présence sur le territoire asiatique. ■

Une équipe de HEC, 3^e à un concours international

Une équipe du MBA intensif de **HEC Montréal** a obtenu le troisième rang d'un concours international de cas organisé par la **National University of Singapore**, qui s'est tenu dans la ville du même nom le 27 mars dernier.

L'équipe de HEC Montréal était composée de **Bernard Fleury**, **Marie-Pascale Morissette**, **Christopher Olsen** et **Yue Zhang**. Les étudiants

devaient présenter un plan d'affaires pour une entreprise désireuse de se déployer à l'international.

Le concours réunissait 641 équipes de 117 universités provenant de 31 pays. HEC Montréal avait envoyé deux équipes. L'autre est allée jusqu'en demi-finale.

L'équipe gagnante provenait de l'**Instituto de Empresa** d'Espagne. ■ **J.-P.G.**

CLUB DE PRESSE BLITZ
LE RÉPERTOIRE DES MÉDIAS DU CANADA
26000 inscriptions/contacts
(514) 722-5128
1-888-819-3282
www.datablitz.com
aussi :
BLITZ 24
SERVICE UNIQUE DE MESSAGERIE EN "CIRCUIT DE PRESSE"
(514) 593-7399
www.blitz24.com



Services PROFESSIONNELS

APPELS D'OFFRES



APPELS D'OFFRES

Centaines de projets publics. Pas besoin d'internet.

Essai Gratuit : 1-866-760-9627
www.soumissionnez.com

CONSULTATION



Allier savoir être et savoir-faire

Depuis 1990, Impact-Pro offre des services-conseils, du coaching et de la formation sur mesure à des entreprises locales, nationales et internationales.

Vous désirez :

- consolider vos équipes ?
- développer votre leadership ?
- augmenter et fidéliser votre clientèle ?
- gérer vos émotions avec l'intelligence émotionnelle ?
- gérer efficacement le changement ?
- communiquer autrement, communiquer efficacement ? (maîtriser le langage non verbal)
- négoier gagnant / gagnant ?

www.impact-pro.ca

CONSULTATION

DEVELOPPEMENT DES AFFAIRES

Recherche et négociation de partenariats commerciaux et techniques
Fusion acquisition secteurs télécommunication, télématique, sécurité
Mise en relation avec des acheteurs partenaires potentiels

LANDAU BUSINESS SOLUTIONS 1 877 752 0304

CABINET CONSEIL CAMPEAU



SERVICES OFFERTS :

- Gestion de carrière / RH
- Psychologie
- Orthophonie
- Expertise psychologique
- Nutrition - Diététique
- Orthopédagogie
- Traitement de l'anorexie
- Neuropsychologie
- Ergothérapie
- Médiation
- Orientation
- Travail social
- Psychoéducation
- Kinésiothérapie
- Services aux entreprises

Bourcherville (450) 641-9509
Brossard (450) 466-8885
WWW.CABINET-CONSEIL-CAMPEAU.CA

CONSULTA www.consulta.com
514-875-1740

Évaluation et Sélection de logiciels (ERP-CRM)

- 100 PME manufacturières implantées
- Impartialité envers revendeurs de logiciels
- Consultants pour BDC, Consultants Québec
- En affaire depuis 1995

ANALYSE, REVUE DES PROCESSUS, RÉDACTION DES DEVIS,
COMPILATION APPELS D'OFFRE, SCÉNARIO DE DEMOS, PRÉSELECTION,
RECOMMANDATION FINALE, ACCOMPAGNEMENT À L'IMPLANTATION.

DÉVELOPPEMENT DE CARRIÈRES



Votre partenaire en recrutement

Compatibilité • finance • vérification • fiscalité
• paie • coût de revient • bancaire • assurances
514-499-8204 • kfr787e@kellyservices.com

Kelly est un employeur qui soutient pleinement à l'égalité en matière d'emploi.
© 2006 Les Services Kelly (Canada) Inc. 101194



Ginette Salvas
Formatrice certifiée

Étiquette des affaires et comportement positif

Formations et conférences depuis 1991
www.ginettesalvas.com
(514) 795-9775

OFFREZ VOS PRODUITS DANS NOTRE RUBRIQUE SERVICES PROFESSIONNELS.

(PMB 2005, 18+, Qc franco.)
50% de nos 353 000 lecteurs ont de l'influence d'achat au sein de leur entreprise.

INTERNET

web tactik

Partenaire de vos affaires électroniques

Faites comme nos clients !
Augmentez vos ventes grâce à un bon site Internet

www.webtactik.com | 514-253-3000

RÉDACTION DE CURRICULUM VITAE

ConseilPro (514) 499-9414
www.conseilpro.com

- Rédaction professionnelle de c.v.
- Présentation efficace • Contenu convaincant
- Réaffectation • Gestion de carrière

LES AFFAIRES.com / carrières

Des emplois de qualité pour des candidats qualifiés.

Un sous-traitant n'est pas toujours tenu à la loyauté



Jean H. Gagnon

lesaffaires.redaction@transcontinental.ca

Avocat spécialisé en franchisage et médiateur

À défaut d'une entente claire, une entreprise peut difficilement empêcher un sous-traitant de lui faire concurrence auprès de ses propres clients.

C'est ce qu'a conclu en décembre 2004 la juge **Danièle Mayrand**, de la Cour supérieure du Québec, dans le litige opposant **Ateliers d'Arts Sylvestres** à **Industries Procam**.

Les faits

De 1996 à 2002, Ateliers d'Arts Sylvestres était un fournisseur de **Réno-Dépôt**, notamment en tablettes et des équerres ornementales de bois.

À la suggestion de Réno-Dépôt, Sylvestres a retenu les services d'un agent manufacturier, **Services Grimco**, qui lui a permis de développer ses affaires au point où, en 2002, elle offrait 150 produits. À l'époque, Réno-Dépôt représentait entre 75 et 90 % de son chiffre d'affaires.

Depuis le début de 2000, Sylvestres avait aussi retenu les services de sous-traitant de Procam, qui produisait des composantes d'équerres ornementales qu'elle vendait à Réno-Dépôt.

Au cours de 2001, Procam a demandé à Sylvestres de le mettre en contact avec Grimco afin de l'aider à percer le marché des grandes surfaces avec un autre produit, des décorations murales gravées.

Sylvestres a accepté à condition que Procam lui verse une commission sur ces ventes et qu'elle ne lui fasse pas concurrence. Mais quelques mois plus tard, cette entente fut remplacée par une nouvelle, qui substituait un rabais sur les services de sous-traitance qu'elle effectuait pour Sylvestres aux commissions sur les ventes de Procam. Plus important encore : cette nouvelle entente ne comportait plus de clause de non-concurrence.

Au printemps de 2002, un représentant de Réno-Dépôt apprend que Procam est un sous-traitant de Sylvestres. Il décide alors de solliciter une soumission directement auprès de Procam pour certains produits fournis par Sylvestres.

Après avoir comparé la soumission faite par Procam aux prix de Sylvestres, Réno-Dépôt décide de faire affaire dorénavant avec Procam.

Par la suite, Réno-Dépôt décide, en décembre 2002, de ne pas renouveler le contrat de fournisseur de Sylvestres, qui, en ayant perdu cet important contrat, a dû fermer ses portes trois mois plus tard.

Sylvestres a alors déposé un recours en injonction contre Procam en alléguant que celle-ci avait violé l'engagement de non-concurrence inscrit dans le premier contrat et qu'elle était coupable d'une forme de concurrence déloyale.

La décision

Dans un premier temps, la juge Mayrand a conclu que la seconde entente signée entre les parties avait eu pour effet d'annuler la première, et qu'il n'y avait donc plus d'engagement de non-concurrence en vigueur.

Quant à l'allégation de concurrence déloyale, la juge a constaté que Procam avait fondé sa soumission sur les prix de détail affichés dans les magasins Réno-Dépôt. En fait, Procam n'aurait jamais

vu ni utilisé la liste de prix ou quelqu'autre donnée confidentielle de Sylvestres.

De plus, le tribunal a conclu qu'« en affaires commerciales, la gratitude ne se traduit pas nécessairement par une obligation de loyauté qui empêcherait l'absence de compétition dans un libre marché ».

La plainte de Sylvestres a donc été rejetée.

Couchez le tout sur papier

Ce jugement montre l'importance, dans le cadre d'une relation de sous-traitance, de bien coucher sur papier les obligations de chaque partie, notamment en matière de concurrence et, encore plus, en ce qui concerne les clients de l'entreprise qui confie une partie de son travail en sous-traitance. ■

Précision

Dans l'article intitulé *Québec veut donner un nouvel élan aux biotechs* publié dans notre édition du 8 avril, il aurait fallu lire que le pdg de Génome Québec est Paul L'Archevêque, tandis que Thomas Hudson dirige le Centre d'innovation Génome Québec et Université McGill. ■

> LE LIVRE DE LA SEMAINE

Marjorie Côté

lesaffaires.redaction@transcontinental.ca

Coordonnatrice à la logistique et aux achats à la Librairie Coop HEC Montréal

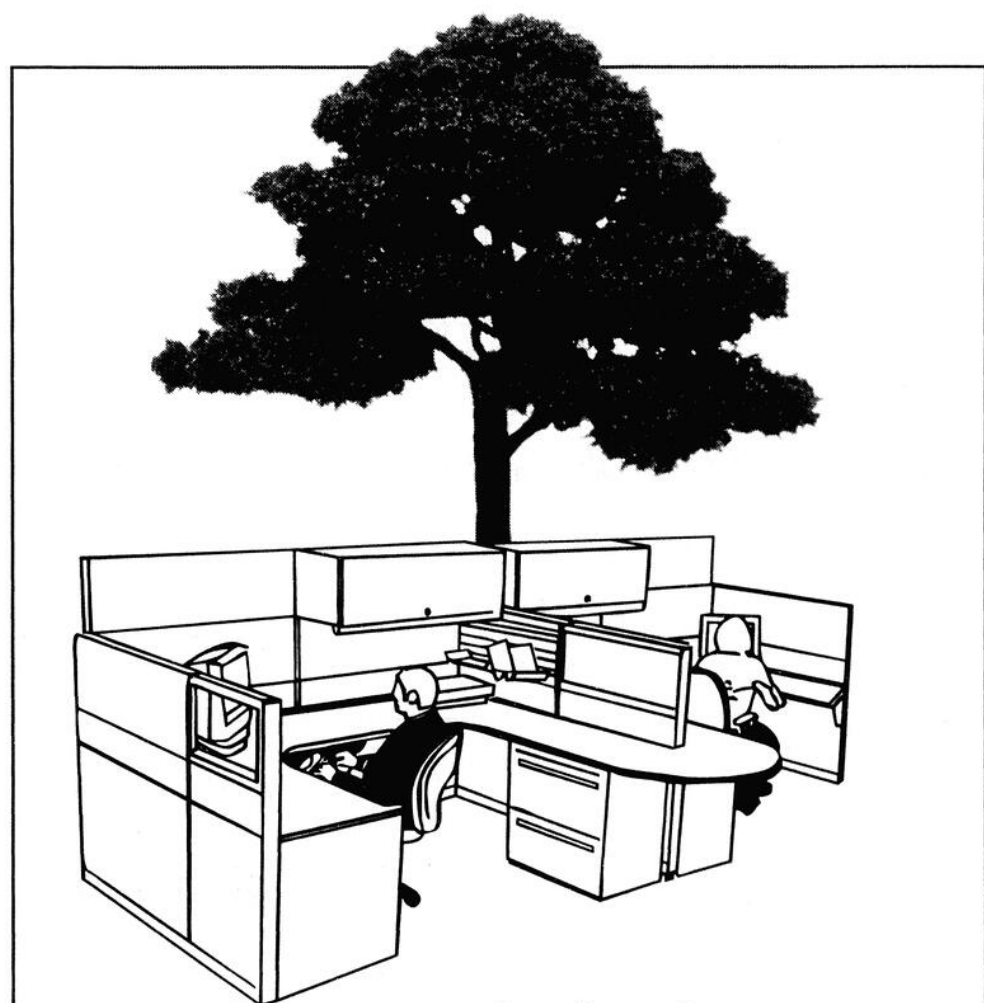


Pour comprendre le succès de **Télémedia** et permettre aux gestionnaires d'en tirer les leçons, **Jacqueline Cardinal**, professionnelle de recherche, et **Laurent Lapierre**, titulaire de la Chaire de leadership de **HEC Montréal**, se sont intéressés à la vie de ses deux principaux dirigeants, **Philippe de Gaspé Beaubien** et son épouse **Nan-bowles O'Connell**.

Uni depuis 50 ans, ce couple a tout partagé : l'ascension professionnelle et sociale, les succès et les échecs, la fortune

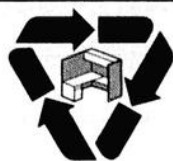
et les aléas de la relève. En observant leur façon de vivre, leurs méthodes de travail et leurs modes de fonctionnement, les auteurs de *Noblesse oblige : l'histoire d'un couple en affaires* ont été les témoins privilégiés de leur désir de changer les choses dans leur milieu, et de léguer à leurs trois enfants, à qui ils laissent la gestion du holding familial, leurs valeurs profondes. ■

Noblesse oblige : l'histoire d'un couple en affaires, Laurent Lapierre et Jacqueline Cardinal, Éditions Logiques, 2006, 238 pages, prix suggéré : 29,95 \$



Ameublement de bureau
Postes de travail recyclés

Économisez...
Mêmes produits
Mêmes qualité
Mêmes finis



514 **937-1117** www.reseaub.com

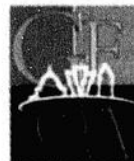
Teknion • Steelcase • Artopex • Boulevard • Etc.

Si on demande de la rigueur dans le privé, on peut à plus forte raison en exiger dans le domaine public.

Le journal **LES AFFAIRES**
examinera cette question !



Consultez notre cahier spécial du 6 mai 2006 sur
LA GOUVERNANCE DES GOUVERNEMENTS



2006
Montréal

Montréal

CARRIÈRES **LES AFFAIRES**



VALEURS MOBILIÈRES GROUPE INVESTORS INC.

CONSEILLER EN VALEURS MOBILIÈRES (3 postes)

Régions de Montréal, Vancouver & Hamilton

Valeurs mobilières Groupe Investors Inc. est à la recherche de conseillers en valeurs mobilières pour la grande région de Montréal, de Vancouver et d'Hamilton. Votre tâche principale à titre de conseiller en valeurs mobilières sera d'optimiser nos services de planification financière et de planification des placements en fournissant des services d'analyse et de révision de portefeuille. Vous serez aussi appelé à soutenir les efforts de notre réseau de conseillers dans la prestation de services de gestion du patrimoine, en plus d'animer des ateliers de formation et de communication sur les stratégies de placement.

Détenteur d'un permis d'exercice valide, vous comptez au moins cinq ans d'expérience dans le secteur des services financiers, dont deux ans à titre de conseiller en valeurs mobilières/représentant inscrit dûment enregistré auprès de l'ACCOVAM, et vous avez accumulé un nombre adéquat de crédits de formation et vous avez réussi le cours relatif au Manuel sur les normes de conduite (MNC). Vous possédez d'excellentes aptitudes pour la communication et ce tant en anglais qu'en français. Les titres de GPC, de FICVM, de CFA ou de CFP seraient un atout. Être titulaire d'un baccalauréat en administration ou d'une maîtrise en finance et du cours à l'intention des directeurs de succursale de l'Institut canadien des valeurs mobilières seraient également un atout.

Si vous aspirez à vous bâtir une carrière au sein d'une organisation de premier rang dont les valeurs reposent sur l'intégrité, la qualité et la diligence, faites parvenir votre curriculum vitae au plus tard le 21 avril 2006 à l'attention de la Vice-présidente, Réseau de spécialistes en valeurs mobilières, Valeurs mobilières Groupe Investors Inc., bureau 2040, 2001, rue University, Montréal (Québec) H3A 1T9. Vous pouvez aussi l'envoyer par télécopieur au (514) 843-9438 ou par courriel à humanresourceeastcanada@investorsgroup.com.

Nous remercions tous les candidats, toutefois, nous ne communiquerons qu'avec les personnes convoquées pour une entrevue.



SPÉCIALISTE EN PLANIFICATION HYPOTHÉCAIRE

Région de Montréal

Le Groupe Investors est présentement à la recherche d'un spécialiste en planification hypothécaire. Le titulaire du poste aura pour principale responsabilité l'atteinte d'objectifs quantitatifs en matière de prêts hypothécaires résidentiels, de prêts pour placement et d'autres prêts garantis par des biens immobiliers pour les clients du Groupe Investors. Il jouera aussi un rôle d'expert-conseil auprès des conseillers de Services financiers Groupe Investors au sujet de la gamme de produits de crédit hypothécaires du Groupe Investors.

Le candidat recherché devra avoir cumulé une expérience de 5 à 7 ans dans un milieu de travail relié à la souscription de produits hypothécaires ou aux services bancaires. Il détient un diplôme universitaire en administration des affaires ou un diplôme équivalent. De plus, il a une aptitude manifeste pour la vente et maîtrise parfaitement le français et l'anglais. Si cette opportunité de carrière vous intéresse, nous vous invitons à soumettre votre candidature.

Le candidat recherché devra avoir cumulé une expérience de 5 à 7 ans dans un milieu de travail relié à la souscription de produits hypothécaires ou aux services bancaires. Il détient un diplôme universitaire en administration des affaires ou un diplôme équivalent. De plus, il a une aptitude manifeste pour la vente et maîtrise parfaitement le français et l'anglais. Si cette opportunité de carrière vous intéresse, nous vous invitons à soumettre votre candidature.

Pour postuler, faites parvenir votre curriculum vitae par courrier électronique à

humanresourceeastcanada@investorsgroup.com, par télécopieur au (514) 843-4047 ou par la poste au service des Ressources humaine 2001, rue University, bureau 2000, Montréal (Québec) H3A1T9, au plus tard le 21 avril 2006 à 17 h.

Nous remercions tous les postulants, mais nous ne communiquerons qu'avec les candidats retenus.

DIRECTEUR DES VENTES

Notre client, chef de file au Canada recherche un excellent gestionnaire qui dirigera une importante force de ventes. Cette opportunité permettra au titulaire de joindre très rapidement le rang des exécutifs (d.g. ventes ou vice-président) au sein de cette entreprise. Référence: 81854

Veuillez faire parvenir votre curriculum vitae à l'adresse courriel suivante: dlaurinaitis@matteic.com

CONVERGENCE EMPLOIS **LES AFFAIRES**

CARRIÈRES **LES AFFAIRES**

dossier spécial

L'Ingénieur :
une profession aux multiples facettes

DANS LE JOURNAL **LES AFFAIRES**

13 mai 2006

POUR ANNONCER :

DATE LIMITE DE
RÉSERVATION :

28 AVRIL 2006

CHANTAL NORMANDIN :
conseillère publicitaire

(514) 392-4126

Bois Hunting Inc.
Classificateur de bois franc

La personne recherchée travaillera à la classification de bois franc dans notre usine de sciage.

Exigences :

- DEP en classification des feuillus obligatoire
- Carte de certification comme classificateur de feuillus
- Connaissance approfondie des règlements de la NHLA
- 2 années d'expérience dans la classification

Faire parvenir votre curriculum vitae par télécopieur au (819) 562-2285 ou par courriel à myergeau@boishunting.com

Référence : 82276V

DOMAINE
Choquet
Relais dévoué

RELATIONNISTE

Pour notre précieuse clientèle

- Présentation de traiteur et de réceptions
- Planification de publicité et expansion.
- Réunions et formation d'affaires.

Envoyer C.V. par fax: (450) 652-2437

Offre de la semaine en IT:
DIRECTEUR PRINCIPAL PMO (Montréal)

PRINCIPALES RESPONSABILITÉS : Relever du Vice-président du groupe l'intégration et gestion de projets, le Directeur principal. PMO joue un rôle clé dans la planification, le démarrage et le suivi de tous les projets importants dans l'organisation.

PROFIL RECHERCHÉ : Vous êtes détenteur d'un baccalauréat en informatique, en gestion de projets ou l'équivalent et avez dix ans d'expérience comme chef de projets. Vous avez dirigé des projets majeurs et vous avez accumulé cinq d'expérience en tant que chef de département. Vous possédez une bonne connaissance de l'informatique et une bonne connaissance des outils de gestion de projets (Ms/Project).

Les personnes intéressées par le poste sont invitées à soumettre leur candidature par courriel à l'adresse suivante : Phdelisle@videotron.ca

Pour plus de détail sur ce poste, consulter www.lesaffaires.com/carrieres sous le numéro de référence 82595

En collaboration avec la Fédération de l'informatique du Québec **FIQ** Le réseau des TI au Québec Devenez membre de la FIQ www.fiq.qc.ca

Vous voulez être dans la prochaine parution ?

Vous avez jusqu'à Lundi pour le faire
et profitez de notre garantie de
rendement et affichage web
pour le même prix !

RÉSERVATION

Chantal Normandin

conseillère publicitaire :

(514) 392-4126

Pour annoncer : Chantal Normandin (514) 392-4126



SAGUENAY-LAC-SAINT-JEAN

SOMMAIRE

Aluminium

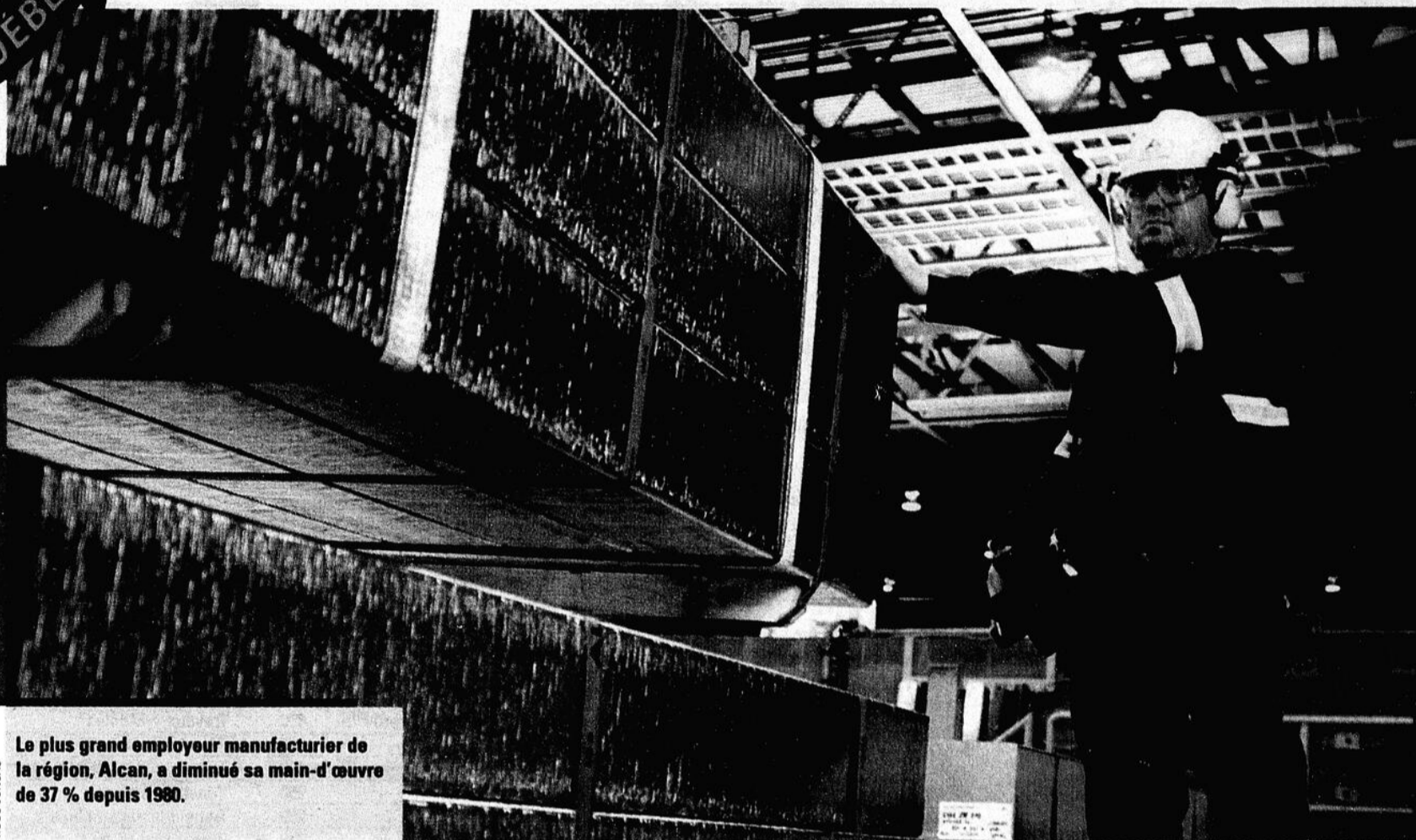
L'industrie commence à se diversifier
p. 39

Chantier de la centrale Péribonka

Une aubaine pour la région
p. 40

Économie sociale et récupération

Coderr en pleine croissance
p. 41



Le plus grand employeur manufacturier de la région, Alcan, a diminué sa main-d'œuvre de 37 % depuis 1980.

HUGO JONCAS



Hugo Joncas

hugo.joncas@transcontinental.ca

Clément Desbiens, économiste d'Emploi-Québec au Saguenay-Lac-Saint-Jean, se montre catégorique : « Dans la région, l'innovation et les investissements viendront des PME. Il ne faut pas s'attendre à ce que les grandes entreprises créent beaucoup d'emplois : ce n'est pas ce qu'on a vu dans les 30 dernières années. »

À preuve : depuis 1980, le plus grand employeur manufacturier, **Alcan**, a réduit sa main-d'œuvre de 37 %, et ce, malgré une augmentation

de sa production d'aluminium. Et ce n'est pas fini : l'entreprise pourrait fermer son usine d'alumine Vaudreuil quand les prix de cette matière première retomberont.

Quant aux espoirs d'agrandissement de l'aluminerie d'Alma, ils ne sont pour l'instant fondés que sur de vagues intentions formulées par la haute direction d'Alcan, tout comme la construction éventuelle d'une usine de brasques à Jonquière.

Dans l'industrie forestière, la situation n'est guère plus reluisante : à Jonquière, la société

Cascades menace de fermer son usine de pâte Kraft Fjord-Cell dès cet été.

À La Baie, l'usine de Port-Alfred fermée par **Abitibi-Consolidated** sera bientôt démantelée, faute d'acheteur. Dans le même arrondissement, la scierie de **Produits forestiers Saguenay** a aussi mis la clé sous la porte le mois dernier.

Virage nécessaire

Diagnostic : le Saguenay-Lac-Saint-Jean doit créer ses emplois lui-même. Pour y arriver, la région doit inverser la tendance.

Le taux de chômage a bien baissé de 2,3 % en février par rapport à février 2005, s'établissant à 8,4 %, mais pour M. Desbiens, cette comparaison ne tient pas, puisque l'année 2005 a été catastrophique pour la région. « Les conditions d'emploi restent très difficiles », dit-il.

La construction de la centrale Péribonka et de l'autoroute 175 dans le parc des Laurentides ne suffiront pas à renverser la tendance. Le consensus est clair dans la région : les PME ne doivent pas attendre les grands contrats attribués de

l'extérieur, mais se diversifier et se concentrer sur la valeur ajoutée.

Dans l'or gris, le virage est bien entamé. « Il y a 85 entreprises dans la région qui transforment de l'aluminium », dit **Serge Simard**, nouveau président de la **Conférence régionale des élus (CRÉ)**. Selon les chiffres de l'organisme, près de 2 000 personnes travaillent dans la transformation de ce métal dans la région et 400 chercheurs font avancer l'industrie à l'**Université du Québec à Chicoutimi**, dans les cégeps et dans les centres de

recherche. Pour l'instant, cependant, la **Société de la Vallée de l'aluminium** n'a pas de chiffres précis sur la quantité d'aluminium transformé dans la région.

L'industrie forestière est devant les mêmes défis et doit, elle aussi, investir dans la valeur ajoutée.

En outre, selon **Bruno Minier**, directeur général du **Centre de haute technologie Saguenay-Lac-Saint-Jean**, « il faut investir de nouveaux créneaux, dont les biotechnologies et les technologies de l'information et des communications ». ■

SUIVEZ LA SÉRIE DE DOSSIERS SPÉCIAUX HEBDOMADAIRES

DU 28 JANVIER AU 27 MAI 2006

LA SEMAINE PROCHAINE
CENTRE-DU-QUÉBEC



Développement économique, Innovation et Exportation

Québec

LA RÉGION EN CHIFFRES

Superficie

95 893 km²
(7,3 % du Québec)
3^e région administrative
sur 17

Population (2005)

275 427 habitants
(3,7 % du Québec)
10^e région administrative
sur 17

Solde migratoire (2004-2005)

-2 276 habitants
(34 238 habitants
au Québec)

Perspectives démographiques 2001-2026

-11,7 % (9,3 % au Québec)

Taux de population urbaine

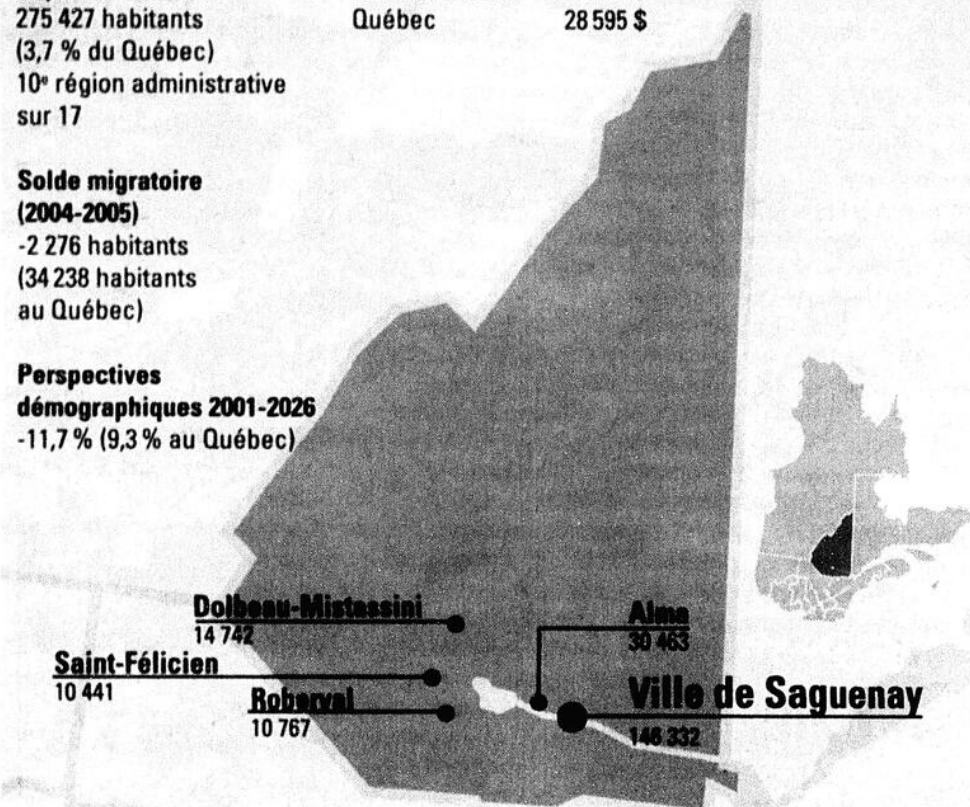
71,8 % (80,4 % au Québec)

Revenu disponible par habitant en 2004

Saguenay -
Lac-Saint-Jean 25 421 \$
Québec 28 595 \$

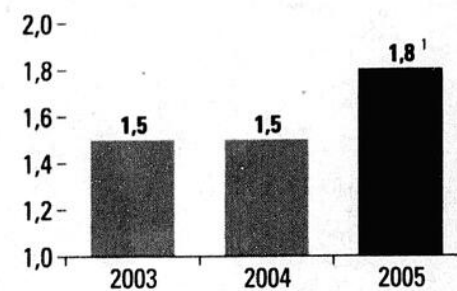
Adultes titulaires d'un diplôme collégial ou universitaire

Saguenay -
Lac-Saint-Jean 26,1 %
Québec 31,7 %



SOURCES : STATISTIQUE CANADA, INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC ET MINISTÈRE DES AFFAIRES MUNICIPALES

INVESTISSEMENTS (en G\$)



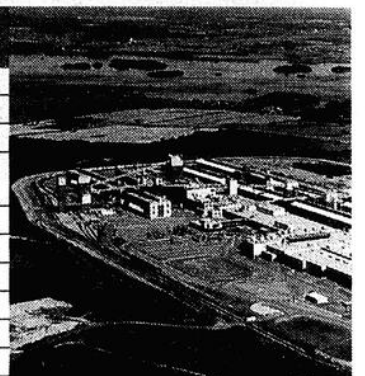
¹ Correspond à 3,6 % de l'ensemble du Québec

ACTIVITÉ MANUFACTURIÈRE (2003)

	Saguenay - Lac-Saint-Jean	Part du Québec
Nombre d'établissements	440	2,9 %
Employés à la production	12 845	2,8 %
Valeur des expéditions	4,4 G\$	4,2 %

PRINCIPAUX EMPLOYEURS PRIVÉS

Entreprise	Nombre d'employés	Secteurs d'activité
Alcan	6 000	Aluminium
Abitibi-Consolidated	3 500	Papier, bois
Bowater	1 130	Papier, bois
Chantier Péribonka d'Hydro-Québec	824	Construction d'une centrale hydroélectrique
Coop. forestière Girardville	350	Travaux sylvicoles
SFK Pâte	330	Pâte à papier Kraft
Usine de congélation Saint-Bruno	300	Transformation de bleuets
Construction Proco	250	Construction
Leggettwood	250	Transformation du bois
Cascades	246	Papier, carton, bois



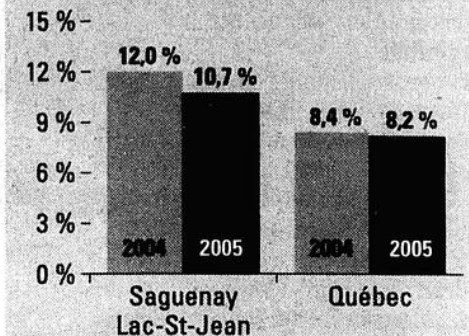
SOURCES : EMPLOI-QUÉBEC ET MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DE L'INNOVATION ET DE L'EXPORTATION DU QUÉBEC

MARCHÉ DU TRAVAIL

Saguenay - Lac-St-Jean	2004	2005
Taux d'activité	61,0 %	59,8 %
Taux d'emploi	53,7 %	53,4 %

Le Québec	2004	2005
Taux d'activité	65,8 %	65,7 %
Taux d'emploi	60,3 %	60,4 %

TAUX DE CHÔMAGE



FDO AXION

FORMATION ET DÉVELOPPEMENT ORGANISATIONNEL



Notre mission

Accroître la compétitivité et la productivité des entreprises par la mise en valeur de leur capital humain en les supportant par les meilleures approches.

Notre équipe

Depuis 1989, notre équipe dynamique est à votre disposition pour vous offrir une gamme de services et de produits visant à augmenter votre performance organisationnelle.

Gestion des compétences

Performance organisationnelle

Développement d'équipe

Prévention du harcèlement
psychologique et violence au travail

Conférences et ateliers
de formation

Chicoutimi
930 rue Jacques Cartier E
5^e étage
Chicoutimi (Qc)
G7H 7K9
(418) 698-4060

Montreal
360 rue Notre Dame O
Bureau 400
Montreal (Qc)
H2V 1T9
(514) 281-1200

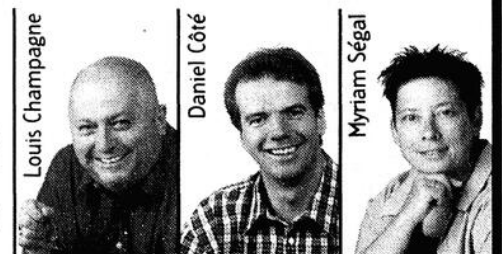
Quebec
2960 boul Laurier
Bureau 570
Sainte Foy (Qc)
G1V 4S1
(418) 652-1737

www.fdoaxion.com



La voix du Saguenay-Lac St-Jean

Voulez-vous
BRASSER
des **AFFAIRES?**



On **EST LÀ**
pour vous
AIDER!



590CKRS
AM

LA VOIX
DU SAGUENAY-LAC-ST-JEAN

APPELEZ NOTRE SERVICE COMMERCIAL
(418) 545-2577

L'industrie de l'aluminium commence à se diversifier

Hugo Joncas

hugo.joncas@transcontinental.ca

SAGUENAY – La stratégie de diversification économique de la Société de la Vallée de l'aluminium (SVA), qui vise la transformation et les équipementiers, commence à porter fruits.

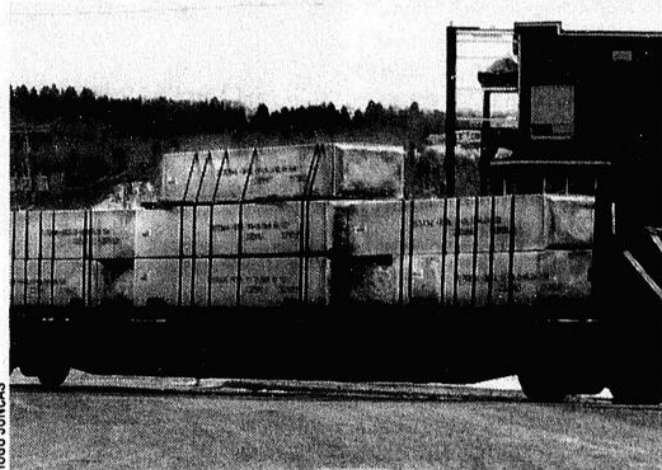
La construction de l'usine de Precision Cast Plate Canada constitue le dernier d'une série d'investissements rendus possibles grâce à la collaboration de la SVA et du service de développement régional d'Alcan, créé pour aider la région à diversifier son économie.

Dans la transformation, 120 emplois ont notamment été créés chez Canmec, qui a obtenu un contrat de taille pour la fabrication de barres omnibus (d'énormes conducteurs d'électricité servant à l'électrolyse dans les aluminières) destinées à une nouvelle usine d'Alcoa en Islande.

Du côté de l'équipement, des contrats ont été obtenus avec l'aide d'Alcan pour la fabrication de cuves, chez Charl-Pol (70 emplois créés), et celle d'équipement pour la coulée de métal à la Société des technologies de l'aluminium du Saguenay (50 emplois) et chez Mecfor (30 emplois).

Dans les services, la multinationale revendique une cinquantaine d'emplois créés chez CGI, à Chicoutimi, à qui la multinationale a confié son soutien informatique pour toute l'Amérique du Nord. Chez Cégertec, Alcan a également contribué à créer une cinquantaine d'emplois dans la recherche sur l'efficacité des centrales hydroélectriques.

Au sein même d'Alcan, on envisage la création d'une vingtaine de nouveaux emplois en 2005, lors de l'ouverture de l'usine de pare-chocs à Chicoutimi, où sont produites des pièces pour quatre modèles de



HUGO JONCAS

Ces lingots d'aluminium, transportés par rail aux installations portuaires d'Alcan, à La Baie, pour y être expédiés par bateau, seront transformés à l'extérieur de la région.

GM. Alcan prévoit faire passer la production de 139 000 à 450 000 unités par an dès 2006.

Plus d'une centaine d'emplois ont aussi été créés lors de l'ouverture de son centre de revêtement de cuves à Alma.

En tout, Alcan dit avoir contribué à créer 740 emplois dans la région, à l'intérieur même de l'entreprise ou dans des PME partenaires.

Quand la multinationale aide une entreprise à réaliser un

investissement, elle lui fait signer un protocole d'entente dans lequel le partenaire reconnaît qu'Alcan lui a apporté son appui.

Sans le dire tout haut, des acteurs économiques de la région pensent que la multinationale ratisse large quand il s'agit de s'attribuer la paternité d'investissements dans des PME.

Ils craignent notamment que des projets qui se seraient réalisés de toute façon ne servent d'argument au producteur d'aluminium pour que Québec maintienne les avantages dont il bénéficie, notamment les tarifs d'électricité préférentiels et l'exploitation des forces hydrauliques de la région.

Par ailleurs, les syndicats de travailleurs de l'aluminium réclament l'agrandissement de l'aluminerie d'Alma au plus vite et l'ouverture d'une usine de remplacement pour celle

d'Arvida, fermée en 2004.

« La transformation, nous y croyons, mais il faut garantir une base industrielle dans la région, dit Alain Proulx, directeur général des TCA au Saguenay-Lac-Saint-Jean. Nous ne pouvons pas remplacer tous les emplois perdus dans la production par ceux

qui offrent des projets de transformation. »

La région a d'ailleurs pu se réjouir lors de l'arrivée en poste de Richard Evans, le nouveau pdg d'Alcan, qui a laissé entendre que l'entreprise pourrait aller de l'avant dans le dossier de l'agrandissement de l'usine d'Alma. ■

Un baume sur l'économie de La Baie

Enfin une bonne nouvelle pour La Baie. Precision Cast Plate Canada (PCP), nouveau consortium formé pour exploiter une licence accordée par Alcan, établira sa usine de modelage et de fabrication de plaques de tôles d'aluminium dans l'arrondissement saguenéen.

Les partenaires (Michel Lavoie, président de Coupesag, une société de coupe de métaux de Chicoutimi, la française Sermas, Sotrem-Maltec, le Groupe Goyette et SSI) agrandiront bientôt un entrepôt du parc industriel de La Baie pour y installer l'usine et débiter dès juin la production, destinée aux industries des transports et de la plasturgie.

La construction et le démarrage de la nouvelle usine nécessitent des investissements de 3,5 M \$ et créeront une

trentaine d'emplois. « Nous pouvons anticiper que ce nombre doublera en cinq ans », dit Michel Lavoie, qui prend la tête de PCP.

La nouvelle usine fabriquera des produits qui, jusqu'en janvier, étaient manufacturés par une division d'Alcan en Californie, acquise lors de la fusion avec Pechiney. La firme donne donc en sous-traitance la fabrication de produits qu'elle continuera à commercialiser.

« Afin de nous laisser du temps pour construire l'usine et débiter la production, Alcan utilise une de ses entreprises en Europe pour desservir ses clients », explique M. Lavoie.

C'est la proximité de la matière première qui a motivé la décision d'Alcan de vendre sa licence de fabrication à

une entreprise saguenéenne.

« C'était une meilleure décision économique : nous pouvons alimenter l'entreprise en aluminium avec les usines Dubuc et Laterrière, dans la région immédiate », dit Julien Gendron, directeur du bureau de développement industriel.

Les lingots utilisés pour fabriquer les produits de PCP n'auront donc plus à être expédiés sur la côte ouest avant de revenir transformés vers le Mid-West américain, dont l'industrie automobile est le principal client de la société.

Les produits fabriqués seront acheminés plus rapidement à partir de Saguenay.

« Dans la livraison juste-à-temps, nous serons imbattables : nos expéditions se feront en une journée au lieu d'une semaine », assure M. Lavoie. ■

Au coeur du Saguenay-Lac-Saint-Jean

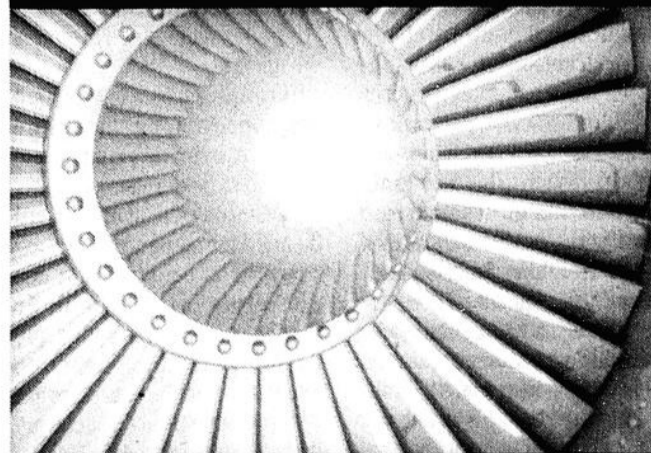
Holiday Inn
SAGUENAY

Un séjour d'affaires,
un endroit pour relaxer

- 155 chambres et suites spacieuses récemment rénovées, toutes de catégorie 4 étoiles
- Centre des congrès avec 16 salles de réunion et banquet
- Une salle de bal pouvant accueillir 1 500 convives
- Restaurant « Côté Jardin »
- Bar « Le Zeste »
- Internet haute-vitesse sans fil gratuit
- Salle de conditionnement physique
- Programme au féminin
- Centre de santé « Thalassa »
- Directement relié à un centre commercial

Accès direct par l'autoroute 78, sortie #38
2075, boulevard du Royaume, Jonquière (Québec) G7S 5B8
Tél. : (418) 548-3124 - 1-800-383-3124 - www.saguenayholidayinn.com

LE FUTUR ...



R-D industrielle
Développement de produits /procédés
Développement technologique
Résolution de problèmes techniques
Meilleures pratiques d'affaires



CENTRE DE
HAUTE
TECHNOLOGIE
SAGUENAY-LAC-SAINT-JEAN

3780, rue Panet, Jonquière (Québec) G7X 0E5
Tél. : (418) 695-3132 • Téléc. : (418) 695-3340
Courriel : info@innovation02.ca

À VOTRE PORTÉE ...

www.innovation02.ca

Péribonka, un tremplin pour les entreprises de la région

Plusieurs contracteurs du Saguenay-Lac-Saint-Jean participent à ce projet novateur de centrale électrique

Hugo Joncas

hugo.joncas@transcontinental.ca

À deux ans de la fin du chantier de la nouvelle centrale d'Hydro-Québec (HQ) sur la rivière Péribonka, au nord-est du lac Saint-Jean, la société d'État a déjà atteint 70 % de l'objectif de 345 M \$ de retombées régionales qu'elle s'était fixé.

Non seulement HQ a littéralement « défoncé » ses objectifs en la matière, mais les entreprises locales qui ont décroché des contrats sur le chantier ont participé à d'importantes innovations de portée mondiale dans le domaine de la construction de centrales hydroélectriques.

C'est que, contrairement à la plupart des autres barrages, celui de la Péribonka n'est pas appuyé sur du roc, mais sur du gravier compacté. « En-dessous

de l'ouvrage se trouve un immense canyon d'une profondeur de plus de 125 mètres, explique **Richard Boudreault**, directeur principal des projets de production chez HQ. Il n'était pas question d'excaver tout ça ! » Pour assurer l'étanchéité du barrage, Hydro doit tout de même appuyer une paroi étanche sur le roc, dans le sous-sol, toujours sans excavation.

HQ a donc fait construire pour le chantier, sur mesure, la plus grosse hydrofraise du monde, par l'entreprise allemande **Bauer**. Ce type de foreuse est constituée d'un énorme cylindre monté sur un bras télescopique, suspendu à une grue. Au bout de la machine, deux fraises creusent le sol et un système de pompage fait remonter le roc et le gravier à la surface.

« Descendre à 120 mètres dans une matrice de sol plus

ou moins connue et uniforme, sans excavation complète, pour s'ancre à la paroi étanche, c'est vraiment une première mondiale », dit M. Boudreault.

« Béton plastique »

Ce n'est pas tout : pour s'assurer que la paroi ne se fissure pas sous la pression du gravier compacté qui, contrairement au roc, est susceptible de bouger au fil des années, le béton doit être... élastique. « Le matériau que nous avons utilisé est un savant mélange de ciment, de bentonite et d'eau », dit M. Boudreault. L'injection de ce « béton plastique » est en cours en ce moment sur le chantier.

C'est **Almamix**, une division du **Groupe Riverin**, d'Alma, qui fournit la substance à Bauer et HQ. « Ils voulaient un mélange très spécial, dit

Nicolas Riverin, l'un des propriétaires. Il a des caractéristiques très particulières et nécessite une extrême précision dans le dosage de chaque ingrédient. »

Une autre division du Groupe Riverin, **Inter-Cité**, a décroché deux des plus gros contrats du chantier. Celui de 32,5 M \$ pour l'excavation de l'évacuateur de crues de la phase un et la construction des batardeaux est presque terminé. Quant au plus gros contrat à vie qu'a décroché l'entreprise, l'excavation et le bétonnage de la prise d'eau et de la conduite forcée, d'une valeur de 41,5 M \$, il est en cours de réalisation.

Inter-Cité a dû procéder à d'importants investissements pour pouvoir réaliser ces contrats. « Les volumes sont immenses : pour l'évacuateur de crues, il a fallu excaver trois millions de mètres cubes de roc et de gravier. »

Pour honorer les contrats, l'entreprise a dû acheter pour environ 15 M \$ d'équipement.

HQ a hésité avant d'accorder des contrats d'une telle envergure à Inter-Cité. « Habituelle-



Le vaste chantier de la centrale Péribonka

Coût du projet :	1,3 milliard de dollars
Puissance projetée :	385 MW
Production d'électricité annuelle :	2,2 térawattheures (milliers de kWh)
Échéancier des travaux :	2008
Retombées économiques dans la région :	254 M \$ (cible : 354 M \$)
Nombre de travailleurs sur le chantier :	824
Nombre de travailleurs au pic du chantier, l'été prochain :	1 300
Proportion de main-d'œuvre régionale :	80 %

ment, on donne ce genre de travail à de gros entrepreneurs comme **EBC** ou **Neilson**, dit M. Boudreault. Mais nous sommes agréablement surpris : ils sont très performants. »

Inter-Cité n'est pas la seule entreprise du coin à avoir obtenu d'importants contrats. Celui de la construction du

barrage en lui-même, notamment, a été décroché par **Excavation Chicoutimi**.

L'attribution de ces travaux de 58,8 M \$ à un entrepreneur local a fait sursauter bien des entreprises nationales habituées à obtenir les gros contrats des chantiers d'HQ, selon M. Boudreault. ■

Canada

« JE ME SUIS PRÉSENTÉ À BDC ET LE MOT 'INNOVATION' A PRIS TOUT SON SENS. »

L'innovation est au cœur des préoccupations de l'entrepreneur. Il faut penser différemment, tester ses limites et briser les conventions. Il faut également un partenaire de croissance capable d'innover.

À BDC, les solutions de financement et de consultation innovatrices sont au cœur de nos préoccupations. Vous y trouverez également le savoir-faire et les

outils nécessaires pour vous aider à explorer de nouvelles avenues. Et tout au long de cette démarche, nous restons fidèles à votre vision en élaborant des solutions qui vous sont spécialement destinées. Parce que nous comprenons que la véritable clé du succès de votre entreprise, c'est vous.

345, rue des Saguenéens
Bureau 210
Saguenay (Québec) G7H 6K9
Martin Allard
Directeur de succursale
(418) 698-5670

BDC

La banque qui mise sur les entrepreneurs canadiens

1 888 509-0001
www.bdc.ca

Le plus grand transformateur de feuillus continue d'innover

Si le Saguenay-Lac-Saint-Jean est l'une des régions les plus durement touchées par le marasme que connaît l'industrie forestière au Québec, certaines entreprises ont su s'adapter à la situation.

C'est le cas de la **Scierie Thomas-Louis Tremblay (STLT)**, le plus important scieur de bouleau au Québec, qui est parvenu tant bien que mal à se remettre sur pied après une année 2005 particulièrement difficile.

Cette entreprise de Sainte-Monique, au nord-est du lac Saint-Jean, a suspendu ses activités à plusieurs reprises. La baisse de 20 % des droits de coupe et les feux de forêt ont bouleversé la planification des opérations en forêt à deux reprises, ce qui a gravement compromis l'approvisionnement de l'usine en bouleau.

Une grève a aussi failli y être déclenchée, mais un accord est intervenu à la dernière minute.

Nouveau départ

L'entreprise s'est remise sur pied et a pu régler la question des approvisionnements avec ses partenaires de l'aire commune, avec lesquels elle s'est entendue pour s'assurer que les régions à forte population de bouleaux soient exploitées.



Anji Lindsay, employée de la Scierie Thomas-Louis Tremblay

Afin de profiter encore plus de la ressource qu'elle exploite, l'entreprise a même démarré une nouvelle chaîne de production et embauché 25 personnes supplémentaires.

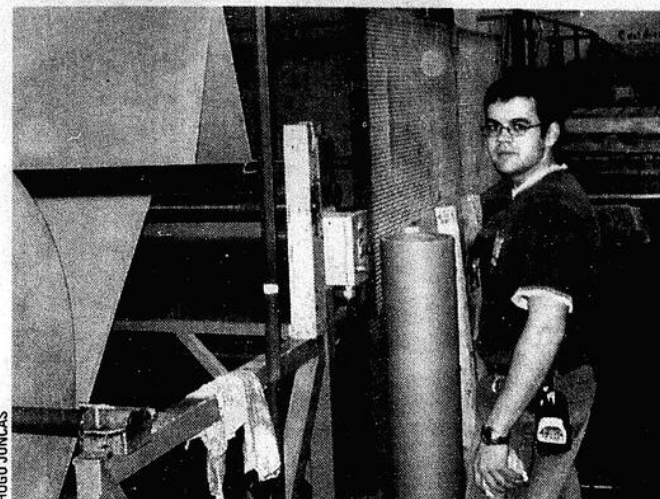
« Nous sommes en train de roder les nouvelles machines, qui fabriquent des montants, des battants et des panneaux d'armoires et des moulures », dit M. Tremblay. Pour l'instant, le manque de main-d'œuvre dans la région freine l'embauche, mais une trentaine d'autres personnes pourraient se joindre à l'équipe dans les prochains mois. Dans la scierie et dans l'usine de transformation, situées côte-à-côte, tout près des rapides de la rivière Péribonka, 225 employés œuvrent

aujourd'hui à débiter les grumes de bouleau, puis à les transformer en composants à planchers, de meubles et d'armoires de cuisine.

Huit ans après avoir troqué ses approvisionnements de tremble pour des quotas de bouleau et modernisé sa scierie, M. Tremblay dit avoir investi 30 M \$ dans son entreprise.

Depuis la construction des nouvelles installations, le nombre d'employés a plus que quadruplé, en exploitant une essence que les scieurs de résineux considèrent presque comme une mauvaise herbe. « Le bouleau, en 1998, cela n'était rien de plus que du bois de chauffage », lance M. Tremblay. ■ H.J.

Coderr lutte contre la surconsommation et l'exclusion sociale



Jean-Philippe Girard, permanent de la division Papiers de Coderr, actionne une grande roue servant à plier le papier récupéré des grandes papeteries.

Hugo Joncas

hugo.joncas@transcontinental.ca

Dans l'est du Lac-Saint-Jean, Coderr, un regroupement d'entreprises d'économie sociale, s'est spécialisé dans les activités de récupération.

Cette entreprise a obtenu le contrat des deux collectes (recyclage et ordures) dans toute la MRC de Lac-Saint-Jean Est, qui comprend la ville d'Alma, en vertu d'un contrat ouvert de dix ans.

Coderr transporte aussi à son usine de façonnage les énormes rouleaux de papier invendables des grandes papeteries. « Ces produits rejetés peuvent

ne pas avoir été taillés aux bonnes dimensions, ne pas être assez blanchis, etc. », explique le directeur de l'entreprise, **Gérald Tremblay**.

Une fois récupéré, coupé, plié et transformé, ce papier est destiné à une foule d'usages différents : des industriels en achètent pour emballer leurs produits et des médecins s'en procurent pour en recouvrir le lit sur lequel s'allongent leurs patients.

En outre, Coderr exporte environ 25 % de sa production hors Québec. « Nous venons de décrocher un gros contrat aux États-Unis : fournir du papier tube à un fabricant », mentionne M. Tremblay. L'entre-

prise connaît une croissance annuelle de 20 à 25 %.

La marge de l'industrie

Peu d'entreprises d'économie sociale peuvent se vanter d'un chiffre d'affaires approchant les 4 M\$. Mais Coderr ne se détourne pas pour autant de sa mission première : la réinsertion sociale.

En effet, par ses activités, ce

regroupement de quatre entreprises distinctes, mais dotées de chartes et de conseils d'administration communs, donne un emploi permanent à plus de 60 travailleurs, et offre chaque année des stages de six mois à plus de 70 personnes connaissant des problèmes d'insertion dans le marché du travail.

« Nous cherchons à développer des activités à haute intensité de main-d'œuvre en nous tenant

en marge de l'économie, dit M. Tremblay. À la division Papiers, nos équipements seraient désuets en situation de marché, mais ils conviennent pour occuper une niche marginale. »

Coderr multiplie également les contrats de destruction de documents confidentiels et tient une friperie où les employés peuvent connaître une première expérience de caisse

et de vente.

La Ressourcerie a, quant à elle, traité 4 245 tonnes de matières résiduelles en 2004, dont environ la moitié a été recyclée. Les citoyens de la MRC utilisent ce service de la même façon que les Montréalais utilisent les Éco-Centres : matériaux de construction, terre, métaux, peinture, batteries, matériel informatique et pneus y sont déposés. ■

La foresterie doit miser sur la transformation

Le Centre d'innovation et de développement expérimental du Lac-Saint-Jean-Nord (CIDEL), un centre de recherche du Cégep de Saint-Félicien axé sur le développement de l'industrie forestière dans la région, a publié l'an dernier sa *Stratégie de développement de la filière bois*.

Ce document identifie la deuxième et la troisième transformation comme « planche de salut de l'industrie forestière dans la région », selon **Gérald Lebrun**, ingénieur forestier, qui dirige l'organisme. Il mise sur la résistance mécanique légendaire de l'épinette noire, essence la plus répandue au Lac-Saint-Jean.

À Saint-Félicien, **Lamco** exploite cette ressource. L'entreprise a redémarré en 2005. Elle achète à bon marché du bois déclassé par les scieries, en élimine les défauts en le rabotant et en le taillant, puis le lamelle et le colle pour en faire des pièces de charpente ou de revêtement extérieur. En outre, le Saguenay-Lac-Saint-


Jean est devenu un haut lieu du bois torréfié, lequel est appelé à remplacer le bois traité aux substances chimiques, polluant et cancérigène.

Lors de ce procédé, le bois franc ou le pin est chauffé à haute température pour en chasser les dernières particules d'eau, stabiliser sa forme et le teindre de façon naturelle.

Plusieurs petites entreprises exportatrices, comme **Synerbois** et **Kisis Technologies**, de Dolbeau-Mistassini, et **ISA Normandin**, de Normandin, évoluent dans ce marché.

D'autres industriels vont plus loin encore dans la transformation, comme les **Portes béginnoises**, à Bégin, et **Produits Mistouk**, qui fabrique à L'Ascension les chalets Huard, exportés jusqu'en Europe.

Dans le domaine des équipements, de petites entreprises, telles **Gémofo**, **JAMécanique** et **Produits Gilbert**, innovent constamment en brevetant des machines qu'elles fabriquent pour les scieries des grandes forestières. ■



L'AVANTAGE QUÉBÉCOIS

Le Saguenay-Lac-Saint-Jean, la Vallée de l'aluminium

La région du Saguenay-Lac-Saint-Jean occupe une position stratégique dans la production et la transformation de l'aluminium. On y compte une cinquantaine d'entreprises et près de 2500 emplois dans la transformation de l'aluminium et la fabrication d'équipements spécialisés.

En plus des secteurs de la transformation du bois et de l'agroalimentaire, la région dispose d'un potentiel « nature » remarquable. Le tourisme d'aventure et l'écotourisme représentent pour la région un véritable créneau d'excellence en émergence.



La Stratégie gouvernementale de développement économique *L'Avantage québécois* a pour objectif de créer plus de richesse et d'emplois à partir de ces atouts. Elle propose un certain nombre d'orientations et fixe des cibles mobilisatrices à atteindre d'ici 2010, notamment :

- consolider les entreprises leaders dans différents secteurs économiques;
- conclure, au Québec, 35 ententes de mise en œuvre des créneaux d'excellence identifiés dans les régions;
- accroître les recettes de l'industrie touristique de 9 M\$ à 13 M\$ grâce à une nouvelle approche orientée vers le développement durable.

1 866 PROJETS9

Pour un accompagnement personnalisé de vos projets d'investissement au Québec

1 866 776-5389
www.avantagequebecois.com

LA GESTION DU CONTENU D'ENTREPRISE

Une démarche axée sur les besoins des clients

Identifier, quantifier et structurer les connaissances de l'entreprise peut améliorer les services rendus



Fabrice
Tremblay

dossiers@transcontinental.ca

Pour offrir un meilleur service à la clientèle, les organisations ont intérêt à colliger l'ensemble des informations dont elles disposent sur leurs clients. Cela va de l'historique à la facturation et aux services offerts.

« La demande actuelle est d'intégrer les documents, papier ou électroniques, et les informations nécessaires aux employés. Il faut faire cela de manière à rendre cette information accessible dans les applications informatiques des employés », précise **Alban Boudreau**, directeur, Service stratégique et Gestion de l'information, **DMR Conseil**.

Plusieurs organisations créent des dossiers virtuels qui renferment tous les renseignements dont elles disposent sur les clients, de même que l'information qui pourrait aider à mieux les servir. L'agent de service à la clientèle a accès à cette information sous forme de documents, de capsules ou encore de fiches questions-réponses.

Lorsqu'un client appelle, ce

dossier apparaît sur l'écran. Même si les informations se trouvent physiquement dans des bases de données différentes, l'agent peut y accéder à partir d'une seule interface.

« Lors du traitement de la demande du client, il est probable qu'un nouveau document soit créé. Il sera lui aussi ajouté au dossier », dit M. Boudreau. Le défi consiste à ce que tout changement se retrouve automatiquement dans le dossier du client, quel que soit le canal qu'il a utilisé pour contacter l'entreprise. Les canaux ont tendance à se multiplier depuis quelques années : site Internet, téléphone ou visite en magasin.

« La technologie a atteint une maturité qui permet désormais cette intégration. Il y a deux ou trois ans, cela aurait été difficile à réaliser. Les grands fournisseurs de progiciels, comme **SAP**, **Oracle** et **Microsoft** intègrent d'ailleurs de plus en plus la gestion de documents à leurs suites d'outils », indique M. Boudreau.

Une orientation client

Les grandes entreprises offrant plusieurs types de services peuvent éprouver des difficultés à rassembler toute l'information

dont elles disposent. On peut penser ici aux banques ou aux fournisseurs de services de télécommunication, qui comptent jusqu'à plusieurs millions de clients. « Souvent l'information est emmagasinée « en silos », c'est-à-dire en contenants indépendants », explique **Jean-Marc Gravel**, président d'**Intégrale MBD**. Selon ce spécialiste du marketing, cela peut créer un manque de cohérence dans les offres faites aux clients.

« Souvent, les entreprises contactent les clients pour leur offrir un produit ou un service qu'elles ont décidé de mettre en valeur à un moment donné, sans tenir compte de la situation particulière de chaque client », dit M. Gravel. Les systèmes de gestion de contenu permettent des approches plus personnalisées.

Ainsi, une institution financière évitera d'offrir une augmentation de marge de crédit à quelqu'un qui est en train de négocier une hypothèque.

« Si une société décide d'axer sa démarche sur les clients, il faut que ce soit une décision de l'ensemble de l'entreprise, pas seulement du marketing », souligne M. Gravel. C'est ce qui explique l'échec de certaines implantations de type CRM



Les moyens d'obtenir de l'information sur les clients se multiplient : site Internet, téléphone, visite en magasin ou organisation de concours.

OÙ CONCENTRER LES EFFORTS ?

Souvent, les PME n'ont pas un budget important pour la mise en place d'un système de gestion du contenu. L'implantation d'une solution assez simple peut cependant assurer une meilleure distribution de l'information.

« D'abord, chacun est responsable d'enregistrer l'information qu'il produit, quel que soit le support utilisé », indique **Johanne Devin**, présidente de **SMA-Doclmage**. L'enregistrement consiste à inscrire des mots clés, un résumé et des informations de base sur chaque document. Une copie est envoyée automatiquement au serveur, ce qui est essentiel. Beaucoup trop d'informations cruciales sont conservées sur les postes individuels. »

Un système complet de gestion de contenu doit comprendre la numérisation, un plan de classification et une indexation. Si l'on juge que l'on doit conserver certains documents, souligne M^{me} Devin, cela vaut la peine d'in-

vestir un minimum pour les organiser et pouvoir y accéder facilement. Voici quelques pistes pour aborder la gestion de contenu.

> S'attarder en priorité au processus d'affaires principal, plutôt que de s'attaquer à l'ensemble des activités d'un coup. D'où proviennent les avantages concurrentiels et les bénéfices ? Par exemple, une compagnie d'assurance voudra prioriser la vente de polices et leur mise à jour.

> Ajouter des éléments périphériques au système de base de gestion de contenu. Le service juridique de la compagnie d'assurance aura probablement besoin de certaines informations collectées par l'agent au moment de la vente de la police.

> Choisir un système informatique. Les firmes **Open Text**, **Oracle**, **Microsoft** et **Adobe** offrent des outils intégrés pour la gestion de contenu d'entreprise.

> Garantir la sécurité des informations. ■

(Customer Relationship Management). Tous les processus, financiers ou opérationnels, doivent appuyer la démarche. Sinon, l'ensemble des contacts avec les clients risque de ne pas être cohérent.

« La principale condition à la réussite d'une implantation, c'est la volonté de l'organisa-

tion. Il s'agit plus d'un défi organisationnel que technique », souligne M. Boudreau.

« Une implantation implique une transformation des façons de faire, poursuit-il. Il faut d'abord que les usagers fassent confiance au système. Ils doivent aussi être prêts à travailler davantage en

collaboration avec les clients et les collègues. » Grâce aux nouveaux systèmes de gestion du contenu, un agent de service à la clientèle peut voir la facture que le client a entre les mains. L'interaction sera donc différente, puisque l'on peut discuter d'éléments plus précis. ■



L'argent ne pousse pas dans les biscuits.

Pour une entreprise performante

Le Groupe Createch

UNE SOCIÉTÉ DE Bell Canada

Les documents électroniques peuvent servir de preuve

Le Code civil intègre une douzaine d'articles qui traitent de leur validité

Michel De Smet

dossiers@transcontinental.ca

En plus d'augmenter en volume, les courriels et les données contenus dans les ordinateurs des employés acquièrent une importance légale.

Plus que jamais, ils doivent être conservés. Les juridictions provinciales de l'ensemble du Canada ont élaboré des règlements concernant les preuves établies à partir de documents électroniques.

« Les approches diffèrent selon les provinces, mais la tendance veut qu'une importance équivalente soit accordée à tout document dont il est possible d'attester l'authenticité, quel que soit le support », note **Daniel Urbas**, avocat spécialisé en litiges commerciaux au cabinet montréalais **Borden Ladner Gervais**.

Au Québec, le *Code civil* intègre une douzaine d'articles qui traitent de la validité de la preuve électronique, faisant mention de l'intégrité des informations transférées pour fins d'archivage, par exemple,

d'un document original vers tout autre support.

Selon M. Urbas, les scandales retentissants concernant plusieurs grandes entreprises américaines ont contribué à faire bouger les choses. « Les dirigeants ne pourront plus prétexter qu'ils ont effacé des informations pour se soustraire aux exigences d'un tribunal qui leur enjoindrait de produire certains documents. »

Des échanges de courriels contenant des informations stratégiques entre un cadre d'une entreprise et une organisation concurrente pourraient être acceptés comme une preuve en matière de concurrence déloyale. Une vidéo de surveillance pourrait servir dans le cas d'une plainte de harcèlement formulée par un employé.

Question de pertinence et de coûts

Dans un monde idéal, les entreprises devraient appliquer le strict principe de précaution qui consiste à conserver indéfiniment tous les documents,

peu importe leur format. Une telle approche est évidemment irréaliste, comme le souligne **Pierre Belhumeur**, associé spécialisé en risques d'entreprise chez **Samson Bélair-Deloitte & Touche**.

« L'entreprise serait rapidement submergée par une masse d'informations qu'elle ne pourrait traiter, constate-t-il. Le défi consiste à conserver les données pertinentes, à archiver automatiquement après un laps de temps prédéterminé les documents d'importance secondaire, et à supprimer les informations à caractère anecdotique. » Toutefois, une telle solution a ses limites en raison des coûts rattachés à la rétention des documents.

Comme le souligne M. Urbas, il est peu onéreux de conserver tous les courriels échangés. En revanche, la décision d'archiver et, éventuellement, de transférer d'un format à un autre l'ensemble des informations peut entraîner des investissements non productifs que les entreprises ne sont pas prêtes à consentir.



Depuis deux ans, les juridictions provinciales ont élaboré des règlements concernant les documents électroniques.

Un compromis raisonnable
M. Urbas conseille de mettre en place une approche raisonnable d'élimination et de rétention. Le secteur d'activité de l'organisation devrait orienter le choix des gestionnaires. « Il peut être important pour certaines entreprises de garder tous les documents générés lors d'un appel d'offre et pour d'autres de ne conserver que les traces des soumissions

acceptées, fait remarquer M. Urbas. En revanche, on n'exigera jamais qu'un restaurateur conserve des preuves de ses échanges de courriels ou d'appels téléphoniques avec ses clients. »

Par ailleurs, le traitement que l'on réservera à certains documents relève souvent du simple bon sens, dans la mesure où certains secteurs comme le transport, l'industrie pharma-

ceutique ou encore la transformation alimentaire font l'objet de réglementations imposées par les gouvernements fédéral et provincial.

« Lorsque votre entreprise appartient à l'un de ces secteurs, les enjeux sont clairs. Les gestionnaires comprennent d'emblée ce qui relève de l'information sensible et le traitement qu'il convient d'y apporter », dit M. Belhumeur.

En tout état de cause, il est fortement suggéré de se doter d'une politique claire établie par écrit en ce qui a trait à la gestion des données. Une telle démarche produira une impression favorable auprès des juges en cas de litige.

« On détermine cette politique après avoir consulté le responsable des finances de la société afin de s'assurer que les coûts seront acceptables, le responsable des TI, qui pourra suggérer l'approche technologique la plus efficace, et un avocat ou un consultant, qui identifieront les risques les plus évidents que court l'entreprise », suggère M. Urbas. ■

DMR conseil

une société Fujitsu

PASSÉ MAÎTRE EN GESTION DE L'INFORMATION

Depuis plus de 10 ans, nous maîtrisons l'art de jongler avec l'information. Nous la classons, la centralisons, l'informatisons pour la rendre réutilisable. Et pour vous permettre d'en tirer pleinement profit.

**Ne jouez pas avec votre information.
Confiez-la à des experts.**

1000, rue Sherbrooke Ouest
Bureau 1400
Montréal, QC H3A 3R2
514 877-3301

Place Iberville Trois
2960, boulevard Laurier
Bureau 400
Sainte-Foy, QC G1V 4S1
418 653-6881

www.dmrconseil.ca

Responsabiliser employés, fournisseurs et clients

Tous les intervenants doivent faire leur part pour maintenir les documents Web à jour

Michel De Smet
dossiers@transcontinental.ca

Ces dernières années, la gestion de contenu Web en entreprise a connu une transformation radicale. « À l'origine destinée à un nombre limité d'experts en TI, elle est depuis devenue accessible à l'ensemble des employés », explique **Pierre Audette**, consultant senior chez **Interdoc**.

Les premiers sites Web ont été conçus par des passionnés qui créaient leurs pages avec des éditeurs HTML. La gestion de pages statiques a rapidement posé des problèmes, à mesure que le nombre de pages augmentait.

Par la suite, des sites plus dynamiques ont fait leur apparition grâce à des bases de données reliées aux pages par des scripts écrits de type PHP ou ASP. Toutefois, ces solutions étaient incapables de gérer l'information non structurée que l'on trouve dans la plupart des documents produits.

« La nouvelle génération d'outils de gestion de contenu

Web, que l'on appelle tantôt *Content Management System* (CMS), tantôt *Web Content Management* (WCM), permet d'exploiter le contenu [du texte, de l'audiovisuel, en passant par des documents divers tels que les fichiers bureautiques] et de produire des sites à la fois performants et attrayants », souligne M. Audette.

La gestion de contenu est synonyme de rationalisation des coûts.

Les applications intranet/extranet suscitent actuellement l'engouement des entreprises parce qu'elles favorisent les échanges entre employés, clients et fournisseurs. Ce type de site gère un contenu à forte valeur ajoutée, et les plus performants contiennent même des fonctionnalités qui permettent au personnel de travailler en mode collaboratif.

« La gestion de contenu est synonyme de rationalisation des coûts devant des volumes de pages dont la croissance est exponentielle. Les entreprises sont à la recherche de solutions qui permettent aux utilisateurs des sites, qui ne sont pas des experts en informatique, de disposer d'outils conviviaux nécessaires à la création et à la publication de contenus, la finalité étant de délester l'équipe de techniciens Web de l'entreprise de longues et coûteuses mises à jour manuelles », dit M. Audette.

Un seul point de contact
Hydro-Québec a adopté une solution qui lui permet de traiter les informations quotidiennes qui se trouvent sur... 500 sites intranet ! Il a fallu réaliser un travail d'harmonisation afin que les contenus de tous ces intranets, quels que soient leur format d'origine, soient actualisés et accessibles à partir d'un même portail.

Le site Web de **Domtar** compte 400 pages et son intranet en contient 1 200, le tout



Les applications intranet/extranet suscitent actuellement l'engouement des entreprises parce qu'elles facilitent les échanges entre employés, clients et fournisseurs.

alimenté par 25 gestionnaires. Ceux-ci ont un accès privilégié au système, qui intègre des outils permettant l'affichage automatique par défaut de contenus tantôt en français, tantôt en anglais.

Pour sa part, la société **UAP**, spécialisée dans la distribution de pièces et d'accessoires

de véhicules automobiles, cherchait une solution afin de libérer cinq employés, qui se consacraient entièrement à la préparation et à l'envoi par courrier d'informations marketing à destination des 600 points de vente du Canada.

« Ces données sont aujourd'hui accessibles par intranet,

indique M. Audette. L'entreprise a d'abord mis au point un projet pilote qui a été testé par une trentaine d'employés. Il fallait choisir un outil de gestion de contenu. Aujourd'hui, un technicien en TI intervient un ou deux jours par semaine afin d'optimiser l'intranet. » ■

Pour dirigeants d'entreprises technologiques

PROVOQUEZ UN IMPACT IMMÉDIAT SUR VOS VENTES EN ADOPTANT DE MEILLEURES PRATIQUES DE COMMERCIALISATION



4^e édition
Le 2 mai 2006 à Québec

Pour plus d'info :
courriel : info@lebigbang.net
tél. : (514) 874-2667
www.lebigbang.net

Une présentation de



Les Grands Ballets canadiens connaissent leur clientèle

Les amateurs de danse ne constituant qu'une petite portion de la population, les campagnes de promotion de la troupe de danse **Les Grands Ballets Canadiens** de Montréal se doivent d'être bien ciblées.

Dans ses opérations courantes, l'entreprise capte un grand nombre d'informations sur sa clientèle. Pour pouvoir les analyser et en tirer profit, il a fallu créer un entrepôt de données. En mettant en place ces bases de données relationnelles, on peut créer des systèmes d'aide à la décision. Par exemple, les gestionnaires peuvent utiliser des tableaux de bord comportant un grand nombre d'indicateurs sur le comportement de la clientèle.

« Cela nous permet d'avoir une gestion plus active des bases de données » dit **Julie Martin**, conseillère en marketing et ventes pour **Les Grands Ballets Canadiens** de Montréal. Nous pouvons fixer des objectifs précis au chapitre des renouvellements d'abonnement, du recrutement de nouveaux clients, et de la conversion d'acheteurs de billets individuels en abonnés », explique M^{me} Martin.

Chaque année, **Intégrale MBD** fait l'analyse des résultats de la campagne d'abonnement, ce qui permet de mesurer l'im-



Même les entreprises de petite taille, comme **Les Grands Ballets Canadiens**, peuvent profiter de la gestion des informations.

pact des stratégies marketing. « À un moment, ils ont remarqué que nos abonnés habitaient pour la plupart dans un rayon de cinq à dix kilomètres autour de la **Place des Arts** à Montréal. C'est une information utile pour nous », dit M^{me} Martin. De façon générale, cet outil permet à l'organisme de garder un bon contact avec les gens qui ont déjà assisté à un spectacle.

L'intelligence d'affaires
Cette nouvelle discipline, l'intelligence d'affaires, élargit le cadre traditionnel du marketing en recourant largement

aux mathématiques et à l'informatique. « L'avenir est là. La compétitivité des entreprises au niveau de la gestion et du développement de la clientèle passera par des vice-présidents marketing forts, qui connaissent bien sûr les concepts marketing, mais qui ont aussi un intérêt marqué pour les technologies », dit **Jean-Marc Gravel**, président d'**Intégrale MDB**.

Pour constituer l'entrepôt de données, il faut déterminer les données stratégiques, donc faire un choix parmi la multitude d'informations générées par les systèmes opérationnels. ■

IMMOBILIER

CARREFOURPME
lesaffaires.com/carrefourpme
Diffusez vos projets d'affaires

Pour plus d'informations 1 800 361 5479

La ruée vers l'or noir albertain a commencé

Près de 1 500 Québécois sont partis en Alberta au cours des trois derniers mois de 2005


André Dubuc

andre.dubuc@transcontinental.ca

Des Québécois se laissent séduire par le boom pétrolier et mettent le cap à l'Ouest. Ce phénomène, confirmé par les récentes données sur la migration interprovinciale colligées par **Statistique Canada**, n'augure rien de bon pour les propriétaires d'immeubles locatifs.

Le Québec a perdu près de 5 000 personnes en 2005 au bénéfice des autres provinces, principalement l'Alberta. Au cours des trois derniers mois de 2005, 1 420 Québécois ont participé à la ruée vers l'or noir albertain. Pendant cette même période, moins de 4 000 Albertains traversaient le pays en sens inverse. Au total, immigrations interprovinciale et internationale combinées, le Québec a attiré 6 000 personnes de moins en 2005 qu'en 2004.

Le nombre de personnes qui se sont établies au Québec en 2005 s'élève à 28 990 personnes en 2005, une baisse de 17 % par rapport aux 35 138 immigrants nationaux et internationaux arrivés dans la province en 2004, qui avait été, soulignons-le, une excellente année.

« Les résultats de 2005 ne m'étonnent guère, compte tenu de la faible croissance du marché du travail au Québec et de la force relative de ce marché dans l'Ouest canadien », dit **Kevin Hughes**, économiste provincial à la **Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL)**.

« Le départ d'un plus grand nombre de Québécois pour d'autres provinces contribuera à l'augmentation du nombre de logements locatifs et de maisons à revendre, et donc à la détente de ces marchés », prévient le spécialiste.

Un déficit qui se creuse

Le solde migratoire interprovincial se creuse. Il a été positif de 218 personnes en 2003, une première depuis 1961. Puis le Québec a vu ses habitants recommencer à partir pour d'autres provinces en 2004, avec un déficit de 1 870 personnes. En 2005, le solde négatif a été multiplié par 2,5 atteignant 4 670 personnes. Les Québécois partent en Alberta, en Ontario et en Colombie-Britannique. En contrepartie, le Québec attire une cohorte d'Ontariens et de Britannico-colombiens. Si la migration interprovinciale fait chuter la population du Québec, la migration internationale contribue à sa croissance.

Cet exode n'augure rien de bon pour les propriétaires québécois d'immeubles locatifs.

En 2005, 43 338 immigrants en provenance de l'étranger sont entrés au Québec; près de 7 000 personnes en sont sorties. Un résultat net de 36 421 personnes, une baisse de 3 % par rapport au gain net de 37 365 personnes de 2004. Au cours de la même période, la province a aussi perdu 2 761 résidents non permanents, une catégorie très fluctuante de migrants qui englobe les étudiants étrangers.

« Bien que l'on puisse toujours compter sur l'attrait relatif du Québec comme terre d'accueil, deux facteurs pourraient changer la donne : l'intérêt plus prononcé des immigrants pour la santé économique du territoire d'accueil, et la forte performance des économies de l'Ouest », analyse M. Hughes.

Rappelons que le Québec a besoin d'une forte immigration pour soutenir la croissance de la population active et, par ricochet, de l'économie.



PHILGOMIT/EDU

La forte croissance économique de l'Alberta, liée au boom pétrolier, attire de plus en plus de Québécois. Cet exode n'augure rien de bon pour le marché immobilier québécois, particulièrement pour les propriétaires d'immeubles locatifs.

20 000 Montréalais partent pour la banlieue

Enfin, la migration intraprovinciale [un individu qui déménage d'une région vers une autre au Québec] mérite aussi d'être étudiée de près par les acteurs du marché immobilier. Pour une troisième année consécutive, Montréal a perdu plus de 20 000 habitants au profit de sa banlieue. La Montérégie grossit de 7 607 personnes, tandis que Longueuil n'en perd « que » 1 500. Les Laurentides gagnent 6 191 personnes et Lanaudière, 6 940 personnes.

Pour sa part, Québec accueille 1 200 nouveaux venus en provenance de la Beauce,

du Saguenay-Lac-Saint-Jean et du Bas-Saint-Laurent.

« Dans le cas de l'île de Montréal, la croissance économique des régions adjacentes, le prix de l'immobilier sur l'île ainsi qu'un début de retrait des 65 ans et plus vers la campagne détendront le marché de l'île et feront monter le marché de construction résidentielle dans les régions voisines », dit M. Hughes.

La métropole se consolera à l'idée que le niveau élevé de l'immigration internationale et les 300 jeunes de 15 à 29 ans qui arrivent des régions chaque année continueront d'alimenter la demande locative et pallieront le départ des familles de l'île de Montréal. ■

L'information que vous voulez, quand vous la voulez.

Actualités

Affaires

Circulation

Météo

Info690

LA RADIO DES NOUVELLES

www.info690.com

La seule station d'information continue à Montréal exclusivement sur la bande AM.

Comment planifier un déménagement de votre entreprise sans ennuis

Frédéric Corey et
Luciano D'Iorio

lesaffaires.redaction@transcontinental.ca

Les auteurs travaillent chez
Services Immobiliers Terramont

Vous avez trouvé un nouveau lieu de travail qui répond à vos besoins. Le bail est signé. Vous devez maintenant songer à votre déménagement. Et la clé d'un déménagement réussi réside dans sa planification.

Selon Gilbert Boileau, vice-président, Québec, de CNC Global, « il faut voir le déménagement comme un projet où tout se planifie à l'avance. Tout le monde a un rôle à jouer ».

Avant le déménagement, les employés devraient être invités à visiter leur nouveau lieu de travail ou, sinon, à voir les plans du nouvel emplacement. De plus, il est préférable de les faire participer au déménagement en leur confiant la responsabilité de tâches précises : préparer les dossiers qui seront emballés, remplir des boîtes et les identifier, faire le ménage du lieu à quitter et vider leur bureau personnel.

En ce sens, le coordonnateur du déménagement aura pour mission de guider les employés

et d'être la personne-ressource qui répondra à toutes leurs questions. Ce coordonnateur désignera deux personnes pour l'assister le jour du déménagement : l'une qui se tiendra sur l'ancien emplacement et l'autre, sur le nouveau.

Par ailleurs, penser à réserver une compagnie spécialisée en déménagement commercial le plus tôt possible pour éviter de vous retrouver le bec à l'eau.

La plupart des entreprises font affaire avec des déménageurs qui leur ont été recommandés. Si vous n'avez pas obtenu de références, il est important de vous informer auprès de différents déménageurs afin de vérifier leur expérience et de sélectionner le meilleur rapport qualité/prix.

Par la suite, il faut tenir compte des règlements et des limitations concernant les immeubles commerciaux. Par exemple, dans certains immeubles, le déménagement doit avoir lieu entre

le vendredi soir et le dimanche soir, alors que pour d'autres, il s'agit des soirs de la semaine.

De plus, il importe de tenir compte du travail des employés afin de minimiser l'impact du déménagement sur leur rendement professionnel.

Pensez à réserver une compagnie spécialisée en déménagement commercial le plus tôt possible pour éviter de vous retrouver le bec à l'eau.

La logistique

Du point de vue de la logistique, il faut faire une inspection complète des lieux pour éviter que des problèmes n'apparaissent le jour du déménagement, par exemple une prise électrique qui pourrait être cachée par un bureau ou encore un extincteur fixé au plafond qui gênerait l'installation d'une bibliothèque.

Une fois cette inspection faite, vous devez informer vos fournisseurs (électricité, Internet, téléphone, câble, etc.) et votre compagnie d'assurance de votre nouvelle adresse afin que tout soit prêt à votre arrivée.

Par ailleurs, n'oubliez pas d'informer vos clients et vos partenaires de votre nouvel emplacement de travail le plus tôt possible. Idéalement, il est préférable de leur faire part par téléphone, par courriel et par courrier ordinaire de vos nouvelles coordonnées dès que vous les connaissez. ■



Quand 84 personnes d'ici donnent 50 \$,



Développement et Paix

1-888-234-8533
www.devp.org

80 femmes et enfants d'Afghanistan apprennent à lire et ont accès aux soins de santé



Institut économique de Montréal

Des idées pour catalyser le Québec

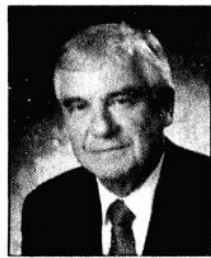
Le président du conseil d'administration de l'Institut économique de Montréal, M. Adrien D. Pouliot, est heureux d'annoncer la nomination de deux nouveaux administrateurs.



Eric Boyko

M. Eric Boyko est le fondateur et président de eFundraising.com, Corp., une société qui a pour mission d'offrir aux organismes sans but lucratif une large sélection de produits de collecte de fonds générant des marges bénéficiaires concurrentielles. M. Boyko est diplômé en comptabilité de l'Université McGill. Il a obtenu son titre de CGA en 1997. Il est membre de la Young Entrepreneurs' Organization (YEO) et de la Young Presidents' Organization (YPO). Il siège aux conseils de YPO Québec, Cyber-Cap et Redex.

L'Institut économique de Montréal est un institut de recherche et d'éducation économique indépendant, non partisan et sans but lucratif.



Marcel Dutil

M. Marcel Dutil, C.M. est président du conseil et chef de la direction de Groupe Canam inc., une entreprise spécialisée dans la conception, la fabrication et la mise en marché de produits et de solutions de construction au Canada, aux États-Unis et ailleurs dans le monde. M. Dutil a reçu des doctorats Honoris Causa de l'Université du Québec à Montréal, de l'Université de Montréal et de l'Université de Sherbrooke. Il est membre de l'Ordre du Canada et Chevalier de l'Ordre national du Québec.

Vous pouvez rencontrer
PAUL-ANDRÉ GÉLINAS

si

VOTRE confiance a été ébranlée
VOUS désirez protéger votre investissement
VOUS avez besoin d'être rassuré
VOUS recherchez un service personnalisé

PAUL-ANDRÉ GÉLINAS professionnel de la vente et de la location d'automobiles depuis plus de **25 ans**, s'est démarqué par sa personnalité, ses connaissances dans le domaine et par sa fidélité envers ses clients. Il pratique son métier avec cœur et conscience; un client satisfait, revient ! Et c'est le but ! Un client n'est pas seulement un acheteur, c'est une personne qui a des besoins précis dans un contexte de vie sociale, selon la profession ou le métier qu'il exerce. C'est là qu'on apprécie les conseils d'un expert qui prend vos intérêts à cœur.

Chez Location Holand et LALI, véhicules neufs et usagés.
Situé au 8525 boul. Décarie, Ville Mont-Royal.



Visitez notre site :
www.holandleasing.com

TÉL : 514.990.0141
514.739.3601



On a le sens des affaires

Enfin une véritable
**campagne publicitaire
abordable !!**

Vous êtes une société conseils et voulez faire connaître vos produits et services,

Le journal Les Affaires et Carrefour PME sont fiers de poursuivre cette offre promotionnelle jusqu'à la fin avril 2006.

Pour **3 000 \$**, il vous est maintenant possible d'obtenir une véritable campagne publicitaire d'une durée de un an avec des volets web et papiers.

Dans cette offre, vous retrouverez :

- Un publipostage (journal Les Affaires, 1 mois web, newsletters);
- Une capsule conseils (journal Les Affaires, 1 mois web, newsletters);
- Des cartes d'affaires couleur (4 au total dans le journal);
- Une position garantie dans le répertoire interactif de services professionnels Carrefour Conseils pendant un an;
- Diffusion de projets d'affaires (papier/web) dans Carrefour PME;

Ne manquez pas la chance de rejoindre plus de 350 000 lecteurs à chaque semaine avec **Le journal Les Affaires** et plus de 300 000 visiteurs uniques mensuellement avec **lesaffaires.com**. Réservez dès maintenant votre place et bénéficiez en plus d'un programme de paiements sur 12 mois sans intérêt.
Cette offre est d'une valeur de plus de 11 500 \$.

Contactez l'un de nos conseillers au 514-392-4100

CARREFOUR PME

www.lesaffaires.com/carrefourpme

Recruitek

Recrutement en technologies de l'information

AIDEZ-NOUS À VOUS AIDER!

En tant que gestionnaire vous devez d'être efficace. Vous connaissez les coûts rattachés à l'embauche d'une nouvelle ressource; le temps passé à regarder des CV et à faire des entrevues. Faire passer des annonces et payer vos partenaires internes ou externes de recrutement, ça coûte cher.

Il est bien possible que vous ne trouviez pas la ressource idéale si vous n'avez pas déterminé vos attentes avant de commencer les recherches. Souvent ceci peut résulter en une perte de temps, voir une mauvaise embauche.

Une bonne description de poste peut vous éviter ce genre de problème. Qu'est-ce qu'une personne doit avoir pour réussir dans votre poste et dans votre équipe? Comment pouvez-vous attirer une bonne ressource?

Prenez le temps de communiquer vos attentes à votre partenaire de recrutement afin d'identifier les bons critères d'embauche.

Ensemble, nous pouvons trouver la meilleure personne pour vos postes.

Pour rejoindre un membre de l'équipe Recruitek :
(514) 721-4747

Visitez notre site internet : www.recruitek.com

CARREFOUR PME

Consultez le plus important répertoire de projets d'affaires diffusé par notre réseau de partenaires actifs et impliqués auprès des PME du Québec

Multipliez vos rencontres et nouvelles occasions d'affaires.
Visitez www.lesaffaires.com/carrefourpme
Consultez l'annonce complète avec le numéro de référence.

Forums

À ne pas manquer

Présentation d'entreprises à la recherche de financement le jeudi 25 mai au Club Universitaire de Montréal, 2047 Mansfield à Montréal.

Pour inscription et réservation, visitez le:

www.forumsquebec.com

Recherche de partenaire financier

Web ref.: FE1343

La société œuvre dans le domaine de l'impression, son projet consiste à concevoir et mettre au point une cartouche pour l'impression directe à sublimation directe. Cette méthode d'impression permet d'imprimer, par sublimation et sans transfert préalable sur le papier, plusieurs types de substrat tel que les fibres de textile naturelles (Coton, soie), les fibres synthétiques (Polyester, le nylon), le vinyle, le PVC et le plexiglas.

Recherche de partenaire financier

Web ref.: FE1342

La société a développé une technologie permettant aux intervenants en santé d'avoir un accès immédiat et complet aux données médicales des patients du Dossier Santé Électronique (DSE). Le déploiement du DES pancanadien est prévu dans 2-3 ans.

Recherche de partenaire financier

Web ref.: FE1341

Technologie : La société a développé la technologie des « parcours dirigés » qui permet à des gestionnaires sans vocation technique de mettre à la disposition des usagers des services en ligne orientés vers leurs besoins précis. Les quatre principaux produits réalisent un guichet unique. - guide les usagers avec une précision de 100% dans leurs recherches - assure la saisie d'information par processus d'entrevue et permet de traduire des processus disparates. - permet de fédérer les données et transactions indépendamment des systèmes informatiques en service. - et permet à des gestionnaires d'affaires de mettre en œuvre des services orientés usagers.



Finesse et instinct

Financement d'entreprises

Web ref.: IE1284

FINEXCORP est une compagnie québécoise privée spécialisée dans le financement sur actif par l'entremise de véhicules financiers tels que l'affacturage, le financement de comptes à recevoir, l'achat ou le financement de créances à escompte et le financement de crédits d'impôt. FINEXCORP offre un ensemble de solutions de fonds de roulement grâce à l'injection rapide et directe de liquidité. FINEXCORP s'avère un partenaire d'affaires indispensable pour toute entreprise au cours de son démarrage, de son évolution, de son expansion ou de sa réorganisation.

Deloitte.

Samson Bélaire/Deloitte & Touche

Recherche d'entreprise

Web ref.: IE1317

Entrepreneurs expérimentés cherchent à faire l'acquisition d'une entreprise œuvrant dans le secteur de la transformation alimentaire. L'entreprise serait préférablement située dans la grande région de Montréal.

Recherche d'entreprise

Web ref.: RE1333

Nous sommes deux jeunes entrepreneurs de la région de la Mauricie voulant acquérir une entreprise (PME) œuvrant dans les secteurs suivants : Transformation / production de produits métalliques ou alimentaires. Achat d'entreprise à 100% ou partenariat avec achat graduel complet

Recherche d'entreprise

Web ref.: RE1318

Entrepreneur expérimenté recherche, pour acquisition, une PME de moins de dix employés œuvrant dans les secteurs de la fabrication/transformation, commerce de gros, transport et entreposage, agriculture et foresterie et située dans la région de Québec et les environs. Potentiel à l'exportation souhaité.

Vente d'entreprise

Web ref.: VE1324

Résidence pour personnes âgées pour clientèle autonome, en perte d'autonomie ou en convalescence. Région du Bas St-Laurent.

Vente d'entreprise

Web ref.: VE1321

Professionnel de l'optométrie désirant vendre sa clientèle et les actifs reliés à l'exercice de sa profession, région administrative Saguenay-Lac-St-Jean.

Recherche d'entreprise

Web ref.: RE1301

Entreprise manufacturière située au Saguenay Lac-St-Jean désirant acquérir une participation de 51% à 100% d'une entreprise manufacturière réalisant plus de 5 millions de chiffre d'affaires et œuvrant principalement dans le domaine de la 2ième ou 3ième transformation de l'Aluminium.

HAREL DROUIN - PKF L'ALTERNATIVE !

Harel Drouin - PKF firme comptable vouée principalement au service de la PME, privée ou publique depuis près de 30 ans. Sa mission, la certification. Son rôle, accompagner ses clients dans leurs projets d'affaires.

Faites-nous part de vos projets d'affaires et consultez un de nos conseillers.

Tél. : (514) 845-9253
www.hd-pkf.ca

Vente d'entreprise

Web Ref.: VE1345

Fabrication et distribution de boulons en acier inoxydable. Entreprise établie depuis 25 ans. Siège social à Montréal, succursale à Toronto. Volume d'affaires de 4 M\$, BAII de 655 000\$.

Offre de service

Web ref.: OS1347

PME: Vous êtes débordé et avez besoin d'un coup de main pour embaucher du personnel? Dotez-vous d'un spécialiste en recrutement de personnel et/ou recherche de cadres (à temps partiel, quelques jours-semaine ou pour un remplacement de vacances, congé de maternité etc.). Excellente idée pour les périodes de pointe.
@Intermédiaire: Aubin Gestion Conseil

Offre de service

Web ref.: RE1327

Sortez vos B.N.R. à votre nom personnel, libre d'impôts. Stratégie fiscale élaborée par une institution financière reconnue. Pour entreprises incorporées ou ltées seulement. Avis d'avocat-fiscaliste sans frais ni obligation.

Annouceur direct

Partenaire financier : Entreprise

Web ref.: FA1336

Ce jeune et futur marché appartiendra au visionnaire qui dès aujourd'hui aurons pris l'initiative d'investir et d'établir les règles de jeu. Le Sémaphore est une réponse humaine et concrète à une nouvelle réalité, celle de l'apparition de près de 111 600 cas de démence (d'Alzheimer). Le concept novateur est unique et d'ores et déjà salué par la Fondation Alzheimer.

Annouceur direct

Vente d'entreprise

Web ref.: VE1349

Entreprise de briques et de pierres à vendre - fabricant, grossiste et détaillant de produits de béton - L'entreprise se situe dans la région de Trois-Rivières, dans un secteur zoné industriel et commercial. Occupe plus de 110 000 pieds carrés de terrain et prêt de 12 000 pieds carrés de bâtisse et de salle de montre.

Annouceur direct

Vente d'entreprise

Web ref.: VE1353

BOULANGERIE de STYLE PARISIEN à vendre. Elle produit et vend au comptoir: pains et viennoiseries diversifiées sur sa propre marque de commerce. Site commercial très achalandé et spécialisé.

JGP.CA

Offre de financement pour entreprise

Web ref.: IE1352

Votre argent dans vos mains maintenant! Nous achetons vos comptes recevables de \$25,000 à \$300,000. Contactez-nous pour plus d'informations au (450) 621-4265.

Annouceur direct

CARREFOUR Conseils

Consultez des professionnels

Certification - Fiscalité - Consultation - Conseils financiers.

Deloitte.

Samson Bélaire/Deloitte & Touche

26 bureaux au Québec
1 800 260-1407
carrefourpme@deloitte.ca
www.deloitte.ca

© Samson Bélaire/Deloitte & Touche S.E.N.C.L. et ses sociétés affiliées.

Les appels d'offres au Québec, c'est
www.seao.ca

Op'nWorks

EXPERTISE OP'N SOURCE

MIRASOL OP'NWORKS INC.

info@opnworks.com
www.opnworks.com

514.229.8730

SGND

PERFORMANCE CORPORATIVE

22 Belvédère
Ste-Julie, Qc, Canada
J3E 3M5

Mobile: 514-497-8715 Courriel: ndrouin@mysgnd.com
Site Web: www.mysgnd.com
Normand Drouin



Gestionnaires
à la carte

Une solution sur mesure pour les entreprises
Une nouvelle option pour demeurer actif
lors de l'après-carrière

Tél. : (514) 931-2525 R2@R2seco.com www.R2seco.com

R&D Capital

SOCIÉTÉ DE FINANCEMENT DE CRÉDITS D'IMPÔTS

514-788-8483

(514) 937-6789

CENTRE EURÊKA

SERVICES AUX ENTREPRISES POUR LA RÉUSSITE DES TRAVAILLEURS

www.centreeureka.com

Me Patrick E. Farley Avocat / Fiscaliste

276, rue St-Jacques, bureau 901, Montréal (Québec) H2Y 1N3
Tél: (514) 931-2700 Fax: (514) 931-0200
Sans-frais: 1-877-931-2700
E-mail: crpf@bellnet.ca

HAREL DROUIN - PKF L'ALTERNATIVE !

Membre du réseau PKF International

Certification - fiscalité canadienne et internationale - consultation
514-845-9253 • www.hd-pkf.ca

1 Faites connaître votre projet d'affaires

Que ce soit pour vendre ou acheter une entreprise, trouver un distributeur, nouer de nouvelles alliances, trouver des partenaires, obtenir du financement...

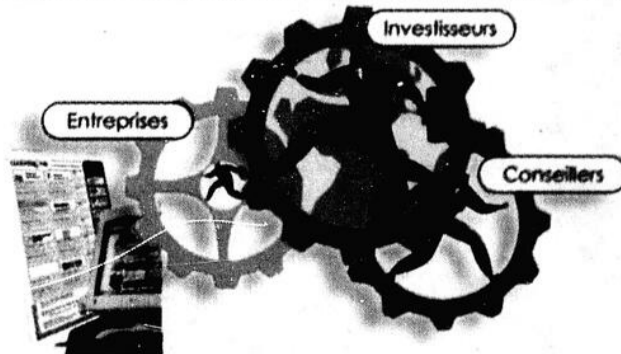
2 Diffusez-le sur Internet et dans le journal

Rejoignez plus de 353 000 lecteurs et plus de 300 000 visiteurs uniques mensuellement.

• La plate-forme Internet et les outils les plus complets pour la gestion de votre projet d'affaires.

3 Réalisez votre projet d'affaires

Votre projet est soumis en toute confidentialité à des entrepreneurs, des professionnels, des investisseurs..., provenant de réseaux d'affaires structurés des partenaires de Carrefour PME.



Visitez le site : www.lesaffaires.com/carrefourpme
Pour plus d'informations : Jean-Philippe St-Laurent au (514) 392-4100

FIERS PARTENAIRES :



ANNONCEZ VOS
SERVICES-CONSEILS
AUPRES DES
ENTREPRENEURS

Multipliez les occasions
d'affaires dans le journal et
sur Internet en insérant
votre carte d'affaires

ANNONCES CLASSÉES

1 800 361-7210

TÉLÉCOPIEUR
(514) 392-2056

CARREFOUR PME

lesaffaires.com/carrefourpme

Diffusez vos projets d'affaires

Pour plus d'informations 1 800 361-5479

CARREFOUR FRANCHISES

(514) 392-7782

FRANCHISE



RESTO Le Four BAR
Pizza au four à bois,
pâtes et grillades

Tirez profit de nos 18 années d'expériences de maître franchiseur, gagnant du maillon d'or franchiseur 2001

Vous voulez lancer un commerce à succès?
Restaurants déjà en opération et nouvelle franchise sont disponibles dans la grande région de Montréal.

Communiquez avec nous!
Occasions d'affaires uniques, concept redessiné et actualisé, programme de financement accessible et avantageux.

Daniel Massé
Tél. : 514.252.6789
www.lefour.com
info@lefour.com



Unique au Canada



Cabana Sol
CONCEPT CLUB BRONZAGE

Salon de bronzage
Concept unique
Disponibles partout
au Québec

Licence clé en main
Territoire protégé
Mise de fond
\$75,000.00

1-888-348-6888 450-458-6888
Michel Brodeur www.cabanasol.com

Franchise Para Médicale
Haut niveau de rentabilité sur investissement
Franchise maîtresse ou régionale
Territoire protégé
Formation complète du personnel
et de l'administrateur / Clé en main
Critères d'honnêteté exigés
JOIGNEZ-VOUS AU GROUPE

POUR INFO :
514-267-5380
visitez le www.laserotherapie3001.com

LES ALIMENTS



Franchises disponibles!

- La plus grande chaîne d'aliments surgelés • Plusieurs territoires disponibles
- Formule clé en main et formation complète

Pour plus d'informations, contactez Manon Leroux 1-888-387-6328 (poste 222)
www.lesalimentsnm.com

OCCASIONS D'AFFAIRES

Pour quiconque recherche des partenaires ou investisseurs sérieux!

Pour les rejoindre, annoncez dans les **ANNONCES CLASSÉES** du journal**LES AFFAIRES**
(514) 392-7782

Franchises à vendre ?

Annoncez-les auprès d'individus qui possèdent de l'expérience de gestion et les revenus nécessaires pour en faire l'acquisition...

... nos lecteurs consultent la section FRANCHISES des ANNONCES CLASSÉES du Journal LES AFFAIRES pour trouver les meilleures opportunités.

(514) 392-7782

CARREFOUR OCCASIONS D'AFFAIRES

ANNONCES VEDETTES

CONCESSION COMMERCIALE



GRUPE LOU-TEC INC., un réseau de 56 centres de location au Québec poursuit sa croissance. Si vous avez des talents de gestionnaire et que le domaine de la location d'équipements de construction et de rénovation vous intéresse, contactez M^{me} Carole Drolet, présidente-directrice générale au (450) 964-0047

COMMERCES À VENDRE

FOND DE COMMERCE



Dépanneur + crèmerie situé à Lachenaie dans un secteur résidentiel et commercial en plein développement. À proximité des autoroutes 40 et 640. Énorme potentiel. Bâtisse moderne et fonctionnelle. Équipements récents. Possibilité de diversifier les opérations.

RE/MAX UNIS YVES ASSELIN B.A.A. Agent immobilier agréé
(450) 657-3629

DEVENEZ DAY TRADER

www.daytradercanada.com

Apprenez à vivre de la Bourse au jour le jour, à la hausse comme à la baisse, et gagner des revenus de professionnel en \$ US.

- Maison ou bureau, temps plein / partiel.
- Accès direct aux NASDAQ, NYSE, TSX.
- Coût de départ et opération minime.
- Contôle du risque à 100 %.
- Formation professionnelle.
- Cours de 60 h + manuel de 400 pages.
- 40 hrs de pratique en temps réel.
- Ordinateur et logiciels boursiers fournis.
- Entièrement déductible d'impôt.

Cours intensif (7 jours) : du 13 au 19 mai 2006 (places limitées)
Info/réservation : (514) 666-0305 1 (877) 301-0123

Niko Vidéo

Nouveau Concept !
Très bonne occasion d'affaire, Laval et Terrebonne
(514) 608-1180

Conditionnement physique pour femme en 30 min.

2 succ. Laval et Boisbriand formation incluse, valeur de 70 000/chaque pour 25 000/chaque, vente rapide
(514) 781-6515
(514) 867-6163

COMMERCES À VENDRE

Resto Près du Château Frontenac
Bien situé, cuisine Traditionnel Française. Bonne clientèle. 110 places + salle de groupe ou banquet
(418) 527-4849

Quincallerie
Établi depuis 40 ans, bonne croissance, vente au détail et industries, comptoir pièces d'auto.
(450) 582-9394
Laisser message

Usine de Rabotage
Située au Lac Saint-Jean. Grande flexibilité de transformation de différents produits. Le tout comprend les bâtiments, l'équipement et la machinerie. Grand Terrain.
(819) 233-4646*104

AUTOMOBILE

Location d'automobiles et camions légers à court terme. Entreprise rentable établie depuis 20 ans sur la Rive-sud de Montréal opérant à partir de 2 points situés à Chambly et Longueuil. L'acheteur pourra louer ou acheter les immeubles. Raison de la vente: retraites des propriétaires. Fonds nécessaire : 500 000 \$
514-946-2339 ou après 20:00 h
1-450-224-5490

Trois-Rivières

Compagnie rentable dans le domaine du transport et autres activités, établie depuis de nombreuses années. Chiffre d'affaires au delà de 700 000 \$.
Prix de vente 450 000 \$, augmentation potentielle des ventes. Raison de vente : retraite du propriétaire.
pour informations laissez votre numéro de téléphone par courriel : tr-jgl@hotmail.com

MONTRÉAL, OUEST

Immeuble à revenus 4 X 4 1/2 et son commerce restaurant licencié
Fine cuisine française sur 2 étages. 70 places chaque étage et terrasse, 30 places.
Prix 889 000 \$
(514) 606-1248

OPPORTUNITÉ D'AFFAIRES

130 succursales au Québec club vidéo automatisé(dvd) possibilité de financement (mise de fond)
(450) 347-7775
Jocelyn Martel

Résidence pour personnes retraitées

38 chambres sur les rives de la rivière Richelieu Revenus : 526 870 \$
Prix : 1 250 000 \$
(819) 564-6444 (222)
Sentinel gestion immobilière A.I.A.

Centre de pratique Le Golfeur de la Prairie

400 aires de pratique, abri et 2 étages, 9 trous, 18 trous en construction.
Prix demandé : 1 750 000 \$
www.duproprio.com/25797
(514) 946-0283
www.golfeur-laprairie.com

Concept révolutionnaire de Chaloupe Pliable à vendre

Équipements de production, pièces, dessins brevetés.
Contactez l'inventeur (819) 243-0432
www.bateauodysee.com

INVESTISSEURS

• Saguenay : Centre Récréo-touristique, infrastructure pour loger et nourrir 450 personnes par jour + terrain 11 acres, accès au Lac Sébastien, Poss. d'opérer à l'année. Beaucoup de potentiel.
• Jonquières : Restaurant 115 places, const. récente.
Rodrigue Comeau Agent Immobilier Affilié
Cell. : (418) 540-2442 Bur. : (418) 542-7587
Mtl : (514) 768-6797

FLEURISTE

St-Césaire, rte. 112 Bâtisse : 26 X 40, avec sous-sol, clientèle établie depuis 28 ans. Terrain de 10 000 pi² asphalté.
(450) 469-4391

Investisseurs, distributeurs et agents manufacturiers recherchés ?

Ils lisent la section **Occasions d'affaires des ANNONCES CLASSÉES** du journal **LES AFFAIRES** pour trouver les meilleures propositions.
Annoncez-vous!
Pour info :
(514) 392-7782

Entreprise de Pompage Sanitaire

En Mauricie, depuis 1996, clientèle : résidentiel, commercial et municipale. raison de la vente : retraite.
(819) 228-8004

Produits nautiques et récréatifs + Marina

Région Outaouais
Commerce établi excellent potentiel
DCA courtier immobilier
514-990-0192
danchart@videotron.ca

BELLE OPPORTUNITÉ D'AFFAIRE À LAVAL
POUR PROFESSIONNEL DE LA SANTÉ ET DE LA BEAUTÉ
Clinique multifonctionnelle en amaigrissement, traitement de cellulite, d'esthétique et d'épilation laser, massothérapie et autres. Bonne réputation, établie depuis 5 ans. 3100 pi.ca. sur 2 niveaux, 12 cabines. Offre beaucoup de possibilités pour nouveaux soins para-médicaux et médicaux.
Pour information (514) 772-2883

CARTES PROFESSIONNELLES

VOUS ÊTES UN SPÉCIALISTE DE LA VENTE D'ENTREPRISES ?
ANNONCEZ-VOUS ICI
LA SEMAINE PROCHAINE

VOUS ÊTES COURTIER ?
ANNONCEZ-VOUS ICI
LA SEMAINE PROCHAINE

VOUS ACHETEZ. COMBIEN VALENT-ILS ?

VOUS VOULEZ ACHETER UNE ENTREPRISE NOUS POUVONS VOUS AIDER À TROUVER UNE ENTREPRISE SAINTE ET PROMETTEUSE NOUS SERONS À VOS CÔTÉS À TOUTES LES ÉTAPES DE LA TRANSACTION

NOUS SOMMES LÀ POUR VOUS CONSEILLER L'ÉQUIPE DE PROFESSIONNELS DU SECTEUR FUSION ET ACQUISITION VOUS ACCOMPAGNE DANS LA RÉALISATION DE VOS PROJETS D'ACQUISITION ET DE CROISSANCE

DEMANDEZ MARC MONTEPLAISIR
514 878 0233

demersbeaulne



Pour annoncer : (514) 392-7782

carrefour@transcontinental.ca

CARREFOUR OCCASIONS D'AFFAIRES

ENTREPRISES DEMANDÉES

ENTREPRISE RECHERCHÉE
Investisseur cherche à acquérir une participation majoritaire dans une entreprise ayant un chiffre d'affaires entre 3 et 15 millions de dollars dans le secteur manufacturier ou de la distribution. Cette entreprise opérera préférentiellement dans la région de Montréal ou sur la Rive-Sud.
Pour plus d'informations, prière de contacter Madame Chantal Longtin.
Tél. 450.472.2828

Groupe CFO Conseil
• Réservé aux industries manufacturières (1 à 5 millions)
• Recherche d'entreprises à vendre.
• Nos acheteurs sont pré-qualifiés.
(514) 499-5252 info@cfoconseil.com (514) 499-5251
530-14 Place du Commerce Ile-des-Sœurs (Québec) H3E 1T5

GRUPE TRANSACTIONS PME GROUP
SPÉCIALITÉ : VENTE D'ENTREPRISES
vendeurs et acheteurs QUALIFIÉS, confidentialité pour recherche, accompagnement ou financement
(514) 914-0413 • f (450) 646-7543 • tremblay@aetl.ca
CONFIDENTIALITÉ ASSURÉE

VEHICULES RECREATIFS

2000 VOGUE 5000
91000 mi., 45 pi., « slide-out », peinture « super-clear », moteur caterpillar 3406, 500 hp, génératrice Power-Tech 12 kw, aquahot, finition intérieure de très haute qualité, tout électrique, condition impeccable, 385 000 \$. Pour info : Richard 514-386-8711.

BATEAUX ET VOILIERS

Elegant Sealine express cruiseurs 37
819-471-0742

DIVERS A VENDRE

7 Unités de climatisation de toit «York» Neufs, 600/3/60 7,5 tonnes en lot ou séparé 1-800-472-4188

ENTREPRISES A VENDRE

CENTRE DE SANTÉ ET DE JEÛNE
Établi depuis 25 ans
1 heure au nord de Montréal.
Clientèle établie, rentable, 15 chambres.
Idéal pour professionnel de la santé.
Pour information :
Groupe Conseil Cerca (514) 876-1355
Fax: (514) 871-0874
courriel : foligny@sympatico.ca

BILLETS HOCKEY - SPECTACLES - EVENEMENTS

BILLETS CANADIENS
Achat-Vente
(514) 258-8499

CENTRE BELL LOGE DISPONIBLE POUR LE SPECTACLE DELIRIUM CIRQUE DU SOLEIL
Dimanche 18 juin 2006
Pour réservation appelez Lorraine
(514) 875-4270

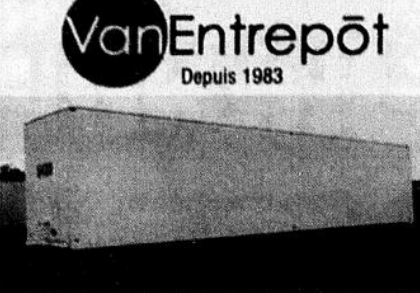
OFFRES DE SERVICES

Achat et vente de Bâtiments Industriels et structures d'acier usagés.
Hubert Labonté
(418) 654-5000

Vous voulez annoncer ?
(514) 392-7782

SERVICES SPÉCIALISÉS

VanEntrepôt
Depuis 1983



LOCATION DE REMORQUES D'ENTREPOSAGE
• Court et long terme
• Service de livraison
Tél. : (514) 336-3160 • (514) 831-3881

IMMOBILIER RÉSIDENTIEL
Deuxième appel reçu et la propriété est vendue. Ma stratégie de marketing dans votre journal fut excellente.
Daniel Levesque, agent ROYAL LEPAGE

PLACEMENTS

J'AI DES ACTIONS NEW TECH. MARCHÉ ENTRE PARTICULIERS.
(450) 782-2489 / (450) 517-0737

INVESTISSEURS DEMANDÉS

Ste-Julie (Rive-sud) OCCASION UNIQUE : PLACEMENT IMMOBILIER INVESTISSEZ DANS UN CONDO À REVENU LOCATIFS.
Garantie de rendement, 5 ans sans souci, gestion incluse
450-733-0700

CARREFOUR IMMOBILIER

COMMERCIAL / INDUSTRIEL

ANNONCES VEDETTES

VOTRE ANNONCE VEDETTE
ICI LA SEMAINE PROCHAINE ?

MAURICIE

À VENDRE / À LOUER PROPRIÉTÉ INDUSTRIEL



30-80, avenue St-Martin, Louiseville (Québec)

- Bâtiment industriel, idéal pour manufacturier.
- Superficie industrielle : 110 116 pi²
- Superficie du bureau : 12 800 pi²
- Superficie total : 122 916 pi²
- Situé à l'intersection de l'avenue St-Martin et de la rue Notre-Dame Nord.
- Hauteur libre de 14 à 18 pieds.
- 7 quais de chargement et 3 portes niveau sol.
- Bâtiment complètement climatisé.
- Accès facile à l'autoroute 40.

COLLIERS INTERNATIONAL (QUÉBEC) INC. Courser Immobilier agréé

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec :
Paul Normandin Martin Rathé
VF Agent immobilier agréé Agent immobilier agréé
(514) 866-1900 ext. 257 (514) 745-1900 ext. 146

www.colliers.com COLLIERS INTERNATIONAL (QUÉBEC) INC. Courser Immobilier agréé

GASPÉSIE / ÎLE DE LA MADELEINE

Superbe ferme
située sur la péninsule de Migouasha, en Gaspésie. 32 hectares (80 acres). Verger de 290 arbres (pommiers, pruniers, poiriers, cerisiers). Deux remises, étable, entrepôt, garage. Vue grandiose sur la baie des Chaleurs et les Appalaches. 395 000 \$
Marilyn Verge courtier immobilier agréé
418.364.6161 www.mverge.com

LAURENTIDES

À louer locaux industriels Saint-Janvier Mirabel
Parc industriel autoroutier, coin rue Brault et Lapointe.
De 3 200 pi² à 22 500 pi², hauteur de 22 pi libre.
Giclée, quais de chargement ou entrée directe.
En construction, livraison mai 2006
Michel (514) 992-9191

MONTRÉAL

Bureau à louer
Bureau privé, meublé avec services, téléphone, internet haute-vitesse au 24e étage du 1000 de la Gauchetière Ouest. 1000 \$ / mois. (plus taxes)
(514) 448-2260

Bureaux situés Arrondissement Anjou
À sous-louer, (10945, boul. Louis-H Lafontaine) Nouvel immeuble 4662 pi. ca. Disponible immédiatement
Céline Dion
450-771-0400

5 bureaux à louer
1551 Papineau (coin Maisonneuve) meublés, climatisés, téléphone, fax, internet HV Métro Papineau stationnement disponible immédiatement
(514) 526-2891 * 224

Espace Commercial
À louer Verdun 3 000 pi² rez-de-chaussée sous-sol avec stationnement idéal pour professionnel
(514) 820-2644

Locaux industriels & commerciaux
Ville d'Anjou disponibles de 2 500 à 14 000 pi², pour espaces de bureau ou entrepôts
(514) 494-7336

Local commercial à louer
Vieux-Mtl, 3 bureaux fermés, rue St-Gabriel, 1000 pi² tout inclus, occupation immédiate.
1 000 \$ / mois
Contactez Mario
(514) 254-0091

RIVE-NORD DE MONTRÉAL

Locaux industriels à louer St-Janvier Mirabel
Construction neuve au 12900 rue Brault, poss. de 3000, 6000 ou 9000 pi², hauteur libre 22 pi giclée, entrées directes, portes 12 pi ou 14 pi, libre immédiatement
(450) 434-9898

Immeuble commercial à vendre Plateau
Boul St-Joseph O NOUVEAU
1300 pc rdc libre pour professionnel ou futur logement + logement loué + terrasse + 2 garages
PRIX POUR VENDRE
(514) 984-8549
(450) 653-4320
immoFocus inc ctr

Bureaux à Louer Montréal
6500 Blvd Pie IX 1200 - 5300 pc Stationnement intérieur
Avec option d'achat possible
(450) 668-8306

Métro Berri
Bureau de 700 pi², climatisé. 3 pcs, meubles neufs. Grande salle de conférence. Tél., téléc., internet haute vitesse, stat.int. tout inclus. Immeuble moderne, fraîchement rénové, surveillance 24 hrs. Libre 4-5 jours / sem. selon besoins.
1200 \$ à 1500 \$ / mois
1-888-568-4408

ANJOU BUREAUX
199\$/mois
Louez immédiatement et recevez 2 mois gratuits
514-486-3005

Villeray 5 Plex
Sur coin de rue stratégique (Liège et St-Hubert) 30 X 42 avec garage. zonage rés. et com. 6 1/2 proprio-occupant mls #1189694, \$449,000 L. Pronovost, sutton ctr, 514-645-7272

De la couleur, c'est plus vendeur !

MONTRÉGIE

Bâtisse industrielle St-Jean-sur-Richelieu
À LOUER
Bureau / entrepôt 47 000 pi² divisible 4.50 \$ pi²
Serge Gagné
(450) 348-4918

QUÉBEC

Bâtisse à vendre ou à louer
Avec Stats., R-C: 4 186 pi² S-S: 4 186 pi² Mezzanine: 785 pi² (sans frais) total : 8 372 pi², boul. Hamel, site stratégique, pignon sur rue, près centre d'achat place Fleur de Lys
(418) 659-2564

Centre commerce et affaires
condos ou location à Québec
3 000 à 17 500 p.c. qualité supérieure 2006/2007
Immeubles Rouleau
418-877-5904

Power point Lévis
Site stratégique, pignon sur rue, 85 président Kennedy coin Étienne Dallaire, 8 150 pi² divisible, libre immédiatement.
(418) 659-2564

ESTRIE / CANTONS DE L'EST

Immeubles à vendre
40 log. - Sherbrooke
revenus : 182 800 \$
prix : 1 400 000 \$
46 log. - Sherbrooke
revenus : 206 900 \$
Prix 1 575 000 \$
Sentinel gestion immobilière
Benoit Aubé A.I.A
(819) 564-6444 (222)

CHARLEVOIX

Terre a bois
pour un investissement sûr, St-Hilarion zone agricole 36 arp² 99 arp² et 142 arp² les trois ensembles pour 500\$ arp².
David Avoine
(418) 832-1001
Remax Avantages Inc.

Terre zone blanc
St-Placide Baie St-Paul zone blanc tres belle vue sur montagnes 3 x 36 arp 1 x 54 arp ou d'un bloc.
David Avoine
(418) 832-1001
Remax Avantages Inc.

RIVE-SUD DE MONTRÉAL

GRAND TERRAIN À VENDRE
• Numéro de cadastre : 2 713 650
• Superficie de 51 107,6 m² ou 551 000 pi²
• 810,4 m le long de la rivière St-Jacques à Saint-Philippe (voisin de Candiac et de la route 30) ou une longueur de 2 654,38 pi longeant la rivière
• Zone résidentielle
• Prix à discuter
Pour informations (450) 550-3481

IMPEC. 4 PLEX.
Tout rénové. 469,000\$. Résidentiel et commercial. Centre-ville. Vue sur fleuve. Revenu potentiel +47,000\$.
Lise Latour
514-990-5991
Groupe Sutton-actif

Locaux
Parc industriel boucherville (de Coulomb) de 2 150 à 4 300 pi², porte de garage (12' X 14') au sol, électricité : 550 / 220, 200 A, entré 600. Chauffage électrique.
(450) 641-4773

LANAUDIÈRE

Bâtiment industriel à vendre ou à louer Repentigny
De 26 000 pi², indivisible, 22 pi de hauteur clair, pas de colonne.
(450) 585-8400

Parc industriel Mascouche
Bureaux et entrepôts 1 x 2275 libre (91x25) 3 locaux contigus 6825 pc (91x75) pour 1er mai quai de chargement
(450) 465-8227

Repentigny Bureaux à louer
Le Central - Édifice neuf Centre d'affaires et de professionnels, bureaux pour travailleurs autonomes 180 à 850 pi.ca.
René Després
450-582-0002

IMMOBILIER COMMERCIAL
« 2 semaines de parution ont généré beaucoup d'activité. Résultat: 2 acheteurs sérieux dont un de Senneterre en Abitibi. Première expérience avec le journal LES AFFAIRES que je renouvellerai inconditionnellement. Hautement satisfait. Le journal est devenu un incontournable pour le placement de mes annonces commerciales. »
Claude Gauthier
RE/MAX ACCORD

COMMERCES
« Une annonce 30 x 2, 2 fois en 2 mois, a généré d'excellents contacts. 3 acheteurs sérieux en négociation. Très satisfait des résultats. »
Georges Gilbert, LE NATURALISTE, QUÉBEC (QC)

Annoncez vos occasions d'achat ou de location d'espaces commerciaux et de bureaux dans la section Immobilier commercial des ANNONCES CLASSÉES du journal Les Affaires et adressez vous directement aux décideurs !
(514) 392-7782

VOUS AVEZ BESOIN D'UN comptable consultant financier professionnel de la publicité professionnel immobilier spécialiste du recrutement ... ?
Consultez aussi la section en page 34 de ce journal
services PROFESSIONNELS



De la couleur, c'est plus vendeur !

CARREFOUR IMMOBILIER

RÉSIDENTIEL

ANNONCES VEETTES

Court terme 1^{re} 2^e 3^e

HYPOTHEQUE

Prêteur direct

- ✓ INTÉRÊTS SEULEMENT
- ✓ DÉLAI 7 JOURS
- ✓ 90 JOURS - 1 AN
- ✓ COURTIER PROTÉGÉ
- ✓ APPROBATION BASÉE SUR ÉQUITÉ

KeyBridge (514) 277-0004 • 1-877-227-2999

ESTRIE / CANTONS DE L'EST

65 000 pi² à partir de 35 000 \$

TERRAINS EN MONTAGNE
1-877-539-0220
www.laseigneuriedeshofford.com

Vous cherchez un terrain pour votre maison de campagne ?

C'est ce que vous offre le Domaine Forest sur la rive du Grand Lac Brompton.

UNE VISITE S'IMPOSE!

- Projet immobilier avec construction à architecture contrôlée, marina, tennis, piscine, réseau de sentiers pédestres.
- Phase III maintenant disponible, choix de 25 terrains.
- Terrains boisés de 1 à 2 acres avec services d'aqueduc et d'égouts.
- À proximité du Mont Orford, de Magog et Sherbrooke.

Tél. 819-843-8300 www.domaineforest.com

MONT-TREMBLANT

Centre de villégiature en montagne #1 de l'Est du Canada

la vie au sommet

SOMMET EXCLUSIF AVEC VUES SPECTACULAIRES De 105 000 \$ à 550 000 \$ - Spa - Piscines et bains tourbillons - Tennis - Revenus de location

WYNDHAM CAP TREMBLANT
www.captremblant.com

Demandez votre pochette d'information 1.888.425.3777

MONTREAL

ROSEMÈRE - 1 950 000 \$

- Bord de l'eau (Ile Ducharme)
- Superbe terrain de 53,943 pc
- 3 + 1 ch et 5 s. de bains
- Piscine intérieure
- Résidence somptueuse

Visite virtuelle sur : www.marlostandre.com

Mario St-André agent immobilier affilié
La Capitale Rive-Nord MSA courtier immobilier agréé (450) 435-4322

En Estrie, Grand lac Brompton,
Chemin Bombardier

Avec façade 130 pieds sur le bord du lac, superbe cottage (2.5 étages), 4 chambres. Magnifique terrain 23 868 pieds carrés, entièrement aménagé. 542 000 \$ (819) 679-7772

Bord de l'eau Grand Lac St-Francois

Somptueuse résidence dans un domaine privé, construction haut de gamme, magnifique terrain paysagé, un endroit de rêve et de bien vivre. Pour information Denis Floramore 514 726 2813

Nouveaux Condos de prestige à Orford. Situé au bord de la rivière aux Cerises. Grand balcon, 3 chambres à coucher, 2 salles de bain, planchers de bois franc, finition intérieure de qualité. Idéal pour investisseurs; revenus location. 249 000 \$ Lucie Gingras (819) 432-1051

BROMONT EXCEPTIONNEL

Maison de grand style 2001, 5 ch. dont 1 ch. au rdc, 4 sdb, garage double, thermopompe, directement sur le Golf Vieux-Village. Idéal pour professionnel.

Ruth Dupont LL L (514) 233-5430 (450) 378-8085

Grand lac Brompton
Bord de l'eau, superbe terrain, 165 pieds de façade sur le lac, environ 50 000 pi² 450 000 \$ + taxes (819) 846-6900

OWL'S HEAD
TERRAIN sur pente de ski Vue panoramique Lac Memphrémagog +/- 32,000 pi² Accès Marina, plage, golf, etc. Aqueduc, égout, électricité Prêt à construire 514.386.0028 www.h3development.ca

Bord de l'eau
Magog, superbes terrains de 2 à 12 acres, sur lac écologique de 5 acres, paysagés + plage, paix et tranquillité (819) 868-0775 (819) 345-0735 www.domainedeseauxvives.com

Terrains uniques pour investisseurs
À Magog, superbe vue panoramique sur le lac Memphrémagog et ville, 2 et 3 acres. 90 000 \$ et 120 000 \$ Louise (819) 868-6684

The Boulevard, Westmount - Élegante maison jumelée avec grande marge de reculement de la rue. Incroyable vue sur le fleuve sur chacun des 3 étages principaux. 5 chambres à coucher. Beaucoup de clarté, exposition sud-ouest. Vaste espace extérieur : jardin en terrasse, patio adjacent à la cuisine et terrasse au 2^e étage. À distance de marche de 2 parcs, écoles, transport. Entrée de garage. Tour virtuel : www.mcguiganpepin.com/570434 799 999 \$

www.McGuiganPepin.com

Bâtisse Industrielle
de Haute Gamme, Bureau/Entrepôt 73 000 pi², pour vente rapide. Grand stationnement. prix réduit : 3 865 000 \$

Nicola Comito
Sutton Synergie (514) 255-0666

Condo à vendre
Métro beau grand, grand 4 1/2, 1200 pi², 7^e, belle vue très éclairée, centre-ville, côté sud, gym, pool, sauna, A/C, 2 éleveurs, grand locker 6X9, terrasse 17X6, garage. 239 000 \$ (514) 351-6260

Bord de l'eau Lac Aylmer
Terrain boisé 56817 pi² 5.28\$/pi² (819) 357-9723 Site recherché

Bord de l'eau Lac Memphrémagog
Terrain : 2 acres (819) 868-0775 (819) 345-0735 www.domainedeseauxvives.com

Bromont
Grande Résidence avec Bureau prof. De 986 pi². Piscine, tennis et petit vignoble. 45min. de MTL. 479 000 \$

André Lagacé A.I.A. (450) 775-0895
Royal LePage Action Bromont

Une résidence de prestige ? Annoncez-là en couleur.

MONTÉRÉGIE
ST-MARC-SUR-RICHELIEU

Domaine face à la rivière Richelieu, terrain 74 000 pi², étang, piscine creusée 36 X 15, parc privé, 12 pièces, 2 grands foyers, 2 portes de garages, etc. Pas d'agents. Prix demandé 559 000 \$ (450) 584-1059 • (514) 702-1841

CHAUDIÈRE / APPALACHES

BORD DU FLEUVE
Magnifique terrain boisé; borné au fleuve; dézonné; Ste-Croix-de-Lotbinière. 172 200 pi² à 80 \$ / pi² (418) 650-2239

Comté Lotbinière
Domaine de 160 acres environ, en zone verte, partie en culture. Maison de 7 pièces, grange et 3 bâtiments à 25 min. des ponts de Québec. (418) 728-4043 loudro@globetrotter.net

Port-au-Persil
Charlevoix, maisons de prestige classées 4 étoiles à louer, à partir de 675 \$ (hors-saison) et 1 575 \$ (haute saison) par sem. 1 (866) 926-0764 www.port-au-persil.com

CHARLEVOIX

Urgent Cherche activement terrains bord de lac, terre, terrains avec VUE :
Estrie, Charlevoix, Côte nord, Gaspésie
Suite à la très forte demande de clients (57 000) du Salon Chalets et Maisons de Campagne.
Murielle Pelletier, courtier immobilier agréé (819) 842-2806 / info@muriellepelletier.com
www.muriellepelletier.com
Immobilier classique Murielle Pelletier, courtier

RIVE-SUD DE MONTRÉAL

PARCOURS DU CERF
Pas besoin d'être golfeur pour posséder l'une des plus belles maisons de prestige sur le golf. Sur J.P. Ropette, visite virtuelle sur mon site.

Jocelyne Turcotte AGENT IMMOBILIER AFFILIÉ LA CAPITALE DES SOMMETS (450) 649-2244

Résidence champêtre
Restauration en habitation de luxe de 9578 p.c. Solarium et piscine intérieure entièrement vitrés. Accès au centre-ville 20 minutes. Prix demandé: 995.000\$ www.maisonavendreauquebec.com (450) 454-6524

Ste-Julie (Rive-sud) OCCASION UNIQUE.
PLACEMENT IMMOBILIER INVESTISSEZ DANS UN CONDO À REVENU LOCATIFS. Garantie de rendement, 5 ans sans souci, gestion incluse 450-733-0700

CENTRE DU QUÉBEC

Maison neuve à vendre, située en montagne, vue exceptionnelle, accès aux pistes de ski du Mont Gleason. Maison style champêtre avec foyer. 227 ch. du Hameau Tingwick

Constructions Gaetan Allaire Inc. 819-357-4879 • www.duproprio.com

Group Colortech

Peintres et plâtriers professionnels
Résidentiel et commercial
Licence RBQ 8324-7957
Estimation gratuite
Claude Jarry
(514) 806-7195

Appartement 6 1/2 à Louer
2^{em} étage, A/C, plancher bois franc, face au Parc Molson, dispo. 1 juin, 2506 Beaubien coin Iberville 450-689-3483

Propriétés à revenus
Splex 9plex et 11plex
www.immobiliereis.com
Dominique Reis
(514) 973-7347
Courtier immobilier agréé

HORS QUÉBEC
Floride / Orlando / Disney / The Magic

Kenza Benmlih (407) 625-5478 (cell) kb_benmlih@yahoo.com
Vous cherchez de l'immobilier au centre de la Floride? Venez découvrir nos annonces et consultez nos spécialistes sur www.graff.com

Nous parlons Anglais / Français / Espagnol / Arabe

Marketing Specialist / Investment Properties / Commercial / Résidentiel

MAURICIE
Saint-Alexis des monts (Mauricie)

7 chalets "neuf" 4 saisons
Bord de la magnifique rivière du loup
Grand terrain boisé et berge de sable
Baignade et activités nautique
toit cathédrale, sdb moderne, foyer, s/s de 8', plancher de bois, grand balcon, installation septique et puit installé
105.000 \$ à 128.000 \$ plus taxes applicables

www.chaletsmauricie.com - Yvan Lefrançois - 514 941-8000

Vous voulez vendre votre résidence de luxe à des individus qui possèdent les ressources financières nécessaires pour l'acheter? Annoncez sous la rubrique immobilière des **ANNONCES CLASSÉES** du journal **LES AFFAIRES**. (514) 392-7782

LAURENTIDES
Ville Lorraine

Projet Lac Préville
514-419-1919

Région Mirabel

Magnifiques terrains sur lac privé. Bord de leau et / ou accès au lac. 15 minutes de l'autoroute des Laurentides. 34 000 pi² et plus, près de tous les services. (450) 419-1318 1-866-779-2828

Terrain
Region de Saint-Sauveur
Lac Wentworth 170 000 pi² avec 250 de frontage sur lac navigable 150 000 \$ (450) 836-7820 (450) 467-5673

IMMOBILIER RÉSIDENTIEL

« Chalet au lac Connelly. Une parution avec photo nous a permis de générer une cinquantaine d'appels, 30 visites et 8 acheteurs potentiels. Au delà de nos attentes, excellente visibilité, clients très sérieux. »

Érick Pilon, ST-JÉRÔME

**NE MANQUEZ PAS
CETTE OCCASION !**
Quelques places sont encore disponibles



LES ANNONCES IMMOBILIÈRES DU JOURNAL LES AFFAIRES

IMMOBILIER RÉSIDENTIEL ET COMMERCIAL

Le 27 mai 2006,
PROFITEZ D'UNE OFFRE
EXCEPTIONNELLE
pour joindre vos clients.



Tombée réservation et matériel : 5 mai 2006

**ANNONCEZ EN COULEUR DANS NOTRE
SUPPLÉMENT ENCARTÉ**
résidences, condos, immeubles à revenu, espaces commerciaux, chalets, terrains
À VENDRE OU À LOUER

Premier arrivé, premier servi • Placement garanti disponible, avec un supplément de 25 %.

PATRICE ALLEMAND

Tél. : (514) 392-9000, poste 262 • 1 800 361-5479 • Téléc. : (514) 392-2056
Courriel : patrice.allemand@transcontinental.ca

DAVID MARCOTTE

Tél. : (514) 392-9000, poste 263 • 1 800 361-5479 • Téléc. : (514) 392-2056
Courriel : david.marcotte@transcontinental.ca

Rêveur, je cherche
partenaire pour
explorer le monde

Identifiez les occasions d'affaires
pour acheter ou vendre une entreprise !

Trouvez des projets totalisant
plusieurs millions d'investissements !

Les décideurs peuvent maintenant annoncer, consulter et gérer leurs occasions d'affaires grâce au **NOUVEAU** service Carrefour PME. Maximisez votre visibilité en combinant l'imprimé et le Web pour : acheter, vendre, investir, rechercher de l'expertise conseil, chercher des distributeurs, mettre en contact des partenaires, gérer des documents, trouver du financement et plus encore...

Multipliez vos rencontres et nouvelles occasions d'affaires en visitant le

www.lesaffaires.com/carrefourpme

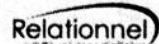
CARREFOUR PME

On a le sens des affaires

Fier partenaire



En collaboration avec



www.lesaffaires.com
**POUR VOUS,
TOUS LES JOURS !**

**MISE À JOUR CONSTANTE DE VOS NOUVELLES
ÉCONOMIQUES ET FINANCIÈRES**



Yves Lamoureux



Denis Lafonde



Stéphane Labrèche



Bernard Mooney



David Vidale



Paul Donaghy Jr.

Recevez **GRATUITEMENT** vos bulletins quotidiens
par courriel en vous inscrivant sur le site

LES AFFAIRES.com

INVESTIR

COURTAGE À ESCOMPTE
BANQUE LAURENTIENNE

EN TEMPS RÉEL Produits obligataires maintenant sur le web

Une division de Valeurs Mobilières Banque Laurentienne

SOMMAIRE

Sans compromis

Industrielle Alliance, un modèle de transparence | p. 55



Soquem

Un déménagement progressif | p. 57



Déréglementation dans la téléphonie locale

À court terme, avantage aux câblodistributeurs | p. 65

Fonds communs

Malgré la vigueur des ventes de fonds communs, l'industrie est sur le qui-vive | p. 67

TABLEAUX

Activité boursière	58
Assemblées des actionnaires	56
Baromètre des ressources	57
Déclarations de dividendes	56
Devises	59
Fonds communs	67
Indices boursiers	59
Marchés monétaires	59
Rendements des obligations	59
Résultats financiers	56
Taux d'intérêt	65

Bourse canadienne : anticipez la correction

Trois mois après notre table ronde sur les perspectives boursières, nos experts se font prudents



Yannick Clérouin

yannick.clerouin@transcontinental.ca

La Bourse canadienne sera plus vulnérable en 2006 en raison de sa forte dépendance envers les ressources naturelles, affirmaient les quatre experts que nous avons réunis à l'occasion d'une table ronde sur les perspectives boursières, en décembre dernier.

Trois mois et une nouvelle ascension de 7,4 % de l'indice S&P/TSX plus tard, les risques de correction de la **Bourse de Toronto** leur apparaissent de plus en plus grands.

« La Bourse canadienne n'a pas connu de correction [baisse de 10 % ou plus] depuis trois ans et demi, ce qui constitue la plus longue période haussière ininterrompue depuis au moins 35 ans », observe **Pierre Lapointe**, stratège adjoint à la **Financière Banque Nationale**. Or, selon lui, le risque qu'une correction survienne est aujourd'hui plus important, d'autant plus que la complaisance des investisseurs envers la Bourse est à son comble.

M. Lapointe est le plus négatif parmi nos experts. Même s'il a relevé sa cible pour le S&P/TSX de 9 900 à 10 500, cela suppose que l'indice de la Bourse de Toronto subisse une baisse de 15 % par rapport à son niveau actuel.

Son homologue de **Scotia Capitaux**, **Vincent Delisle**, vient aussi de relever sa cible pour le S&P/TSX afin de refléter la croissance plus forte que prévu des profits des sociétés canadiennes. Elle est maintenant fixée à 12 250. Donc, selon ce scénario, la Bourse de Toronto fera du surplace d'ici la fin de l'année. « La Bourse canadienne est encore plus sensible à ce qui adviendra des prix des matières premières comme le pétrole », insiste M. Delisle.

Le seul facteur qui l'inciterait à relever sa cible pour la Bourse de Toronto serait une révision à la hausse des prévisions de profits pour les sociétés de matières premières. Il ne prévoit pas un tel changement, qui se fonderait sur la poursuite de la hausse des prix des matières premières.

Marc Dalpé, du **Groupe Dalpé-Milette** chez **Valeurs Mobilières Desjardins**, est un inconditionnel des ressources naturelles à long terme. Cela ne l'a pas empêché de réduire, au cours du premier trimestre, la place qu'il accorde aux actions dans le portefeuille de ses clients. Celles-ci occupent dorénavant 40 % du portefeuille-type, par rapport à 60 % en décembre dernier. Du coup, il a réduit d'environ un tiers sa participation dans les titres de ressources. « Plus le temps passe, plus on s'approche d'un ralentissement », prévient-il. Même s'il est impossible de prévoir le moment où une correction se produira, il joue la prudence et conserve des liquidités pour profiter d'éventuelles occasions.

Cela dit, les conditions qui ont favorisé le secteur des ressources ne s'estomperont pas du jour au lendemain, tempère **Jean-Paul Giacommetti**, gestionnaire de portefeuille chez **Claret**. « Tant que la croissance reste forte, le bateau continuera d'avancer », dit le gestionnaire, soulignant que les prévisions de croissance économique mondiale ont été relevées.



GILLES DELISLE

« La notion de risque et de cyclicalité [des activités] ne fait plus partie du vocabulaire actuellement. Cela me rend un peu soucieux », souligne **Vincent Delisle**, de **Scotia Capitaux**.

M. Giacommetti, qui choisit les titres en fonction de leurs caractéristiques fondamentales et non de l'économie, ne trouve guère d'occasions intéressantes en ce moment. « Ce n'est pas une erreur de garder des liquidités dans le contexte actuel plutôt que de payer trop cher », dit-il.

L'or brillera encore

Comme l'avaient prévu nos experts en décembre, l'or a continué de s'apprécier. Mais la vitesse avec laquelle il a grimpé a de quoi étonner.

M. Lapointe avait en effet prévu que le prix du métal jaune atteindrait 600 \$ US l'once... d'ici 12 mois; or, il a franchi cette cible quelques jours après le premier trimestre.

MM. Delisle et Lapointe estiment que les conditions restent favorables à une poursuite de la progression de l'or. La fin de la hausse des taux d'intérêt aux États-Unis et/ou la baisse du dollar américain devraient alimenter l'escalade de l'or, selon M. Delisle.

Celui-ci reste positif à l'égard de la Bourse américaine, même si la campagne de hausse de taux d'intérêt de la **Réserve fédérale américaine (FED)** dure plus longtemps que prévu. Le S&P 500 a d'ailleurs connu un excellent premier trimestre, avec un gain de 4,4 %. « La Bourse américaine devrait prendre le dessus sur la Bourse canadienne lorsque la Fed mettra un terme à la hausse des taux », avance M. Delisle.

En dépit du resserrement simultané des taux d'intérêt dans les principales économies du monde, M. Dalpé reste positif quant aux perspectives des pays émergents, particulièrement celles de l'Inde. Il a investi dans ce marché par l'intermédiaire d'un fonds commun composé de titres indiens. « Une correction notable dans ce marché représenterait une occasion d'achat », conclut-il. ■

Les titres conseillés dépassent le TSX

Les titres recommandés par nos experts lors de notre table ronde ont connu un bon départ en 2006. Sept des treize titres suggérés ont surpassé la hausse de 9,4 % du S&P/TSX.

Vincent Delisle, de **Scotia Capitaux**, avait privilégié les titres financiers. Ses deux choix, la **Banque Royale** (Tor., *RY*, 48,80 \$) et la **Financière Manuvie** (Tor., *MFC*, 74,42 \$), ont gagné respectivement 9,9 et 6,5 %.

Il avait aussi proposé le **Canadien National** (Tor., *CNR*, 53,15 \$) et **SNC-Lavalin** (Tor., *SNC*, 31,35 \$) pour participer indirectement au boom des ressources. Celles-ci ont grimpé de 15,9 et 31,8 % respectivement.

« La performance de ces titres démontre qu'il est possible de profiter de la vigueur de l'économie mondiale sans trop s'exposer à la volatilité du prix des ressources », note-t-il.

Comme M. Delisle, **Marc Dalpé**, du **Groupe Dalpé-Milette**, privilégiait le secteur financier. La **Banque TD** (Tor., *TD*, 64,09 \$), qu'il avait suggérée [une recommandation de secteur], a gagné 8,5 %. Voulant réduire sa participation dans le secteur, il a vendu ses titres de la **Banque CIBC** (Tor., *CM*, 84,08 \$).

Il avait aussi proposé **Alcan** (Tor., *AL*, 57,23 \$), un gain de 14,6 % l'a amené à réduire sa participation dans le titre.

Son troisième choix, **Alimentation Couche-Tard** (Tor., *ATD.SVB*, 26,09 \$), a bondi de 12,6 %. M. Dalpé concède que le titre est bien évalué, mais rappelle qu'une nouvelle acqui-

sition d'envergure changerait la donne.

Pierre Lapointe, de la **Financière Banque Nationale**, a vu juste en favorisant le secteur aurifère. Il a grimpé de 14,4 % au premier trimestre. **Barrick Gold** (Tor., *ABX*, 33,69 \$), son titre de prédilection, n'a gagné que 1,75 %.

Barrick digère l'immense acquisition de **Placer Dome**. Elle a dévoilé au cours du trimestre des résultats et des prévisions décevantes.

M. Lapointe anticipait un rebond des technologies. Le secteur a gagné 10,5 % au premier trimestre. Le titre suggéré, **Nortel Networks** (Tor., *NT*, 3,40 \$), n'a gagné que 2 %. Nortel a indiqué qu'elle devra une fois de plus corriger ses états financiers.

Son autre titre, **Alliance-Atlantis Communications** (Tor., *AAC.NVB*, 36,03 \$), a gagné 2,7 %. Les bons résultats trimestriels dévoilés par AAC n'ont pas suffi pour relancer son titre.

Les titres conseillés par **Jean-Paul Giacommetti**, de **Claret**, ont été aux antipodes.

Paladin Labs (Tor., *PLB*, 7 \$) a affiché la plus forte hausse parmi les titres recommandés avec un gain de 37,3 %.

Keystone North America (Tor., *KNA.UN*, 9,81 \$), qui a conclu trois acquisitions, a gagné 10,8 %. M. Giacommetti réitère son achat.

Enfin, **West 49** (Tor., *WXX*, 1,69 \$) a fléchi de 12,6 %, soit la pire performance du groupe. West a annoncé plusieurs changements dans son équipe de direction. M. Giacommetti le conseille encore. ■

Les investisseurs semblent satisfaits de Jean Coutu

L'absence de Michel Coutu à la conférence téléphonique n'est pas passée inaperçue

Jean Gagnon

jean.gagnon@transcontinental.ca

Le pire est-il derrière pour le **Groupe Jean Coutu**? C'est du moins ce que porte à croire la réaction initiale des investisseurs à l'égard des résultats du pharmacien québécois (Tor., PJC.SVA, 11,65 \$) au troisième trimestre.

Le volume de transactions n'a pas été tellement plus élevé qu'à l'habitude, et le prix de l'action, après un début de séance marqué par une certaine nervosité, a rapidement retrouvé son niveau de la veille.

Ainsi, même si les bénéfices du trimestre ont été en deçà des attentes, le titre a résisté. En effet, l'entreprise, occupée à améliorer la rentabilité de la chaîne américaine **Eckerd**, acquise il y plus d'un an et demi, a réalisé un bénéfice par action de 0,12 \$ au cours du troisième trimestre terminé le 25 février.

Les analystes visaient en moyenne 0,16 \$. Ceci se compare à un bénéfice après éléments non récurrents de 0,10 \$ pour la même période de l'année précédente.

Où est passé Michel Coutu ?

Les analystes n'ont pas été sans souligner que **Michel Coutu**, toujours président de la division américaine, selon le site Internet de l'entreprise, ne participait pas à la conférence téléphonique qui a suivi la publication des résultats.

Jean Coutu père, redevenu le grand patron l'automne dernier, a déclaré que **Pierre Legault** était en charge des activités américaines avec pleine autorité en ce qui concerne la réalisation de l'intégration de **Eckerd**.

Interrogée par LES AFFAIRES sur les activités du président, **Hélène Bisson**, directrice des relations publiques au Groupe Jean Coutu, a affirmé : « Michel Coutu est en voyage d'affaires, en tournée de magasins américains ».

Améliorer l'offre de produits

Pour sa part, **Pierre Legault** a révélé que l'intégration d'**Eckerd** était en retard de douze mois sur le plan initial.

« La priorité sera de lancer une série d'initiatives pour améliorer l'offre de produits et d'accroître les visites en magasin », a-t-il dit lors de la conférence téléphonique.

Notons que la croissance des ventes des magasins comparables a été de 3,3 % au Canada, mais est demeurée faible aux États-Unis, comme on pouvait s'y attendre, à 1,5 %. Les ventes du secteur pharmaceutique ont

augmenté de 7,3 % au Canada et de 2,2 % aux États-Unis. Par contre, les ventes des autres produits commerciaux ont baissé de 1,6 % et de 0,1 % respectivement.

« La rentabilité a été affectée

principalement par des dépenses plus élevées que ce qui était prévu », explique **Karim Salamatian**, analyste chez **BMO Nesbitt Burns**.

La société avait prévu que les dépenses de vente et d'admini-

stration seraient de 510 M\$ par trimestre. Elles ont plutôt atteint 529 M\$ lors du dernier trimestre.

À trois mois de la fin de l'exercice, certains analystes baissent quelque peu leurs pré-

visions de profits. C'est le cas notamment d'**Irene Nattel**, de **RBC Marchés des capitaux**, dont la prévision de profits pour l'ensemble de l'année passe de 0,47 \$ US à 0,42 \$ US.

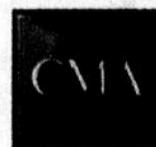
L'analyste continue de croire

que Jean Coutu réalisera des profits de 0,70 \$ pour l'exercice 2007. En appliquant un multiple cours/bénéfice de 17 fois à ces profits, elle obtient un cours cible de 15 \$ pour les douze prochains mois. ■



Bien plus que des experts en chiffres, les comptables en management accrédités sont des gens d'action qui influencent toutes les facettes de l'organisation. Grâce à leur expertise en comptabilité de management et à leur vision stratégique, les CMA sont formés pour créer de la valeur et bâtir le succès des entreprises. Ajoutez un CMA à votre équipe et voyez tout ce que la comptabilité peut faire pour vous.

cma-quebec.org



**Comptables
en management
accrédités**

Ce que devrait être la comptabilité

Corel souhaite obtenir une seconde chance en Bourse

Sept émetteurs tentent de séduire les investisseurs afin de s'inscrire à la cote de la Bourse de Toronto

Daniel Renaud

daniel.renaud@transcontinental.ca

Corel Corporation figure parmi les sept émetteurs qui ont récemment déposé un prospectus provisoire.

Fondé en 1985, le fabricant de logiciels de bureautique *WordPerfect Office* et de logiciels de graphisme *CorelDRAW* souhaite émettre 8 millions d'actions ordinaires par le truchement d'un premier appel

public à l'épargne et le placement secondaire de certains actionnaires. Le produit potentiel est estimé à 90 M\$ US.

Cette émission constitue une seconde incursion de Corel en Bourse. Celle-ci avait été ac-

quise en août 2003, par **Vector Capital** près de sept ans après sa première inscription.

Corel, indique le prospectus, est devant plusieurs risques et incertitudes, entre autres la faiblesse de ses résultats et la

concurrence de multinationales, dont **Microsoft**.

DHX et Constellation

Le fournisseur indépendant d'émissions et de films jeunesse **DHX Media** possède et

gère 1 150 demi-heures de programmation. Elle souhaite surtout utiliser le produit de l'émission d'actions ordinaires pour financer une acquisition et rembourser la dette de celle-ci. Elle a réalisé une perte de 310 000 \$ sur des revenus de 20,9 M\$ lors de l'exercice s'étant terminé le 30 juin 2005.

Les dirigeants du fabricant de logiciels de gestion de la productivité et du service à la clientèle **Constellation Software** souhaitent accélérer la croissance de l'entreprise. Depuis 10 ans, le taux de croissance annuel composé des ventes a atteint 36 %. Elle compte actuellement 10 000 clients en activité dans plus de 30 pays.

Quatre fiducies

Les parts d'**AutoCanada Income Fund** sont offertes par le truchement de cinq preneurs fermes. La fiducie exploite un groupe de 14 concessionnaires automobiles franchisés *DaimlerChrysler*, *Hyundai* et *Subaru* dans six provinces. Elle compte installer cinq concessions dans l'Ouest canadien d'ici l'été 2007.

En 2005, le chiffre d'affaires a atteint 485,6 M\$, dont 84 % provient de la vente de véhicules neufs et d'occasion. Toutefois, ces activités ont représenté 41 % du bénéfice brut. Le solde du bénéfice brut découle des activités liées aux pièces, entretien et réparation ainsi que du financement et de l'assurance.

Chesswood Income Fund, de son côté, se spécialise dans le crédit-bail de mobilier de bureau destiné aux petites entreprises situées dans 48 États américains, ainsi que dans la location d'automobiles de marque *Acura* en Ontario.

Le 3 avril, les parts de **Liquor Barn Income Fund** ont aussi été mises en vente. Celle-ci exploitera 58 succursales de vente d'alcool en Alberta et en Colombie-Britannique. Ses dirigeants souhaitent devenir le chef de file de la vente au détail d'alcools privé au pays. Les parts sont offertes à un prix unitaire de 10 \$ par le truchement de quatre preneurs fermes.

Enfin, **Brompton Top 50 Compound Growth Fund** souhaite tirer profit du potentiel de plus-value en capital d'un portefeuille à pondération égale de 50 plus importantes fiducies de revenu affichant les meilleurs rendements courants admissibles à l'indice S&P/TSX.

Soulignons que le fonds ne prévoit pas verser de distributions mensuelles. Les porteurs de parts seront donc assujettis à l'impôt sur le gain en capital réalisé à la vente des titres. ■

Jour de

22 avril et tous les jours!

la Terre

Furetez sur www.jourdelaterre.org et participez.

«préventif pour le climat»*



SANS COMPROMIS

La remarquable transparence d'Industrielle Alliance

Le rapport annuel de cet assureur est un modèle de franchise et de limpidité



Bernard Mooney
bernard.mooney@transcontinental.ca

C'est le printemps, et du même coup, la saison des rapports annuels. Ceux-ci sont l'occasion pour les dirigeants de communiquer avec leurs actionnaires.

Généralement, ces rapports sont tellement aseptisés et contrôlés par les services de relations publiques qu'on pourrait plutôt parler de la « saison de la poudre aux yeux ».

Pourtant, le rapport annuel est un document important pour l'investisseur, et sa lecture est primordiale, si l'on tient compte de ses limites. Je reçois une kyrielle de rapports annuels, et je tente d'en lire le plus grand nombre possible.

La semaine dernière, le rapport de la société québécoise Industrielle Alliance, Assurance et services financiers (Tor., IAG, 32,79 \$) s'est retrouvé sur mon bureau. Comme dans ma rubrique du 12 novembre 2005, j'avais critiqué cette entreprise, qui me semblait trop optimiste dans le dossier Norshield, la curiosité m'a poussé à prendre connaissance du discours de la direction en relation avec cette affaire.

En résumé, Industrielle Alliance a dû prendre

une provision qui a réduit ses bénéfices nets de 52,1 M\$ en 2005 en raison du fiasco Norshield (elle lui avait confié des fonds à gérer).

Mea culpa

Or, j'ai été agréablement surpris par l'honnêteté du président et chef de la direction, Yvon Charest. Il faut dire d'abord que la tentation est grande, très grande même, pour les dirigeants de sociétés ouvertes de tenter de camoufler leurs mauvais coups. Les années de pertes substantielles ou de reculs spectaculaires deviennent, sous la plume des présidents, des années « où nous avons relevé d'importants défis ». Ces derniers ont tellement de difficulté à appeler un chat un chat !

Le président de l'Industrielle Alliance aurait bien pu centrer son message sur l'acquisition de Clarington, qui permet à la société de devenir un joueur de taille importante dans l'industrie des fonds communs.

Or, M. Charest ne se défile pas. D'entrée de jeu, il mentionne que l'année 2005 a été pleine de leçons. « Commençons par ce dernier point, la perte de sommes confiées à Norshield... » En lisant cela, j'ai écrit un gros « WOW! » à côté du paragraphe. Il est si rare qu'un président commence son message à ses actionnaires/partenaires par une mauvaise nouvelle.

Par la suite, Yvon Charest explique clairement

comment Industrielle Alliance en est venue à prendre cette provision, en commençant par le contexte entourant la décision de confier des fonds à Norshield. La lecture permet de constater comment des professionnels compétents, qui font leur travail consciencieusement, peuvent tout de même se faire avoir.

« Comme plusieurs autres investisseurs, nous avons été estomaqués d'apprendre que la presque totalité des sommes que nous lui avions confiées étaient irrécouvrables », avoue M. Charest.

Cette phrase reflète une spontanéité vraiment rafraîchissante et admirable. Il s'agit d'un modèle à suivre, et je tiens à féliciter Yvon Charest.

Cette phrase est également lourde de conséquence pour les investisseurs avisés. En effet, si des gens aussi sophistiqués sur le plan financier que les dirigeants d'une importante société d'assurance peuvent se faire avoir, imaginez ce qui peut arriver à un petit épargnant ! Voilà qui devrait plaider haut et fort en faveur de la prudence.

> UNE RUMEUR SE CONFIRME

La semaine dernière, Akzo Nobel a fait une offre visant l'acquisition (OPA) de Sico (Tor., SIC, 19,80 \$). Cette société hollandaise offre 20 \$ comptant par action ordinaire pour ache-

ter la société québécoise bien connue pour sa peinture.

Pour les actionnaires récents, il s'agit d'un gain intéressant, puisque le titre de Sico se négociait à 14 \$ la veille de l'offre. Par contre, pour les observateurs sur le long terme, c'est loin d'être le cas.

Regarder le lointain passé

Il faut savoir que les rumeurs selon lesquelles Sico était la cible d'une OPA datent des années 1980. Elles ressurgissaient de temps en temps. Je les ai entendues pour la première fois à l'automne de 1986, au plus fort de l'euphorie du régime épargne-actions (RÉA). Par la suite, un article dans notre édition du 22 avril 1989 titrait : « Rumeurs d'OPA sur Sico ». Un gestionnaire mentionnait que, selon lui, la société valait environ 23 \$ dans le contexte d'une offre.

Curieusement, c'était le prix du titre de Sico en Bourse à son sommet, atteint en 1986.

Vingt ans plus tard, la rumeur d'OPA se concrétise donc.

Comme le titre a fractionné sur la base de deux nouvelles actions contre une ancienne en 2005, l'investisseur qui aurait acheté en 1986 aurait doublé sa mise. Sur 20 ans, il s'agit d'une performance franchement médiocre.

Souvenez-vous de Sico la prochaine fois qu'on vous lancera une rumeur d'OPA ! ■

VOUS N'AVEZ PAS UNE MINUTE À PERDRE.

Partagez vos minutes avec vos employés grâce aux forfaits Partage pour petites entreprises de Rogers Sans-fil^{MC}



ÉPARGNEZ TEMPS ET ARGENT AVEC UNE SEULE FACTURE À TRAITER POUR TOUS VOS EMPLOYÉS

- Forfaits à partir de 25 \$ par employé
- Appels locaux sans frais entre employés d'un même forfait Partage*
- 3 mois d'appels locaux illimités**
- Obtenez en plus une réduction de 50 % sur les frais de service mensuels pour les 3 premiers mois sur toutes les lignes secondaires'
- Prime de 100 minutes à partager sur les forfaits à partir de 25 \$

CHOISISSEZ N'IMPORTE QUEL TÉLÉPHONE OU TERMINAL ET OBTENEZ JUSQU'À 9 SANS-FIL SÉLECTIONNÉS POUR 0^{***}

Consultez www.rogers.com/partage.petitesentreprises ou composez le 1-866-234-9086 pour plus de détails.



ROGERS
Votre monde. Maintenant.

CONSULTEZ ROGERS.COM, COMPOSEZ LE 1 800 462-4463 OU RENDEZ-VOUS CHEZ NOS DISTRIBUTEURS ROGERS SANS-FIL, ROGERS PLUS OU ROGERS VIDEO.



Les forfaits Partage pour petites entreprises requièrent un minimum de deux lignes, et de nouvelles lignes peuvent être ajoutées en tout temps, jusqu'à un maximum de dix lignes. *Inclut les appels locaux illimités entre les employés inscrits au forfait Partage pour petites entreprises sur le même compte. **L'offre comprend trois mois d'appels locaux illimités, de messagerie texte illimitée, à l'exception des messages surfacturés (messages en déplacement, messages internationaux, alertes MSN™ et messages relatifs aux concours et aux promotions) et de messageries photo et vidéo illimitées avec un appareil compatible. 'La prime inclut une réduction de 50 % des frais mensuels des lignes secondaires uniquement dans le cadre d'un abonnement de trois ans. "L'offre de sans-fil s'applique uniquement aux nouveaux abonnements de trois ans. Un sans-fil par nouvelle ligne ajoutée au compte. L'offre peut être modifiée sans préavis. *** Marques de commerce de Rogers Sans-fil S.E.N.C. ou de Rogers Communications inc. utilisées sous licence. ©2006. Tous les autres logos, marques ou noms de produits utilisés peuvent être des marques de commerce ou des marques déposées appartenant à leur titulaire respectif et utilisés sous permission.

ROGERS SANS-FIL

- | | |
|---|---|
| <p>MONTREAL
1104, rue Ste-Catherine O
(514) 877-0090
4455, rue Saint-Denis
(514) 845-8353
3573, boul. St-Laurent
(514) 288-0600
2360, rue Notre-Dame O
(514) 933-0338
Centre Eaton
(514) 849-5646
Place-Ville-Marie
(514) 394-0000
8984, boul. de l'Acadie
(514) 387-9999
1201, avenue Greene
(514) 933-8000
5150, rue Jean-Talon O
(514) 341-2221
5954, boul. Métropolitain E
(514) 257-8826
6224A, rue St-Jacques O
(514) 369-4000
Place Alexis-Nihou
(514) 931-3877
Place Bourassa
(514) 324-3180
Place Versailles
(514) 355-0003
Les Galeries d'Anjou
(514) 356-0156
Centre Rockland
(514) 735-4086
997, rue St-Antoine O
(514) 866-3326
3339L, boul. des Sources
(514) 683-3333
2758, boul. St-Charles
(514) 428-9000
8457, boul. Newman
(514) 366-4000
Carrefour Anguignon
(514) 368-4230
Place Vertu
(514) 745-0745
2100, boul. Marcel-Laurin
(514) 856-1884
Centre Montpellier
(514) 747-1777
Fairview Pointe-Claire
(514) 895-1554
Complexe Desjardins
(514) 842-0288</p> | <p>HULL
Les Galeries de Hull
(819) 775-3687
ILE PERROT
15, boul. Don-Quichotte
(514) 429-5505
LOQUETTE
517, rue St-Charles-Borromée N
(450) 755-9000
Galeries Joliette
(450) 760-3000
LAVAL
2142, boul. des Laurentides
(450) 629-6060
Centre Laval
(450) 978-1081
1888, boul. St-Martin O
(450) 682-2640
241C, boul. Sanson
(450) 969-1771
Carrefour Laval (boutique)
(450) 687-5386
Carrefour Laval (kiosque)
(450) 686-7566
1273, boul. Curé-Labelle
(450) 680-1234
LONGUEUIL
1490, chemin de Chambly
(450) 442-1566
MAGOG
221, rue Principale O
(819) 843-4451
POINTE-AUX-TREMBLES
Carrefour de la Pointe
(514) 642-6334
RENTYCHY
110, boul. Industriel
(450) 657-3666
Les Galeries Rive-Nord
(450) 581-7756
ROSEMERE
Place Rosemère
(450) 971-2000
133, boul. Labelle
(450) 419-7630
SAINTE-BRUNO
Promenades St-Bruno
(450) 653-7472
SAINTE-CONSTANCE
Mega Centre St-Constant
(450) 635-9022
SAINTE-LUCIE
360E, boul. Arthur-Leveau
(450) 974-9299
SAINTE-HYACINTHE
Les Galeries St-Hyacinthe
(450) 261-9991
SAINTE-JEAN-SUR-RICHIEUX
Carrefour Richelieu
(450) 359-4941
SAINTE-JEROME
Carrefour du Nord
(450) 436-5895
60, rue Bélanger
(450) 431-2355
SALABERRY-DE-VALLEYFIELD
Centre Valleyfield
(450) 373-0519
SHERBROOKE
2980, rue King O
(819) 566-5555
Carrefour de l'Église
(819) 822-4650
SOREL
Promenades de Sorel
(450) 746-2079
TERRBONNE
1270, boul. Moody, bur. 10
(450) 964-1964
Les Galeries de Terrebonne
(450) 964-8403
TROIS-RIVIÈRES
5335, boul. des Forges
(819) 372-5000
5635, boul. Jean-Karl
(819) 372-5005
Centre Les Rivières
(819) 694-0812
VICTORIAPOLIS
1111, boul. Jutra Est
(819) 357-5007</p> |
|---|---|



Un petit pas pour vous...
Un grand pas pour la recherche

DONNEZ
514_876_4170

FONDATION CANADIENNE DU FOIE
www.liver.ca

RÉSULTATS FINANCIERS

Nombre de sociétés cette semaine : 15 Améliorations : 4 Détériorations : 4

Société	Période		Bénéfices des activités poursuivies				Revenus bruts	
	mois	terminée le	000 \$		par action		000 \$	
			plus récent	l'an dernier	plus récent	l'an dernier	plus récent	l'an dernier
AldeaVision	12 m.	31 déc. 05	(4 370)	(4 370)	(0,07)	(0,07)	4 390	4 650
Algo (Groupe)	12 m.	31 déc. 05	(6 867)	(4 453)	(0,06)	(0,05)	50 521	61 533
Amisco	3 m.	31 déc. 05	(4 568)	(1 722)	(0,03)	(0,02)	9 156	12 468
Aycorp Industries	3 m.	25 fév. 06	103	394	0,03	0,10	8 876	10 077
CanWest Global Comm.	12 m.	31 déc. 05	(14 380)	(7 856)	(0,78)	(0,51)	79 484	67 907
CanWest MediaWorks Income	6 m.	28 fév. 06	10 653	63 611	0,06	0,36	1 494 030	1 541 501
CVTech (Groupe)	3 m.	28 fév. 06	(19 297)	28 196	(0,11)	0,16	645 615	680 192
Ecopia BioSciences	3 m.	28 fév. 06	71 463	s.o.	n.d.	s.o.	454 340	s.o.
EXFO Ingén. électro-opt. (\$US)	12 m.	31 déc. 05	(1 116)	1 782	(0,03)	0,06	23 432	29 657
FNX Mining	3 m.	28 fév. 06	(2 066)	(2 262)	(0,03)	(0,04)	62	44
Genomics One Corp.	6 m.	28 fév. 06	1 721	(2 364)	0,02	(0,03)	57 110	44 732
Le Château	3 m.	28 fév. 06	1 366	9	0,02	0,00	30 066	23 135
Miramir Mining	12 m.	31 déc. 05	4 600	6 000	0,08	0,12	84 600	60 400
Research In Motion (\$US)	3 m.	31 déc. 05	500	2 300	0,01	0,05	22 700	16 300
SignalEnergy	12 m.	30 sep. 05	(1 839)	(7 788)	(0,11)	(0,04)	s.o.	s.o.
	12 m.	28 jan. 06	23 513	15 886	3,35	2,96	279 064	241 131
	3 m.	28 jan. 06	6 492	5 013	1,08	0,91	80 225	72 150
	12 m.	31 déc. 05	(10 991)	(32 459)	(0,07)	(0,21)	2 566	12 265
	12 m.	4 mars 06	382 078	213 387	2,02	1,14	2 065 845	1 350 447
	3 m.	4 mars 06	18 354	(2 573)	0,10	(0,01)	561 219	404 802
	12 m.	31 déc. 05	2 086	(1 068)	0,04	(0,04)	18 467	4 813

ASSEMBLÉES DES ACTIONNAIRES

Andromed	18 avril	10 h 00	Delta Centre-Ville, 777 University, Mtl
Benvest New Look (fonds)	19 avril	10 h 00	Ritz Carlton, Montréal
Logistec Corporation	20 avril	11 h 30	Tour de la Bourse, Montréal
Medylogene	20 avril	10 h 00	Raine Elizabeth, Montréal
Fonds de revenu Colabor	20 avril	14 h 30	Hôtel Sandman, Longueuil
Wamax	25 avril	11 h 00	Club Mont-Royal, 1175, Sherbrooke, Mtl
Addenda Capital	26 avril	15 h 30	Bourse de Montréal, Montréal
Groupe Canam	26 avril	11 h 00	Le Georgesville, Ville Saint-Georges
Alcan	27 avril	10 h 00	Centre Mont-Royal, Montréal
Domtar	27 avril	10 h 30	Centre Mont-Royal, Montréal
SFK Pâte	27 avril	10 h 00	Marriott Château Champlain, Montréal
Optimum Général	28 avril	11 h 00	425, de Maisonneuve O, 17e, Montréal
Atrium Biotechnologies	2 mai	10 h 30	Ritz Carlton, Montréal
Boralex énergie	2 mai	11 h 00	Centre des sciences de Montréal, Mtl
Industrielle Alliance	2 mai	14 h 00	Centre des congrès de Québec, Qc
Industries Lassonde	2 mai	11 h 00	Centre Sheraton, Montréal
Advitech	3 mai	15 h 00	Hôtel Time, Québec
Aerema Zentaris	3 mai	10 h 30	Centre Mont-Royal, Montréal
Cambior	3 mai	11 h 00	Marriott Château Champlain, Montréal
Nurum	3 mai	10 h 30	Groupe TVA, Studio A, Montréal
ProMetric	3 mai	10 h 30	Musée des Beaux-arts, Montréal
TSD	3 mai	10 h 30	Musée national des beaux-arts du Qc, Qc
Adaitis	4 mai	11 h 00	Hôtel InterContinental, Montréal
Cascades	4 mai	11 h 00	Ex-Centris, 3536, boul. St-Laurent, Mtl
Labopharm	4 mai	10 h 00	Hôtel Omni Mont-Royal, Montréal
SNC-Lavalin	4 mai	11 h 00	Ampthéâtre du Gesù, Montréal
Stella-Jones	4 mai	10 h 00	Hôtel InterContinental, Montréal

DÉCLARATIONS DE DIVIDENDES

Société	Fréquence		Var. (\$)	Date inscrip.	Date versé
	Montant				
AGF Management	T	0,18		07-04-06	17-04-06
Atco	T	0,205		14-06-06	30-06-06
Brookfield Asset Management (1)	T	0,16		05-05-06	31-05-06
Calpine Power Income	M	0,0818		28-04-06	28-04-06
Canadian Utilities	T	0,285		10-05-06	01-06-06
Enerplus Resources Fund	M	0,42		10-04-06	20-04-06
Petrofund Energy Trust	M	0,20		13-04-06	28-04-06
Petrofund Energy Trust	M	0,20		16-06-06	30-06-06
Petrofund Energy Trust	M	0,20		16-05-06	31-05-06
Quincaillerie Richelieu	T	0,06		14-04-06	28-04-06

Comment lire les déclarations de dividendes

1 dividende en \$US
2 dividende en spécial
Fréquence : M mensuel, T trimestriel, S semestriel, A annuel
Montant du dividende déclaré
Var. % : Variation du dividende déclaré par rapport au dividende précédent

Date inscrip. : Date à laquelle l'actionnaire doit être inscrit aux registres de l'entreprise pour avoir droit au dividende déclaré
Date versé : Date à laquelle le dividende sera versé aux actionnaires inscrits

Faites parvenir les renseignements relatifs à vos déclarations de dividendes par télécopieur à Daniel Renaud, au (514) 392-1586.



GAGNEZ MERCEDES

SLK350 sport modèle 2006
d'une valeur de 85 000 \$ ou 70 000 \$ comptant

25^e tirage de Terre Sans Frontières le 27 avril 2006

**Seulement 3000 billets
à 125 \$ le billet ou 150 \$ avec EXTRA**

Tirage additionnel de 25 000 \$
à l'achat d'un billet avec EXTRA

2^e prix : Fugue musicale à Vienne et Prague, valeur de 5000 \$
3^e prix : Ensemble de cinéma maison, valeur de 5000 \$
4^e prix : Projecteur multimédia, valeur de 1900 \$
5^e au 7^e prix : Appareils photo numériques
valeur de 525 \$ chacun
8^e au 10^e prix : Lecteurs musicaux MP3 iPod d'Apple
valeur de 515 \$ chacun

Procurez-vous des billets maintenant!

1-877-873-2433

www.terresansfrontieres.ca



terresansfrontières
75 ans de partage équilibré de la richesse

Au profit des oeuvres de Terre Sans Frontières, organisme de coopération internationale
399 rue des Conseillers, La Prairie, Qc J5R 4H6
Permis RACJ 408515

Un nouveau média mode: FASHION FRAME

Se présentant comme le premier réseau spécialisé en affichage intérieur des salles d'essayage au Canada, FASHION FRAME entend donner la mesure dans ce créneau jusqu'à ce jour inexploité. FASHION FRAME : LE PRÊT-À-PORTER DE LA PUB!



La vision de FASHION FRAME est d'offrir aux détaillants une solution d'affaires rentable, innovatrice et originale, auprès de l'industrie du vêtement

FASHION FRAME propose des services complets clés en main regroupant un réseau de location d'espaces publicitaires de qualité à l'intérieur des salles d'essayage des boutiques et des grands magasins. Ces cadres servent à publiciser des produits et services n'entrant pas en concurrence avec les produits disponibles en magasins.

« Nous apprécions l'offre de FASHION FRAME car elle est vraiment clé en main, nous n'avons aucune ressource à mobiliser à l'intérieur de notre entreprise et en plus, nous approuvons facilement toutes les publicités en voie d'être affichées. »

Monsieur Matt D'Andrea
Président
COLORI

Couvrant actuellement les marchés de Montréal, Québec, Sherbrooke, Trois-Rivières, Saguenay, Outaouais, Rimouski et

Centre du Québec, la compagnie déploiera ses installations à travers d'importantes villes canadiennes à compter de l'automne 2006.

FASHION FRAME dynamise non seulement la performance financière des détaillants mais aussi l'industrie du vêtement et de la mode. Il suscite, sans aucun doute, l'engouement d'annonceurs de qualité dans divers secteurs du marché au détail, culturels, de divertissements, de beauté, économiques et autres à s'annoncer dans ses cabines.

« Nous aimons travailler avec l'équipe de FASHION FRAME. Leur dynamisme et leur créativité nous permettent de se démarquer au sein de notre industrie avec des concepts innovateurs et des partenariats plus qu'intéressants! »

Madame Émilie Rouleau
Coordonnatrice marketing
Groupe Bikini Village inc.

Les boutiques de Bikini Village, Océan Bikini Village, Femme de Carrière, Historia, Colori, Taylor,

Cazza Petite, le groupe Pentagone (Pentagone, Mode F-17) et le groupe Vagabond (Zabé Jeans, Vagabond, Jeans Plus, Boutique Revue, Studio Mode), Kasual, E.N.R.G.X.change, Fuzz, André Lalonde Sports, Silhouette lingerie, plusieurs magasins Sports Experts & Atmosphère, Dechêne, Génération Pub (Croteau) sont, entre autres, des partenaires de FASHION FRAME.

À ce jour, le réseau FASHION FRAME regroupe plus de 2000 salles d'essayage à travers plus de 250 boutiques diversifiées au Québec et rejoint plus de 5 millions de consommateurs actifs de tous âges, captifs, ciblés et propices à l'achat.

« Notre clientèle apprécie les publicités en salles d'essayage, cela égaye d'ailleurs à merveille l'environnement sans toutefois nuire à la vente des collections en boutique. »

Monsieur Jean-François Perrault
Président
GROUPE HISTORIA



IMAGINEZ PLUS DE 20 MINUTES DE PUB-INTIMITÉ!

« Dans le cadre du lancement de la nouvelle instantanée Vacances à vie, nous avons utilisé les cabines d'essayage de Bikini Village. Cette tactique nous a permis de rejoindre une cible de choix, dans un environnement captif et ce, dans un contexte pertinent. »

Monsieur Maxime Corriveau
Stratège média
TOUCHÉ! PHD/DIESEL



« FASHION FRAME nous offre une grande flexibilité de ciblage, nous permettant de choisir non seulement les régions désirées mais aussi les boutiques qui se trouvent à proximité de notre partenaire PHARMAPRIX. Une promotion croisée, livrée clé en main! Ce qui nous a le plus charmé, c'est l'approche personnalisée & créative de FASHION FRAME qui, de surcroît, offre une connexion émotive avec notre marque. C'est tout à fait séduisant pour nous! »

Monsieur Michel Guérin,
Directeur du Marketing et des Relations Publiques P&G Beauté

crivez-nous@fashion-frame.com
Tél.: (450) 723-1062



Danielle Chagnon, Manon Falardeau et Marlyne Rioux. Après avoir œuvré pour des entreprises telles Astral Media, Énergie TVA et Cogeco, c'est au succès de FASHION FRAME qu'elles se vouent désormais.

BAROMÈTRE DES RESSOURCES

L'OR

Fermeture : 589,75 \$ US un an : +32,21% dern. sem. : -1,33%



LE PÉTROLE

Ferm. : 66,87 \$ US le baril un an : +32,21% dern. sem. : +1,16% (WEST TEXAS INTERMEDIATE)



	Fermeture 07-04-06	Fermeture 31-03-06	Variation (%)
MÉTAUX¹			
Aluminium (\$ US la livre)	1,16	1,14	2,11
Argent (\$ US l'once)	12,10	11,50	5,22
Cuivre (\$ US la livre)	2,81	2,47	5,67
Nickel (\$ US la livre)	7,55	6,96	8,58
Or (\$ US l'once)	589,75	582,00	1,33
Platine (\$ US l'once)	1065	1060	0,57
Zinc (\$ US la livre)	1,31	1,22	7,36
Indice Cont. CRB (contrats à terme)	364,44	361,91	0,70
PÉTROLE (PRIX DU BARIL, \$ US)			
West Texas Intermediale	66,87	66,10	1,16
Brent (mer du Nord)	67,00	66,30	1,06
Gaz naturel (\$ par gigajoule) ²	6,57	6,49	1,23
BOIS DE SCIAGE³ (prix des producteurs pour le 2X4)			
Bois vert (Montréal) \$ CA	345	340	1,47
Prix composés			
Toronto \$ CA	338,37	337,29	0,32
Colombus \$ US	363,14	365,28	-0,59
MARCHÉ À TERME (COMEX)			
Livraisons Vnz (%)			
Argent (\$ US l'once)	juillet 12,14	11,61	4,57
	septembre 12,20	11,64	4,81
Cuivre (\$ US la livre)	mai 2,84	2,46	7,32
	juillet 2,63	2,45	7,35
Or (\$ US l'once)	juin 592,70	586,70	1,02
	août 598,20	592,20	1,01
Platine (\$ US l'once)	avril 1066,90	1059,40	0,71
Palladium (\$ US l'once)	juin 353,15	336,80	4,85
Café C (\$ US la livre)	mai 1,08	1,07	0,93

¹ Marché des métaux de Londres (LME). ² Prix en Alberta. ³ Prix fournis par le Conseil de l'industrie forestière du Québec.

SOURCES : FINANCIÈRE BANQUE NATIONALE ET REUTERS, FERMETURE DU 07-04-2006

Le départ de Soquem sera progressif

François Riverin

francois.riverin@transcontinental.ca

L'annonce du déménagement du siège social de Soquem à Val-d'Or, a surpris un peu tout le monde à la Société générale de financement du Québec (SGF), sa société mère.

Selon Marie-Claude Lemieux, porte-parole de la SGF, la société a appris la nouvelle comme tout le monde, lors du récent budget provincial. La délicate question de savoir qui déménagera et comment cela

va se faire prendra un certain temps à régler.

« Il n'y a pas d'échéancier prévu », a dit M^{me} Lemieux aux AFFAIRES.

Soquem compte 38 employés à temps plein, dont 26 résident à Québec, sept à Val-d'Or et cinq à Chibougamau.

Selon nos sources, Yves Harvey, président et chef de la direction de Soquem, quitterait son poste, mais resterait en poste à la SGF.

M^{me} Lemieux s'est contentée de dire que M. Harvey demeure

président et chef de la direction de Soquem pour le moment.

Dans cette période d'exploration des investissements miniers privés, le rôle de stabilisateur de l'industrie de l'exploration attribué à Soquem est devenu moins essentiel.

La coparticipation de Soquem et d'Ashton Mining Canada (Tor., ACA, 1,49 \$) au projet d'exploration de diamants Fox-trot, au nord de Chibougamau, constitue à peu de choses près le seul projet avancé et digne d'intérêt de Soquem présente-

ment. Ce projet d'exploration, si les résultats continuent à être positifs, exigera au cours des prochaines années d'importants investissements, dont au moins 6 M\$ en 2006.

C'est pourquoi Soquem a demandé la liquidation ordonnée de sa participation dans la Société en Commandite Sodemex 1. Selon notre évaluation, la participation de Soquem dans Sodemex vaudrait entre 15 M\$ et 20 M\$. Son actif est composé principalement de titres de petites sociétés minières. ■

Tant attendu !

Le rendez-vous annuel des 300 plus importantes PME du Québec !

65% des nouvelles entreprises créées au Québec ferment leurs portes avant d'atteindre leur cinquième année !

Afin d'aider les PME à assurer leur expansion, le journal *LES AFFAIRES* et le *MAGAZINE PME* unissent leurs forces et vous présentent un solide dossier sur le défi de la croissance.

En kiosque, dans le journal *LES AFFAIRES*, le 12 mai 2006

Un nouveau fonds pour le pétrole

La société Victoria Bay Asset Management lancera bientôt un nouveau fonds négocié en Bourse (fnb ou ETF en anglais), le *United States Oil Fund* (USOF). L'unique mission de celui-ci sera d'acheter, de vendre et de détenir divers instruments financiers, comme les contrats à terme, qui reflètent directement la fluctuation du prix du West Texas Intermediate (WTI), le pétrole brut américain de la meilleure qualité et le plus négocié sur les places boursières.

Les promoteurs du fonds, le premier de ce genre, attendent l'approbation de la Securities and Exchange Commission (SEC) pour l'inscrire en Bourse. Le fonds devait être lancé la semaine dernière, mais on a retardé son inauguration faute d'avoir obtenu à temps l'autorisation de la SEC.

En achetant une part du USOF, l'investisseur pourra spéculer sur l'appréciation du prix du pétrole, comme c'est le cas présentement avec les fnb sur l'or, l'argent et l'uranium.

Selon les analystes, le prix du pétrole a déjà réagi à la hausse en prévision du lancement du USOF.

Le WTI a terminé la semaine à près de 67 \$ US le baril. Selon Greg Pardy, analyste du marché pétrolier pour les Marchés des capitaux Scotia, la demande ferme du secteur du transport devrait maintenir les prix du pétrole élevés à court terme, en dépit des perspectives plus encourageantes au chapitre de l'offre et de la croissance plus modérée de la demande.

« La situation du marché pétrolier demeure serrée. Cependant, nous entrevoyons un affaiblissement à mesure qu'approchera la prochaine année », a dit M. Pardy.

Selon ce dernier, la hausse des dépenses d'exploration survenue depuis deux ans a stimulé la mise en place de nouvelles sources de production. Ses prévisions du prix moyen du pétrole sont de 62,25 \$ US le baril en 2006 et de 57 \$ US le baril en 2007. ■ F.R.

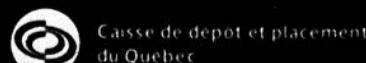
prix
performance
PME
LES AFFAIRES

Également dans ce numéro, un supplément présentant les PME lauréates des Prix Performance PME qui seront remis le 3 mai 2006, lors d'un cocktail au Centre CDP Capital.

Ces prix sont remis par le journal *LES AFFAIRES* pour reconnaître l'excellence des PME et souligner leur contribution au développement économique du Québec.

Pour plus de renseignements : www.lesaffaires.com/prixperformancepme

Ce supplément est une commandite exclusive de :



ANALYSE DES MARCHÉS

Les ressources jouent les trouble-fête

Les obligations et les bons du Trésor seraient de bons outils de diversification



**Dominique
Beauchamp**

dominique.beauchamp@transcontinental.ca

L'ascension des prix des ressources soulève de nouvelles craintes à propos de l'inflation et des taux aux États-Unis.

Ces soucis récurrents freinent l'élan boursier un peu partout dans le monde.

Il faut dire que le nouveau président de la Réserve fédérale, Ben Bernanke, vient d'ajouter les prix des ressources à sa liste de surveillance des sources d'inflation.

Le recul du taux de chômage à 4,7 % aux États-Unis, en mars, est aussi une source d'inquiétude puisqu'il pourrait motiver d'autres hausses de taux par la banque centrale.

Le comportement des ressources confirme que l'économie mondiale est forte. Les fonds

d'investissement et les spéculateurs ajoutent à l'effervescence.

Les taux américains de 10 ans ont dépassé le plafond qu'ils avaient atteint en 2004. Ce taux influent a touché 4,99 %, le 10 avril, au moment où le pétrole grimpeait à 69,45 \$ US le baril.

Les taux américains de 30 ans atteignent 5 %, pour la première fois en cinq ans.

Les rendements obligataires, à un sommet de quatre ans, attirent des acheteurs dans les obligations.

Cette concurrence entre les rendements espérés respectifs fait plafonner l'évaluation des titres en Bourse, puisque les investisseurs ne donnent pas autant de valeur aux futurs bénéfices des entreprises lorsque les taux montent.

Des taux plus élevés augmentent les coûts d'emprunt des consommateurs et des entreprises, ce qui nourrit des soucis envers la trajectoire future de l'économie et des bénéfices.

L'encaisse comme outil de diversification

Les investisseurs à la recherche de diversification pour leur portefeuille d'actions devraient faire appel aux obligations et aux bons du Trésor, fait valoir le stratège quantitatif américain de Merrill Lynch, Richard Bernstein.

En effet, ces deux classes d'actif affichent la plus faible corrélation avec le S&P 500, parmi six types d'investissement. Autrement dit, leur performance dépend peu de celle de l'indice. Merrill Lynch explique qu'après l'implosion techno de 2000, les investisseurs ont cherché, pour protéger leur capital, des classes d'actif qui évoluaient différemment de la Bourse américaine.

Ces professionnels se sont tournés vers les fonds de couverture, les denrées, les titres à faible capitalisation, les actions non américaines et les fonds immobiliers à capital fermé.

Or, la performance de tête de ces classes d'actif depuis six ans a été telle qu'elles n'offrent plus les mêmes bienfaits de diversification. Ces classes d'actif sont en effet de nouveau sensibles à la performance du S&P 500.

Les fonds de couverture et les actions non-américaines avaient une corrélation de seulement 35 % avec le S&P 500 en 2000. Aujourd'hui, leur corrélation tend vers 100 %.

Les denrées peuvent encore jouer un rôle de diversification, mais plus elles s'apprécient, plus ce rôle s'effrite.

En revanche, les obligations et les bons du Trésor ont une corrélation négative avec le S&P 500.

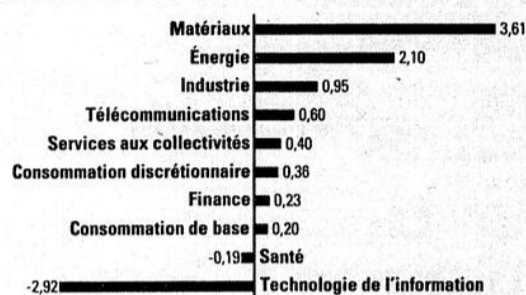
À l'intérieur du S&P 500, les fabricants de produits de consommation essentielle, les Procter & Gamble et Colgate Palmolive de ce monde par exemple, présentent la plus faible corrélation avec l'indice, soit 40 %.

S&P/TSX



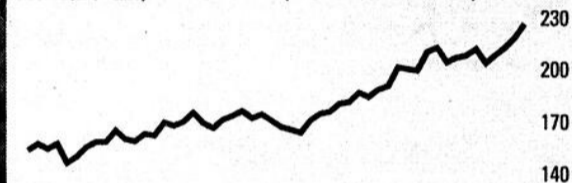
PERFORMANCE SECTORIELLE

Résultat de la semaine du 31-03 au 7-04-2006 (en %)



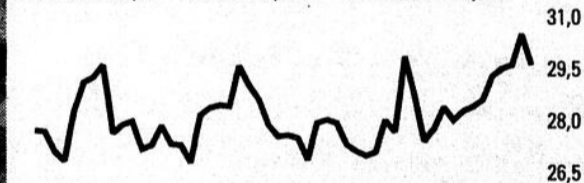
MATÉRIAUX

Fermeture : 225,70 un an : + 47,85% dern. sem. : + 3,61%



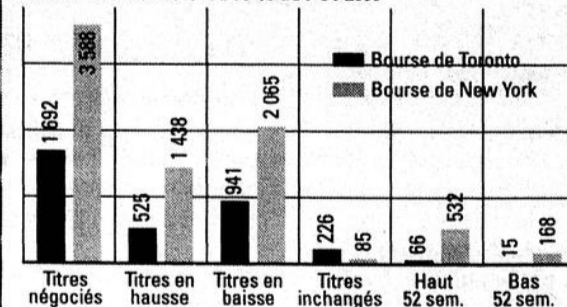
TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION

Fermeture : 29,57 un an : + 6,98% dern. sem. : - 2,92%



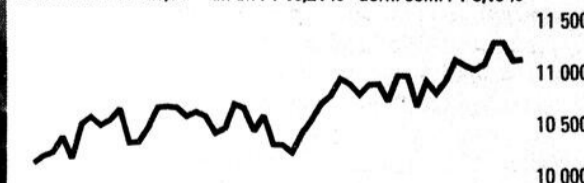
ACTIVITÉ BOURSIÈRE

Résultat de la semaine du 31-03 au 7-04-2006



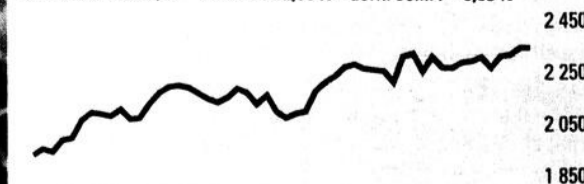
DOW JONES

Fermeture : 11 120,04 un an : + 10,24% dern. sem. : + 0,10%



NASDAQ

Fermeture : 2 339,02 un an : + 22,58% dern. sem. : - 0,03%



SOURCE : REUTERS, FERMETURE DU 07-04-2006

GFOA
2006
Montréal

100^e Congrès annuel de la GFOA
Government Finance Officers Association



UN SIÈCLE DE PROGRÈS EN GESTION DES FINANCES PUBLIQUES

Le rendez-vous international des gestionnaires des finances publiques

Soyez-y!

7-10 MAI
2006

Palais des congrès
de Montréal

Journée
canadienne

6 MAI

Une thématique axée sur la gouvernance, les meilleures pratiques administratives et la saine gestion des finances publiques et des infrastructures, traitée par des conférenciers émérites dont Mme Sheila Fraser, vérificatrice générale du Canada et Mme Frannie A. Léautier, vice-présidente de l'Institut de la Banque mondiale.

Lors de la Journée canadienne du 6 mai et du Congrès du 7 au 10 mai 2006, vous aurez l'occasion :

- De vous perfectionner. Afin de mieux jauger les défis d'aujourd'hui en matière de bonne gouvernance et de saine gestion des finances publiques et des infrastructures, joignez-vous aux chefs de file en la matière, provenant de divers secteurs, qui partagent vos préoccupations. Assistez aux sessions d'information et de formation, aux ateliers et aux groupes de discussion où vous trouverez des outils, des stratégies et des réponses, pour accroître vos performances.
- De vous informer. Venez visiter les nombreux kiosques des exposants où vous seront présentées les innovations dans des domaines variés.
- De bonifier votre réseau d'affaires. Établissez des liens privilégiés avec des gestionnaires des finances publiques et des spécialistes de secteurs connexes en provenance du monde entier, tous concernés par l'importance des enjeux liés à l'éthique et à la bonne gouvernance. Près de 8 000 participants sont attendus!
- De célébrer! La GFOA célèbre cette année son 100^e anniversaire. Nous souhaitons souligner cet événement par une soirée inoubliable à laquelle tous les participants sont conviés.

Inscrivez-vous dès maintenant!

www.gfoamontreal2006.org

Bourse de croissance : nouveau sommet historique en 2006

Daniel Renaud

daniel.renaud@transcontinental.ca

La Bourse de croissance TSX vient à nouveau de toucher un sommet historique.

Cette fois, elle a franchi le seuil de 3 000 points grâce à une poussée de l'or à un cours inégalé depuis 25 ans. Le cours du pétrole poursuit également sa lente remontée vers le seuil de 70 \$ US.

En une semaine, le parquet de l'Ouest canadien a bondi de 4,3 %. Il affiche une performance éblouissante depuis un an, alors que la croissance de l'indice atteint maintenant 64,5 %.

Le bond du prix des ressources naturelles a propulsé le cours de 355 sociétés cotées à

un sommet annuel, lors de la semaine du 3 avril. À l'opposé, 30 entreprises ont atteint un plancher annuel.

L'activité hebdomadaire a surpassé plus de 1,1 milliard de titres négociés pour une deuxième semaine de suite.

Western Uranium triomphe
La société d'exploration **Western Uranium Corporation** (TSX-V, WUC, 2,40 \$) est sortie de l'ombre en quelques jours. Son titre a bondi de 500 %, après qu'elle a été acquise par une société de capital de démarrage, **Navan Capital**.

Western Uranium possède deux gisements d'uranium aux États-Unis. Les réserves totalisent 11,5 M de tonnes, dont

la teneur varie de 0,15 à 0,22 %.

Chevron (NY, CVX, 59,55 \$ US) et **Conoco** avaient abandonné les sites, après avoir effectué des travaux de forage il y a plus de 25 ans.

Lyrtech fait une acquisition
Le 7 avril, **Lyrtech** (TSX-V, LYT, 0,23 \$) a annoncé l'achat des éléments d'actif du fournisseur montréalais de services de pointe en matière d'assemblage de circuits électroniques **Innovator Electronic Assembly**, pour une somme de 5,4 M\$.

Le chiffre d'affaires de cette entreprise est de 14 M\$, selon les états financiers de l'exercice s'étant terminé le 31 janvier 2006. Son bénéfice net s'élève à 300 000 \$.

De son côté, **Lyrtech** a réalisé un chiffre d'affaires de 5,4 M\$ et une perte nette de 700 000 \$ au cours des neuf premiers mois de 2005.

En parallèle à cette acquisition, **Lyrtech** planchera sur la réalisation d'un placement privé d'unités dont le produit doit se situer entre 4 et 6,5 M\$.

Chaque unité sera composée d'une action ordinaire et d'un bon de souscription, à un prix unitaire de 0,18 \$. Les bons auront un prix d'émission de 0,30 \$ et expireront deux ans après leur émission.

Simultanément, elle compte recueillir 2 M\$ par le truchement d'obligations non convertibles portant un intérêt au

taux annuel de 10,9 %. Les détenteurs de ces titres recevront aussi 11 M de bons de souscription d'actions ayant un prix d'exercice de 0,30 \$ et expirant deux ans après leur émission.

Enfin, elle obtiendra auprès d'une banque canadienne une marge bancaire et un financement à long terme qui totaliseront 9,5 M\$. ■

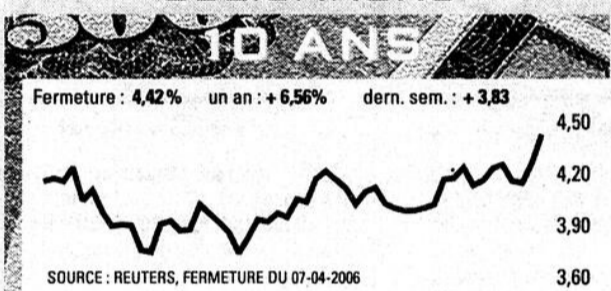
INDICES BOURSISERS

	Fermeture	Variation	Ratio	52 semaines	
	10-04-06	en une semaine	cours/bôn.	haut	bas
BOURSE DE TORONTO					
S&P/TSX indice composé	12 241,21	130,60	19,71	12 352,49	9 246,28
S&P/TSX 60	690,35	7,81	19,53	697,31	514,20
S&P/TSX moyenne capitalisation	845,62	10,04	18,49	852,27	639,42
S&P/TSX petite capitalisation	737,34	5,12	21,73	744,65	590,67
Ind. comp. de croiss. S&P/TSX	3 037,37	124,39	n.d.	3 049,35	1 587,51
SECTEURS ECONOMIQUES DE L'INDICE COMPOSÉ S&P/TSX					
Énergie	357,85	7,37	17,21	371,94	218,12
Industrie	96,35	0,91	20,28	97,55	77,37
Consomm. discrétionnaire	107,95	0,39	18,88	109,82	91,88
Consommation de base	186,44	0,37	19,14	210,86	183,25
Finance ¹	198,16	0,46	16,71	200,47	158,07
Soins de santé	56,36	-0,11	n.d.	58,45	47,38
Technologies de l'information	29,57	-0,89	31,28	30,87	26,15
Matériaux ²	225,70	7,86	28,59	229,61	144,03
Services aux collectivités	192,81	0,77	19,65	218,77	161,25
Télécommunications	79,25	0,47	23,71	85,55	73,85
BOURSES (ÉTATS-UNIS)					
DJ, 30 ind.	11 120,04	10,72	23,02	11 279,97	10 000,46
DJ, transport	4 690,54	122,54	20,25	4 690,54	3 348,36
DJ, services publics	386,12	-2,89	18,10	438,74	323,79
DJ, 65 actions	3 807,91	31,40	n.d.	3 837,29	2 852,12
NYSE, composé	8 270,65	37,45	n.d.	8 271,61	6 902,51
Amex	1 954,59	18,60	n.d.	1 954,59	792,05
S&P 500	1 295,50	0,67	18,11	1 307,25	1 113,39
Nasdaq (comp.)	2 339,02	-0,77	n.d.	2 339,02	1 889,83
BOURSES (INTERNATIONAL)					
Francfort (Dax)	5 952,92	-0,29	n.d.	5 973,14	3 646,99
Hong-Kong (H.S.)	16 471,78	4,22	n.d.	16 471,78	13 355,23
Londres (FT 100)	6 026,10	1,03	n.d.	6 036,30	4 789,60
Mexique (IPC)	19 472,36	1,04	n.d.	19 472,36	11 739,99
Paris (CAC)	5 174,96	-0,88	n.d.	5 220,85	3 816,14
Tokyo (Nikkei 225)	17 563,37	2,95	n.d.	17 563,37	10 825,40
Eur., Australasie, Extr.-Orient	1 062,30	12,30	n.d.	1 062,30	692,70

1 Les conglomérats et les sociétés immobilières font partie du secteur Finance.
2 Les mines et métaux ainsi que les producteurs d'or font partie du secteur Matériaux.

TABLEAU : LES AFFAIRES

RENDEMENTS DES OBLIGATIONS



Description (ans)	1	2	3	4	5	10	20	30
Gouv. du Canada	4,16	4,11	4,15	4,25	4,29	4,40	4,49	4,43
Province d'Ontario	4,21	4,18	4,25	4,35	4,42	4,69	4,93	4,92
Province de Québec	4,22	4,21	4,32	4,44	4,51	4,83	5,06	5,06
Municipalités du Québec	4,32	4,31	4,42	4,54	4,61	4,93	5,16	5,16
Entreprises can. (A)	4,41	4,44	4,54	4,66	4,80	5,14	5,67	5,70
Oblig. démunies Can. ²	4,21	4,14	4,21	4,27	4,29	4,45	4,53	4,44
Oblig. démunies Qué. ²	4,27	4,24	4,38	4,46	4,51	4,88	5,10	5,07
Gouv. des États-Unis	4,87	4,88	4,88	4,88	4,89	4,96	5,19	5,04

1 Rendements offerts aux institutions. 2 Une obligation démembrée est une obligation dont les coupons et le résidu sont vendus séparément en fonction d'une valeur entièrement escomptée. 3 Le rendement pour l'échéance d'un an suppose le versement semi-annuel des intérêts. En fonction d'un versement annuel des intérêts, le rendement à l'échéance serait moins élevé.

SOURCE : FIERA CAPITAL

TABLEAU : LES AFFAIRES

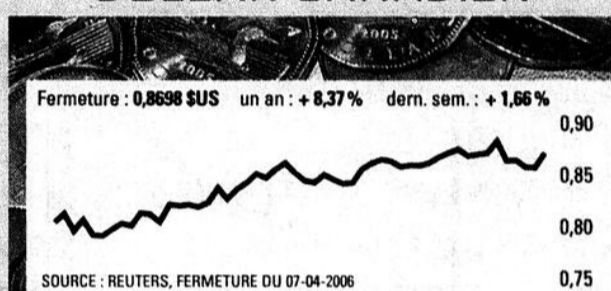
MARCHÉS MONÉTAIRES

Semaines du	10-04	03-04	27-03	20-03
CANADA				
1. Taux d'escompte Ban. du Can. (7 mars 06)	4,00	4,00	4,00	4,00
2. Taux cible des prêts à un jour (7 mars 06)	3,75	3,75	3,75	3,75
3. Taux préférentiel (8 mars 06)	5,50	5,50	5,50	5,50
4. Bons du Trésor (3 mois) ¹	3,99	3,85	3,87	3,73
(6 mois) ¹	4,14	3,99	3,96	3,85
5. Papier commercial (90 jours)	4,06	4,01	3,94	3,93
6. Acceptations bancaires (90 jours) ¹	4,08	4,05	3,96	3,93
7. Argent à demande ¹	3,75	3,75	3,75	3,75
ÉTATS-UNIS				
1. Taux d'escompte (28 mars)	5,75	5,75	5,75	5,50
2. Taux cible des Federal Funds (28 mars 06)	4,75	4,75	4,75	4,50
3. Taux préférentiel (28 mars 06)	7,75	7,75	7,75	7,50
4. Bons du Trésor (3 mois)	4,57	4,535	4,495	4,545
(6 mois)	4,70	4,67	4,60	4,61
5. Certificats de dépôt (90 jours)	5,01	4,93	4,91	4,88
6. Papier commercial (90 jours)	4,92	4,87	4,83	4,80
7. Eurodollars (90 jours)	5,03	5,00	4,94	4,93

1 Achat minimum de 1 M\$.

TABLEAU : LES AFFAIRES

DOLLAR CANADIEN



LES DEVISES

LE 7 AVRIL 2006 POUR UN DOLLAR, VOUS AVIEZ :

Pays (unité monétaire)	1 \$ CA	Pays (unité monétaire)	1 \$ CA
Afrique du Sud (rand)	5,3301	Italie (euro)	0,7199
Afrique française (franc CFA)	471,9619	Jamaïque (dollar)	57,1141
Allemagne (euro)	0,7199	Japon (yen)	103,5331
Antilles anglaises (netherlan)	1,5528	Liban (livre)	1 309,4301
Argentine (peso)	2,6847	Luxembourg (euro)	0,7199
Australie (dollar)	1,1940	Maroc (dirham)	7,8943
Autriche (euro)	0,7199	Mexique (peso)	9,6693
Bahamas (dollar)	0,8723	Nicaragua (gold cordoba)	14,9262
Barbade (dollar)	1,7360	Norvège (couronne)	5,6295
Belgique (euro)	0,7199	Nouvelle-Zélande (dollar)	1,4315
Bermudes (dollar)	0,8701	Pakistan (roupie)	52,3248
Brésil (real)	1,8735	Pays-Bas (euro)	0,7199
Chili (peso)	451,4525	Pérou (nuevo sol)	2,9006
Chine (yuan)	6,9863	Philippines (peso)	44,6654
Colombie (peso)	2 043,9557	Pologne (zloty)	2,8288
Cuba (dollar US)	0,8723	Porto Rico (dollar)	0,8723
Danemark (couronne)	5,3718	Portugal (euro)	0,7199
Égypte (livre)	5,0056	Rép. dominicaine (peso)	27,5233
Espagne (euro)	0,7199	Rép. tchèque (couronne)	20,5434
États-Unis (dollar)	0,8723	Roumanie (leu)	25 967,0115
Finlande (euro)	0,7199	Royaume-Uni (livre sterling)	0,5005
France (euro)	0,7199	Russie (rouble)	24,1592
Grèce (euro)	0,7199	Singapour (dollar)	1,4073
Haïti (gourde)	36,3342	Slovaquie (SKK)	26,9126
Hollande (euro)	0,7199	Suède (couronne)	6,7081
Hong-Kong (dollar)	6,7683	Suisse (franc)	1,1360
Inde (roupie)	39,0299	Tunisie (dinar)	1,1792
Irlande (euro)	0,7054	Turquie (lire)	1 173 295,7878
Israël (new shekel)	4,0089	Venezuela (bolivar)	1 870,8898

SOURCE : BANQUE NATIONALE

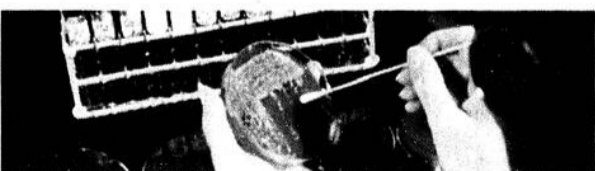
TABLEAU : LES AFFAIRES

LES AFFAIRES

ANNONCEZ VOS PRODUITS ET SERVICES A VOS CLIENTS POTENTIELS DANS NOTRE PROCHAIN DOSSIER

BIOTECHNOLOGIES

En collaboration avec BIOQuébec



DATE DE PARUTION : 6 mai 2006
TOMBÉE DE RÉSERVATION PUBLICITAIRE : 21 avril (avant 17 h) 2006

POUR INFORMATION : (514) 392-4254



Déménagement commercial et résidentiel

Partenaire d'affaire depuis plus de 25 ans

- Relocalisation ou réaménagement interne
- Planification et gestion de projet.
- Démontage et assemblage. Entreposage
- Déménagement de systèmes informatiques.
- Transport de machinerie lourde.
- Transport d'équipement dentaire.
- Jour, soir et fin de semaine



www.transportlyon.com

Téléphone: (514) 322-4422

Télex: (514) 322-4002

Sans Frais: 1-800-417-4227

Courriel: info@transportlyon.com

Estimation gratuite

Membre de l'Association du camionnage du Québec
Membre de l'Association des Déménageurs du Québec et du Canada

LES AFFAIRES.com

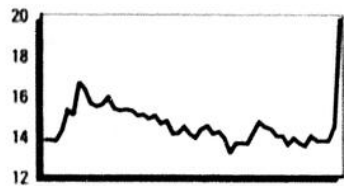
Pour suivre les premiers appels publics à l'épargne et l'échéancier des dates de libération des actions par les dirigeants des sociétés



www.lesaffaires.com/IPO

FRASER MILNER CASGRAIN

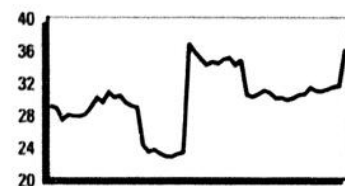
Sico, 19,83 \$, gain de 5,38 \$



Du 15-04-2005 au 07-04-2006

Bonne semaine pour les actionnaires du fabricant de peintures Sico (Tor., SICO). Le 5 avril, AKZO NOBEL a annoncé son intention d'acquérir la totalité des actions en circulation. La société européenne offre 20 \$, en espèces, pour chaque action de l'entreprise québécoise. Il s'agit d'une prime de 44 % en regard du cours de clôture moyen des 20 séances précédentes. Les plus importants actionnaires de Sico, qui détiennent ensemble 34 % des actions, comptent déposer leurs titres.

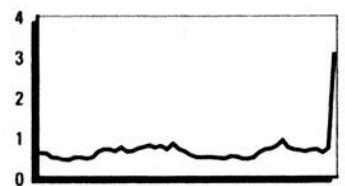
Vincor International, 36,10 \$, gain de 4,60 \$



Du 15-04-2005 au 07-04-2006

Les dirigeants de Vincor International (Tor., VM) ont finalement cédé aux avances de l'américaine Constellation Brands. Cette dernière offre 36,50 \$, en espèces, pour chaque action en circulation de ce fabricant et distributeur ontarien de vins. La clôture de la transaction de 1,5 G\$ est prévue pour le mois de juin. Lors du quatrième trimestre de 2005, Constellation avait vainement tenté de mettre la main sur les actions de la société, à un prix unitaire de 33 \$.

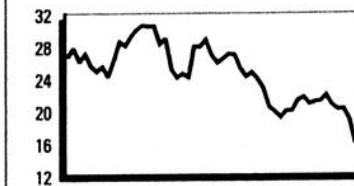
Aurelian Resources, 3,09 \$, gain de 2,37 \$



Du 15-04-2005 au 07-04-2006

Le titre d'Aurelian Resources (TSX-V, ARU) a plus que triplé lors de la semaine du 3 avril. Ce bond est attribuable à l'annonce de résultats de travaux de forage réalisés sur une portion d'un gisement aurifère situé en Équateur (Amérique du Sud). Selon la société, le site affiche une teneur de 4,1 grammes par tonne. D'autre part, la société torontoise d'exploration minière a signé une entente visant la vente de 3,6 M d'actions ordinaires, à un prix unitaire de 2,75 \$.

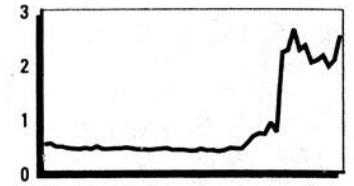
Enterra Energy Trust, 17,10 \$, gain de 1,20 \$



Du 15-04-2005 au 07-04-2006

Les détenteurs de parts d'Enterra Energy Trust (Tor., ENT.UN) poussent un soupir de soulagement. Le nouveau président du conseil, Joseph Vidal, a confirmé le maintien de la distribution mensuelle de 0,18 \$ pour la période qui se terminera en décembre prochain. Ce taux représente un versement de 75 à 80 % de l'encaisse distribuable prévue pour cette période. Le dirigeant de la fiducie fonde son optimisme sur un prix moyen de 55 \$ US du baril de pétrole d'ici la fin de cette année.

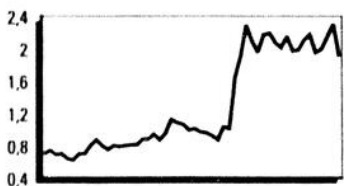
Wenzel Tools, 2,52 \$, gain de 0,45 \$



Du 15-04-2005 au 07-04-2006

Les dirigeants de Wenzel Downhole Tools (Tor., WZL) ont accueilli froidement l'offre d'achat non sollicitée déposée par High Arctic Energy Services Trust (Tor., HWO.UN, 13,70 \$). Cette dernière compte offrir 2,30 \$ par action, dont au moins 50 % doit être versé en espèces. High Arctic a conclu une entente avec un groupe d'actionnaires détenant 40 % des titres en circulation. Toutefois, un de ces derniers fait l'objet d'une interdiction de négocier le titre.

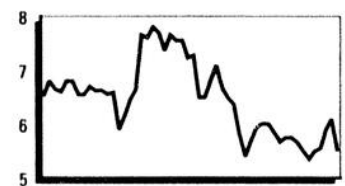
Atna Resources, 1,90 \$, perte de 0,40 \$



Du 15-04-2005 au 07-04-2006

L'action d'Atna Resources (Tor., ATM) a perdu 17 % de sa valeur en une semaine. Cette société aurifère verra fondre sa participation au sein d'un important gisement en raison d'une entente antérieure. En effet, une société liée à Barrick Gold Corporation (Tor., ABX, 33,60 \$) se prévaudra d'une clause lui permettant de faire passer sa participation de 30 à 70 %, par le truchement d'une promesse quant à la réalisation de travaux d'exploration de 30 M\$ US d'ici 2009.

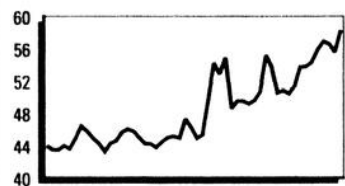
Hot House Growers, 5,50 \$, perte de 0,59 \$



Du 15-04-2005 au 07-04-2006

Le dévoilement des perspectives de Hot House Growers Income Fund (Tor., VEG.UN) ont semé la déception parmi les détenteurs de parts. Les dirigeants entendoient une amélioration des résultats, si et seulement si le dollar canadien perd sa vigueur. C'est que la société réalise près de 75 % de ses ventes de tomates et de poivrons aux États-Unis. De plus, une portion substantielle des frais d'exploitation et financiers de l'entreprise sont exprimés en dollars américains.

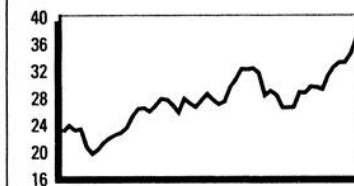
Computer Scs., 58,27 \$ US, gain de 2,72 \$ US



Du 15-04-2005 au 07-04-2006

Le 4 avril, le titre de Computer Sciences Corp. (NY, CSC) a atteint un sommet annuel de 60,39 \$ US. Cette société compte réduire ses frais d'exploitation en réduisant son personnel. Elle abolira 5 000 emplois d'ici la fin de 2007, ce qui représentera une économie annuelle de 450 M\$ US. De plus, Goldman Sachs a obtenu le mandat de proposer des hypothèses visant une augmentation de la valeur aux actionnaires. Computer Sciences avait déjà tenté de dénicher un acquéreur potentiel en 2005.

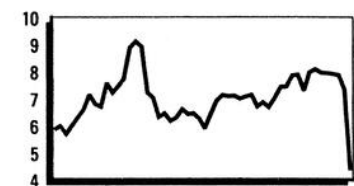
Too, 36,61 \$ US, gain de 2,26 \$ US



Du 15-04-2005 au 07-04-2006

L'action de Too (NY, TOO) a touché un sommet historique de 37,29 \$ US le 7 avril. Les dirigeants de ce détaillant de vêtements pour adolescentes ont revu à la hausse leurs attentes en raison d'une augmentation substantielle des ventes au cours du mois de mars. Par conséquent, ils entendent maintenant un bénéfice par action de 0,28 à 0,30 \$ US au cours de la période se terminant le 29 avril. La fourchette initiale s'établissait de 0,22 à 0,24 \$ US. Le consensus est de 0,25 \$ US.

Discovery Labs, 4,36 \$ US, perte de 2,97 \$ US



Du 15-04-2005 au 07-04-2006

Nouvelle tuile pour Discovery Laboratories (Nasdaq, DSCO). Les dirigeants de la Food and Drug Administration ont envoyé une deuxième demande visant la fabrication d'un traitement pour les maladies respiratoires d'enfants nés prématurément. Selon l'organisme de réglementation, le Surfaxin ne respecte toujours pas les normes de fabrication et de contrôle de la production. Cette annonce a fait chuter le titre à un plancher annuel le 7 avril. ■ D.R.

Explication des cotes boursières

Table with columns: Haut 52s, Bas 52s, Titre, Sym., Haut \$, Bas \$, Clôt. \$, Vol. \$, Vol. 00, Div. \$, Bén. Cours \$/sh. Includes a grid of arrows indicating price movements.

- 1. Flèches: Un nouveau sommet ou un nouveau bas pour les 52 dernières semaines. 2. 52 semaines haut/bas: Cours le plus élevé et le plus bas lors des 52 dernières semaines, en \$. 3. Nom du titre. 4. Sym. Symbole du titre. 5. Haut 6 Bas 7 Clôt. Le cours le plus élevé, le plus bas et à la fermeture, la semaine dernière. Si le titre n'est pas négocié, les cours acheteur, vendeur, et celui de la dernière transaction sont mentionnés. 8. Var. Variation du cours en dollars par rapport à la semaine précédente. 9. Vol. Nombre d'actions échangées pendant la semaine X 100. Note concernant le volume: 10. Lot brisé. 11. Div. % Rendement du dividende annuel en pourcentage. Notes concernant les dividendes: f Taux flottant, annualisé; r Dividende en arriéré; y Dividende payé en actions; p Payé au cours des 12 derniers mois incluant les dividendes spéciaux; u Payé en \$ US v Taux variable, annualisé sur la base du plus récent versement. 12. Bén. \$ Profit par action des quatre derniers trimestres en dollars. 13. Cours/bén. Ratio cours/bénéfice ou le cours à la fermeture, divisé par les profits par action des quatre derniers trimestres. Caractères gras Le dividende et/ou les bénéfices par action ont été mis à jour cette semaine. Autres notes: * Le titre est en \$ US. † Action avec droits de vote spéciaux x Le titre s'échange ex-dividende, n Le titre a été inscrit à la Bourse depuis moins d'un an; s Le titre a été fractionné depuis un an, c Le titre a été consolidé depuis un an; a Le titre de la compagnie a été distribué comme spinoff; * Le titre a des droits de vote inhabituels.

BOURSE DE TORONTO

REVUE DE LA SEMAINE TERMINÉE LE 7 AVRIL 2006 SOURCE: GROUPE CGI / THE FINANCIAL POST

Table of stock market data for Toronto, including columns for stock symbols, prices, and changes. Includes a sub-section for 'A/B' with specific stock data.

Table of stock market data for Toronto, continuing from the previous table.

Toujours Gagnant. Diagram showing a stock price chart with annotations for 'Achat', 'Vente', 'Découvert', and 'Achat d'option de vente'. Text explains that 80% of the time, the market goes up, and provides a program for investors.

Table of stock market data for Toronto, including a section for 'Prochaines formations' with dates and contact information.

Table of stock market data for Toronto, including a section for 'Prochaines formations' with dates and contact information.

Statistiques de la semaine terminée le 7 avril 2006

Table with 6 columns: Société, Vol. 00, Haut \$, Bas \$, Form. \$, Var. en \$, Var. en %. Lists top performing stocks like Crystallux US, Crystallux Int, Sico, etc.

Les plus fortes hausses

Les plus fortes baisses

Les plus actives

Table with 6 columns: Société, Vol. 00, Haut \$, Bas \$, Form. \$, Var. en \$, Var. en %. Lists active stocks like Bombardier SV, Bema Gold, Nortel Networks, etc.

Main market data table with columns: Haut, Bas, Ocl., Vol., etc. for various stocks and indices.

Main market data table with columns: Haut, Bas, Ocl., Vol., etc. for various stocks and indices.

Mises à jour

> RIM : PRÉVISIONS TROP ÉLEVÉES
Les analystes ont réduit leurs attentes à l'égard du prochain trimestre de Research In Motion (Tor., RIM, 88,85 \$), tout en soulignant qu'il ne s'agit pas d'un ralentissement prononcé des perspectives du fabricant de terminaux sans fil.

Les dirigeants ont surpris les experts en dévoilant leurs attentes du trimestre prenant fin en mai. Ils entendent un ajout de 675 000 clients, comparativement à la fourchette de 700 000 à 780 000 des analystes. De plus, ils comptent engranger un bénéfice par action trimestriel s'établissant entre 0,62 et 0,67 \$ US. Le consensus des experts est de 0,76 \$ US.

« La faiblesse des attentes des dirigeants ne témoigne pas d'une dégringolade de l'entreprise ou de l'industrie », résume Gus Papageorgiou, de Scotia Capital. À son avis, les dirigeants ont prouvé d'une plus grande prudence à l'égard de la croissance potentielle du produit.

Plus pessimistes, Andrew Neff, de Bear Stearns, et Mike Abramsky, de RBC Marchés des capitaux, ont jeté un pavé dans la mare des experts en abaissant la cote du titre. M. Neff croit même qu'il connaîtra une performance décevante au cours de la prochaine année. D.R.

> CONFIANCE ENVERS GILDAN
Plus Vêtements de Sport Gildan (Tor., GIL, 55,30 \$) dévoile les détails de sa stratégie pour fabriquer des chaussettes et vendre ses produits directement aux détaillants, plus elle gagne la confiance des financiers quant à ses chances de succès.

Cette confiance est essentielle à sa performance en Bourse puisque le titre vaut déjà 24 fois le bénéfice de 2 \$ US par action en 2006. Une vingtaine de financiers ont visité la nouvelle usine de chaussettes athlétiques du Honduras et celle de République Dominicaine où elle double la confection de t-shirts.

Deux analystes croient que Gildan pourra accroître ses bénéfices à un rythme annuel supérieur à 20-25 %, d'ici 2010. Claude Proulx, de BMO Nesbitt Burns, réitère ses prévisions de profit de 2,45 \$ US pour 2007 et sa cible de 64 \$. « Son potentiel de croissance justifie son évaluation actuelle. »

Si Gildan acquiert le fabricant de chaussettes qu'elle recherche au prix voulu (environ 45 \$ US) et atteint la marge visée, elle pourrait surpasser ses propres objectifs, dit-il. Candice Williams, de Raymond James, a relevé sa cible de 59,80 à 64,40 \$ parce que Gildan triplera sa production d'ici 2010 et profitera de l'efficacité de sa chaîne de production et de ses faibles coûts pour servir les détaillants. D.B.

> COGECO CÂBLE : DIVERGENCES
Deux analystes divergent d'opinion à l'égard des plus récents résultats de Cogeco Câble (Tor., CCA.SV, 28,21 \$).

Greg MacDonald, de la Financière Banque Nationale, fait passer sa cible d'un an de 31 à 36 \$. Cette modification découle d'une évaluation du titre en fonction du bénéfice par action prévu pour 2007. L'analyste prévoit un résultat de 1,60 \$ grâce à la vigueur des abonnements aux services de câblodistribution et de téléphonie par Internet.

De son côté, Jonathan E. Allen, de RBC Marchés des capitaux, réitère une opinion « neutre ». À son avis, la volonté de l'entreprise québécoise de se porter acquéreur d'une société œuvrant à l'extérieur du pays face Cogeco Câble. En conséquence, l'expert réitère sa cible d'un an de 32 \$. D.R.

Créez votre portefeuille d'actions et suivez la Bourse en direct, sur www.lesaffaires.com

LES AFFAIRES.com

Table of stock market data including columns for stock symbols, prices, and changes. Includes sections for various sectors like Technology, Energy, and Healthcare.

Main table containing financial data for various companies, including columns for stock symbols, prices, and changes. Includes sub-sections like 'O/R', 'ST', and 'W/X'.

REVUE DE LA SEMAINE TERMINÉE LE 7 AVRIL 2006

Main table containing stock market data for various sectors including A/D, M/R, E/L, and S/Z. Each sector has a grid of stock symbols, prices, and changes.

REVUE DE LA SEMAINE TERMINÉE LE 7 AVRIL 2006

Main table containing stock market data for various sectors including A/G, H/P, and Q/Z. Each sector has a grid of stock symbols, prices, and changes.

SOURCE : LE FINANCIAL POST

Déréglementation au compte-goutte dans la téléphonie locale

Dominique Beauchamp
dominique.beauchamp@transcontinental.ca

Les fournisseurs traditionnels de téléphonie locale n'obtiennent pas de sitôt la souplesse recherchée pour combattre les câblodistributeurs.

En effet, il faudra attendre encore deux ans avant que les marchés de la téléphonie locale soient véritablement déréglementés, affirme **Joe Morin**, analyste chez **Standard & Poors**.

D'ici là, les câblodistributeurs auront le temps voulu pour développer leur service résidentiel de téléphonie numérique afin qu'il atteigne la masse critique nécessaire à une concurrence durable, explique **David Lambert**, analyste chez **Canaccord Adams**.

Il faut dire qu'en 2004, soit sept ans après les premières mesures de déréglementation locale, les fournisseurs traditionnels détenaient encore 94 % du marché de la téléphonie locale. Plusieurs concurrents sont partis ou ont été avalés, faute de moyens financiers adéquats, avant l'arrivée récente de la téléphonie numérique.

La barre est haute pour les télécommunicateurs
Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a placé haut la barre avant d'assister à une déréglementation du local.

Dans sa décision, le CRTC énonce que les fournisseurs « titulaires », **Bell Canada**, **Telus** (Tor., T, 46,14 \$), **Manitoba Telecom** (Tor., MBT, 43,70 \$), **Aliant** (Tor., AIT, 35,05 \$), **Télébec** et **SaskTel** auront perdu 25 % de leur marché au bénéfice des

concurrents avant de pouvoir demander la souplesse requise pour établir librement leurs tarifs résidentiels et d'affaires.

En outre, une fois un marché déréglementé, le CRTC aura toujours le droit de refuser des hausses du tarif de base local.

De plus, le CRTC impose un autre critère de taille : le fournisseur traditionnel doit avoir concédé aux concurrents un accès fonctionnel de qualité de tout son réseau, pendant une période de six mois.

Par exemple, même si Aliant a perdu plus de 25 % de ses clients dans certaines des zones des Maritimes au profit du câblodistributeur privé **Eastlink Communications**, le CRTC a refusé de la libérer des contraintes de réglementation parce qu'elle ne respecte pas les exigences d'interconnexion.

Mince consolation pour les sociétés de téléphonie : elles pourront solliciter des clients détournés par leurs concurrents trois mois après leur départ, au lieu de 12. Le CRTC éliminera cette règle de « reconquête » lorsque la part de marché des concurrents aura atteint 20 %.

Les fournisseurs de téléphonie locale porteront certainement la décision en appel, mais le processus d'appel au cabinet fédéral peut prendre 12 mois.

Avantage aux câbles à court terme

La déréglementation des marchés urbains sera donc plus lente que prévu, ce qui obligera les sociétés de téléphonie à s'appuyer sur leur plan de rationalisation pour préserver leur rentabilité et contrer les pertes de clients, soutient M. Morin.

Jonathan Allen, analyste chez **RBC Marchés des capitaux**, estime que d'ici la fin de l'année, les sociétés de téléphone auront perdu 25 % de leurs lignes d'accès locales à Calgary, Montréal, Halifax et Charlottetown. Ce seuil sera aussi atteint à Toronto, en 2007.

« La décision du CRTC accélère probablement un peu la perte du premier quart des clients de téléphonie locale, mais elle influera peu sur le rapport de force des duopoles qui prendra forme à plus long terme », note **Glen Campbell**, analyste chez **Merrill Lynch**.

À court terme, **Greg MacDonald**, analyste chez **Financière Banque Nationale**, préfère toujours les titres de câblodistributeurs (Rogers) et les fournisseurs sans-fil (Telus) aux sociétés de téléphone, en raison de la croissance supérieure de leurs revenus et de leurs bénéfices d'exploitation.

Parmi les sociétés de téléphonie, la future fiducie Aliant est attrayante, selon lui, parce qu'elle permettra à ses actionnaires de recevoir sous forme de distributions les importants flux de trésorerie que lui procure sa clientèle.

Joseph MacKay, analyste chez **Valeurs mobilières Desjardins**, maintient que les câblodistributeurs s'approprient de 30 à 35 % du marché de la téléphonie locale, d'ici quatre à cinq ans.

Réaction inégale en Bourse
En Bourse, la réaction des investisseurs laisse penser que la décision du CRTC changera peu la dynamique compétitive actuelle sur le terrain.

L'action de **BCE** (Tor., BCE, 27,95 \$) s'est stabilisée, après


avoir glissé sous 28 \$ l'action. Pour sa part, Aliant n'a pas tout à fait récupéré son repli de 1,4 %, parce que c'était elle

qui avait le plus à gagner de la décision du CRTC. En revanche, le numéro un canadien de la câblodistri-

bution et du sans-fil, **Rogers Communications**, (Tor., RCI, NVB, 45,21 \$) a regagné 1,5 %, en six séances. ■

Gala annuel de l'Ordre du mérite

39^e remise de l'Ordre du mérite des Diplômés de l'Université de Montréal



Présidence d'honneur
M. Pierre Brunet
Président du conseil
Caisse de dépôt et placement du Québec

Lauréat
M. Rémi Marcoux
HEC Montréal 1968
Président exécutif du conseil
Transcontinental inc.

Le jeudi 18 mai 2006 à 17 h 15
Au Hall d'honneur du Pavillon Roger-Gaudry de l'Université de Montréal
2900, boul. Édouard-Montpetit

Réservation
Communiquer avec le secrétariat au (514) 343-6230
Tables corporatives disponibles — 10 personnes par table
Prix du billet : 200 \$ (taxes incluses)
Tenue de ville

Les Diplômés
Université de Montréal

TAUX D'INTÉRÊT

en vigueur le 11 avril 2006

	Dépôts à court terme							Dépôts à terme Intérêt versé annuellement					Certificats garantis / Intérêt versé annuellement					Hypothèques résidentielles																	
	Dépôt min. (\$)	30 - 59 j.	60 - 89 j.	90 - 119 j.	120 - 179 j.	180 - 269 j.	270 - 364 j.	Dépôt min. (\$)	1 an	2 ans	3 ans	4 ans	5 ans	Dépôt min. (\$)	1 an	2 ans	3 ans	4 ans	5 ans	REER		6 mois		1 an		2 ans		3 ans		4 ans		5 ans			
		1 an	2 ans	3 ans	4 ans	5 ans	1 an		5 ans	ouv.	fer.	ouv.	fer.		ouv.	fer.	ouv.	fer.	ouv.	fer.	ouv.	fer.													
Commerce CIBC	5 000	1,45	1,45	1,55	1,55	1,65	1,75	1 000	2,50	2,70	2,75	2,80	3,00	1 000	2,75	2,95	3,00	3,05	3,25	2,75	3,25	8,10	6,50	8,20	6,00	6,15	6,30	6,40	6,60						
ING Direct															0	3,85	3,90	3,95	4,05	4,10	3,85	4,10				5,10		5,20							
Laurentienne	3 000 >	1,45	1,45	1,55	1,55	1,65	1,75	1 000	2,50	2,70	2,75	2,80	3,00	1 000	2,75	2,95	3,00	3,05	3,25	2,75	3,25	7,95	6,00	8,30	6,15	6,20	6,30	6,40	6,60						
HSBC Canada	5 000 >	1,45	1,45	1,55	1,55	1,65	1,75	1 000	2,50	2,80	2,85	2,90	3,10	1 000	2,75	3,05	3,10	3,15	3,35	2,75	3,35	7,85	5,95	8,05	6,05	6,10	6,20	6,25	6,45						
Montréal	5 000 >	1,45	1,45	1,55	1,55	1,65	1,65	1 000	2,50	2,70	2,75	2,80	3,00	1 000	2,75	2,95	3,00	3,05	3,25	2,75	3,25	7,89	5,45	7,60	5,25	5,30	5,69	5,74	5,89						
Nationale	5 000 >	1,70	1,70	1,80	1,80	1,90	2,00	1 000	2,50	2,70	2,75	2,80	3,00	1 000	2,75	2,95	3,00	3,05	3,25	2,75	3,25	7,85	6,05	8,20	6,05	6,10	6,20	6,25	6,45						
Nationale de Grèce	5 000	1,70	1,70	1,80	1,80	1,90	2,00							1 000	2,75	2,95	3,00	3,05	3,25	2,75	3,25	7,95	6,00	8,20	6,15	6,25	5,30	5,40	5,60						
Royale	5 000 >	1,45	1,45	1,55	1,55	1,65	1,75	500	2,50	2,70	2,75	2,80	3,00	5 000	2,75	2,95	3,00	3,05	3,25	2,75	3,25	7,95	6,15	8,30	6,15	6,20	6,30	6,40	6,60						
Scotia	5 000 >	1,45	1,45	1,55	1,55	1,65	1,75	5 000	2,55	2,70	2,75	2,80	3,00	5 000	2,75	2,95	3,00	3,05	3,25	2,75	3,25	7,95	6,00	8,20	6,15	6,25	6,30	6,40	6,60						
TD Canada Trust	5 000 >	1,45	1,45	1,55	1,55	1,65	1,75	1 000	2,50	2,70	2,75	2,80	3,00	1 000	2,75	2,95	3,00	3,05	3,25	2,75	3,25			8,15	6,25	6,25	6,30	6,40	6,60						
Caisses Desjardins*	5 000	1,70	1,70	1,80	1,80	1,90	2,00	1 000	2,50	2,70	2,75	2,80	3,00	1 000	2,75	2,95	3,00	3,05	3,25	2,75	3,25	7,95	6,15	8,30	6,15	6,30	6,35	6,40	6,60						
Fiducie Desjardins	5 000	1,70	1,70	1,80	1,80	1,90	2,00							1 000	2,75	2,95	3,00	3,05	3,25	2,75	3,25	7,95	6,15	8,30	6,15	6,30	6,35	6,40	6,60						
Investors														1 000	2,15	2,35	2,45	2,60	2,90	2,15	2,90	7,65	5,85	8,00	5,85	5,95	6,10	6,20	6,45						
Montréal Trust	5 000 >	1,45	1,55	1,65	1,65	1,75	1,90							5 000	2,75	2,95	3,00	3,05	3,25	2,75	3,25	7,95	6,00	8,20	6,15	6,25	6,30	6,40	6,60						
Clarica	10 000 >	1,95	2,00	2,05	2,10	2,20	2,30							1 000	3,40	3,40	3,35	3,35	3,50																
Promutuel Capital	5 000 >	1,75	1,75	1,80	1,85	1,95	2,05							1 000	3,25	3,25	3,30	3,40	3,55	3,25	3,55			7,95	6,05	6,10	6,20	6,25	5,60						
Trust Banque Nationale	5 000 >	1,70	1,70	1,80	1,80	1,90	2,00							1 000	2,75	2,95	3,00	3,05	3,25	2,75	3,25	7,85	6,05	8,20	6,05	6,10	6,20	6,25	6,45						
Trust La Laurentienne	3 000	1,45	1,45	1,55	1,55	1,65	1,75							5 000	2,75	2,95	3,00	3,05	3,25	2,75	3,25	7,95	6,00	8,30	6,15	6,20	6,30	6,40	6,60						
Trust National	5 000 >	1,45	1,45	1,55	1,55	1,65	1,75							5 000	2,75	2,95	3,00	3,05	3,25	2,75	3,25	7,95	6,00	8,20	6,15	6,25	6,30	6,40	6,60						
Trust Royal	5 000 >	1,45	1,45	1,55	1,55	1,65	1,75							5 000	2,75	2,95	3,00	3,05	3,25	2,75	3,25	7,95	6,15	8,30	6,15	6,20	6,30	6,40	6,60						
Club Prêt																									4,90	4,95	5,10	5,15	5,19						
Intelligence Hypothécaire																									5,45		4,65	4,95	5,00	5,09					
Hypothèque Invis																									5,45		4,90	4,99	5,00	5,05	5,04				
Épargne Placements Qc**														100	3,35	3,55	3,75	3,85	4,00	4,35	3,39														

* Les certificats de dépôt garantis ne peuvent être encaissés avant terme sous aucune considération. ** Les taux peuvent varier d'une institution financière à l'autre. ** Obligations à terme à taux fixe. - Versement semestriel > Dépôts rachetables
1 Rendements comprenant le boni de 1% appliqué au taux de la première année pour les nouveaux fonds enregistrés. SOURCE : LES AFFAIRES, RENSEIGNEMENTS COLLIGÉS PAR FRANCE WEINSTEIN. TABLEAU : LES AFFAIRES

MES AFFAIRES



Faites-vous mieux que le spécialiste en impôts ?

Huit personnes ont comparé leur déclaration fiscale avec celle effectuée par un expert



Dominique Froment
dominique.froment@transcontinental.ca

Ceux qui produisent eux-mêmes leur déclaration fiscale font-ils le travail comme il faut ? Est-il avantageux de faire affaire avec un professionnel ?

La question est épineuse : tout peut dépendre, évidemment, de la complexité de votre situation financière... ou encore à quel point vous détestez préparer votre déclaration fiscale !

Pour savoir si l'utilisation d'un expert est vraiment avantageux, nous avons demandé à huit personnes de procéder comme elles le font habituellement, c'est-à-dire de compléter leur déclaration elles-mêmes. Elles ont ensuite demandé à un comptable (agréé ou accrédité) ou à un préparateur (H&R Block et Solution 2000 Sélect) de leur choix de produire leur déclaration, sans leur dire qu'elles l'avaient déjà fait.

Premier constat : puisque la majorité de nos « cobayes » sont salariés, les différences ne sont pas énormes. Avec les retenues à la source sur chaque paie, il ne reste plus beaucoup de marge de manœuvre pour se tromper sur le remboursement à recevoir ou le versement d'impôt à effectuer à la fin de l'année.

Deuxième constat : les honoraires des « vrais » comptables (voir l'encadré) nous sont apparus si raisonnables qu'on peut se demander s'il vaut vraiment la peine de s'en passer. En plus, il ne faut pas oublier que ceux qui préparent eux-mêmes leur déclaration se procurent généralement un logiciel au coût d'environ 40 \$.

Mais jugez par vous-même !

POUR LE MÊME PRIX, FAITES-LE FAIRE

Mélanie et Pierre (tous les prénoms sont fictifs) ont deux enfants. Mélanie, qui a fait sa déclaration et celle de son conjoint, est arrivée à un remboursement de 5 808 \$ pour les deux. Son comptable a calculé un remboursement de 5 883 \$, soit 75 \$ de plus. Compte tenu du coût du logiciel pour faire soi-même la déclaration et des frais de 100 \$ demandés par le comptable, l'exercice est à effet nul ou presque dans ce cas-ci.

ASSUREZ-VOUS D'ÊTRE SUR LA MÊME LONGUEUR D'ONDE

Stéphanie et Jean-Sébastien forment un jeune couple sans enfant. Jean-Sébastien est arrivé à un remboursement total de 2 652 \$ alors que son préparateur, Solution 2000, a calculé 4 814 \$. Mais cette différence n'est pas, à proprement parler, due à un mauvais calcul. C'est que Stéphanie et Jean-Sébastien ont mis ensemble 7 350 \$ dans leurs REER en 2005 et qu'ils veulent en reporter l'avantage fiscal en 2006. Comme le préparateur n'a posé aucune question au couple, il a déduit les deux contributions au REER en 2005.



Pourquoi pas un comptable ?

Ceux qui ont collaboré à notre exercice et qui ont choisi de faire préparer leur déclaration fiscale par un préparateur, en l'occurrence H&R Block ou Solution 2000 Sélect, plutôt que par un comptable (agréé ou accrédité) n'ont pas l'impression d'en avoir eu pour leur argent. La raison ? Les préparateurs ne posent pas de questions et ne donnent pas d'explications. Si vous oubliez d'apporter des documents, tant pis pour vous; ne comptez pas sur lui pour vous le rappeler !

Et contrairement à la croyance populaire, les préparateurs coûtent généralement plus cher que les comptables. Une des personnes qui a participé à notre exercice a finalement opté pour Solution 2000, qui lui a demandé 140 \$ pour préparer sa déclaration et celle de sa conjointe, alors que H&R Block, qu'il avait d'abord sollicité, lui demandait 220 \$.

L'HUMAIN PARFOIS SUPÉRIEUR À LA MACHINE

Micheline a pris sa retraite l'an dernier. Elle est l'unique propriétaire du condo qu'elle habite avec son conjoint de fait. C'est ce dernier qui prépare sa déclaration fiscale à l'aide d'un logiciel. Justement, ce logiciel ajoute automatiquement la prime d'assurance médicaments. Si on n'en a pas

Évidemment, les coûts peuvent varier selon la complexité de votre déclaration. Ainsi, les personnes qui se sont prêtées à notre expérience ont pu se trouver un comptable (CA ou CGA) pour un montant variant entre 50 et 105 \$ (le plus cher ayant toutefois coûté 160 \$). Les préparateurs, pour des cas similaires, ont coûté entre 140 et 217 \$.

Donc, si vous ne voulez pas produire vous-même votre déclaration fiscale, vous pouvez trouver dans un bottin téléphonique ou un annuaire de votre quartier un comptable (CA ou CGA) qui vous offrira un service professionnel à un coût peut-être plus bas que vous ne l'auriez pensé. Comme Nathalie (voir l'article dans cette page), qui a déniché dans les Pages Jaunes une CGA qui a son bureau chez elle et qui pose les bonnes questions, pour seulement 50 \$. ■ D.F.

besoin, comme c'est le cas de Micheline, qui bénéficie du programme de son conjoint, qui est encore sur le marché du travail, il faut l'enlever expressément. Ce que son conjoint a omis de faire. Heureusement, son comptable s'en est rendu compte et a fait économiser 533 \$ à Micheline. Pour des frais de comptable de 160 \$, ça valait le coup !

DÉBUSQUER UNE ERREUR QUI PAYE LE SALAIRE DU COMPTABLE

Nathalie, qui n'utilise pas de logiciel, a fait une banale erreur de calcul, que sa comptable a détectée. Grâce à elle, elle recevra un remboursement additionnel de 41 \$. Sa comptable lui a facturé 50 \$. L'exercice n'a pas été rentable comme tel, sauf que Nathalie se demande si, pour 50 \$, cela vaut la peine de se donner le mal de faire soi-même sa déclaration. Elle retournera peut-être voir sa comptable l'an prochain.

PRATIQUE, MAIS PEU ÉCONOMIQUE

Marie-Josée est mariée et a deux enfants. Pour 245 \$ (taxes comprises), H&R Block a calculé 173 \$ de remboursement d'impôt supplémentaires en grappillant ici et là dans les deux déclarations fiscales. Entre autres, le préparateur a plutôt déduit les dons sur la déclaration de Marie-Josée, alors que celle-ci les avait inscrits sur la déclaration de son mari. Pas très concluant comme exercice !

PAYANT, MAIS AVARE... DE COMMENTAIRES

Sophie a reçu une bourse d'études de 4 200 \$ en 2004 et a ajouté ce revenu à sa déclaration de 2004. Mais son préparateur (H&R Block) lui a expliqué que le formulaire concernant cette bourse porte la date de 2005. Il a donc ajouté cette somme (4 200 \$) à son revenu de 2005, comme il se doit, ce qui a réduit de 910 \$ le remboursement qu'elle recevra par rapport à la déclaration qu'elle avait faite elle-même.

Sophie devra cependant vérifier si elle a payé des impôts sur sa bourse en 2004 et, le cas échéant, refaire sa déclaration de 2004 pour demander un remboursement. La jeune femme n'est toutefois pas satisfaite des services de H&R Block qui, pour 217 \$, s'est montré avare d'explications. Elle a demandé à Nathalie les coordonnées de sa comptable.

UN AJOUT PAR CI, UN DÉDUCTIBLE DE TROP PAR LÀ

Louise et Jean possèdent un duplex; ils occupent un logement et louent l'autre. Leur comptable leur a obtenu un remboursement d'impôt supplémentaire de 138 \$ comparativement à leurs calculs. Le comptable a ajouté 1 515 \$ de frais d'entretien du duplex, alors que le couple lui avait fourni des factures pour seulement 490 \$. Par contre, Jean avait ajouté aux intérêts hypothécaires déductibles la pénalité de 800 \$ qu'il a payée pour renouveler avant terme son hypothèque. Il n'avait pas le droit de le faire et le comptable l'a vu. Facture du comptable : 120 \$.

QUAND LE REMBOURSEMENT EST MOINS ÉLEVÉ AVEC UN COMPTABLE...

Pour une vague histoire de déductibilité des frais de garde, **Isabelle et Stéphane** ont eux-mêmes calculé un remboursement d'impôt de 17 \$ supérieur à ce que leur comptable avait établi. Celui-ci leur a facturé des frais de 80 \$. Pas de quoi écrire à sa mère ! ■

Réglementation et convenance des produits d'abord

Le colloque du Conseil des fonds d'investissement du Québec a eu lieu le 5 avril

Jean Gagnon

jean.gagnon@transcontinental.ca

Les affaires ont beau être bonnes, même excellentes, pour l'industrie des fonds communs, c'est de réglementation et de convenance des produits dont il a surtout été question au colloque annuel du **Conseil des fonds d'investissement du Québec (CFIQ)**.

En effet, au moment même où l'on apprenait que les ventes nettes de fonds atteindraient entre 3,5 et 4,1 milliards de dollars (G\$) pour le mois de mars au Canada, dépassant ainsi les 10 G\$ pour les trois premiers mois de l'année, s'ouvrait le colloque annuel du CFIQ, où ce sont les thèmes de la réglementation, de la convenance des placements, de la protection des conseillers, ainsi que le rôle de l'**Équipe intégrée de la police des marchés financiers** qui occupaient la plus grande place à l'ordre du jour.

Gouvernance et conformité

« Nul doute que l'industrie des fonds communs va bien », confirme **Pierre Hamel**, président d'**Optimum Placements** et président de la CFIQ. « Mais il importe de raffermir la gouvernance et la conformité », s'empresse-t-il d'ajouter.

Ce n'est donc pas par hasard que le colloque 2006 du CFIQ

avait comme orateurs invités le président de l'**Autorité des marchés financiers, Jean Saint-Gelais, Yves Roussel**, l'officier responsable de la nouvelle Équipe intégrée de la police des marchés financiers (chapeauté par la **GRC**), ainsi que deux avocats.

« Les scandales de la dernière année ont montré que l'on ne

« Comme les gens sont de mieux en mieux informés, le nombre de plaintes est susceptible d'augmenter », avertit Martine Guimond, avocate chez Gowling Lafleur Henderson.

peut pas se développer n'importe comment », souligne Pierre Hamel.

Toutefois, la solution ne résiderait pas nécessairement dans le méga projet de réforme mis de l'avant par l'AMF. En effet, il existerait présentement pas moins de huit projets de réforme de l'industrie des fonds communs que l'AMF réunit sous le vocable de « réforme de l'inscription ».

Pourtant, les fonds com-

muns seraient déjà le produit d'investissement le plus réglementé au Canada.

Les commissions des valeurs mobilières de chaque province et territoire – il y en a treize au total – sont responsables de réglementer la confection des produits. Mais en ce qui concerne la distribution, c'est une autre division de l'AMF qui est responsable au Québec.

L'industrie des fonds communs doit également répondre à l'**Association canadienne des courtiers en valeurs mobilières**, ainsi qu'à l'**Association canadienne des courtiers de fonds mutuels** pour les intervenants hors Québec.

En même temps, une pléiade de nouveaux produits structurés et de billets indexés sont vendus, sans qu'aucune réglementation ne s'applique, déplore le président du CFIQ.

Passeport simplifié

Pour alléger le fonctionnement de la réglementation et apporter une solution au débat sur l'établissement d'une commission des valeurs mobilières unique, Pierre Hamel propose la mise en place d'un système de passeport simplifié.

« Le passeport simplifié, explique M. Hamel, serait un modèle où chaque province déciderait de conserver ou non sa commission de valeurs mobilières. Un organisme fédéral

serait créé pour prendre en charge les provinces qui préféreraient abandonner ce champs de compétence. »

« On se retrouverait probablement avec trois ou quatre commissions des valeurs mobilières au lieu de 13. Il s'agirait des quatre plus actives, les plus motivées à faire fonctionner les choses. Ce passeport serait plus simple et plus facile à faire fonctionner, et correspondrait à la réalité du Canada moderne. »

Le produit doit convenir

Au chapitre de la convenance, **Martine Guimond**, avocate chez **Gowling Lafleur Henderson**, a rappelé aux conseillers réunis en colloque les tenants et aboutissants de l'article 51 de la *Loi sur la distribution des produits et services financiers* qui définit l'obligation du représentant de s'assurer que le produit convient au client, ainsi que de l'article 85 qui traite de la responsabilité du cabinet de s'assurer que ses

représentants agissent conformément à la loi.

« Comme les gens sont de mieux en mieux informés, le nombre de plaintes est susceptible d'augmenter », dit M^{me} Guimond. Selon cette dernière, il importe donc de répéter la nécessité pour les conseillers de respecter le profil qui a été établi pour chaque investisseur, et de bien le documenter, car c'est ce qui fait l'objet de la majorité des reproches envers les conseillers. ■

L'Autorité des marchés financiers demande la collaboration de tous

La collaboration de tous les intervenants permettrait à l'**Autorité des marchés financiers (AMF)** d'agir plus rapidement si d'autres fraudes du type de celle de l'affaire **Norbou** devaient se produire. Voilà l'essentiel du message qu'a livré **Jean Saint-Gelais**, président de l'organisme québécois de réglementation, aux quelque 320 conseillers financiers qui participaient le 5 avril au colloque du **Conseil des fonds d'investissement du Québec**.

« Nous vivons dans une société de droit, et on ne peut pas porter d'accusation sans détenir suffisamment de preuves », a répété Jean Saint-Gelais, à qui l'on demandait pour une dixième fois pourquoi l'AMF n'était pas intervenue plus tôt dans l'affaire **Norbou**, ce qui aurait pu réduire les pertes que les investisseurs ont subies.

Mais dans un même souffle, il a admis que l'organisme devra prendre plus de risques à l'avenir s'il veut respecter la

priorité qu'il doit donner à la protection des investisseurs, dans l'application de son mandat.

« Il faut que les crimes économiques soient pris au sérieux et que l'on crée un encadrement sain pour les empêcher », a expliqué le président. Et pour ce faire, il a dit souhaiter une coordination de la **Chambre de la sécurité financière**, du ministère des **Finances** du Québec, des autorités policières, ainsi que des magistrats. ■ J.G.

SÉRIE

LA RELÈVE

40 % des propriétaires de PME prendront leur retraite d'ici cinq ans. Et vous ?

Posez vos questions à nos experts :
www.lesaffaires.com/releve

Consultez notre section spéciale sur LA RELÈVE ENTREPRENEURIALE :

- Nombre d'informations pertinentes qui peuvent vous aider...
- En ligne jusqu'au 30 avril 2006



Gérald Bédard
UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE



Sylvain Vincent
ERNST & YOUNG



Daniel McMahon
ORDRE DES COMPTABLES
AGRÉÉS DU QUÉBEC



Éric Gagnon
FÉDÉRATION DES CAISSES
DES JARDINS DU QUÉBEC

Les indices du marché

au 31 mars 2006 (en %)	1 mois	année	1 an	3 ans	5 ans	10 ans
30 jours taux des bons du trésor	0,2	0,7	2,6	2,5	2,7	3,5
Bons du trésor 3 mois	0,3	0,8	2,8	2,6	2,7	3,6
Amex indice composé (CS)	7,7	10,5	28,1	23,0	10,3	11,2
CPG 1 année moyenne	0,2	0,6	1,7	1,5	1,7	2,7
CPG 5 années moyenne	0,3	0,7	2,7	2,9	3,3	4,1
BMO indice pet. cap. can.	5,4	12,9	29,7	32,2	17,2	10,7
IPC canadien	0,0	0,4	1,7	1,5	2,2	2,0
Dow Jones 30 Moyenne ind. CS	3,8	4,1	2,1	3,4	-3,6	5,5
FTSE 100 indice (CS)	4,0	6,6	7,4	12,7	-0,9	4,6
Dax-Allemagne 30 indice CS	4,1	8,1	41,8	14,0	-6,5	2,5
Hang Seng Ind. d'actions CS	2,0	6,6	13,5	13,5	-1,6	2,1
Londres PM fix d'or CS	7,6	13,9	31,5	11,4	10,8	2,4
Mexique indice prix US	2,0	6,1	50,7	36,9	16,7	14,1
Nasdaq indice composé CS	5,4	6,6	13,0	11,6	-1,2	6,2
NYSE indice composé US	2,1	6,2	14,9	20,3	5,5	8,4
Russell indice 2000 CS	7,6	14,1	20,1	18,6	4,7	7,1
S&P 400 moyenne cap. CS	5,2	7,8	16,1	15,5	5,0	11,4
S&P 500 Ind. comp. prin. US	3,9	4,2	5,9	6,7	-3,7	5,6
S&P 500 Ind. rend. total CS	4,0	4,7	7,9	8,3	-2,1	7,3
S&P 600 petite cap. CS	7,7	13,1	18,7	19,4	7,4	10,3
S&P/TSX 60 indice	3,5	7,5	27,8	23,6	9,0	—
S&P/TSX 60 Total Return	3,8	8,0	30,2	26,0	11,1	—
S&P/TSX Canadian MidCap	5,0	6,8	24,0	28,0	10,5	—
S&P/TSX Canadian SmallCap	2,8	7,5	14,5	21,1	10,8	—
S&P/TSX can. Midcap. TR	5,3	7,4	26,2	30,1	13,9	—
S&P/TSX can. Sml cap. TR	3,2	8,6	17,3	22,6	12,0	—
S&P/TSX Comp Index TR	3,9	8,0	28,4	26,3	11,7	11,2
Ind. Composé S&P/TSX	3,6	7,4	26,0	24,1	9,7	9,3
S&P/TSX Cons Disc Ind. TR	0,3	6,3	17,6	19,6	6,1	9,2
S&P/TSX Cons Stap Idx TR	-1,6	-1,1	-7,2	10,5	10,4	19,0
S&P/TSX CPD Inc Tr TR	2,9	7,4	34,6	34,0	27,5	—
S&P/TSX Energy Index TR	6,0	8,6	50,6	42,5	28,1	20,0
S&P/TSX Financials Ind. TR	1,6	7,0	28,6	26,5	16,7	20,5
S&P/TSX Health Care Idx TR	-0,7	7,9	11,4	-7,2	-9,2	-3,2
S&P/TSX Indust Index TR	2,3	11,9	23,4	23,6	3,0	8,1
S&P/TSX Info tech. Ind. TR	11,4	10,5	3,8	19,4	-14,1	-2,3
S&P/TSX Materials Ind. TR	8,4	15,4	34,2	27,0	16,3	3,9
S&P/TSX Tel Serv Index TR	3,2	-1,3	4,4	14,7	1,4	17,0
S&P/TSX Utilities Idx TR	-6,8	-10,5	21,7	20,4	13,9	13,7
Tokyo Nikkei 225 Ind. CS	6,4	6,6	28,5	19,5	0,9	-4,6

SOURCE : FUNDATA CANADA

TABLEAU : LES AFFAIRES

Les 10 fonds les meilleurs et les pires

au 31 mars 2006

LES 10 MEILLEURS		LES 10 PIRES	
Rendement de 1 mois	%	rendement de 1 mois	%
Dyn.Pwr actions strat A	23,03	IMS Global Market Neutral	-3,59
Sprott Aurifère	17,46	CI Soci biotech. mond.	-3,09
Dyn.métaux précieux	16,24	FISQ Zero coupon - pro Qc	-2,63
Sen Sel croiss. mét préc	15,83	Sentry Select MBS ARIF II	-2,53
CIBC métaux précieux	15,02	BC Advantage Venture Fd	-2,49
Altamira métaux précieux	14,54	MBS Adjustable Rate Inc	-2,12
AGF Contr terme	14,17	ONE Financial Step-Over 3	-1,91
Sprott Act canadiennes	14,07	Magna Income Fund	-1,61
TD Métaux précieux - I	13,98	Barclays Adv Corp Bond	-1,57
AGF Métaux précieux	13,51	Hillsdale Agg can. Arbitré	-1,53
rendement de 6 mois	%	rendement de 6 mois	%
Sen Sel croiss. mét préc	69,77	Creststreet Fonds de res	-15,20
CIBC métaux précieux	59,84	AssetLogics CouvContTerme	-11,66
Sprott Aurifère	57,56	frontierAlt Commodities	-11,16
Dyn.métaux précieux	54,86	MBS Adjustable Rate Inc	-10,86
AGF Métaux précieux	53,85	Sentry Select MBS ARIF II	-10,50
BMO mét précieux	52,55	Sentry Select MBS Trust	-10,42
Salida Multi Strategy H.F	51,41	Laketon Equity Pooled	-9,39
Dyn.Pwr actions strat A	51,17	IA Crystal Amérique	-7,95
Dynamique contre-courant	50,97	ONE Financial Step-Over 3	-7,80
Mac Univ CC md mét préc	49,92	Criterion Business Tr TA	-6,37
rendement à ce jour	%	rendement à ce jour	%
Dyn.Pwr actions strat A	54,46	Creststreet Fonds de res	-10,94
Sen Sel croiss. mét préc	46,58	Global Credit Pref Corp	-6,64
Salida Multi Strategy H.F	45,11	ONE Financial Step-Over 3	-6,52
Sprott Aurifère	39,46	MBS Adjustable Rate Inc	-5,84
AGF Contr terme	39,42	Sentry Select MBS ARIF II	-5,67
CIBC métaux précieux	35,35	Sentry Select MBS Trust	-5,12
Fds de Pet Soc Mavrix	34,55	IA Crystal Amérique	-4,33
AGF Métaux précieux	32,35	Mnv FPG oblig. mondial	-3,78
Excel Fonds Chine	32,19	Mnv FPG P oblig. mondial	-3,77
Dyn.métaux précieux	31,73	Mnv FPG P S2 oblig. mond.	-3,63
rendement de 1 an	%	rendement de 1 an	%
Dyn.Pwr actions strat A	120,07	AGF Contr terme	-30,95
Sen Sel croiss. mét préc	100,34	AssetLogics CouvContTerme	-28,27
Sprott Aurifère	77,50	Criterion Business Tr TA	-14,85
Mac Univ CC md mét préc	72,05	Sentry Select MBS Trust	-13,63
Fidelity amér. Latine A	71,32	ONE Financial Step-Over 3	-12,03
Salida Multi Strategy H.F	70,93	MBS Adjustable Rate Inc	-10,75
Mac Univ Métaux précieux	70,42	Mill III Tal gl oblig. 4	-10,62
QIS Mac Univ Prec Metals	69,76	Mill III Tal gl oblig. 3	-10,50
Dyn.métaux précieux	69,18	Talvest RER Gl oblig. dist.	-10,39
London Life métaux préc. (M)	68,94	Canada-Vie Oblig. intern	-10,39
rendement de 3 ans	%	rendement de 3 ans	%
Front Street Sp Opp can. B	59,12	AssetLogics CouvContTerme	-18,97
Excel Fonds Inde	58,77	AGF Contr terme	-8,93
Faircourt Income Split Tr	52,79	TransSécurité Oblig. amér.	-6,71
Front Street Sm cap. can. B	49,68	Canada-Vie Gén oblig. Int(L)	-6,06
Fidelity amér. Latine A	48,24	Canada-Vie Oblig. intern	-6,06
AGF ressources canadienne	46,82	Découvertes méd can. II	-6,01
TD crois. latino-amér. - I	46,71	Talvest RER Gl oblig. dist.	-5,91
CI corp énergie mond.	45,71	Mill III Tal gl oblig. 4	-5,83
Sceptre actions de crois.	45,69	Clarica FD CI Oblig. mond.	-5,73
Scotia Amer Latine	44,89	Mill III Tal gl oblig. 3	-5,72
rendement de 5 ans	%	rendement de 5 ans	%
RBC Métaux précieux	47,94	Mavrix Fonds croissance	-17,43
AGF Métaux précieux	42,32	IMS tech. information	-15,95
Altamira métaux précieux	37,18	AGF cat. mond. titres tech	-13,88
Dyn.métaux précieux	37,10	Altamira science et tech	-13,83
CIBC métaux précieux	37,09	Banque Nat tech. mondiales	-13,67
Sprott Act canadiennes	36,73	AssetLogics CouvContTerme	-12,70
Mac Univ Métaux précieux	35,37	RBC Sect mnd media&comm	-12,01
Front Street Sp Opp can. B	35,14	AIM Fonds techno mondial	-11,96
Mac Univ CC md mét préc	34,09	Talvest GSci&tech.CS	-11,86
Epic Limited Partnership	32,82	CIBC mondial technologie	-11,74
rendement de 10 ans	%	rendement de 10 ans	%
Front Street Sp Opp can. B	23,78	AGF Contr terme	-12,29
Hillsdale performance can	21,54	Mavrix Fonds croissance	-6,48
Front Street Sm cap. can. B	18,85	AGF cat. Croiss asiatique	-5,07
PH&N Fonds rev. div. A	17,88	Investors Japonais	-4,69
RBC Énergétique	17,77	Inv crois. gr cap. É.-U.	-3,32
NordOest Spéc croiss.	17,63	Découvertes méd can. LSVCC	-3,07
SL div. can. croissance A	17,54	Fonds can. GW	-2,87
Saxon Soc petite Cap	17,05	BMO Fonds japonais	-2,70
BMO Fonds de dividendes	16,66	Catégorie société Paci CI	-2,53
Mawer nouveau Canada	16,38	Investors Intl Pacifique	-2,36

SOURCE : FUNDATA CANADA

TABLEAU : LES AFFAIRES

Les fonds les plus importants

au 31 mars 2006	Actif (M\$)	Rend. 1 an (en %)
Investors Dividendes	12070,4	17,38
Investors Fonds de Div	12070,4	17,58
RBC Revenu mensuel	8445,3	16,40
XIU	8386,4	29,83
RBC Équilibré	8299,6	17,13
RBC Dividendes	7317,4	24,90
TD obligations can	7090,5	4,47
TD Oblig. can. - Cons	7090,5	4,13
Trimark crois. Sélect	5864,4	13,56
CIBC revenu mensuel	5632,7	20,75
Templeton Croissance	5208,6	11,84
BMO Revenu mensuel	5144,7	13,65
CI placemnt canadiens	5073,4	24,12
BMO Fonds de dividendes	4995,1	24,12
Mac Ivy canadien	4875,2	6,54
Mac Cdl valeursér C	4801,3	13,15
RBC Actions canadien	4576,9	28,05
TD marché m canadien	4527,6	2,05
TD MM canadien - C	4527,6	1,76
RBC Fonds MM plus	4311,3	2,68
CI Harbour Fonds	4288,9	25,92
Signature Titres rev. élev	4213,4	17,57
CI Harbour crois. et Rev	3944,1	19,38
Signature Select can	3904,1	27,91
Mac Ivy crois. et revenu	3840,7	5,89
MD Placements d'avenir	3800,9	12,76
TD revenu mensuel - I	3748,9	16,81
TD revenu mensuel - A	3748,9	16,77
Trimark can. crois. Sélect	3744,6	12,59
E&P à rev. mensuel élevé	3709,8	14,08
TD marché mon Plus	3705,5	2,68
AGF valeur internationale	3682,7	6,52
RBC MM canadien	3619,1	2,06
Trimark crois. du rev. A	3518,3	4,31
Fid Répart actif can. A	3441,2	17,22
PH&N Fonds rev. div. A	3261,0	16,52
Investors Prt Revenu Plus	3147,8	8,20
Investors Port Rev Plus A	3147,8	8,27
IG Fonds d'act. can. A	3129,4	29,63
Investors Actions Cdn	3129,4	29,39
Bisset d'obligations A	3099,7	3,07
AGFCdnLgeCapDivFdClassic	3080,1	25,22
Bisset actions cndn CI A	2944,8	21,29
RBC Port équil. Sélect	2826,3	13,94
TD actions can. - I	2797,8	32,29
TD Actions can. - C	2797,8	31,14
MD Actions	2765,5	20,09
Brandes Frnds ac glob	2762,5	10,96
TD obl à rend réel - A	2757,4	8,03
TD obl à rend réel - I	2757,4	8,04
Investors can. LC Value	2687,1	31,86
Inv can. Large cap. Val A	2687,1	32,08

SOURCE : FUNDATA CANADA

TABLEAU : LES AFFAIRES

Les meilleurs rendements par catégorie

au 31 mars 2006 (en %)	1 an	5 ans
Actions américaines	8,5	-3,0
Actions américaines petite à moyenne capital	15,4	2,7
Actions asiatique excluant Japon	20,5	4,6
Actions asie/pacifique littoral	27,4	3,1
Actions canadiennes	20,5	8,5
Actions canadiennes (pure)	24,7	10,2
Actions canadiennes petite capitalisation	24,0	14,8
Actions européennes	16,1	1,0
Actions globales	14,7	0,7
Actions internationales	17,4	0,7
Actions japonaises	30,1	1,2
Actions marchés émergents	43,9	14,0
Actions nord-américaines	19,0	4,5
Allocation d'actifs canadien	14,2	6,1
Capital de risque commandité ouvriers	8,9	-5,2
Équilibré canadien	11,1	5,5
Équilibré et allocation d'actifs globales	9,9	1,6
fiducie de revenus canadienne	20,1	16,3
Hypothèques et obligations à court terme cndn	1,2	3,5
Immobilier	22,9	11,8
Indices	18,9	12,5
Marché monétaire canadien	1,8	1,8
Métaux précieux	65,9	35,7
Obligation haut rendement	3,1	5,6
Obligations canadiennes	3,4	5,0
Obligations étrangères	-7,0	0,9
Ressources naturelles	42,9	23,7
Revenu de dividendes canadien	17,5	10,2
Revenu équilibré canadien	11,9	7,9
Science et technologie	12,5	-5,9
Service de santé	15,4	-1,4
Services financiers	23,1	4,5
Spécialités/divers	13,5	6,3
Stratégie alternative	11,1	7,8

SOURCE : FUNDATA CANADA

TABLEAU : LES AFFAIRES

www.lesaffaires.com
POUR VOUS,
TOUS LES JOURS !

MISE À JOUR CONSTANTE
DE VOS NOUVELLES ÉCONOMIQUES
ET FINANCIÈRES

Recevez **GRATUITEMENT**
vos bulletins quotidiens
par courriel en vous
inscrivant sur le site
lesaffaires.com



Stéphane Labrèche



Yves Lamoureux



Denis Lalonde

Jean-Paul Gagne
Editeur

LES AFFAIRES.com

RENDMENT DES FONDS COMMUNS AU 31 MARS 2006

Table of Canadian Action Funds. Columns include: Index de rendement de 3 ans, Admissibilité au REER, Dividendes année en cours, Quartiles des rendements, Rendements simples, Rendements annuels composés. Rows list various funds like @gentum Port act can, ABC Valeur foncière, etc.

Table of International and Other Funds. Columns include: Index de rendement de 3 ans, Admissibilité au REER, Dividendes année en cours, Quartiles des rendements, Rendements simples, Rendements annuels composés. Rows list funds like GNL Actions can, GNL Actions can (G) DSC, etc.

Explication des cotes

Indice de rendement trois ans : classement du rendement annuel composé des fonds sur 3 ans et plus par rapport à leur catégorie et certains indices des marchés boursiers; A : les meilleurs 40 % des fonds du groupe à rendement supérieur; B : les 40 % suivants du groupe à rendement supérieur; C : les derniers 20 % du groupe à rendement supérieur et les premiers 20 % du groupe à rendement inférieur; D : les 40 % suivants dans le groupe à rendement inférieur; E : les derniers 40 % du groupe à rendement inférieur. Admissibilité au REER : indique si le fonds est entièrement admissible aux régimes de retraite ou non. Tous les fonds étrangers peuvent être inclus dans le contenu étranger d'un REER, jusqu'à concurrence de 25 % en 2000. Actif total : taille de l'actif du portefeuille en millions de dollars. Valeur nette : la division de l'actif total du fonds par le nombre d'unités donne un prix par unité. % cont. étran. : proportion de l'actif total du fonds investi dans des titres étrangers. Dividendes année en cours : les distributions totales versées par le fonds dans l'année en cours. Frais de gestion : dépenses d'exploitation totales du fonds en pourcentage de son actif, incluant les honoraires de gestion; c'est une mesure de l'efficacité administrative du fonds. Comm. : commissions en % exigées par le fonds à l'achat ou au rachat des unités. Codes : O : commissions exigées à l'achat ou au rachat, au choix de l'investisseur; N : aucune commission payable; R : commissions de rachat exigées et calculées sur la valeur marchande des unités au moment du rachat; F : commissions exigées à l'achat seulement; D : commissions exigées au rachat seulement. Quartiles des rendements : classement par quartiles de rendement du fonds par rapport à sa catégorie pour les périodes déterminées, se terminant à la fin du mois indiqué. Un fonds de 1er quartile affiche un rendement supérieur à 75 % des fonds de sa catégorie, etc. Rendements simples : variation de la valeur d'actif net du fonds pour les périodes d'un mois à 1 an. Rendements annuels composés : rendement annuel composé du fonds pour les périodes de 3 ans à 10 ans.

RENDEMENT DES FONDS COMMUNS AU 31 MARS 2006

Table of mutual fund performance data for the 'Actions canadiennes (pures)' category. Columns include fund name, index of variability, net asset value, and various performance metrics (dividends, quartiles, simple returns, annualized returns).

Table of mutual fund performance data for the 'Actions canadiennes petite capitalisation' category. Columns include fund name, index of variability, net asset value, and various performance metrics (dividends, quartiles, simple returns, annualized returns).

SOURCE: FUNDATA CANADA

RENDMENT DES FONDS COMMUNS AU 31 MARS 2006

Table of mutual fund performance metrics including Index of variability, Admissibility at REER, Dividends, Quartiles, and Returns for various Canadian bond funds.

Table of mutual fund performance metrics including Index of variability, Admissibility at REER, Dividends, Quartiles, and Returns for various international and Canadian equity funds.

Obligations canadiennes

Immobilier

Hypothèques et obligations canadiennes à court terme

Obligations étrangères

Marché monétaire canadien

SOURCE: FUNDATA CANADA

RENDMENT DES FONDS COMMUNS AU 31 MARS 2006

Table of mutual fund performance metrics including 3-year return, RER, dividends, and quarterly returns for various funds. Includes sub-sections for 'Marché monétaire américain' and 'Actions américaines'.

Continuation of mutual fund performance metrics table, listing various funds and their corresponding performance data.

SOURCE: FUNDATA CANADA

RENDMENT DES FONDS COMMUNS AU 31 MARS 2006

Table of fund performance metrics including 'Indice rendement de 3 ans', 'Admissibilité au RÉER', 'Dividendes annués', 'Quartiles des rendements', and 'Rendements annuels composés'.

Actions américaines petite à moyenne capitalisation

Table listing various American equity funds with their respective performance metrics and categories.

Actions européennes

Table listing various European equity funds with their respective performance metrics and categories.

Table of fund performance metrics for the right side of the page, including 'Indice rendement de 3 ans', 'Admissibilité au RÉER', 'Dividendes annués', 'Quartiles des rendements', and 'Rendements annuels composés'.

Actions japonaises

Table listing various Japanese equity funds with their respective performance metrics and categories.

Actions asiatiques excluant Japon

Table listing various Asian equity funds excluding Japan with their respective performance metrics and categories.

Actions Asie/Pacifique littoral

Table listing various Pacific Rim equity funds with their respective performance metrics and categories.

Actions marchés émergents

Table listing various emerging market equity funds with their respective performance metrics and categories.

Équilibré canadien

Table listing Canadian balanced funds with their respective performance metrics and categories.

SOURCE: FUNDATA CANADA

RENDEMENT DES FONDS COMMUNS AU 31 MARS 2006

Table of mutual fund performance metrics including Index of variability, Admissibility to REER, Dividends, and Returns for various funds.

Table of mutual fund performance metrics including Index of variability, Admissibility to REER, Dividends, and Returns for various funds, including a section for Canadian asset allocation.

Allocation d'actifs canadiens

Table detailing Canadian asset allocation for various mutual funds.

RENDEMENT DES FONDS COMMUNS AU 31 MARS 2006

Table of mutual fund performance metrics including 3-year return, RER, dividends, and quarterly returns for various funds.

Table of mutual fund performance metrics including 3-year return, RER, dividends, and quarterly returns for various funds, categorized by strategy.

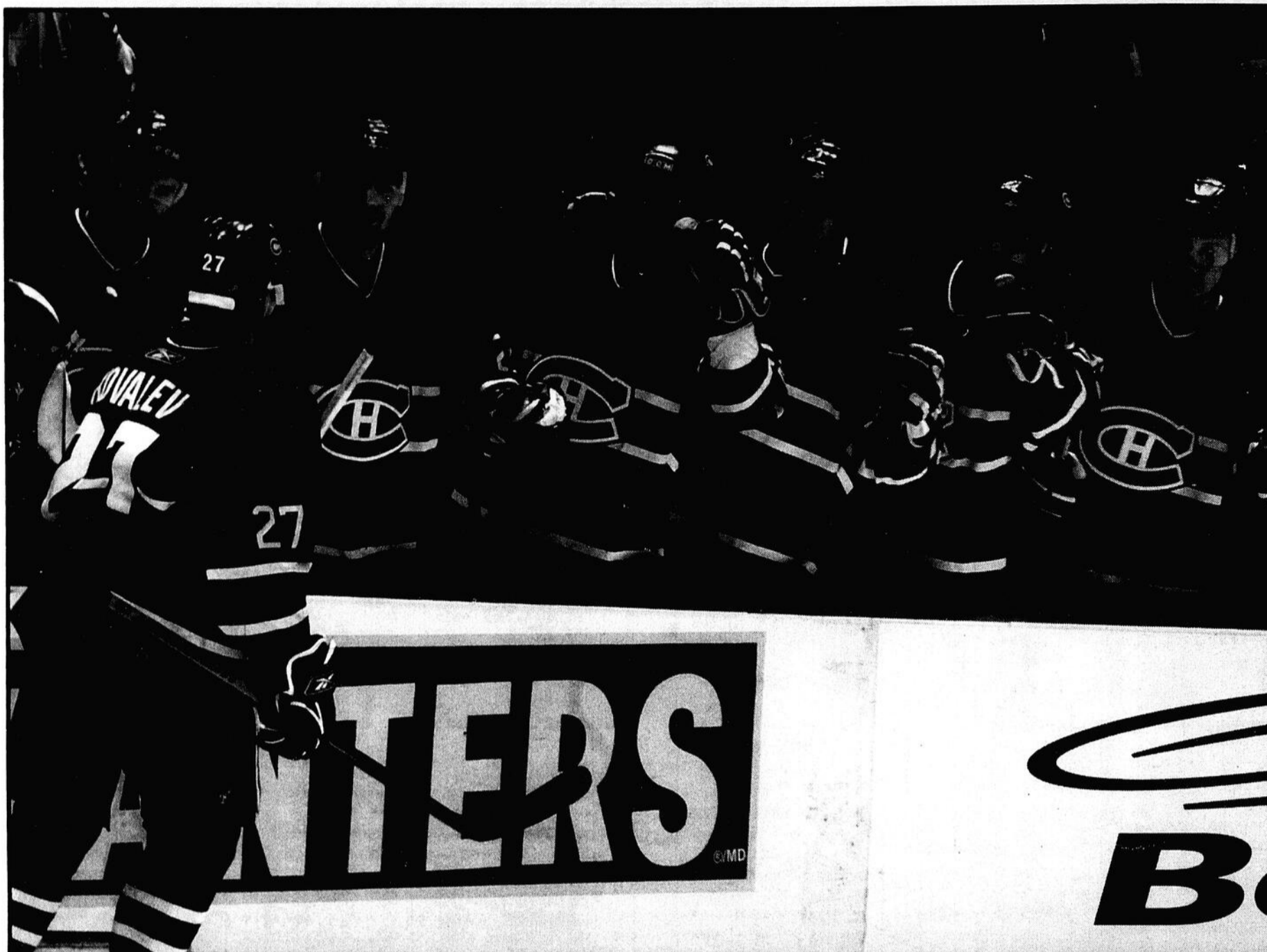
Stratégie alternative

Services financiers

Services de santé

Revenu équilibré canadien

SOURCE: FUNDATA CANADA



Billets de saison 2006-2007

APRÈS AVOIR FAIT SALLE COMBLE DURANT TOUTE LA SAISON, L'ENGOUEMENT POUR L'ÉQUIPE N'A JAMAIS ÉTÉ AUSSI PRONONCÉ !

PRÉPAREZ-VOUS POUR UNE SAISON DE SENSATIONS FORTES EN 2006-2007 EN PROFITANT DE TOUS LES AVANTAGES RÉSERVÉS AUX DÉTENTEURS DE BILLETS DE SAISON.



TÉLÉPHONEZ AU 1 877-GO-FANS-GO OU
VISITEZ CANADIENS.COM POUR TOUS LES DÉTAILS



L'information est encore et toujours le nerf de la guerre



Jean Gagnon

jean.gagnon@transcontinental.ca

J'ai acheté des actions de Northbridge Financial à 35 \$, et le prix de l'action est tombé à 28,64 \$. Que se passe-t-il avec ce titre ? Dois-je le vendre ou le conserver ? Comment puis-je m'informer ?

— L.G.

Bien que le but de cette chronique ne soit pas de faire des recommandations d'achat ou de vente, votre lettre a retenu mon attention, surtout pour la question : comment peut-on s'informer ?

Parlons quand même un peu du titre. La chute de Northbridge Financial (Tor., NB, 31,09 \$) s'explique par une série d'événements qui ont suscité l'inquiétude des investisseurs.

D'abord, la société, qui œuvre dans le secteur de l'assurance, publiait en février des résultats décevants pour le quatrième trimestre terminé le 31 décembre. Son profit par action a atteint 0,59 \$, comparativement à 0,95 \$ l'an dernier. Northbridge attribue cette chute des profits aux dommages causés par les ouragans Katrina, Rita et Wilma.

D'autre part, Fairfax Financial (NYSE, FFH, 122,38 \$US), qui détient près de 60 % des actions de Northbridge, fait l'objet d'une enquête de la Securities & Exchange Commission (SEC), le gendarme des marchés financiers aux États-Unis. Il semble que l'enquête porte sur des transactions irrégulières effectuées à l'intérieur du groupe. Des craintes que Northbridge soit impliquée, ou qu'elle en subisse certaines retombées négatives, ont pesé sur le titre.

Pour vous aider davantage, je vous invite à consulter l'article de mon collègue Daniel Renaud publié dans l'édition des AFFAIRES du 1^{er} avril.

Les développements technologiques offrent aujourd'hui un accès rapide à une information abondante et de qualité. Si vous voulez gérer vous-même votre portefeuille d'actions, il

est primordial que vous utilisiez cette information.

De nombreux sites Internet, dont lesaffaires.com, ont raconté, presque en temps réel, les événements touchant Northbridge Financial. Pour accéder à cette information, visitez un de ces sites, et tapez le symbole boursier de la société.

Vous trouverez alors l'information dont vous avez besoin, soit une description de la société, ses résultats financiers, les nouvelles récentes et celles remontant à plusieurs années, des graphiques, des consensus d'analystes ainsi que la façon de prendre contact avec le service de relations avec les investisseurs des entreprises.

Sachez que si vous voulez négocier vous-même vos actions, vous vous exposez à de grands risques si vous n'êtes pas à l'affût des plus récentes infor-

mations et que vous dépendez d'autres intervenants pour apprendre ce qui se passe.

> MARCHÉ EFFICACE

Selon mon expérience, la valeur d'un titre boursier varie selon l'offre et la demande durant les heures normales de négociation. Alors, comment expliquer la situation suivante ? À la clôture du marché, le 13 mars, l'action de Zenon Environmental valait 15,50 \$. Or, le lendemain, la première transaction a été effectuée à 23,90 \$, après que General Electric eut annoncé à 8 heures qu'elle achetait l'entreprise. J'aimerais connaître le ou les mécanismes qui permettent une telle évolution du prix ?

— Robert Drouin

L'ouverture d'une séance de négociation s'effectue en

fonction des ordres d'achat et de vente acheminés vers le parquet jusqu'à 9 h 30. Dans le cas qui vous intéresse, General Electric (NYSE, GE, 34,25 \$US) avait annoncé plus d'une heure avant l'ouverture qu'elle achetait les actions de Zenon Environmental (Tor., ZEN 23,84 \$) à 24 \$. Des ordres d'achat se rapprochant du prix mentionné par GE ont alors

afflué, ce qui explique que le prix d'ouverture était à 23,90 \$.

En somme, l'information circule très rapidement, et l'efficacité du marché fait en sorte que le prix se rajuste instantanément aux événements.

Pour profiter d'une situation tel l'achat de Zenon par GE, il vous aurait fallu prévoir la chose. Car une fois l'événement connu, il est déjà trop tard ! ■

FAITES-MOI PARVENIR VOS QUESTIONS

Cette rubrique vise à répondre aux préoccupations des lecteurs en matière de finances personnelles, de placement et de fiscalité. Je vous invite à communiquer vos questions par courriel (jean.gagnon@transcontinental.ca), par télécopieur, au (514) 392-1586, ou par la poste :

Questions et réponses, Journal LES AFFAIRES, 1100, boul. René-Lévesque Ouest, 24^e étage Montréal (Québec) H3B 4X9

Les sociétés dont on parle

Abitibi-Consolidated	37	Charl-Pol	39	Kolegram	15	Services Grimco	35
Aciers Blais Québec	27	Chesswood Income Fund	54	Lamco	41	Shaw Communications	65
Air France	30	Chevaux Ogilvy Horse	31	Les Grands Ballets Canadiens	44	Sico	10, 55, 60
Alcan	37, 39, 52	Coderr	41	Liquor Barn Income Fund	54	SNC-Lavalin	52
Alcoa	39	Cogeco Câble	22, 61	Lyrtech	22, 59	Société de la vallée de l'aluminium	37, 39
Aliant	65	Computer Sciences Corp.	60	Manitoba Telecom	65	Société des technologies de l'aluminium du Saguenay	39
Alimentation Couche-tard	52	Constellation Software	54	McDonalds	19	Solution 2000 Select	66
Alliance Atlantis Communications	52	Corel Corporation	54	Mefcor	39	Soquem	57
Anvil Mining	12	DHX Media	54	Merck Frosst	10, 27	Telus Mobilité	21
Ashton	19	Discovery Laboratories	60	Mésotec	33	Telus	65
Ateliers d'Arts Sylvestres	35	Domtar	44	Nortel Networks	52	Too	60
Atna Resources	60	Eckerd	53	Northbridge Financial	79	UAP	44
Aurelian Resources	60	Enterra Energy Trust	60	Paladin Labs	52	Ubisoft	22
AutoCanada Income Fund	54	Excavation Chicoutimi	40	Polylab Expert	27	Vêtements de Sport Gildan	61
Banque CIBC	52	Exxon Mobil	30	Produits forestiers Saguenay	37	Victoria Bay Asset Management	57
Banque Royale	52	Fairfax Financial	79	Publicis	34	Vidéotron	21
Banque TD	52	Financière manuvie	52	Réno-Dépôt	35	Vincor International	60
Barrick Gold	52	General Electric	79	Research in Motion	61	Wenzel Downhole Tools	60
Bauer	40	Groupe Lussier	33	Rogers Communications	21, 65	West 49	52
BCE	65	Groupe Riverin	40	Rona	33	Western Uranium Corp.	59
Bell Canada	21	H&R Block	66	Scierie PH Lemay	24	Zenon Environmental	79
Bell Nordiq (Fonds de revenu)	65	Hot House Growers Income Fund	40	Scierie Thomas-Louis Tremblay	40, 24		
Bombardier Produits Récréatifs	26	Hydro-Québec	40, 44				
Brompton Top 50		Industrielle Alliance	55				
Compound Growth Fund	54	Industries Procam	35				
Canadien National	52	Intégrale MDB	44				
Canmec	39	Inukshuk Wireless	21				
Cascades	24, 37	Investissements Pernaud	27				
Cégartec	39	Jean Coutu	53				
CGI	39	Keystone North America	52				

Notre politique de protection de la vie privée

Il nous arrive de communiquer nos listes d'envoi à des entreprises de bonne réputation dont les produits ou services seraient susceptibles d'intéresser nos abonnés. Bon nombre d'entre eux apprécient ce service. Cependant, si vous ne voulez pas que votre nom y figure, faites-le savoir par écrit à notre service d'abonnement en joignant une étiquette d'envoi de votre journal.

commerce

ABONNEZ-VOUS!

12 numéros
pour seulement
24,95 \$ + taxes

www.revuecommerce.com/abonnement

1 877 474-3934

LES AFFAIRES

ANNONCEZ VOS PRODUITS ET SERVICES A VOS CLIENTS POTENTIELS DANS NOTRE PROCHAIN DOSSIER

LINUX

DATE DE PARUTION : 6 mai 2006
TOMBÉE DE RÉSERVATION PUBLICITAIRE : 21 avril (avant 17 h) 2006

POUR INFORMATION : (514) 392-9000, POSTE 233

Raffinez vos connaissances

LeRéseau HEC MONTRÉAL

Présenté par

OGILVY RENAULT

Les ENTRE-VUES
du Réseau HEC Montréal

«Développer une marque hors Québec: l'exemple de Van Houtte»

Les entreprises désireuses d'étendre leur marque aux marchés hors-Québec sont confrontées à de nombreux défis. Comment les relever ?

Des spécialistes viennent vous en parler.

Venez les écouter !



Jean-Yves Monette
Président et chef de la direction
Van Houtte



Jean-François Ouellet
Professeur, service de
l'enseignement du marketing
HEC Montréal

Animé par René Vézina, rédacteur en chef délégué, Journal Les Affaires.

Mercredi 26 avril 2006

7 h 15 (un petit-déjeuner complet sera servi)

Club Saint-James

1145, rue Union

Coût:

Table corporative
de 10 personnes:
Prix membre : 350 \$*
Prix non-membre : 455 \$*

Billet individuel:

Prix membre : 37 \$*
Prix non-membre : 47,50 \$*
* Taxes en sus.

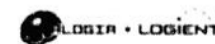
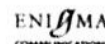
Informez-vous sur les avantages de l'abonnement !

Pour information et réservation:
Téléphone : (514) 340-6027
ou 1 888 861-2222
Télécopieur : (514) 340-6508
Courriel : reservation@hec.ca

www.reseauhec.ca

(Section : Activités à Montréal, sous-secteur : Entre-Vues)

LES GRANDS PARTENAIRES DU RÉSEAU HEC MONTRÉAL



Lenovo recommande Windows XP Professionnel.



VOTRE VIE VAUT COMBIEN?

Votre bloc-notes, c'est votre vie. S'il tombe, vous risquez de tout perdre. C'est pourquoi le ThinkPad T60 est muni d'une cage de protection en alliage de magnésium. Vous tenez votre vie entre vos mains, alors optez pour le *neq plus ultra*. Le nouveau bloc-notes ThinkPad T60 de Lenovo à Technologie Mobile Intel Centrino Duo. Nouvelles idées. Nouvelle vie.

lenovo

lenovo.com/newthinkpad/ca/fr

Lenovo, le logo Lenovo, ThinkPad et Nouvelle idée. Nouveau ThinkPad sont des marques de commerce de Lenovo. IBM et le logo IBM sont des marques déposées d'IBM, utilisées sous licence. Microsoft et Windows sont des marques déposées ou des marques de commerce de Microsoft Corporation. Intel, le logo Intel, Intel Core, Intel Inside et le logo Intel Inside sont des marques déposées ou des marques de commerce d'Intel Corporation ou de ses filiales aux États-Unis et dans d'autres pays. Tous les autres noms de produit ou marques apparaissant à vous, sont leurs respectifs. © Lenovo, 2006. Tous droits réservés.

CLICHÉ REPETÉ À ÉCLAIRAGE DIFFÉRENT EN RAISON DU TEXTE IMPRIMÉ SUR FOND GRIS OU DE COULEUR