

AFFAIRES



TECHNAUTE VERS UNE DEUXIÈME RÉVOLUTION? PAGE 8

MARCHÉS MONDIAUX

L'euro victime de son succès

La force de la devise indispose en Asie
PAGE 2

PME

Pasta Romana

La recette de cette entreprise à succès : une gestion moderne avec des valeurs d'antan
PAGE 3

VIE AU TRAVAIL

L'art se déplace au bureau

Onze entreprises accueillent un artiste en résidence pendant les Journées de la culture. La mission : créer une oeuvre avec les employés
PAGE 5

Investir dans l'éthique

Le groupe fondé par François Rebello donne aux actionnaires le pouvoir d'investir de manière responsable



FRANÇOIS REBELLO



PHOTO ALEX MORALES, BLOOMBERG

Les appareils Twin Otter sont souvent utilisés dans des conditions extrêmes, comme ici lors d'une expédition du groupe Ice Warrior au pôle Nord magnétique.

Une légende des airs reprend son envol

La renaissance du Twin Otter profitera à des entreprises québécoises

MARIE TISON

Une véritable légende canadienne, le Twin Otter, un avion qui a fait ses preuves en Arctique, en Antarctique et un peu partout entre les deux, reprendra son vol.

Une entreprise de Colombie-Britannique, Viking Air, reprendra la production du Twin Otter après une interruption de 19 ans. Plusieurs fournisseurs québécois, comme Pratt & Whitney Canada (P&WC) et Héroux-Devtek, seront du voyage.

« C'est une bonne nouvelle, c'est un programme que nous avons motorisé pendant de nom-

breuses années, déclare Nancy German, vice-présidente aux communications chez P&WC. C'est excitant de voir que la production va recommencer. »

Le moteur PT6A de P&WC équipait le Twin Otter original. La nouvelle mouture pourra compter sur une version plus puissante de ce moteur.

Un grand succès commercial

Héroux-Devtek, une entreprise de Longueuil qui avait conçu le train d'atterrissage avant du Twin Otter original, sera également de la partie.

« C'est le fun pour nous

autres, c'est un avion qui a connu un grand succès commercial, commente Gilles Labbé, président et chef de la direction d'Héroux-Devtek. Mais ça va être bon aussi pour nos fournisseurs parce que nous faisons effectuer une partie du travail par sous-traitance. »

La nouvelle envolée du Twin Otter aura également des impacts positifs pour des filiales de multinationales installées au Québec, comme Honeywell Aerospace, mais aussi pour de plus petites entreprises.

► Voir TWIN OTTER en page 4

Air Algérie lance sa liaison à partir de Montréal

MARIO GIRARD

Après plusieurs mois de négociation, Air Algérie lance une liaison directe Montréal-Alger. Ce nouveau pont favorisera les échanges économiques entre les deux pôles tout en satisfaisant la communauté algérienne de la région de Montréal.

À compter du 15 juin prochain, les voyageurs et gens d'affaires habitués à se rendre en Afrique du Nord pourront compter sur un vol direct qui reliera la métropole québécoise à la capitale algérienne.

« Nous préparons cela depuis longtemps, dit M'Hamed Tayeb Benouis, président-directeur-général d'Air Algérie, lors de son passage à Montréal. Cette liaison est très importante pour notre compagnie qui veut de plus en plus s'inscrire dans les longs courriers. »

Le choix de Montréal, plutôt qu'une autre ville canadienne, s'explique par l'importance de la communauté algérienne de la métropole. En effet, des 50 000 Algériens vivant au Canada, la grande majorité sont installés dans la région de Montréal.

Des facteurs d'ordre économique justifient également cette décision. « C'est le marché qui a dicté notre choix, dit Smail Benamara, ambassadeur de l'Algérie au Canada. Il y a actuellement un millier de Canadiens qui travaillent en Algérie. Il y a des relations très fortes entre le Canada et l'Algérie au niveau des affaires. Ce choix, c'est aussi une volonté du président de la République. »

► Voir AIR ALGÉRIE en page 4

VOS QUESTIONS À FRANÇOIS JEAN COUTU

À chaque lundi, une personnalité du monde des affaires répondra aux questions des lecteurs de *La Presse Affaires* et de *Cyberpresse*. Que ce soit l'état de la conjoncture économique, la gestion du personnel, la concurrence étrangère ou la conciliation travail-famille, tous les sujets peuvent être abordés. François Jean Coutu, président des opérations canadiennes du Groupe Jean Coutu, a accepté d'être le premier dirigeant à répondre à vos questions. À compter de la semaine prochaine, notre invité de la semaine répondra à une question de son prédécesseur, en plus des questions de nos lecteurs.

La différence avec l'Europe

Q En Europe, la pharmacie sert strictement à vendre des médicaments. Pourquoi la situation est-elle différente en Amérique du Nord?

- Yvon Lepage

R En Amérique du Nord, le coût des médicaments n'a pas toujours été couvert par les gouvernements ou les assurances privées. Comme les pharmaciens ne pouvaient pas prévoir quand les gens allaient être malades, ils ont dû se mettre à vendre des produits connexes afin de se trouver une autre source de revenus. Au

début, c'était plutôt mal organisé. Je me rappelle encore des produits rangés dans les tiroirs des premières pharmacies de mon père. Par la suite, les pharmacies sont devenues une nouvelle destination pour des produits d'usage courant. En France, les pharmaciens tirent leurs revenus de l'assurance médicaments. Ils ne vendent pas de photos mais ils ont des territoires protégés. Les permis de pratique ne sont pas laissés à la libre concurrence, ils sont octroyés par l'ordre professionnel des pharmaciens.

► Voir DIFFÉRENCE en page 4



PHOTO ROBERT MAILLOUX, LA PRESSE

François Jean Coutu répond aux lecteurs.

LE CHIFFRE DU JOUR

40 %

En 2006, les ventes en ligne ont augmenté de 40 % pour s'établir à 49,9 milliards de dollars au Canada.

Source : Statistique Canada.

ENTREPRISE À FINANCER ?

COMPOSEZ MAINTENANT LE
1 866 499 0334
AcquiZition.biz



Vive
Entreprendre



BMO Banque de Montréal

On écoute. On propose. Profitez.

1. Cette offre est réservée aux clients qui ne sont pas déjà clients des services bancaires courants aux entreprises de BMO Banque de Montréal. Le client doit ouvrir un nouveau compte de services bancaires courants aux entreprises. Limite d'une période de six mois de services bancaires sans frais par client. Cette offre n'est pas cessible et ne peut pas être combinée avec un autre rabais. Le client doit payer tous les frais associés aux transactions, aux services et aux produits qui ne sont pas inclus dans le Programme Mérite. L'offre prend fin le 30 juin 2007. 2. Cette offre est réservée aux clients commerciaux qui détiennent un compte de services bancaires courants aux particuliers de BMO Banque de Montréal et qui ne sont pas clients des services bancaires courants aux particuliers de BMO Banque de Montréal. Le client doit ouvrir un nouveau compte de chèques principal, avec ou sans AIR MILES, et le lier au programme Performance. Limite d'une période de six mois de services bancaires sans frais par client. Cette offre n'est pas cessible et ne peut pas être combinée avec un autre rabais. Le client doit payer tous les frais associés aux transactions, aux services et aux produits qui ne sont pas inclus dans le Programme Performance. L'offre prend fin le 30 juin 2007. 3. Marque de commerce déposée de la Banque de Montréal. 4. Marque de commerce d'AIR MILES International Trading B.V., utilisée sous licence par Loyalty Management Group Canada Inc. et par la Banque de Montréal.

LA PRESSE AFFAIRES MARCHÉS MONDIAUX

REPÈRES DU LUNDI

DOLLAR CANADIEN

89,05 ¢ US

VARIATION

Semaine dernière **+1,10** ¢Cette année **+3,24** ¢**0,6549** €

VARIATION

Semaine dernière **+0,0054** €Cette année **+0,0052** €

SOMME REQUISE POUR ACHETER

Un dollar US **1,1230** \$Un euro **1,5271** \$TAUX PRÉFÉRENTIEL
DES BANQUES **6,00** %TAUX DE LA BANQUE
DU CANADA **4,25** %TAUX DE LA RÉSERVE
FÉDÉRALE AMÉRICAINE **5,25** %

OR (NY GOLD)

692,00 \$ US

PÉTROLE

WTI, contrat terme rapproché

63,34 \$ USLight Sweet Crude **64,64** \$North Sea Brent **66,01** \$

PRODUIT INTÉRIEUR BRUT

Janvier **0,1** %Variation annualisée **2,0** %

BALANCE COMMERCIALE

Février **4,83** milliardsINDICE DES PRIX
À LA CONSOMMATIONAnnuel (mars) **2,3** %Sans éléments volatils **2,3** %

TAUX DE CHÔMAGE

Mars (désaisonnalisé)

CANADA **6,1** %Québec **7,6** %Ontario **6,5** %Montréal **7,4** %Toronto **6,7** %Vancouver **3,6** %

TAUX D'ACTIVITÉ AU CANADA

Mars (désaisonnalisé) **67,7** %

EMPLOIS CETTE ANNÉE

CANADA **158 000**Québec **38 800**Ontario **25 900**RÉMUNÉRATION
HEBDOMADAIRE MOYENNEJanvier **763,68** \$Variation annuelle **+3,1** %

MISES EN CHANTIER

Mars Base annuelle

CANADA **14 099 210 900**Québec **2 903 39 900**Ontario **3 063 50 800**Variation ann. (Canada) **-8,8** %

COMMERCE DE DÉTAIL

Février **+0,1** %Variation annuelle **+5,2** %

VENTES AUTOS NEUVES

Février **-3,7** %Variation annuelle **+0,5** %

NOTE : Dans tous les cas, il s'agit des données les plus récentes disponibles, à la fermeture des marchés vendredi dernier.

Sources : Bloomberg, Statistique Canada et la SCHL

Les milliardaires de Russie plus riches... et plus sages

AGENCE FRANCE-PRESSE

MOSCOU — Les milliardaires russes sont de plus en plus nombreux et de plus en plus riches, mais ils se sont assagis et semblent même se réconcilier progressivement avec la population russe, selon le magazine *Forbes*, qui recense chaque année les 100 citoyens les plus riches.

Selon ce palmarès, qui est le pendant russe de celui publié chaque année aux États-Unis, 2006 a été « une bonne année » pour ces personnalités, pour la plupart des hommes d'affaires encore jeunes (45 ans en moyenne), souligne le magazine.

En moyenne, leur fortune a bondi de 36 % en un an, si bien que chacun d'eux « pesait » en moyenne 3,4 milliards de dollars US.

« L'année a été bonne. Tout ce que vendent les membres de la liste coûte cher : le pétrole, les métaux non ferreux, le gaz, le papier, les actions Gazprom et les mètres carrés à Moscou », souligne le magazine.

Le classement demeure dominé cette année encore par Roman Abramovitch, 40 ans et propriétaire du club de football anglais Chelsea : sa fortune s'est d'ailleurs arrondie d'un milliard US depuis l'an dernier, à 19,2 milliards, indique *Forbes*.

Le dossard numéro 2 revient au magnat de l'aluminium Oleg Deripaska, avec 16,8 milliards US, suivi du sidérurgiste Vladimir Lissine, 51 ans. Principal actionnaire du Combinat métallurgique de Novolipetsk, il possède 15,1 milliards US.

Sur les 140 milliards de dollars d'excédent commercial dégagés l'an dernier par la Russie, une bonne part a atterri « dans les poches » des membres de la liste, note *Forbes*.

Mais une autre tendance est aussi à l'œuvre dans le pays : celle d'une « réconciliation » entre les milliardaires-oligarques et la population russe, affirme ce magazine imprimé sur papier glacé, dont les nombreuses publicités pour les voitures de luxe et les montres incrus-

En moyenne, leur fortune a bondi de 36 % en un an, si bien que chacun d'eux « pesait » en moyenne 3,4 milliards de dollars US.

tées de diamants s'adressent de toute évidence en priorité aux premiers.

« Une révolution tranquille est en train de se produire dans le cœur des Russes. Pour nombre d'entre eux, le milliardaire n'est

plus un objet de la haine, mais un personnage de la rubrique mondaine », estime *Forbes*.

Un apaisement à mettre au

compte à la fois de l'embellie de la situation économique du Russe moyen et du fait que les oligarques ont eux-mêmes opté pour un profil bas et plus discret, estime le magazine.

« Le milliardaire de 2007

se soucie du bien de l'État, il construit des églises, donne de l'argent aux orphelinats. Peut-être cela a-t-il contribué à la réconciliation civile. Mais plus probablement, la raison en est que le revenu réel des Russes a augmenté de 10 % au cours de la seule année qui vient de s'écouler. L'argent est le meilleur des sédatifs », souligne *Forbes*.

Le patron de la banque Alfa, Mikhail Friedman, interrogé par le magazine, juge aussi que « si le capitalisme, même dans sa forme imparfaite actuelle, se poursuit encore pendant 10-15

ans, la richesse sera légitimée » en Russie.

Forbes note en outre que le profil des milliardaires est cette année plus varié que lors de sa première édition en 2004 : le classement ne compte aujourd'hui plus que 18 dirigeants issus des secteurs pétrolier et gazier, contre 41 à l'époque.

Mais il prévient que cela n'a rien à voir avec un processus naturel de diversification, mais correspond plutôt à la reprise en main de vastes secteurs de l'économie par l'État, qualifié « d'aventurier agressif et efficace ».

« Paulson reste très silencieux sur le yen et préfère diriger ses critiques contre le yuan. Il y a peut-être eu marchandage. Paulson a dû dire aux Japonais : je reste muet sur le yen, mais vous laissez votre banque centrale relever ses taux comme elle l'entend », spécule-t-elle.

« Pour les Américains, les taux au Japon sont à double tranchant. Ils n'aiment pas que le yen soit trop faible, mais ils n'ont pas envie de voir le différentiel de taux se rétrécir excessivement et les capitaux fuir le dollar », explique M^{me} Hama.

En attendant, la situation désespère les entreprises européennes au Japon.

« L'euro cher ne nous arrangeait pas quand il était à 130 yens. Il nous arrange encore moins quand il est à 160 et je n'ai pas le sentiment que cela va changer avant un moment », se plaint Richard Collasse, patron de la Chambre de commerce européenne (EBC) au Japon et de la filiale locale de Chanel.

« Dans l'industrie du luxe, on est tous en train d'en baver. Une veste Chanel que je vendais 360 000 yens il y a quatre ans vaut 600 000 yens aujourd'hui », raconte-t-il.



Roman Abramovitch, 40 ans, et propriétaire du club de football anglais Chelsea en compagnie de son ex-épouse, Irina, et de leur fils en 2004. Leur divorce a été prononcé le 14 mars dernier. Sa fortune s'est arrondie d'un milliard US depuis l'an dernier, à 19,2 milliards.

plus un objet de la haine, mais un personnage de la rubrique mondaine », estime *Forbes*.

Un apaisement à mettre au

compte à la fois de l'embellie de la situation économique du Russe moyen et du fait que les oligarques ont eux-mêmes opté pour un profil bas et plus discret, estime le magazine.

« Le milliardaire de 2007

se soucie du bien de l'État, il construit des églises, donne de l'argent aux orphelinats. Peut-être cela a-t-il contribué à la réconciliation civile. Mais plus probablement, la raison en est que le revenu réel des Russes a augmenté de 10 % au cours de la seule année qui vient de s'écouler. L'argent est le meilleur des sédatifs », souligne *Forbes*.

Le patron de la banque Alfa, Mikhail Friedman, interrogé par le magazine, juge aussi que « si le capitalisme, même dans sa forme imparfaite actuelle, se poursuit encore pendant 10-15

ans, la richesse sera légitimée » en Russie.

Forbes note en outre que le profil des milliardaires est cette année plus varié que lors de sa première édition en 2004 : le classement ne compte aujourd'hui plus que 18 dirigeants issus des secteurs pétrolier et gazier, contre 41 à l'époque.

Mais il prévient que cela n'a rien à voir avec un processus naturel de diversification, mais correspond plutôt à la reprise en main de vastes secteurs de l'économie par l'État, qualifié « d'aventurier agressif et efficace ».

L'euro assuré de rester longtemps au sommet face au yen

AGENCE FRANCE-PRESSE

TOKYO — Taux d'intérêt ridiculement bas au Japon, appétit des investisseurs nippons pour les avoirs étrangers, passivité américaine : toutes les conditions sont réunies pour que l'euro continue à battre record sur record de vigueur face au yen, prédisent les analystes.

« Ce qui est à la racine du yen faible, ce sont les bas taux d'intérêt et le différentiel de taux. Si vous êtes Japonais, vous avez tout intérêt à investir dans des actifs en devises étrangères », affirme Eisuke Sakakibara, professeur à l'Université Waseda et ancien vice-ministre nippon des Finances.

Le loyer de l'argent au Japon n'est actuellement que de 0,50 %, contre 3,75 % en Europe et 5,25 % aux États-Unis.

Mécontents du rendement de leurs économies, les Japonais, qui détiennent la plus grosse épargne du monde, se sont pris de passion pour les placements à l'étranger, alimentant ainsi la dépréciation continue de leur devise. De nombreux malins accentuent le phénomène en empruntant en yens pour prêter en euros ou en dollars, une technique spéculative appelée « carry trade ».

La situation n'a aucune chance de s'inverser tant que les taux au Japon ne seront pas relevés. Mais, alors que l'inflation dans la deuxième économie mondiale est redevenue négative en février, la plupart des économistes pensent que la Banque du Japon (BoJ) n'agira pas en ce sens avant l'automne.

Pas d'intervention prévue

En attendant, une éventuelle intervention du Japon ou des autres pays pour soutenir le yen du Japon relève ses taux », dit l'ancien maître de la politique de changes nipponne.

Certains responsables européens ont accusé Tokyo de manipuler indirectement le yen en tordant le bras à la Banque du Japon pour qu'elle maintienne ses taux faibles.

En janvier, la BoJ avait en effet renoncé à relever le loyer de l'argent sur fond d'intenses pressions gouvernementales.

Mais en février, elle a finalement augmenté son taux direc-

« Certains responsables européens ont accusé Tokyo de manipuler indirectement le yen en tordant le bras à la Banque du Japon pour qu'elle maintienne ses taux faibles.

En janvier, la BoJ avait en effet renoncé à relever le loyer de l'argent sur fond d'intenses pressions gouvernementales.

Mais en février, elle a finalement augmenté son taux direc-

« Paulson reste très silencieux sur le yen et préfère diriger ses critiques contre le yuan. Il y a peut-être eu marchandage. Paulson a dû dire aux Japonais : je reste muet sur le yen, mais vous laissez votre banque centrale relever ses taux comme elle l'entend », spécule-t-elle.

« Pour les Américains, les taux au Japon sont à double tranchant. Ils n'aiment pas que le yen soit trop faible, mais ils n'ont pas envie de voir le différentiel de taux se rétrécir excessivement et les capitaux fuir le dollar », explique M^{me} Hama.

En attendant, la situation désespère les entreprises européennes au Japon.

« L'euro cher ne nous arrangeait pas quand il était à 130 yens. Il nous arrange encore moins quand il est à 160 et je n'ai pas le sentiment que cela va changer avant un moment », se plaint Richard Collasse, patron de la Chambre de commerce européenne (EBC) au Japon et de la filiale locale de Chanel.

« Dans l'industrie du luxe, on est tous en train d'en baver. Une veste Chanel que je vendais 360 000 yens il y a quatre ans vaut 600 000 yens aujourd'hui », raconte-t-il.

PME EXPRESS

Triotech
Amusement à
l'échelle mondiale

La PME Triotech Amusement, de Lavaltrie dans Lanaudière, a signé la semaine dernière à Bruxelles une entente de distribution mondiale pour son film d'animation Jett & Jin. L'entreprise québécoise était déjà connue mondialement pour ses machines vidéo munies de simulateurs de mouvements et destinées aux arcades. Ce segment occupe encore 40 % des activités de l'entreprise dont le chiffre d'affaires dépassera cette année les 10 millions. Depuis peu, la PME se concentre sur le développement du XD Theater. Il s'agit de petites salles de projection (de 8 à 30 places) où le spectateur visionne un film en trois dimensions avec effets véritables de vent et de lumière, et où le siège (grâce au simulateur de mouvements de la PME québécois DBox) réagit avec ce qui est projeté à l'écran. Et depuis qu'elle a fondé il y a un peu moins de deux ans son propre studio d'animation à Montréal (où Jett & Jin a été produit), Triotech Amusement peut maintenant vendre son concept XD Theater selon la formule clef en main.

Laiterie Chagnon
en quête
de visibilité

La Laiterie Chagnon de Waterloo dans les Cantons-de-l'Est se fera plus présente dans les marchés d'alimentation du sud du Québec par le biais de séances de dégustation. Objectif avoué : augmenter ses ventes de crème glacée haut de gamme sans trace de noix, ni d'arachide, lancée il y a quelques années. « On avait surestimé les gens qui se tourneraient vers ce type de crème glacée. On pensait augmenter nos ventes d'au moins 20 %; ça a plutôt été d'environ 12 % », explique Luc Chagnon, vice-président de l'entreprise fondée en 1954. Elle fait partie des cinq dernières laiteries indépendantes québécoises. Elle produit du lait, des jus, du beurre et de la crème glacée, préparée (et c'est ce qui la distingue) avec de la crème fraîche et non des substances laitières. Elle dit occuper environ 5 % du marché de la crème glacée au Québec. La PME de 43 employés se bat contre des géants comme Nestlé et Unilever. « Tant qu'il y aura des petits joueurs comme nous sur le marché, ce sera une sorte de police d'assurance pour le consommateur. Parce que le jour où il n'y aura que des multinationales, le consommateur n'aura plus son mot à dire », affirme Luc Chagnon. Stéphane Champagne, collaboration spéciale

Aliments Pasta Romana de Montréal-Nord

Croître, mais pas
à n'importe quel prix

STÉPHANE CHAMPAGNE
COLLABORATION SPÉCIALE

Faire de l'argent, voir son entreprise croître, bref, réussir en affaires. Des valeurs auxquelles tout bon entrepreneur est en droit d'aspirer. Mais pour Bernard Filippone, président de Les Aliments Pasta Romana, ces objectifs ne doivent pas être atteints à n'importe quel prix. La recette du succès n'est pas la même pour tous, croit-il.

Bien sûr, son usine de fabrication de pâtes fraîches et de sauces à Montréal-Nord se porte à merveille. Ses ventes, dont il préfère taire le montant, ont décuplé depuis la fondation de sa PME en 1996. Son usine est, quant à elle, passée de 3000 à 40 000 pieds carrés en moins de 10 ans. La croissance annuelle de Pasta Romana ces dernières années frôle les 40 %.

Et Bernard Filippone sait qu'il pourrait faire encore plus d'argent (et plus rapidement) avec ses installations dernier cri, rue Albert-Hudon. Mais cet Italien d'origine reste intraitable : « J'aime mieux vendre moins de pâtes que de faire des compromis », dit-il.

Ce ne sont pas là des paroles en l'air. Les pâtes fraîches et les sauces Pasta Romana, explique M. Filippone, ne contiennent aucun gras trans, ni colorant, ni agent de conservation. La durée de vie des produits de la PME est du coup plus limitée (de 30 à 35 jours) que celle de la concurrence (jusqu'à 90 jours). L'homme d'affaires refuse de modifier ses recettes pour abaisser ses coûts de production, ce que plusieurs fournisseurs lui demandent, déplore-t-il.

Aussi, les produits de l'entreprise sont-ils encore préparés de manière quasi artisanale dans son usine, accréditée HACCP. Pour ses sauces, par exemple, la PME ne prépare, pour une même chaudière, que des quantités n'excédant pas 300



PHOTO ALAIN ROBERGE, LA PRESSE © Bernard Filippone et son fils Patrick, respectivement président et directeur des opérations des Aliments Pasta Romana.

et 1800 litres de sauce toutes les 60 minutes. Elle vend ses produits sous les marques Pasta Romana et Tratoria (sa ligne haut de gamme), et en fabrique pour des marques privées.

Sur le marché québécois, les principaux concurrents de Bernard Filippone sont : O Sole Mio (une PME d'ici) et Olivieri (originaire de l'Ouest canadien). Pasta Romana dit occuper près de 40 % du marché de la pâte fraîche au Québec.

L'entreprise familiale compte une trentaine de variétés de pâtes

et les produits de la PME sont disponibles dans les Costco un peu partout au Canada, dans tous les supermarchés IGA du Québec, de même que dans plusieurs épicerie et fruiteries (et quelques supermarchés Métro) de la région montréalaise. Elle est également fournisseur pour des restaurants et des hôpitaux. L'entreprise est par ailleurs présente dans quelques États de la Nouvelle-Angleterre. Elle y effectue 15 % de ses ventes, contre 85 % au Canada, dont 70 % au Québec.

Dans un proche avenir, Ali-

ment Pasta Romana souhaite élargir son réseau de distribution au Québec, mais aussi intensifier sa présence aux États-Unis. Bernard Filippone sait que le défi sera de taille. Il se mesurera « à des géants qui ont des ressources que nous n'aurons jamais », dit-il.

Dire que cette entreprise est une institution familiale relève de l'euphémisme. M. Filippone y travaille avec ses deux fils : Michael (30 ans) et Patrick (24 ans), respectivement vice-président et directeur des opérations. L'épouse de Michael, Sonia Iasenza, s'occupe, quant à elle, des ventes et du marketing. Les parents de M^{me} Iasenza travaillent également au sein de la PME. Tout ce beau monde est actionnaire de l'entreprise.

Je devais avoir ça dans le

domaine de l'alimentation qu'il a décidé de lancer sa propre affaire au milieu des années 90. La fabrication de pâtes s'est imposée d'elle-même. « Ma famille avait déjà une fabrique de pâtes il y a 100 ans dans mon village natal de Casacalenda, en Italie. Lorsque j'y suis allé pour la première fois, j'ai même retrouvé le livre de recettes originales », dit l'entrepreneur.

L'Italie occupe d'ailleurs une place prépondérante dans les pratiques de Pasta Romana. Le département de R&D de la PME se rend tous les ans en Italie à la recherche de nouveautés.

Bernard Filippone sait qu'il pourrait faire encore plus d'argent (et plus rapidement) avec ses installations dernier cri, rue Albert-Hudon. Mais il reste intraitable : « J'aime mieux vendre moins de pâtes que de faire des compromis. »

litres. « C'est comme ça qu'on arrive à offrir des produits qui ressemblent à ce que vous feriez chez vous, dans votre cuisine », s'enorgueillit Bernard Filippone.

Malgré les contraintes qu'elle s'impose, la PME de 80 employés est en mesure, lorsqu'elle fonctionne à plein régime, de produire 2000 kg de pâtes à l'heure

fraîches (75 % de sa production) et surgelées (25 %). Et pour accompagner ses fettuccinis, fusillis, tortellinis et autres gnocchis, la PME produit une vingtaine de sauces, elles aussi offertes en formats frais ou surgelés. L'entreprise met également en marché des plats préparés et des salades. Elle lorgne maintenant du côté des desserts.

ments Pasta Romana souhaite élargir son réseau de distribution au Québec, mais aussi intensifier sa présence aux États-Unis. Bernard Filippone sait que le défi sera de taille. Il se mesurera « à des géants qui ont des ressources que nous n'aurons jamais », dit-il.

Dire que cette entreprise est une institution familiale relève

HP recommande Windows Vista™ Business.

FAITES LE PLEIN D'ÉCONOMIES SUR LES ENSEMBLES.



ÉCONOMISEZ 300 \$¹

à l'achat de l'ensemble de démarrage HP pour PME intégrant la technologie mobile Double-Cœur AMD Turion™ 64 X2 pour un équilibre parfait entre vitesse, format et rendement énergétique. Obtenez la technologie HP haute performance que vous exigez, au prix qu'il vous faut. Faites vite – les quantités sont limitées et l'offre prend fin le 30 avril 2007.

Location :
66 \$/mois²
Achat : 2 398,99 \$



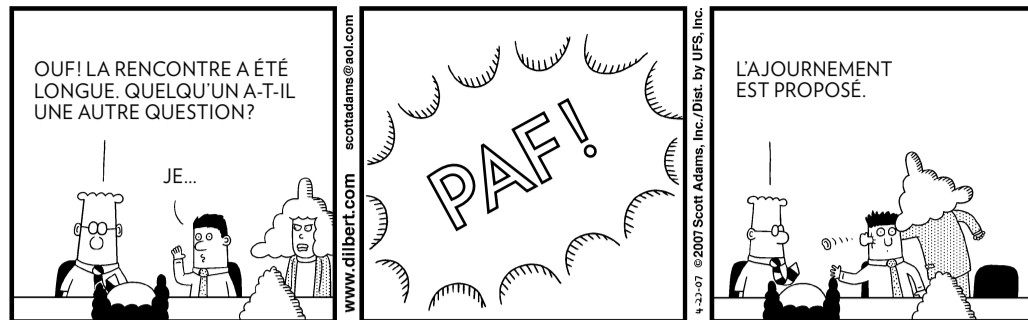
Appelez au 1 866 232-9704 Cliquez sur www.hp.ca/lapresse Rendez-vous chez votre revendeur HP



© 2007 Hewlett-Packard Development Company, L.P. L'information contenue dans les présentes est sujette à changement sans préavis. Microsoft et Windows sont des marques déposées ou des marques de commerce de Microsoft Corporation aux États-Unis et au Canada et (ou) dans d'autres pays. Les autres noms utilisés dans cette présentation servent à des fins d'identification seulement et peuvent être des marques de commerce de leurs propriétaires respectifs. AMD, le logo AMD Arrow, AMD Turion et les combinaisons de ce qui précède sont des marques de commerce d'Advanced Micro Devices, Inc. L'architecture bicœur est une nouvelle technologie conçue pour améliorer la performance de certains logiciels. Assurez-vous de la compatibilité auprès de votre fournisseur de produits logiciels. Cette technologie pourrait ne pas convenir à tous les utilisateurs et à tous les logiciels. Certains systèmes pourraient exiger la mise à niveau et (ou) l'achat de produits matériels, de pilotes et (ou) de logiciels pour tirer pleinement profit des fonctionnalités de Windows Vista. Plus d'info sur le site www.windowsvista.com/getready (en anglais seulement). Certaines caractéristiques de produits Windows Vista exigent du matériel perfectionné ou supplémentaire. Vous trouverez des renseignements détaillés sur les sites <http://www.microsoft.com/windowsvista/getready/hardwarereq.mspx> et <http://www.microsoft.com/windowsvista/getready/capable.mspx> (en anglais seulement). L'outil Windows Vista Upgrade Advisor pourra vous aider à déterminer quelles fonctionnalités Windows Vista seront prises en charge par votre ordinateur. Pour le télécharger, allez à l'adresse www.windowsvista.com/upgradeadvisor (en anglais seulement). Toutes les autres marques de commerce appartiennent à leurs propriétaires respectifs. ¹ Économisez 300 \$ sur le prix combiné des produits figurant dans cette annonce (N° de pièces RT761UT, PX849A8, RT174AT, EN190UT, RR315UT, Q8061A) en les achetant entre le 1^{er} mars et le 30 avril 2007 – séparément, ces articles se vendraient au prix courant de 2 698,99 \$. ² La location de produits offerte par l'entremise des Services financiers Hewlett-Packard (SFHP) aux clients commerciaux admissibles au Canada est sujette à l'approbation de crédit et au bon respect des documents de financement standard SFHP. Les prix indiqués ont été calculés en fonction d'un contrat de location de 48 mois qui prévoit une option de rachat à la juste valeur marchande du produit à la fin du contrat de location. Les taux sont fondés sur une transaction initiale s'échelonnant entre 349 \$ et 9 999 \$ CA. D'autres taux s'appliquent à des contrats de location d'une durée et d'un montant de transaction différents. Financement offert sur des transactions supérieures à 349 \$ jusqu'au 30 avril 2007. Les Services financiers Hewlett-Packard (SFHP) se réservent le droit de modifier ou d'annuler ces programmes en tout temps, sans préavis. Les prix indiqués sont ceux affichés sur Internet par HP Canada. Les prix peuvent varier et les revendeurs peuvent vendre à un prix moindre. Taxes et transport en sus. Les produits peuvent différer légèrement de l'illustration. HP ne se tient responsable d'aucune erreur de prix ou de publication. Offres nulles là où la loi les interdit. En vigueur au Canada seulement. HP se réserve le droit de modifier ou d'annuler ces programmes en tout temps, sans préavis. Ces offres ne peuvent être jumelées avec aucune autre offre ou des prix spéciaux. Quantités limitées. Maximum de 25 unités par client. Heures d'ouverture du Centre d'appels : du lundi au vendredi, de 8 h à 20 h 30 HNE. Le magasin en ligne est ouvert 24 heures sur 24, sept jours sur sept.

LA PRESSE AFFAIRES

DILBERT



À NE PAS MANQUER CETTE SEMAINE

Demain, la Banque du Canada annonce ses intentions quant à l'établissement du taux directeur. Les analystes s'attendent à un taux inchangé à 4,25%.

POUR NOUS JOINDRE

La Presse Affaires, 7, rue Saint-Jacques, Montréal (Québec) H2Y 1K9
lpa@lapresseaffaires.com

SUDOKU

				4	8			
	6					1	7	
5						9		8
	8	7		3			1	
			1	9				6
	3							
		4		2			9	
			8					4
		3			6	2		1

Niveau de difficulté : MOYEN

0626

Placez un chiffre de 1 à 9 dans chaque case vide. Chaque ligne, chaque colonne et chaque boîte 3x3 délimitée par un trait plus épais doivent contenir tous les chiffres de 1 à 9. Chaque chiffre apparaît donc une seule fois dans une ligne, dans une colonne et dans une boîte 3x3.

Solution du dernier sudoku

1	5	9	4	8	7	3	2	6
4	3	7	6	9	2	8	5	1
2	8	6	5	3	1	9	4	7
5	9	1	3	6	8	2	7	4
6	7	8	9	2	4	1	3	5
3	4	2	1	7	5	6	9	8
7	2	5	8	1	9	4	6	3
8	6	4	2	5	3	7	1	9
9	1	3	7	4	6	5	8	2

Ce jeu est une réalisation de Ludipresse. Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site www.les-mordus.com ou écrivez-nous à info@les-mordus.com

Par Fabien Savary

0625

VOS QUESTIONS À FRANÇOIS JEAN COUTU

La différence avec l'Europe

DIFFÉRENCE

suite de la page 1

Q Croyez-vous qu'une société puisse être propriétaire d'une pharmacie, ou ce privilège doit être réservé aux pharmaciens?

- Guillaume Roy, Lévis

R En Europe, les pharmaciens sont propriétaires des pharmacies. Dans la plupart des États américains et dans plusieurs provinces au Canada, une société peut être propriétaire d'une pharmacie. Au Québec, le pharmacien doit être propriétaire de l'officine et des médicaments en vente libre, mais l'espace commercial peut appartenir à une société. Étant moi-même pharmacien, je suis peut-être en conflit d'intérêts, mais je suis en faveur des règlements en vigueur au Québec. Comme il a un lien direct avec le propriétaire de la pharmacie, l'Ordre des pharmaciens a plus de facilité à faire respecter ses règlements.

Q Quelles leçons tirez-vous de votre aventure américaine? En quoi le marché américain est-il différent de celui du Québec?

- Marc Daigle

R La concurrence est différente aux États-Unis car les pharmacies sont surtout la propriété de grands consortiums. C'est un peu ce qui a guidé notre choix de nous joindre à Rite Aid l'an dernier. Nous nous sommes aperçus qu'il fallait devenir plus gros pour progresser. Nous avons maintenant la chance de faire partie de la troisième chaîne de

pharmacies la plus importantes aux États-Unis – et la plus importante dans l'Est du pays. Nous avons pensé que cette transaction était meilleure que le statu quo pour nos actionnaires.

Q Quelles sont vos solutions pour relancer l'économie des régions?

- Maxime Larivée-Tourangeau

R Nous devons développer nos ressources naturelles tout en respectant l'environnement. Les ressources naturelles, ce sont nos forces. Il faut avoir cette vision pour les régions du Québec.

Q Prévoyez-vous des changements majeurs dans le secteur pharmaceutique du détail à court et à long terme? D'autres fusions et acquisitions auront-elles lieu?

- Zahra Mounir

R Au fil des années, il y a toujours eu des changements sur l'échiquier de l'industrie pharmaceutique. Nous sommes très bien positionnés comme leader au Québec et nous souhaitons demeurer la destination privilégiée des consommateurs québécois à long terme. Les magasins à grande surface et les épiceries commencent à louer des espaces à des pharmaciens, mais nous croyons que notre concept va survivre et connaître des jours encore meilleurs.

Q Comment le Québec peut-il rivaliser avec l'Asie et garder ses emplois?

- Fernand Gauthier

R Il sera de plus en plus difficile de conserver les emplois du secteur manufacturier puisque la concurrence de l'Asie est basée sur le prix de la main-d'œuvre et non sur la compétence. C'est même une concurrence un peu sauvage. Présentement, c'est la Chine. Demain, ce sera l'Inde, l'Afrique et partout où la main-d'œuvre sera meilleur marché. Mais il y aura toujours une demande pour nos ressources naturelles au Canada. C'est dans ce domaine qu'il faut développer notre expertise.

Q Quels sont les défis engendrés par le déclin démographique pour une entreprise comme la vôtre?

- Pierre-Yves Néron

R Contrairement à d'autres industries, la nôtre fleurit dans les conditions actuelles. Le marché va continuer de s'améliorer. Nous voulons prendre soin des personnes âgées, leur donner un petit coup de pouce et les aider à vivre en santé plus longtemps. Cela dit, toute société qui veut être dynamique doit toujours se renouveler. Mais pour ce qui est du vieillissement, les pharmaciens peuvent s'en occuper.

Notre personnalité du monde des affaires la semaine prochaine : Alain Bouchard, PDG d'Alimentation Couche-Tard. Posez vos questions dès aujourd'hui sur cyberpresse.ca.

- Propos recueillis par Vincent Brousseau-Pouliot

Des firmes québécoises appelées en renfort

TWIN OTTER

suite de la page 1

Tout comme Alpha Castings, une fonderie de Saint-Laurent comptant une centaine d'employés, ou Metcore Processing, une entreprise de traitement thermique de Saint-Eustache.

Le Twin Otter est un solide biturbopropulseur de 19 places qui peut se poser à peu près n'importe où grâce à des pneus réguliers, des pneus ballons conçus pour la toundra, des flotteurs ou des skis. L'avionneur torontois de Havilland a fabriqué 844 de ces appareils entre 1965 et 1988. Cela représente 1688 moteurs de P&WC et 844 trains d'atterrissage d'Héroux-Devtek, sans compter les pièces de rechange.

Le Twin Otter est encore très populaire : plus de 600 de ces appareils volent encore à travers le monde, notamment dans les régions polaires, mais aussi au beau milieu de la brousse africaine et dans les îles des Caraïbes et de l'océan Indien. Au cours des dernières années, plusieurs exploitants, comme Air Seychelles, ont fait savoir qu'ils avaient de la difficulté à trouver un modèle qui pourrait remplacer le Twin Otter.

« Nous atterrissons sur de cour-

Fournisseurs québécois du nouveau Twin Otter

Pratt & Whitney Canada	moteurs
Héroux-Devtek	train d'atterrissage
Goodrich Power Systems	systèmes électriques
Honeywell Aerospace	électronique
Alpha Castings	fabrication de pièces
Howmet Castings	fabrication de pièces
CP Tech Processing	traitement de pièces
Metcore Processing	traitement de pièces

tes pistes en mauvais état et nous opérons dans un environnement humide et salin, a indiqué le président et chef de la direction d'Air Seychelles, David Savy, par voie de communiqué. Ce sont des conditions très exigeantes. Depuis des années, nous demandons aux manufacturiers de reprendre la production du Twin Otter. »

Bombardier, qui a acquis de Havilland en 1992, n'avait pas l'intention de repartir la machine. Viking Air a acheté le certificat et les droits de production du Twin Otter en février 2006 et a profité du salon aéronautique de Farnborough, quelques mois plus tard, pour annoncer son intention de produire une version modernisée de l'appareil. Viking voulait d'abord tester le marché et voir s'il y avait une demande. L'entreprise vient d'annoncer qu'elle a suffisamment de commandes fermes pour passer à l'action.

Trans Maldivian Airways, qui exploite déjà une flotte de 16 Twin Otters équipés de flotteurs pour desservir l'archipel des Maldives, a commandé cinq nouveaux appareils. La société floridienne

de location d'avions Loch Ard Otters a passé une commande pour six appareils, alors qu'Air Seychelles et Air Moorea ont commandé deux appareils chacun.

Selon une étude de marché réalisée par la firme Conklin & DeDecker, la demande pour une nouvelle version du Twin Otter devrait atteindre 400 appareils au cours des 10 prochaines années.

Un autre élément a encouragé Viking Air à reprendre la production: la nouvelle politique aéronautique du gouvernement fédéral, présentée le 2 avril dernier, qui prévoit le versement de contributions remboursables pour des projets de recherche et développement. Le président et chef de la direction de Viking Air, David Curtis, croit que son projet de modernisation du Twin Otter répondra pleinement aux critères du nouveau programme fédéral.

Les principales composantes de l'appareil de 3,2 millions de dollars US seront fabriquées à Victoria alors que l'assemblage final sera réalisé à Calgary. Les premières livraisons devraient avoir lieu d'ici 24 mois.

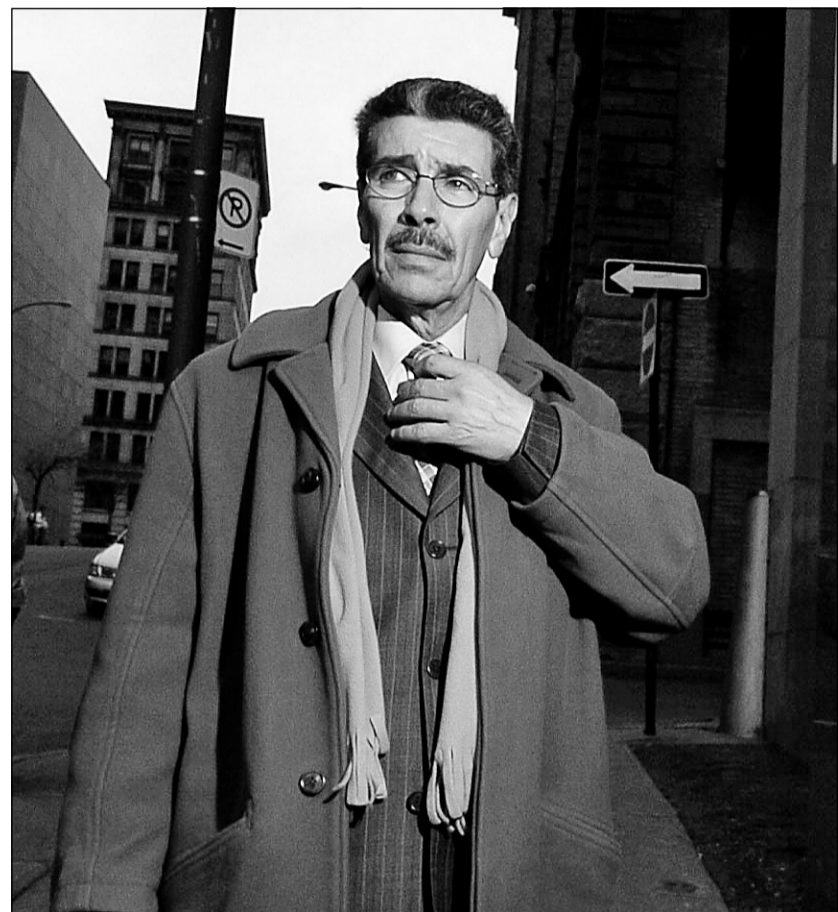


PHOTO ANDRÉ TREMBLAY, LA PRESSE

Le PDG d'Air Algérie, M. Benouis M'hamed Tayeb.

Air Algérie lance sa liaison à partir de Montréal

AIR ALGÉRIE

suite de la page 1

Les échanges commerciaux bilatéraux entre l'Algérie et le Canada se sont élevés à 4,4 milliards de dollars en 2005. Les Canadiens sont actifs dans le domaine des hydrocarbures, des finances, des travaux publics, de l'ingénierie et des télécommunications.

Rappelons que la firme d'ingénierie Dessau-Soprin a récemment obtenu un contrat

clientèle américaine, qui ne dispose pour le moment d'aucune liaison du genre, profite également de ce vol. « Il s'agit du premier vol nord-américain assurant directement cette liaison, précise M. Benouis. Donc, cela n'empêche pas un New-yorkais de transiter par Montréal pour l'utiliser. »

D'une durée d'environ huit heures, ce vol sera offert deux fois par semaine (mardi et vendredi) aux usagers.

Il y a quelques jours, la direction d'Air Algérie annonçait que les 11 premiers vols affichaient quasi complet.

Un Airbus A330-200 assurera la liaison.

« Imaginez que des gens d'affaires prennent l'avion le vendredi, explique M. Benamara. Ils peuvent compter sur les samedis et les dimanches pour faire des rencontres étant donné que le week-end a lieu chez-nous les jeudis et vendredis. »

Outre cette nouvelle liaison, Air Algérie s'apprête à lancer un vol qui reliera Alger et Pékin.

La compagnie dispose d'une flotte de cinq Airbus A330-200, 15 Boeing 737-800 et 737-600 et six avions ATR pour les vols intérieurs.

Elle offre 38 destinations internationales en Afrique, au Moyen-Orient et en Europe.

« Il s'agit du premier vol nord-américain assurant directement cette liaison, précise M. Benouis. Donc, cela n'empêche pas un New-Yorkais de transiter par Montréal pour l'utiliser. »

de 3,4 milliards de dollars pour la construction de la future Grande Mosquée d'Alger, qui sera la troisième au monde par sa superficie. Ce contrat rapportera à l'entreprise canadienne des revenus de 28 millions de dollars d'ici la fin de 2009.

Clientèle américaine

Air Algérie s'attend à ce que la

Bombardier signe un contrat avec Sonatrach, en Algérie

AGENCE FRANCE-PRESSE

ALGER— Le constructeur aéronautique canadien Bombardier a signé à Alger un contrat pour la fourniture de quatre avions à la compagnie aérienne algérienne Tassili Airlines, a annoncé hier le groupe pétrolier algérien Sonatrach.

Ces appareils de type Dash 8/200 de 35 sièges seront livrés entre juin et septembre 2008, à raison d'un aéronef par mois, a ajouté Sonatrach dans un communiqué sans préciser le montant de ce contrat.

Avec ces nouvelles acquisitions, Sonatrach renforcera la flotte de Tassili Airlines destinée à assurer les relèves du personnel pétrolier et parapétrolier de ses unités de production implantées dans le Sahara algérien, explique le communiqué.

Bombardier a déjà remporté en juin 2006 un contrat de 84 millions de dollars pour la fourniture de quatre avions neufs à Tassili Airlines, propriété de Sonatrach.

Ces appareils – de modèle Q400 – doivent être livrés en juillet.

CHAUSSURES BROWNS

Un autre chapitre de l'histoire s'ouvre

LAURIER CLOUTIER

Malgré sa réputation enviable, la chaîne canadienne Chaussures Browns, de Montréal, accuse une baisse de ses ventes cette année et ne doit retrouver qu'en 2008 son volume d'affaires de 2006.

Le président de Browns, Michael Brownstein, le reconnaît à *La Presse Affaires*, après le spectacle annuel de danse de l'entreprise et avant de repartir en vitesse en Europe, en quête de nouvelles collections de chaussures exclusives.

Le détaillant a en effet dû mettre fin au début de l'année à un partenariat de 15 ans avec la famille Weston (Loblaw, Weston), de Toronto, et fermer ses 10 boutiques Browns dans les magasins haut de gamme Holt Renfrew du Canada, qui lui appartiennent.

Malgré ses efforts, Browns ne pourra remplacer illico ces ventes disparues chez Holt Renfrew avant l'an prochain, explique Michael Brownstein.

Le président ne veut pas divulguer l'important chiffre d'affaires de l'entreprise à capital fermé, ni son niveau de rentabilité, mais Browns dit verser 10 % de ses profits annuels avant impôts à des œuvres de charité canadiennes. Les revenus bruts de la soirée de danse de mercredi soir dernier (18 avril), à 75 \$ du billet, sous un chapiteau chauffé d'une capacité de 1000 personnes, font partie des dons de Browns de cette année. C'est Geneviève Dorion-Coupal, la chorégraphe de spectacles tels *Night Fever* et *Grease*, qui dirigeait l'événement.

La rupture avec Holt Renfrew ouvre un nouveau chapitre de l'histoire de près de 70 ans

de Browns, souligne Michael Brownstein.

Pour attirer la clientèle servie depuis 1992 chez Holt Renfrew, qui exploite dorénavant elle-même ses rayons de chaussures, Browns multiplie les ouvertures et les rénovations de magasins dans les environs de ses anciennes boutiques et élargit l'éventail de ses chaussures haut de gamme, de sacs en cuir et d'accessoires.

Browns vient ainsi de rouvrir, à la fin du mois dernier (21 mars), son magasin de 8000 pieds carrés du Centre Rockland, complètement rénové, muni d'un puits de lumière et d'une mosaïque de verre, pour mettre en valeur de nouvelles collections de designers haut de gamme.

Pour mieux servir les plus jeunes et les mordus de la mode, Browns mise sur sa nouvelle bannière B2, qui compte déjà quelques succursales à Toronto et Vancouver, de même que sa première du Québec, au Carrefour Laval, souligne le vice-président à l'exploitation, André Lescarbeau.

À Québec, Browns vient également d'ouvrir un magasin B2 à la Place Laurier, ajoute Michael Brownstein. Au Centre Fairview Pointe-Claire, l'ouverture d'un nouveau B2 est prévue pour mai 2007, selon la directrice du marketing, Nathalie-Andrée Vallerand.

La chaîne va par ailleurs relocaliser le Browns de la Place Sainte-Foy, à Québec, dit André Lescarbeau.

Ailleurs au Canada, la chaîne rénove ses deux magasins Browns de la région de Toronto. Les boutiques B2 de la rue Robson, à Vancouver, et Queen, à Toronto, ajoutent des collections de chaussures haut de gamme, dit Natha-



PHOTO FOURNIE PAR BROWNS

Browns multiplie les ouvertures et les rénovations de magasins dans les environs de ses anciennes boutiques et élargit l'éventail de ses chaussures haut de gamme, de sacs en cuir et d'accessoires. Ci-dessus, le nouveau magasin Browns du Centre Rockland.

lie-Andrée Vallerand. Des projets de magasins ne sont pas tout à fait complétés, pour Toronto et Vancouver, mais M^{me} Vallerand prévoit tout de même des travaux à compter de l'automne prochain.

Il ne faudrait pas oublier la nouvelle boutique en ligne de Browns et de B2 où les acheteurs, depuis un mois, peuvent trouver une centaine de marques de chaussures.

Le réseau actuel de la chaîne dénombre ainsi 600 employés

dans 37 magasins au Canada, soit 21 Browns, sept B2 et neuf boutiques dans les magasins La Baie.

Michael Brownstein planifie par ailleurs l'arrivée de cinq nouveaux magasins en 2008, dont à Calgary et Edmonton, et de cinq autres en 2009, sans parler de plusieurs chantiers de rénovation. « L'avenir augure fort bien », dit-il.

C'est Benjamin Brownstein qui a lancé, en 1940, le premier magasin Browns, rue Sainte-Catherine. En 1959, son fils,

Morton Brownstein, aujourd'hui président du conseil et chef de la direction, était le seul détaillant en Amérique du Nord à se rendre en Italie pour rapporter des chaussures de créateurs. Le président Michael Brownstein est le premier détaillant de l'extérieur de l'Italie à avoir remporté le prestigieux prix Micam, de Bologne. Au siège social et à l'entrepôt, plusieurs employés parlent d'ailleurs couramment l'anglais, le français et l'italien.

Artistes en résidence au bureau

À l'occasion des 11^{es} Journées de la culture, 11 organisations québécoises accueilleront des artistes en résidence dans leurs locaux. Mission : créer une œuvre collective avec des employés.



JACINTHE TREMBLAY

VIE AU TRAVAIL

COLLABORATION SPÉCIALE

Parmi les nombreuses réunions qui se tiendront aujourd'hui au Centre CDP Capital, une portera sur un « investissement » bien particulier. Cette rencontre vise à préparer l'arrivée prochaine d'un artiste professionnel dans l'édifice ainsi que la participation des employés à la création d'une œuvre collective avec cet artiste.

La Caisse de dépôt et placement du Québec et sa filiale immobilière SITQ font partie, comme la CSN, des organisations participant au projet « Art et travail » lancé par Culture pour tous, l'organisme responsable des Journées de la culture.

Depuis 1996, à l'occasion des Journées, les Québécois sont conviés à envahir les lieux de création et de diffusion afin d'échanger avec les artistes et travailleurs culturels. Pour la présentation 2007, Culture pour tous ajoute un volet supplémentaire à ses efforts de démocratisation culturelle en introduisant la création au cœur de la vie des entreprises.

« Ces résidences d'artistes poursuivent des objectifs artistiques, bien sûr, mais nous sommes convaincus qu'elles auront également des retombées positives pour le personnel et sur le climat de travail », explique Louise Sicuro, PDG de Culture pour tous.

Cette initiative s'inspire d'une expérience similaire menée à Regina. Des entreprises avaient alors accueilli des artistes pendant un an. Une fois le projet officiellement terminé, plusieurs ont continué à héberger des créateurs dans leurs locaux.

Pour la première québécoise, Culture pour tous a lancé un appel aux artistes de toutes les

disciplines et contacté des entreprises. La Chambre de commerce du Montréal Métropolitain a de plus alerté tous ses membres.

« Comme c'est la 11^e édition, nous cherchons – symboliquement – 11 entreprises. S'il y en a plus, nous serons très heureux », précise M^{me} Sicuro.

Finances et culture

Le Centre CDP Capital ouvrirait déjà ses portes au public à l'occasion des Journées de la culture. Cette année, il ouvrira en plus ses portes à un artiste et laissera libre cours à la créativité de ses employés.

« Nous y voyons un important moyen de mobilisation. Le contact avec l'art est stimulant. Il éveille la créativité. Créer en contact direct avec un professionnel, c'est encore mieux », explique Jacques-André Chartrand, directeur des communications et affaires publiques de la SITQ, filiale immobilière de la Caisse.

Plusieurs détails restent encore à régler. Il faut choisir un créateur, trouver un emplacement pour l'accueillir et un autre pour installer l'œuvre collective. Il faut également créer des outils d'information et de mobilisation des employés.

« Nous souhaitons travailler avec un artiste dont la démarche concorde avec nos valeurs, particulièrement en matière d'environnement. Un des grands défis sera de concilier son rôle avec celui des employés. Cet artiste devra être pédagogue », dit M. Chartrand.

Au Groupe TD, partenaire principal des Journées de la culture depuis l'an dernier, il reste encore quelques détails à régler avant le feu vert final. S'il n'en tient qu'à Édith Ducharme, un ou même plusieurs artistes seront en résidence au sein de l'institution financière.

« Ce projet permet d'accomplir beaucoup en même temps. Il aide la communauté artistique. Il peut être réalisé partout au Québec. Il éveille la créativité. C'est à la fois un moyen de resserrer le sentiment d'appartenance à l'interne et de rejoindre la communauté puisque les œuvres seront présentées lors des Journées », dit M^{me} Ducharme, directrice principale affaires publiques au groupe TD.

Selon M^{me} Ducharme, un tel projet nécessite la collaboration des gestionnaires. « Nous devons trouver comment intégrer le travail régulier des employés à leur participation à cette création collective », dit-elle.

Les résidences d'artistes doivent durer un mois, en concentré ou sur une période échelonnée en juin et la fin de septembre 2007.

Une PME

Casacom, maison de relations publiques qui compte une quinzaine d'employés, a décidé avec enthousiasme d'inclure « Art et travail » à son budget. Les hôtes devront payer les coûts des matériaux et verser aux artistes un cachet minimum de 2000 \$

convenu avec les associations qui les représentent.

« C'est une façon bien modeste de soutenir les artistes. Et c'est bien peu en comparaison des énormes bénéfices du contact avec les arts. En nourrissant la créativité, en ouvrant nos esprits autrement, on améliore l'efficacité et la performance », explique Isabelle Thellen, conseillère principale chez Casacom.

Casacom le fait déjà. Tous les lundis, la réunion statutaire du

personnel se termine par un sujet « hors affaires » choisi par un employé. Les thèmes culturels ont la cote. « Le rappel du *Refus global* et la présentation d'un poète méconnu ont connu beaucoup de succès », donne comme exemple M^{me} Thellen.

Plusieurs photographes sont intéressés par une résidence chez Casacom. Ses employés y vont de leurs suggestions. Tous, sans exception, entendent participer au projet.

WWW.HEENANBLAIKIE.COM

MONTRÉAL
TORONTO
VANCOUVER
QUÉBEC
CALGARY
SHERBROOKE
OTTAWA
TROIS-RIVIÈRES
VICTORIA



Plus de 1 000 raisons font de nous l'un des meilleurs lieux de travail au Canada

Chez Heenan Blaikie, plus de 1 000 avocats, cadres et employés bâtissent ensemble un milieu de travail où chacun peut apprendre, s'épanouir et surtout, donner le meilleur de lui-même.

Les efforts quotidiens de notre équipe font de notre cabinet l'un des « Meilleurs lieux de travail au Canada » et nous en sommes très fiers.

Mille mercis!

Heenan Blaikie

Heenan Blaikie S.E.N.C.R.L., S.R.L. • Avocats | Agents de brevets et de marques de commerce

LA PRESSE AFFAIRES ÉTHIQUES AUTRAVAIL

FRANÇOIS REBELLO

Investir de façon plus éthique

C'est en encourageant le pouvoir des actionnaires que François Rebello a fondé le Groupe investissement responsable afin d'accroître l'éthique des portefeuilles financiers. Il en est aujourd'hui l'un des principaux conseillers après en avoir cédé le contrôle en mars dernier à l'homme d'affaires Olivier Gamache.



THIERRY PAUCHANT ET LAURENT FONTAINE
COLLABORATION SPÉCIALE

Q Qu'est-ce que le Groupe investissement responsable (GIR)?

R C'est une entreprise qui a été fondée pour offrir aux investisseurs institutionnels des outils pour pouvoir investir de manière socialement responsable. Nous leur fournissons des informations qui leur permettent d'évaluer le niveau éthique des entreprises. Notre portefeuille est actuellement de 5 milliards de dollars dispersés dans 700 entreprises. Les investisseurs peuvent alors décider de façon plus éclairée s'ils conservent ou non telle ou telle entreprise.

Q Pourquoi vous êtes-vous lancé dans le domaine de l'investissement responsable?

R Quand j'étais étudiant, je me suis demandé comment civiliser la finance. J'ai cherché un moyen d'atténuer la rupture entre l'intérêt des actionnaires et ceux des citoyens que sont ces mêmes actionnaires. Au début de cette réflexion, on m'a mis en garde : les gens ne veulent pas compromettre leur rendement. Il faut réussir à combiner la responsabilité sociale et la croissance financière. Parce qu'une perte d'un pour cent de rendement sur 25 ans peut signifier 30 ou 40 % de revenus de moins à la retraite. Il fallait aussi tenir compte du contexte légal de la responsabilité fiduciaire, qui oblige les comités des fonds de retraite à regarder en priorité la performance financière. C'est comme cela qu'on en est venu à agir via le droit de votes des actionnaires. Nous aidons les gestionnaires de portefeuille à mieux choisir les titres et à développer les pressions nécessaires pour améliorer la qualité éthique des activités des entreprises qu'ils choisissent.

Q Cela demande une analyse fine...

R Il faut trouver une information plus qualitative, qui sort des sentiers battus. Mais elle est très complémentaire aux informations

financières traditionnelles. Dans le domaine pétrolier, pour donner un exemple, on peut classer les entreprises en regardant celles qui investissent le plus dans les énergies renouvelables. Mais on peut aussi considérer celles qui émettent moins de polluants. Si une raffinerie émet plus de produits toxiques pour la même quantité de pétrole, c'est sans doute l'indice que son niveau technologique est moins élevé que ses concurrents, et cela peut aussi affecter son rendement. On dispose ainsi de plus d'une centaine d'indicateurs par secteur d'activité. Cela nous permet de classer les entreprises. Nos données permettent aux investisseurs de les questionner et éventuellement d'exiger des actions pour corriger certaines situations.

Q Avez-vous un exemple pour illustrer ces mécanismes?

R Pour poursuivre avec la filière pétrolière, Exxon Mobile, leader mondial dans son marché, a financé à coup de milliards des études pour tenter de démontrer que la consommation d'essence n'a pas d'impact sur les changements climatiques. Cette multinationale se refusait aussi à investir dans des filières alternatives d'énergie comme le solaire ou l'éolien. Dans le même temps, Shell a investi 500 millions de dollars dans ces domaines. Quand il y a quatre stations d'essence sur un coin de rue, le consommateur peut choisir. À la longue, ces choix ont réellement un impact. Dans le cas d'Exxon Mobile, l'entreprise a progressivement modifié son positionnement en s'ouvrant du côté des énergies renouvelables et amélioré sa réputation.

Q Vous ne condamnez pas alors d'emblée des industries même si elles sont polluantes.

R Je crois objectivement qu'on peut amener plus de changement en restant dans un secteur, plutôt que de le condamner : les gestionnaires n'aiment pas s'entendre dire qu'ils font moins bien que leurs concurrents, ils sont très sensibles aux discours qui les concernent!

Q Les entreprises tiennent compte de ces interventions?

R De plus en plus. Prenez Bombardier : l'entreprise a été un



PHOTO RÉMI LEMÉE. LA PRESSE ©

Pour François Rebello, il faut réussir à combiner la responsabilité sociale et la croissance financière.

peu surprise de se faire interpellé sur sa responsabilité sociale sur les droits de la personne pour un projet de train reliant le Tibet et la Chine. Dans mes premiers contacts avec Bombardier, on me disait : « Nous, on ne vend que des trains... » Mais la réflexion a évolué.

Q Quelles sont les valeurs qui animent les investisseurs qui font appel à vos services?

R Ils sont plutôt animés par des valeurs de social-démocratie. Il ne faut pas oublier que nos clients sont surtout des institutions qui représentent des milliers de personnes. Ces gestionnaires ne pourraient pas se permettre d'agir avec un agenda trop radical. Un de mes choix de

départ fut de me centrer sur des éléments consensuels, comme ceux proposés par les Nations Unies ou le droit international.

Q Certains cas sont plus complexes : ça demande des arbitrages?

R Oui. Prenez Wall Mart, qui investit dans les clubs sportifs et les communautés locales quand la multinationale implante un magasin. Nous, ce n'est pas ce qu'on regarde. Dans une industrie comme celle de la vente au détail, l'élément à risque au plan social, c'est la question des conditions de travail, tant dans les magasins que pour les sous-traitants. Que Wall Mart

fasse un effort écologique en fermant ses lumières de nuit est très secondaire par rapport à la question des relations de travail. À l'inverse, une entreprise dans le secteur des pâtes et papiers a beau payer ses employés 80 000 \$ par an, nous ne la recommanderons pas si elle émet des tonnes de déchets dans les rivières, parce que dans ce cas, le risque est d'abord environnemental.

D'après une entrevue radiophonique avec Thierry Pauchant, professeur titulaire, Chaire de management éthique, HEC Montréal (Chaque jeudi, 19h30 - 20h30, Radio Ville-Marie, 91,3 FM Montréal). Pour écouter l'intégrale des entrevues : www.ethiquesautravail.com

Tread Lightly!(r) Conduisez de façon responsable hors route. (c) 2007 Land Rover Canada. *PDSF du Land Rover LR2 2008 : 44 900 \$. 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 5,9 % pour un terme allant jusqu'à 48 mois à la location de tout Land Rover LR2 2008 neuf. Exemple : sur approbation de crédit, un taux de financement annuel de 5,9 % pour une location au détail de 48 mois vous permet de louer un Land Rover LR2 2008 à 599 \$ par mois. Obligation locative totale de 29 752 \$. Une limite de 64 000 km pendant 48 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 : 24 337,35 \$ plus taxes applicables. Première mensualité et dépôt de sécurité de 700 \$ exigés. Aucun versement initial exigé. Frais de transport (995 \$), immatriculation, assurances et taxes applicables en sus. ** Ces offres prennent fin le 29 juin 2007 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.



DÉCOUVREZ UN MONDE NOUVEAU AVEC LE NOUVEAU LAND ROVER.

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
Télééc. : 450 688-7080
www.landroverlaval.com

Le tout nouveau LR2. Une innovation spectaculaire.

Entièrement conçu pour des performances exceptionnelles sur route, il est doté d'un habitacle étonnamment spacieux et confortable ainsi que d'une foule de commodités luxueuses. Le LR2 vous offre tout ce que vous attendez d'un Land Rover du XXI^e siècle.

- Système breveté Terrain Response^{MC} • Transmission intelligente à 4 roues motrices en prise permanente
- Moteur de 3,2 L à 6 cylindres en ligne de 230 ch et bouton de démarrage • Toit ouvrant panoramique à 2 panneaux • Sièges en cuir et banquette arrière divisée 60/40 • Chaîne audio Alpine de 320 watts avec changeur de 6 CD dans la planche de bord

Bien équipé à partir de 44 900\$*.

LAND ROVER LR2 2008

LOCATION	TAUX D'INTÉRÊT
599\$ /MOIS	5,9%
48 MOIS	JUSQU'À 48 MOIS

MISE DE FOND DE 0\$
ENTRETIEN PÉRIODIQUE GRATUIT*





Les mentalités par rapport à l'environnement ont changé dans l'industrie hôtelière canadienne. Un couple (notre photo) mange dans l'ambiance feutrée du célèbre hôtel Château Lake Louise, au coeur du parc national Banff.

PHOTO ARCHIVES PC

Les hôtels se tournent vers des pratiques vertes

THE GLOBE AND MAIL

CALGARY — Il y a environ 18 mois, le célèbre hôtel Château Lake Louise s'est retrouvé avec un problème sur les bras : une énorme pile d'ampoules fluorescentes usagées, qui contiennent une petite quantité de mercure.

« Nos capacités de stockage sont limitées », explique Glenn Isaac, le responsable des systèmes environnementaux de l'hôtel au cœur du Parc national Banff.

Ne voulant pas jeter ces objets au rebut, un assistant de M. Isaac, ingénieur de formation, a conçu un « écraseur » d'ampoules capable de remplir six barils de 152 litres de verre réduit en morceaux. Les barils ont ensuite été confiés à Hazco, une compagnie de recyclage.

Ce genre de solution représente le changement de mentalité par rapport à l'environnement survenu dans l'industrie hôtelière canadienne. Ainsi, lors d'un sondage réalisé auprès de Canadiens en décembre 2005 concernant leurs projets de voyage, l'Association des hôtels du Canada a découvert que 60 % des répondants estiment que les

pratiques environnementales et écologiques des hôtels sont un facteur « important ou extrêmement important » dans leur choix du lieu d'hébergement.

La responsabilité environnementale représente aussi une bonne affaire pour les hôtels.

Michelle White, la directrice des affaires environnementales des hôtels Fairmont, explique que les cinq établissements de cette chaîne en Colombie-Britannique ont économisé suffisamment d'énergie au cours des trois dernières années pour alimenter un hôtel pendant toute une année.

Ampoules incandescentes

Par exemple, au Sonoma Mission Inn and Spa, en Californie, un hôtel de Fairmont, 4000 ampoules incandescentes ont été remplacées par des ampoules moins énergivores, ce qui a permis à cet établissement d'économiser 60 000 \$US par année.

En ce qui concerne les pratiques environnementales d'ensemble, peu de chaînes rivalisent avec Fairmont.

Le Château Montebello, au Québec, compte un biologiste

parmi son personnel alors que le Mayakoba, dans la péninsule du Yucatan, au Mexique, a retenu les services d'un gestionnaire de l'écologie.

The Algonquin, à St. Andrews-by-the-Sea, au Nouveau-Brunswick, et le Manoir Richelieu, dans Charlevoix, travaillent avec des groupes de recherche locaux qui étudient la protection des baleines.

Mais aucun hôtel ne rivalise à ce chapitre avec le Château Lake Louise, l'un des seuls trois hôtels au Canada qui ont reçu la plus haute cote « verte » de l'Association des hôtels du Canada (les deux autres étant le Hospitality Inn and Suites, à Lloydminster, en Alberta, le Monterey Inn, à Ottawa). Le Château Lake Louise dispose d'un système d'échange de draps et de serviettes, un éclairage efficace sur le plan énergétique, des toilettes et des douches à débit d'eau restreint pour limiter la consommation d'eau.

De plus, 40 % de son électricité sont fournis par une combinaison d'éoliennes et d'hydroélectricité fournie par la Bow River.

69 milliards d'euros pour ABN Amro ?

AGENCE FRANCE-PRESSE

LONDRES — La banque anglaise Barclays devrait faire aujourd'hui une offre d'environ 69 milliards d'euros pour le rachat de son homologue néerlandaise ABN Amro, a affirmé hier la presse britannique.

Barclays devait se résoudre à préciser son offre alors que l'exclusivité de ses négociations avec ABN prenait fin vendredi et que la direction de la banque néerlandaise doit rencontrer aujourd'hui les représentants du consortium Royal Bank of Scotland, SCH et Fortis.

Selon *The Observer*, l'offre de Barclays pourrait cependant ne pas suffire à emporter la décision du comité directeur d'ABN, qui pourrait être séduit par les propositions du consortium.

L'hebdomadaire affirme que Barclays serait prêt à offrir 36 euros par titre aux actionnaires d'ABN, alors que le consortium pourrait proposer jusqu'à 40 euros par action.

Pour *The Independent*, l'offre de rachat de Barclays se situerait à « plus de 36 euros » par action.

Réunion ce soir

Les membres du consortium avaient convié ABN à une réunion pour « clarifier leurs intentions et leurs intérêts ».

Ils ont parallèlement assuré de la simplicité du projet, du point de vue de sa réalisation et de la régulation comme pour les actionnaires.

La Banque centrale néerlandaise (DNB) avait mis en garde mercredi contre un rachat d'ABN Amro par les trois banques européennes, jugeant l'opération compliquée et risquée.

John Varley, le directeur général de Barclays, avait le même jour averti que le groupe ne s'entêterait pas à racheter ABN Amro et y renoncerait s'il le faut.

Nouvelles occasions

Les discussions avec ABN « progressent » mais Barclays « aurait de nombreuses opportunités » si elle devait abandonner son projet de rachat du groupe néerlandais, avait assuré le dirigeant dans une lettre diffusée sur le réseau intranet de la banque.

« Nous examinons un rapprochement avec ABN en position de force et cela signifie que si nous choisissons de nous retirer, nous pouvons le faire », avait ajouté John Varley.

Une fusion entre Barclays et ABN Amro donnerait naissance à la deuxième banque européenne derrière HSBC.



La première génération.
La première banque.

ON PEUT
VOUS AIDER

Transfert d'entreprise

- ▶ **Un service d'accompagnement global**
Des directeurs exclusivement dédiés au transfert d'entreprise pour vous guider dans toutes les étapes.
- ▶ **Des conseils de professionnels qualifiés**
Pour prendre des décisions éclairées et profiter au maximum du capital que vous avez mis des années à bâtir.
- ▶ **La coordination de tous les aspects de la vie d'entreprise**
Pour assurer la cohésion de votre planification tant sur le plan humain que financier, juridique et stratégique.

1 877 394-6611
www.bnc.ca/transfert

**BANQUE
NATIONALE**

LA PREMIÈRE BANQUE AU QUÉBEC

TECHNAUTE /// VOTRE GUIDE CONSOMMATION

TECHNAUTE.COM

LA FIN DES LOGICIELS?

Pour Tim O'Reilly, qui a nommé ce qu'il est convenu d'appeler le Web 2.0, les logiciels sont désuets dans la nouvelle ère du Web. Ce sont maintenant les données qui comptent.

Depuis qu'il a parlé du Web 2.0 en 1995, Tim O'Reilly est contraint d'expliquer à répétition ce qu'il veut dire exactement par cette expression.

Se sent-il pris dans les définitions à n'en plus finir? L'homme rit quand on lui pose la question.

«Absolument! Mais je n'ai pas de regrets. Par contre, je pense qu'il y a encore beaucoup de choses que les gens ne comprennent pas. Il y a beaucoup de directions que les gens ont prises pour parler du Web 2.0 et qui ne sont pas les bonnes.»

Pour Tim O'Reilly, comprendre le Web 2.0, c'est comprendre que le Web est et sera guidé par les données et ceux qui les possèdent.

Avant que le premier ordinateur personnel abordable ne soit mis sur le marché par IBM, dit Tim O'Reilly, le contrôle était entre les mains de ceux qui possédaient le matériel informatique. Après l'arrivée d'IBM, ce sont les logiciels qui ont pris de la valeur. Puis, les logiciels code source libres sont arrivés.

«La grande question du Web 2.0, c'est qu'est-ce qui a de la valeur maintenant? Si vous pensez que c'est le logiciel, vous passez à côté», dit-il.

Pour Tim O'Reilly, ce sont les données qui changent tout.

«Regardez Google. Ils ont des algorithmes géniaux. Mais si vous aviez une copie des logiciels de Google, vous ne pourriez rien faire avec. Ce sont les données de Google qui sont importantes.»

Il rappelle que Google se targue de vouloir «donner accès à toute l'information du monde». Tout un défi, dit-il, mais Google a compris que c'est l'information qui est le nouvel eldorado.

«Les logiciels peuvent être gratuits et ouverts, dit Tim O'Reilly, grand apôtre du code source libre. Car les règles fondamentales sont différentes. Je crois que c'est ce que les gens ne comprennent pas encore complètement avec le Web 2.0. Nous allons vers une nouvelle plateforme avec de nouvelles règles.»

— Marie-Ève Morasse

LIRE CETTE SEMAINE

La vie n'est pas un jeu vidéo

Une publicité douteuse pour la campagne de recrutement de l'armée américaine utilise la métaphore du jeu vidéo.

www.blogues.technaute.com/ebacher

WEB-O-RAMA

KHEOPS CONSTRUITE SOUS VOS YEUX

Impressionnantes, les pyramides d'Égypte? Pas qu'un peu. Imaginez maintenant que vous ayez eu la chance de les visiter pendant qu'elles étaient en construction! C'est ce que vous propose la page «Kheops révélée», du site corporatif de Dassault Systèmes, une boîte française d'ingénierie. À partir des recherches d'un chercheur français (*La Presse* en a déjà parlé dans ses pages), elle reconstitue en 3D les étapes de la construction de la plus imposante des pyramides égyptiennes.

La présentation requiert le téléchargement d'un logiciel gratuit qui permet de faire la visite guidée du site, ou d'en faire une visite libre. Le chargement des modules est parfois un peu lent, mais pas de doute, le jeu vaut la chandelle.

Accédez au site à l'adresse suivante: <http://khufu.3ds.com/introduction/fr/revealed/>

GADGÉTOSCOPE

UNE RUBRIQUE QUI LIT DANS VOTRE ESPRIT



PHOTO FOURNIE PAR SLINGMEDIA

ENFIN, UN DIALOGUE PC-TÉLÉ

On a déjà parlé de la Slingbox, un périphérique réseau qui permet de capter la télé de son salon sur son ordinateur, où que l'on soit sur la planète. Voilà que Sling Media, la société qui fabrique la Slingbox, entend mettre en marché la SlingCatcher, une boîte qui fait la même chose, mais dans les deux sens, car il sera aussi possible de voir à l'écran du téléviseur ce qui se passe sur l'ordinateur en question.

Pas bête, la solution pourrait résoudre deux problèmes d'un seul coup, puisqu'elle comblera à la fois les travailleurs mobiles qui ne veulent pas rater le plus récent épisode de *François en série* et les couch potatoes qui veulent visionner du matériel informatique sans bouger de leur sofa. L'entreprise qui fabrique l'appareil promet plus de détails — et des exemplaires sur les tablettes — quelque part en juin.

— Alain Mc Kenna, collaboration spéciale

TEST

LECTEURS MULTIMÉDIAS

LA DEUXIÈME RÉVOLUTION VA-T-ELLE AVOIR LIEU?

ALAIN MC KENNA /// COLLABORATION SPÉCIALE /// alain.mckenna@lapresse.ca

ON N'ÉCOUTE PLUS DE LA MUSIQUE COMME AVANT. ON NUMÉRISE, OU ON ACHÈTE CARRÉMENT EN LIGNE. LES BALADEURS NUMÉRIQUES ONT ÉTÉ LA BOUGIE D'ALLUMAGE DE CETTE PRATIQUE. LES LECTEURS MULTIMÉDIAS, QUI PROMETTENT LA MÊME SIMPLICITÉ D'USAGE POUR LES FILMS ET LA VIDÉO, ANNONCENT-ILS UNE DEUXIÈME RÉVOLUTION? APRÈS TOUT, ON LOUE ENCORE SES FILMS AU CLUB VIDÉO...



PHOTOS FOURNIES PAR APPLE

Apple TV
350\$; www.apple.ca
★★★

⊕ Avec sa mémoire de 40 gigaoctets, l'Apple TV s'assure qu'il n'y a aucune coupure causée par un réseau lent ou surchargé. C'est drôlement efficace.

⊖ Apple n'a pas su créer des outils pour intégrer davantage les fichiers vidéo. Et l'achat de films sur la boutique iTunes n'est offert qu'aux États-Unis. Bref, c'est une solution incomplète.

APPLE TV

Pour plusieurs, l'Apple TV va aider à changer ça. Car peut-être, un jour, pourrions-nous directement aller acheter — ou louer — des films à partir d'Internet, comme nos voisins Américains. Mais pas pour le moment.

Entre-temps, Apple Canada recommande d'utiliser ce nouveau périphérique en combinaison avec les applications de sa suite iLife, dont le rôle est de gérer la banque de musique numérique (iTunes), de vidéos et de photos (iPhoto) de l'utilisateur. Tout ça via un réseau informatique, avec ou sans fil, et un Mac. Ou un PC, mais c'est moins sûr : les photos et les vidéos ne passent pas, à moins de bidouiller un peu (bonne chance).

L'Apple TV se connecte à un téléviseur grâce à une sortie composante (ou HDMI) qui oblige son acheteur à passer à la HD, si ce n'est déjà fait. Et si tout se contrôle simplement à partir de menus à l'écran, la configuration initiale doit se faire à partir du logiciel iTunes installé sur un Mac ou un PC.

Voilà pour la version officielle. Ce qu'Apple ne dit pas, c'est qu'il existe d'autres accessoires et logiciels qui décuplent le potentiel de cette petite boîte. Et qui, ultimement, aident à faire avaler la facture plutôt salée de ce petit appareil.

Par exemple, le logiciel EyeTV (et un connecteur USB du même nom) permet d'enregistrer des émissions de télé dans iTunes. D'autres logiciels, gratuits ou pas, convertissent le contenu de DVD ou de fichiers audiovisuels en un format également compatible avec iTunes.

Et quand ça apparaît dans iTunes, ça apparaît dans les menus de l'Apple TV. C'est là qu'il devient un redoutable compagnon de divertissement numérique : musique, photos, films et émissions de télé au bout des doigts, et en HD. Dommage qu'Apple n'ait pas pensé à intégrer tout ça dès le départ. Après tout, iTunes accepte n'importe quelle musique. Pourquoi pas n'importe quel fichier vidéo?



D-LINK MEDIALOUNGE

Si, à tout hasard, vous voulez impressionner le beau-frère avec vos connaissances sur le sujet, vous pourrez toujours lui dire que l'Apple TV a au moins un ancêtre : le MediaLounge, que la société D-Link détaille exclusivement sur son site Web.

Sur papier, c'est exactement la même chose : un récepteur multimédia numérique pour fichiers informatiques. Avec ou sans fil, haute définition, etc. À la différence près que le MediaLounge est compatible avec tout serveur « UPnP AV 1.0 » (un protocole générique pour partager des fichiers audiovisuels) et qu'il ne possède pas de mémoire intégrée pour compenser la lenteur de téléchargement.

En pratique, c'est complètement autre chose. L'Apple TV brille par la fluidité de son interface. Le MediaLounge brille par l'impossibilité de charger plus de quelques fichiers à la fois, sinon il gèle et il faut le redémarrer. C'est un peu ennuyant. Surtout pour le prix demandé...

D-Link MediaLounge (DSM-520)
450\$; www.dlink.ca
★



PHOTO FOURNIE PAR D-LINK

⊕ L'Apple TV avant son temps (et plus polyvalent, en théorie) : récepteur audiovisuel numérique pour réseau avec ou sans fil.

⊖ Rien ne fonctionne comme il faut : Soit le réseau est trop lent, soit le système est incapable de charger les fichiers correctement.



Buffalo LinkTheater
290\$US; www.buffalotech.com
★★

PHOTO FOURNIE PAR BUFFALO TECH

BUFFALO LINKTHEATER

Pour donner vie à sa banque de fichiers audiovisuels numériques sans avoir à installer un ordinateur dans le salon, on a une autre option : le LinkTheater, de Buffalo Tech. Lui aussi promet de bien belles choses, surtout qu'en prime, il incorpore un lecteur DVD qui, quand on y pense une seconde, est une addition tout à fait logique.

Le LinkTheater n'est disponible qu'aux États-Unis, mais on peut tout de même l'acheter à partir du site Web de l'entreprise (Buffalo Tech nous encourage fortement à le faire). Avec les frais afférents, ça revient à peu près au prix de l'Apple TV. Une fois dans le salon, le LinkTheater démontre lui aussi pourquoi la révolution

numérique n'a pas encore atteint le merveilleux monde de la vidéo : pas de sortie HDMI, et une présentation graphique loin d'être attrayante. Ça manque sérieusement de finition. Dommage, car côté performance, cet appareil s'en tire nettement mieux que le D-Link mentionné ci-dessus.

Légal, pas légal? À partir du moment où vous numérisez vos films DVD, vous vous exposez à toutes sortes de menaces provenant de l'industrie du film. Pourtant, pour un usage personnel, numériser ses propres DVD pour les regarder sur son propre téléviseur, n'aurait rien d'illégal. Tant qu'ils sont dûment achetés et qu'on ne les copie pas ad nauseam par la suite.

	Apple TV	D-Link DSM-520	Buffalo LinkTheater
Résolution	480i à 1080i	480p à 1080i	480p à 1080i
Système	Mac OS, Windows	Windows, Linux	Windows, Mac OS
Réseau	10/100, 802.11b/g/n	10/100, 802.11b/g	802.11a/g
Connexion	iTunes, iLife	Serveur UPnP (WMP, etc.)	Serveur UPnP (WMP, etc.)
Autre			Lecteur DVD intégré