

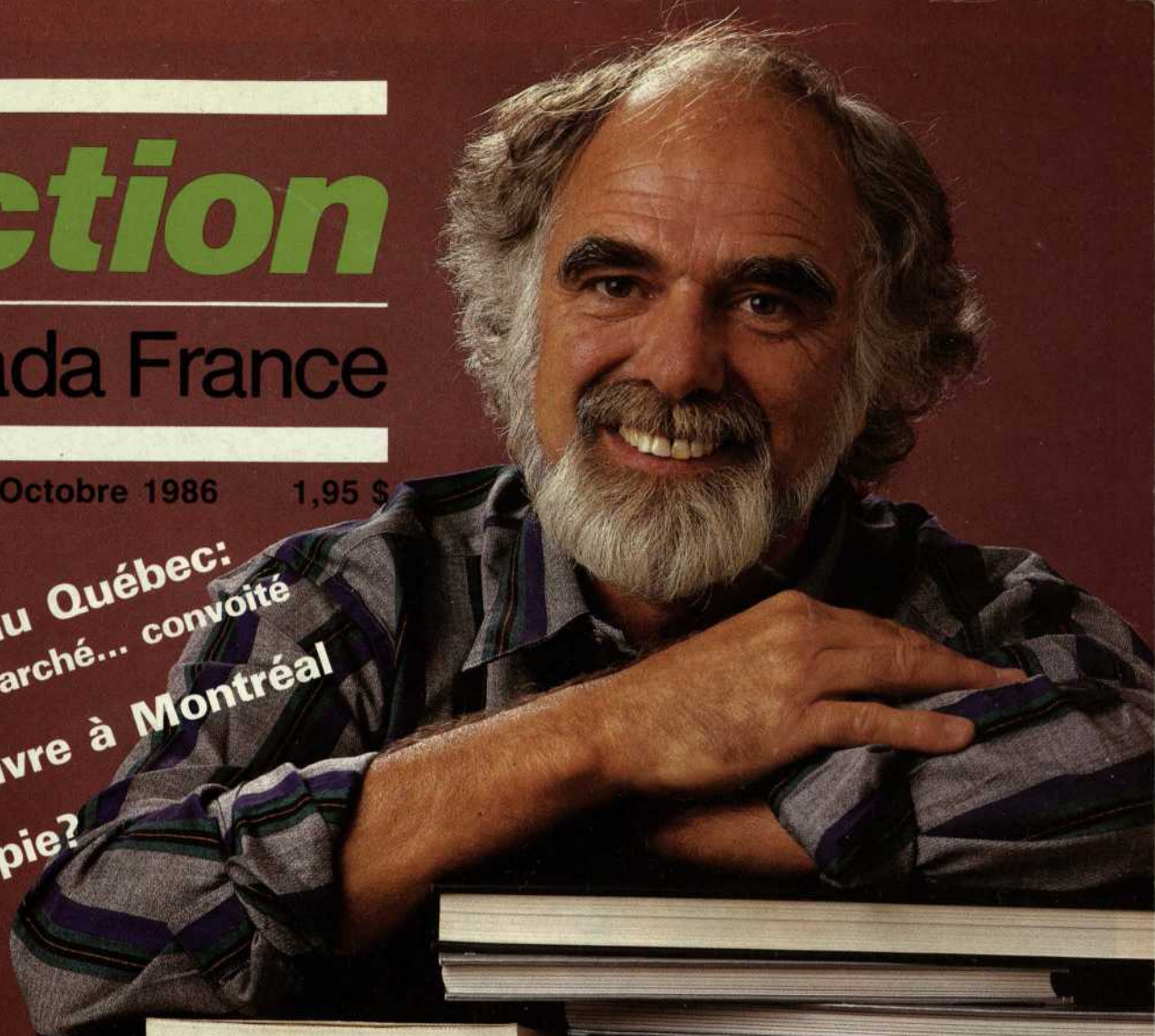
PER
C-4

action

Canada France

N° 108 Octobre 1986 1,95 \$

L'édition au Québec:
un petit marché... convoité
Salon du livre à Montréal
Laserthérapie?



Bibliothèque Nationale du
Québec, Bureau du Dépôt Légal
Réception des périodiques
1700 rue Saint-Denis
MONTRÉAL, P.Q. H2X 3K6

Revue sur les rapports commerciaux, industriels et financiers entre la France et le Canada.
Magazine concerning commercial, industrial and financial exchanges between France and Canada.



Guy Laroche
Paris

DRAKKAR
NOIR

The New Fragrance for Men.

action

Canada France

Fondateur : Bertrand Namy

Comité de la revue :
Isabelle Chassin
Marie-Laure Gayet
Claude Janet
Richard Langevin
Jean-Paul Semeillon
Jean-Pierre Sutto
Hélène Tirole

Publicité : Marc Sauvan, ARA Inc.
34, rue St-Paul Ouest, bureau 44
Montréal (Québec) H2Y 1Y8
Tél.: (514) 288-5231

Coordination : Christian Chattey, C.C.I.F.C.
360, St-François-Xavier, 1er étage
Montréal (Québec) H2Y 2S8
Tél.: (514) 281-1246
Telex: 055-62358

Les articles qui paraissent dans ACTION CANADA FRANCE sont publiés sous la responsabilité exclusive de leurs auteurs.

Toute reproduction de tout ou partie d'un article n'est permise que sur autorisation et doit porter la mention habituelle « Reproduit de la Revue ACTION CANADA FRANCE ».

Articles in ACTION CANADA FRANCE are published under the exclusive responsibility of their authors.

Reproduction of all part of any article is only allowed with permission and must carry usual mention "Reproduced from magazine ACTION CANADA FRANCE".

ACTION CANADA FRANCE a remplacé, début 1976, la Revue de la Chambre de Commerce Française au Canada établie depuis 1886 et est publié 10 fois par an par « Revue Action Canada France Inc. », 360, Saint-François-Xavier, 1er étage, Montréal, Québec, Canada, H2Y 2S8, Téléphone (514) 281-1246. Courrier de deuxième classe : enregistrement no 3700. Dépôt légal : Bibliothèque Nationale du Québec. Numéro de l'ISO (Organisation Internationale de Normalisation) : CN ISSN 0318-7306.

ACTION CANADA FRANCE replaced in 1976 the "Revue de la Chambre de Commerce Française au Canada" established in 1886 and is published 10 times a year by "Revue Action Canada France Inc.", 360, Saint-François-Xavier, 1st Floor, Montreal, Quebec, Canada, H2Y 2S8, Phone (514) 281-1246. Second class mail: registration no. 3700. Legal registration: Bibliothèque Nationale du Québec. ISO number: CN ISSN 0318-7306.

La revue ACTION CANADA FRANCE est répertoriée dans l'Argus des Communications et dans le card.

Photocomposition
Conversion Plus Inc.

Photolithographie/Impression
Boulanger Inc.

Distribution
JONCAS/LMPI

Ce numéro spécial a été réalisé en collaboration avec M. Jean-Paul Semeillon de chez Marcel Didier Inc. à Montréal.

ACTION CANADA FRANCE

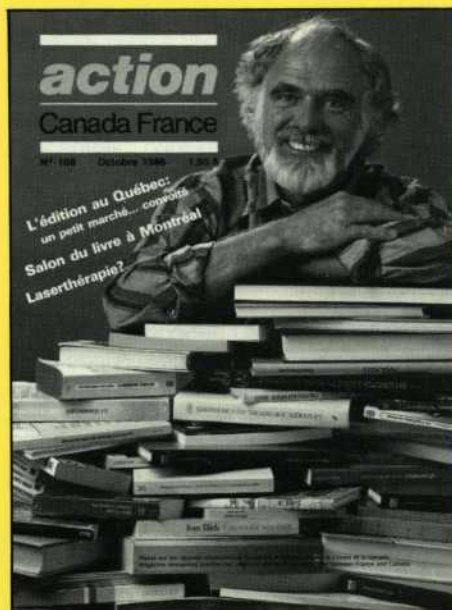
Éditorial

Un rôle pour l'édition

La publication d'œuvres écrites et leur diffusion dans le public font de l'édition l'une des formes les plus anciennes et les plus utilisées de la communication. Du papyrus en passant par la reproduction par les moines des monastères médiévaux des copies manuscrites jusqu'à l'invention de l'imprimerie, outil infatigable qui permettra de déculper les moyens de production et qui résiste encore solidement aux innovations de l'informatique, l'édition a été, au cours des siècles, le véhicule privilégié de la culture et des relations économiques, politiques et sociales.

Dans la perspective du combat francophone en Amérique du Nord, le rôle essentiel de l'édition est évident. Il suffit de citer que le volume d'affaires annuel, au titre des échanges commerciaux entre la France et le Canada, dépasse les cinquante millions de dollars dans le domaine livres — journaux — revues, toutes catégories confondues.

ACTION CANADA FRANCE vous propose, ce mois-ci, quelques témoignages sur le sujet.



En couverture:
Claude Jasmin, animateur du talk-show littéraire « Claude Albert et les Autres » diffusé chaque dimanche sur le nouveau réseau de télévision Quatre Saisons. Émission produite par Nicole de Rochemont, Productions S.D.A.

OCTOBRE 1986

Sommaire

5
Spécial Édition

23
Laserthérapie

25
Nouvelles

26
Les marchés financiers français en mutation
Bernard Fleury

29
Nouvelles de la Chambre

32
La responsabilité des administrateurs de sociétés anonymes
Bernard Lette

34
Salons français

36
News

37
Changes on the French Capital Markets
Bernard Fleury

38
Page statistique

n° 108
Octobre 1986



AVEC LES COMPLIMENTS DU

**CREDIT
COMMERCIAL
DE FRANCE
(CANADA)**

Siège social:

1155 ouest, boul. Dorchester, bureau 2305
Montréal, Québec H3B 2K2
Tél.: (514) 875-4310 Télex: 055-62153

Succursale:

141 ouest, rue Adelaide, bureau 1004
Toronto, Ontario M5H 3B2
Tél.: (416) 863-9331 Télex: 06-218358

Par Hélène Tirole
Présidente de
Parlec Communication Inc.

Une revue québécoise d'information littéraire s'est choisi pour titre «il faut lire»... Combien de fois, en effet, nous arrive-t-il de nous sentir coupables de ne pas avoir lu tel ou tel ouvrage et, spontanément, nous vient la réflexion «il faut...» Mais pourquoi un tel sentiment d'obligation dès qu'il s'agit de lecture?

Quels moyens trouver pour rendre la lecture aussi facile d'accès et agréable que le spectacle d'un bon film? Pourquoi le livre est-il lié, le plus souvent, à l'apprentissage et à l'obligation plutôt qu'au plaisir et à la détente?

Un procédé essentiel de communication: la lecture rapide

Dispersés dans toutes sortes d'activités, nous nous sentons coupables de ne pas consacrer suffisamment de temps à la lecture. Et lorsque nous songeons à la somme de documents que nous aimerions absorber, nous reculons devant l'effort demandé. Mais si nous manquons de temps pour nos livres, c'est aussi parce que nous lisons trop lentement. Un volume de 150 pages nous paraîtrait immédiatement accessible si nous pensions y passer une demi-heure, au lieu de deux heures.

Un lecteur ordinaire lit approximativement à la vitesse à laquelle il parle (150 à 300 mots en une minute). Ce phénomène s'explique aisément: jeune, il a appris à lire à voix haute et à prononcer chaque syllabe, chaque mot dans son texte. Adulte, il a conservé l'habitude, inconsciente, de répéter à voix basse tous les mots du texte qui se présente à ses yeux.

Au début du siècle, le Professeur Émile Javal (directeur du laboratoire d'ophtalmologie de l'Université de la Sorbonne à Paris) démontrait déjà que l'oeil du lecteur se déplace, dans la plupart des cas, par fixations successives sur un ou parfois deux mots à la fois, par davantage.

Or on sait maintenant, grâce à des recherches menées parallèlement aux États-Unis et en France notamment, depuis les années 1950 (Paul Witty, Evelyn Wood, Abraham Moles, François Richaudeau et d'autres...), que nos facultés physiologiques et mentales nous permettent des performances bien supérieures.

Nous avons tous la capacité d'absorber visuellement des groupes d'environ 15 mots à la fois et ce, en une fixation rapide. Pour y arriver, il suffit de se détacher du système

phonétique, de la répétition mentale du texte à laquelle nous sommes accoutumés. Des techniques d'agilité visuelle permettent d'y parvenir.

Autrefois, il semblait nécessaire d'utiliser d'étranges appareils appelés «reading rateometer» aux États-Unis, «accélérateurs de lecture» en France, pour acquérir ces techniques. À notre époque, des exercices visuels simples et un entraînement de quelques semaines permettent d'obtenir d'excellentes performances de lecture et d'assimilation des textes.

La lecture rapide ne revient ni à un «jet reading», ni à un «fast food» de la lecture, mais elle accroît, au contraire, le plaisir de lire

Une note d'humour relevée dans la presse française en 1955, au moment où la lecture rapide n'en était qu'à ses balbutiements: «J'appelle Jet reading un procédé de lecture qu'on aurait pu concevoir il y a quelques années encore comme à la lecture à vapeur, mais que la science moderne vous invite à considérer désormais comme la lecture à réaction» (Louis Salleron).

Contrairement à bien des préjugés reçus, une lecture plus rapide nous permet une meilleure perception de nos livres. Mieux concentrés, captivés par notre ouvrage, nous sommes plus réceptifs à une véritable imprégnation du texte. Alors que le rythme trop lent qui nous satisfait habituellement ne suit pas la cadence de nos pensées; notre cerveau ne se trouve pas suffisamment alimenté et notre esprit finit par se détacher du texte et vagabonder. Ce qui nous contraint à de continuelles interruptions.

Lire demande de quitter la vocalisation qui saccade notre texte et freine l'accès au sens, pour saisir directement la trame, le fil directeur permettant d'approcher la pensée de l'auteur dans toute son essence et sa subtilité.

N'oublions pas qu'Alain disait: «Savoir lire, ce n'est pas seulement connaître les lettres et faire sonner les assemblages de lettres. C'est aller vite, c'est explorer d'un coup d'oeil, la phrase entière, c'est reconnaître des mots à leur grément comme le matelot reconnaît les navires. C'est négliger ce qui va de soi et sauter à la difficulté principale comme font si bien ceux qui savent lire la musique». (Propos sur l'éducation)

Lire est un art

Des motifs plus divers nous poussent à consulter un document: recherche d'informations, formation professionnelle, étude, culture personnelle, mais aussi divertisse-

ment, détente, exploration d'univers inconnus...

Tout n'est pas à lire de la même façon. De même, dans une automobile, il y a des vitesses dont il faut se servir à bon escient, de même, dans le monde imprimé, tout ne s'appréhende pas au même rythme. Mais encore faut-il pouvoir en disposer de plusieurs avec des techniques adaptées.

Le bon lecteur est fondamentalement l'acteur de ce qu'il lit: il doit opérer continuellement des choix: choisir l'objectif poursuivi, choisir sa vitesse, choisir de tout lire ou de lire certains passages seulement, choisir de relire, voire choisir de ne pas lire...

La lecture rapide accentue la liberté du lecteur puisque, à chaque étape et suivant le genre de texte qu'il a sous les yeux, celui-ci peut décider du rythme qu'il veut imposer à l'imprimé. Or c'est bien dans la liberté de choix que réside finalement l'art de lire.

Détermination, indépendance d'esprit, telles sont les qualités essentielles d'un bon lecteur. Lire, ce n'est pas seulement identifier, décoder, reformuler, mais c'est aussi cerner, renchérir, admirer, approuver... et c'est encore... analyser, imaginer, discuter, critiquer, créer... pour qu'à peine le livre refermé, jaillisse immédiatement l'envie de plonger dans le suivant et de multiplier encore ses plaisirs de lire.

→ parlec

Lecture rapide

PROGRAMME INTENSIF

Vous augmenterez:

- vitesse de lecture
- compréhension
- concentration
- mémoire

Séminaires intensifs au sein
de votre organisation

parlec
communications inc.

(514) 276-8827

Québec: un petit marché... convoité

par Carole Levert

La population du Québec est de six millions d'habitants. Avec l'Ontario, c'est la province la plus peuplée au Canada. Toutefois, comparativement à la population de la France par exemple, le Québec est un bien petit marché. Aussi peut-on se demander comment il se fait qu'autant de compétiteurs y soient présents.

En effet, l'on y retrouve en premier lieu la production des éditeurs québécois — une production qui s'élèverait à 7000 titres en 1984. Ensuite y est distribuée la majeure partie de la production française. Gallimard, Flammarion, Le Seuil sont bien installés au Québec. Québec-Livres de son côté met en marché la production de l'ensemble des éditeurs du groupe Hachette et aussi celle du groupe des Presses de la Cité. Sogides également distribue une part importante du fonds français avec des éditeurs comme Nathan, Albin Michel, Robert Laffont et plusieurs autres. Mais ce n'est pas tout. Au Québec est également distribuée la production

canadienne anglaise et aussi les grands best-sellers américains.

Ce qui fait — si l'on me permet l'expression — beaucoup de joueurs sur la patinoire!

Des best-sellers au Québec

Les tirages initiaux au Québec sont en moyenne de 3000 exemplaires pour les ouvrages dits de grande diffusion. Si l'on compare ces tirages à ceux de la France qui se situent entre 5000 et 10 000 exemplaires, l'on peut considérer que la moyenne québécoise est fort respectable. En général, les professionnels de l'édition québécoise vous diront, qu'en proportion, nos ventes correspondent à 10 % des ventes de l'édition française.

Sur ce «petit marché» du Québec toutefois les livres se vendant à plus de 10 000 exemplaires ne sont pas si rares. Et nous assistons parfois à des phénomènes plus impressionnants. Par exemple, le roman *Shogun* de J. Clavell se vendait à plus de 100 000 exemplaires au Québec,

dépassant de beaucoup les performances du titre en France. C'est au Québec aussi que la vague John Irving prit naissance.

Les exemples sont nombreux qui démontrent combien le marché québécois peut être significatif. C'est certainement ce qui explique que le Québec soit autant courtisé.

Des professionnels de l'édition

Il faut se rappeler que pendant longtemps l'édition québécoise, en matière d'éducation et de culture, a été administrée par l'Église qui contrôlait, entre autres, tout le secteur de l'éducation. C'est avec l'explosion de la «Révolution tranquille» qu'émergea un grand nombre d'éditeurs littéraires. Puis, au cours des années 70, l'édition commerciale prit de plus en plus d'expansion. Aujourd'hui l'édition québécoise oeuvre dans tous les secteurs: la littérature générale, les livres d'art, l'édition scolaire et aussi l'édition savante ou scientifique.

Trois associations professionnelles d'éditeurs regroupent les artisans de l'industrie:

l'Association des Éditeurs canadiens (AEC) représentant les éditeurs de littérature générale, la Société des Éditeurs de manuels scolaires du Québec (SEMSQ) et l'Association québécoise des presses universitaires (AQPU).

Québec-France: des échanges et des associations

Les relations entre le Québec et la France en matière d'édition remontent à très loin. Le Québec, par le passé, s'est largement approvisionné en ouvrages français tant pour le secteur scolaire que pour celui de la culture. Pendant la dernière Grande Guerre, plusieurs ouvrages français ont été imprimés au Québec. Les grands groupes français d'édition avaient ici depuis longtemps des bases de distribution et l'on peut dire qu'à cette époque ils possédaient, pour une large part, les principaux leviers de l'industrie.

Au cours des dernières décennies, la situation s'est modifiée. Des entrepreneurs québécois ont racheté certaines de ces bases de distribution, tandis qu'il se cons-

truait en parallèle des réseaux de distribution proprement québécois.

Toutefois les liens avec l'édition française sont toujours très étroits, les éditeurs québécois contractant de plus en plus souvent des ententes de coédition avec les maisons françaises. La coproduction se développe aussi de plus en plus. D'ailleurs, à de telles occasions, les partenaires bénéficient du fait de produire communément leurs ouvrages, abaissant ainsi les coûts de production à l'unité, les tirages étant supérieurs. Pour encourager cette collaboration, il existe un programme de subventions facilitant la coédition franco-québécoise. Depuis 1975, ce programme a permis d'éditer plus de 70 ouvrages scientifiques et techniques.

Des prix littéraires soulignent la collaboration franco-québécoise. Le prix France-Québec Jean Hamelin fondé en 1965 par l'ADELF (Association des écrivains de langue française) avec la collaboration de la Délégation générale du Québec, et aussi le prix Québec-Paris créé en 1958 par la Commission culturelle de l'Association France-

Canada à laquelle s'est associée la Délégation générale du Québec, dès sa création en 1961.

Le Québec: un important carrefour

À cause de sa spécificité francophone, mais à cause aussi de son environnement culturel américain, le Québec s'intéresse aux grands courants culturels tant français que nord-américains. Aussi les éditeurs québécois collaborent-ils aussi avec des éditeurs anglophones canadiens ou encore américains. Souvent des ouvrages sont d'abord traduits au Québec avant que l'édition française s'y intéresse. OU encore un livre américain qui présente un intérêt moyen pour la France est-il un produit très en demande au Québec. C'est ce qui explique aussi que les éditeurs québécois s'associent avec des maisons françaises pour des projets qui touchent leur marché de près.

Le Québec: un marché apparemment «petit» mais qui réserve bien des surprises à ceux qui l'étudient de près!

Air Canada, mon partenaire en Europe, à Bombay et Singapour

Air Canada et moi. Des projets d'affaires à saisir au vol. D'abord Londres, puis Bombay et Singapour. Correspondances rapides.

Je choisis la classe Affaires, confort et gastronomie parmi les meilleurs du monde.

Air Canada. Mon partenaire vers de nouveaux projets internationaux. Je pars tout de suite! Air Canada.

La meilleure grille horaire vers l'Europe. Tous les jours.

Paris
Londres
Glasgow
Manchester
Francfort
Düsseldorf
Munich
Zurich
Genève
Bombay
Singapour



AIR CANADA



LE 50^e ANNIVERSAIRE D'AIR CANADA
MEMBRE DE L'ALLIANCE CANADIENNE DES ASSOCIATIONS TOURISTIQUES
DRF 13005

Maison de la Presse Internationale



124-126 Yorkville Avenue, Toronto, (416) 928-0418

1393 ouest, rue Ste-Catherine,
Montréal (514) 844-4508

550 est, rue Ste-Catherine,
Montréal (514) 842-3857

360 est, rue Mont-Royal,
Montréal (514) 842-8228

4062, rue St-Denis,
Montréal (514) 843-6414

LE PLUS GRAND CHOIX DE PRESSE INTERNATIONALE

ESPACES PRIVILÉGIÉS POUR LA PROMOTION DE VOS TITRES

Renseignements: M. P. I., rue Meaux, St-Léonard, P.Q., (514) 328-2143

Essor sans précédent de la presse économique québécoise

Reffet de l'éveil croissant des Québécois pour les affaires et la finance, la presse économique québécoise a connu ces dernières années un essor sans précédent.

Alors que la décennie 1970 a surtout été marquée par le développement des sections financières des quotidiens francophones, la décennie 1980 est surtout caractérisée par la percée significative des hebdomadaires financiers et l'apparition de nombreuses rubriques et émissions de radio et de télévision à caractère économique et financier.

Bref historique

Jusqu'à la fin de la décennie 1960, les quotidiens étaient les seuls médias québécois à accorder une certaine importance à l'information économique et financière. Cette importance était cependant bien différente selon qu'il s'agissait des quotidiens anglophones et francophones. L'information économique et financière de qualité était en effet surtout l'apanage des deux quotidiens anglophones de Montréal. The Gazette et The Montreal Star (fermé en 1979).

L'information que l'on retrouvait alors dans les quotidiens francophones était limitée aux cotes boursières et aux nouvelles des compagnies ayant des actions en bourse. Les principaux quotidiens de Montréal (La Presse, Le Devoir) et de Québec (Le Soleil) n'avaient pas plus de deux ou trois journalistes économiques et financiers à leur service.

À côté d'eux, il y avait dans l'écrit deux autres publications principales; l'hebdomadaire économique et financier Les Affaires et la Revue Commerce, un magazine alors publié par la Chambre de commerce de Montréal. Dans les médias électroniques, c'était le calme plat, à l'exception d'une émission hebdomadaire à la radio de Radio-Canada.

C'est au cours de la décennie 1970 que les pages économiques des quotidiens francophones ont débuté leur expansion. La Presse porta rapidement à une dizaine le nombre de ses journalistes affectés aux questions économiques et financières, Le Soleil fit passer à six ou sept le nombre de ses journalistes spécialisés et Le Devoir consentit lui aussi un effort supplémentaire à la couverture de la chose économique.

Hebdomadaires

La fin de la décennie a été marquée par un autre tournant. Un nouvel hebdomadaire financier, Finance, a vu le jour en 1979. Selon l'Audit Bureau of Circulation (ABC), le principal organisme de certification des tirages des média imprimés en Amérique du Nord, le journal Finance a vendu une moyenne de 21 456 exemplaires au cours de la période de six mois terminée le 31 décembre 1985. Face à ce nouveau concurrent, l'hebdomadaire Les Affaires fut relancé sous la gouverne d'un nouveau propriétaire. Cet hebdomadaire est maintenant très bien établi; ses ventes moyennes au cours des six derniers mois de 1985 furent de 67 801 exemplaires, toujours selon les chiffres officiels de l'ABC. Fait significatif de la pénétration de la presse économique et financière hebdomadaire au Québec, Les Affaires et Finance vendent ensemble plus d'exemplaires en kiosque que les deux hebdomadaires anglophones du Canada anglais, The Financial Post et The Financial Time, qui servent pourtant un marché trois fois plus grand que celui des deux hebdomadaires francophones.

Le quotidien Le Devoir a restructuré il y a deux ans sa section économique et consacré maintenant presque la moitié de son espace rédactionnel à l'information économique et financière. Les quotidiens de la chaîne Québécois, le Journal de Montréal et le Journal de Québec, qui se consacraient essentiellement aux faits divers, au sport et à la politique depuis leur création il y a une vingtaine d'années, ont également renforcé les sections financières qu'ils avaient introduites au milieu des années 1970. Le quotidien La Presse vient de relancer PME, un magazine destiné aux petites et moyennes entreprises et dont elle vient de faire l'acquisition.

La Revue Commerce a fait peau neuve et est devenue un véritable magazine d'actualité économique à la suite de son acquisition en 1982 par Publications Les Affaires. Cette dernière entreprise est devenue en quelques années le plus important groupe de presse économique au Québec. Outre Les Affaires et Commerce, ce groupe publie aussi A+, un magazine consacré aux finances personnelles, Québec Construction, un hebdomadaire, et Informatique & Bureautique, un magazine mensuel.

Média électroniques

La révolution a aussi trouvé son écho dans les médias électroniques. CKAC, la station de radio française la plus écoutée à Montréal, présente une rubrique économique quotidienne depuis déjà cinq ans. Sa concurrente directe, CJMS, produit non seulement une émission quotidienne, mais présente aussi une émission hebdomadaire, Parlons d'argent. De son côté, CFTM-TV, la plus importante station de télévision de Montréal, produit depuis trois ans Rue St-Jacques, une émission hebdomadaire consacrée à la finance dont le succès est remarquable. Radio-Canada et Radio-Québec, les deux chaînes de télévision des gouvernements canadien et québécois, produisent toutes deux leurs émissions économiques respectives, Le sens des affaires et Questions d'argent. Ces émissions ont attiré l'an dernier des audiences qui ont dépassé les prévisions, si bien que les médias électroniques ont encore amélioré cet automne le contenu économique et financier de leur programmation.

L'engouement extraordinaire des Québécois et des Québécoises pour l'information économique et financière n'a sans doute pas fini de stimuler la presse d'affaires au Québec. Il y a tout lieu de croire en effet que de nouveaux véhicules d'information arriveront bientôt sur le marché de façon à répondre à l'appétit grandissant des Québécois pour l'économie et la finance.

Les milieux d'affaires semblent bénéficier grandement du développement de la presse d'affaires et de sa contribution à la sensibilisation des Québécois aux questions économiques et financières. L'image des milieux d'affaires n'a jamais été aussi favorable et la notion de profit, longtemps bafouée, est aujourd'hui très bien acceptée. Il semble aussi que c'est grâce à l'intérêt manifesté par la presse d'affaires à l'endroit des émissions d'actions des petites et moyennes entreprises québécoises que les Québécois sont devenus d'importants investisseurs dans ces actions, facilitant ainsi le financement public des sociétés québécoises et stimulant le marché boursier montréalais.

Jean-Paul Gagné

Salon du Livre de Montréal

Le Salon du livre de Montréal, qui se tiendra du 20 au 25 novembre 1986 à la Place Bonaventure, en est à sa neuvième édition dans sa formule actuelle.

Les premiers salons du livre ont vu le jour à Montréal, à la fin des années cinquante, sous l'égide de la Société d'études et de conférences, à l'Hôtel Windsor. Par la suite, sous les auspices du Conseil supérieur du livre et d'un promoteur hors pair, J.Z. Léon Patenaude, ils se déplacent vers le Palais du Commerce où cette manifestation, la seule du genre à l'époque, attire des foules considérables. En 1973, le Salon subit une transformation et devient la Foire internationale du livre de Montréal essayant et utilisant les moyens de devenir, une foire commerciale à l'image de la Foire internationale du livre de Francfort. Après quelques rendez-vous manqués entre éditeurs américains et européens, on décide de revenir à la formule du Salon et depuis ce temps-là, chaque année au mois de novembre et ce durant cinq jours, se tient le Salon du livre de Montréal.

Le Salon du livre de Montréal constitue une corporation sans but lucratif dirigée par un conseil d'administration formé de quinze personnes provenant des différents secteurs du monde du livre et du périodique: auteurs, libraires, éditeurs, bibliothécaires, imprimeurs, diffuseurs, animateurs culturels, traducteurs, etc.

Depuis quelques années, par tradition, le Président de la corporation est un écrivain, Jean-Yves Soucy ayant succédé à Roch Carrier.

Quels sont les buts du Salon du livre de Montréal? Ils se résument en une formule lapidaire: mettre le plus de monde possible en contact avec le plus de livres et de périodiques possibles!

Pour atteindre ce but, le SLM s'est dotée d'une équipe de quatre personnes travaillant chacune avec un horaire approprié pour l'organisation annuelle d'un événement de cette nature.

Pour pouvoir atteindre ses objectifs, le Salon du livre de Montréal reçoit une aide annuelle du ministère des Affaires culturelles du Québec et travaille en collaboration avec les huit autres Salons au sein de l'Association québécoise des salons du livre, chacun dans sa région s'efforçant d'atteindre le même objectif, soit d'amener le plus de monde possible vers le domaine de la lecture.

Comment attirer le plus de monde possible et exposer le plus de livres possibles? En créant une structure d'accueil, une ambiance, une atmosphère de détente où le visiteur se sent chez lui dans un endroit familial.

C'est pourquoi, par exemple, on a décidé de placer les stands des exposants en étoile et non pas en rangs parallèles et monotones permettant ainsi des aires de dégagement et de repos et créant un espace plus aéré.



C'est pourquoi également on accorde, chaque année, une importance particulière au programme d'animation culturelle offert aux visiteurs de tout âge: séances de signature, émissions de radio et de télévision, débats, conférences, concours, jeux, démonstrations rattachées à des livres, spectacles de théâtre, vidéo, récital de poésie, lectures par les auteurs, etc.

Et à chaque fois, dans la mesure du possible, tout est fait pour que le public puisse participer et être en contact direct avec les écrivains. Car un salon c'est aussi un lieu de rencontre. C'est la rencontre avant tout de l'auteur et de son lecteur présent, passé ou à venir. C'est aussi la rencontre entre l'exposant et le visiteur, entre les différents secteurs du monde de l'édition et de la communication, entre le lecteur et le livre qu'il cherchait et qu'il achètera au salon ou plus tard en librairie... le salon ne durant que cinq jours alors que les librairies sont ouvertes à l'année longue.

Quelques chiffres pour résumer le Salon du livre de Montréal 1985:

- 79 000 visiteurs
- 342 stands
- 118 000 pi³ de surface d'exposition
- 11 pays participants
- 500 maisons d'édition
- 62 heures d'ouverture
- 7 stands thématiques: cuisine — loisir et santé — albums animés — livres qu'on écoute — sciences de la terre et de l'univers — catéchèse — littérature allemande
- 5 prix:
 - Prix du public (Yves Beauchemin, «Le Matou»)
 - Prix des concours littéraires CECM/La Presse/Salon du livre de Montréal
 - Prix Adrienne Choquette (J. Gagnon, «Les Petits Cris»)
 - Création du prix littéraire Guy Hoffman (de Mortagne)
 - Prix du concours de scénario de Radio-Québec
- 7000 jeunes ont visité en groupe le salon, les lundi et mardi dont 600 ont bénéficié de visites guidées
- 400 laissez-passer ont été échangés par les professionnels du livre, le vendredi
- 2800 bulletins de vote pour le Prix du public ont été échangés contre une entrée gratuite le jeudi soir et le vendredi
- 2258 élèves de 62 écoles du primaire et 364 élèves de 12 écoles du secondaire de la CECM ont participé au Concours littéraire CECM/La Presse/Salon du livre de Montréal

- 158 enfants ont bénéficié des services de la garderie.

Depuis quelques années, le nombre de visiteurs augmente régulièrement de 2 à 3 % par année et l'on peut dire, sans crainte de

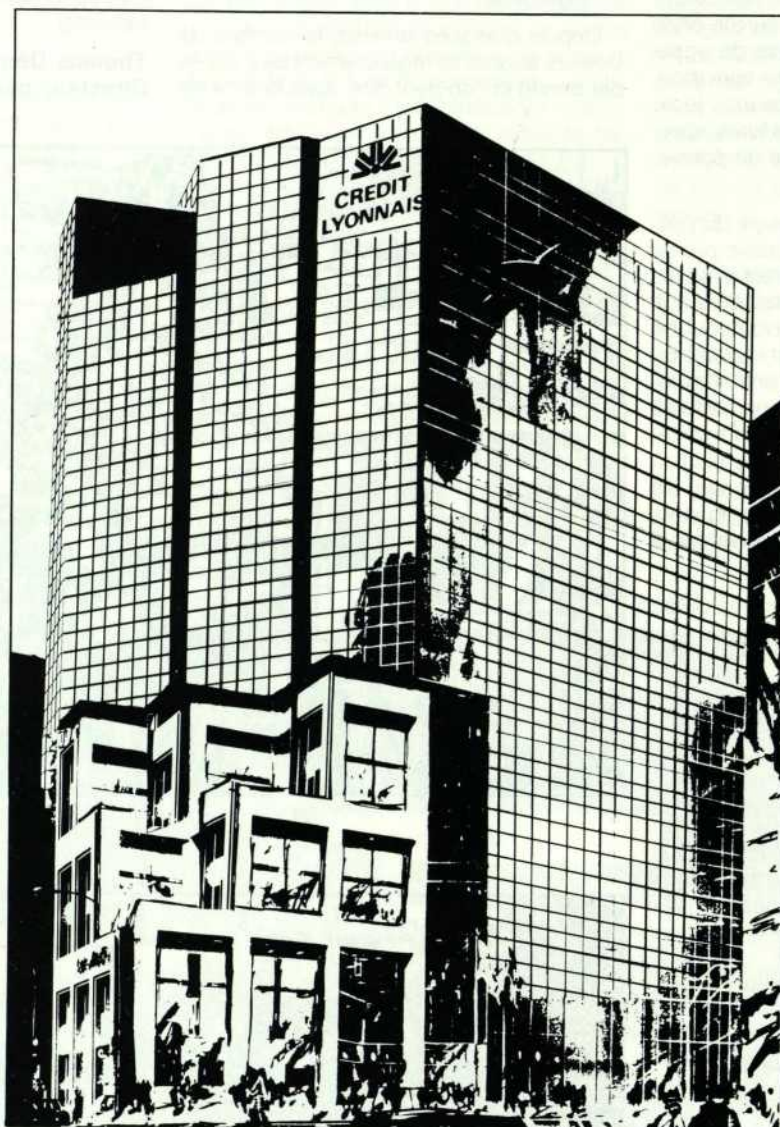
se tromper que le Salon du livre est devenu un événement culturel annuel important à Montréal.

Thomas Déri
Directeur général du SLM





CRÉDIT LYONNAIS CANADA



FILIALE DU CRÉDIT LYONNAIS (*Fondé en France en 1863*)
Siège social: 2000 Mansfield, Montréal, Québec H3A 3A6

Tél.: (514) 288-4848 Télex: 05-25245

Succursale: Sun Life Centre, Suite 1506, B.P. 76, 200 King Street West,
Toronto, Ontario M5H 3T4

Tél.: (416) 979-5454 Télex: 06-23968

Succursale: Suite 1670, Bow Valley Square I, 202 - Sixième Avenue S.W.,
Calgary, Alberta T2P 2R9

Tél.: (403) 263-1080 Télex: 03-821195

Succursale: 920 The Grosvenor Building, 1040 West Georgia Street,
Vancouver, British Columbia V6E 4H1

Tél.: (604) 685-3300 Télex: 04-54534

Les Maisons de la Presse Internationale: un succès

Patrick Emiroglu
Info Presse Canada

C'est en 1983 qu'Yves Mengin, directeur général de LMPI (Les Messageries de la Presse Internationale, filiale du groupe Hachette) lance, à partir de l'ancienne librairie Hachette de la rue Ste-Catherine à Montréal, la première Maison de la presse internationale. Trois ans plus tard, il y en a cinq: quatre à Montréal, une à Toronto.

Comment la première Maison de la presse a-t-elle été créée?

Yves Mengin: À l'époque, Hachette avait cédé au Groupe Québécois ses intérêts dans le livre (Hachette Livres). La transaction comprenait l'acquisition par Québécois de la librairie Hachette de la rue Ste-Catherine, mais Québécois n'en voulait pas. Nous l'avons donc rachetée et nous avons commencé à développer systématiquement la vente de presse parallèlement à celle du livre: avant sa transformation, la librairie bénéficiait d'une clientèle d'habitues, pour la plupart des Français résidents, qui se déplaçaient pour acheter des titres introuvables ailleurs.

Nous avons donc réaménagé les locaux, doublé la surface d'exposition de la presse et passé de 56 h à 105 heures d'ouverture hebdomadaire. Nous avons ainsi gagné une importante clientèle d'étudiants et d'intellectuels qui fréquentent le complexe universitaire voisin, et toute une clientèle de passage, surtout le dimanche.

En quelques mois, les ventes de presse ont augmenté de 35 % et notre chiffre d'affaires est passé de 600 000 \$ à plus d'un million de dollars; la première année, l'augmentation a été de plus de 40 %.

Comment ce concept a-t-il pris forme?

Y.M. C'est un concept qui correspondait à un besoin. Il y a quelques années à peine, il n'existait pratiquement pas de points de vente spécialisés dans la vente de presse à Montréal. De plus, à titre d'importateur de presse française et européenne, LMPI avait un besoin primordial de ce type de point de vente, qui permet une bonne exposition des titres que nous importons: la presse européenne est un produit exotique au Québec qui, elle, représente moins de 5 % des ventes globales de presse. Les Maisons de la presse nous permettent de la mettre en évidence et cela fait partie de notre mandat, le rôle de LMPI étant de développer au mieux les produits qu'il importe, dans un contexte où la concurrence est de plus en plus vive.

Quelles en sont les caractéristiques?

Y.M.: Les Maisons de la presse s'efforcent de présenter un choix optimum de titres de presse internationale (canadiens francophones et anglophones, européens et américains). Les vitrines et les aménagements intérieurs sont conçus spécialement pour assurer la meilleure présentation possible à l'ensemble des titres et de larges espaces sont réservés pour la promotion ponctuelle de certains d'entre eux: vitrines, présentoirs, etc. De plus, les Maisons de la presse sont ouvertes sept jours sur sept, de 7 h à 23 heures.

Le service à la clientèle est aussi très important. La création des Maisons de la presse nous a permis d'importer un grand nombre de titres en très petites quantités, qui étaient jusque-là introuvables au Canada. Les clients peuvent maintenant, le jour même de leur parution, lire l'Humanité, le Figaro ou Libération. Et si un client me demande Nice-Matin, je le lui trouve!

Enfin, une nouvelle caractéristique importante est apparue récemment depuis l'ouverture de la troisième Maison de la presse,

établie à Toronto: nous sommes maintenant les seuls à diffuser de la presse québécoise francophone sur l'ensemble du Canada, qui bénéficie ainsi de notre structure.

Avez-vous l'intention de développer le réseau des Maisons de la presse?

Y.M.: Bien entendu, mais il faut savoir que 85 % du marché de la presse française au Canada se trouve au Québec. En dehors de celle-ci, qui représente environ 350 titres, nous importons également une centaine de titres italiens, espagnols, polonais.

À l'échelle canadienne, LMPI diffuse déjà sur une centaine de points de vente dans la région de Toronto, une trentaine à Vancouver, mais aussi en Alberta, au Manitoba et au Nouveau-Brunswick. Dans un premier temps, nous avons donc l'intention de continuer à améliorer la diffusion de nos titres au Québec et sur l'ensemble du Canada.

L'établissement d'un point de vente ultra-spécialisé comme l'est une Maison de la presse passe nécessairement par un besoin de la clientèle: la percée que nous avons réussie à Toronto, sur la rue Yorkville qui est un peu le St-Germain-des-Prés de la capitale ontarienne, est due à l'importante clientèle d'étrangers résidant ou séjournant à Toronto.

Le développement du réseau des Maisons de la presse se fera d'abord au Québec: la ville de Québec même, et plus tard Trois-Rivières et peut-être Sherbrooke. Nous projetons également d'implanter une Maison de la presse à Ottawa. Et ultimement, pourquoi pas à Vancouver.



La librairie: relais entre la production et la consommation

Interview de
Madame Elisabeth Marchaudon,
propriétaire de la librairie Hermès
rue Laurier à Outremont

Action Canada-France: Comment avez-vous été amené à choisir ce métier de libraire?

Elisabeth Marchaudon: J'ai un peu de mal à dire pourquoi j'ai choisi ce métier. J'ai l'impression que c'est ce que j'ai toujours voulu faire.

Je suis arrivée au Québec en 1967 et j'ai trouvé presque immédiatement du travail, aux librairies Classics, tout d'abord, puis chez Hachette Toronto; ensuite à la librairie Ménard (une petite librairie très littéraire de la rue Ste-Catherine), puis chez W.H. Smith et enfin chez Bray. En 1980, Monsieur Edmond Bray, qui avait fondé la librairie Hermès en 1976, a voulu la vendre. Je l'ai achetée et, depuis 1980, j'exploite la librairie Hermès qui va fêter son dixième anniversaire en novembre 1986. Ce sera une vraie fête, avec pour invité d'honneur Monsieur Bray. On va louer un piano, Edmond Bray, qui a été pianiste chez Clairette, va nous jouer du piano. C'est aux clients d'apporter le champagne. Ce n'est pas moi qui le dit, ce sont les clients eux-mêmes! Beaucoup d'auteurs seront présents, certains clients viendront chanter...

A.F. Dans quelle mesure les librairies sont-elles encore nécessaires, à une époque où des éditeurs, de plus en plus nombreux, exposent eux-mêmes leurs ouvrages et les mettent en vente?

E.M. Les éditeurs le font une fois de temps en temps. Alors que le livre a besoin de toute la chaîne éditeurs-distributeurs-libraires. L'éditeur ne vend que ses propres publications, alors qu'il est important de mettre sous le nez du public le maximum de titres; c'est le rôle du libraire. Je suis une courroie de transmission dans la chaîne du livre.

A.F. Pourquoi êtes-vous la seule, ou presque, à ma connaissance, à faire des séances de signature?

E.M. J'ai d'abord voulu me faire plaisir à moi-même. Pour moi, lire est aussi important que de manger ou de respirer. Lire fait partie de la vie, de la croissance, de l'apprentissage, du plaisir. Aussi j'essaie de rendre l'accès au livre le plus agréable, le plus facile possible. J'ai donc décidé de mettre mes énergies dans la mise en valeur et la promotion du livre. Depuis 4-5 ans, j'invite des auteurs, me rendant compte que j'en connais finalement assez peu.



A.F. Vous organisez également d'autres activités d'animation, lesquelles?

E.M. Oui, des activités pour les enfants, tout d'abord:

Je me suis aperçue que le métier de libraire a très peu d'existence dans l'esprit des gens. J'aime mon métier, alors, pourquoi ne pas en parler? J'en parle constamment aux adultes lorsqu'ils me questionnent sur ma librairie. Mais j'ai voulu en parler aussi aux enfants, en présence de leur professeur. Certains professeurs ont amené leur classe ici et l'on a passé une heure ou deux à examiner ensemble en quoi consiste une librairie.

Par ailleurs, depuis environ deux ans, nous avons installé la télévision dans la librairie. Nous nous sommes branchés sur le câble et nous offrons au public la possibilité de regarder le dimanche après-midi l'émission «Apostrophes» qui est, à ma connaissance, la seule émission au monde à parler de livres pendant plus d'une heure.

A.F. Que pensez-vous de cette émission «Apostrophes»?

E.M. Énormément de bien. Pivot semble avoir un amour des livres, de la lecture et des

auteurs absolument inépuisable, un enthousiasme constamment renouvelé. La plupart des émissions littéraires s'adressent à un public très universitaire. Celle de Pivot s'adresse à tous, aux autodidactes, comme aux docteurs de troisième cycle. Il met sur la place publique toutes sortes d'idées que l'on retrouve dans les livres si l'on veut aller plus loin. Mais par ailleurs, Pivot ne peut parler de tous les livres. Il est important de souligner que ce n'est pas parce qu'un livre n'a pas été présenté à l'émission de Pivot que ce livre n'est pas bon ou qu'il manque de substance.

A.F. Aimez-vous les éditeurs?

E.M. J'aime toute personne qui travaille avec le livre. Seulement, beaucoup d'éditeurs ne savent pas véritablement ce qu'est une librairie. J'ai souvent invité des éditeurs à venir faire un stage dans ma librairie, car, de leur côté, les libraires n'ont pas assez souvent explicité leur métier. En ce qui me concerne, les problèmes d'un éditeur ou d'un distributeur m'intéressent passionnément. J'ai énormément d'amis dans les métiers du livre, parce que tout ce qui touche au livre me passionne.

A.F. En synthèse, comment voyez-vous le rôle du libraire?

E.M. Je considère mon rôle comme assez semblable à celui du bibliothécaire. Il est ce relai entre la production et la consommation. La seule différence réside dans le fait que le libraire fait de la circulation de livres, alors que les bibliothèques font de la conservation. Le relai du libraire me paraît être vital, une espèce de garantie d'ouverture. Le Québec est d'ailleurs extraordinaire d'un point de vue de librairie, car on a accès à l'ensemble de l'édition de langue française.

librairie

HERMÈS

1120 ouest, avenue Laurier
Outremont H2V 2L4
tél.: (514) 274-3669

Commandes téléphoniques acceptées
Visa et Master Card

Édition électronique: la nouvelle ère du vidéodisque

Le secteur de l'édition comprend plusieurs facettes; à côté de l'édition du livre, l'édition de logiciels constitue une industrie dans laquelle sont engagées de nombreuses entreprises tant en France qu'au Canada. Or, il faut l'avouer, cette industrie a tendance à s'essouffler. Une société d'origine française implantée depuis peu au Québec espère grâce à ses nouveaux produits redonner un nouvel essor à cette industrie.

Cette société, TECHNIFORM INFORMATIQUE INTERNATIONAL CANADA inc. est constituée de capitaux 50/50 français et canadiens. Elle bénéficie de l'expérience et de l'expertise de TF II France un des leaders européens dans le domaine de la vidéomatique. TECHNIFORM présentait à l'UQAM le 28 août dernier en présence de M. Renaud VIGNAL, Consul général de France à Québec, de M. Michel Cartier, Directeur du laboratoire de Télématique, les objectifs et les produits de la compagnie.

La vidéomatique, concept créé par Techniform c'est l'alliance du son et de l'image grâce à l'informatique. Par le biais du support vidéodisque, Techniform veut développer la diffusion de la science et de la culture au sein de la francophonie et intéresser l'utilisateur au contenu plutôt qu'à la technique.

Qu'est-ce qu'un vidéodisque?

Un vidéodisque est un support à la fois vidéo et audio de très grande qualité visuelle et sonore. La lecture est faite par le procédé laser. La forme et les dimensions du vidéodisque sont identiques à celles d'un 33 tours. Deux normes sont actuellement exploitées sur le marché: Laservision et VHD. Laservision est la norme la plus répandue (96 % du marché mondial). La norme VHD (Very High Density) est proposée et adoptée uniquement par JVC.

Un vidéodisque Laservision existe en deux versions, interactive (DAV) et linéaire (CLV). En version interactive, la durée par face est de 36 minutes ou 54 000 images fixes avec la possibilité d'adressage et d'exploitation à partir d'un système informatique (vidéomatique). Les marchés visés: archivage, banques d'images, enseignement, vidéo-catalogues, aide à la décision... Dans la seconde version linéaire, la durée par face est de 60 minutes par faces d'images animées non adressables par les systèmes informatiques. Marchés: films de cinéma, documentaires, publicités, oeuvres théâtrales, ballets, concerts...

Dans tous les cas, sur le vidéodisque, il existe deux bandes sonores qui peuvent être exploitées simultanément (stéréophonie) soit



indépendamment. Étant donné que les images sont traitées de façon analogique, le vidéodisque sera pressé soit en Pal, Secam (normes européennes) soit NTSC (Amérique et Japon).

Le vidéodisque qui existe depuis déjà une dizaine d'années n'a pas connu le succès escompté en raison des coûts onéreux du système. Cette situation internationale devrait changer d'ici 1987 grâce aux efforts des constructeurs de vidéodisque.

TECHNIFORM participe à cette évolution technologique en éditant toute une génération de produits qui vont permettre à tout utilisateur, non informaticien, d'élaborer ses programmes d'application, quel que soit son centre d'intérêt: l'enseignement, la simulation, l'aide à la décision, l'archivage, la promotion, la vente...

Parmi les produits vedettes développés par Techniform, le logiciel interactif DISKPLAY est un système «création auteur» qui permet à l'utilisateur de créer autant d'applications qu'il le souhaite. Un autre utilisateur pourra exploiter les applications ainsi créées avec le logiciel PILOT, qui est le «runtime» d'exploitation des applications de DISKPLAY. La même application peut tourner sur autant de postes équipés de PILOT. Le logiciel est vendu séparément car il ne permet pas de créer ni de modifier une application contrairement à DISKPLAY qui peut le faire sans limitation.

Chaque application est un programme à part entière et ne requiert ni connaissance de l'informatique, ni connaissance des langages de programmation. DISKPLAY libère donc l'utilisateur de toute contrainte technique.

L'autre produit vedette: Imagest est un système interactif de recherche documentaire particulièrement étudié pour l'utilisation d'un lecteur de vidéodisque couplé avec un microordinateur. Il permet de gérer très facilement des fichiers extrêmement variés. Il peut manipuler des fichiers de 32 000 fiches, chaque fiche pouvant contenir jusqu'à 30 000 caractères, chaque fiche est structurée en plusieurs rubriques (jusqu'à 50). Techniform qui a l'ambition de devenir avant 1990 une des toutes premières entreprises au niveau mondial spécialisée dans les logiciels axés sur les technologies du vidéodisque. Ils lancent aussi un catalogue de 100 vidéodisques dans les normes NTSC et PAL en français et en anglais de qualité culturelle et distractive. Ce catalogue devrait atteindre les 1000 titres en 1987. Cette approche originale par TECHNIFORM de l'interactivité et son apport considérable en matière de contenu du vidéodisque devrait ouvrir aussi un nouveau marché aux développeurs d'applications exploitables aussi bien dans le monde francophone qu'anglophone et redonner ainsi un nouveau souffle à l'industrie du logiciel.

La Clef...

ou la Symbologie universelle restituée

La société d'édition PADMA, fondée le 17 mars 1981, dont le siège se trouve dans le Jura français, à 90 km de Genève (Suisse), recherche un partenaire susceptible de prendre en charge la fabrication et la diffusion sur le continent américain de livres d'un intérêt exceptionnel.

Le sujet:

À la fin de ce 20^e siècle, bien que le christianisme fasse un effort de tolérance, les religions du monde apparaissent liées à une adhésion inconditionnelle, une croyance quasi-aveugle. Rares sont les hommes qui savent que les textes sacrés des grandes traditions contiennent une connaissance commune irréfutable, mais secrète, prouvant que les civilisations qui nous ont précédées possédaient un véritable sens de l'universalité. Les Évangiles n'en font pas mystère: «Malheur à vous, docteurs de la loi! parce que vous avez enlevé la clé de la science; vous n'êtes pas entrés vous-mêmes, et vous avez empêché d'entrer ceux qui le voulaient» (Luc 11⁵²). Cette «clé de la science», citée par Jésus, n'est apparente ni dans l'Ancien ni dans le Nouveau Testament. Il s'avère que la «Clef» a été retrouvée et qu'elle est identique pour toutes les grandes religions du monde!

La forme:

Les ouvrages qui traitent de ce sujet revêtent un aspect tout à fait original. En effet, le langage qui permet de révéler cette connaissance fondamentale a été négligé et pratiquement oublié à notre époque, malgré la simplicité de sa composition. Il s'agit de la forme d'expression la plus adéquate pour exprimer les principes relatifs à notre existence, celle des symboles. Rien n'est plus direct que le soleil et la lune pour indiquer les implications de la lumière dans notre vie courante, que ce soit de jour ou de nuit. D'évidence en évidence, on aboutit à une seule «Clef» pour tous les principes et à plus forte raison pour toutes les religions véritables, c'est-à-dire universelles.

Les auteurs:

Cette connaissance a été redécouverte par Paul Adam (1917-1970), un bikkhu (moine de l'Ordre du Bouddha), qui a laissé une oeuvre considérable: plus de deux mille lettres, de nombreux cahiers et notes manuscrites. Ces documents sont répertoriés, reliés entre eux et commentés par Martine et Henry Normand auxquels Paul Adam a laissé ses travaux.

Cette oeuvre comporte:

— Une biographie de Paul Adam, un homme d'une trempe exceptionnelle qui, malgré la tourmente de la dernière guerre mondiale, poursuit sa quête derrière les barbelés. Il connaissait couramment onze langues dont le sanskrit, le pâli, l'hébreu, l'arabe et avait des notions de chinois afin de pouvoir lire les textes dans leur langue originale. Il accumula des preuves de la réalité sur «la Clef des symboles universels» pendant quinze ans, en Inde. Cet ouvrage est présenté par Martine et Henry Normand.

— Deux livres de pensées.

— Une douzaine de tomes (selon le format envisagé) se rapportant à la Clef proprement dite et constituant l'oeuvre maîtresse.

— Quelques livres thématiques d'accompagnement, mettant l'accent sur la présence de la Clef dans une religion particulière. Deux ouvrages ont déjà été publiés en langue française par Martine et Henry Normand: «Les Maîtres du Tao» et «Du Christ au christianisme».

Dix raisons parmi d'autres pour s'intéresser à l'oeuvre de Paul Adam

- 1) La Clef retrouvée
- 2) Comprendre sa propre religion et celle des autres
- 3) Un bouleversement dans les idées reçues
- 4) Tendre vers la Vérité sans fard
- 5) Savoir va plus loin que croire
- 6) Ne plus se heurter au prétexte du mystère avancé par ceux qui veulent masquer leur ignorance
- 7) Une oeuvre qui ne se démode pas, elle est moderne tout en remontant aux sources de l'humanité
- 8) Devenir un trouveur et ne plus être seulement un chercheur
- 9) La joie de découvrir toute son existence, sans jamais s'ennuyer
- 10) Comprendre que toutes les religions parlent d'amour et traitent de bonheur

La SOCIÉTÉ D'ÉDITION PADMA est indépendante de toute appartenance religieuse ou sectaire. Elle n'a pour but que de faire connaître une oeuvre digne du plus grand intérêt, invitant ses lecteurs à entrer dans un monde de découverte, d'enrichissement et de savoir en matière de religion. Équipée d'un matériel de photocomposition complet, pouvant présenter les manuscrits sur film ou bromure, en bon à tirer, elle possède également une imprimerie intégrée sur laquelle elle tire ses circulaires et dépliants. Ces équipements lui assurent une autonomie de gestion que ses partenaires éventuels pourront prendre en considération.

SOCIÉTÉ D'ÉDITION PADMA
Capital 100 000 FF
LES PIARDS — BOÎTE POSTALE 7
39150 SAINT LAURENT-EN-GRANDVAUX
(FRANCE)
Agent Canada/USA
Tél. (514) 694-7670



Qui ignore ce qu'il est, s'inquiète de ce qu'il va devenir.



La Joie est chose précieuse qu'il faut savoir parfois dissimuler sous la tristesse, par charité pour ceux qui pleurent... Compassion éclairée.



La vie n'illusionne pas l'homme, c'est lui qui s'illusionne sur elle.



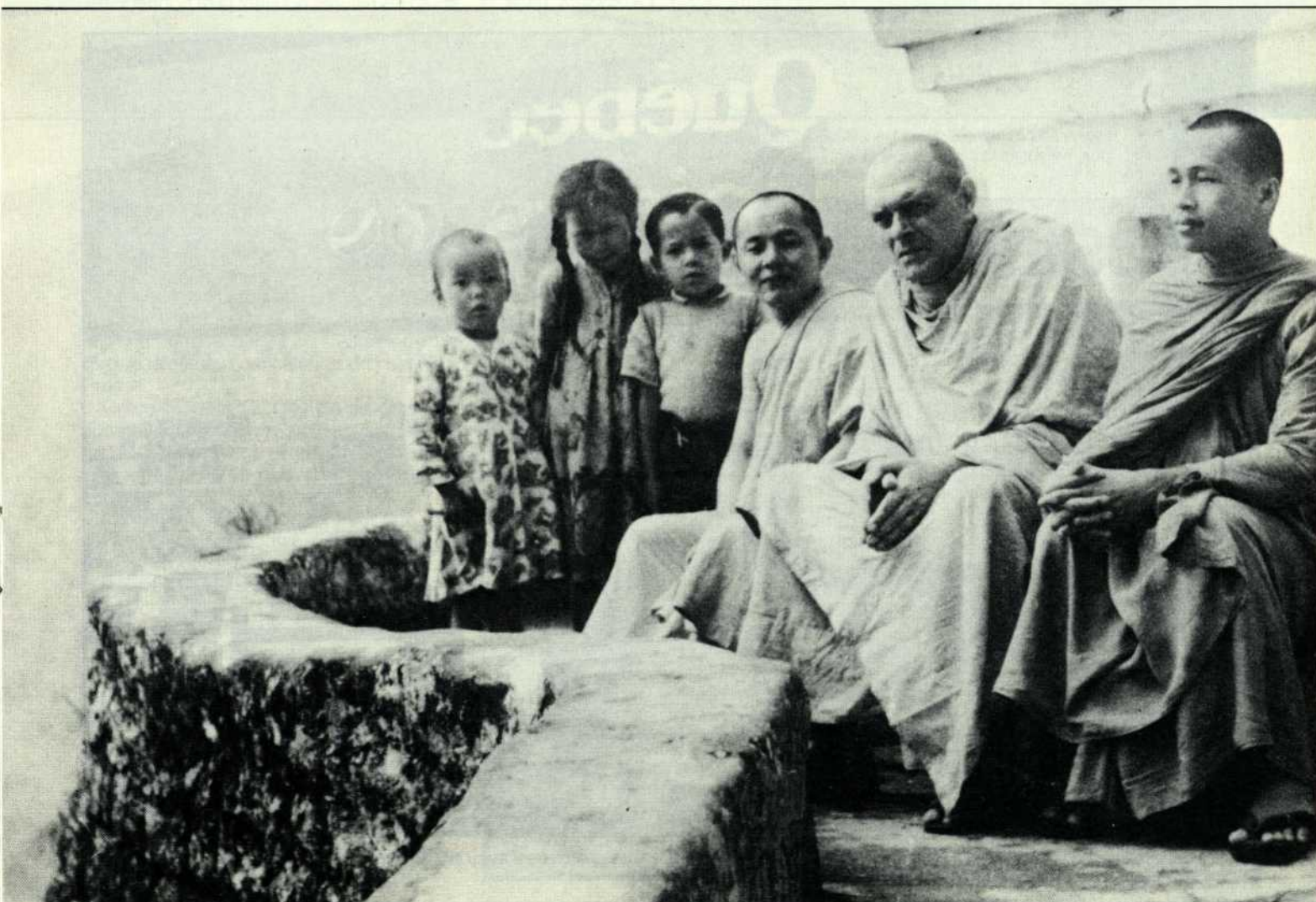
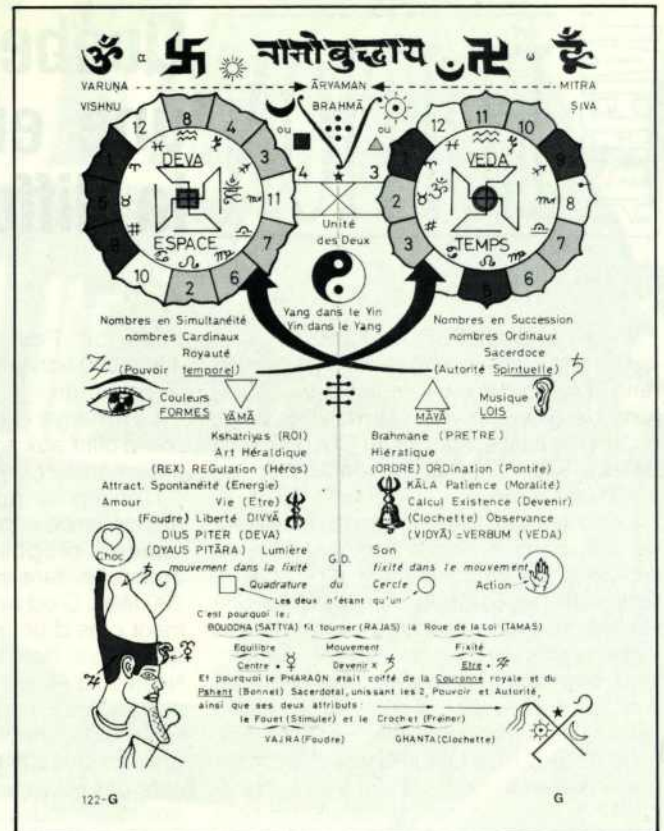
Le seul drame de la vie est d'ignorer ce qu'elle est.



Les choses ne sont pas responsables de la façon dont on les voit et dont on les prend.



Plaisir, modération, amour, peur, joie, terreur, patience, colère, tristesse, etc., semblent n'être que les tensions à divers degrés de l'unique corde, qui passe au travers du destin entre l'Invisible et le Visible, qui ultimement sont un.



Québec Loisirs: une entreprise de pointe dans la diffusion de livres de qualité

Il y a 7 ans, QUÉBEC LOISIRS voyait le jour et déjà cette société se situe au premier rang dans la diffusion de livres de qualité aussi bien dans les villes que dans les zones rurales les plus éloignées au Québec. Rien qu'en 1985, ce club a vendu plus de 1 400 000 livres.

Le succès de cette entreprise repose sur un principe bien simple: il existe toute une catégorie de personnes qui n'ont pas le temps ou la possibilité d'entrer dans une librairie traditionnelle afin d'y acheter des livres de choix non seulement par leur contenu, mais aussi sur le plan de la présentation. La formule est aussi originale en ce sens qu'elle ne fait pas concurrence aux libraires. En effet, QUÉBEC LOISIRS vise à redonner une autre vie à des livres qui ont connu un certain succès lors de leur parution et dont les ventes s'essouffent sur le marché.

QUÉBEC LOISIRS, constituée avec un capital de deux millions de dollars, est la

filiale de France Loisirs qui compte 4 500 000 adhérents et vend 30 000 000 de livres par an.

La synergie entre ces deux sociétés permet d'offrir aux adhérents du club des prix défiant toute concurrence.

L'entreprise, qui vend ses livres par correspondance et par l'intermédiaire de boutiques, propose nombre d'auteurs québécois dans sa sélection trimestrielle de 280 titres. C'est ainsi qu'elle a diffusé récemment près d'un quart de millions de livres québécois, dont les best-sellers: Côte des Neiges d'Alice Parizeau (66 000 exemplaires), les Filles de Caleb d'Arlette Cousture (53 000 exemplaires), le Matou d'Yves Beauchemin (35 000 exemplaires), ou encore des ouvrages aussi divers que la Cuisine micro-ondes de Jehane Benoit (30 000 exemplaires) ou un Dictionnaire des médicaments des Éditions Québec Amérique (29 500 exemplaires). La société revêt la

forme d'un club et ne requiert de ses adhérents que l'achat minimal d'un livre par trimestre. Cette obligation n'est pas très contraignante puisqu'un grand nombre d'adhérents renouvellent leur confiance et leur engagement au bout de deux ans. Il faut ajouter que les ouvrages proposés sont offerts à des prix intéressants, de 20 à 30 % moins élevés que les prix publics.

Cette entreprise dynamique, dirigée par Danielle Laborderie, assistée d'un comité de direction très efficace, emploie près d'une centaine de personnes à plein temps dont 35 agents recruteurs qui font de la prospection à domicile. Avec un catalogue trimestriel très attrayant de 56 pages, cette équipe constitue le fer de lance de QUÉBEC LOISIRS. Elle permet aux gens qui habitent les coins les plus reculés du Québec d'avoir accès à des ouvrages de vulgarisation, romans, guides pratiques et autres livres, sous des reliures pouvant faire honneur aux



▲ Les boutiques de QUÉBEC LOISIRS ne sont pas seulement la vitrine du club mais permettent aussi aux adhérents d'examiner et d'acheter les ouvrages qu'ils désirent.



▲ Le service à la clientèle de QUÉBEC LOISIRS est constitué de 15 personnes. L'efficacité de ce service repose sur la compétence du personnel et également sur les techniques de pointe dans le traitement de l'analyse du courrier des adhérents.

plus belles bibliothèques. Le catalogue réunit en effet des signatures aussi prestigieuses que celles de Pagnol, Marguerite Duras, Boris Vian, Danielle Stee, nos auteurs québécois comme Gabrielle Roy, Anne Hébert et plusieurs autres, et des noms connus comme Jehane Benoit ou Jean-Pierre Girerd, le talentueux caricaturiste du journal La Presse.

Grâce à QUÉBEC LOISIRS, les «gros consommateurs» de livres peuvent se permettre de lire davantage et les gens qui lisaient peu acquièrent de nouvelles habitudes et prennent réellement le goût de lire.

Le monde de l'édition ne peut que s'en réjouir à un moment où il s'interroge sur les façons de conserver sa clientèle face à la concurrence croissante de l'audio-visuel.

Les chiffres sont là pour prouver que l'on joue une carte gagnante en allant partout au devant des gens et chez eux: un quart de million de foyers québécois achète 1 500 000 par an de livres à QUÉBEC LOISIRS et ce n'est qu'un début. On ne peut que saluer cette performance: ce ne sont pas les auteurs qui s'en plaindront, ni les milliers de lecteurs supplémentaires qui peuvent ainsi goûter au plaisir de la lecture et se familiariser par ailleurs avec des écrivains qu'ils n'auraient pas eu autrement la possibilité de découvrir.

QUÉBEC LOISIRS

Le plus grand club de livres

- Un catalogue trimestriel gratuit de 56 pages présentant plus de 250 livres.
- Une économie moyenne de 20 à 30 % par rapport aux prix publics.
- Une distribution moderne et efficace.
- La vente par correspondance.
- Et deux boutiques à Montréal et Québec.

**Pour tout renseignement,
composez le (514) 738-5550**

Par François G. Beauchamp

La revue devrait permettre à votre Président ou aux responsables des comités de travail de s'exprimer, de vous informer et de communiquer avec vous. En fait, les sujets dont nous voudrions vous entretenir ne sont pas tout à fait mûrs — ce numéro d'octobre est «bouclé» en août: il s'agit de la revue (sa situation financière et ses recettes publicitaires, sa diffusion, ses ambitions), de nos projets de manifestations ou d'activités au cours du mandat du présent bureau, et des réponses au questionnaire — sondage que je vous avais soumis. Nous les aborderons donc dans les prochains numéros.

Aussi, dans ce numéro consacré à l'édition, vais-je simplement essayer d'introduire un ton plus familier dans la revue, en vous disant en toute décontraction ce que personnellement j'ai aimé, ou pas aimé, dans les livres de ces dernières années. Ce petit exercice (badin) a pour seule ambition de rapprocher la revue de ses lecteurs en y introduisant un style plus libre.

J'ai énormément aimé:

— Malevil de Robert Merle

Style riche et très coulé, rebondissements palpitants, livre profond par les comportements et sentiments auxquels il donne libre cours. Seuls reproches — très légers — il démarre assez lentement et sa conclusion est un peu artificielle. Un chef d'oeuvre pour tous.

— Le rivage des Syrtes de Julien Gracq
Style éblouissant et prenant, nous pénétrant de l'atmosphère des situations et des pay-

sages qui y sont reliés; lente mais inexorable progression de l'action. Superbe; pour les amoureux de la littérature. (Étonnante prémonition du raid des Américains sur la Lybie.)

— Les Géorgiques de Claude Simon

On comprend pourquoi Claude Simon a eu le prix Nobel. Pas de véritable «scénario», mais des fresques, en particulier sur la débâcle de 1940 et sur les guerres napoléoniennes. Un style à la Proust: on est pris par ces longues phrases et ce style que l'on n'arrive pas à quitter tellement il suscite l'admiration. Admirable; pour ceux qui ont fait leur service militaire et connu les attentes interminables dans le froid.

— La carotte et le bâton de Michel Déon (réédition)

Le style toujours aussi séduisant de Michel Déon. Les menées subversives de révolutionnaires européens dans un imaginaire pays méditerranéen nouvellement indépendant, mené par un dictateur mégalomane. De l'action et du suspense. Passionnant; pour tous ceux que la guerre d'Algérie n'a pas laissés insensibles.

Je n'ai pas aimé du tout:

— L'amant de Marguerite Duras

Comment ce petit (dans tous les sens du terme) livre a-t-il pu recevoir un prix littéraire et trouvé tant de lecteurs? Style quelconque, histoire d'amour sans intérêt dans l'ex-Indochine française. Médiocre; pour ceux qui croient aux campagnes publicitaires!

Dans la littérature québécoise, dans des

genres très différents, j'ai aimé le Chanoine Groulx (Histoire du Canada Français) au style majestueux et recherché et Denise Bombardier (Une enfance à l'eau bénite) pour son style court et sa lucidité. Mais je n'ai pas réussi à me faire accrocher par Michel Tremblay ni par Anne Hébert.

La littérature étrangère? J'ai été frappé par la truculence (à peine croyable), l'humour noir, le sordide, et le souffle des romanciers latino-américains: le Colombien prix Nobel Gabriel Garcia Marquez (Cent ans de solitude), le Brésilien Jorge Abado (Tocaia grande) et le Mexicain Fernando del Paso (Palinure de Mexico). Mais il m'a été impossible de terminer leurs livres fleuves — interchangeables — qui s'abreuvent tous aux conditions historiques de vie, sociales et économiques, misérables de ce continent. Il s'agit néanmoins d'oeuvres vraiment étonnantes; pour ceux qui aiment Rabelais et les livres épais. Autant ces auteurs sont d'un abord facile car leur originalité séduit d'emblée, autant je voudrais signaler un roman remarquable qui ne se livre que lentement: Le siècle des lumières du Cubain Alejo Carpentier. Les cent premières pages passées, c'est un vrai chef d'oeuvre: la révolution française, avec ses acteurs et ses échafauds, ses tumultes et ses convulsions, «en direct» de la Guadeloupe et des Caraïbes.

Mais trêve du passé, mettons-nous à l'écoute du verdict des très prochains prix littéraires et du Nobel.

Maheu Noiseux

COMPTABLES AGRÉÉS

2, COMPLEXE DES JARDINS, BUREAU 2600
C.P. 153, MONTRÉAL, H5B 1E8

TÉL.: (514) 281-1555
TÉLEX: 055-60917

BUREAUX A OTTAWA, HULL, HAWKESBURY, ROUYN
VAL D'OR, AMOS, LASARRE, TIMMINS, MONTRÉAL,
LAVAL, QUÉBEC - STE-FOY, LEVIS, SAINT-ANSELME,
THÉTHERFORD-MINES, LAC MEGANTIC, MONCTON,
CAMPELLTON ET FORT LAUDERDALE

SOCIÉTÉ NATIONALE MAHEU NOISEUX-COLLINS BARROW
BUREAUX A VANCOUVER, CALGARY, EDMONTON, WINNIPEG,
TORONTO, HALIFAX ET AUTRES VILLES DU CANADA
SOCIÉTÉ INTERNATIONALE FOX MOORE INTERNATIONAL

Écriture Problèmes et solution



par Yves Bouchereau

Depuis plusieurs années, les média, au niveau international, se font l'écho des problèmes de langue écrite.

Que ce soit dans le secteur privé, le secteur public ou le milieu de l'éducation, la préoccupation est la même: il faut faire un effort réel pour redresser la situation.

Loin de résoudre ce problème, les techniques nouvelles ne font que le faire ressortir. En effet, qu'il s'agisse d'écrire sur une feuille de papier ou d'utiliser un traitement de texte, une machine à écrire ou un ordinateur, le problème est le même... il faut épeler des mots et composer des phrases!

Que proposait le marché pour résoudre ces problèmes? Des livres avec recueils de lettres, la plupart du temps n'ayant que peu ou rien à voir avec les préoccupations de l'employé au travail, quelques cours incomplets, trop avancés ou trop faciles, d'autres dans une seule langue. Encore, des cours créés par des universitaires n'ayant que peu ou pas de connaissance du milieu du travail et où une référence littéraire n'attend pas l'autre. Tout cela a bien sûr sa place sur le marché mais ne répond néanmoins pas aux besoins de la clientèle citée plus haut.

C'est précisément par le biais des problèmes d'écriture posés à l'entreprise et aux fonctionnaires, nos principales clientèles, que le CILB s'est attelé à la tâche.

Le but

Créer un cours de communication écrite adapté au monde du travail et à ses contraintes, donc, si possible, un cours n'exigeant pas ou peu de rencontres en salle de classe. Il nous fallait bâtir un cours répondant aux besoins des cadres, secrétaires, fonctionnaires et étudiants sur le point d'entrer sur le marché du travail. Un cours qui ne soit pas un simple livre avec modèles de lettres mais

un manuel les rendant autonomes et capables de créer selon leurs besoins. Un cours qui amène, à terme, une réduction des coûts de traduction interne des entreprises et ministères. Un cours, enfin, qui puisse s'adapter aux besoins divers, du milieu du travail.

Les moyens

Deux équipes de recherche furent mises sur pied, une en anglais et l'autre en français. Leur tâche? nous présenter un plan pour quatre niveaux dans chaque langue.

Les niveaux III et IV ont ainsi été créés d'abord pour répondre aux besoins des plus avancés. Ils peuvent aussi bien être pris comme langue seconde ou étrangère que comme recyclage en langue maternelle ou en langue d'usage.

Les niveaux moins avancés, I et II, ont été produits ensuite. Ils s'adressent davantage

aux étudiants en langue seconde ou étrangère.

Il est évidemment possible de prendre plusieurs niveaux de suite. Le cours a été conçu pour que chaque niveau soit autonome mais, en même temps, prépare les participants au niveau suivant, le cas échéant.

Ajoutons, pour la petite histoire que les huit niveaux de NEWS et ÉCRIT ont été entièrement produits par le CILB, sans aide extérieure et au coût de 200 000 \$ environ.

Ah, la signification de NEWS et ÉCRIT les voici:

NEWS: New English Writing Skills.

ÉCRIT: Enseignement de la Communication et de la Rédaction Intégré au Travail.

Le Centre International Linguistique Bouchereau organisera le lancement officiel des deux cours cet automne à l'occasion des Salons «Le Monde des Affaires», à Montréal du 24 au 28 septembre 1986, à Québec du 15 au 19 octobre 1986 ainsi qu'au Salon de la «PME» à Montréal du 24 au 26 octobre 1986.

Un lancement est prévu à Ottawa le 7 octobre 1986 et à Toronto en février 1987.

Vous pourrez alors obtenir de plus amples renseignements sur ces cours en assistant aux conférences données par les représentants du CILB ou en vous présentant à leur kiosque.

LE PROBLÈME...

Vos employés ont des difficultés à rédiger leurs lettres d'affaires, rapports, etc. en anglais ou en français.

LA SOLUTION! NOTRE COURS DE

RÉDACTION ADMINISTRATIVE



PAR CORRESPONDANCE

Quatre niveaux en anglais et en français.

1^{er} COURS DU GENRE AXÉ SUR LE MONDE DES AFFAIRES



CENTRE INTERNATIONAL
LINGUISTIQUE BOUCHEREAU INC.

214, RUE DU SAINT-SACREMENT, MONTRÉAL, QUÉBEC H2Y 1W8
TÉL. : (514) 842-3847 — TÉLEX : 055-62481 (CLB INC MTL)
MONTRÉAL — QUÉBEC — TORONTO — OTTAWA — PARIS

10 JOURS
D'EXAMEN
GRATUIT

publicité **ara** inc.

régie exclusive de vente des réseaux d'affichage Flash Media
régie publicitaire Action Canada-France

marc sauvan

34, rue Saint-Paul Ouest, Montréal (Qué.) H2Y 1Y8
Tél.: (514) 288-5231

**Membre du groupe
Coopers & Lybrand (International)
présent dans près de 100 pays.
Bureaux en France: Cognac, Lille, Limoges,
Lyon, Marseille, Metz, Montpellier, Nice,
Paris, Roubaix, Saint-Junien**

Coopers & Lybrand
Comptables agréés

**Le Groupe conseil
Coopers & Lybrand**
Conseillers en management

630, boulevard
Dorchester ouest
Montréal (Québec)
H3B 1W5 (514) 876-1500

2, Place Québec, Québec (Québec)
G1R 4V3 (418) 522-7001

C&L *En toute confiance*

PRESTIGE SERVICES D'ENTRETIEN PRESTIGE INC.

Direction générale :
630, Bld. Dorchester ouest
Édifice C.I.L., suite 3200
Montréal, Qué. H3B 1X5

Pour tous renseignements : 875-5591

- * Services d'entretien complets :
commercial, industriel, résidentiel.
- * Services-conseils en organisation et en supervision d'en-
retien ménager.
- * Travaux spécifiques :
lavage de murs
lavage de vitres
nettoyage de draperies
nettoyage de luminaires
nettoyage de systèmes de ventilation
nettoyage de tapis
traitement de surfaces de bois
traitement de planchers en béton
- * Services d'urgence suite à des sinistres (incendie, inon-
dation...)

La Direction de l'exploitation se trouve:
5710, Chemin St-François
Ville St-Laurent H4S 1B4

Lapointe Rosenstein

Avocats

Agents de marques de commerce

Brahm M. Gelfand
Alexander S. Konigsberg
Howard W. Dermer
Jacques Rossignol
Pierre Barnard
Norman A. Rishikof
Joy Goodman-Mailhot*
Jean Théberge
Andrew S. Etcovitch
Mitchell L. Greenspoon

Pierre L. Lapointe
Pierre F. Delorme
Roland Massicotte
Claude Bergeron
Norman Issley
Dazvid Gourdeau
Louise Violette
Steven L. Chaimberg
William Rigutto
Michel Ménard

Mark M. Rosenstein*
Thomas A. Lavin
Denis Boudreault
Pierre Martel
Robert D. Lauzon
Terry D. Minzberg
Eva Petras
Debbie Deckelbaum
Bruno Floriani
Marc Santerre

Conseils:

A.J. Rosenstein, C.R.
L'Honorable Michel Cogger, C.R.

A. Paré, C.R.

*Membre du Barreau de l'Ontario

Place Sherbrooke
1010, rue Sherbrooke Ouest
Bureau 1100
Montréal, Québec
H3A 2R7

Télex LARLAK MTL 05-24272
Télécopieur (514) 288-7390

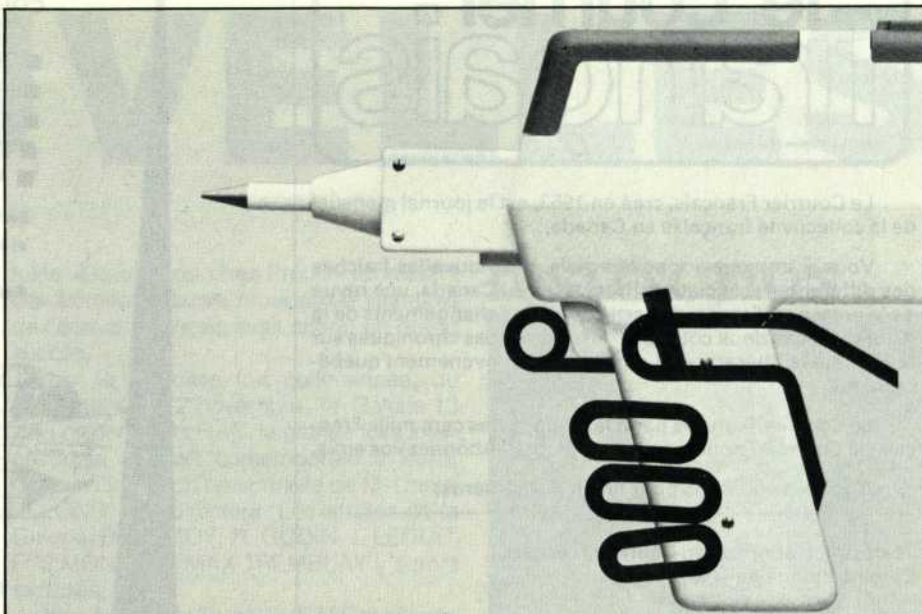
Téléphone (514) 844-6392

La laser thérapie

Pourquoi un laser en acupuncture?

Pour trois raisons:

- 1) L'irradiation par laser athermique est indolore (ce qui est particulièrement avantageux pour le traitement des enfants et des personnes pusillanimes), sans danger (non agressive et stérile) et d'une rapidité incomparable (quelques secondes);
- 2) L'irradiation laser est plus efficace que les autres méthodes utilisées en acupuncture: en effet elle n'agit pas directement comme l'aiguille ou l'électricité (électropuncture) sur les potentiels nerveux (influx = ondes de dépolarisation) issus du point d'acupuncture, mais par l'intermédiaire du tissu conjonctif environnant dont elle module la polarisation par effet photo-électronique (tonification ou dispersion selon la cadence des impulsions laser) tout en relançant le métabolisme des fibroblastes (1). Sa durée d'action est de ce fait très grande, uniquement comparable à celle de la moxibustion qui agit par stimulation cicatricielle (à condition qu'il y ait brûlure);
- 3) La laser-thérapie permet d'éviter les échecs de l'acupuncture, dûs pour la plupart à la présence de foyers cicatriciels ou inflammatoires très rapidement neutralisables par irradiation laser, et dont les localisations les plus fréquentes sont pharyngées, dentaires, sinusales, auriculaires, génitales et mésodermiques: cette recherche des zones réactogènes vous fera aborder sans difficulté, dans votre pratique journalière, la neuralthérapie (2) et la détection des dermalgies-réflexes de Jarricot (3). Elle vous permettra également d'agir directement en traumatologie, en stomatologie (parodontose) en dermatologie, et de traiter très rapidement les inflammations et infections locales ainsi que de stimuler la cicatrisation des plaies, des fractures et des ulcères invétérés.



Le laser portatif = un nouvel outil anti-douleur

AGROMED du Canada présente une nouvelle génération de lasers athermiques médicaux conçus en France par ERIEL. D'un concept innovant pour une pratique souple et sans limites, d'un profil esthétique pur léger et robuste et qui offre le confort d'un maniement très agréable et efficace dans le domaine de la douleur.

Cette gamme de lasers hors du commun a une adaptation à différentes pratiques dans le domaine médical. Cet outil portatif indispensable dans l'arsenal thérapeutique de demain est déjà en pratique dans deux hôpitaux de Montréal.

Le FK 20 sert particulièrement dans la clinique anti-douleur et en physiothérapie dans des cas de bursites, tendinites entre autre. Le MK 70 micro-processeur s'est révélé particulièrement efficace, dans des cas de blessures fraîches, fractures, etc... Le laser promet beaucoup en médecine sportive, en traumatologie, et en acupuncture.

Dans tous les cas ce laser portatif, même à titre complémentaire promet beaucoup.

Seul appareil du marché à utiliser cette technologie (émissions impulsives et modulées) il est aussi le seul laser infra-rouge à émettre une puissance moyenne constante, quelque soit la fréquence sélectionnée.

L'unité Laer AKKOR, dernier né de la ligne, qui réunit dans un même appareil deux sources pouvant être activées simultanément ou individuellement. L'AKKOR est le laser athermique le plus puissant au monde jamais proposé pour une utilisation en bouche en plus d'un superbe design au service d'une pratique quotidienne.



eriel



le courrier. français

Publié par l'Union Française

Le Courrier Français, créé en 1953, est le journal mensuel de la collectivité française au Canada.

Vous y trouverez, tous les mois, des nouvelles fraîches des différentes associations françaises au Canada, une revue de la presse en France, des articles sur les changements de la législation des deux côtés de l'Atlantique, des chroniques sur le cinéma, la littérature, la gastronomie, l'événement québécois, etc.

Le Courrier Français parle le langage des cent mille Français du Canada. Encouragez votre journal. Abonnez vos amis.

Abonnez-vous. 10\$ pour un an (11 numéros)

Je désire m'abonner au Courrier Français.
Ci-joint chèque de 10\$

Nom

Adresse

Ville

Le Courrier Français
429 Viger Est Montréal QC
H2L 2N9 tél.: 843-3445

TRANSITAIRES INTERNATIONAUX COURTIERS EN DOUANE

- CONSEILLERS EN DOUANE
- FRET AÉRIEN ET CONSOLIDATION
- EMBALLAGE POUR EXPORTATION
- SERVICE DE CONTENEURS
- ASSURANCE TRANSPORTS

Service de groupage maritime
et aérien import-export.

Représentation internationale.



St-Arnaud Bergevin Limitée

Siège social:

410 ST-NICOLAS,
MONTREAL, CANADA H2Y 2P5

TEL: (514) 285-1500 TELEX: 05-25176

- MONTREAL • AÉROPORT DE DORVAL
- DORVAL • MIRABEL • LACOLLE
- PHILIPSBURG • QUÉBEC • SEPT-ÎLES
- ST-JÉRÔME • ST-JEAN (QUÉ) • LES SAULES
- TORONTO • AÉROPORT LESTER B. PEARSON
- WINDSOR • AGINCOURT • OAKVILLE
- FORT ERIE

PHILLIPS & VINEBERG AVOCATS

5, PLACE VILLE MARIE, BUREAU 1700
MONTREAL, QUÉBEC
CANADA H3B 2G2

TÉLÉPHONE: (514) 866-8541
TÉLEX: 05-25587 "OBSJAC MTL"

ADRESSE TÉLÉGRAPHIQUE: "OBSJAC"

FACSIMILE: (514) 875-0344/876-4525

LIGNE TÉLÉCOMMUNICATION: (514) 397-9280

OTTAWA:

SUITE 848, 99 RUE BANK
OTTAWA, ONTARIO, CANADA K1P 6B9
TÉLÉPHONE: (613) 230-2599

NEW YORK:

350 PARK AVENUE
14TH FLOOR
NEW YORK, NEW YORK 10022
TÉLÉPHONE: (212) 308-8866

LONDRES:

20 LINCOLN'S INN FIELDS
LONDRES WC2A 3ED, ANGLETERRE
TÉLÉPHONE: (441) 831-8553

PARIS:

21, AVE. GEORGE V
PARIS 75008, FRANCE
TÉLÉPHONE: (331) 720-3578

GENÈVE:

PHILLIPS & VINEBERG S.A.
3, PLACE DES BERGUES
CH-1201 GENEVE, SUISSE
TÉLÉPHONE: (4122) 32 22 50

HONG KONG:

2803 ALEXANDRA HOUSE
20 CHATER RD., HONG KONG
TÉLÉPHONE: (8625) 221061

EW Ernst & Whinney

Comptables Agréés

1200, avenue McGill-Collège, Montréal (Qué.) H3B 4G7 Tél.: 871-8901

ASSOCIÉS DE MONTREAL

D. Azoulay	C. Dolan	R. Langevin	M. Pesner
C. Bertrand	D. Filion	J. Massy	P. Robitaille
E. Brault	F. Gouin	A. Paris	P. Rubinyi
			R. Turcotte

Abbotsford, Calgary, Edmonton, Halifax, Hamilton, Kitchener, London,
Mississauga, Montréal, Ottawa, Scarborough, Regina, Sept-Îles,
Toronto, Vancouver, Victoria, Windsor, Winnipeg.
Et dans les principales villes à travers le monde.

ROBIC, ROBIC & ASSOCIÉS ASSOCIATES

Fondée en 1892

Conseils en propriété
intellectuelle
Agents de brevets d'invention
et de marques de commerce

1514, Docteur Penfield
Montréal, Canada, H3G 1X5
Tél.: (514) 934.0272, Télex: 05-268656, Cable: MARION
Fac-similé: Groupe II & III: (514) 934-1246

NOUVELLES

La Galerie 13 à la FIAC

Nouvellement installée au 3772, rue Saint-Denis (la rue du Bac montréalaise), la Galerie 13 est connue depuis longtemps pour la place importante qu'elle réserve à l'art contemporain international et la relation privilégiée qu'elle entretient avec l'oeuvre de SONIA DELAUNAY. Antoinette BLANCHETTE, son propriétaire, amateur d'art contemporain depuis 20 ans, est l'organisatrice de nombreuses expositions qui ont rassemblé des oeuvres de peintres aussi prestigieux que BRAQUE, ERNST, MIRO, etc...

Par ailleurs, la Galerie a choisi comme champ d'intérêt majeur, pour sa créativité fulgurante et révolutionnaire, l'Avant-garde russe et ses auteurs (Pougny, Mansouff).

Au début de l'année 1986, l'exposition inti-

tulée «Du côté de chez Proust» réunissant des éléments visuels, musicaux et littéraires de l'écrivain français avait connu un grand succès.

Pour la première fois cette année, du 25 octobre au 2 novembre, la Galerie 13 sera présente à la FIAC, la grande foire internationale de l'art contemporain à Paris, grâce à l'invitation personnelle de M. Daniel LELONG, son directeur. Les artistes de la Galerie: B. GAMOY, R. GODIN, I. LEDUC, F. SIMONIN, R. MAX-TREMBLAY y seront exposés.

Pour Antoinette BLANCHETTE et sa nouvelle adjointe, Léocadia LACHANCE, la FIAC représente l'occasion de développer l'ouverture commerciale de la Galerie en Europe.

GALERIE 13

3772, rue Saint-Denis

À partir du 10 septembre:

exposition MICHEL LAGACÉ.

DISTINCTION



La médaille du Commerce extérieur de la France a été décernée à M. Philippe DALLE, Président de Cosmair Canada Inc. et ancien Président de la Chambre de commerce française au Canada. La médaille lui a été remise au nom du ministre délégué au Commerce extérieur, par M. André Lambert, conseiller commercial de France à Montréal, le 4 août 1986.

Progression du trafic d'Air France au cours du premier semestre de 1986

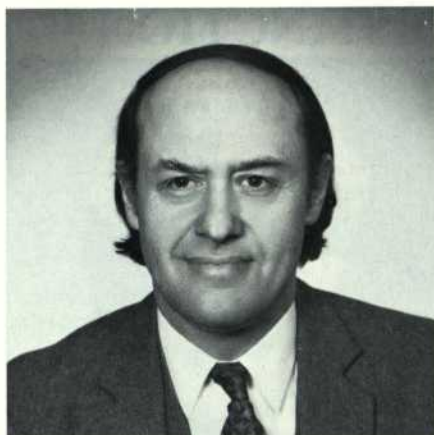
Le trafic total d'Air France — passagers et fret — a progressé de 3,2 % au cours du premier semestre, par rapport à la même période en 1985. Cette progression globale est la conjugaison d'une baisse de 3,6 % du trafic de passagers et d'une augmentation de 9,7 % du trafic de fret.

Le trafic de passagers a été particulièrement affecté par la baisse de fréquentation des lignes de l'Atlantique Nord et de celles reliant la France à l'Algérie. Cette baisse est d'autant plus sensible que l'ensemble de ces deux secteurs représente plus de 25 % du trafic subsonique de la compagnie.

Sur l'Atlantique Nord, l'offensive des compagnies américaines qui ont fortement développé leur offre vers l'Europe et qui ont multiplié le nombre de villes qu'elles relient au vieux continent, mais aussi la chute du dollar et la crainte répandue aux États-Unis quant à la sécurité en Europe et en Méditerranée, ont provoqué une baisse du trafic de passagers des compagnies européennes. Pour Air France, cette baisse a atteint 15,7 % au cours du premier semestre 1986.



Les marchés financiers français en mutation



Bernard Fleury
Président-Directeur général
Banque Nationale de Paris (Canada)

Le processus d'innovations, qui s'est enclenché depuis 1985 en France, modifie profondément le système bancaire et financier. Les circuits et les produits offerts se diversifient avec l'ouverture du marché monétaire et l'introduction de titres négociables à court et moyen terme. De nouvelles techniques de protection contre les risques de taux apparaissent: création d'un Marché à terme d'instruments financiers, le MATIF; développement des options, des échanges de taux (swaps), des accords de taux (FRA, Caps...). Cette «révolution» financière comporte des conséquences non négligeables sur l'activité des intermédiaires financiers et sur les modalités de mise en oeuvre de la politique monétaire.

I- Les nouveaux produits

Le marché monétaire n'est plus uniquement le marché interbancaire de monnaie centrale sur lequel la Banque de France fournit des liquidités à l'ensemble des banques qui est structurellement emprunteur. En effet, l'ouverture du marché monétaire signifie que les agents non financiers qui n'avaient pas accès à ce compartiment court terme des marchés de capitaux, ont maintenant à leur disposition des produits négociables à court et moyen terme: les certificats de dépôt de maturité initiale entre 3 mois et 7 ans, les billets de trésorerie entre 10 jours et 2 ans, les bons du trésor négociables entre 3 mois et 5 ans et les bons des institutions financières spécialisées entre 2 et 7 ans.

L'analyse des conséquences de l'ouverture du marché monétaire conduit à s'interroger sur l'évolution du rôle même des banques. Le premier problème est celui de la désintégration qui risque de se manifester par une diminution de la taille du bilan des banques: l'émission de certificats de dépôts compensera-t-elle la perte de ressources due à l'existence des billets de trésorerie et des bons du trésor négociables? Les billets de trésorerie ne vont-ils pas se substituer, au moins partiellement, aux crédits à court terme?

Toutefois, les banques ne sont pas exclues puisqu'elles jouent un rôle d'intermédiaire dans l'émission des billets de trésorerie (domiciliation de la ligne de substitution, rôle de placement, etc.). Mais ce phénomène de désintermédiation, s'ajoutant à la contraction de la marge d'intérêts des banques, ce sont les commissions qui, à l'avenir, devront prendre une place plus importante. La tendance à la tarification des services bancaires va dans ce sens.

II- Les nouvelles techniques de couverture de risque de taux

La nouvelle procédure de régulation de la masse monétaire à partir de 1987 (politique «d'open market» va certainement augmenter le risque de taux des agents sous l'effet d'une variabilité accrue des taux d'intérêt. Le besoin de couverture de ce risque a entraîné la création ou le développement de techniques sophistiquées.

— Ouvert le 20 février 1986 avec un contrat emprunt d'État notionnel 10 % — 10 ans, le MATIF (Marché à terme d'instruments financiers) offre depuis le 25 juin la possibilité de se protéger contre des variations non anticipées des taux à court terme grâce à l'introduction d'un contrat bon du trésor 90 jours. Le principe d'intervention sur ce marché est simple: on y prend la même position que celle prévue sur le marché au comptant. Une entreprise qui prévoit d'émettre des billets de trésorerie dans 3 mois (emprunter à court terme) va vendre dès aujourd'hui des contrats. Si les taux montent, le coût supplémentaire de son émission sera compensé par un gain sur le MATIF car le prix du contrat aura baissé (d'où gain lors du rachat du contrat). Toute la difficulté réside dans le calcul du nombre de contrats à utiliser afin que les pertes et gains réalisés sur le comptant et sur le MATIF se compensent exactement. Une telle technique de couverture, efficace si elle est bien cons-

truite, comporte toutefois deux inconvénients: elle ne permet pas de bénéficier d'une évolution favorable des taux (les gains sur le comptant étant alors annulés par des pertes sur la position en contrats) et elle n'est pas adaptée aux opérations dont la réalisation n'est pas certaine (ex.: appels d'offre).

— C'est pour ces raisons qu'ont été créées les options. Une option est un droit d'acheter (option d'achat) ou de vendre (option de vente) un titre à un prix (donc un taux) fixé dès maintenant, appelé le prix d'exercice. Ce droit n'est exercable que par l'acheteur d'une option et qu'à la date d'échéance de l'option pour une option dite européenne ou à tout moment jusqu'à la date d'échéance pour une option dite américaine. Il est clair que ce droit ne sera exercé que si l'évolution des taux le justifie. Une entreprise dans la même situation que précédemment qui aurait acheté une option de vente, n'exercerait pas cette option si les taux sur le comptant baissent. Le coût d'une telle couverture correspond à la prime payée lors de l'achat de l'option. Pour l'instant, il n'existe que des options de gré à gré proposées par les établissements de crédit. L'avantage réside dans le fait qu'elles sont «sur mesure» pour la clientèle. Par contre, de telles options ne peuvent être facilement revendues ou rachetées et doivent être conservées jusqu'à leur date d'expiration si elles ne sont pas exercées. Des options négociables sur un marché devaient être introduites prochainement en France afin de pallier cet inconvénient.

— Autre technique de couverture apparue en 1981 sur le marché euro-obligataire, les swaps (échanges) de taux d'intérêt permettent de transformer une dette à taux fixe en dette à taux variable (et inversement) ou, plus récemment, d'échanger des taux variables dont le taux de référence ne serait pas le même. Il arrive également très souvent que les swaps de taux soient couplés à des swaps de devises. Dans tous les cas, le principal ne change jamais «de main», seuls les intérêts sont acquittés. Le problème est donc que les contreparties doivent rechercher des volumes de capitaux identiques mais avoir des objectifs de taux opposés. Une comparaison entre les swaps et les MATIF montre qu'ils sont plus complémentaires que concurrents. En effet, la couverture avec des contrats peut difficilement excéder une durée de 2 ans alors que la durée typique des swaps est comprise entre 3 et 10 ans; d'autre part, étant donné le développement

des opérations de swaps, certains établissements bancaires ont commencé à les standardiser... elles perdent alors leur avantage comparatif d'être des opérations «sur mesure».

— La panoplie des instruments de couverture contient également les Future Rate Agreements qui sont des contrats de garantie de taux. Ils permettent de fixer un taux d'intérêt (prêteur ou emprunteur) pour une période future mais leur philosophie est légèrement différente de celle des instruments précédents puisqu'ils ne portent que sur des variations de taux. En aucun cas, il n'y a prêt ou emprunt effectif à la fin de la période mais seulement règlement en espèces de la différence entre le taux garanti et le taux du marché à cette date. Par exemple, si un client se garantit auprès de sa banque d'un taux prêteur (le client achète un FRA) et que le taux du marché est, à la fin du FRA, inférieur au taux garanti, la banque ne verse que le différentiel d'intérêt. Ces FRA sont des opérations sur mesure et comportent donc l'inconvénient d'être débouclés uniquement avec la contrepartie et à un coût non négligeable. À l'échéance du FRA, le client peut placer ses fonds dans un instrument de son choix ou auprès de n'importe quelle banque.

— Enfin, dernière création des marchés, les Caps et Collars n'ont été inventés qu'en 1983 et 1984. Un Cap de taux est un accord, entre le vendeur du Cap (la banque) et l'emprunteur, qui fixe un taux plafond, pour une période pouvant aller jusqu'à 12 ans, sur un emprunt à taux variable. Si les taux du marché dépassent ce taux plafond, c'est la banque qui versera le supplément d'intérêts au prêteur. Les Caps permettent ainsi de se protéger contre une hausse des taux au-delà d'un niveau jugé acceptable tout en bénéficiant d'un taux variable et donc de l'opportunité d'une baisse des taux. Un Collar de taux est plus complet puisqu'il procure, outre un taux plafond, un taux plancher. Ce type de produits, moins cher qu'un Cap, constitue un proche substitut aux swaps. L'énorme avantage des Caps et Collars tient à ce qu'ils permettent d'emprunter à court terme avec renouvellement des emprunts, c'est-à-dire de bénéficier de taux moins élevés que les taux à long terme tout en couvrant le risque de taux. Par rapport aux options, les Caps fournissent une maturité plus longue pour la période de couverture.

L'utilisation et la construction de tels produits sophistiqués nécessitent une expertise indéniable. C'est l'une des principales activités que les banques françaises devront à l'avenir développer pour répondre aux besoins croissants de couverture de leur clientèle. Cette réorientation de l'activité bancaire se traduit par un développement des opérations hors bilan. Les risques bancaires sont alors moins visibles ce qui inquiète déjà les autorités monétaires. C'est ainsi que les banques centrales envisagent la réintégration de certaines transactions hors bilan dans le bilan même des banques ou dans le calcul de certains ratios.

Nomination des nouveaux membres de la Chambre de commerce française

Membres corporatifs

DAVID ASHLEY
M. Raynald Thivierge
4950, rue Hickmore
Saint-Laurent, Qué. H4T 1K2
Tél.: (514) 737-3684
Activité: importateur-distributeur de produits agro-alimentaires

DURABLE
M. Maurice Prévost
2129, Place de Corfou
Laval, Qué. H7K 3B3
Tél.: (514) 663-1089
Activité: importateur matériel manutention, roues et roulettes et matériel industriel

LEHOUX, DUFOUR ET ASSOCIÉS
M. Pierre Allard
Édifice Strathcona Hall
772, Sherbrooke Ouest, 3e étage
Montréal, Qué. H3A 1G1
Tél.: (514) 286-4026
Activité: comptables agréés

MARCOTTE-DELOGE
Mme Rosalyn Deloge
1015, Beaver Hall, bureau 414
Montréal, Qué. H2Z 1S1
Tél.: (514) 787-9780
Activité: marketing — distribution

INTERNATIONAL CONSTRUCTION CONSULTANT
M. Fernand de Serres
1, Place Ville-Marie, bureau 2424
Montréal, Qué. H3B 3M9
Tél.: (514) 875-6343
Activité: ingénierie et construction

PLACE BONAVENTURE INC.
M. John Baruchel
C.P. 1000, Place Bonaventure
Montréal, Qué. H5A 1G1
Tél.: (514) 397-2216
Activité: centre de commerce en gros — hall d'expositions — boutiques

POINT À LA LIGNE
Mme Nicole Plamondon
2343, rue Guénette
Ville Saint-Laurent, Qué. H4R 2E9
Tél.: (514) 336-6673
Activité: importation et distribution de bougies, accessoires et produits de fête

REMAX
M. Luc Desrosiers
330 Greene Ave.
Westmount, Qué. H3Z 2B1
Tél.: (514) 933-6781
Activité: immobilier

Membres individuels devenus Membres corporatifs

COSSETTE
M. François Duffar
1558 Docteur Penfield
Montréal, Qué. H3G 1B9
Tél.: (514) 932-2727
Activité: publicité

DOLISOS CANADA INC.
Mme Marie-Claude Fruitet-Médard
1459, boul. Graham, bureau 002
Ville Mont-Royal, Qué. H3R 1H1
Tél.: (514) 735-3687
Activité: laboratoire pharmacie homéopathique

LAPOINTE ROSENSTEIN
Me Pierre Lapointe
1010, Sherbrooke Ouest, bureau 1100
Montréal, Qué. H3A 2R7
Tél.: (514) 844-6392
Activité: avocats

BANQUE PARIBAS DU CANADA
M. Olivier Lefebvre
500, Dorchester Ouest, bureau 1300
Montréal, Qué. H2Z 1W7
Tél.: (514) 871-9161

PRESTILUX
M. Jacques Dagenais-Pérusse
4100, Thimens
Saint-Laurent, Qué. H4R 1X4
Tél.: (514) 337-7820
Activité: importation — distribution cosmétiques et parfums

PROCÉDÉS CONSEILS
M. Michel Cochelin
1080, Beaver Hall, bureau 1630
Montréal, Qué. H2Z 1S8
Tél.: (514) 878-9727
Activité: ingénieur-conseil

Membres individuels
M. Jean-Marie LETRANGE
Kuehne et Nagel
625, Dorchester Ouest
Montréal, Qué. H3B 1R2
Tél.: (514) 397-9900

M. Régis de la LOYÈRE
Feldkirch
9711, Côte de Liesse
Montréal, Qué. H9P 1A3
Tél.: (514) 631-6780

M. Bertrand de la PERRIÈRE
Publicité Ronalds-Reynolds Ltée
1801, McGill College
Montréal, Qué. H3A 1W3
Tél.: (514) 849-9401

M. Louis ROBERT
Services Investors Ltée
920-1080, Côte Beaver Hall
Montréal, Qué. H2Z 1S8
Tél.: (514) 395-2260

Mme Catherine VANEK
CVS Inc.
4153 Marlowe Ave.
Montréal, Qué. H4A 3M3
Tél.: (514) 481-7483

action

Canada France

BULLETIN D'ABONNEMENT

SUBSCRIPTION ORDER

Nom / Name _____
Compagnie / Company _____
Adresse / Address _____
Ville / Town _____
Code Postal / Code _____
Téléphone / Phone _____

Ci-joint mon chèque ☐
Payment enclosed

Veuillez me facturer ☐
Please bill me

\$ 15 Canada
\$ 20 France et autres Pays/France and other countries
10 numéros annuels / 10 issues a year

360 Saint-François-Xavier
1^{er} Étage, Montréal, Québec
Canada H2Y 2S8

Téléphone: (514) 281-1246
Télex: 055-62358

Un partenaire de choix...

AU QUÉBEC

**△ Charette, Fortier, Hawey
Touche Ross**

ET EN FRANCE

BDA/Touche Ross

MARTINEAU WALKER AVOCATS

AGENTS DE BREVETS ET MARQUES DE COMMERCE

3400, La Tour de la Bourse
800, Carré Victoria
Montréal, Canada H4Z 1E9
Téléphone (514) 397-7400
Sans frais d'interurbain 1-800-361-6266
Bélinographe (514) 397-7600
Télex 05-24610 BUOY MTL

Bureau 1100, Immeuble 'La Laurentienne'
425, rue St. Amable
Québec, Canada G1R 5E4
Téléphone (418) 647-2447
Sans frais d'interurbain 1-800-463-2827
Bélinographe (418) 647-2455

**Deloitte
Haskins - Sells**

comptables agréés / Chartered Accountants

Montréal

Bureau 3210, Edifice de La Banque Royale du Canada
1, Place Ville-Marie, Montréal (Qué.), H3B 2W3 — 514-861-9311

**Normandin
Barrière - Courey**

Laval

2, Place Laval, Bureau 300
Laval (Qué.), H7N 5N6 — 514-382-4010

Représentation en France:

MULTICONSULT / PAREX

96, Avenue d'Iéna 75116 PARIS — 723.53.21

Nouvelles de la Chambre

Votre carte de membre, un investissement productif vous assurant un rendement en perpétuelle croissance

CARTE ITC:

La carte «International Travel Card» adressée à tous nos membres permet d'obtenir des réductions sur la vente de biens et de services proposés en France et hors de France.

Le récapitulatif de ces biens et de ces services a donné lieu à la publication des documents accompagnant votre carte personnalisée.



RABAIS INTER-MEMBRES

Pour ce qui est du Canada plus particulièrement, plusieurs des adhérents de la Chambre de commerce et d'industrie française ont déjà répondu favorablement à son questionnaire «Ristournes et Rabais Inter-Membres. Ce sont les suivants:

A — BIENS

Éditions Hurtubise H M L Ltée — Livres
Marcel Didier Inc.
7360, boul. Newman
Ville LaSalle H8N 1X2
Remise: 20 %

Les Distributions de Café RODO Inc.
Montréal — Laval — Rive-sud
Installation et livraison gratuites.

Diffusion R2 Inc.
1000, St-Antoine Ouest, bureau 115
Montréal H3C 3R7
Tél. 861-7427
Vêtements marins, chasse et pêche
Escompte: 25 %

B — SERVICES

Boulangier Inc. — Imprimerie
9801, boul. Parkway
Montréal H1J 1P4
Tél. 353-2220

5 à 10 % de réduction
Maquette gratuite sur toute consultation pour un projet de communication graphique (Rapport annuel, Brochure, Catalogue...)

Gagné, Alferez

2075 Université, bureau 1702
Montréal H3A 2L1
Droit commercial, fiscal, immigration
Réduction du tarif horaire

Centre International Linguistique Bouchereau

214, rue du St-Sacrement
Montréal H2Y 1W8
Tél. 842-3847
Cours de langue
Réduction de 5 à 10 %

Traductor

2150, rue St-Mathieu
Montréal H3H 2J4
Tél. 932-6330
Télécopieur: 932-0632
Réduction de 10 % sur la facturation normale

Kuehne & Nagel

625, Dorchester Ouest
Montréal H3B 1R2
Tél. 397-9900
Télécopieur: 395-2410
Réduction de 10 % sur les honoraires de courtage
Réduction de 5 % sur la facture de transport effectuée à l'élaboration du devis.

**N'HÉSITEZ SURTOUT PAS
À LEUR RENDRE VISITE**

Le coin des affaires

Les missions individuelles ou collectives concernant les secteurs d'activités suivants séjourneront aux dates indiquées.

Merci si vous êtes intéressé à les rencontrer de bien vouloir téléphoner au (514) 281-1246 (personne à demander: M. Christian CHATTEY).

Septembre:

15 au 24 imprimantes à jet d'encre pour le marquage industriel et commercial. (Réf. 32.13)

15 au 30 chauffe-eau et chauffages électriques muraux et mobiles. (Réf. 85.12)

22 au 23 cadeaux de luxe et cadeaux d'entreprises, linge de maison haut de gamme. (Réf. 62.02)

22 au 23 jus de fruits et sirops tropicaux, rhum. (Réf. 20.07 — 22.09)

28 au 05 jus de fruits, alcools et spiritueux. (Réf. 20.07 — 22.09)

Octobre:

03 au 12 pinces ampéremétriques, cartes informatiques et électroniques, recrutement et formation de personnel, sacs d'emballage, lampes d'éclairage, nettoyage industriel, garnissage et rouleaux caoutchoucs, emboutissage de métaux, joints de caoutchouc, outils coupants, fertilisant naturel, fourrures synthétiques, cognac et spiritueux, mécano-soudure, serrurerie, chaudronnerie. (Réf. SN — P.M.I.)

04 au 11 pour toute information complémentaire concernant les propositions d'affaires suivantes, veuillez approcher M. Laurent MARCHAL au 288-4848.

Caméras rapides, lectrices de films, appareils électroniques de traitement des eaux, gradateurs lumineux, pupitres de commande manuelle, charrues et matériel de travail du sol, produits soins des pieds, coffret secours, antimoustiques, produits de tablette, interrupteurs horaires, crépusculaires, programmeur de chauffage, délesteurs, horloge thermostat, thermostats électroniques, régulateur de trafic, matériel de gestion du trafic urbain, aide à l'exploitation du transport en commun, assistance technique, ingénierie électronique, informatique, traitance, armement, absorbeur d'humidité, déshydratateur d'air (industriel), transmissions hertziennes, par fibres optiques, système de téléaffichage, surveillance, changes complets, produits hygiéniques à usage unique, machines fabricant ces produits.



DEMANDE D'ADHÉSION

Remplir l'une des trois formules suivantes:

1 — MEMBRE D'HONNEUR

Nom de la Société: _____

Adresse: _____ Tél.: _____

Genre d'affaires: _____

Joindre une liste indiquant le nom des personnes (huit au maximum) qui représenteront votre Société.

2 — MEMBRE CORPORATIF

Nom de la Société: _____

Adresse: _____ Tél.: _____

Genre d'affaires: _____

Joindre une liste indiquant le nom des personnes (trois au maximum) qui représenteront votre Société.

3 — MEMBRE INDIVIDUEL (sous réserve de l'approbation du Conseil d'administration)

Noms et prénoms: _____

Adresse privée: _____ Tél.: _____

Profession: _____

Nom de la compagnie: _____

Adresse professionnelle: _____ Tél.: _____

Genre d'affaires: _____

Nom de deux membres de la Chambre qui seront vos parrains:

M.: _____

M.: _____

COTISATIONS ANNUELLES

Membre individuel	
Membre Corporatif:	350 \$
(comprenant les 3 représentants)	
Membre d'honneur:	900 \$
(comprenant les 8 représentants)	

Vous pouvez effectuer votre règlement par chèque bancaire
à l'ordre de la Chambre de Commerce Française au Canada.

Sections: CALGARY
Daon Building, Suite 2100
444, 5^e Avenue SW
Calgary
Alberta T2P 2T8
Tél. (403) 264-3170

QUÉBEC
888, rue St-Jean
2^e étage
Québec
Québec G1R 5H6
Tél. (418) 647-3151

MONTREAL
360 Saint-François-Xavier
Montréal
Québec H2Y 2S8
Tél. (514) 281-1246

TORONTO
P.O. Box 6236, Station A
Toronto
Ontario M5W 1P6
Tél. (416) 224-5655

VANCOUVER
N° 306, 1530, 8^e Avenue
Vancouver
B.C. V6J 4R8
Tél. (604) 736-4461

Nouvelles de la Chambre

Nouveaux services

Rabais et ristournes inter-membres

Objectif:

Valoriser l'adhésion à la Chambre de Commerce et d'industrie française au Canada (C.C.I.F.C.) par l'obtention — sur présentation de la carte de membre — de rabais effectués sur les marchandises ou prestations offertes par un adhérent aux autres adhérents.

Moyens mis en oeuvre:

- Collecte des indications apportées par les membres de la C.C.I.F.C. intéressés à augmenter l'importance de leur clientèle par cette action de promotion.
- Diffusion de ces indications auprès de chacun des adhérents à la C.C.I.F.C.

Modalités financières:

- Avoir payé sa cotisation à la C.C.I.F.C.
- Présenter sa carte de membre pour obtenir les réductions offertes.

Remboursement de la T.V.A.

Objectif:

Permettre aux *entreprises non communautaires* — lorsque cette récupération est possible — d'obtenir le remboursement de la T.V.A. qu'elles auraient versée dans l'un des pays membres du Marché Commun Européen.

Moyen mis en oeuvre:

La Chambre de commerce et d'industrie française au Canada n'étant pas habilitée à intervenir directement a conclu un accord avec un organisme agréé en tant que représentant fiscal auprès du Centre des non-résidents de la Direction générale des impôts.

Modalités financières:

Pas de paiement sans recouvrement préalable.	
de 1,00 \$ à 1 000 \$	20 % des sommes perçues
de 1 000 \$ à 5 000 \$	10 % des sommes perçues
au-dessus de 5 000 \$	sur devis.

Recouvrement de créances

Objectif:

Permettre aux créanciers non payés de recouvrer — dans toute la mesure du possible — les sommes qui leur sont dues.

Moyens mis en oeuvre:

La Chambre de commerce et d'industrie française au Canada n'ayant pas autorité juridique pour intervenir au delà d'une simple tentative de résolution amiable a conclu un accord avec une société spécialisée dans les recouvrements de créances.

Elle n'intervient que sur demande expresse du créancier.

Modalités financières:

Pas de paiement sans recouvrement préalable.	
de 1,00 \$ à 1 000	20 % des sommes perçues
de 1 000 \$ à 5 000 \$	10 % des sommes perçues
au-dessus de 5 000 \$	sur devis.

Conseil d'arbitrage

Objectif:

Permettre, en évitant le recours aux tribunaux, d'apporter une solution plus rapide et moins coûteuse aux différends, la sentence rendue par le Conseil d'arbitrage ayant valeur de jugement.

Moyens mis en oeuvre:

Conformément à ses statuts, la Chambre de commerce et d'industrie française au Canada a institué un Conseil d'arbitrage.

Ce Conseil d'arbitrage a adopté les règlements nécessaires à son bon fonctionnement.

De plus, la Chambre tient à la disposition des entreprises intéressées un exemple type de clause d'arbitrage à intégrer dans les contrats.

Modalités financières:

Droit d'ouverture de dossier: 100,00 \$
Heure d'arbitrage: 150,00 \$

Le Conseil d'arbitrage se réserve le droit — après étude préalable du dossier qui lui est soumis — de travailler sur devis.

Nouvelles de la Chambre

La responsabilité des administrateurs de sociétés anonymes

Bernard Lette*
Kenneth Weissberg**
Cabinet LETTE & ASSOCIÉS
Montréal — Toronto — Paris —
New York

Le préjudice

La responsabilité des administrateurs ne se trouve engagée que si la faute commise a engendré un préjudice. Le dommage est généralement matériel. Il pourrait également être moral dans le cas d'un actionnaire estimant avoir été diffamé par la direction dans un rapport présenté à une assemblée générale ou communiqué au public. Conformément aux principes du droit, il faut qu'il existe un lien de causalité entre la faute et le préjudice.

Mise en jeu de la responsabilité des administrateurs

La responsabilité est individuelle lorsqu'une faute peut être imputée à un administrateur déterminé et à lui seul. Il en est ainsi lorsqu'un administrateur commet une faute lors de l'accomplissement d'une mission ou d'un mandat exceptionnel.

La responsabilité est, au contraire, solidaire lorsque la faute est commune ou collective, c'est-à-dire lorsqu'elle est l'oeuvre du conseil d'administration tout entier. Chaque administrateur, pour dégager sa responsabilité, doit établir qu'il a désapprouvé la décision prise par le conseil; il faut donc que ses protestations motivées soient consignées au procès-verbal.

La responsabilité des administrateurs étant, en principe solidaire, chaque administrateur

peut être tenu de payer l'intégralité du montant de la réparation. Mais cette condamnation solidaire ne s'oppose en aucune façon à ce que la dette soit répartie entre eux dans des proportions inégales, s'il apparaît que les responsabilités encourues par chacun d'eux n'ont pas eu la même importance dans la réalisation du dommage. En tout état de cause, l'administrateur condamné solidairement, qui a payé, peut se retourner contre les autres administrateurs pour leur demander leur contribution telle qu'elle résulte du jugement de condamnation solidaire, ou, à défaut de partage de responsabilité, telle qu'elle ressort d'une répartition «par tête».

Action en responsabilité

L'action en responsabilité peut être individuelle ou sociale.

L'action individuelle appartient à celui (actionnaire ou tiers) qui a personnellement subi un préjudice, indépendamment du préjudice éventuellement subi par la société. Il en est ainsi, par exemple, lorsqu'un actionnaire reproche à un administrateur d'avoir détourné les dividendes qui lui étaient destinés; lorsqu'un actionnaire se plaint d'avoir systématiquement été tenu à l'écart des assemblées générales; lorsqu'un administrateur a présenté des comptes inexacts afin d'empêcher la distribution de dividendes; lorsqu'un actionnaire a dû souscrire à une augmentation de capital dans des conditions défavorables pour ne pas laisser amoindrir sa position dans la société.

Les dommages-intérêts alloués au demandeur lui reviennent personnellement, alors que dans le cadre d'une action sociale, les dommages-intérêts sont versés à la société.

L'action sociale, destinée à réparer le préjudice subi par la société, est exercée par exemple en cas d'irrégularité ou d'omission lors de la constitution, ou d'une modification des statuts ou en cas de faute de gestion. Elle est exercée, en principe, par les représentants légaux de la société: nouveaux dirigeants majoritaires contre les minoritaires.

Le législateur a toutefois prévu le cas où les dirigeants sociaux, soit parce qu'ils détiendraient la majorité du capital et seraient fort peu sociés de s'assigner eux-mêmes, soit parce qu'ils estimeraient qu'une action en responsabilité serait susceptible de nuire à la réputation de la société en attirant l'attention des tiers sur ses luttes intestines, n'exerceraient pas cette action.

Le législateur a donc prévu que l'action sociale peut également être exercée: soit par un groupe d'actionnaires représentant au moins le vingtième du capital social; soit par un actionnaire agissant individuellement.

Le législateur s'est également efforcé d'assurer le libre exercice de cette action. Ainsi, l'article 246 de la loi du 24 juillet 1966 prévoit que: «est réputée non écrite, toute clause des statuts ayant pour effet de subordonner l'exercice de l'action sociale à l'avis préalable ou à l'autorisation de l'assemblée générale, ou qui comporterait par avance renonciation à l'exercice de cette action». «Aucune décision de l'assemblée générale ne peut avoir pour effet d'éteindre une action en responsabilité contre les administrateurs pour faute commise dans l'accomplissement de leurs fonctions».

Il est donc essentiel de souligner que le quitus donné aux administrateurs est sans effet quant à une éventuelle action en responsabilité qui peut toujours être introduite

LETTE & ASSOCIÉS

Avocats
Agents de marques de commerce
Barristers & Solicitors
Trade Mark Agents

MONTRÉAL

615 ouest, Bd Dorchester
Montréal, P.Q. H3B 1P9
Tél.: (514) 871-3838
Télex: 05-24456 Lexinter Mtl
Téléfax: (514) 876-4217

TORONTO

181 University Ave
Toronto, Ont. M5H 3M7
Tél.: (416) 361-1166
Télex: 06-218499 Letwhit Tor
Téléfax: (416) 361-1861

BUREAUX EUROPÉENS

3, rue du Boccador	10, rue Pierre Fatio
75008 PARIS	1211 GENÈVE 3
Tél.: (1) 47.23.62.03	Tél.: (22) 21.50.41
Télex: Lette 640274F	Télex: 421431 JAW CH
Téléfax: (1) 47.20.76.79	Téléfax: (22) 21.55.52

tant qu'elle n'est pas prescrite, à savoir par trois ans à compter du fait dommageable ou, s'il a été dissimulé, de sa révélation.

Jusqu'ici nous avons essayé de dégager les nombreuses obligations, prévues par la loi du 24 juillet 1966 relatives aux sociétés commerciales et qui pèsent sur les dirigeants de sociétés anonymes. À cet égard, nous nous sommes attachés à déterminer la responsabilité civile des administrateurs lorsque la société est in bonis.

Dans la partie qui va suivre, nous allons examiner la responsabilité pénale et la responsabilité aggravée pesant sur les dirigeants lorsque la société a fait l'objet d'un jugement de redressement ou de liquidation judiciaire.

Responsabilité pénale

La loi du 24 juillet 1966 et les textes subséquents précisent les incriminations spéciales au droit pénal des sociétés et les peines applicables.

Il existe donc actuellement un véritable droit pénal des sociétés dont l'analyse ne saurait être entreprise dans le cadre forcément limité de cet article. En effet, une rémunération de toutes les infractions dont peuvent se rendre coupables les administrateurs de S.A. n'est ici pas possible. Au contraire, nous voudrions mettre l'accent sur deux délits qui se rapportent à l'obligation générale de bien gérer qui pèse sur les administrateurs; le délit d'usage frauduleux des biens ou du crédit de la société, et le délit d'abus des pouvoirs et des voix.

L'abus des biens ou du crédit de la société

Aux termes de l'article 437 de la loi du 24 juillet 1966:

«Seront punis d'un emprisonnement d'un an à cinq ans et d'une amende de 2 000 à 2 500 000 Frs ou de l'une de ces deux peines seulement: «...le président, les administrateurs ou les directeurs généraux d'une société anonyme qui, de mauvaise foi, auront fait des biens ou du crédit de la société un usage qu'ils savaient contraire à l'intérêt de celle-ci à des fins personnelles ou pour favoriser une autre société ou entreprise dans laquelle ils étaient intéressés directement ou indirectement.»

Par usage des biens, il faut entendre tout acte d'administration ou de disposition portant sur le patrimoine social, qu'il soit mobilier ou immobilier, et par usage du crédit toute opération qui comporte un engagement de la signature sociale, même sans donner lieu à paiement.

Il en est ainsi à titre d'exemple:

- du fait de se faire consentir par la société un découvert en compte-courant
- du détournement d'un prêt contracté pour le compte de la société
- de l'acceptation d'effets émis en contrepartie d'un prêt accordé par une banque au profit d'une autre société ayant le même administrateur
- du remboursement par une société, et sans aucun intérêt pour elle, d'un emprunt hypothécaire contracté par une autre société, toutes deux gérées par la même personne
- d'opérations réciproques de financement.

(à suivre)

NOUVELLES...

Les programmes d'aide financière demeurent mais deviennent un outil incitatif

Daniel Johnson
Ministre de l'Industrie et du Commerce

Montréal, le 15 août 1986 — Monsieur Daniel Johnson, ministre de l'Industrie et du Commerce, a participé aujourd'hui à la présentation du rapport annuel 1985-1986 de la Société de développement industriel (SDI) dans le cadre d'une conférence de presse tenue à Montréal. Monsieur Johnson a affirmé lors de cette présentation que l'aide financière demeure un moyen pour le gouvernement de cibler son intervention dans l'économie. Toutefois, il a précisé qu'il existe également d'autres mesures qui encouragent le développement économique. «Le gouvernement peut, par exemple, contribuer au développement économique en allégeant la réglementation et en adoptant des mesures législatives sociales et économiques adaptées aux besoins actuels de la société québécoise», a-t-il ajouté.

Monsieur Johnson a souligné qu'un programme d'aide financière doit avant tout être un outil incitatif pour les entreprises afin qu'elles puissent réaliser des projets d'investissement. «Il ne s'agit plus pour le gouver-

nement de distribuer à tous les entrepreneurs 10 % du coût des projets d'investissement. Le gouvernement peut participer financièrement à des projets qui, sans appui, ne pourraient voir le jour, au moment pertinent, peut-être à cause du risque trop élevé qu'une entreprise doit prendre ou encore parce qu'elle veut réaliser un projet majeur par rapport à sa taille. En outre, le gouvernement s'est donné comme priorité d'appuyer les entreprises qui développent les marchés extérieurs et d'encourager le développement de nouvelles technologies», a déclaré monsieur Johnson.

Cette approche reflète le rôle de catalyseur et non d'entrepreneur qu'entend jouer le gouvernement libéral. Il est un partenaire disposé à partager les risques d'un projet à condition que l'entreprise soit prête à investir elle-même les fonds nécessaires.

Le gouvernement veut que ses programmes répondent aux besoins actuels du Québec tout en assurant une gestion saine des fonds publics. C'est pourquoi le 31 mars passé, le programme de financement des entreprises (PFE), qui était un programme conjoncturel, n'a pas été renouvelé, que le 1er mai, le programme d'accès à la bourse a été annulé et que le 5 juin, le volet prise en charge d'intérêts du Prêt de capitalisation (CAP) a été retiré.

Dès la fin de l'hiver, un comité de révision des programmes de la SDI a été constitué, d'une part pour rationaliser l'intervention gouvernementale dans l'économie du Québec et, d'autre part, pour participer à son développement économique tout en se conformant à la philosophie du gouvernement.

C'est ainsi que le gouvernement se trace de nouvelles directions qui lui sont imposées en partie par la conjoncture des finances publiques, mais surtout par une philosophie de partenariat avec l'entreprise.

SOURCE: Suzanne Michaud
Attachée de presse
Tél.: (514) 873-3467



CONFIEZ VOS RÉCEPTIONS À UN GRAND MAÎTRE

Dans notre salle, chez-vous ou l'endroit de votre choix.

FINE CUISINE FRANÇAISE:

Buffet — Repas chaud — Cocktail
Vin et fromage — Bar

Prop.: Henri Delaporte, votre chef
Janine Routhier, votre hôtesse

Henri Delaporte Enr.

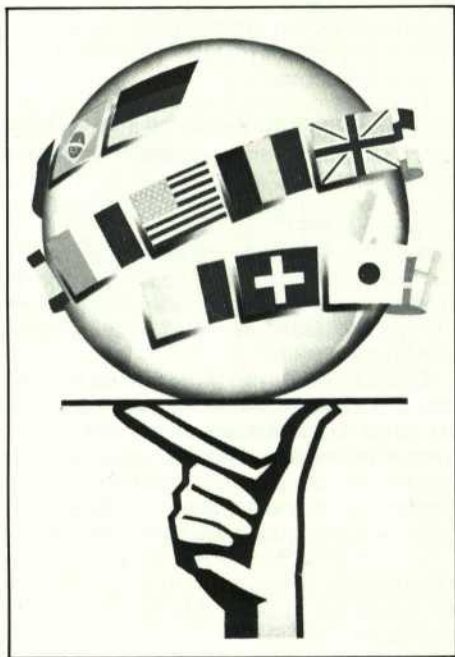
Maître-Traiteur
500, Grande Côte
St-Eustache J7P 1K4

472-6268

Bureau
Sur rendez-vous
Du lundi au vendredi

Service professionnel
24 heures — 7 jours
Dans un rayon de 100 km

ÉQUIP'HÔTEL:
Salon international
des C.H.R. et des
collectivités
Paris — Porte de
Versailles
19 au 27 octobre 1986
9 h 30 — 19 h



Depuis 33 ans, le salon ÉQUIP'HÔTEL est le rassemblement mondial de tous les professionnels de la restauration, de l'hôtellerie, des bars et cafés, et des responsables de collectivités.

Cette année, vous découvrirez de nouvelles techniques, de nouveaux équipements, de nouveaux produits alimentaires et de nouveaux services.

Vous dégusterez les produits traditionnels de notre gastronomie, dont la réputation a fait le tour du monde. Vous assisterez à des démonstrations culinaires assurées par les grands chefs de la cuisine française. Vous constaterez les progrès réalisés dans le domaine agro-alimentaire: produits lyophilisés, légumes de la 4e gamme, plats semi-

préparés, surgelés, appertisés, sous vide ou de longue conservation.

Vous trouverez une réponse à vos besoins parmi un choix exceptionnel de systèmes informatiques, d'équipements et de machines présentés en fonctionnement par les plus grands fabricants français et étrangers. Tous les distributeurs du monde se donnent rendez-vous à Equip'Hôtel.

Vous rencontrerez l'ensemble de l'industrie hôtelière française, une industrie qui a su créer des solutions originales d'hébergement et de restauration issue de nos traditions. Les cabinets d'ingénierie, les franchiseurs, les sociétés de gestion, les chaînes d'hôtellerie et de restauration vous attendent.

Paris-Nord/Villepinte
Le nouvel espace
d'emballage 86

En 1986, le 27e Salon international de l'emballage s'offre un environnement mieux adapté à sa taille, à sa fonction et à son évolution en quittant le parc de la Porte de Versailles. Un déménagement qui correspond bien à la nécessité pour le secteur de l'emballage et du conditionnement de s'exprimer sur une plus grande échelle, plus librement, dans un cadre enfin élargi, à la hauteur de ses ambitions.

Avec Paris-Nord/Villepinte, EMBALLAGE 86 a trouvé la réponse à la croissance de ce marché fondamental: 110 000 m² d'exposition (70 000 m² de stands), soit une progression de surface de 40 % par rapport à 1984.

Bénéficiant d'une conception ultramoderne, le nouveau parc de Paris-Nord/Villepinte permet enfin de renforcer et d'équilibrer le panorama des produits et des services présentés.

Situé à 20 minutes du centre de Paris, grâce au métro régional (R.E.R.), desservi directement par les autoroutes depuis les grandes métropoles européennes, à 3 minutes de l'aéroport Roissy-Charles-de-Gaulle, le parc de Paris-Nord/Villepinte est l'endroit idéal pour réunir les 120 000 professionnels attendus à EMBALLAGE 86. De plus, Paris-Nord/Villepinte dispose, à proximité immédiate, de tous les

équipements de la région parisienne, notamment son parc hôtelier de 60 000 chambres.

Les moyens exceptionnels ainsi mis en oeuvre, les conditions incomparables d'exposition feront gagner un temps précieux aux visiteurs et augmenteront de ce fait l'efficacité du salon pour tous.

Optimiser les contacts, faire le point dans les meilleures conditions sur les nouveautés et permettre à tous les secteurs techniques et économiques de l'emballage d'être amplement représentés, voilà ce qu'apporte Paris-Nord/Villepinte à EMBALLAGE 86. Pour vous, c'est allier le confort de la visite à la certitude de développer des échanges fructueux et de prendre les meilleures décisions d'investissement ou d'achat.

3e SIMAVIP, le
rendez-vous
international de
l'élevage intensif

Le troisième SIMAVIP se tiendra du 2 au 5 décembre 1986 au Parc des Expositions de Paris-Nord Villepinte.

Le SIMAVIP est le salon international des équipements, matériels, produits, souches et des techniques propres à l'élevage intensif hors-sol ou non.

La France tient une place prédominante dans le domaine de la production de viande des diverses volailles, des lapins, des oeufs, et des porcs, au sein de la C.E.E., comme par ailleurs dans le domaine des autres élevages intensifs hors-sol, gibiers, veaux de boucherie, etc.

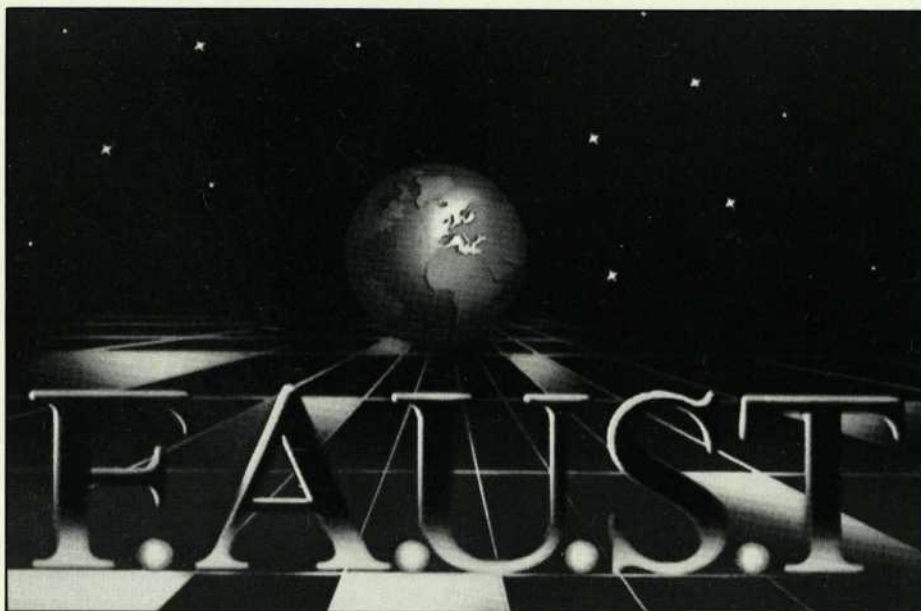
Tout ce qui peut en Europe, en logement des animaux, alimentation, santé, productivité, améliorer les performances des élevages s'y trouve rassemblé.

Le SIMAVIP est donc tout naturellement le rendez-vous à ne pas manquer.

SITEVI

Le 10e Salon professionnel international des techniques et équipements viti-vinicoles et arboricoles SITEVI aura lieu au Parc des Expositions de Montpellier-Fréjorgues, France, du 25 au 27 novembre 1986.

En 1985, SITEVI a rassemblé plus de 600 exposants sur une surface de 29 678 mètres carrés et il a reçu 33 500 visiteurs professionnels.



F.A.U.S.T. Marché international des technologies de la création Toulouse, Parc des Expositions du 21 au 26 octobre 1986

L'originalité du Forum des Arts de l'Univers Scientifique et Technique: F.A.U.S.T. apparaît à travers les multiples manifestations et activités qui enrichiront et garantiront le succès public et économique de ce MARCHÉ INTERNATIONAL DES TECHNOLOGIES DE LA CRÉATION.

Quatre marchés en un seul

F.A.U.S.T. dans un souci de faciliter le passage vers les nouvelles technologies, regroupe les quatre domaines essentiels qui conduisent la création:

- l'IMAGE (le visuel),
- la MUSIQUE et le SON (le savoir écouter),
- le LANGAGE (l'écrit et l'expression orale),
- les ARTS du SPECTACLE (le mouvement).

Animation culturelle

De nombreuses manifestations développeront au-delà des «clients» habituels des salons, un marché en pleine expansion en l'élargissant vers des publics nouveaux.

- Activités de diffusion: concerts, expositions, films, bandes de démonstration...
- Activités de formation: ateliers, stages...
- Concours: utilisation de matériels et de produits exposés.

Rencontres pour ouvrir le XXI^e siècle

De nombreuses personnalités de stature nationale et internationale: artistes, chercheurs, philosophes, hommes de communication, responsables industriels seront présents à F.A.U.S.T.

Ils proposeront témoignages et réflexions sur les nouvelles recherches et pratiques créatives.

Ils s'interrogeront également sur la partie économique et sociale de la collaboration de l'artiste, de l'ingénieur et du savant et de leur confrontation avec le financier à travers la notion «d'industrie culturelle».

Pourquoi F.A.U.S.T. à Toulouse

Toulouse, ville d'art et de culture, métropole européenne des technologies avancées, deuxième ville universitaire de France, confirme avec F.A.U.S.T. sa vocation de ville du futur.

MIDEST le m² le plus productif du monde

Le MIDEST (Marché international de la sous-traitance) a confirmé une fois de plus qu'il était bien le premier rendez-vous au monde consacré à la promotion technologique et commerciale de la sous-traitance.

En effet, en 1985 à Paris-Nord, des records ont été battus: 2022 exposants de 20 pays sur 27 144 m² de stands ont accueilli 53 741 visiteurs en provenance de 45 pays. Plus de 80 % des exposants satisfaits de leurs résultats. Des milliers de contacts et plusieurs contrats signés ont fait cette année encore du MIDEST le m² d'exposition le plus productif du monde.

En 1986, Preneurs d'ordre et Donneurs d'ordre du monde entier feront, de nouveau, le déplacement au Parc des Expositions de Lyon-Chassieu du 20 au 24 octobre 1986. Ne laissez pas passer cette occasion!

Pendant 5 jours seulement les preneurs d'ordres des secteurs de la transformation des métaux, du plastique-caoutchouc, de l'électricité-électronique et des produits semi-finis, proposeront solutions et services à leurs partenaires. Cette collaboration sera la clé qui ouvrira la porte à un partenariat efficace.

Exposants? vous pourrez présenter votre savoir-faire à des professionnels ayant des problèmes de sous-traitance à résoudre.

Visiteurs? vous rencontrerez des industriels compétents et spécialistes de leurs secteurs d'activités.

Au MIDEST, le m² est productif... Profitez-en!

Pendant le MIDEST, visitez également SECUREXPO (Salon de la protection de l'homme au travail).

Renseignements:



progexo

C.P. 911, Place Bonaventure
Montréal, Québec H5A 1E7
Téléphone: (514) 861-7841
Télex: 05-25534 Progexo Mtl

NEWS ...

"SITEVI" Montpellier 25-27-27 novembre Parc des Expositions de Montpellier- Fréjorgues

The 10th Professional International Exhibition of Grape and Fruit-Tree Growing and Wine Making Equipment "SITEVI" will be held at the Parc des Expositions of MONTPELLIER-FRÉJORGUES, France, from November 25th to 27th, 1986.

In 1985, "SITEVI" brought together more than 600 exhibitors in a space of 29,678 square metres and welcomed 33,500 professional visitors.

The 3rd SIMAVIP, The International Rendez- vous for Intensive Breeding

The third edition of SIMAVIP is to be held from the 2nd to the 5th of December, 1986, at the Paris-Nord Villepinte exhibition grounds. SIMAVIP is the international trade show for equipment, material, products, stock and techniques related to ground and off-ground intensive breeding.

France plays a leading role in the field of meat and food production within the E.C.C., including poultry, rabbits, eggs and pigs, and is a top country for other forms of intensive, off-ground breeding, such as game fowl, calves for slaughter, etc.

Everything and everybody in Europe now contributing to animal shelter, foodstuffs, health, productivity and higher breeding performance will be present at the show.

That's why SIMAVIP is quite naturally the rendez-vous not to be missed.

For information:

PROMOSALONS — FRENCH TRADE EXHIBITIONS

210 Dundas Street West — Suite 800
Toronto, Ontario M5G 2E8
Téléphone: (416) 977-7320
Télex: Comatta TOR 06-22434



12th International Food Products Exhibition

This year, for the first time, SIAL will be held in the new PARIS-NORD Exhibition Centre, where it will occupy all available space, i.e. 116,500 square metres.

Almost 4,000 foreign and French companies will present products from 70 countries, more than 50 of which under the national pavilion.

SIAL is regularly attended by trade visitors who come from over 120 countries with a view to obtaining information on the food markets, meeting their usual suppliers, seeking new ones and doing business.

Among them:

- 32% belong to food processing
- 35.3% belong to the food trade
- 5.7% belong to catering
- 27% are suppliers of goods and services or others

Exhibitors and visitors will benefit from all the advantages offered by this change in location:

- ease accesses,
- huge parking areas,
- modern, rational premises,
- all the services enabling professionals to work under the best conditions of efficiency.

Emballage 86 27th International Packaging Exhibition 13-20 November 1986 — Paris-Nord/ Villepinte Closed on Sunday 16 November Packs and Packaging in the Catering Sector

Commercial and institutional catering is a relatively large market for the packaging industries. Although the vast range of products, uses, intermediaries and demand makes it difficult to set an overall figure on the size of the market, it is clearly expanding. It is a sector which calls for highly refined quantitative and qualitative marketing approaches from prospective suppliers.

The market is expanding because catering is increasingly using products which are industrially semi-prepared, and for which transit packaging is therefore necessary. This trend is not the result of pressure exerted by powerful agri-food industries, but has developed because catering companies are anxious to incorporate a number of technological advances

Changes on the French Capital Markets

By Bernard Fleury

A series of innovations, which has been under way since 1985 in France, has brought about profound changes in the banking and financial system. Circuits and products available have been diversified with the opening up of the money market and the introduction of securities negotiable in the short and medium term. New techniques of protection against the risk of rate variations are appearing: creation of the MATIF (Financial Futures Market); development of options, swaps and agreements on rates (FRA, CAPS, etc.). This financial "evolution" will have significant consequences on the activity of financial intermediaries and on the implementation of monetary policy.

I- The New Formulae

The money market is no longer the central bank money interbank market on which the Banque de France supplies liquidity to the banking system, which is structurally a borrower. For the opening up of the money market means that the non-financial agents which did not previously have access to this short-term compartment of the capital markets now have formulae which are negotiable at short and medium term: "Certificats de dépôt" with an initial maturity of between 10 days and 2 years, "Bons du trésor négociables", between 3 months and 5 years, and "Bons des institutions financières spécialisées", between 2 and 7 years.

An examination of the effects of the opening up of the money market raises questions about the evolution of the role of banks. The first problem is that of disintermediation, which may lead to a decrease in banks' balance sheet totals: will the issue of Certificats de dépôt offset the loss of resources caused by the existence of Billets de trésorerie and Bons du trésor négociables? Are not the Billets de trésorerie likely (at least partially) to take the place of short-term loans?

Banks are not, however, excluded because they play an intermediary role in the issuing of Billets de trésorerie (domiciliation of the back-up line, investment role, etc.). But this phenomenon of disintermediation together with the narrowing of banks' interest spreads, means that commissions will have a more important role in the future.

II- New Techniques for Covering Rate Risks

The new regulatory procedure for the money supply from 1987 onwards (open-market policy) will certainly increase the rate risk for agents because of the greater variability of interest rates. The need to cover this risk has led to the creation or the development of sophisticated techniques.

The MATIF (Marché à terme d'instruments financiers), opened on 20th February 1986 with a notional 10-per-cent, 10-year State Loan, has since 25th June provided protection against unanticipated variations in short-term rates thanks to the introduction of a 90-day Treasury Bill contract. Intervention on this market is simple: the same position is taken as that planned on the spot market. A company planning to issue Treasury Bills in 3 months (i.e. to borrow short term) will sell contracts immediately. If rates rise, the additional cost of the issue will be offset by a gain on the MATIF, for the price of the contract will have fallen (hence a gain when the contract is repurchased). The difficulty lies in the calculation of the number of contracts to be used so that the losses and the gains made on the MATIF and the spot market balance each other. Such a cover technique, efficient if it is properly constructed, nevertheless has two disadvantages: it is not possible to take advantage of favourable evolutions in rates (for gains on the spot market are wiped out by losses on the contract position), and it is not suitable for operations which are not absolutely certain to take place (eg tenders).

It was for these reasons that options were created. An option is a right to buy (purchase option) or to sell (sale option) a security at a price (and therefore at a rate) fixed at the outset and called the exercise price. This right can be exercised only by the buyer of an option, at the maturity date for those known as European options and at any time up to the maturity date for those known as American options. Obviously, this right will be exercised only if the evolution of rates is favourable. A company in the position described above, having purchased a sale option, would not exercise the option if spot rates fell. The cost of the cover is the premium paid at the time of purchase of the option. At present the only options in existence are by private treaty, offered by credit institutions. The advantage is that they are "made to measure" for clients. But they cannot be easily re-sold or re-purchased, and must be held until the expiry date unless they are exercised. Options negotiable on a market should be introduced in France in the near future in order to put an end to this disadvantage.

Another cover technique which appeared in 1981 on the Eurobond Market is interest-rate swaps which make it possible to convert a fixed-rate debt into floating-rate (and vice versa), or more recently to exchange floating-rates having a different reference rate. Frequently, rate swaps are coupled with currency swaps. But the principal never "changes hands", for only the interest is paid. Therefore the problem is that the counterparts have to find identical volumes of

capital, but must have widely different rate objectives. A comparison between swaps and MATIF contracts shows that they are complementary rather than in competition. For cover with contracts is not likely to exceed two years, whereas the average life of swaps is between 3 and 10 years. Secondly, in view of the development of swap operations, some banking establishments have begun to standardise them: and therefore they lose their comparative advantage of being "made to measure".

The range of cover instruments includes also Future Rate Agreements which are rate guarantee contracts. They allow an interest rate lending or borrowing to be fixed for a future period, but the philosophy behind them is slightly different from that of the other instruments because they concern rate variations only. At the end of the period, there is never an actual loan or borrowing, but only settlement in cash of the difference between the guaranteed rate and the market rate on that date. For example, if a client obtains his bank's guarantee for a lending rate (i.e. the client buys a FRA) and if the market rate is, at the end of the FRA, lower than the guaranteed rate, the bank pays only the interest difference. FRAs are tailor-made operations, and the drawback is that they are completed only when the counterpart is found, and at significant cost. On maturity, the client can place his funds in the instrument of his choice, or with any bank.

Lastly, the latest instruments created, CAPS and COLLARS date from 1983 and 1984. The former is an agreement between the seller (the bank) and the borrower, who fixes a ceiling rate, for a period up to 12 years, on a floating-rate loan. If market rates exceed this ceiling rate, the bank pays the extra interest to the lender. CAPS therefore provide protection against a rise in rates beyond a level considered acceptable while at the same time benefiting from a rate which is variable and which may therefore fall. COLLARS are more complete because they provide a floor rate in addition to the ceiling rate. This formula, less expensive than CAPS, is a substitute for swaps. The great advantage of CAPS and COLLARS is that they make it possible to borrow short term with renewal of loans, i.e. to benefit from rates lower than long-term rates while at the same time covering the risks of variation. Compared with options, CAPS provide a longer maturity for the cover period.

The use and the setting up of such sophisticated instruments calls for considerable knowhow. This is one of the main activities to be developed in the future by French banks to meet their clients' increasing needs for cover. This change in the direction of banking activity will lead to an increase in off-balance sheet operations. The banking risks are less visible in such cases, which is already a source of alarm for the monetary authorities. The Central Banks are envisaging the returning of certain of these transactions to the banks' balance sheets or into the calculation of certain ratios.

PAGE STATISTIQUE

STATISTIQUES RECENTES 1985 ET 1986

PNB/PIB réel
Livraisons
manufacturières
Ventes au détail
Mises en
chantier (,000)
Emploi
Taux de chômage
(%)
Rémunération
hebdomadaire
Prix à la
consommation
(I.P.C.)
Taux
préférentiel (%)
Taux de change
(\$ E.-U./\$ Can.)

PERIODE DE
REFERENCE (1)

4e trimestre

Mai

Mai

Mai

Juin

Juin

Mai

Juin

Juillet

Juillet

QUEBEC

CANADA

E.-U.

QUEBEC

CANADA

E.-U.

4,0

7,3

2,1

6,6

3,1

4,1

1,8

1,3

-0,8

6,8

7,5

1,4

9,1

8,1

4,1

11,8

9,9

2,4

63,0

190

1860

57,0

204

2019

2,8

3,2

2,8

1,1

2,5

2,0

10,4

9,5

7,1

10,6

9,6

7,3

1,6

2,9

1,9

2,3

2,9

2,1

4,0

3,7

1,8

5,1

4,1

1,6

-

9,75

8,00

-

10,25

8,50

-

72,33

-

-

72,34

-

APERÇU 1984 ET 1985 (2)

PNB/PIB réel
Invest. des
entreprises
Emploi
Taux de chômage
(%)
Prix à la
consommation
(I.P.C.)
Profits avant
impôts
Exportations
Importations

QUEBEC

1984

E.-U.

QUEBEC

1985

E.-U.

5,2

5,5

6,4

3,8

4,0

2,7

12,9

3,1

16,7

7,8

8,5

10,0

3,0

2,5

4,1

3,0

2,8

2,0

12,8

11,3

7,5

11,8

10,5

7,2

4,2

4,3

4,3

4,4

4,0

3,5

23,3

23,9

13,5

n.d.

4,6

- 5,3

16,0

23,7

8,5

7,2

7,2

- 2,0

23,2

25,2

26,3

5,3

12,3

6,3

Notes: (1)

Les statistiques qui apparaissent sous la rubrique "statistiques récentes" sont les taux de croissance calculés par rapport à la même période de l'année précédente, sauf indication contraire.

(2)

Les statistiques qui apparaissent sous cette rubrique sont les taux de croissance annuels, sauf indication contraire.

Sources: Bulletin économique de la Chambre de commerce du Québec en collaboration avec la Banque Nationale du Canada.

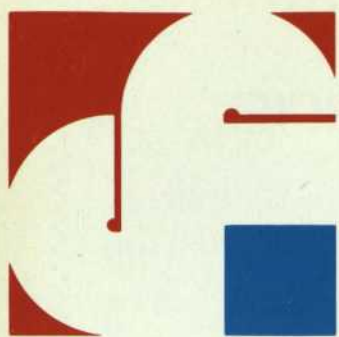
POT DE LA CHAMBRE

DERNIER MERCREDI DU MOIS

Pot nouvelle formule de 12 h à 14 h dans nos locaux:
360, St-François-Xavier.

Tenez-vous informé, ce directement à partir de nos
dossiers, des opportunités d'affaires les plus récents qui
«transitent» par la Chambre.

Nous vous attendons nombreux. Pour toute information
complémentaire, contactez directement Madame Huong
Nguyen au 281-1246.



LA CHAMBRE DE COMMERCE FRANÇAISE AU CANADA

*Votre
porte d'entrée
sur
les marchés
français
et canadiens :*

*VOUS
AIDE*



Centenaire en 1986, la Chambre de commerce française au Canada est le lieu privilégié d'échanges et de rencontres des intérêts privés franco-canadiens.

• **À VOUS FAIRE CONNAÎTRE:**

- Organisation de missions collectives ou individuelles
- Rencontres, déjeuners-débats, cocktails de présentation
- Publicité dans nos publications
- Petites annonces dans la revue
- Aide à la réalisation d'arts graphiques

• **À APPROCHER VOTRE MARCHÉ:**

- Études de débouchés
- Aide à l'adaptation de votre produit et /ou service aux exigences du marché local (contraintes juridiques, fiscales, techniques)
- Mise en rapport avec acheteurs, distributeurs potentiels

• **À ÊTRE PRÉSENT SANS DÉJÀ VOUS INSTALLER:**

- Location de bureau temporaire (à la semaine, au mois).
- Services rattachés à la notion de domiciliation: télex, photocopie, secrétariat, interprétariat.
- Diffusion de documents, mailings

Les membres bénéficient de tarifs préférentiels pour ces services.

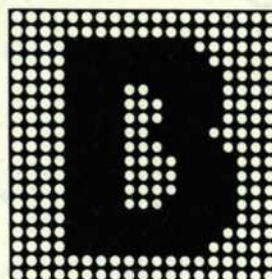
Renseignements: 360, St-François Xavier, Montréal, P.Q. H2Y 2S8
Tél.: (514) 281-1246 Téléc.: 055-62358

La Chambre, c'est aussi ses sections sur tout le Canada:
Calgary: (403) 264-3170 Toronto: (416) 593-5511
Vancouver: (604) 736-4461 Québec: (418) 647-3151

Banque Nationale de Paris (Canada)



LE SIÈGE SOCIAL À MONTRÉAL



BNP

Le groupe BNP
au Canada depuis 1961
et dans près de 80 pays

MONTRÉAL

(Siège social)
Tour BNP
1981, ave McGill-Collège
Montréal, Qué.
H3A 2W8
Tél. : (514) 285-6000

TORONTO

Aetna Canada Centre
145 King Street West
Toronto, Ont.
M5H 1J8
Tél. : (416) 360-8040

QUÉBEC

500 est. Grande Allée
Québec, Qué.
G1R 2J7
Tél. : (418) 647-3858

VANCOUVER

Suite 1201
700 West Pender Street
Vancouver, B.C.
V6C 1G8
Tél. : (604) 688-2212

SHERBROOKE

2320, rue King Ouest
Sherbrooke, Québec
J1J 2E8
Tél. : (819) 566-4883

TROIS-RIVIÈRES

1350, rue Royale
Trois-Rivières, Qué.
G9A 4J4
Tél. : (819) 373-6113