

LA PRESSE



STÉPHANIE GRAMMOND
UNE ANNÉE PRESQUE
PARFAITE PAGE 3

PORTFOLIO

FRANCHISES
POUR CRÉER DE L'EMPLOI
ET DE LA RICHESSE PAGES 9 À 11

AFFAIRES



SUPER BOWL
DE BELLES PUBS QUI VENDENT MAL
PAGE 8

↑ **S&P TSX**
13 692,38
+10,90 (+0,08%)

↑ **S&P 500**
1838,88
+19,68 (+1,08%)

↑ **DOW JONES**
16 373,86
+115,92 (+0,71%)

↑ **PÉTROLE**
92,59 \$US
+0,79 \$US (+0,86%)

↓ **DOLLAR**
91,34 ¢US
-0,86 ¢US

COGECO

DE BONS RÉSULTATS MAIS MOINS D'ABONNÉS AU CÂBLE

Cogeco a dévoilé hier de solides résultats pour le premier trimestre de son exercice. Mais le groupe québécois a perdu des abonnés au câble et en téléphonie, ce qui a fait reculer l'action de sa filiale Cogeco Câble à la Bourse de Toronto.

À LIRE EN PAGE 2



Louis Audet, président et chef de la direction de Cogeco.

PHOTO GRAHAM HUGHES, LA PRESSE CANADIENNE



CINÉMA
LE BRITANNIQUE CINESITE CRÉERA
200 EMPLOIS À MONTRÉAL PAGE 4

PHOTO FOURNIE PAR LA PRODUCTION



OFFRE D'ACHAT D'OSISKO
GOLDCORP A FAIT PLUSIEURS
APPROCHES PAGE 5

PHOTO IVANO H. DEMERS, LA PRESSE

Desjardins Assurances PRÉSENTE LE

SALON DE L'AUTO

ACHÉTEZ VOS BILLETTS EN LIGNE 17 AU 26 JANVIER PALAIS DES CONGRÈS DE MONTRÉAL

Découvrez les nouveaux modèles et...
... des voitures à faire rêver!

Faites l'essai de véhicules électriques ou hybrides rechargeables...
... dans la zone

Essais Routiers

Présenté par ZONE PERFORMANCE VW

est de retour...
... avec plus de 40 bolides modifiés à découvrir!

Présenté par CAA

LA PRESSE AFFAIRES TÉLÉCOMMUNICATIONS

COGECO

Moins d'abonnés télé, plus de profits

VINCENT
BROUSSEAU-POULIOT

Les profits sont en hausse, l'arrivée en sol américain s'est bien déroulée, mais le casse-tête de Cogeco se trouve plutôt au Canada, où ses abonnés sont de plus en plus nombreux à se débrancher du câble.

Le phénomène de débranchement du câble a beau toucher la grande majorité des distributeurs télé en Amérique du Nord, le président et chef de la direction de Cogeco, Louis Audet, n'est pas inquiet. Ni convaincu, d'ailleurs, que ce phénomène est véritablement arrivé en sol québécois, même si Cogeco Câble a perdu 9093 abonnés télé au Canada et aux États-Unis de septembre à novembre derniers, comparativement à une perte de 2076 abonnés à la même période en 2012.

« C'est vrai que nous perdons certains clients, mais nous en vendons plus à nos clients de plus grande valeur qui sont déjà chez nous, nous contrôlons mieux nos dépenses et il y a eu de modestes hausses tarifaires », dit Louis Audet.

L'analyste boursier Maher Yaghi, de Valeurs mobilières Desjardins, s'attendait à des pertes de clients un peu moins importantes.

Mieux que prévu

En revanche, Cogeco Câble a légèrement dépassé ses prévisions financières, générant des profits de 56,8 millions sur des revenus de 517 millions au premier trimestre de l'exercice 2014 contre des profits de 47,1 millions à la période correspondante de l'exercice précédent. Il s'agissait d'une hausse importante des profits (+ 20,7%) et des revenus (+ 41,0%), mais principalement parce que c'est le premier trimestre où Cogeco Câble intègre les résultats financiers de son câblodistributeur américain Atlantic Broadband, acquis pour 1,36 milliard à la fin de novembre 2012.

Dans une note aux investisseurs, Maher Yaghi recommande toujours d'acheter le titre de Cogeco Câble (cours cible: 57,50\$), même s'il s'est déprécié de 2,62% hier pour clôturer la séance à 49,00\$ à la Bourse de Toronto. Le titre de Cogeco, qui est l'actionnaire de contrôle de Cogeco Câble tout en déte-

« C'est vrai que nous perdons certains clients, mais nous en vendons plus à nos clients de plus grande valeur qui sont déjà chez nous, nous contrôlons mieux nos dépenses et il y a eu de modestes hausses tarifaires. » — Louis Audet, président de Cogeco

nant deux divisions d'affichage et de radios, s'est apprécié de 0,52% pour terminer la séance à 48,75\$. Cogeco a augmenté son dividende trimestriel à 0,22\$ par action, ce qui représente une hausse de 15,8%, ou 0,03\$ par action.

Après l'acquisition d'Atlantic Broadband à l'automne 2012, Cogeco veut maintenant respirer un peu – et réduire son taux d'endettement de 3,5 à 3,0 fois ses profits d'ici août 2015 – avant de songer à de nouvelles acquisitions. « Mais éventuellement, il y aura des occasions d'acquisition », dit Louis Audet.

Enchères du spectre sans fil

Pas question non plus de participer aux enchères du spectre sans fil de 700 MHz qui commencent aujourd'hui à Ottawa. Toutes les entreprises de télécoms exploitant un réseau de téléphonie sans fil s'arracheront ce spectre d'une qualité inégalée au pays, mais Cogeco est l'un des rares câblodistributeurs à ne pas offrir de téléphonie sans fil.



PHOTO GRAHAM HUGHES, LA PRESSE CANADIENNE

Cogeco a laissé passer les enchères sur le spectre sans fil pour se concentrer sur ses services aux entreprises, a indiqué le président et chef de la direction, Louis Audet.

« Jusqu'à maintenant, nous n'avons aucune indication que nous sommes désavantagés à cet égard, dit Louis Audet. Il n'y a à peu près personne qui nous demande ces services. S'il y avait une demande, il y aurait toujours moyen de signer une entente [avec une entreprise dotée d'un réseau de téléphonie sans fil]. »

Lors des dernières enchères du spectre sans fil en 2008, Cogeco avait aussi passé son tour. Selon Louis Audet, la suite des événements lui a

donné raison. « Parmi tous les nouveaux entrants, il n'y a que Vidéotron qui a réussi, parce que toutes ses énergies sont concentrées au Québec », dit Louis Audet, qui note que le territoire de Cogeco est plus éparpillé au Québec et en Ontario. Encore lundi soir, le plus important de ces nouveaux acteurs de 2008, Wind Mobile, a annoncé qu'il se retirait des nouvelles enchères, sans pour autant cesser ses activités.

Au lieu de se lancer dans la téléphonie sans fil, Cogeco

veut plutôt se concentrer sur ses services aux entreprises (qui représentent actuellement 17% des revenus de Cogeco Câble), ses nouveaux centres de données et ses radios. Alors que ses concurrents de télécoms (Bell, TVA, Rogers) se sont relancés à fort prix pour les droits télé de la LNH, Cogeco a renouvelé pour cinq ans discrètement, l'automne dernier, son entente de diffusion des matchs du Canadien de Montréal à la radio sur les ondes du 98,5 FM.

Corus prête à entamer une année « charnière »

LA PRESSE CANADIENNE

Corus Entertainment a affiché hier un bénéfice du premier trimestre en hausse par rapport à l'an dernier, en plus d'augmenter son dividende.

Le propriétaire de nombreuses chaînes de télévision spécialisées, de stations de radio et du studio d'animation Nelvana a indiqué que le dividende de ses actions de catégorie B, versé mensuellement, passerait à un total de 1,09\$ par action, comparativement à 1,02\$ précédemment. Pour sa part, le dividende de ses actions de catégorie A augmentera à 1,085\$ par action sur une base annuelle.

Le président et chef de la direction de Corus, John Cassaday, a attribué les plus récents résultats financiers de l'entreprise à la discipline pour le contrôle des coûts, à la réalisation d'excellentes marges au cours du trimestre malgré le ralentissement de la croissance économique et à ses activités de marchandisage.

M. Cassaday estime qu'il s'agissait d'une année charnière pour Corus, alors que la société obtient la pleine propriété de Teletoon auprès de son partenaire Astral Media, ainsi que de solides résultats pour ses marques télévisuelles de base.

Hausse du bénéfice

Corus a affiché un bénéfice de 150,9 millions, ou 1,78\$ par action, pour le trimestre clos le 30 novembre, comparativement à un bénéfice de 52,2 millions, ou 0,62\$ par action, pour la même période l'année précédente.

Le résultat comprend un gain de 127,9 millions lié à l'évaluation de sa participation dans Teletoon et des charges de 21,9 millions liées à l'acquisition et aux coûts de restructuration, ainsi qu'à d'autres dépenses non récurrentes.

Corus a acquis la participation de 50% dans Teletoon que détenait Astral Media, cette dernière ayant été contrainte de s'en défaire pour obtenir le feu vert de sa prise de contrôle par BCE, propriétaire de Bell Canada, de CTV et d'autres médias.

En excluant les éléments non récurrents, Corus a affiché un



PHOTO NATHAN DENETTE, LA PRESSE CANADIENNE

Le président et chef de la direction de Corus, John Cassaday, a attribué la bonne performance de son entreprise au contrôle des coûts et à la réalisation d'excellentes marges, malgré un contexte difficile.

bénéfice ajusté de 55,2 millions, ou 65 cents par action, en hausse par rapport à celui de 52,2 millions, ou 63 cents par action, de la même période un an plus tôt.

Les revenus pour son premier trimestre se sont chiffrés à 226 millions, par rapport à 209 millions l'année précédente.

Les analystes misaient en moyenne sur un bénéfice ajusté par action de 62 cents, à partir de revenus de 227,8 millions, d'après les

prévisions recueillies par Thomson Reuters.

La croissance des revenus est attribuable à la division de télévision de Corus, qui a vu son chiffre d'affaires atteindre 177,9 millions, contre 157,6 millions un an plus tôt. Les revenus de la division de radio ont reculé à 52,3 millions, contre 48,0 millions l'année précédente.

L'action de Corus a grimpé de 81 cents, ou 3,29%, pour clôturer à 25,40\$ à la Bourse de Toronto.

SHAW COMMUNICATIONS

Un bénéfice en hausse qui surpasse les attentes

LA PRESSE CANADIENNE

CALGARY — Shaw Communications a affiché un bénéfice en hausse pour son premier trimestre, surpassant les attentes des analystes.

Le câblodistributeur a réalisé un bénéfice de 245 millions de dollars, ou 51 cents par action, pour son trimestre clos le 30 novembre, après avoir constaté des améliorations dans chacune de ses trois grandes divisions.

En comparaison, Shaw avait engrangé un bénéfice de 235 millions, ou 50 cents par action, pour la même période un an plus tôt.

Les revenus ont progressé de 3,3%, atteignant 1,362 milliard, par rapport au chiffre d'affaires de 1,32 milliard de la même période l'année précédente.

Les analystes misaient sur un bénéfice ajusté par action de 49 cents et sur un chiffre d'affaires de 1,358 milliard, d'après les prévisions recueillies par Thomson Reuters.

Selon le chef de la direction Brad Shaw, membre de la famille fondatrice qui contrôle la société, la performance de l'entreprise a été stimulée par la croissance des activités commerciales, la discipline de recrutement de clients et la vigueur des activités internet.

Améliorer les infrastructures

La société continue de faire des investissements pour améliorer l'infrastructure de ses services résidentiels et commerciaux, a-t-il précisé. « Ceux-ci augmentent la valeur de notre offre et simplifient la façon dont les consommateurs interagissent avec nous », a indiqué M. Shaw.

La division du câble, qui comprend les services de téléphonie et d'internet à domicile, a contribué aux revenus à hauteur de 844 millions de dollars – une croissance de 4% par rapport à un an plus tôt.

Les revenus de la division satellite ont progressé à 218 millions, comparativement à 214 millions l'année précédente, tandis que les revenus des activités médiatiques – qui comprennent les anciennes chaînes télévisées spécialisées de Canwest – ont avancé de 2%, à 325 millions.

En décembre, la Ville de Calgary a accordé un contrat à Shaw pour la fourniture de services internet sans fil gratuits dans certains emplacements municipaux comme des centres de récréation, des parcs et des stations de transport en commun.

L'action de Shaw a cependant perdu du terrain hier, cédant 43 cents (1,7%) à la Bourse de Toronto, où elle s'échangeait à 24,88\$.

Une année presque parfaite



**STÉPHANIE
GRAMMOND**
CHRONIQUE

Les investisseurs sont de drôles de *bibittes*. Toujours à l'envers. Toujours en retard. Cinq ans après l'éclatement de la crise du crédit, ils broient encore du noir, même si les fonds communs ont connu une solide performance en 2013.

Les Québécois sont les plus pessimistes, si je me fie à l'indice de confiance des épargnants Manuvie diffusé la semaine dernière. Les Québécois sont pratiquement aussi méfiant face aux placements qu'à l'aube de la crise financière.

Allez, hop! Regardez vos relevés de compte. Vos fonds communs ont remonté la côte. L'an dernier, l'univers total des fonds communs de placement a connu un rendement de 11%, selon les données finales dévoilées au début de la semaine par Morningstar Canada.

Abstraction faite des obligations, 2013 aura été une année payante pour votre portefeuille.

Un doublé américain

Les détenteurs de fonds d'actions américaines peuvent se réjouir deux fois plutôt qu'une. Ils ont profité de l'explosion de 32% du S&P 500 qui a connu sa meilleure année depuis 1997. De plus, ils ont bénéficié de l'appréciation de 7% de la devise américaine face au huard.

L'un dans l'autre, les fonds d'actions américaines ont battu des records. Les investisseurs canadiens ont réalisé un rendement de 38%, la meilleure performance annuelle jamais enregistrée depuis au moins un quart de siècle.

Ce gain permet aux investisseurs d'effacer les pertes de la crise du crédit et de la bulle des technos. N'empêche, ils ont fait zéro rendement depuis 15 ans.

Le Japon, ou ce qu'il en reste

La résurrection du Japon est encore plus phénoménale. L'indice Nikkei 225 a bondi de 57% l'an dernier, stimulé par un plan de relance de l'État. Tout un électrochoc!

Même si la dépréciation du yen a atténué les rendements pour les investisseurs canadiens, il n'en reste pas moins que les fonds d'actions japonais ont gagné 35% l'an dernier.

Excellent. Sauf que la plupart des fonds d'actions japonais ont été retirés du marché par les familles de fonds depuis la débâcle des années 90. Il faut dire que 20 ans de rendements négatifs, ça coupe l'appétit des épargnants.

Prix de consolation: plusieurs Canadiens ont profité du Japon par la bande. C'est que le pays du Soleil-Levant représente plus de 15% des fonds d'actions internationales, que bien des investisseurs détiennent.

Les fonds d'actions internationales ont gagné 26% en 2013, propulsés par le Japon, mais aussi par l'Europe qui a fait des merveilles.

Rare exploit au Canada

Les gains sont un peu moins éclatants au Canada. Mais pour une fois, les gestionnaires ont justifié leur paie, dépassant leur indice de référence de 2%. En fait, les fonds d'actions canadiennes ont gagné 15% en 2013 comparativement à 13%

pour l'indice S&P/TSX de la Bourse de Toronto, incluant les dividendes.

Un rare exploit. Depuis 25 ans, les gestionnaires ont surpassé l'indice seulement trois fois, toujours lors d'une année de repli boursier.

On l'a vu en 2001 quand Nortel Networks s'est dégonflée. En esquivant l'écueil, les gestionnaires ont tiré leur épingle du jeu.

L'an dernier, ils ont réussi à battre l'indice en évitant les matériaux de base, troisième secteur en importance de la Bourse canadienne, qui ont flanché de 30%. À elles seules, les sociétés aurifères ont perdu la moitié de leur valeur à cause du repli de l'once d'or qui a fondu de 400\$US l'an dernier.

Ceux qui ont évité l'or ont été bien récompensés. À ce chapitre, la palme revient à l'équipe des fonds Mawer. Peu friands d'or, les gestionnaires préfèrent investir à long terme dans des sociétés qui ont une évaluation raisonnable, une équipe de gestion hors pair et des avantages concurrentiels importants.

Ainsi, le Fonds Mawer Canadien d'actions a gagné 25% l'an dernier, et le fonds Mawer Nouveau Canada, qui se spécialise dans les PME, a grimpé de 50%, le meilleur rendement de la catégorie.

Obligations

Seule ombre au tableau en 2013: les fonds d'obligations ont perdu 2%. Parmi les rares qui ont échappé au ressac, on trouve des fonds d'hypothèques, souvent réservés aux investisseurs plus fortunés.

Sinon, quelques fonds négociés en Bourse ont réussi à livrer 1 ou 2%, en gardant les frais de gestion au minimum. Cela fait toute la différence quand les rendements sont près de zéro.

Mais autrement, la plupart des fonds d'obligations sont dans le rouge. On n'avait pas vu ça depuis un bail.

Pompés par la baisse constante des taux d'intérêt, les fonds d'obligations ont grimpé pratiquement en ligne droite, depuis 25 ans, à raison de 6,5% par année. Ils ont subi un recul

annuel seulement deux fois (-2,6% en 1999, -6,0% en 1994).

Maintenant que les taux d'intérêt sont appelés à remonter, leurs années de gloire sont derrière eux.

FAMEUSE CUVÉE POUR LES FONDS!

Rendement des fonds communs à la fin de 2013 (%)

Catégorie	1 an	3 ans	5 ans	10 ans
Actions des soins de la santé	48,4	24,1	15,9	7,4
Actions de PME américaines	40,4	15,4	15,7	5,2
Actions américaines	38,4	15,1	13,2	3,3
Actions japonaises*	34,9	7,6	4,3	0
Actions européennes	30,8	11,1	8,3	3,9
Actions mondiales	29,8	10,4	10,3	3,6
Actions internationales	26	8,2	8	3
Actions de PME canadiennes	22,2	4,5	17,2	7,5
Actions canadiennes de revenus	16,6	7,7	12,2	6,9
Actions canadiennes	14,8	3,1	10,3	6,6
Équilibrés canadiens neutres	12,5	5,3	7,5	4,6
Revenu fixe à rendement élevé	4,1	5,7	11,6	4,6
Revenu fixe mondial	2,3	4,5	2,7	2,4
Revenu fixe à court terme	1,2	2,1	2,5	2,9
Marché monétaire canadien	0,6	0,6	0,5	1,6
Revenu fixe canadien	-1,7	2,9	4,3	4
Actions des marchés émergents	-1,7	-3,7	9,2	6,4
Revenu fixe canadien à long terme	-7	4,4	6,1	5,2
Revenu fixe canadien indexé à l'inflation	-12,3	0,8	4,6	4,3
Actions de métaux précieux	-48,2	-30,5	-4,5	-1

*Les rendements annuels composés sont fondés sur la moyenne de chaque catégorie, pondérée en fonction des actifs détenus par les investisseurs dans chaque fonds. Le rendement des actions japonaises est une moyenne pure.

Source: Morningstar Canada



Gagnez du temps, en tout temps.

Avec l'outil de prise de rendez-vous en ligne en temps réel de BMO, c'est facile et rapide.

Chez BMO, c'est facile de rencontrer un de nos experts financiers au sujet d'un compte d'épargne d'un CELI. Prenez rendez-vous en temps réel en ligne ou avec votre mobile en utilisant notre outil de prise de rendez-vous en ligne.

Prenez rendez-vous dès aujourd'hui et découvrez notre offre de taux spécial du compte d'épargne d'un CELI à bmo.com/rdv

 /BMOcommunaute

BMO  Banque de Montréal
Ça a du sens. Profitez™

LA PRESSE AFFAIRES



PHOTO WARNER BROS. PICTURES, ARCHIVES ASSOCIATED PRESS

Cinesite est surtout connue pour les effets spéciaux –spectaculaires – des huit films tirés de la série des Harry Potter, ce qui l'avait propulsée à l'avant-scène de l'industrie en Grande-Bretagne.

Après RoboCop... Harry Potter

La société Cinesite s'établit à Montréal

EXCLUSIF

DENIS LESSARD

QUÉBEC — Un an après l'annonce de l'arrivée de Framestore, géant du multimédia à Montréal, le gouvernement Marois répète l'expérience avec une nouvelle prise en Grande-Bretagne. Cette fois, c'est Cinesite, une société internationale occupant le même créneau, qui s'établira dans la métropole.

L'annonce, lundi à Londres, doit être la pièce de résistance de la mission officielle en Angleterre de Pauline Marois, qui prendra aussi la parole devant la Chambre de commerce Canada-Royaume-Uni.

Comme Framestore, Cinesite est une firme d'envergure internationale dans le secteur des effets spéciaux. Framestore a produit une nouvelle version de *RoboCop* qui doit sortir cette année et Cinesite, pour sa part, avait

créé ceux de *Titanic*, en 1997, et des deux premiers *Mission impossible*. Mais la firme britannique est surtout connue pour les effets spéciaux –spectaculaires – des huit films tirés de la série des Harry Potter, ce qui l'avait propulsée à l'avant-scène de l'industrie en Grande-Bretagne. En mai 2012, Kodak, la propriétaire, a vendu l'entreprise à un groupe d'investissement privé, Endless LLP, qui visait l'expansion de la société sur de nouveaux territoires.

200 emplois créés

Cinesite devrait créer autour de 200 emplois à Montréal, à peu près le même objectif que s'était fixé Framestore il y a un an, une cible déjà dépassée, indique-t-on.

À Framestore, Québec avait consenti un prêt sans intérêt de 900 000 \$ étalé sur cinq ans, une facture d'environ 35 000 \$ par année. On n'a pu établir le financement accordé à Cinesite, mais on

peut penser que les avantages consentis à Framestore seront encore accessibles.

Dans le cas de Framestore, les clients de l'immense studio spécialisé – principalement les entreprises cinématographiques les plus importantes de Hollywood – auront droit à des avantages fiscaux pouvant représenter jusqu'à 44 % de toutes les dépenses effectuées à Montréal et jusqu'à 60 % en incluant le crédit d'impôt fédéral. Ces crédits d'impôt étaient l'un des attraits de Montréal, l'autre étant le bassin important de main-d'œuvre qualifiée dans la métropole.

Montréal est toujours en concurrence avec Toronto, Vancouver et certaines villes asiatiques pour accueillir ces studios spécialisés, l'industrie canadienne dans ce domaine est jusqu'ici concentrée surtout à Vancouver. La décision de Framestore de s'établir à Montréal aurait incité Cinesite à faire de même, croit-on.

Transport ferroviaire L'avenir demeure prometteur pour le CN et le CP

L'avenir demeure prometteur pour les deux plus importants transporteurs ferroviaires du Canada en 2014, même si l'année a mal commencé en raison d'une météo capricieuse et d'un dérèglement.

Les volumes expédiés ont diminué de 4,4 % au cours de la première semaine de l'année, alors qu'un vent glacial a balayé une grande partie du continent.

Les chargements de wagon du Canadien National ont reculé de 4,4 % au cours de la semaine terminée le 4 janvier, alors qu'une chute de 8,8 % du transport en

vrac a été partiellement compensée par une hausse de 2,9 % t du transport multimodal, selon l'Association of American Railroads.

Le total des envois par wagon assurés par le Canadien Pacifique a par ailleurs chuté de 4,5 %, alors que le transport en vrac a glissé de 4,8 % et que les volumes du transport multimodal diminuaient de 4,2 %.

« Maintenant que les conditions s'améliorent, nous retournons à nos solides niveaux de performance », a-t-il déclaré Ed Greenberg, porte-parole du CP.

— La Presse Canadienne

AFFAIRES
700

710 OCCASIONS D'AFFAIRES

DEVENEZ indépendant financièrement, achetez une habitation neuve, 0\$ comptant et recevez 10 000\$. 514-594-8191

AVIS
800

801 AVIS LÉGAUX

AVIS DE CLÔTURE D'INVENTAIRE
Avis est par les présentes donné que, à la suite du décès de **WILLY FEYEN**, survenu le 25 juillet 2013, en son vivant domicilié au 777, rue Gosford, app. 205, Montréal, Québec, H2Y 4B7, un inventaire des biens du défunt a été fait par les liquidateurs de sa succession, le 14 janvier 2014, conformément à la loi. Cet inventaire peut être consulté par les intéressés au 1100, boul. René-Lévesque Ouest, 25e étage, Montréal, Québec, H3B 5C9. Donné à Montréal, ce 14 janvier 2014. Alain Castonguay, notaire

AVIS DE CLÔTURE D'INVENTAIRE
Prenez avis qu'à la suite du décès de **DENIS CHEVALIER**, en son vivant domicilié et résidant au 5487, Place de Jumonville, à Montréal (Québec), H1M 3W1, survenu le 16 juillet 2013, un inventaire des biens du défunt a été fait par la liquidatrice successorale, Mme Joëlle Fortin, ce jour, conformément à la loi. Cet inventaire peut être consulté par toutes les personnes ayant un intérêt, au bureau de Gagnon Dorais Laprise Notaires Inc., situé au 1005, boul. du Séminaire Nord, bureau 100, à Saint-Jean-sur-Richelieu, province de Québec, J3A 1R7, sur rendez-vous (tél.: 450-346-4455). DONNÉ à Saint-Jean-sur-Richelieu, ce 14 janvier 2014. Joëlle Fortin, liquidatrice.

AVIS
Nos annonceurs sont priés de vérifier la teneur de leurs annonces lors de leur première parution. Advenant qu'une annonce soit reproduite incorrectement, l'annonceur doit en aviser aussitôt. La Presse qui convient de publier dans la prochaine édition du journal une version corrigée de celle-ci. Toute erreur ou plainte visant la teneur d'une annonce doit être signalée le jour de sa parution avant 17 h, pour fins de correction lors de la prochaine édition du journal. De même, en cas d'annulation d'une annonce, l'avis à cette fin doit être donné avant 17 h, le jour qui précède sa parution. Dans tous les cas, il suffit de composer le (514) 987-VENDU.

ORDRE DES PSYCHOLOGUES DU QUÉBEC

Avis de radiation temporaire

AVIS est par la présente donné que **Madame Nathalie Pelletier**, permis numéro 08300-98, exerçant sa profession à Terrebonne, a été trouvée coupable d'une infraction par le conseil de discipline. La décision sur culpabilité a été confirmée par le Tribunal des professions. L'infraction reprochée est de nature suivante :

Durant un suivi psychothérapeutique qui a duré du mois d'août 2007 au mois de février 2008, elle s'est placée dans une situation de conflit d'intérêts et de confusion de rôles et n'a pas eu une conduite irréprochable avec son client qui la consultait principalement en raison de problèmes causés par une rupture amoureuse.

Le tout en contravention de l'article 13 du Code de déontologie des psychologues (R.R.Q., c. C-26, r.148.1).

Dans sa décision rendue le 29 novembre 2013 et signifiée le 9 décembre 2013, le Tribunal des professions a confirmé partiellement la décision sur sanction rendue par le conseil de discipline le 23 septembre 2011. L'intimée a donc été condamnée à une radiation temporaire de trois (3) mois sur le seul chef de la plainte et au paiement de tous les déboursés, incluant les frais d'expert et les déboursés en appel. Un délai de six (6) mois lui a été accordé par le conseil de discipline pour payer les déboursés de première instance. Le conseil de discipline a ordonné à la secrétaire du conseil de discipline de faire publier, aux frais de l'intimée, un avis de la décision, conformément à l'article 156 du Code des professions.

Avis est donné que Madame Nathalie Pelletier est radiée du Tableau de l'Ordre pour une période de trois (3) mois à compter du 9 décembre 2013.

Le présent avis est donné en vertu de l'article 156 du Code des professions. Ville Mont-Royal, ce 15 janvier 2014
Me Édith Lorquet
Secrétaire du conseil de discipline



Les midis-conférences

FASKEN MARTINEAU

de l'Association des MBA du Québec

L'ASSOCIATION DES BANQUIERS CANADIENS :

CONCURRENCE, CHOIX ET INNOVATION : MOTEURS DE LA SATISFACTION DES CLIENTS DES BANQUES



Mme Nathalie Clark
Chef du contentieux et Secrétaire générale
Association des banquiers canadiens

Commandité par :



MIDI-CONFÉRENCE

DATE ET HEURE

Lundi 20 janvier 2014 - à 11 h 45

LIEU

FAIRMONT LE REINE ELIZABETH
900, boul. René-Lévesque Ouest, Montréal

COÛTS*

Membre régulier : 50 \$*
Membre étudiant / retraité : 40 \$*
Membre retraité : 40 \$*
Non-membre : 80 \$*

Table de 8 : 575 \$*

*Taxes non comprises

POUR RÉSERVATION

Téléphone : 514 323-8480
Télécopieur : 514 282-4292
Courriel : evenement@ambaq.com
Internet : ambaq.com

VISA, MasterCard, American Express et chèque acceptés. Seules les annulations reçues au moins 48 heures à l'avance seront acceptées.

À L'AGENDA

■ PRÉVISIONS ■ RÉEL BPA: bénéfice par action K: millier M: million G: milliard

AUJOURD'HUI	
Ind. des prix à la prod. (É.-U.)	déc.: 0,4% nov.: -0,1%
Ind. Empire manufacturier (É.-U.)	janv.: 3,50 déc.: 0,98
Bank of America	BPA 4T: 27,5US

DEMAIN	
Ind. des prix à la cons. (É.-U.)	déc.: 0,3% nov.: 0,0%
Citigroup	BPA 4T: 1,01\$US
Goldman Sachs	BPA 4T: 4,14\$US
Intel	BPA 4T: 52c

VENDREDI 17 JANVIER	
Mises en chantier (É.-U.)	déc.: -9,3% nov.: 22,7%
Permis de bâtir (É.-U.)	déc.: -0,7% nov.: -3,1%
Morgan Stanley	BPA 4T: 50cUS

LUNDI 20 JANVIER	
First Defiance Finan.	BPA 4T: 51cUS

MARDI 21 JANVIER	
Delta Air Lines	BPA 4T: 62cUS
Halliburton	BPA 4T: 89cUS
Johnson & John.	BPA 4T: 1,20\$US
Texas Instruments	BPA 4T: 46cUS
Verizon Comm.	BPA 4T: 62cUS

MERCREDI 22 JANVIER	
Abbott Lab	BPA 4T: 58cUS
eBay	BPA 4T: 81cUS
Netflix	BPA 4T: 66cUS
Textron	BPA 4T: 61cUS
United Tech.	BPA 4T: 1,53\$US

Source: Bloomberg

POUR NOUS JOINDRE

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

SUDOKU

Ce jeu est une réalisation de Ludipresse. Pour plus d'informations: www.les-mordus.com ou écrivez-nous à info@les-mordus.com

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

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

Solution du dernier sudoku

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

Niveau de difficulté : DIFFICILE

2792

Par Fabien Savary

2791

OFFRE HOSTILE POUR OSISKO

Goldcorp n'a pas ménagé ses efforts

SYLVAIN LAROCQUE

Depuis 2008, Goldcorp a essuyé pas moins de quatre rebuffades de la part de la direction d'Osisko. C'est ce qui a poussé l'entreprise de Vancouver à présenter une ultime offre d'achat de la minière québécoise directement aux actionnaires de celle-ci, lundi.

Goldcorp a fait sa première offre en novembre 2008, deux jours après la publication par Osisko de l'étude de faisabilité de sa future mine de Malartic, en Abitibi. Goldcorp proposait alors 2,13\$ par action d'Osisko, soit 25% de plus que le cours du titre en Bourse, ce qui conférait une valeur d'environ 550 millions au capital-actions de l'entreprise. La direction d'Osisko a rejeté l'offre, précise Goldcorp dans un document rendu public hier. Notons que trois mois plus tôt, Osisko avait contacté Goldcorp pour lui proposer d'acheter 8 millions

d'actions à 2,50\$ pièce, une transaction à laquelle avait consenti le géant minier.

En avril et en septembre 2009, Goldcorp a présenté deux nouvelles offres d'achat à Osisko, qui les a rejetées. Le document ne précise pas la valeur de ces offres. En février 2011, découragée de la tournure des événements, Goldcorp s'est départie de la totalité de sa participation dans Osisko, qui s'élevait alors à 38,6 millions d'actions, soit 10,1% du total. Goldcorp a enregistré un joli gain de 320 millions US au passage.

Reprise et fin des entretiens

À l'été 2012, le président du conseil d'administration de Goldcorp, Ian Telfer, a rencontré le PDG d'Osisko, Sean Roosen. Selon Goldcorp, M. Roosen aurait alors demandé que l'entreprise vancouveroise «reprenne ses entretiens avec Osisko avec l'intention de conclure une



Coulée d'or à la mine Osisko, à Malartic.

PHOTO FOURNIE PAR OSISKO

opération». En août 2013, au cours d'une rencontre avec le PDG de Goldcorp, Charles Jeannes, Sean Roosen a accepté d'aborder la question d'une transaction avec le conseil d'Osisko. Mais en novembre, Osisko a décidé de mettre fin aux pourparlers.

Notons que d'août 2008 à octobre dernier, les deux

entreprises ont été liées par deux ententes de confidentialité en vertu desquelles Osisko acceptait de communiquer des informations confidentielles à Goldcorp pour permettre à cette dernière de réaliser des vérifications diligentes. En retour, Goldcorp s'était engagée à ne pas déposer d'offre d'achat hostile.

Le document publié hier précise par ailleurs que Goldcorp pourrait être tenue de rembourser sans délai les détenteurs de prêts à long terme d'Osisko: l'Office d'investissement du Régime de pensions du Canada (150 millions), la Caisse de dépôt et placement (37,5 millions), Investissement Québec (37,5 millions) et le Fonds de solidarité FTQ (20 millions). À la fin de 2012, la Caisse était par ailleurs l'un des principaux actionnaires d'Osisko avec une participation de 4,4% qui valait alors 156 millions. On ignore à combien s'élèvent actuellement les intérêts de l'institution.

Notons enfin que si Goldcorp réussit à mettre la main sur Osisko et que les hauts dirigeants de l'entreprise québécoise sont remerciés dans les six mois suivant la transaction, ceux-ci auront droit à des indemnités totalisant 15,3 millions, dont 5,3 millions pour M. Roosen.

Une offre concurrente peu probable

RICHARD DUFOUR

Une offre concurrente de la part d'un producteur d'or pour Osisko serait peut-être plus probable si elle venait avec l'appui d'une firme privée d'investissement.

C'est une possibilité qu'il ne faut pas écarter, selon Dan Rollins, de RBC.

«Je pense que l'offre de Goldcorp est un coup de semonce pour forcer Osisko à s'asseoir pour négocier une transaction amicale ou pour présenter une proposition supérieure aux investisseurs», dit-il.

Les analystes s'entendent pour dire qu'une offre concurrente demeure peu probable, même si le geste de Goldcorp est opportuniste après l'important repli boursier d'Osisko. Mais les probabilités de voir l'offre initiale être acceptée semblent également faibles.

«Telle que je connais Osisko, les dirigeants vont tout faire pour dénicher une meilleure offre», affirme Barry Allan, de Mackie Research.

«La liste des prétendants capables de faire une offre supérieure à 2,6 milliards est toutefois courte. Et je suis convaincu que Goldcorp est déjà prête à y répondre.»

«Goldcorp est possiblement le seul joueur du secteur aurifère avec la flexibilité financière et une évaluation boursière pour faire en sorte que l'acquisition d'Osisko soit créatrice de valeur pour les actionnaires», indique Greg Barnes, de la TD.

«La liste des prétendants capables de faire une offre supérieure à 2,6 milliards est toutefois courte. Et je suis convaincu que Goldcorp est déjà prête à y répondre.»

— Barry Allan, de Mackie Research

Chez Canaccord/Genuity, Rahul Paul pense que Goldcorp pourrait bonifier son offre de 5% à 10%. «La plupart de ceux qui ont la capacité de s'offrir Osisko semblent des concurrents improbables pour une transaction d'envergure ou sont davantage des vendeurs d'actifs plutôt que des acheteurs en ce moment.»

Son collègue Tony Lesiak pense même que le principal risque associé à l'offre de Goldcorp n'est pas le dépôt d'une offre concurrente, mais bien le fait de voir les actionnaires d'Osisko dire «non, merci».

Six prétendants potentiels

Selon les analystes, six entreprises pourraient être considérées comme des prétendants potentiels pour concurrencer l'offre de Goldcorp, même si une contre-offre semble peu probable. Il s'agit de Barrick Gold, Newmont Mining, Kinross Gold, Agnico-Eagle, Yamana Gold et Eldorado Gold.

Conjuguez revenu et croissance.

Fonds Fidelity Revenu mensuel américain

Fonds Fidelity Revenu mensuel

Fonds Fidelity Revenu mensuel mondial

Des possibilités sans frontières.

Renseignez-vous auprès de votre conseiller ou visitez fidelity.ca/possibilites



Veuillez lire le prospectus d'un fonds et consulter votre conseiller en placements avant d'investir. Les fonds communs de placement ne sont pas garantis; leur valeur est appelée à fluctuer fréquemment et le rendement passé pourrait ou non être reproduit. Les investisseurs verseront des frais de gestion et des charges et pourraient devoir verser des commissions ou des frais de maintien; de plus, ils pourraient réaliser un profit ou subir une perte. Fidelity Investments est une marque déposée de FMR LLC. © 2014 674562.1.0

LA PRESSE AFFAIRES

Le Québec pourrait « surprendre »

Le président de la Banque Nationale anticipe une croissance plus élevée que prévu en 2014

MARTIN VALLIÈRES

Après une année 2013 très timide, la croissance économique au Québec pourrait rebondir cette année à un niveau un peu plus élevé que prévu, estime le président de la Banque Nationale, Louis Vachon.

« La croissance au Québec en 2014 pourrait surprendre un peu à la hausse, plus près de 2 % que des prévisions encore inférieures », a indiqué M. Vachon devant des analystes réunis hier à Toronto lors de la conférence annuelle des présidents de banques organisée par la division boursière de la Banque Royale, RBC Marché des Capitaux.

Selon le président de la Nationale, deux facteurs pourraient contribuer le plus à rehausser la croissance au Québec légèrement au-dessus des prévisions.

D'une part, la baisse du dollar canadien devrait

bénéficier davantage que prévu aux manufacturiers et aux exportateurs. « Nous observons déjà un regain dans nos prêts commerciaux à ces entreprises », a dit M. Vachon.

D'autre part, le président de la Nationale anticipe un regain en 2014 de l'activité économique liée aux grands projets de construction et de travaux publics. Ce secteur a été affecté l'an dernier par une grève de quelques semaines, mais aussi par le ralentissement de certains projets provoqué par les divulgations d'enquêtes et de délibérations comme la commission Charbonneau.

« Des projets qui devaient être réalisés en 2012 et l'an dernier ont été décalés d'un an ou deux. Mais c'est cette année, en 2014, que le regain de travaux pourrait avoir un impact sur la croissance », selon M. Vachon.

Par ailleurs, questionné sur le marché immobilier et l'endettement des ménages au Québec, le président de la Nationale s'est fait rassurant devant ses interlocuteurs torontois.

À son avis, le marché immobilier, dont celui « très actif » des condos à Montréal et à Québec, serait en train de « revenir à l'équilibre » et s'annonce « stabilisé » à moyen terme.

Par conséquent, selon M. Vachon, le portefeuille de prêts hypothécaires de la Nationale ne serait pas à risque de dégradation dans un avenir prévisible.

Gestion privée 1859 vise l'Ouest canadien

Comme ses concurrentes, la Banque Nationale a de grandes ambitions dans le marché croissant de la gestion d'actif de ménages et de gens fortunés, a expliqué Louis Vachon hier à Toronto.



PHOTO ARCHIVES LA PRESSE
Louis Vachon, président de la Banque Nationale, croit que l'économie québécoise va rebondir en 2014.

Toronto, l'an dernier, et qui aurait déjà porté ses fruits selon Éric Bujold, président de Gestion privée 1859.

À son cinquième anniversaire, cette division de la Nationale est déjà rendue à 12 milliards en actifs sous gestion parmi ses « quelques milliers » de clients millionnaires au Québec et en Ontario.

Pour croître ainsi, Gestion privée 1859 s'est greffée surtout au réseau pancanadien d'un millier de conseillers en placements de la Financière Banque Nationale (FBN).

Mais la moitié environ de ces conseillers sont hors du Québec; le résultat des acquisitions des firmes HSBC Securities Canada et Wellington West.

C'est pour s'en rapprocher que Gestion privée 1859 s'installera bientôt dans les bureaux de la FBN à Calgary et Vancouver.

Vorsprung durch Technik Audi

Audi Prestige

VILLE ST-LAURENT
D.D.O.

Bienvenue au pays du quattro.

Commencer l'année du bon pied !



Audi A4 2.0 Komfort quattro^{MD} 2014

LOCATION À PARTIR DE
358\$*
pendant 48 mois

TAUX DE LOCATION DE
2,9%*
pendant 48 mois

REMISE DES FÊTES quattro^{MD} DE
1 500\$⁺

AUDI PRESTIGE

VILLE ST-LAURENT

AUDI PRESTIGE

D.D.O.

5905, AUT. TRANSCANADIENNE, ST-LAURENT
WWW.AUDIPRESTIGE.COM

514 364.7777

4600A BOULEVARD SAINT-JEAN, D.D.O.
WWW.AUDIPRESTIGEDDO.COM

514 426.7777

© Audi Canada, 2013. * Offre de location d'une durée limitée présentées par Audi Finance sur approbation de crédit sur les modèles avec boîte manuelle à 6 vitesses neuves et n'ayant jamais été immatriculés au PDSF de base de 41 995 \$ à un taux de location de 2,9 % pendant 48 mois, les paiements seront de 358 \$, y compris la prélivraison, le transport (1 995 \$) et la taxe sur le climatiseur (100 \$). Un versement comptant de 5 998 \$ (ou échange équivalent), des frais de services et d'inscription jusqu'à 46 \$ au RDPRM et un dépôt de sécurité (570 \$) sont dus au début du bail. Taxes, immatriculation, assurances et autres options en sus. Frais de 0,25 \$ par kilomètre pour le kilométrage supérieur à 16 000 km par an. * La remise des fêtes de 1 500 \$ sur les modèles Audi A4 2014 sera accordée par le concessionnaire sur la transaction pendant la période du programme et est applicable aux modèles neuves et n'ayant jamais été immatriculés. Le concessionnaire peut vendre ou louer à prix moindre. Offre en vigueur pour les transactions conclues avec voitures livrées avant le 31 janvier 2014, et pouvant être modifiée ou annulée sans préavis. Modèle A4 2.0 TFSI quattro Technik sedan de série S avec options sports illustré au PDSF de 48 500 \$ avec options et caractéristiques pouvant ne pas être disponibles au moment de l'achat. « Audi », « A4 », « Vorsprung durch Technik » et l'emblème des quatre anneaux sont des marques déposées d'AUDI AG. Pour en savoir plus sur Audi, voyez votre concessionnaire, appelez au 1 800 367 AUDI ou visitez-nous au www.audi.ca.

ON SE DÉPLACE POUR VOUS

Audi Prestige

© 2014 Porsche Cars Canada, Ltd. Porsche recommande le port de la ceinture de sécurité et le respect du code de la route en tout temps. [Inclure les divulgations requises à l'échelle locale et de votre province]



Le Cayenne Platinum Edition.

Location à seulement **1 095⁺\$** par mois.

Exclusivité incluse.

Le Cayenne Platinum Edition rassemble les caractéristiques les plus recherchées à notre prix le plus intéressant. Une boîte Tiptronic S à 8 rapports et des roues de 19 po. Un système de navigation intégré, des phares bi-xénon et l'assistance au freinage avec caméra de recul. Des garnitures au fini argent métallisé, un intérieur en cuir deux tons et un système audio ambiophonique BOSE. La puissance, l'agilité et l'élégance, de façon raffinée. Porsche. Il n'y a pas d'équivalent.

Porsche Prestige

3535 Côte de Liesse

On se déplace pour vous.

Montréal, QC H4N 2N5

1 866 499-8911

514 356-7777

www.porscheprestige.com

www.porsche-prestige.porschedealer.com

*Taxes en sus. 16 000 km par année, 0,35 \$ par km extra, 7 282 \$ +taxes comptant, valeur résiduelle de 30 069 \$ +taxes.



PORSCHE

LA
PRESSE

CV

LE RENDEZ-VOUS DE L'EMPLOI
ET DE LA FORMATION AU QUÉBEC

WORKOPOLIS

TÉLÉPHONE 514.285.7320

TÉLÉCOPIEUR 514.499.2053

cv@lapresse.ca

TRANSFERT INTERGÉNÉRATIONNEL DES COMPÉTENCES

Partager le savoir-faire

Pour améliorer leur productivité et rester concurrentiels, les employeurs doivent former leur main-d'œuvre. *La Presse* propose une série d'articles sur des entreprises qui ont investi dans la formation. Aujourd'hui, Techfab, une PME d'outillage et d'usinage de Montréal-Est, relève le défi du transfert intergénérationnel des compétences.

MARTINE LETARTE
COLLABORATION SPÉCIALE

Lorsque Solange Fresneau et son mari François Cyr ont acheté l'entreprise Techfab en 2010, ils ont rapidement ciblé un risque majeur.

«Techfab avait à ce moment-là une seule spécialité, le perçage de trous profonds, et elle était détenue par un seul employé, le machiniste Jean-Marie Théberge, explique Solange Fresneau. À 63 ans, il approchait de la retraite.»

Il fallait alors rapidement procéder à la transmission de son savoir-faire à d'autres employés.

La solution en formation

Pour obtenir du soutien, les deux nouveaux propriétaires de Techfab sont allés cogner à la porte d'Emploi-Québec.

«Nous avons bénéficié d'un programme de subventions pour le transfert intergénérationnel des compétences», indique M^{me} Fresneau, vice-présidente de Techfab.

Or, le machiniste n'était pas formateur.

«Jean-Marie nous l'avait d'ailleurs clairement dit, se souvient Solange Fresneau. Il avait beaucoup d'appréhension. Nous avons fait appel à un consultant pour réaliser le plan de formation. Ils ont travaillé ensemble, puis Jean-Marie a fait un essai comme formateur et il a aimé l'expérience.»

Deux apprentis ont été formés à partir de 2011 par M. Théberge, qui partageait son temps entre la production et la formation. Aujourd'hui, les apprentis se perfectionnent.

Laisser du temps

«Il faut leur laisser du temps», affirme M^{me} Fresneau. On voit les résultats de la formation rapidement, mais lors d'un projet plus complexe, le travailleur expérimenté est toujours très utile. C'est pour cette raison qu'il ne faut pas attendre à la veille de la retraite d'un employé pour partager son savoir-faire.»

Le transfert intergénérationnel des compétences a si bien fonctionné que le consultant a été embauché par Techfab à titre de directeur de la qualité et de la formation. Il a décidé d'étendre le projet de partage du savoir-faire aux

nouvelles expertises acquises par Techfab.

«À la suite d'une acquisition, nous nous sommes retrouvés avec une expertise en outils de coupe également détenue par un seul employé, raconte M^{me} Fresneau. Même s'il n'était pas près de la retraite, nous avons refait le même genre de programme avec le soutien d'Emploi-Québec.»

Techfab étendra encore davantage ses initiatives de formation.

«Nous travaillons maintenant avec les alumineries et, dès cette année, nous aurons pour cette spécialité plusieurs formateurs et plusieurs apprentis dans les différents quarts de travail», indique Sherlie Chatelier, conseillère en ressources humaines chez Techfab.

Pour négocier un tel virage en formation, l'appui des gestionnaires est crucial.

«On voit les résultats de la formation rapidement, mais lors d'un projet plus complexe, le travailleur expérimenté est toujours très utile. C'est pour cette raison qu'il ne faut pas attendre à la veille de la retraite d'un employé pour partager son savoir-faire.»

— Solange Fresneau, vice-présidente de Techfab

«Notre directeur de production croit beaucoup à la formation, affirme M^{me} Fresneau. Il libère des ressources, il s'assure que les résultats sont au rendez-vous, il est à l'affût des besoins des employés et des nouvelles formations offertes.»

Les résultats

En plus d'assurer le maintien des compétences dans l'entreprise, la stratégie de formation mise en place chez Techfab lui permet de mieux se positionner lors du recrutement.

«L'entreprise est en croissance et il y a une rareté de main-d'œuvre expérimentée en usinage, affirme M^{me} Fresneau. Très souvent, on embauche des gens qui sortent de l'école, alors ils ont besoin d'être formés. Nos



PHOTO FOURNIE PAR TECHFAB

Solange Fresneau, vice-présidente de Techfab, et Jean-Marie Théberge, machiniste expérimenté qui a su transmettre avec succès son savoir-faire à des apprentis.

mini-écoles dans nos différents départements permettent facilement de transférer le savoir-faire. La formation a créé un esprit de partage, d'entraide.»

Les travailleurs recherchés ont généralement un diplôme d'études professionnelles (DEP) en techniques d'usinage ou en opération d'équipements de production.

En trois ans, Techfab est passée de 12 à 70 employés. L'investissement en formation améliore aussi la capacité de Techfab d'attirer la main-d'œuvre.

«Les candidats nous demandent si nous offrons de la formation, affirme M^{me} Fresneau. C'est un élément motivant.»

Les employés présents depuis plus longtemps dans l'entreprise prennent aussi goût à la formation, remarque Sherlie Chatelier.

«Ils voient leurs collègues devenir plus polyvalents et cela leur donne envie d'en faire autant, indique-t-elle. Tous les apprentis sont formés sur une base volontaire.»

Pour maximiser les résultats, il faut toutefois s'assurer qu'on forme les bonnes personnes dans le bon domaine, avec le bon formateur.

«En plus de l'intérêt, il faut s'assurer que l'employé aura la capacité de faire le travail, croit M^{me} Fresneau. Nous vérifions au préalable ses aptitudes, puis nous nous assurons que ça fonctionnera avec le formateur.»

Chez Techfab, l'investissement en formation s'est avéré rentable.

«En trois ans, notre chiffre d'affaires a triplé», affirme Solange Fresneau.

Poste cadre permanent
à temps completChef des services
financiersRémunération
Classe 15

Le défi

Vous assisterez la directrice des services financiers et de la performance dans ses fonctions, vous élaborerez, planifierez, organiserez, dirigerez, contrôlerez et évalueriez les politiques, programmes et activités relatifs aux processus budgétaires, à l'analyse et au suivi financier, à la comptabilité, à la production des rapports de gestion, bilans, états financiers, selon les normes, les lois et les règlements en vigueur. Vous aurez aussi à gérer l'ensemble des activités reliées aux acquisitions et aux suivis des biens et des projets d'infrastructure du fonds d'immobilisations. Vous exercerez un rôle conseil, participerez aux processus décisionnels et offrirez soutien et expertise aux directions ainsi qu'aux gestionnaires de l'établissement tout en proposant des axes d'amélioration. Enfin, vous serez responsable de la gestion des ressources humaines, matérielles, financières et informationnelles sous votre responsabilité et assurerez le suivi des cibles de gestion.

Le profil

- Membre d'un ordre professionnel pertinent (CA, CMA)
- Cinq (5) ans d'expérience, dont trois (3) ans à un poste de gestion en comptabilité ou en finances dans le réseau de la santé et des services sociaux
- Une combinaison différente de formation et d'expérience jugée pertinente pour être considérée
- Un diplôme de 2^e cycle en gestion constituera un atout.

Doté(e) d'une vision proactive des besoins de la clientèle et d'un engagement marqué envers la performance des services, vous êtes reconnu(e) pour votre leadership mobilisateur qui suscite l'implication, votre rigueur, votre sens de l'innovation et de la communication, votre vision systémique, votre professionnalisme, votre sens des responsabilités, et votre approche axée sur la concertation et le partenariat.

Centre de santé et de services sociaux
de Memphrémagog

cestpourmoi.com

819 843.2572, poste 2601

Fax. 819 843.8262

Commissaire
à la protection
de la vie privéeCommissariat
à la protection de
la vie privée du Canada

Le Parlement a conféré au commissaire ou à la commissaire à la protection de la vie privée le mandat d'appliquer deux lois fédérales afin d'assurer la protection des renseignements personnels : la *Loi sur la protection des renseignements personnels*, qui s'applique au secteur public fédéral, et la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* (LPRPDE), qui s'applique aux organismes menant des activités commerciales partout au Canada.

À titre d'agent du Parlement qui relève directement de la Chambre des communes et du Sénat, vous travaillerez de façon autonome du gouvernement pour examiner les plaintes provenant de personnes concernant le secteur public fédéral et le secteur privé. Au fur et à mesure que la société évoluera et que les répercussions des réseaux sociaux augmenteront, il sera important que le Commissariat à la protection de la vie privée du Canada continue de garder son avance au chapitre des menaces que représente la technologie en constante évolution.

La personne idéale apportera une expérience en gestion à un échelon supérieur ainsi qu'une expérience à travailler sur des questions délicates et complexes de préférence touchant la protection de la vie privée et à rendre des décisions sur ces questions. Connue pour sa pensée

stratégique, cette personne est compétente pour prévoir les tendances et influencer proactivement l'élaboration de politiques. Cette personne pourra interpréter et appliquer les lois, les règlements et les politiques, et elle possèdera les compétences nécessaires pour établir des relations efficaces avec les hauts fonctionnaires du gouvernement fédéral, les intervenants et les médias. De plus, cette personne pourra appliquer une approche intergouvernementale dans ses rapports avec les partenaires provinciaux et internationaux. La personne idéale possèdera un juste équilibre de diplomatie et de jugement qui lui permettra de composer efficacement avec les questions difficiles. Ses habiletés supérieures en matière de relations interpersonnelles et de communication lui permettra d'agir à titre de porte-parole pour les problèmes de la protection de la vie privée dans ses rapports avec le Parlement, le gouvernement, les médias, le grand public et les autres organismes tant à l'échelon national qu'international. La maîtrise des deux langues officielles est requise.

Pour en savoir davantage sur cette possibilité unique, veuillez communiquer avec Michelle Richard ou Paul Marshall au numéro 613-742-3217, ou à l'adresse : pmarshall@boyden.com

CALGARY
OTTAWA
TORONTO
VANCOUVERAvec
des bureaux
dans 40 pays

boyden.com/canada

Boyden

LA PRESSE AFFAIRES

DÉFICIT

Le fédéral s'en sort, les provinces peinent

EXCLUSIF

JOEL-DENIS BELLAVANCE

OTTAWA — Tandis que le gouvernement fédéral est en voie d'éliminer son déficit d'ici 18 mois, la majorité des provinces prévoient continuer de présenter des budgets écrits à l'encre rouge pendant encore quelques années.

En fait, la situation financière des provinces est si délicate qu'elles ont présenté pour la première fois durant l'exercice financier 2012-2013 un déficit combiné supérieur à celui d'Ottawa, soit environ 25 milliards de dollars comparativement à 18,9 milliards pour le gouvernement fédéral, selon des données obtenues par *La Presse*.

Durant les exercices financiers précédents, le déficit combiné des provinces était nettement inférieur à celui du fédéral. À titre d'exemple, le manque à gagner s'élevait à 17,7 milliards pour l'ensemble des provinces en 2011-2012, alors qu'il était de 26,2 milliards pour Ottawa.

Cet écart fiscal entre Ottawa et les provinces risque d'ailleurs de s'accroître au cours des prochains exercices financiers. Le ministre des Finances, Jim Flaherty, prévoit un déficit de 17,9 milliards en 2013-2014, de 5,5 milliards en 2014-2015 et un surplus de 3,7 milliards en 2015-2016.

Tout indique que M. Flaherty ajustera ses projections lorsqu'il déposera son prochain budget à la Chambre des communes, vraisemblablement le mardi 11 février. Il a récemment fait savoir qu'il s'attend maintenant à une augmentation du surplus en 2015-2016.

Les provinces, elles, devraient enregistrer un déficit combiné d'environ 16 milliards en 2013-2014, soit presque autant qu'Ottawa. Mais en 2014-2015, leur déficit devrait être presque trois fois plus important que celui du gouvernement fédéral (14,0



PHOTO ADRIAN WYLD. ARCHIVES LA PRESSE CANADIENNE

Tout indique que Jim Flaherty, ministre fédéral des Finances, rajustera ses projections lorsqu'il déposera son prochain budget à la Chambre des communes, vraisemblablement le mardi 11 février. Il a récemment fait savoir qu'il s'attend maintenant à une augmentation du surplus en 2015-2016.

milliards environ comparativement à 5,5 milliards) et il devrait dépasser les 8 milliards en 2015-2016, alors que le ministre Flaherty prévoit un premier surplus fédéral en sept ans.

À l'heure actuelle, l'Ontario est responsable de la majorité de l'encre rouge des provin-

ces. Son déficit devrait être de 11,7 milliards en 2013-2014 et de 10,0 milliards durant l'exercice financier suivant. La province la plus peuleuse ne prévoit pas rétablir l'équilibre budgétaire avant 2017-2018.

Le Québec, pour sa part, a été contraint de revoir ses calculs l'automne dernier. Le déficit doit être de 2,50 milliards en 2013-2014 et de 1,75 milliard en 2014-2015. Le gouvernement

présenter des budgets excédentaires. Dans le cas de la Saskatchewan, il s'agira de son 20^e budget équilibré ou excédentaire de suite.

À la lumière de ces chiffres, certaines provinces risquent d'exercer de nouvelles pressions sur le gouvernement Harper pour qu'il leur donne un coup de pouce financier. Le ministre des Finances de l'Ontario, Charles Sousa, a d'ailleurs lancé

quelques flèches en direction d'Ottawa en décembre en affirmant que sa province ne reçoit pas sa juste part du gouvernement fédéral. Le gouvernement Marois, pour sa part, a soutenu que le gouvernement Harper est en train de recréer le déséquilibre fiscal qui existait autrefois entre Ottawa et les provinces.

Mais Stephen Harper attend les provinces de pied ferme. Il a déjà soutenu que son gouvernement est en voie d'éliminer le déficit sans réduire les transferts aux provinces ni augmenter les impôts.

Dans une entrevue de fin d'année au réseau TVA, M. Harper a aussi déclaré: «C'est franchement juste une question de gestion. Depuis notre arrivée en fonction, les transferts fédéraux aux provinces ont augmenté de plus de 50%. Pour l'Ontario, c'est plus de 60%. Certaines provinces ont fait des choix qui les placent dans une mauvaise position financière», a-t-il dit. — Avec William Leclerc

L'Ontario est responsable de la majorité de l'encre rouge des provinces. Son déficit devrait être de 11,7 milliards en 2013-2014 et de 10,0 milliards durant l'exercice financier suivant.

AVIS LÉGAUX - APPELS D'OFFRES SOUMISSIONS - ENCANS

Appels d'offres

Montréal

Service de la concertation des arrondissements et des ressources matérielles

Direction de l'approvisionnement

Des soumissions sont demandées et devront être reçues, avant 14 h à la date ci-dessous, à la Direction du greffe de la Ville de Montréal à l'attention du greffier, 275, rue Notre-Dame-Est, bureau R-134, Montréal (Québec) H2Y 1C6 pour:

Catégorie: Biens et services

Appel d'offres: 14-13297

Descriptif: Produits chimiques et accessoires pour piscines

Date d'ouverture: 5 février 2014

Dépôt de garantie: 2% (Cautionnement)

Renseignements: Eddy Duteilly, agent d'approvisionnement: 514 872-5253

Appel d'offres: 14-13356

Descriptif: A59 - Travaux de nettoyage de puisards, de drains de puisards ainsi que la dispositions des boues et résidus pour l'arrondissement de Côte-des-Neiges-Notre-Dame-de-Grâce

Date d'ouverture: 3 février 2014

Dépôt de garantie: 5% (Cautionnement)

Renseignements: Eliane Clavette, agente d'approvisionnement: 514 872-1858

Appel d'offres: 14-13363

Descriptif: A56 - Acquisition de une (1) tondeuse automotrice 4X4 à trois plateaux de coupe, d'une largeur de 192 pouces pour l'arrondissement d'Achimsic-Cartierville

Date d'ouverture: 3 février 2014

Dépôt de garantie: Aucun

Renseignements: Julie Leblanc, agente d'approvisionnement: 514 872-1040

Appel d'offres: 14-13332

Descriptif: A82 - Service de gestion de la piscine extérieure Valleycrest

Date d'ouverture: 3 février 2014

Dépôt de garantie: 2% (Cautionnement)

Renseignements: Laurence Théoret, agente d'approvisionnement: 514 872-4907

Appel d'offres: 14-13346

Descriptif: A54 - Transport de déchets par conteneurs pour l'arrondissement le Plateau-Mont-Royal, 2014-2017

Date d'ouverture: 3 février 2014

Dépôt de garantie: 10% (Cautionnement ou chèque visé)

Renseignements: Sonia Bedder, agente d'approvisionnement: 514 872-5514

Documents: Les documents relatifs à ces appels d'offres seront disponibles à compter du 15 janvier 2014.

Les personnes et les entreprises intéressées par ce contrat peuvent se procurer les documents desoumission en s'adressant au Service électronique d'appels d'offres (SEAO) en communiquant avec des représentants par téléphone au 1 866 669-7326 ou au 514 856-6600, ou en consultant le site Web www.seao.ca. Les documents peuvent être obtenus au coût établi par le SEAO. Chaque soumission doit être placée dans une enveloppe cachetée et portant l'identification fourni enannexe du document d'appel d'offres.

Les soumissions reçues seront ouvertes publiquement dans les locaux de la Direction du greffe à l'Hôtel de ville, immédiatement après l'expiration du délai fixé pour leur réception.

La Ville de Montréal ne s'engage à accepter ni la plus basse ni aucune des soumissions reçues et n'assume aucune obligation de quelque nature que ce soit envers le ou les soumissionnaires.

Montréal, le 15 janvier 2014

Le greffier de la Ville
M^{re} Yves Saindon



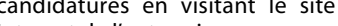
APPEL DE CANDIDATURES

PM-020 - SERVICES DE CONSULTATION EN SYSTÈME DE SÉCURITÉ DU BÂTIMENT

PROJETS MULTIPLES

Les entreprises peuvent obtenir de l'information sur cet appel de candidatures en visitant le site internet de l'entreprise :

www.casiloc.com



APPEL D'OFFRES

LOT PQ-1016 - FOURNITURE, INSTALLATION ET MISE EN SERVICE DE PLANCHER MOBILE

REVITALISATION ET MAINTIEN DE L'ACTIF AU PAVILLON DU QUÉBEC

Les entrepreneurs peuvent obtenir de l'information sur cet appel d'offres en visitant le site internet de l'entreprise :

www.casiloc.com



APPELS D'OFFRES

LOT L-0555 - STRUCTURE ESCALIER ET MÉTAUX OUVRÉS - PHASE 3B

LOT L-0915 - DÉMOLITION ET SYSTÈMES INTÉRIEURS BAR LA MARINA - PHASE 3B

LOT L-1587 - VENTILATION BAR LA MARINA - PHASE 3B

LOT L-1605 - ÉLECTRICITÉ BAR LA MARINA - PHASE 3B

TRAVAUX DE REVITALISATION ET MAINTIEN DE L'ACTIF AU CASINO LAC-LEAMY

Les entrepreneurs peuvent obtenir de l'information sur ces appels d'offres en visitant le site internet de l'entreprise :

www.casiloc.com

Comment faire plus d'argent en vendant ses valeurs



MARIE-EVE FOURNIER
ENVOYÉE SPÉCIALE
NEW YORK

En « faisant la promotion de l'optimisme », le fondateur de la marque américaine de t-shirts Life is Good a bâti en 25 ans une entreprise qui réalise des ventes de 100 millions US.

Bert Jacobs attribue sa réussite au fait qu'il vend « des valeurs ayant de super pouvoirs », et non de simples vêtements. Conférencier-vedette au Retail's Big Show, hier, l'entrepreneur a livré les secrets de sa recette.

Vraiment détendu avec ses jeans trop grands, son t-shirt banal, ses longs cheveux frisés, sa barbe peu entretenue et ses pieds nus dans ses souliers, Bert Jacobs donne l'impression qu'il loue des planches de surf sur le bord de la mer en Californie ou qu'il sert des sandwiches dans un café grano de Vancouver.

Il est plutôt à la tête d'une entreprise multimillionnaire qu'il a fondée avec son frère John, statut qui ne l'a pas empêché de commencer sa présentation en lançant très loin dans l'auditoire un frisbee pour le simple plaisir de la chose. Exercice qu'il répètera à plusieurs reprises, visiblement amusé.

« Vous n'êtes pas des détaillants, vous êtes des personnes! Des personnes qui aiment rire, qui aiment la musique, la plage, vos enfants, a lancé Bert Jacobs pour briser la glace. Vous devez avoir du plaisir dans la vie, vous devez rire de vous-même et apporter cela au bureau. Sinon, personne ne voudra travailler pour vous.

Le plaisir est un super pouvoir, vous savez. »

Simple et positif

Puisque « les médias ne rapportent que de mauvaises nouvelles », Bert Jacobs et son frère ont décidé au début des années 90 de faire l'inverse et de diffuser des messages positifs et optimistes sur les t-shirts qu'ils vendaient depuis quelques années déjà. Leur idée est très simple et c'est pourquoi elle fonctionne aussi bien, croit le Bostonien. « Si vous simplifiez les choses au point où

« Si vous simplifiez les choses au point où tout le monde les comprend, vous gagnez. » — Bert Jacobs, de l'entreprise de t-shirts Life is Good

temps a été battu, et l'événement a permis de recueillir 500 000\$. Même si ça n'a rien à voir avec les t-shirts, c'est payant. « Faites des choses qui font du bien aux gens et votre entreprise va croître. La gratitude et la compassion sont de super pouvoirs! » Life is Good manifeste constamment sa compassion pour autrui, donnant chaque année 10% de ses profits aux enfants.

Le capitalisme aide les gens

Cette philosophie n'empêche pas l'entreprise de vouloir faire un maximum d'argent, a tenu à préciser Bert Jacobs. « Nous sommes des capitalistes. Nous voulons faire des profits. Je suis convaincu que le capitalisme est la meilleure façon d'aider les gens dans le besoin. »

Le fondateur de Life is Good affirme que son entreprise n'a jamais misé sur les vêtements, mais sur « les connexions émotionnelles ». « Si vous pensez que vous êtes assez brillant pour construire une marque seul, vous êtes dans l'erreur. Vous avez besoin de votre communauté pour croître. »

Mais attention, a-t-il prévenu. Les entreprises doivent faire preuve d'authenticité. Sinon, « les gens vont vous démolir. »

Bert Jacobs a aussi expliqué que le succès de Life is Good repose sur sa créativité et sur l'innovation. « Vous devez être renversants. Vendre le bon produit au bon prix ne suffit plus. »

Maintenant que sa marque est connue et aimée, l'homme d'affaires mise sur des partenariats avec d'autres industries pour que son message optimiste se répande encore davantage. Life is Good se trouve désormais sur des cartes de souhaits Hallmark (depuis 2012), et le géant de l'agroalimentaire Smucker's vend du café Life is Good depuis l'automne dernier.

Le Super Bowl ne fait pas vendre!

ISABELLE MASSÉ

Une cote d'écoute de 110 millions de téléspectateurs n'assure pas aux annonceurs la vente de leurs produits quand le populaire événement se nomme Super Bowl. C'est ce que laisse entendre une étude de la firme américaine Communicus, relayée par le magazine spécialisé *AdAge*.

Huit pubs sur dix diffusées lors de la finale de la National Football League (NFL) — qui aura lieu, cette année, le 2 février — n'entraînent pas une hausse des ventes! « Quatre-vingts pour cent, c'est questionnable, estime Francine Marcotte, vice-présidente, média, de l'agence Cossette. Les diffuseurs doivent être abasourdis devant un tel pourcentage. Cela dit, le contexte du Super Bowl est si particulier. C'est l'unique achat média de l'année pour certains annonceurs. Ils ont plus un désir de notoriété que de vente le soir de cet événement. »

C'est encore le cas de bien des pubs du Super Bowl, qu'on ne voit pas par la suite, ou sinon, de façon irrégulière. « Or, une diffusion n'est pas suffisante pour causer un impact », note à *AdAge* Jeri Smith, PDG de Communicus.

Selon la firme qui a testé les messages du Super Bowl auprès de 1000 personnes, même le message très apprécié Miracle Stain de Tide, dans lequel une tache aux allures de Joe Montana sur un chandail provoque une commotion nationale, n'a pas fait résonner les caisses. « L'association à la marque est plus basse que pour une pub typique (35% comparativement à 50% habituellement), à cause de la structure même des messages du Super Bowl, qu'on veut surprenante. »

À 4 millions de dollars le placement publicitaire de 30 secondes, en plus des coûts de production, les annonceurs pondent habituellement des concepts qu'ils souhaitent mémorables. Et un événement comme le Super Bowl tend à retenir un taux plus élevé de téléspectateurs devant l'écran, pendant les pauses publicitaires, que d'autres émissions.

LA
PRESSE

PORTFOLIO

FRANCHISES

Créer des emplois et de la richesse

STÉPHANE CHAMPAGNE
COLLABORATION SPÉCIALE

Malgré une économie québécoise qui tourne au ralenti, les franchises ont joué un rôle important dans le PIB du Québec au cours des 24 derniers mois. Selon une étude commandée par le Conseil québécois de la franchise (CQF) et dont les résultats sont rendus publics aujourd'hui, ce secteur de l'économie a permis de créer plus d'emplois et de richesse collective que la moyenne québécoise.

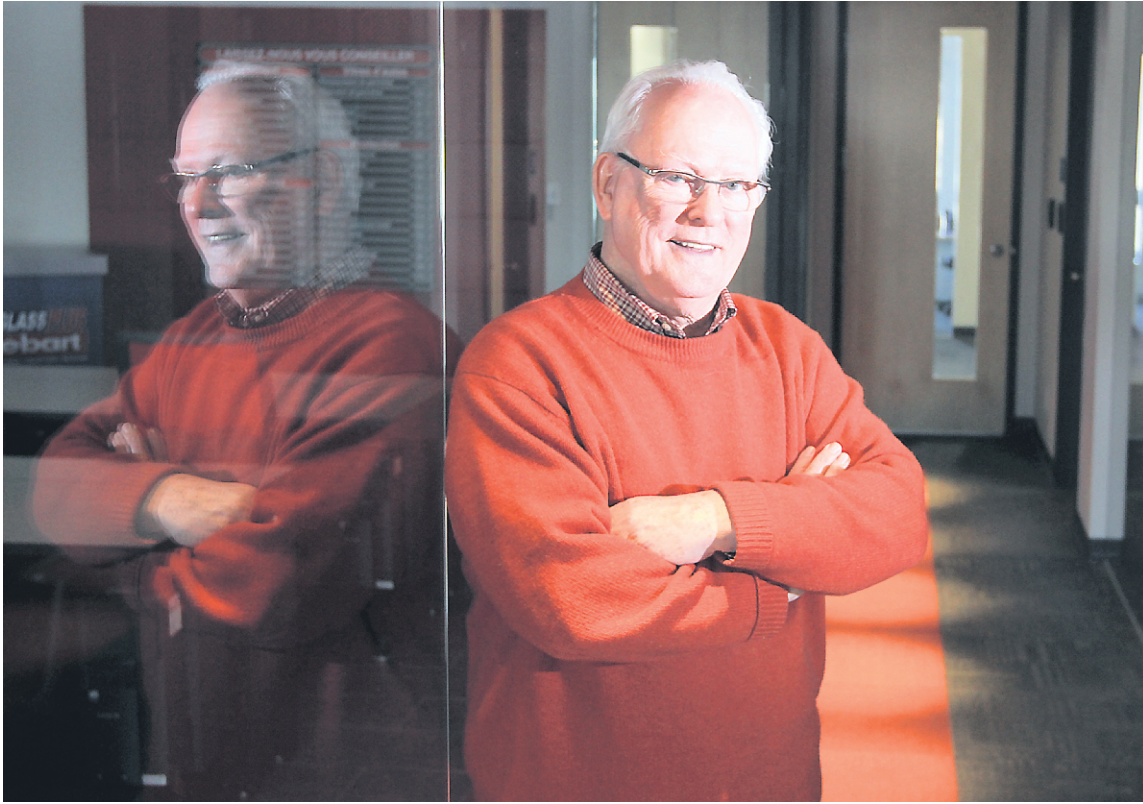
Intitulé *Étude sur le poids relatif de la franchise dans l'économie québécoise*, le document de recherche en est à sa deuxième édition. La première étude remonte à janvier 2012, il y a exactement 24 mois. Elle a de nouveau été menée par la firme d'analyse Indicia.

On y apprend que la franchise au Québec générera en 2014 un chiffre d'affaires de 26,8 milliards, contre 23,78 milliards il y a deux ans. Une hausse nette de 3 milliards qui se traduit par une croissance de 12,7%. Ce résultat se compare avantageusement, indique l'étude, aux 2,94% d'augmentation du PIB du Québec.

D'ailleurs, selon Indicia, le poids relatif de la franchise représente 8,22% du PIB de la Belle Province.

Créateurs d'emplois

En matière d'emplois, les franchises font actuellement travailler 187 881 personnes, comparativement à 170 686 en janvier 2012. Il s'agit d'une augmentation de 10,07%. Étant donné que l'emploi a



Pierre Garceau est président-directeur général du Conseil québécois de la franchise.

augmenté de 1,5% au Québec durant la même période, selon les chiffres avancés par Indicia, il est permis d'affirmer que la franchise a été un créateur d'emplois soutenu. La

au moins un point de vente. Environ 75% de ces franchiseurs sont de propriété québécoise ou canadienne.

Au total, le Québec compte 12 703 points de vente ou

La franchise au Québec générera en 2014 un chiffre d'affaires de 26,8 milliards, contre 23,78 milliards il y a deux ans. Une hausse nette de 3 milliards qui se traduit par une croissance de 12,7%.

franchise représente 4,6% des emplois au Québec.

Au cours des 24 derniers mois, 84 nouvelles enseignes ont vu le jour, ce qui porte à 390 le nombre de franchiseurs au Québec qui exploitent

points de services affiliés à une franchise. Il s'agit d'une augmentation nette de 1337 nouveaux commerces. Selon Indicia, 66% de ces 12 703 commerces sont détenus par des franchiseurs. Les 34%

résiduels sont, notamment, des succursales d'entreprise.

Enfin, le taux de création des entreprises en général au Québec a été de 11,9%, alors que celui des franchises atteignait 12,82%. Fait intéressant, selon l'étude commandée par le CQF, le taux de fermeture des commerces au Québec a été deux fois plus élevé que dans le secteur des franchises.

Pour Pierre Garceau, président-directeur général du Conseil québécois de la franchise, ces résultats sont élogieux. «Les franchises créent non seulement des emplois et de la richesse, mais elles donnent aussi naissance à des PME et à des chefs d'entreprise. Et ça, on l'oublie trop souvent», dit-il.

Jugement attendu

Les franchiseurs et les franchisés du Québec seront par ailleurs particulièrement intéressés par le litige opposant Dunkin' Brands (franchiseur des restaurants Dunkin' Donuts) et Berico inc., groupe québécois de franchisés. Ce procès s'est transporté à la Cour d'appel du Québec. Les audiences commenceront en février.

En 2012, la Cour supérieure du Québec a condamné Dunkin' Brands Canada à verser 16,4 millions à Berico. Ce dernier reprochait à la société son «incompétence, sa négligence, son absence de soutien et d'assistance et son non-respect flagrant du contrat pour la mise en valeur de la marque entre 1995 et 2005».

Selon M^c Neil Ezra Hazan, associé du bureau montréalais de Borden Ladner Gervais, le verdict de cet appel interjeté par Dunkin' est très attendu, car il pourrait radicalement changer la façon dont les franchiseurs et les franchisés collaborent.

«Ce jugement pourrait faire en sorte que les franchiseurs auraient plus d'obligations envers les franchisés, ce qui serait unique en Amérique du Nord, explique M^c Hazan. Ce n'est pas logique de demander que les franchiseurs assurent la réussite absolue de leurs franchisés. Ce serait une exagération des obligations des franchiseurs.»

Le Québec est parmi les rares provinces canadiennes à ne pas avoir légiféré dans le domaine des franchises. Les franchiseurs et les franchisés sont donc régis par le droit commun et, plus particulièrement, par les articles du Code civil traitant des contrats au Québec, ainsi que par la jurisprudence, fait remarquer l'avocat.

ACADÉMIE DE LA FRANCHISE DU CQF

Première cohorte de diplômés

STÉPHANE CHAMPAGNE
COLLABORATION SPÉCIALE

Mise sur pied il y a à peine un an, l'Académie de la franchise du Conseil québécois de la franchise (CQF) est sur le point d'octroyer ses premiers diplômes. Quatre franchiseurs ont délégué autant d'employés pour suivre la formation Conseiller en gestion - réseau. Ces nouveaux diplômés feront le pont entre le franchiseur et ses franchisés. Bref, ils sont les dignes représentants du monde de la franchise de demain.

Pierre Garceau, directeur général du Conseil québécois de la franchise, est sur un nuage. Cette première cohorte de diplômés, dit-il, marque une ère de changement dans l'univers québécois de la franchise. Elle coïncide d'ailleurs avec le 30^e anniversaire de fondation du CQF.

«Ça va faire en sorte que la franchise 1.0 où le franchiseur voyait ces franchisés comme de simple gérant, va faire place à la franchise 3.0, c'est-à-dire où deux entrepreneurs travaillent en partenariat dans une relation horizontale et non verticale.»

Les franchiseurs Uniban (et sa bannière VitroPlus-Ziebart), Douce Maman (vêtement de maternité et accessoires), GUS (Groupe urgence sinistre, spécialisé dans l'après-sinistre), de même que Giorgio Steak Frite ont choisi de payer chacun 6900\$ afin qu'un des leurs devienne un meilleur gestionnaire.

«La franchise, ça ne s'enseigne pas. Ça allait de soi que je me paye ce cours.» — Nathalie Jetté, présidente et fondatrice de Douce Maman

À point nommé

René-Charles Landry, président de GUS, affirme s'être «précipité» pour inscrire l'un de ses directeurs à cette nouvelle formation. «Pour nous qui sommes très près de nos franchisés, ce cours arrive à point nommé. Notre directeur y a rencontré d'autres franchiseurs et il y a puisé de très bonnes idées», soutient M. Landry.

GUS compte 225 franchisés au Québec, de même que 26 succursales en Ontario. La PME, qui vise une présence pancanadienne d'ici 2018, a ouvert une franchise dans quatre autres provinces ces derniers mois: Alberta, Île-du-Prince-Édouard, Nouveau-Brunswick et Nouvelle-Écosse.

Le franchiseur Douce Maman ne compte que six franchises dans cinq régions du Québec. Ce qui n'a pas empêché Nathalie Jetté, présidente et fondatrice, d'allonger près de 7000\$ pour faire partie de la première cohorte du cours Conseiller en gestion - réseau.

«La franchise, ça ne s'enseigne pas, explique la femme d'affaires de 46 ans qui ouvre un salon de coiffure lorsqu'elle n'avait que 16 ans. Ça allait de soi que je me paye ce cours. Je côtoie d'autres franchiseurs et je me rends compte qu'on vit la même chose peu importe la grandeur de notre réseau.»

Et d'ajouter: «J'ai le luxe de pouvoir corriger le tir quand je prendrai de l'expansion au Québec et ailleurs au Canada, car je suis franchiseur depuis cinq ans seulement. Un des plus



PHOTO STÉPHANE CHAMPAGNE, COLLABORATION SPÉCIALE

«Pour nous qui sommes très près de nos franchisés, le cours de conseiller en gestion - réseau arrive à point nommé», explique René-Charles Landry, président de GUS.

grands défis du franchiseur, c'est de faire équipe avec le franchisé. Et je crois que ce cours va m'aider dans ce sens-là.»

Projets au CQF

Outre ce nouveau cours, l'Académie de la franchise du CQF a plein de projets dans sa besace.

L'entité a créé un catalogue de 13 formations, en collaboration avec Claude Ananou, de HEC Montréal, pour les franchiseurs et les franchisés. Un cours s'adressant au grand public (devenir franchiseur ou franchisé), sera éventuellement à l'ordre du jour.

Le CQF prévoit également mettre en place une

accréditation. «Cela prouvera que les participants ont suivi des formations, qu'ils ont pris part à un processus d'apprentissage continu. Le but, c'est d'améliorer les compétences de tout le monde», explique Pierre Garceau.

M. Garceau veut aussi créer une fondation de la franchise afin, dit-il, d'encourager l'entrepreneuriat. «Nous remettons déjà des bourses lors de notre gala annuel. Cette fondation offrira d'autres bourses et vise même à chapeauter des travaux de recherche», dit celui qui, visiblement, a des grandes ambitions pour le secteur de la franchise au Québec.

Se lancer
en affaires
est plus
facile que
vous
pensez!

ACF
Association Canadienne
de la FranchiseCQF
Conseil québécois de la franchise

Le
Salon de la
franchise

www.lesalondelafranchise.ca

2,00 \$

de rabais
admission générale

Montréal
les 18 et 19 janvier
Place Bonaventure

COMMANDITÉE PAR:

QUEUES DE CASTOR
PÂTISSERIES

PORTFOLIO FRANCHISES

Devenir franchisé pour dire : « Bye-bye, boss! »



YVON LAPRADE
COLLABORATION SPÉCIALE

Devenir franchisé pour pouvoir dire : « Bye-bye, boss! », c'est le rêve que caressent bon nombre de futurs entrepreneurs. Mais soyons francs : n'entre pas qui veut dans l'univers du franchisage!

« Ça prend de nombreuses qualités et une grande flexibilité pour être un bon franchisé », résume Tarek Yazidi, président du site internet Occasion Franchise, à Trois-Rivières.

Il ajoute : « Un franchisé doit savoir travailler en équipe avec son franchiseur, tout en faisant preuve d'initiative. On appréciera sa souplesse, sa discipline et le respect du concept de commercialisation du franchiseur. »

Tarek Yazidi évolue dans cette industrie depuis bientôt 12 ans, dont les 9 dernières à titre de président de son entreprise, qui met en lien franchiseurs et franchisés. « Nous aidons le franchisé à accélérer ses recherches pour trouver le bon franchiseur, dit-il. Et nous faisons réaliser à ces candidats potentiels qu'il ne suffit pas d'injecter une solide mise de fonds. »

Parce que le monde des franchisés – et celui des franchiseurs – s'est transformé considérablement au cours de la dernière décennie. Les franchiseurs ne sont plus rois et maîtres dans cette aventure



PHOTO EMILIE OCONNOR, LE NOUVELLISTE

« Le franchisé doit être prêt à porter plusieurs casquettes. Il sera à la fois propriétaire de son entreprise et associé du franchiseur, et il remplacera au pied levé un employé qui se déclarera malade à une heure d'avis! », explique Tarek Yazidi, président du site internet Occasion Franchise.

commerciale, et les franchisés sont devenus des partenaires qui s'impliquent et apportent des idées.

propriétaire opérant, insiste-t-il. Le franchisé doit être prêt à porter plusieurs casquettes. Il sera à la fois propriétaire de

Il devra en outre savoir qu'il a signé un contrat avec son franchiseur; contrat qui le liera avec ce dernier sur une période de 10 ans, renouvelable.

Réussites et échecs

Jacques Desforges, qui a fondé le magazine *Québec Franchise* en 1995, voit lui aussi de nombreux avantages à « être à son compte ».

Dans la colonne des avantages, il fait valoir que le taux d'abandon pour cause de faillite y est beaucoup moins élevé qu'au sein des

« Après cinq ans, 80 % des commerces indépendants ne sont plus là. C'est l'inverse dans le secteur du franchisage. » — Jacques Desforges, fondateur du magazine *Québec Franchise*

« Le succès d'un commerce "banniéré" exploité par un franchisé repose en grande partie sur l'implication et une présence constante du

son entreprise et associé du franchiseur, et il remplacera au pied levé un employé qui se déclarera malade à une heure d'avis! »

entreprises indépendantes, non liées par des contrats avec des franchiseurs.

« Après cinq ans, indique-t-il, 80 % des commerces indépendants ne sont plus là. C'est l'inverse dans le secteur du franchisage. »

Il attribue cela, notamment, au « partenariat stratégique » qui s'est développé au fil des années entre le franchisé et le franchiseur. « Tous deux ont intérêt à bien communiquer pour le bien de la bannière, dit-il. Ils sont dans le même bateau et doivent travailler pour le développement du réseau. Ça suppose aussi que le franchisé voudra profiter des services du franchiseur. Autrement, il serait resté indépendant. »

Et si l'aventure se termine par un cuisant échec? « Oui, on peut se planter, reconnaît le président de *Québec Franchise*. Ce ne sera pas nécessairement la faute du franchiseur. »

DES FRANCHISEURS QUÉBÉCOIS

Au-delà des grands noms américains et étrangers, on retrouve au Québec des franchiseurs qui ont leurs racines ici même au Québec. Parmi ceux-là, citons :

- > La Cage aux Sports
- > Rôtisseries St-Hubert
- > Énergie Cardio
- > Chez Cora
- > Qualinet
- > Presse Café
- > La Vie en Rose
- > Loutec
- > Maître Glacier
- > Thai Zone
- > Chaussures Pop
- > GO Sport
- > Snap-On
- > Midas
- > Sans-Zo

Liste établie avec le concours de Tarek Yazidi (Occasion Franchise) et Jacques Desforges (Québec Franchise).

— Yvon Laprade, collaboration spéciale

Trouver le bon franchiseur

YVON LAPRADE
COLLABORATION SPÉCIALE

Trouver le bon franchiseur et ouvrir la franchise qui nous convient, ça ne se fait pas en criant ciseaux!

« Il faut d'abord avoir de l'argent en banque pour avancer une mise de fonds couvrant de 25 à 50 % de la somme à investir », prévient Tarek Yazidi, président du site Occasion Franchise. Il précise : « Il y a des franchises qui se vendent 1 million et plus, et il y en a d'autres, beaucoup plus modestes, qu'on peut acheter pour moins de 15 000 \$ ».

Par la suite, le franchisé en devenir doit savoir dans quel

secteur d'activité il souhaite évoluer. « Le franchisé ne doit pas prendre sa décision en fonction du nom d'une franchise, mais plutôt en fonction de sa capacité à bien gérer son entreprise, nuance-t-il. Par exemple, il se peut qu'il ne parvienne pas à maintenir le rythme s'il achète une franchise qui sert du café 24 heures sur 24. »

Jacques Desforges, de Québec Franchise, conseille aux futurs franchisés « de ne pas avoir peur d'aller voir les franchiseurs, et même les franchisés, pour aller chercher toutes les informations et pour se conforter dans leur choix ».

La franchise à l'université

STÉPHANE CHAMPAGNE
COLLABORATION SPÉCIALE

La franchise est quelque chose qui ne s'enseigne pas à l'université, sauf au Québec. HEC Montréal offre depuis le début du trimestre d'hiver 2014 une plus grande place à l'univers de la franchise dans son offre de formation. Le cours Perspective entrepreneuriale permet à 20 étudiants inscrits dans le programme Entreprendre de

mieux saisir la mécanique et les possibilités qu'offrent les franchises.

« Ce cours parle des différentes voies de développement d'une entreprise. La franchise occupe environ 30 % de la matière. C'est très pragmatique. Il y a un entrepreneur ou un spécialiste en franchise invité chaque semaine », explique Claude Ananou, maître d'enseignement qui dirige le nouveau cours en compagnie de son collègue Luis Cisneros. Perspective

entrepreneuriale sera à nouveau offert en mai 2014.

Si la réponse est bonne, HEC pourrait mettre sur pied un cours de trois crédits portant exclusivement sur la franchise, explique Claude Ananou. « La franchise représente presque 9 % de l'activité économique du Québec. Dans tous les nouveaux projets commerciaux, de 80 % à 90 % des magasins sont des franchises. C'est énorme », soutient le maître d'enseignement.

DU NOUVEAU DANS LA FAMILLE SCORES

- Ce concept a été créé pour nous permettre d'ouvrir des Scores dans les petits marchés du Québec
- Notre fameux bar à salades
- Service au comptoir, décor moderne et convivial
- Service comptoir, livraison et service à l'auto

FRANCHISES DISPONIBLES : LIETTE POIRIER 514.940.0899

Rôtisseries St-Hubert Nouvelle orientation

La nouvelle orientation des Rôtisseries St-Hubert détonne avec celle de son ancien président, Daniel Cousineau. L'ex-gestionnaire du plus important franchiseur de propriété québécoise (114 restaurants, 10 000 employés) voulait ouvrir des franchises jusqu'en Asie. Depuis mars 2013, il a été remplacé par Marie-Line Beauchamp, dont l'objectif est de consolider les acquis de l'entreprise tout en continuant à ouvrir de nouvelles franchises.

« Il faut viser l'expansion locale, car c'est cela qui va assurer la longévité du concept », explique Richard Scofield, vice-président restauration. Un concept de restaurant hybride (salle à manger et comptoir express) a ouvert ses portes l'automne dernier à Repentigny. Une franchise express ouvrira à Ottawa à la fin du mois de janvier. Et deux autres projets, à Val-Bélair et à Buckingham (Outaouais), sont sur la table à dessin. Mis à part la nouvelle succursale d'Ottawa, l'expansion hors Québec n'est plus une priorité, souligne M. Scofield. Depuis quelques années, les Rôtisseries St-Hubert investit dans la rénovation de ses succursales. De 10 à 15 restaurants subissent annuellement une cure de rajeunissement,

dont les coûts de rénovation vont de quelques centaines de milliers à quelques millions de dollars. Signe des temps, le site web pour commander en ligne est désormais très prisé. Dans certaines succursales, plus de 40 % des livraisons sont commandées en ligne.

Cora Les Américains devront patienter

Les Américains devront encore patienter avant d'accueillir leur premier restaurant Cora. Le franchiseur québécois caresse depuis quelques années le projet d'ouvrir une première succursale au pays de Barack Obama. « Mais c'est très compliqué, notamment en ce qui a trait à l'approvisionnement », explique Nicholas Tsouflidis, président de la célèbre chaîne de restaurants à déjeuner fondée par sa non moins célèbre mère, Cora Tsouflidou. « Les lois ne sont pas les mêmes qu'ici; elles sont plus complexes, ajoute-t-il. On a fait très peu d'erreurs dans notre parcours jusqu'à maintenant. Bien sûr que ce serait une fierté pour nous d'ouvrir une première franchise dans un autre pays, mais on ne veut pas se planter. » Cora compte actuellement 131 franchises au Canada. En 2013, le franchiseur de Sainte-Thérèse a ouvert quatre nouveaux restaurants en Alberta, en Colombie-Britannique, au Québec et en Saskatchewan.

— Stéphane Champagne, collaboration spéciale

LOCATION

Pelletier

AUTOS • CAMIONS • ÉQUIPEMENTS

FRANCHISES DISPONIBLES PARTOUT AU QUÉBEC

Moises Talamas 450-907-1596
Moises@location-pelletier.ca

PORTFOLIO FRANCHISES

RELATIONS FRANCHISEURS-FRANCHISÉS

Un code de bonne foi

LAURENCE NIOSI
COLLABORATION SPÉCIALE

N'étant régi par aucune loi, le franchisage au Québec repose généralement sur un code de bonne foi. Parce qu'il est difficile et coûteux de sortir d'un contrat de franchise, franchisés et franchiseurs doivent préalablement s'assurer de respecter certaines règles de base.

Le franchiseur québécois, contrairement à celui d'autres provinces canadiennes, n'est pas obligé de produire un document de divulgation. «La primauté du Code civil est une primauté de bonne foi. C'est elle qui régit les deux parties», précise Pierre Garceau, président du Conseil québécois de la franchise.

Afin de délimiter les bonnes pratiques d'affaires entre franchisés et franchiseurs, le Conseil a créé un code d'éthique auquel ont automatiquement adhéré ses 125 membres (franchiseurs).

Respecter les règles de base

Le code énumère plusieurs règles de base avant de faire des affaires de part et d'autre. Au franchiseur, il suggère notamment de divulguer toute information pertinente avant de conclure une entente.

Selon l'avocat Jean H. Gagnon, le franchiseur doit par ailleurs, avant d'accorder des franchises, avoir été en activité pendant au moins deux ans et avoir eu au moins trois points de vente dans différents marchés.

Le franchiseur commet en outre une grave erreur s'il s'attend à financer le coût de mise en place de sa structure de franchise avec les sommes que les premiers franchisés lui versent. «Il va pouvoir le récupérer dans trois ou quatre ans, mais pas la première année», ajoute l'auteur d'une vingtaine d'ouvrages sur les franchises.

Le futur franchisé doit de son côté s'informer sur un potentiel franchiseur, d'abord en visitant plusieurs points de vente à titre de client. Ensuite, si les démarches sont plus avancées, avec la permission du franchiseur, il ira poser des questions à ses franchisés: si l'expérience était à refaire, le feraient-ils?

Le franchisé doit également s'assurer que le franchiseur semble avoir un processus de sélection qui répond à certaines normes – et que la seule chose qui le préoccupe ne soit pas que le franchisé ait l'argent pour investir.

De nombreux défis... et des récompenses

Sans ces règles de base, plusieurs relations d'affaires se désintègrent rapidement. À titre d'exemple, l'année dernière, plusieurs propriétaires de restaurants Mikes ont tenté de se départir de leur franchise en raison de différends avec le groupe de restaurants Invescor, dont ils ont critiqué la gestion.

Comment expliquer de tels gestes? «Quelque 90% des causes devant les juges sont le résultat d'un mauvais choix du franchisé par leur franchiseur. Les franchisés doivent partager les valeurs du franchiseur», tranche Pierre Garceau.

Pour M^e Gagnon, le franchisé doit savoir, dès le début, qu'il entre dans une relation à long terme, dont il est difficile et coûteux de sortir. «À la fin du contrat, le franchisé n'a rien, à moins qu'il ait réussi à vendre. Est-il prêt à respecter et vivre avec les contraintes d'être franchisé pendant 15 ou 20 ans? C'est une business qu'on loue pour une durée de temps», précise-t-il.

Même si un contrat lie les deux parties, le document avantage le franchiseur, selon Pierre Garceau. «Le franchiseur est le gardien de la marque, de la recette qu'on doit avoir éprouvée au préalable. Si tout le monde commence à jouer avec ta recette, ce n'est plus de la franchise.»

En contrepartie, avec une franchise, l'entrepreneur jouit d'un réseau et de ressources dont il ne pourrait jamais profiter en tant qu'indépendant qui commence de zéro. Son niveau de risque est beaucoup moins élevé. Pour les franchiseurs, la franchise permet de bâtir un réseau très rapidement, estime Jean H. Gagnon.

Mais, au final, dit-il, «la franchise, c'est un modèle d'affaires, il y en a pour qui ça convient, d'autres pas. Il n'y a pas de magie là-dedans.»



PHOTO ANDRÉ PICHETTE, LA PRESSE
L'avocat Jean H. Gagnon est l'auteur d'une vingtaine d'ouvrages sur les franchises.



MAGOG, CANADA



COMMUNIQUÉ - Pour diffusion immédiate



MONTRÉAL, CANADA



SYDNEY, AUSTRALIE

PRESSE CAFÉ PRÉSENTE SON PLAN DE DÉVELOPPEMENT POUR L'ENSEMBLE DU QUÉBEC

Toujours plus près de vous

15 JANVIER 2014 - Cette année Presse Café célèbre ses 18 ans et pour ancrer cette maturité, la bannière souhaite renforcer sa présence au cœur du Québec, ainsi que dans le Nord de la province et l'Est du Canada. Pour mettre son plan à exécution, une nouvelle équipe basée à Québec a été formée en début d'année.

Pour Marcel Hachem, président-directeur général de Presse Café, il est clair que les entrepreneurs d'ici ont envie de porter des projets dynamisants pour eux et pour leur communauté. En ce sens, Presse Café leur offre une opportunité d'affaires unique et gagnante en donnant à la fois le soutien et la flexibilité à ses franchisés, des commerçants indépendants, qui ont envie de réussir dans le domaine du café et de la restauration saine et rapide.

Après le succès connu à l'extérieur de nos frontières, c'est aujourd'hui plus mature et plus solide que jamais que Presse Café entreprend ce nouveau plan de développement pan-québécois.

La formule Presse Café est gagnante et les entrepreneurs d'ici sont invités à contribuer à son essor en région. Et vous, seriez-vous prêt à ouvrir le premier Presse Café dans votre coin de pays?



P R E S S E C A F É

décompresser • boire • manger

Pour le grand Montréal + les projets internationaux

Bureau de Montréal
Xavier Chambon, 514-935-5553 # 230
Sans frais 1-888-395-5553 # 230
xchambon@cafesvp.ca

Pour Québec, l'Est du Canada et le Nord du Québec

Bureau de Québec
Gilles Sévigny, 514-260-3375
Sans frais 1-888-395-5553 # 221
gsevigny@cafesvp.ca

www.presscafe.com | facebook.com/presscafe.fr



PARIS, FRANCE



NICOSIE, CHYPRE



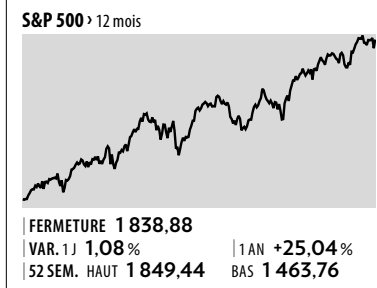
DAKAR, SÉNÉGAL



LA PRESSE AFFAIRES INVESTIR

LES BOURSES

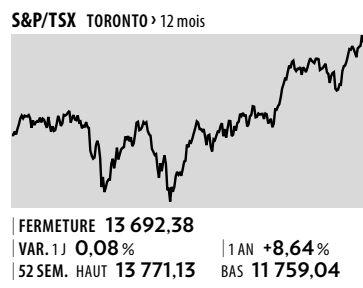
ÉTATS-UNIS



DANS LE MONDE

	FERMETURE	VAR. 1J	(pts)	(%)
Brazil Bovespa (Brésil)	49 703,10	276,20	0,56	
CAC 40 (France)	4 274,20	10,93	0,26	
DAX (Allemagne)	9 540,51	30,34	0,32	
DJ Euro Stoxx 50 (Europe)	2 931,11	4,78	0,16	
FTSE 100 (Angleterre)	6 766,86	9,71	0,14	
Hang Seng (Hong Kong)	22 791,28	-97,48	-0,43	
Mexico Bolsa (Mexique)	42 439,79	281,17	0,67	
FTSE MIB (Italie)	19 730,38	33,13	0,17	
NIKKEI 225 (Japon)	15 422,40	-489,66	-3,08	
S&P/ASX 200 (Australie)	5 212,05	-80,03	-1,51	
Shanghai (Chine)	2 026,84	17,28	0,86	
Swiss Market (Suisse)	8 384,65	-28,24	-0,34	

CANADA



PLUS ACTIFS

	VOLUME	FERM (\$)	VAR (%)
TERANGA GOLD (TGT)	31 676 004	0,62	6,90
OSISKO MINING (OSK)	19 959 873	6,23	-0,16
CONTINENTAL (CNL)	8 902 569	3,00	-0,33
B2GOLD CORP (BTO)	7 661 297	2,46	0,41
FIRST NICKEL (FNI)	5 294 336	0,03	25,00
WESTERN FOREST (WEF)	5 008 894	2,08	-1,42
BOMBARDIER (BBD.B)	4 957 588	4,44	-1,11
POTASH CORP (POT)	4 644 767	37,53	3,05
YAMANA GOLD (YRI)	4 449 694	10,28	1,48
SEMAFO (SMF)	4 380 550	3,29	0,00
KINROSS GOLD (K)	4 284 542	4,89	-1,61
LEGACY OIL + G. (LEG)	3 999 413	5,86	-1,01
MANULIFE FINAN. (MFC)	3 975 895	21,58	-0,05
CAN. NAT. RES. (CNQ)	3 860 236	35,96	0,31
GOLDCORP (G)	3 813 932	24,34	-2,80
PLATINUM GR. (PTM)	3 456 769	1,29	4,03

TITRES GAGNANTS

EN %	VOLUME	FERM (\$)	VAR (%)
NEW PACIFIC MET. (NUX)	40 668	0,53	39,47
OROSUR MINING (OMI)	755 251	0,22	33,33
CANARC RES. (CCM)	59 500	0,06	33,33
STOCKPORT EXPL. (SPT)	39 280	0,06	33,33
VICTORY NICKEL (NI)	1 289 804	0,07	30,00

EN \$

VOLUME	FERM (\$)	VAR (%)	
FAIRFAX FINAN. (FFH)	34 494	424,87	7,37
VALEANT PHAR. (VRX)	776 074	147,51	5,69
AGRIUM (AGU)	825 243	102,52	3,26
HYDROGENICS CO (HYG)	11 643	22,45	3,20
CANADIAN TIRE C. (CTC)	2 009	125,00	2,90

TITRES PERDANTS

EN %	VOLUME	FERM (\$)	VAR (%)
RELIANCE RES. (RI)	2 000	0,01	-50,00
CANDAX ENERGY (CAX)	110 500	0,01	-33,33
CONTL PRECIOSUS (CZO)	31 600	0,11	-27,59
FIRST POINT M. (FPX)	6 400	0,15	-23,08
XINERGY LTD (XRG)	53 660	0,25	-20,97

EN \$

VOLUME	FERM (\$)	VAR (%)	
MORGUARD (MRC)	1 553	126,50	-1,50
COGECO CABLE (CCA)	77 547	49,00	-1,32
GENWORTH MI. (GIC)	157 022	36,00	-1,16
E-L FINANCIAL (ELF)	2 282	739,00	-1,00
CANEXUS (CUS)	2 165 639	6,57	-0,94

TSX CROISSANCE PETITES CAPITALISATIONS > 12 mois

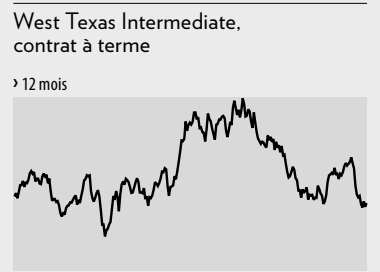


PLUS ACTIFS

VOLUME	FERM (\$)	VAR (%)	
PINECREST ENR. (PRY)	12 799 338	0,22	-39,73
ALEXANDRIA MIN. (AZX)	4 365 342	0,05	28,57
LX VENTURES (LXV)	3 251 527	0,60	17,65
MADALENA ENR. (MVA)	3 069 343	0,81	6,58
TRANS GAMING (TNG)	2 911 306	0,31	-8,82
MACDONALD M. (BMC)	2 305 050	0,02	-20,00
PINE CLIFF EN. (PNE)	2 092 283	1,05	-3,67
GOLDEN VALLEY (GZZ)	1 946 000	0,04	16,67
WESTERNZAGROS (WZR)	1 537 226	1,07	0,00
SENSIO TECH. (SIO)	1 507 238	0,12	9,52

CONSULTEZ les cotes boursières en tout temps sur lapresseaffaires.com

PÉTROLE



FONDS INDICIELS

	FERM.	1J (\$)	1J (%)	1A (%)
S&P/TSX comp. (XIC)	21,67	0,06	0,28	8,95
S&P/TSX 60 (XIU)	19,84	0,03	0,15	9,25
S&P/TSX fin. (XFN)	28,78	-0,09	-0,31	18,83
S&P/TSX éner. (XEG)	16,97	0,02	0,12	7,54
S&P/TSX or (XGO)	10,52	-0,10	-0,89	-42,61
Oblig. c. terme (XSB)	28,64	-0,01	-0,03	-0,62
Oblig. l. terme (XBB)	30,25	-0,08	-0,26	-3,08
S&P 500 (XSP)	21,09	0,25	1,20	26,06

CANADA LPA 100 (QUOTIDIEN)

La Presse Affaires présente une sélection de 100 titres inscrits à la Bourse de Toronto.

	FERM. (\$)	VARIATION 1J (\$)	VAR. (%)	VOLUME (100)	VAR. CETTE ANNÉE (%)	52 SEM. HAUT	52 SEM. BAS	DIV. ANN.
SANTÉ 1 806,07 pts 3,20 16,08								
▲ Valeant Pharma (VRX)	147,51	5,69	4,01	7 761	18,37	148,17	61,95	0,00
▲ Paladin (PLB)	130,51	2,51	1,96	167	10,16	131,00	42,25	0,00
▲ Prometic (PLI)	0,92	0,01	1,10	2 667	-1,08	1,14	0,27	0,00
Atrium Innovation (ATB)	23,93	-0,02	-0,08	7 149	-1,52	24,50	11,51	0,00
TÉLÉCOMS 1 165,46 pts 0,79 0,95								
▲ Quebecor (QBR.B)	26,23	0,54	2,10	3 354	-0,79	27,40	19,63	0,10
▲ Rogers (RCI.B)	47,86	0,82	1,74	18 537	-0,44	52,75	40,18	1,74
BCE (BCE)	46,72	0,31	0,67	18 573	1,57	48,90	40,58	2,33
Telus (T)	37,03	0,22	0,60	13 422	1,29	37,94	29,52	1,44
Cogeco (CGO)	48,75	0,25	0,52	376	-0,47	49,39	34,40	0,88
▼ Cogeco Câble (CCA)	49,00	-1,32	-2,62	775	2,13	52,29	38,09	1,20
TECHNOLOGIES 145,83 pts 0,43 1,27								
▲ Exfo (EXF)	4,77	0,26	5,76	667	-5,73	6,04	4,07	0,00
CGI (GIB.A)	34,40	0,04	0,12	22 092	-3,21	41,47	23,55	0,00
MATÉRIAUX 2 181,42 pts 0,24 5,30								
▲ Agrium (AGU)	102,52	3,26	3,28	8 252	5,51	116,38	83,46	2,93
▲ Postash (POT)	37,53	1,11	3,05	46 448	7,17	45,13	29,67	1,39
▲ Domtar (UFS)	102,94	2,41	2,40	38	2,71	103,21	67,67	2,13
▲ Prod. Forest. Résolu (RFP)	18,83	0,33	1,78	14	10,31	19,91	12,84	0,00
▲ Groupe Canam (CAM)	13,78	0,15	1,10	1 029	1,25	13,89	6,10	0,16
Teck Res. (TCK.B)	26,29	0,23	0,88	20 725	-4,92	38,13	21,11	0,90
Virginia Mines (VGO)	12,80	0,07	0,55	116	11,79	12,86	7,55	0,00
Semafo (SMF)	3,29	0,00	0,00	43 806	17,92	3,48	1,23	0,00
Osisko (OSK)	6,23	-0,01	-0,16	199 599	32,27	8,05	2,98	0,00
First Quantum (FM)	18,62	-0,04	-0,21	24 218	-2,72	21,95	14,22	0,12
▼ Barrick Gold (ABX)	19,49	-0,24	-1,22	30 962	4,17	34,71	14,22	0,19
▼ Goldcorp (G)	24,34	-0,70	-2,80	38 139	5,64	38,33	21,87	0,60
CONSOM. DISCRÉTIONNAIRE 1 494,01 pts 0,22 0,37								
▲ Transcontinental (TCL.B)	14,05	0,26	1,89	4	3,16	17,10	10,41	0,58
▲ Magna (MG)	92,14	1,39	1,53	6 337	5,79	92,84	50,21	1,24
▲ Transat A.T. (TRZ.B)	12,49	0,18	1,46	674	-1,11	14,70	4,57	0,00
Dollarama (DOL)	83,15	0,66	0,80	6 419	-5,74	90,74	58,25	0,56
Groupe BMT (GBT.A)	13,57	0,10	0,74	28	1,27	15,96	12,58	0,24
Uni-Select (UNS)	29,85	0,20	0,67	130	3,90	31,10	18,80	0,52
MTY (MTY)	32,17	0,14	0,44	127	-6,16	35,00	22,00	0,28
Rona (RON)	12,95	0,05	0,39	712	-1,97	13,54	9,69	0,14
BRP (DOO)	30,25	0,08	0,27	2 768	0,33	30,81	22,61	0,00
Gildan (GIL)	59,15	0,13	0,22	4 187	4,49	59,85	34,46	0,42
Tim Hortons (THI)	60,11	0,13	0,22	4 141	-3,03	64,18	48,50	1,04
Mega Brands (MB)	14,77	0,02	0,14	172	-2,89	18,00	9,85	0,00
Yellow Média (Y)	22,38	-0,02	-0,09	344	8,85	22,77	6,25	0,00
Airmia (AIM)	19,65	-0,04	-0,20	1 909	0,72	19,88	13,62	0,68
Air Canada (AC.B)	8,77	-0,03	-0,34	23 255	18,35	8,94	1,96	0,00
Canadian Tire (CTC.A)	98,79	-0,38	-0,38	3 426	-0,70	101,05	66,49	1,75
Reitmans (RET)	6,18	-0,05	-0,80	101	-8,44	12,06	5,59	0,20
▼ Quinc. Richelieu (RCH)	42,45	-0,57	-1,32	655	-3,13	46,21	37,26	0,52
▼ Amaya (AYA)	7,49	-0,11	-1,45	1 297	-5,79	8,81	6,67	0,00
ÉNERGIE 2 894,08 pts 0,10 -0,77								
Encana (ECA)	18,95	0,18	0,96	14 522	-1,20	20,98	17,40	0,27
Talisman Energy (TLM)	12,23	0,06	0,49	12 183	-0,97	13,83	10,88	0,26
Can. Natural Res. (CNQ)	35,96	0,11	0,31	38 602	0,06	36,42	26,44	0,80
Pembina Pipeline (PPL)	37,30	0,05	0,13	4 499	-0,32	37,66	28,57	1,68
Transcanada (TRP)	48,26	0,06	0,12	11 043	-0,58	51,21	43,94	1,84
L'Impériale (IMO)	45,39	0,03	0,07	8 111	-3,51	47,57	38,58	0,52
Husky Energy (HSE)	33,30	0,02	0,06	5 942	-1,19	33,85	26,97	1,20
Suncor Énergie (SU)	37,24	-0,03	-0,08	27 181	0,00	38,56	27,50	0,80
Can. Oil Sands (COS)	19,95	-0,05	-0,25	9 327	-0,15	21,93	18,62	1,40
Enbridge (ENB)	46,55	-0,16	-0,34	9 754	0,30	49,17	41,74	1,40
Cenovus Energy (CVE)	29,60	-0,16	-0,54	14 415	-2,63	34,13	28,32	0,97
Crescent Point (CPG)	39,30	-0,33	-0,83	10 824	-4,73	41,60	34,53	2,76
SERVICES PUBLICS 1 786,35 pts -0,19 1,29								
▲ Boralex (BLX)	11,66	0,25						