

## LE DEVOIR

## Commerce électronique

Entreprises et consommateurs

**Guy Julien**

L'ambition du ministre délégué à l'Industrie et au Commerce est simple: brancher rapidement le Québec à l'inforoute commerciale. Comment? Aider l'entreprise et la famille.

Page 3

**CRIQ**

Le Centre de recherche industrielle du Québec a pris le taureau Internet par les cornes et mis sur pied une zone tout entière consacrée au commerce électronique.

Page 4

## @québec.com

Tout le monde sait comment fonctionne le commerce électronique. Il suffit d'allumer l'ordinateur, de lancer les applications Internet après s'être connecté à un serveur local, d'y ouvrir la page Web de son choix pour regarder ce qui y est offert, de commander ce qui intéresse avant de rencontrer les modalités de paiement (par carte de crédit, normalement) et, bingo! C'est fait! Il ne reste plus qu'à attendre la livraison par service de messagerie de l'objet choisi (pour les automobiles et autres objets de même format, les modalités peuvent toutefois varier).

En théorie et selon les publicités entendues, il en serait ainsi. Alors comment se fait-il que seulement 7 % (à 1 ou 2 % près) des commerces québécois aient recours à un tel service? Comment se fait-il que si peu de Québécois ressentent la nécessité d'utiliser cet outil magique?

**Réticences de consommateur**

Il y a bien sûr la confiance qui est en jeu. Si un Mafiaboy, un jeune garçon âgé de 15 ans, Québécois par surcroît, réussit à bloquer de grands sites à lui seul, il est certain que celle ou celui qui craignait encore hier de déposer 10 \$ dans un guichet automatique risque peu de communiquer ses numéros de cartes de crédit ou de donner accès à ses finances personnelles (même si n'importe quel commerçant «ordinaire» peut obtenir votre dossier financier pour un maigre 25 \$). Aussi, quand il y a difficulté à convaincre votre concessionnaire automobile que l'auto neuve a, dès le premier jour d'utilisation, fait la preuve d'un système électrique défaillant, il est difficile de croire qu'un détaillant.com quelconque va respecter toutes les promesses faites par écran interposé.

Et il y a plus. Un achat dans un commerce local a l'avantage d'être réel, non «virtuel», et serait-il fait dans une succursale de multinationale qu'il demeure un achat fait «chez nous» (il suffit de se souvenir de toutes les campagnes récentes, certaines toujours en cours, ayant cet objectif mis en valeur), alors qu'il semble difficile de savoir de qui on achète quand on s'équipe sur le Net.

**Réticences de commerçant**

La preuve que de tels doutes sont raisonnables réside dans un état de fait où même les gens d'affaires manifestent leur réticence face à ce nouvel environnement commercial. Cela s'expliquerait, au Québec, par la nature et la taille des commerces. Selon Pierre Cléroux, de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante, «trop peu de logiciels sont conviviaux et ils nécessitent souvent une expertise en informatique qui n'est pas disponible à l'intérieur de l'entreprise.» Il y aurait cependant espoir de corriger la situation: «Dans un mois environ, on trouvera des logiciels adaptés aux réalités des PME, ce qui devrait favoriser l'implantation du commerce électronique.»

Le Québec, on le sait maintenant, est le royaume de la PME, et il en découle qu'un grand nombre d'entreprises sont d'implantation récente et ont des ressources limitées. Quand on se souvient du vent de panique qui faisait croire à chacun que le passage à l'an 2000 était signe de catastrophes imminentes, clouant les avions au sol et libérant les chambres d'hôtel, il faut comprendre que, si l'acceptation d'un niveau élevé de risque caractérise l'entrepreneuriat québécois, la réussite en affaires est assurée par une bonne connaissance et une confiance certaine dans les outils utilisés.

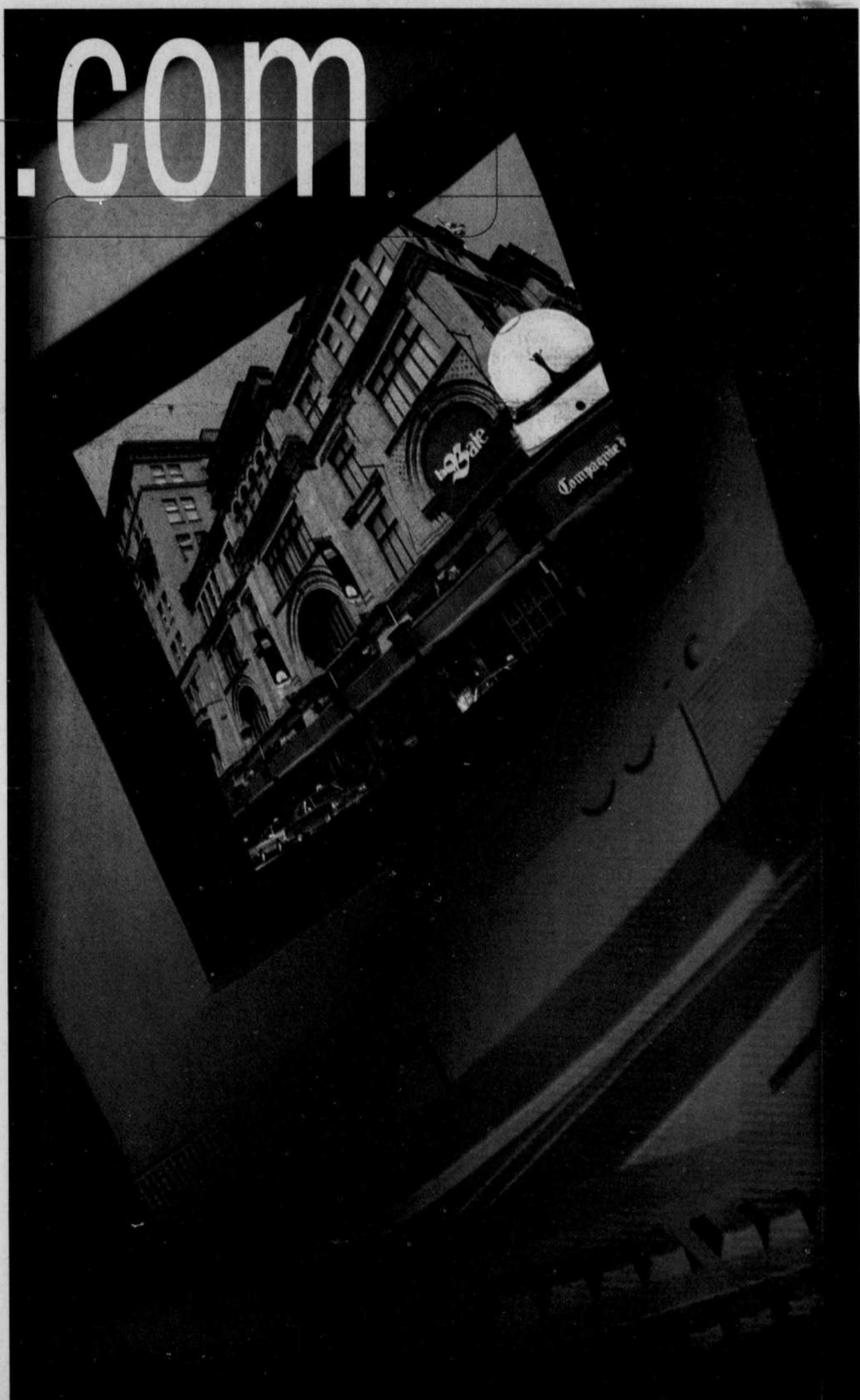
**Solutions gouvernementales**

Donc l'Internet serait pour les autres? (Même si là est l'avenir, selon Américains et Canadiens.) Non, déclare le ministre québécois délégué à l'Industrie et au Commerce. Pas question de se «ghettoïser» pour Guy Julien. Dans un premier temps, il faut implanter le commerce électronique entre les entreprises: beaucoup d'argent y circule, et il faut favoriser le recours à l'informatique dans la gestion même: une affaire d'économies à court et long terme. Il ne faut pas oublier que tout le secteur du multimédia est vu par l'actuel gouvernement comme un moyen de relancer l'économie québécoise (l'envie suscitée ailleurs par l'obtention d'une succursale à Montréal de la new-yorkaise Nasqad devrait aider à convaincre les sceptiques quand il est question de virtualité).

Et ce n'est pas tout. Le Québec est mal, ou trop peu «branché». Qu'à cela ne tienne: bientôt, profitant de l'initiation informatique que les jeunes reçoivent à l'école, on veut que toute la population québécoise, aînés inclus, soit en réseau (une campagne qui n'est pas sans rappeler l'électrification rurale à la fin des années 40).

Le projet est vaste, les moyens limités: une centaine de millions au début, mais il est vrai qu'en ces années, qui sont les nôtres, l'ordinateur et l'Internet sont devenus des objets de première nécessité! Pour que le Québec soit prospère, il faut dès maintenant lui accoler un «e» supplémentaire (e pour «électronique»). Bienvenue au e-québec.com!

Normand Thériault

**LE PROGRAMME D'AIDE GOUVERNEMENTALE**

Page 3

**SOLUTIONS D'AFFAIRES:**

Skypark  
Surfnshop  
Bell

Page 4

**PME:**

Statistiques et mesures d'implantation

Page 5

**E-COMMERCE:**

Camelot  
Archambault  
IGA  
Hydro

Page 6

Cette entreprise est accessible même la nuit



**Commerce électronique** De nombreuses entreprises s'affichent déjà sur Internet, ce qui leur permet de faire des affaires et de servir leurs clients et partenaires 24 heures sur 24. Pour que votre entreprise demeure concurrentielle, faites-en autant. Découvrez tous les bénéfices du commerce électronique, avec Bell.  
[www.bell.ca/commerce-electronique](http://www.bell.ca/commerce-electronique) 1 888 822-BELL

Connectivité • Services conseils en e-marketing • Création de site web • Catalogues • Hébergement • Sécurité

Une technologie  
**BCE Emergis**



**Bell**

Michel Chartrand

Un homme de parole qui n'a pas froid aux yeux

Commandez votre film à la boutique vidéo de FONE.  
www.onf.ca/boutique

## COMMERCE ÉLECTRONIQUE.

Maurice Richard

Un homme, une légende, un film : Le Rocket

Commandez votre film à la boutique vidéo de FONE.  
www.onf.ca/boutique

Entrevue avec Guy Julien

## Une simple affaire de branchement

Le ministre délégué à l'Industrie et au Commerce voit l'Internet comme un outil de développement pour tout le Québec

Le programme gouvernemental est simple: profiter de la capacité d'adaptation qui caractérise les entreprises québécoises, qui sont surtout des PME, et brancher rapidement le plus de familles québécoises. L'ambition du ministre: combler rapidement le retard avec nos voisins du Sud.

RÉGINALD HARVEY

Québec réalisera un projet de complexe du commerce électronique dans le Vieux-Montréal, qui sera calqué sur celui de la cité du multimédia. Dans ce but, un programme de soutien financier s'adressera à toute la gamme des entreprises qui œuvrent dans le secteur des technologies de l'information. Le gouvernement Bouchard annonçait le 11 mai dernier que des crédits d'impôt équivalant à 10 000 \$ de subvention par emploi seront accordés aux entreprises informatiques qui s'installeront dans «La cité du complexe électronique». L'objectif visé est la création de 14 000 nouveaux emplois d'ici 2010 au coût de 1 milliard de dollars pour l'État.

Au Canada, les experts financiers prédisent que les affaires électroniques généreront un chiffre d'affaires de plus de 80 milliards de dollars en 2003. Ce marché virtuel très lucratif provoquera des activités commerciales 16 fois plus imposantes qu'à l'heure actuelle. Aux États-Unis, le volume des transactions atteindra au même moment les 700 milliards de dollars.

Face à cet irréversible mouvement de capital, le ministre de l'Industrie et du Commerce lance des programmes pour combler le retard commercial que les entreprises et les citoyens du Québec accusent sur leurs voisins américains dans l'utilisation du réseau Internet. En avril dernier, il levait le voile sur la stratégie québécoise de développement des affaires électroniques dédiée aux petites et moyennes entreprises (PME). En mai, à la suite du budget déposé en mars par le ministre des Finances, prenait forme le programme de soutien «pour brancher les familles sur l'Internet».

Ministre délégué à l'Industrie et au Commerce, Guy Julien fait le point sur les programmes de son ministère destinés au développement du commerce électronique. Il dégage aussi les réalités relatives à l'état général de la situation dans le domaine des affaires électroniques au Québec.

## Forces et limites

Sensibilisation, information et formation s'imposent pour prendre le virage rapidement, tel pourrait être le leitmotiv de Guy Julien, tellement il insiste sur la nécessité de rejoindre le plus grand nombre d'entreprises pour les mettre au plus vite dans le coup du commerce électronique. Selon lui, plusieurs atouts pèsent en faveur du Québec. Le tissu industriel québécois peut s'ajuster avec plus de souplesse parce qu'il est majoritairement formé de petites entreprises, ce qui représente à la fois avantages et inconvénients selon la situation donnée. Il ajoute encore que l'industrie du logiciel est très développée et

qu'elle fait preuve de dynamisme dans le cadre de l'application de mesures fiscales qui lui sont favorables. De plus, Montréal occupe le premier rang en Amérique du Nord parmi les métropoles pour la densité des emplois à haute teneur technologique.

Les forces en présence dépassent largement les limites existantes dans le champ du commerce électronique, croit le ministre. À titre d'exemples, il cite les coûts d'accès abordables, une infrastructure performante des réseaux de télécommunications et des jours majeurs utilisant des technologies d'avant-garde. Il insiste sur la présence d'industries qui possèdent des qualités exceptionnelles d'adaptation. «En 90, sur le plan de la reconnaissance de la norme ISO, le Québec figurait dans le peloton de queue. Aujourd'hui, nous sommes deuxième au Canada. Si on procédait à une comparaison en tenant compte du pourcentage de population et de PME, nous serions en mesure de rejoindre sinon de dépasser l'Ontario; nous serions également très en avance sur plusieurs États américains. En l'espace de 10 ans, les entreprises ont augmenté énormément les normes de qualité de leurs produits», se félicite-t-il.

Quant aux limites de la PME en commerce électronique, elles relèvent avant tout d'un manque de sensibilisation au sujet de la phénoménale expansion que prend le commerce électronique en Amérique du Nord. Souvent, les entrepreneurs ne disposent pas d'informations suffisantes sur les moyens à déployer pour se livrer à des activités transactionnelles sur le Net. Sur les quelque 40 000 entreprises de 10 employés et plus que compte le Québec, les chiffres de février dernier indiquaient que 28 000 d'entre elles étaient branchées sur le réseau Internet et que 16 000 de celles-ci possédaient un site WEB. «Là où le travail doit porter, c'est sur le transactionnel, le paiement en ligne. Dans le crédit d'impôt pour les entreprises, il s'agit de cette partie qui est concernée. On ne touche ni au branchement ni au site WEB», fait valoir le ministre dans un tel contexte.

## De l'argent pour les familles

Le premier mai, le ministre de l'Industrie et du Commerce mettait en branle la campagne «Brancher les familles sur l'Internet», soit peu de temps après le dépôt en mars du budget Landry à l'intérieur duquel était contenue une somme de 120 millions de dollars réservée à donner accès au Net à un plus grand nombre de Québécois. Quelques jours plus tard, soit le 9 mai, 23 000 familles s'étaient déjà qualifiées et au-delà de 825 fournisseurs s'étaient enregistrés pour participer à ce programme de soutien financier, selon les données du ministère que cite Guy Julien. «D'ici le 31 mars 2001, l'objectif est de relier au réseau Internet 200 000 des 630 000 familles qui reçoivent des mon-



Le ministre Guy Julien

tants d'allocation familiale. Cette base-là a été retenue et privilégiée pour démarrer le programme parce que les listes étaient déjà disponibles, ce qui facilitait la tâche au départ et accélèrait le processus de lancement», précise-t-il.

## Sensibilisation, formation et places d'affaires

En avril, était divulguée et simultanément lancée la stratégie québécoise de développement des affaires électroniques en vertu de laquelle le ministre Julien souhaite que le Québec devienne un chef de file du commerce électronique. À ses dires, ce plan de développement comporte trois volets. Dans le premier cas, une tournée de sensibilisation, qui se présente sous la forme de sessions d'une durée d'environ une heure trente, a débuté il y a une quinzaine de jours et s'étendra à toutes les régions du Québec. L'objectif poursuivi est de rencontrer les dirigeants de 12 000 PME. Le deuxième volet consiste en une tournée au cours de laquelle le ministre dispensera une formation étalée sur une durée d'une journée. «On veut dans un premier temps mettre en perspective des chiffres qui démontrent le caractère explosif que présente la tendance actuelle du commerce électronique. En outre, nos PME doivent avoir accès aux grands réseaux de fournisseurs. De plus en plus dans le domaine de l'automobile, des biens de consommation, dans l'aéronautique ou autres, les grands acheteurs, les grands donneurs d'ordre se regroupent sur la même plate-forme électronique. La PME québécoise devra être en mesure d'emprunter cette plate-forme si elle désire présenter des soumissions sur des contrats», envisage le ministre.

Plus tard, la stratégie prévoit aussi la mise sur pied de 15 plates-formes ou places d'affaires électroniques régionales ou sectorielles. Ainsi toutes les auberges de la région de Charlevoix pourraient être invitées à présenter et à offrir leurs produits sur un même site WEB à partir duquel le consommateur pourrait choisir et acheter l'un ou l'autre des services qui lui sont proposés. «En regroupant les PME d'un secteur ou d'une région, les coûts de réalisation d'une telle plate-forme sont diminués. De la sorte, le ministre peut donner un coup de pouce sur le plan du financement», commente le ministre Julien au terme de ses explications.

Programme gouvernemental

## Entre l'abus et la méfiance

MARC-ANDRÉ CÔTÉ

Depuis le 1<sup>er</sup> mai, les familles québécoises peuvent se prévaloir des programmes d'aide au branchement à Internet et à l'achat d'un ordinateur, programme annoncé en mars par le gouvernement provincial.

Et ce n'est pas trop tôt. Le Québec enregistre un retard important par rapport au reste du Canada et aux États-Unis relativement au branchement des familles sur Internet. Une étude publiée par le Centre francophone de l'informatisation des organisations (CEFRIO) révèle qu'en 1998 seulement 15,6 % des ménages québécois étaient branchés sur Internet par rapport à 22,6 % au Canada et 26,2 % aux États-Unis.

«J'invite les familles à agir en consommateur averti et à magasiner afin d'obtenir le meilleur rapport qualité-prix», a alors déclaré le ministre délégué à l'Industrie et au Commerce lors de l'inauguration du programme. Le ministre n'a jamais dit si vrai.

Même si les buts avoués du gouvernement sont de permettre aux enfants qui utilisent un ordinateur à l'école de poursuivre leur apprentissage à la maison et d'intéresser ainsi leurs parents à la chose informatique afin d'augmenter la clientèle potentielle des entreprises de commerce électronique, tous ne partiront pas sur un même pied d'égalité.

Consentir à un pareil achat pourrait être plus pénible que la politique incitative ne le laisse entendre. En fait, il faudra faire preuve de sagacité face aux marchands puisque les prix pour une quincaillerie équivalente pourraient varier sensiblement entre une grande surface et un petit détaillant.

## Le cas du Nouveau-Brunswick

Voilà exactement ce que craignent les observateurs: la répétition d'un scénario déjà vu au Nouveau-Brunswick. Lorsque le gouvernement de cette province avait instauré un programme du même genre, il y a quelques années, il avait suffi de quelques semaines pour que le prix moyen des ordinateurs soit augmenté d'un montant équivalent aux subventions.

Il faut rappeler que les trois quarts du prix d'un abonnement à Internet et du crédit-bail d'un ordinateur sera assuré par le gouvernement pour ces 200 000 familles québécoises qui devraient tenter l'aventure de l'infouroute. Ces dernières doivent se procurer les branchements et les ordinateurs auprès de fournisseurs accrédités par le gouvernement, qui paiera directement le subsidie aux entreprises, jusqu'à concurrence de 450 \$ par année par famille. Le programme est géré et sous l'entière responsabilité du ministère de l'Industrie et du Commerce du Québec (MIC).

Le gouvernement québécois a favorisé cette approche plutôt qu'un crédit d'impôt traditionnel (comme c'est le cas dans la province du Nouveau-Brunswick) pour éviter cette hausse indue du prix des ordinateurs.

Malgré tout le tollé provoqué chez nos voisins néo-brunswickois, le MIC ne craint pas de voir le phénomène se répéter. La différence est qu'au Québec nous avons l'Office de la protection du consommateur (OPC) qui veille au grain, selon les fonctionnaires du MIC.

## Petits commerçants

Malgré les vœux pieux du MIC, les petits commerçants en informatique du Québec en remettent. Ils voient venir la tempête. Pour se faire entendre, Régent Lemay, un petit détaillant de Loretteville, a lancé une pétition électronique. Pointez votre fureur sur <http://www.infoclick.qc.ca/petition/INDEX.htm>.

## Les détails du programme

Annulée lors du discours du budget le 14 mars et lancée le 1<sup>er</sup> mai dernier, «Brancher les familles sur l'Internet», une mesure d'aide à laquelle le gouvernement du Québec consacre 120 millions, vise à amener 200 000 familles sur Internet d'ici le 31 mars 2001. Le programme s'adresse aux quelque 600 000 familles recevant un montant d'allocation familiale de la Régie des rentes du Québec.

Les familles admissibles peuvent téléphoner à un centre d'appel qui leur fera parvenir la documentation nécessaire pour se procurer un ordinateur multimédia et un branchement à Internet subventionnés à 75 %.

Chaque famille aura droit à 1000 \$ sur deux ans grâce à une aide maximale de 20,83 \$ par mois pour le bran-

chement à Internet et une allocation de 500 \$ pour l'achat ou la location-bail d'un ordinateur neuf.

Les fournisseurs d'accès et les marchands qui veulent offrir les services dans le cadre du nouveau programme doivent être accrédités par le ministère de l'Industrie et du Commerce du Québec. Plus de 180 marchands d'ordinateurs et une soixantaine de fournisseurs d'accès ont été accrédités.

## Résumé

Le programme «Brancher les familles sur l'Internet» accorde aux familles recevant l'allocation familiale: ■ 75 % des coûts d'accès à Internet, jusqu'à un maximum de 200 \$ par an pendant deux ans;

■ une aide maximale de 250 \$ par an durant deux ans pour la location d'un ordinateur multimédia,

ou ■ une aide maximale de 500 \$ pour l'achat d'un ordinateur.

Pour avoir accès au programme, le futur bénéficiaire devra téléphoner au centre d'appels à Québec au (418) 643-8362, ou ailleurs au Québec, au 1 888 793-9588, et demander:

■ une attestation démontrant qu'il reçoit l'allocation familiale;

■ le nom des fournisseurs inscrits auprès du ministère de l'Industrie et du Commerce.

Par la suite, il suffit de communiquer avec plusieurs fournisseurs afin d'obtenir le meilleur rapport qualité-prix.

M.-A. C.

À l'affût

de nouveaux clients, fournisseurs, partenaires?

iCRIQ, la zone de commerce électronique interentreprises!

Plus de 25 000 entreprises dans votre mire Pour acheter et vendre... directement en ligne!



www.icriq.com

# • COMMERCE ÉLECTRONIQUE •

Réseaux d'affaires

## Du CRIQ au iCRIQ

Un accès direct  
à plus de 25 000 entreprises québécoises

Devant un état de fait: l'entreprise québécoise brillait par sa timidité quand il était question d'affaires et d'électronique, le Centre de recherche industrielles du Québec a pris le taureau Internet par les cornes et mis sur pied une zone tout entière consacrée au commerce électronique.

MICHEL BÉLAIR  
LE DEVOIR

L'an dernier au milieu de l'été, les chiffres traçaient un portrait plutôt sombre de la tiède percée du commerce électronique dans les entreprises québécoises. Une enquête menée conjointement par l'Institut québécois de la statistique (IQS) et le Centre francophone pour l'informatisation des entreprises (CEFRIQ) révélait en effet qu'à peine 60 % des entreprises de dix employés et plus étaient reliées au réseau Internet alors que déjà, partout, tout le monde ne jurait plus que par le commerce électronique. Par rapport à ses voisins qui sont aussi ses principaux partenaires économiques, le Québec avait pris un sérieux retard.

Mais c'est en analysant les données un peu plus en profondeur, qu'on s'est rendu compte que le retard était encore plus important qu'on ne l'aurait cru. C'est que dans ces entreprises dites «branchées», on se servait d'abord du courrier électronique (91 %) alors qu'à peine 58 % des entreprises d'ici profitaient du Web pour diffuser de l'information sur elles-mêmes et sur leurs produits. Autres chiffres révélateurs: 71 % des entreprises ayant un site Web se contentaient d'y présenter leurs produits pendant que seulement 37 % offraient un service après-vente. Pire: un maigre 16% des entreprises offraient la possibilité de commander directement sur leur site et tout juste 9 % proposaient le paiement en ligne par carte

de crédit. Il fallait bouger. Vite. Et c'est là que le Centre de recherche industrielle du Québec (CRIQ) s'est mis à jouer un rôle plutôt inattendu en mettant sur pied une zone de commerce électronique en mettant en ligne son site iCRIQ il y a un peu plus d'un mois (Le Devoir du 18 avril). Lors d'une séance de lancement protocolaire incluant force p.-d.g. ministre et partenaires, le CRIQ se lançait dans ce qu'on appelle maintenant le B2B...

### Une croissance naturelle

S'il faut en croire Serge Guérin, le président-directeur général du CRIQ, le nouveau site est une sorte d'excroissance naturelle du CRIQ qui, au cours des 30 dernières années, a mis sur pied une impressionnante banque de données consultée largement par les manufacturiers québécois. Comme on peut le lire sur la page d'accueil du site: «La zone de commerce électronique inter-entreprises iCRIQ est en quelque sorte une version évoluée de la banque d'information industrielle et technologique du CRIQ, déjà connue des manufacturiers et consultée par 70 000 décideurs chaque année».

iCRIQ ([www.icriq.com](http://www.icriq.com)), c'est donc d'abord un site qui donne un accès direct à plus de 25 000 entreprises québécoises; c'est un portail d'affaires comme on dit dans le jargon du milieu. Un outil répertoire pour les entreprises cherchant des fournisseurs de produits et de services, «business to business», B2B.

On y trouve les coordonnées de chacune des entreprises avec une description des produits et services qu'elles offrent et les clients potentiels peuvent même y glaner des renseignements sur le chiffre d'affaires, le personnel et les principales activités d'exportation. Toutes les entreprises inscrites au site se voient aussi offrir la possibilité de vendre leurs produits et services directement à l'aide de catalogues électroniques élaborés par le partenaire du CRIQ dans cette affaire, Bell Canada. La plupart des entreprises inscrites sont des PME et les objectifs visés sont les mêmes quel que soit le type de l'entreprise: l'accès aux nouveaux marchés de la «nouvelle économie» et la réduction des coûts.

La navigation sur le site iCRIQ est simple et efficace. Sur la page d'accueil, en haut à droite, on trouvera un icône qui se met en mouvement lorsqu'on s'en approche et qui permet de s'inscrire, de consulter le catalogue ou de profiter d'une liste impressionnante d'outils permettant aux entreprises de se familiariser tout autant avec les exigences des services des douanes que de faire appel à des transporteurs, des traducteurs et des cambistes, des convertisseurs d'unité de mesure ou encore à des spécialistes de la mise en marché. En cliquant sur la catégorie choisie, on trouve une liste d'adresses Internet menant directement au site des entreprises offrant des services dans ces secteurs. De la même façon, le site offre un moteur de recherche par produits et par services ou encore par liste alphabétique de secteurs.

Bref, après à peine un mois de fonctionnement, iCRIQ semble avoir rempli son pari en devenant une large vitrine interactive de l'industrie qué-



Le commerce électronique est devenu de plus en plus populaire dans les petites et moyennes entreprises.

Solutions d'affaires

## Autoroutes commerciales

Trois façons d'inscrire la PME sur le Web

Au cours de la dernière année, on a assisté au Québec à l'éclosion de dizaines, voire de centaines d'entreprises se spécialisant dans la création de sites Web à des fins commerciales. Il serait difficile, en fait, de trouver aujourd'hui une petite ou moyenne entreprise qui ne pense pas au commerce électronique. La question pour elles est quelle route choisir car il en existe plusieurs. En voici trois, à coûts et vitesses variables.

ANDRÉ SALWYN

Une première solution permet à l'entreprise de faire du commerce électronique en mode autonome sans être liée d'une façon ou d'une autre à un fournisseur de services ou à un hôte à partie prenante. L'entreprise achète les logiciels et le matériel nécessaires et se lance en affaires.

### Le mode autonome selon SysparK

SysparK est une petite entreprise montréalaise qui se spécialise dans la conception et mise en place d'un tel site. Pour une somme allant de 10 à 15 000 \$, SysparK se charge de rendre une PME opérationnelle en termes de commerce électronique.

«Notre approche se fait sur deux piliers, explique Jean-Christophe Petit, son président. Nous concevons et mettons en place un site Web transactionnel pour l'entreprise et nous nous chargeons de la phase initiale du marketing. La conception et la mise en place du site se fait en collaboration étroite avec l'entreprise. C'est elle, bien entendu, qui décide du contenu du catalogue transactionnel que nous lui offrons non seulement en termes d'articles mais de prix. Une fois que l'infrastructure est bien en place, nous nous chargeons de faire connaître le site. Il faut que les gens sachent qu'il existe un site offrant tel produit ou service et qu'ils sachent comment s'y rendre.»

Cette phase initiale de marketing comprend l'enregistrement du site de l'entreprise dans tous les moteurs de recherche disponibles sur la toile mais aussi l'inclusion de bannières dans tous les portails importants et dans des sites où il existe un marché potentiel pour le produit de l'entreprise.

Une des raisons pour lesquelles le coût d'une telle installation est comparativement abordable est que SysparK a choisi le système d'exploitation Linux, non seulement en raison de sa fiabilité mais aussi, comme l'explique son directeur de comptes, Hicham Jellab, «parce qu'il donne maintenant accès à des solutions d'affaires flexibles et abordables». Contrairement aux solutions offertes par des logiciels propriétaires qui forcent une entreprise cliente à s'adapter à elles, les logiciels libres disponibles pour Linux permettent, eux, d'adapter les solutions aux besoins de l'entreprise cliente.

SysparK offre ainsi à ses clients la possibilité de faire aussi bien du commerce inter-entreprises (CEEE) que du commerce électronique de détail (CED). «Les produits que nous offrons sont, en plus, des produits personnalisés, évolutifs et modulaires qui peuvent s'adapter facilement aux innovations pouvant survenir dans le domaine transactionnel, ajoute Jean-Christophe Petit. Mais pour nous, notre rôle prend fin

lorsque l'entreprise est opérationnelle et qu'elle est satisfaite de la performance du système. Bien entendu, nous restons à la disposition de nos clients qu'il s'agisse de maintenance, de mise à niveau ou de tout autre aspect de leur exploitation que ce soit logiciel ou matériel.»

L'engagement de SysparK à l'égard de logiciels libres l'a d'ailleurs amené à créer un site offrant un support matériel et professionnel à tout concepteur voulant développer un projet de logiciel libre. «Déjà, nous hébergeons gratuitement une demi-douzaine de projets en cours ce qui permet à leurs concepteurs de recevoir l'appui et la collaboration d'autres concepteurs au Québec. Ce que nous voulons faire grâce à ce site c'est dynamiser dans tous les sens du mot le mouvement Linux dans la province.»

L'avantage étant qu'une fois ces projets développés et mis au point, ils deviennent disponibles pour toutes les entreprises fonctionnant sous Linux. L'installation offerte par SysparK aux petites et moyennes entreprises coûte, en moyenne, de deux à cinq fois moins cher qu'une installation utilisant les produits Microsoft.

### SurfnShop et les services applicatifs

Les fournisseurs de services applicatifs (F.S.A.) se sont mis à foisonner depuis l'an dernier lorsque les grandes entreprises ont marqué un temps d'arrêt par crainte, disait-on, du fameux bogue de l'an 2000 mais plutôt en raison des investissements de plus en plus élevés qu'exige l'implantation de progiciels de gestion intégrée (ERP). Se rendant compte des hésitations qu'une telle implantation provoquait, des fournisseurs de services applicatifs ont pris l'initiative d'offrir aux entreprises la possibilité d'utiliser des progiciels de gestion intégrée sans avoir à investir dans du matériel ou des logiciels: les services offerts étant payés sur une base du nombre d'utilisateurs ou du nombre de transactions.

Aujourd'hui c'est au commerce électronique que ce service s'applique avec comme grand avantage celui d'être... techniquement gratuit.

SurfnShop est une entreprise de Montréal qui se spécialise dans ce service. Philippe Lecoq, son directeur commercial, sait attirer l'attention de ses clients potentiels: «Votre portail Surfnshop qui est gratuit vous permet d'offrir des services de commerce électronique de première classe à vous, clients, sans que vous n'ayez à investir dans des logiciels, du matériel ou même dans une infrastructure.» SurfnShop tire des revenus «tout simplement en prélevant des frais de transaction sur chaque vente, en facturant des frais d'hébergement si le client n'utilise pas notre portail et en vendant des services à valeur ajoutée.»

Ce qu'offre, en fait, Surfnshop à ses clients est un marché virtuel qui comprend tous les outils nécessaires pour faciliter les transactions entre acheteurs et vendeurs. Cela se fait très rapidement.

Toute entreprise peut se rendre sur le site Web de Surfnshop, choisir un gabarit de page Web et construire cette page en moins d'une heure (la moyenne est de 30 minutes). Il suffit de répondre aux questions posées pour mettre en place un magasin virtuel et y exposer les produits ou les services que l'on veut vendre.

Une fois le magasin virtuel construit, le «gérant» du magasin se voit donner une clé qui lui permet de mettre l'inventaire de son magasin à jour, d'élargir sa gamme de produits et d'accéder à une série d'outils de marketing ainsi que des statistiques destinées à l'aider à mieux planifier ses campagnes de promotion et de vente.

Pour les petites et moyennes entreprises, le portail SurfnShop est en fin de comptes un service imparfait mais idéal si on veut déployer des services de commerce électronique très rapidement sans avoir à se soucier des outils en place. Tous les portails SurfnShop sont branchés de façon transparente sur des serveurs protégés de paiement Internet. Enfin les entreprises ont le choix entre un portail privé (avec supplément) et un portail communautaire (sans supplément).

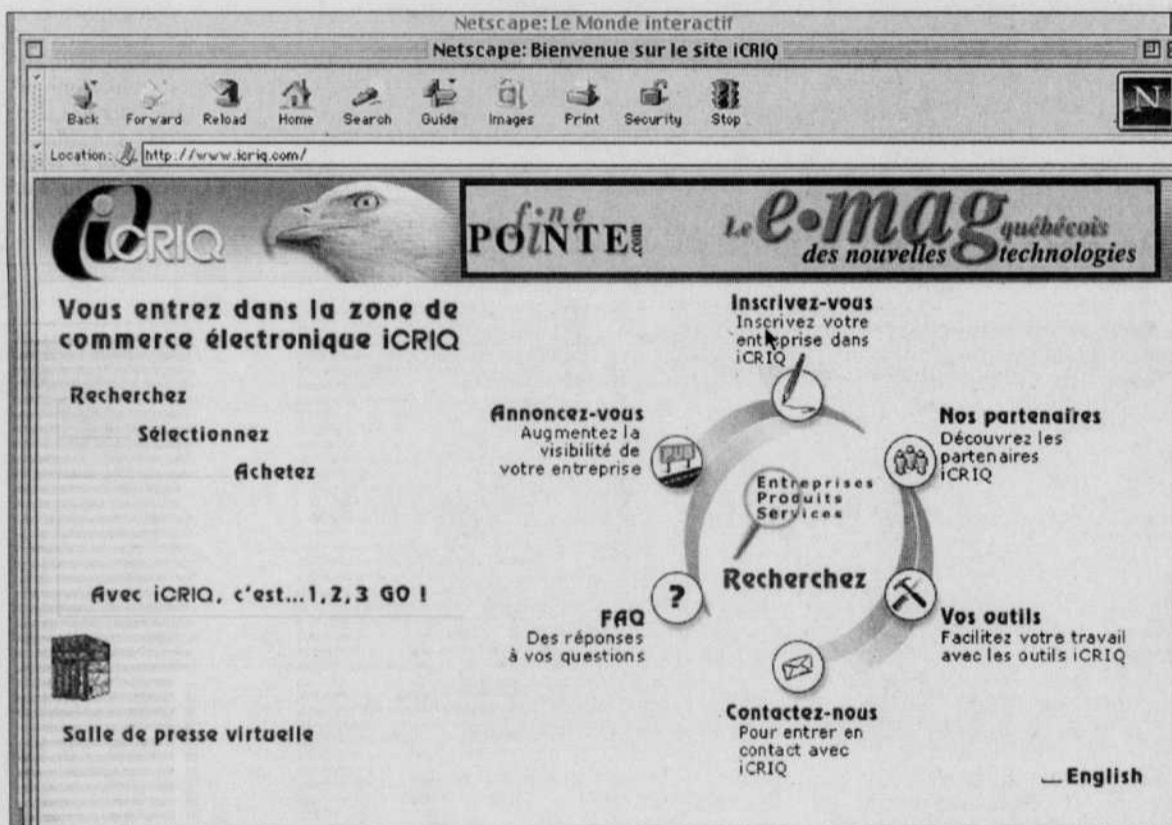
### L'abonnement de Bell

Après une mise de fonds initiale de 2 500 \$, un jeune entrepreneur se voit offrir la possibilité de s'afficher sur une page Web d'Internet au prix de 35 \$ par mois. «Le site corporatif du client est conçu, développé et construit conjointement avant d'être hébergé par Bell», révèle Normand Toupin, directeur des communications.

À ce premier stade, il n'est pas possible à l'abonné de vendre ses produits ou services sur Internet. Cette première étape n'a pour but que de faire connaître le client et de lui assurer une présence sur Internet. Si le jeune entrepreneur décide de passer à l'étape suivante, celle de faire connaître ses produits ou ses services, Bell, pour une somme additionnelle de 40 \$ par mois, lui offre alors un catalogue non transactionnel. Ce catalogue décrit les produits ou les services offerts mais ne permet pas de les vendre sur Internet. Rien n'empêche toutefois le client de les mettre en vente en utilisant les moyens traditionnels.

Le commerce électronique, en fait, ne devient possible qu'en accédant à l'étape suivante en payant un autre 40 \$ par mois. Le client a alors droit à un catalogue transactionnel permettant au jeune entrepreneur de vendre directement sur Internet ses produits ou ses services: «Ce catalogue est accompagné d'un logiciel de transactions financières sécurisées permettant de faire du commerce électronique comme toute grande entreprise», informe Normand Toupin.

Bell affirme compter 128 000 travailleurs autonomes inscrits dans ses filières.



La page titre du site Internet d'iCriq

## Que le grand cric me croque!

Offrir aux entreprises des outils de pointe

Le CRIQ élargit son champ d'action et s'implique dans la nouvelle économie qui passe par le commerce en ligne.

Si la curiosité vous dérange, que vous êtes une des rares personnes à s'interroger encore sur ce qu'est le CRIQ et que, ne pouvant plus résister, vous demandez à votre fureteur Internet de vous amener à [www.criq.qc.ca](http://www.criq.qc.ca), vous allez rapidement découvrir que le Centre de recherche industrielle du Québec se consacre depuis plus de 30 ans — le CRIQ a été mis sur pied en 1969 — au développement et aux applications des technologies de pointe. Comme le précise Serge Guérin, président-directeur général du CRIQ: «La technologie est depuis toujours au cœur des activités du CRIQ. Nos efforts de R-D, nos expertises et nos produits et services sont intimement liés aux innovations technologiques, qu'elles touchent l'optimisation des procédés de production, la gestion environnementale, la veille stratégique ou le transfert technologique». Le CRIQ, c'est un immense laboratoire de recherche appliquée. Rien de moins.

Mais qu'est-ce que le Centre vient faire dans la grande

galère du commerce électronique? En quoi un organisme qu'on associe habituellement à l'affinement des techniques de fabrication industrielle et au développement technologique en général, peut-il avoir partie liée avec le développement du commerce électronique au Québec? La réponse est à la fois simple et complexe.

Tout tient en fait dans le mandat que s'est donné le CRIQ: rendre encore plus concurrentielles les entreprises québécoises de tout type en leur fournissant des outils technologiques de pointe dans tous les secteurs de l'industrie. Et devant la montée des nouvelles technologies comme de la nouvelle économie, le Centre a choisi de prendre l'initiative et «d'aménager des structures qui faciliteront et accéléreront le virage technologique des entreprises québécoises». C'est l'actualisation de cette mission qui a mené à la création de iCRIQ.

Le gouvernement du Québec, qui trouve ainsi à actualiser un des principaux volets de sa politique de l'Inforoute, et Bell Canada, qui offre un service de création et de mise en ligne de catalogues électroniques, sont les deux principaux partenaires du CRIQ dans l'aventure.

M.B.

« Y'a pas que les américains  
qui sont

# gros »

Premier réseau Internet  
francophone en Amérique

WWW.  
BRANCHEZ-  
VOUS  
.COM

LE MEILLEUR D'INTERNET

# • COMMERCE ÉLECTRONIQUE •

Petites et moyennes entreprises québécoises

## 126 millions en trois ans

L'aide fiscale octroyée par Québec à une société peut atteindre 40 000 \$

Le gouvernement du Québec est le seul gouvernement qui offre une aide aux petites et moyennes entreprises québécoises qui veulent accéder au commerce électronique.

Lors du dépôt du budget 2000-2001, le vice-premier ministre et ministre d'État à l'Économie et aux Finances, Bernard Landry a annoncé la mise en place d'un crédit d'impôt remboursable égal à 40 % des dépenses engagées pour le développement d'un site transactionnel sur Internet. L'aide fiscale octroyée peut atteindre 40 000 \$ par société. Par cette mesure, le gouvernement espère permettre à 10 000 PME québécoises de tirer tous les avantages possibles du commerce électronique. En voici les grandes lignes.

Toute société qui exploite une entreprise au Québec dont l'actif est inférieur à 12 millions de dollars ou, à défaut, dont le revenu brut est inférieur à 25 millions de dollars est admissible au programme. À des fins de calculs, les données de l'année d'imposition antérieure seront utilisées.

Il peut s'agir d'un site Web transactionnel qui utilise le réseau public (Internet), un réseau public sécurisé et confidentiel à accès limité (Extranet) ou d'un système de transaction entre entreprises dans le cadre d'un réseau privé. Dans tous les cas, un mode de transaction par canal informatisé et sécurisé est obligatoire.

Le programme est en vigueur depuis le 15 mars dernier et s'applique à l'égard des dépenses admissibles engagées après le 14 mars 2000 et avant le 1<sup>er</sup> avril 2002. Des règles transitoires existent à l'égard des dépenses qui seront engagées entre le 31 mars 2002 et le 1<sup>er</sup> octobre 2002.

Les dépenses admissibles sont sommairement les dépenses attribuables aux salaires et aux coûts d'acquisition des logiciels nécessaires à la mise en place du site transactionnel. Les entreprises qui possèdent déjà un site Web qui ne respecte pas les conditions d'admissibilité peuvent profiter du programme pour rendre le site conforme. Une entreprise qui confie à un tiers l'exécution des travaux pourra bénéficier du crédit d'impôt remboursable à l'égard d'une partie des honoraires accordés pour la réalisation du mandat.

Le gouvernement entend consacrer une somme de 126 millions de dollars à ce programme pendant les trois prochaines années.

P. V.

## Un nouvel outil toujours à développer

Seulement 7 % des entreprises concluent des ventes par Internet

Le commerce électronique selon tous les analystes est voué à un brillant avenir. Qu'il s'agisse du commerce électronique d'entreprise à entreprise ou d'entreprise à consommateur, les prédictions sont plutôt optimistes. Au Québec, cette nouvelle façon de faire s'implante lentement. Des enquêtes laissent cependant croire qu'un certain optimisme face à l'évolution de la situation est toujours de mise.

PIERRE VALLÉE

Selon un rapport produit cette année par la firme Forrester Research et qui s'appuie sur l'examen des conditions qui sous-tendent la croissance du commerce électronique dans quelque 52 pays, on estime que ce dernier — tous secteurs confondus — devrait atteindre en 2004 la somme de 6,9 billions (milliards de milliards) de dollars US, soit 8,6 % des ventes mondiales de produits et de services.

Evidemment, ce sont les grandes entreprises, en particulier celles d'envergure internationale, qui généreront une bonne part de cette nouvelle activité économique.

Malgré cela, les retombées pour les petites et moyennes entreprises, souvent sous-traitantes des plus grandes, ne seront pas négligeables. Nos PME québécoises seront-elles au rendez-vous?

### Un écart qui se comble

En matière de commerce électronique et d'utilisation d'Internet par les entreprises, les Américains demeurent les champions toutes catégories. Le Canada, malgré la sophistication de son réseau de communication, accuse toujours un retard comparé à son voisin du Sud. Et le Québec, à l'intérieur du Canada, fait toujours figure de parent pauvre. Mais depuis deux ans, des progrès significatifs ont tout de même été enregistrés.

Récemment deux sondages sont venus jeter de la lumière sur la situation des PME québécoises en ce qui concerne le branchement à Internet et le commerce électronique. Le premier a été réalisé au mois de janvier par le Groupe Everest pour le compte de *La Presse* et la Banque nationale; le second a été réalisé à la même époque par la Fédération canadienne

de l'entreprise indépendante (FCEI) auprès de ses membres. Les chiffres varient légèrement entre les deux sondages puisque dans le premier cas, on a interrogé les entreprises ayant de 10 à 250 employés, tandis que dans le deuxième, on a tenu compte des entreprises de moins de 10 employés.

Selon le Groupe Everest, en janvier 2000, 69 % des PME québécoises étaient branchées à Internet, une hausse de 300 % par rapport à ce que le Groupe Everest observait quelque quatre ans plus tôt, soit au mois de décembre 1995. Ce taux devrait continuer de croître au cours de l'année puisque deux tiers des entreprises qui ne se servaient pas d'Internet au moment de l'enquête comptaient se brancher d'ici les prochains douze mois.

Si l'on inclut les entreprises ayant moins de 10 employés, comme le fait le sondage de la FCEI, le taux de branchement des PME québécoises diminue à 58 %, en deçà de la moyenne canadienne qui se situe à 67 %. Par ailleurs, toujours selon le sondage de la FCEI, le taux de branchement varie selon la taille de l'entreprise. Ainsi les PME ayant cinq employés ou moins sont branchées à 47 %, de cinq à 19 employés à 61 %, de 20 à 49 employés à 75 % et de 50 employés et plus à 81 %.

### L'utilisation d'Internet

Toujours selon le sondage du Groupe Everest, la recherche d'informations constitue la principale raison du branchement à Internet. La motivation du personnel vient en second lieu, davantage que l'augmentation de la productivité, de la compétitivité et du chiffre d'affaires. L'utilisation du courrier électronique est aussi fort répandue.

Dans l'ensemble, près du tiers des PME étudiées possédaient un site

En janvier 2000, 69 % des PME québécoises étaient branchées à Internet



ARCHIVES LE DEVOIR  
Pierre Cléroux, président de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante.

Web au mois de janvier 2000. Mais cette présence sur la toile est relativement jeune, datant de moins de deux ans dans 80 % des cas.

Et que font les PME avec leurs sites Web? Plus de 71 % d'entre elles se servent de leur site Web pour recevoir les commentaires de leurs clients, 69 % pour communiquer avec les clients actuels ou potentiels, 43 % pour mieux connaître le profil des clients actuels ou potentiels et seulement 29 % pour faire du commerce électronique.

Selon le sondage de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante, les chiffres concernant le commerce électronique sont encore plus bas. Seulement 17 % des membres avaient effectué des achats en ligne l'an dernier et un mince 7 % avaient conclu des ventes.

Si les PME québécoises ont fait des progrès au niveau du branchement à Internet et au niveau de la création de site Web, par contre, l'utilisation d'Internet à des fins de commerce électronique demeure plutôt timide.

## Vers une nouvelle culture d'affaires

«Les PME québécoises doivent prendre leur place sur Internet d'ici deux ans sinon il sera peut-être trop tard», soutient Pierre Cléroux, président de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI). Il craint surtout que les grandes entreprises, qui ont déjà amorcé le virage du commerce électronique, occupent tout le marché, laissant la portion congrue aux petites et moyennes entreprises.

M. Cléroux est bien placé pour en parler puisque la FCEI, à tous les six mois, sonde le cœur et les reins de ses membres au sujet d'Internet et du commerce électronique. Il y a eu une nette évolution, les chiffres le confirment. Les PME québécoises se branchent maintenant à un rythme qui permet d'espérer qu'elles rejoindront bientôt la moyenne canadienne. «Mais le branchement au réseau n'est que la première étape», rappelle-t-il.

En effet, si les entreprises québécoises utilisent davantage l'Internet, surtout à des fins de recherche et de courrier électronique, elles deviennent plutôt timides lorsqu'il s'agit de commerce électronique. Quant aux sites Web des entreprises, ils ne sont trop souvent que la présentation des entreprises et de leurs produits et ne comportent pas d'élément transactionnel.

Plusieurs raisons expliquent cette frilosité. D'abord, la sécurité des transactions. Ceci est surtout vrai du point de vue du consommateur qui hésite encore à faire des achats en ligne. Aussi la mise en place d'un site transactionnel coûte cher. «Les gens d'affaires, bien qu'ils en entrevoyent les possibilités, ne sont pas entièrement convaincus de la rentabilité d'un pareil virage.»

De plus, les entrepreneurs ne savent pas vraiment comment intégrer le commerce électronique à l'intérieur de leurs entreprises. Par exemple, une entreprise de taille moyenne qui compte plusieurs vendeurs sur la route peut éprouver de la difficulté à réconcilier ces derniers avec les ventes sur Internet. «Elles ont souvent l'impression de concurrencer leur propre force de vente.»

Autre facteur qui freine l'intégration du commerce électronique est la complexité des logiciels. «Trop peu

sonst conviviaux», déplore Pierre Cléroux, et ils nécessitent souvent une expertise en informatique qui n'est pas disponible à l'intérieur de l'entreprise.» Ce problème est plus aigu dans le cas d'une entreprise de taille modeste qui n'a pas toujours à sa disposition les ressources financières pour embaucher un spécialiste. Un espoir existe cependant puisque des logiciels plus conviviaux devraient faire leur apparition sur le marché d'ici peu. «Dans un mois environ, on trouvera des logiciels adaptés aux réalités des PME ce qui devrait favoriser l'implantation du commerce électronique.»

### Entreprise à entreprise

Quant au commerce électronique entreprise à entreprise, ce ne sont pas les ventes accrues qui comptent mais plutôt les gains administratifs. Les avantages sont bien réels et les entreprises s'y adaptent plus facilement. D'autant plus que c'est souvent une exigence de la part des fournisseurs et des clients. Nombre de nos PME agissent en tant que sous-traitants auprès de grandes entreprises, déjà impliquées dans le commerce électronique, et n'ont d'autre choix que de se mettre à la page.

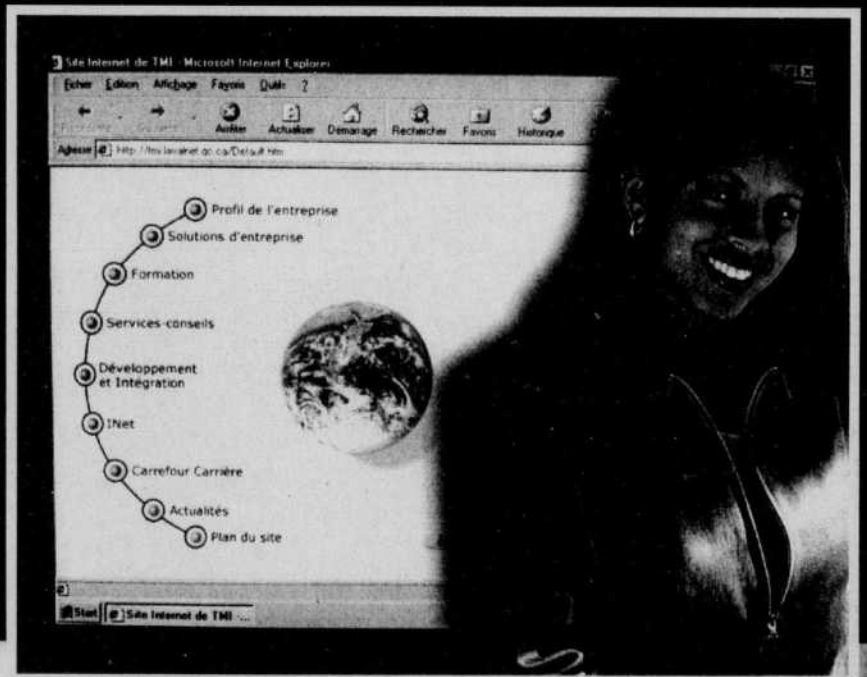
En ce qui a trait au programme de crédit d'impôt remboursable mis en place par le gouvernement du Québec, Pierre Cléroux s'en réjouit. «C'est un coup de main financier qui est bienvenu et je pense qu'il incitera les PME à faire le saut vers le commerce électronique. Cela peut aider à créer une impulsion.» Pour ce qui est du silence du fédéral à ce chapitre, M. Cléroux croit que le temps est venu pour le gouvernement fédéral de proposer une aide de son cru. «Nous avons fait des représentations en ce sens auprès d'Ottawa.»

Mais ce n'est pas seulement une question d'argent. C'est aussi une question de culture. Les entrepreneurs québécois doivent s'informer et se renseigner sur les avantages que peut leur procurer l'utilisation de l'Internet et du commerce électronique. «Il est important que tous nos dirigeants de PME amorcent une réflexion sur ce sujet, souligne-t-il, car le temps est propice pour prendre le virage du commerce électronique.»

P. V.

## Comment réussir dans la vie ?

une carrière passionnante en commerce électronique



Le commerce électronique et Internet vous offrent des opportunités de carrière incroyables. Le nouveau programme «Spécialiste d'applications et de développement Web» offert seulement chez TMI@MULTIHEXA, vous permet d'acquérir les compétences essentielles pour développer et soutenir des sites Web.

- Programme d'une durée de 13 semaines seulement (à temps plein)
- Aussi disponible à temps partiel de soir
- Programme développé en collaboration avec les entreprises

Inscrivez-vous dès maintenant à notre prochaine séance d'information le 24 mai à compter de 18 h 30. Pour information ou inscription :

Claude Sénéchal : (514) 288-4392 poste 239  
claude.senechal@tmiedu.com

tmi@MULTIHEXA

UNE DIVISION DE TECHNOLOGIES MULTIPARTN'R (TMI) INC

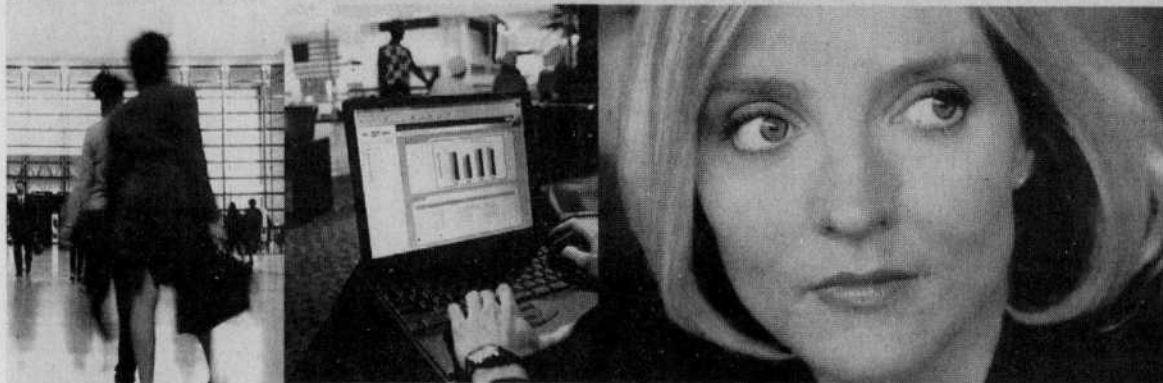
www.tmiedu.com

Hull - Montréal - Laval - Longueuil - Trois-Rivières - Sherbrooke - Québec - Lévis  
Chicoutimi - Rimouski - Baie-Comeau - Sept-Îles - Tracadie-Sheila - Moncton

Cinq sièges libres.

Vingt-cinq passagers inquiets.

Une femme avec son ordinateur portatif.



Correction: quatre sièges libres.

Sara Berg avait un problème: dans une ville étrangère, son vol venait d'être annulé, mais elle tenait à dormir dans son lit. Elle se confia alors au site mySAP.com™. Quelques clics suffirent pour lui donner accès à un système de réservation qui lui permit de s'assurer une place sur le prochain vol. Quelques clics de plus et sa note de frais ainsi que ses projets de voyage étaient mis à jour. Instantanément, automatiquement et en toute facilité.

mySAP.com, qu'est-ce que c'est? C'est un nouveau mode d'utilisation d'Internet qui vous permet de gérer votre entreprise de façon plus intelligente. Un moyen pour de nombreuses entreprises - de concert avec leurs employés, clients, fournisseurs et partenaires - de travailler ensemble comme une seule entité très bien gérée.

Vous voulez savoir comment chaque membre de votre entreprise peut profiter d'un pouvoir accru? Visitez le site [www.sap.com/mysap](http://www.sap.com/mysap) et nous vous le démontrerons.

vous le pouvez. ça marche.

mysap.com™

©2000 SAP AG. SAP, le logo SAP et le logo mySAP.com sont des marques déposées ou non déposées de SAP AG en Allemagne et dans d'autres pays.

## • COMMERCE ÉLECTRONIQUE •

Entreprises québécoises

### Nouvelles aires pour nouvelle ère commerciale

Les Camelot-Info, Archambault, IGA et Hydro-Québec  
sont les pionniers de l'aventure électronique

Même si nos voisins du Sud demeurent les champions toutes catégories du commerce électronique, les entreprises québécoises commencent à prendre conscience du potentiel offert par Internet et nombreuses sont les sociétés qui envisagent d'entrer, en cette aube du troisième millénaire, à pieds joints dans l'ère du cybercommerce.

MICHEL DUMAIS

Dès cet automne, les millions de Québécois ayant accès à Internet pourront transiger directement avec la société d'état Hydro-Québec pour régler en toute sécurité leur facture d'électricité. Le commerce électronique au Québec? Même si on ne peut nier le retard important pris par les entreprises québécoises, les prochaines années seront cruciales car les grands joueurs internationaux placent leurs pions rapidement sur l'échiquier mondial. Cependant, des entreprises d'ici n'ont pas attendu l'annonce de grands projets comme la Cité du commerce électronique pour se lancer ans l'aventure du cybercommerce.

#### Camelot-Info

Le libraire informatique Camelot-Info, le plus important au pays dans son domaine, vend déjà ses livres et logiciels sur Internet à l'aide de son site transactionnel. Avec des compétiteurs comme Amazon.com, les ventes sont-elles marginales? Non, selon le propriétaire du Camelot, Robert Cajolet, bien au contraire. La clientèle du Camelot est une clientèle fidèle pour qui le site Internet est un service pratique et, selon Cajolet, les revenus générés par son site Internet équivalent au chiffre d'affaires d'un des ces magasins bien réels. Et contrairement aux achats effectués chez le géant américain, les achats effectués au Camelot sont facturés en dollars canadiens, et la livraison est incluse dans le prix. Et avec cette révolution qui sera bientôt à nos portes, le livre numérique, on s'attend à ce que les ventes continuent de progresser.

#### Archambault

Lorsque l'on parle de musique, il est un nom qui ressort aussitôt, c'est celui d'Archambault. Détenu en totalité par Quebecor, Archambault a pris en 1999 le virage électronique avec la mise en service de son site transactionnel sur Internet. Malgré quelques légers problèmes de logistique au début, Archambault s'est brillamment repris et aujourd'hui, les ressources consacrées à la bonne marche du site ont plus que doublé, signe probable que les ventes sur le réseau des réseaux vont bon train. Il faut dire qu'Archambault bénéficie d'une des meilleures stratégies commerciales qui soit, celle d'une superbe synergie avec les différents médias du groupe Quebecor que sont le *Journal de Montréal* et le site Internet Canoé.

#### IGA

Mais outre les biens et services qu'il semble «naturel» d'acheter sur Internet, il est possible depuis 1996 de faire son épicerie en ligne au Québec avec l'ouverture des cybermarchés IGA, une extension des marchés existants. Outil de fidélisation plus que de vente actuellement, IGA fait environ 1 % de son chiffre d'affaire sur le Web, avec des projections à moyen terme de 3 à 7 %.

#### Hydro

Quant à Hydro-Québec, outre son virage consommateur qu'elle entre-

prendra cet automne, celle-ci utilise déjà les ressources offertes par Internet pour actuellement permettre à ses grands comptes comme les alumineries de transiger avec elle. Ses clients peuvent ainsi consulter

sur Internet leur facturation tandis que dans une prochaine phase, ceux-ci pourront utiliser des outils mis à leur disposition par la société d'état pour effectuer des simulations sur leur consommation d'électricité

selon le jour et l'heure. Futurs utilisateurs, à vos postes. Camelot-Info: [www.camelot.ca/](http://www.camelot.ca/) Archambault: [www.archambault.ca](http://www.archambault.ca) IGA: [www.iga.net/qc/](http://www.iga.net/qc/) Hydro-Québec: [www.hydro.qc.ca/](http://www.hydro.qc.ca/)

COMMERCE  
ÉLECTRONIQUE  
ENTREPRENEURS ET CONSOMMATEURS  
CE CAHIER SPÉCIAL EST PUBLIÉ PAR LE DEVOIR  
Responsable NORMAND THÉRIAULT  
[ntheriault@ledevoir.ca](mailto:ntheriault@ledevoir.ca)  
2050, rue de Bleury, 9<sup>e</sup> étage, Montréal (Québec) H3A 3M9. Tél.: (514) 985-3333  
[redaction@ledevoir.com](mailto:redaction@ledevoir.com)

Félix  
Leclerc

« C'est la première fois qu'il chante »

Commandez votre film à la boutique vidéo de l'ONF.  
[www.onf.ca/boutique](http://www.onf.ca/boutique)



## Un partenariat ouvert sur l'avenir



Pour obtenir des renseignements  
sur les possibilités de partenariat entre  
le Fonds de solidarité FTQ et votre  
entreprise, communiquez avec  
M. Daniel Laporte.

**FONDS**  
de solidarité FTQ

**La force du travail**

(514) 383-8383 1 800 361-5017  
[www.fondsftq.com](http://www.fondsftq.com)



ARCHIVES LE DEVOIR  
Les clients d'Hydro-Québec  
peuvent consulter leur facturation  
sur Internet.