

D Économie

Montréal, mercredi 19 janvier 2000

La Presse

VISA DE TRAVAIL AMÉRICAIN

"GREEN CARD"
RÉSIDENCE PERMANENTE

SONT ADMISSIBLES
Propriétaires, Dirigeants,
Cadres, Main-d'oeuvre spécialisée, Professionnels,
Agents manufacturiers, Entrepreneurs généraux et autres ...

CAN-AM
IMMIGRATION

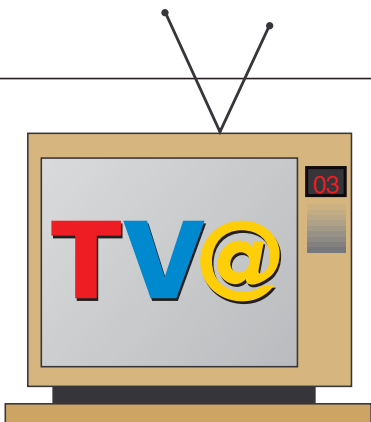
MAGOG TORONTO OTTAWA CALGARY VANCOUVER FORT LAUDERDALE FL.

www.canamimmigration.com **1-888-869-2441**

BOURSE / PUBLICITÉ-MARKETING

 CDNX ▲	 Toronto ▲	 New York ▼
Comp. 2611,45 Variation du jour 20,06 0,77% AN	TSE-300 8589,70 Variation du jour 110,43 1,30% AN: 29,45%	DJ 11560,72 Variation du jour -162,26 -1,38% AN: 24,79%

S&P 500 1455,14 Variation du jour -10,01 -0,68% AN: 17,81%	Nasdaq 4130,81 Variation du jour 66,54 1,64% AN: 76,16%
Dollar CAN 68,97 cents US Variation du jour -0,03 -0,04% AN: 4,63%	Dollar CAN 68,05 cents euro Variation du jour -0,15 -0,22% AN: 19,72%
Or 288,60 \$US Variation du jour 4,70 1,66% AN: 0,35%	Pétrole 26,15 \$US Variation du jour 0,50 1,95% AN: 139,47%



Canada et Europe
TVA convoite le titre de plus important éditeur Internet de la francophonie

Page D9

La direction de la Bourse perd ses appuis

RÉJEAN BOURDEAU

La direction de la Bourse de Montréal, représentée par le Comité des gouverneurs, n'a plus l'appui unanime de la communauté financière, a appris *La Presse*.

« Les gouverneurs avaient beaucoup d'expertise dans l'ancienne structure du marché d'actions mais ils ne représentent plus la nouvelle mission des produits dérivés », a déclaré une source.

« Ils devraient profiter du changement de vocation de la Bourse pour céder leurs sièges à des experts en options et en contrats à terme, a ajouté un autre intervenant. Le milieu financier montréalais a beaucoup à gagner avec une nouvelle équipe de gouverneurs spécialisés dans les dérivés. »

Pendant que les Bourses d'actions de Toronto et du CDNX roulent à vive allure, la Bourse des produits dérivés de Montréal fait du surplace depuis la restructuration, constatent des membres de l'industrie.

« C'est très grave, soutient un financier montréalais. Au lieu de faire ressortir les points positifs de sa spécialisation dans les options et les contrats à terme, la Bourse de Montréal est muette, sans direction et sans visibilité. »

En décembre, son président, Gerald Lacoste, a annoncé son départ même si son successeur n'est pas encore choisi.

La Bourse transige 25 000 contrats sur acceptations bancaires (BAX) par jour et 3200 autres sur l'indice SP/TSE-60 (SXF), mais il faudra attendre en mars pour rapatrier la négociation des options de Toronto et réaménager le parquet.

« Pendant ce temps, la gestion est sclérosée, dit une source proche du dossier. Si rien n'est fait rapidement, on sera les seuls à blâmer. »

On souhaite du « sang neuf » au Comité des gouverneurs pour que la Bourse prenne rapidement sa place dans son nouveau créneau. Cette situation inquiète d'autant plus la communauté financière, que les gouverneurs ont la responsabilité de choisir le prochain président de la Bourse, « idéalement » un expert en produits dérivés (options, contrats à terme).

Ce choix est crucial pour l'avenir de la Bourse et « ceux qui le choisiront doivent connaître le sujet à fond », dit-on. Le plus aberrant, indiquent des sources, c'est que deux des rares gouverneurs spécialisés en produits dérivés, Jean-Pierre Gallardo, président de Fimat Produits dérivés Canada, et Pierre Gloutney, « ne font pas partie » du comité de sélection.

Parmi les six membres, seul le

Torontois James T. Kiernan, président de Goldman Sachs Canada, est un spécialiste des produits dérivés.

« Le nouveau président mérite une nouvelle équipe, dit un courtier. Les gouverneurs doivent avoir les compétences nécessaires pour l'appuyer et mettre au point une stratégie gagnante. »

Le Comité des gouverneurs est composé de 15 membres : neuf représentants des firmes de courtage, qui sont les propriétaires de la Bourse, et six gouverneurs indépendants. Deux postes sont présentement vacants.

Son président Luc Bertrand, vice-président, ventes institutionnel-

les, à la Financière Banque Nationale, n'a pas rappelé *La Presse*. M. Bertrand est secondé par Jacques O. Nadeau, directeur général, région du Québec, pour Marchés de capitaux Scotia.

« Historiquement », le vice-président accède à la présidence du comité des gouverneurs à la suite de l'assemblée des membres, qui se tient en avril, explique le porte-parole de la Bourse, Andrew Molson. Les nouveaux gouverneurs sont également choisis par un comité de sélection.

« Il faut bouger plus rapidement, insiste un membre de l'industrie, car si on attend le printemps il sera trop tard. »

La CIBC prévoit encore deux hausses des taux d'intérêt

RICHARD DUPAUL

Dans le sillon de la Réserve fédérale, la Banque du Canada pourrait hausser son taux d'escompte à deux reprises cette année, pour un total de 50 centièmes, prévoit l'économiste en chef de la firme CIBC World Markets, M. Jeff Rubin, alors que les taux à long terme sur le marché obligataire sont appelés à grimper encore de 25 centièmes.

Ces augmentations du loyer de l'argent sont « inévitables », les autorités monétaires voulant absolument prévenir une surchauffe de l'économie.

« Aux États-Unis, on ne voit aucun signe de ralentissement et ce, malgré les trois hausses de 25 centièmes décrétées par la Fed l'an dernier », souligne le spécialiste.

En fait, les derniers resserrements de la Fed n'ont eu aucun effet sur les ventes d'automobiles, ni sur les ventes de biens durables, a précisé M. Rubin au cours d'un appel-conférence. Selon lui, la Fed va sans doute hausser les taux à court terme de 25 centièmes à sa prochaine réunion, le mois prochain, et la Banque du Canada ne tardera pas à suivre.

Une autre augmentation de 25 points de base, des deux côtés de la frontière, suivrait peut-être avant l'été, dit-il.

La bonne nouvelle, c'est qu'une remontée de 50 centièmes des taux ne devrait pas faire dérailler l'économie nord-américaine ou la Bourse, estime le spécialiste.

« Même avec 50 centièmes de plus, nous sommes à des milles du niveau suffisant pour déclencher une récession », dit M. Rubin, qui estime que les gains réalisés en Bourse vont contrebalancer les effets de la hausse des taux.

L'économie canadienne, qui poursuit une progression similaire à celle de la puissante machine américaine depuis un an, s'annonce encore vigoureuse en 2000, avec une croissance prévue de 3,5 %.

La CIBC prévoit également un surplus du compte courant, qui mesure l'ensemble des échanges du Canada avec les étrangers.

Toutefois, l'économiste doute que la banque centrale canadienne voudra augmenter les taux durant la seconde moitié de l'année sans que la Fed ne lui donne le signal.

Voir LA CIBC en D2

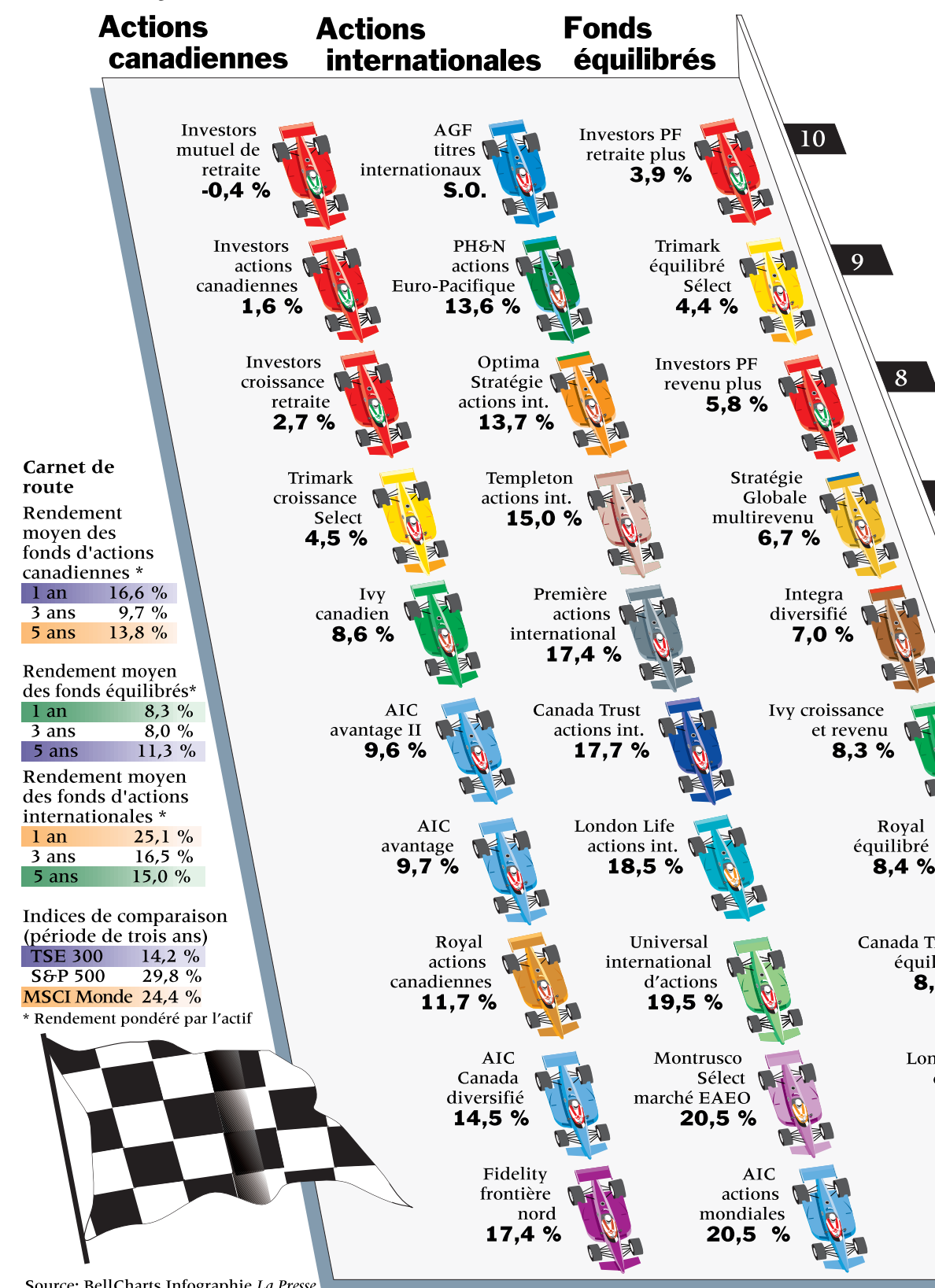
La Course au rendement

COUP D'OEIL

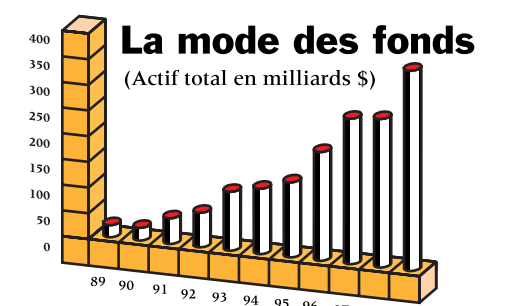
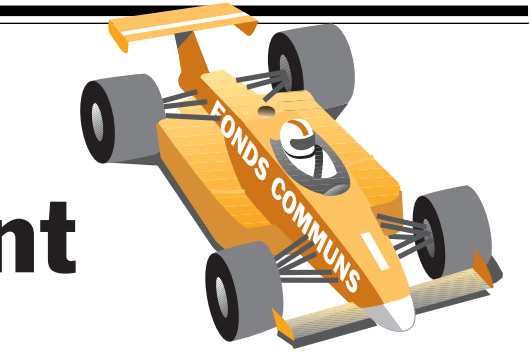
PAUL DURIVAGE

Avec des feuilles de route encore impressionnantes, les fonds communs demeurent les véhicules de placement favoris des investisseurs en quête de rendement. Le tableau ci-dessous indique le rendement annuel composé (au 31 décembre 1999) remporté sur trois ans par les dix fonds d'actions les plus importants (en terme d'actif), pour chacune des trois catégories les plus populaires.

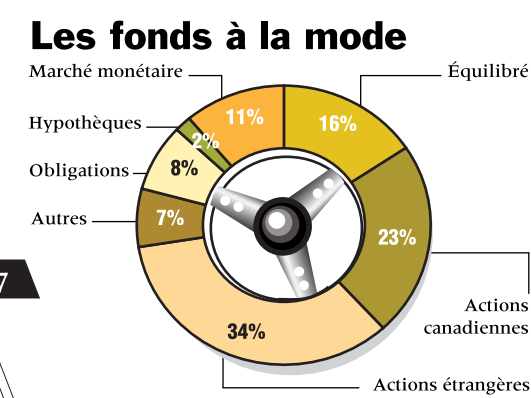
Si le rendement passé n'est pas toujours garant de l'avenir, le fait étant que les coureurs sont régulièrement déclassés d'un relevé à l'autre, c'est encore le meilleur critère d'évaluation de la performance des gestionnaires.



Source: BellCharts Infographie La Presse



L'actif des fonds communs s'accroît de manière exponentielle depuis dix ans. Mais ils carburent maintenant surtout à même les profits autogénérés. En effet, les nouvelles ventes de fonds ont été, l'an dernier, les plus basses depuis 1995. Les 18 milliards \$ investis l'an dernier n'en sont pas moins autant que l'actif total des fonds en 1986.



Les fonds en actions étrangères volent maintenant la vedette avec 72 % des ventes nettes du dernier exercice et 34 % du magot total des fonds. Cette poussée est attribuée à la prolifération des fonds dits dérivés, ou clones, entièrement admissibles au REER et permettant de contourner le plafond de 20 % de contenu étranger. Les actions canadiennes ont été les plus délaissées malgré leur performance exceptionnelle l'an dernier.

REPORTAGE PUBLICITAIRE

GUIDE OFFICIEL

SALON ÉPARGNE-PLACEMENTS

Place Bonaventure - du 28 au 31 janvier

Un cahier spécial à ne pas manquer samedi dans

La Presse



PHOTO AP ©

Y'a de la joie...

Le président du conseil et chef de la direction désigné de Coca-Cola, Doug Daft, à droite, a fait la pause Coca hier, au siège social de la compagnie à Atlanta, en compagnie de Jack L. Stahl, qu'il venait de proposer au conseil comme président et chef de l'exploitation du géant des boissons gazeuses. Le conseil devrait entériner sa nomination en avril

Montréal devrait connaître une bonne croissance

Presse Canadienne
OTTAWA

La ville de Montréal devrait connaître une forte croissance économique au cours des prochaines années, prédit le Conference Board, dans un rapport sur ses prévisions économiques pour neuf villes du pays, rendu public hier.

À 3,3 %, la croissance du produit intérieur brut (PIB) observée en 2000 à Montréal devrait se situer parmi les plus fortes au pays, après Edmonton (4,1 %), Ottawa-Hull (3,9 %) et Toronto (3,5 %).

À l'inverse, parmi les grandes villes du pays, Victoria (2,1 %), Vancouver et Winnipeg (2,5 % chacune) devraient être celles qui vont enregistrer cette année la plus faible croissance, prédisent les économistes du Conference Board, un organisme de recherche indépendant.

De plus, s'aventurant à prédire la situation qui prévaudra dans cinq ans, le Conference Board prévoit que Montréal fera partie du peloton de tête en 2004, quant à la croissance du PIB. Cette année-là, à Montréal, la croissance économi-

que devrait se situer à 2,8 %, comme à Edmonton et Ottawa-Hull. Seule la ville de Calgary afficherait une meilleure performance, à 2,9 %.

Pour les prochaines années (de 2001 à 2003), la croissance économique annuelle devrait se situer autour de 3 % à Montréal, prévoit le Conference Board, soit une performance semblable à celle anticipée à Toronto.

En 2000, c'est la forte expansion observée dans le secteur de la construction qui permet à Edmonton de devancer les autres villes du pays.

La vitalité du secteur de la haute technologie et le règlement récent dans le dossier de l'équité salariale sont au nombre des facteurs qui ont placé Ottawa-Hull au deuxième rang, expliquent les auteurs du rapport.

Quant à Montréal, « l'investissement dans le secteur non résidentiel et une croissance soutenue du secteur manufacturier vont assurer sa croissance économique », a indiqué Louis Thériault, auteur du rapport.

Sportscene vise une augmentation de sa rentabilité de 15% en 2000

MARIE TISON
Presse Canadienne

Restaurants Sportscene vise une croissance de son bénéfice net de 15 % au cours de 2000, même si le premier trimestre n'a donné lieu qu'à une croissance de 7 %.

Le bénéfice net a atteint 430 000 \$ au premier trimestre de 2000, par rapport à 403 000 \$ à la même période de l'année précédente. Sur une base diluée, le bénéfice net par action est passé de 27 à 29 cents.

Les ventes sont demeurées stables à environ 17 millions.

Le président du conseil d'administration, président et chef de la direction de l'entreprise, M. Jean Bédard, a rappelé que Sportscene avait procédé à des travaux de rénovation dans ses restaurants corporatifs, ce qui avait entraîné leur fermeture pendant quelques semaines.

« J'aimerais ajouter que les ventes de l'industrie québécoise de la restauration ont continué de baisser pendant cette période », a-t-il déclaré aux actionnaires réunis en assemblée annuelle hier.

En 1999, Sportscene a entrepris la modernisation de cinq restaurants La Cage aux sports afin de les rendre

plus attrayants et d'attirer une clientèle féminine et familiale, tout en conservant la clientèle masculine traditionnelle.

L'entreprise a également cherché à atténuer les cycles saisonniers en installant des terrasses à l'extérieur de ces magasins.

M. Bédard a expliqué que la clientèle avait tendance à délaisser La Cage aux sports au printemps, à la fin de la saison de hockey. Avec les terrasses et la présentation de nouvelles disciplines sportives, Sportscene espère renverser cette tendance.

Résultats

Jusqu'ici, le programme de modernisation a donné de bons résultats, avec une croissance de 20 % du volume d'affaires dans certains cas, a déclaré M. Bédard.

« Les retombées de notre programme de modernisation devraient se matérialiser de façon encore plus forte au cours des prochains trimestres », a-t-il affirmé.

Sportscene a donc entrepris d'accélérer son programme : en 2000, elle devrait moderniser un restaurant par mois en moyenne.

« Les coûts découlant de la fermeture temporaire et de la rénovation des restaurants diminueront puisque nous avons maintenant complété la modernisation des établissements corporatifs », a promis M. Bédard.

Le réseau La Cage aux sports de Sportscene compte sept restaurants corporatifs, 22 restaurants franchisés et 13 restaurants en coentreprise.

Le réseau continuera à prendre de l'expansion en 2000 avec l'ouverture d'un restaurant en franchise à Hull et d'une coentreprise à Beauport.

M. Bédard caresse cependant d'autres rêves d'expansion.

« Ça fait déjà quelques années que je vous le dis, et vous pouvez me croire, on travaille très fort là-dessus », a-t-il déclaré aux actionnaires.

Sportscene vise essentiellement le développement ou l'acquisition de nouvelles bannières dans divers créneaux de la restauration dite « d'ambiance » au Québec.

« Ça pourrait être des bannières internationales qui se cherchent des exploitants dans le coin, ou encore des chaînes qui existent déjà mais qui cherchent un second souffle », a indiqué M. Bédard à l'issue de l'assemblée.

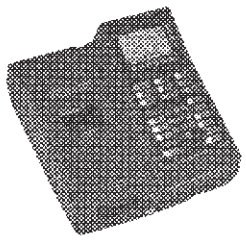
Le chiffre d'affaires de Sportscene a atteint 67,6 millions, en 1999, soit une légère augmentation de 2 % par rapport au chiffre d'affaires de 66,5 millions enregistré l'année précédente.

Le bénéfice net a cependant connu une forte croissance de 29 %. De 1,1 million en 1998, il est passé à 1,5 million en 1999. Sur une base diluée, le bénéfice net par action est passé de 76 à 98 cents.

UNE OPPORTUNITÉ INCROYABLE!

RECEVEZ DES ROYAUTES D'UN TERMINAL DE LOTERIE EN EUROPE DE L'EST

- Pas d'employé
- Pas d'inventaire
- Pas de loyer
- Pas d'administration
- Pas de collection
- Pas de compétition
- Pas d'effort
- Pas de casse-tête



Royautés potentielles de 32 000 \$ à 450 000 \$ et plus.

- Technologie québécoise la plus performante au monde
- Loterie organisée en collaboration avec les gouvernements

Coût de 5 950 \$ à 21 700 \$

Déjà plus de 400 personnes en ont pris avantage

(514) 940-4419

PRIMEX

1 877 774-6392

(sans frais)

II FAUT DE L'ÉLAN POUR AVANCER.



FRANÇOIS CANTIN, Pl. Fin. NE S'ARRÊTE JAMAIS.

► Jean-Michel Bergot, directeur du bureau régional d'Anjou de la société Les Services Investors Limitée, est fier d'annoncer que François Cantin a obtenu le titre de planificateur financier de l'Institut québécois de planification financière depuis déjà un an.

François a acquis des connaissances poussées dans le domaine des finances, des assurances et de la fiscalité, ce qui lui permet d'offrir un service hors pair à nos clients.

Les Services Investors Limitée est une société membre de Groupe Investors Inc., l'une des plus grandes sociétés de planification financière au Canada. Depuis plus de 70 ans, le Groupe Investors fait œuvre de pionnier en offrant une gamme complète de produits et de services financiers. Nous gérons aujourd'hui un actif de plus de 40 milliards de dollars pour plus de 1 million de personnes comme vous.

Pour plus de renseignements, composez le (514) 493-1669.

www.investorsgroup.com

IG Groupe Investors

DES SOLUTIONS À VOTRE MESURE.™

™ Marque de commerce de Groupe Investors Inc. Utilisation sous licence par les sociétés affiliées.

Pour faire le point sur l'actualité

LISEZ LE CAHIER

Plus

CHAQUE SAMEDI DANS

La Presse



AVIS DE NOMINATION



Donna Yoshimatsu

Taro Alepian, vice-président directeur, Groupe SNC-Lavalin inc., est heureux d'annoncer la nomination de Donna Yoshimatsu au poste de vice-présidente, Relations avec les investisseurs. À ce poste nouvellement créé, madame Yoshimatsu sera chargée d'améliorer la communication avec les actionnaires et les membres de la communauté financière.

Madame Yoshimatsu compte plus de 12 ans d'expérience dans les relations avec les investisseurs et les actionnaires, et a précédemment travaillé dans les secteurs du financement minier et des services bancaires d'investissement. Elle est diplômée de l'Université de Toronto, et est membre de l'Institut canadien des relations avec les investisseurs.

Le Groupe SNC-Lavalin est un leader mondial en ingénierie et en construction et un joueur clé dans la propriété et la gestion d'infrastructure. Le groupe et ses sociétés possèdent des bureaux partout au Canada et dans 30 autres pays et réalisent des projets dans une centaine de pays. La société est inscrite à la Bourse de Toronto (symbole : SNC).



SNC • LAVALIN

Enfin des fonds pour l'entreprise québécoise...

MONTRÉAL - Les «Fonds relance», gérés par la R.E.Q., sont disponibles pour l'entreprise québécoise.

Pour un chiffre d'affaires entre :
250 000 \$ et 1 000 000 \$...

Un crédit préautorisé, conçu pour l'entreprise, est disponible entre :
50 000 \$ et 250 000 \$.

Excluant la restauration, les marchés d'accommodations et l'esthétique...

Renseignements :
(514) 954-1001

LGS



Frank Tersigni

Le vice-président exécutif et chef de l'exploitation de Groupe LGS inc., Jean-Claude Couture, a le plaisir d'annoncer la nomination de Frank Tersigni au poste de vice-président, Stratégie de gestion des relations avec la clientèle. Misant sur le partenariat stratégique en consultation que LGS détient avec Siebel Systems, Frank aura pour mandat d'offrir sur le marché des services uniques en gestion des relations avec la clientèle. Il mettra en valeur son expérience personnelle et l'expertise de LGS en matière de commerce électronique, d'intégration téléphonique par ordinateur et d'Internet afin d'assurer le maintien du leadership de LGS dans la prestation de solutions en gestion des relations avec la clientèle.

Avant sa nomination, Frank était vice-président de l'entité commerciale e-commerce+ de LGS. Il a également été l'un des fondateurs de CallPro Canada avant que LGS n'acquière l'entreprise. La volonté de Frank à toujours vouloir innover a été prouvée lorsqu'il a défini la vision et mis au point le modèle unique d'« intégrateur de convergence » pour e-commerce+, reconnaissant ainsi le besoin des clients d'avoir accès à une interaction humaine lorsqu'ils font des transactions commerciales sur Internet.

Dans son nouveau poste, Frank travaillera avec Diane Drotos, qui détient la responsabilité générale de la pratique Gestion des relations avec la clientèle (GRC) chez LGS.

Groupe LGS inc. (LGS.A au NASDAQ, LGS.A au TSE) est une des plus importantes firmes-conseils en technologies de l'information au Canada, spécialisée en management et en intégration de systèmes. LGS, dont les revenus annuels ont dépassé 230 millions \$ au cours de l'exercice qui a pris fin le 31 mars 1999, compte à son emploi 2 100 professionnels dans 20 bureaux au Canada, aux États-Unis et en Europe. La compagnie est active dans la plupart des secteurs, privé et public.

www.lgs.com

2822054

ARGENT DISPONIBLE

Rapide Finance Cie Ltée

- Problème de liquidités ?
- Prêts commerciaux à court terme seulement
- Confidentialité

342-4488

2821822

***Bibliothèque
et Archives
nationales***

Québec 

La Presse

19 janvier 2000

Pages D4-D6
manquante

Les fabricants québécois démarrent en trombe au Salon nautique de Toronto



Martin Vallières

du bureau de
La Presse, TORONTO

La prochaine saison de motonautisme s'annonce à plein gaz pour les fabricants québécois d'embarcations, qui dominent le contingent canadien plutôt clairsemé au Salon nautique de Toronto, le plus gros au pays, parmi les marques américaines et japonaises.

À mi-chemin de cette vaste exposition de huit jours, où l'on retrouve de simples chaloupes jusqu'à des yachts de plus de 1 million \$, et même un étang d'essai intérieur, les dirigeants des fabricants et leurs concessionnaires se disent même un peu surpris du nombre de visiteurs et des ventes des premiers jours.

Outre Bombardier avec ses motomarines et ses bateaux à jet Sea Doo, les principaux fabricants québécois en vue au Salon de Toronto incluent les Produits nautiques Altra, qui produit les bateaux à coque d'aluminium Princecraft, à Princeville. On retrouve aussi Doral International et Celebrity, deux fabricants de bateaux de fibre de verre basés à Grand-Mère, en Mauricie.

Même que dans le secteur du Salon réservé aux petites embarcations non motorisées, des pédalos de Pélican International, de Laval, trônent bien en vue dans le kiosque d'un détaillant ontarien.

Au kiosque de la division Sea Doo de Bombardier, un représentant fait état de la vente d'une soixantaine de motomarines et de bateaux à jets durant le premier week-end. Pareil engouement ne s'est pas vu depuis des années au Salon de Toronto, considéré comme le principal baromètre annuel du marché canadien.

« L'année s'annonce forte au Canada, dans le sillon du dynamisme du marché aux États-Unis. Mais, ce que le Salon de Toronto confirme aussi, c'est que le bassin d'amateurs de motonautisme augmente peu mais que beaucoup de plaisanciers actuels ont retrouvé les moyens financiers de remplacer leur embarcation », a expliqué Benoît Lafortune, vice-président aux ventes aux produits nautiques chez Bombardier.

Chez Produits Nautiques Altra, le président, Marcel Dubois, a confirmé aussi en entrevue qu'il s'attend à une année record pour la vente de ses bateaux Princecraft.

« L'orientation que nous avons prise il y a quelques années de cibler le créneau des ba-

teaux d'aluminium de haut de gamme continue de vraiment bien fonctionner, tant en dollars qu'en nombre d'unités vendues. Et si notre part de marché est bonne au Canada, elle demeure encore petite aux États-Unis, qui est un marché de croissance énorme pour nous », a expliqué M. Dubois.

Pour répondre à la demande pour ses embarcations de gamme supérieure, Produits nautiques Altra prépare d'ailleurs un projet d'expansion de ses activités manufacturières à Princeville. L'entreprise et ses quelques fournisseurs affiliés regroupent déjà 400 personnes dans cette ville des Bois-Francis.

Un autre fabricant québécois, Doral, vient pour sa part d'ouvrir une usine à Orillia, une petite ville au nord de Toronto et où passe l'autoroute desservant la grande région de villégiature du centre de l'Ontario.

De l'avis des organisateurs du Salon de Toronto, cette expansion constitue tout un revirement de la part d'une entreprise qui a failli s'éteindre il y a quelques années à peine.

Motomarines

Malgré le ressac du marché depuis deux ans, c'est toutefois la fabrication de motomarines par Bombardier à Valcourt qui continue de s'inscrire en tête de l'industrie canadienne du motonautisme, en termes de valeur des livraisons.

Selon Benoît Lafortune, on s'attend dans l'industrie à des ventes nord-américaines relativement stables, autour de 150 000 unités.

C'est bien en deçà des 200 000 unités et plus atteintes au milieu des années 90. Mais il s'agit cependant de motomarines de prix moyen plus élevé en raison de leur taille augmentée et de leur sophistication technique.

Par ailleurs, si le marché des motomarines semble s'être stabilisé selon les unités vendues, Bombardier mise un peu plus sur ses bateaux à jets fabriqués dans une usine en Illinois.

Sa division Sea Doo présente d'ailleurs au Salon de Toronto le premier exemplaire d'un luxueux bateau de 22 pieds et de 38 000 \$ dont la turbine à eau est propulsée par un moteur V6 de Mercury, au lieu des traditionnels Rotax de plus petites cylindrées venant de sa filiale autrichienne.

Avec sa part de marché de l'ordre de 45 % dans les motomarines, Bombardier se tire très bien d'affaire face à ces concurrents, selon Benoît Lafortune.

Bombardier prétend aussi au leadership technique de l'industrie pour la réduction du bruit et des émissions polluantes.

L'association des fabricants et Environnement Canada ont d'ailleurs annoncé au Salon de Toronto une entente pour l'adoption durant l'année-modèle 2001 des normes plus sévères pour les moteurs nautiques émises par l'Agence américaine de protection de l'environnement (EPA).



PHOTO PC ©

Benoît Lafortune, vice-président aux ventes des produits nautiques de Bombardier, soutient que l'année s'annonce forte au Canada, dans le sillon de ce qui se passe aux États-Unis.

D 8

LA PRESSE, MONTRÉAL, MERCREDI 19 JANVIER 2000

Grosse semaine chez Desjardins

LAURIER CLOUTIER

La semaine prochaine sera la plus importante pour la course des sept candidats à la présidence du Mouvement Desjardins, dans les bancs de neige tandis que les avions d'InterCanadien restent cloués au sol.

Ils vont rencontrer 112 des 239 membres du collège électoral. Ils visiteront cinq des 11 fédérations, soit autant que durant les deux premières semaines ensemble.

Les sept candidats verront les 21 électeurs de la Fédération de Gaspésie-les Îles, les 23 de la Fédération d'économie et les 31 de la Fédération de Montréal et de l'ouest du Québec. La moitié des candidats répondront aussi aux questions des 20 électeurs du Saguenay-Lac-Saint-Jean et des 17 du Bas-Saint-Laurent.

Durant la première semaine de la course, à compter du 7 janvier, les candidats n'ont vu que les 24 électeurs de Richelieu-Yamaska et les 17 de Lanaudière, tandis qu'une partie d'entre eux rencontraient les 17 électeurs du Bas-Saint-Laurent.

Hier, les 19 électeurs du Centre du Québec sondaient à fond les sept candidats, qui se soumettront, demain, aux questions des 27 électeurs de la Fédération de Québec.

Les candidats ne font pas campagne,

dit le président des élections, Pierre Gauthier. Desjardins a adopté le concept du jury de sélection. Chacun des candidats rencontre le groupe d'électeurs durant une heure et tente de les convaincre.

Par l'intermédiaire de Pierre Gauthier, chacun des candidats peut en outre expédier aux 239 électeurs un document hebdomadaire sur sa vision et ses engagements. Tous se prévalent de leur droit jusqu'ici.

Malgré les bruits qui ont couru, le conseil d'administration de la Confédération Desjardins n'a pas augmenté le budget de dépenses de chacun des candidats, toujours limité à 10 715 \$. Plusieurs candidats ont une équipe de bénévoles à leur service.

Pierre Gauthier n'a pas de contrôle sur le contenu des documents, mais pourra sanctionner les candidats qui dérogeraient aux règles. Les candidats ne doivent pas faire de déclarations aux médias. Certains ont cependant utilisé des événements d'actualité pour se faire valoir, dont le dernier débat sur le siège social de Lévis que Michel Rouleau, président de la Fédération de Québec, s'était engagé à maintenir.

Le président des élections n'a pas reçu de plaintes mais divers commentaires. Il pourrait émettre un avis à un candidat durant la course. Le scrutin aura lieu le 19 février...

Contrats à terme

S&P CAN 60
200 \$ fois le S&P CAN 60
Changement de 0.05 point d'indice = 10 \$

	Historique		Jour		Int. en cours
	Haut	Bas	Haut	Bas	
Mars	509.00	236.30	505.20	492.90	503.60 +6.70
Sept.	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00 0
Déc.	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00 0
Volume estimé:.....	3.384				
Volume journalière précédente:.....	1.067				
Intérêts en cours journalière précédente:.....	50.049				
3 MOIS					
Acceptations Bancaires Canadiennes					
1 \$ millions; points de 100 p. cent					
Saison	Haut	Bas	Haut	Bas	Int. en cours
Fév.	94.70	94.60	0.00	0.00	94.59 -0.04
Mars	95.55	93.85	94.51	94.45	94.46 -0.04
Avril	0.00	0.00	0.00	0.00	94.31 0
Sept.	95.33	93.73	94.01	93.94	93.97 -0.05

Options sur l'indice S & P 100 à Chicago

PRIX DE LEVÉE
ACHATS

Prix	Jan.	Fév.	Mars
600	184	197	n/d
610	194	n/d	n/d
620	—	183	—
640	—	163	—
660	134	138	141
695	100.875	n/d	n/d
700	96	—	105
715	81	n/d	n/d
720	81	—	—
730	68	—	n/d
735	64.500	64.500	n/d
740	57.750	66.750	70.750
745	52.875	—	n/d
750	51	54	—
755	45	—	n/d
760	39.250	47	55
765	36	—	51.500
770	29	38.500	43.500
775	24	35.500	—
780	19.125	31.375	—
785	16.250	28	—
790	11.750	23.625	—
795	8	21.875	—
800	5.375	18.500	27.500
805	3.250	15.750	—
810	1.750	n/d	21.625
815	937	11	n/d
820	500	8.875	15.500
825	250	7.500	n/d
830	125	6.625	12.500
835	125	5.125	n/d
840	0.62	3.375	9.750
850	—	1.875	5.875
860	n/d	1.375	5.125

Prix	Jan.	Fév.	Mars
560	—	125	—
580	—	250	—
600	—	—	1
620	0.62	312	1.125
640	0.62	500	1.875
660	—	750	2.437
670	—	937	n/d
680	0.62	1	3.375
690	0.62	1.375	n/d
700	0.62	1.500	4.875
705	0.62	n/d	n/d
710	1.25	2.312	6.625
715	1.25	n/d	n/d
720	1.25	2.937	6.625
725	1.25	3	n/d
730	1.25	3.625	7.375
735	250	4	n/d
740	250	4	9.250
745	250	—	n/d
750	375	6.125	10.750
755	362	6.500	n/d
765	875	7.250	13
770	1.125	8.375	—
775	1.500	10.750	18.500
780	2	11.500	19
785	2.875	12.125	—
790	3.75	15	20
795	6	17.250	24
800	8.500	19.250	25
805	11.500	—	n/d
810	15	n/d	30.375
815	23	n/d	n/d
820	24.500	29.750	36.500
830	—	38	n/d

Vol. total, options d'achats:.....30.162
Int. en cours, options d'achats:.....150.741
Vol. total, options de ventes:.....49.036
Int. en cours, options de ventes:.....238.896
Index: Haut: 800.85; Bas: 791.33
Fermeture: 795.68; Baisse: 1.84

L'ARGENT

Les courtiers londoniens ont haussé mardi le prix de l'argent américains à \$ 0,0050 cents

américains par rapport à l'ouverture de la veille.Mardi:\$5 1300

MONTRÉAL — Handy & Harman évaluaient vendredi le prix de l'argent canadien à \$7 709 (\$-0,041) l'once troy.

NEW YORK — Handy & Harman évaluaient vendredi le prix de l'argent américain à \$5 135 (\$-0,035) L'once troy.)

LE PÉTROLE

NEW YORK (AP) Prix par baril en \$ US		
	Mardi	Vendredi
Saudi Arabian Light	24,50	23,74
North Sea Brent	26,15	25,39
West Texas Intermediate	28,65	28,03

GOVERNEMENT DU CANADA

Émetteur	Coupon	Échéance	Prix	Rend.	Var.
Canada	8.50	1 Mars 00	100.39	4.81	-0.01
Canada	5.00	15 Mars 00	100.00	4.68	—
Canada	7.50	1 Sept. 00	101.12	5.50	-0.02
Canada	7.50	1 Mars 01	105.16	5.93	-0.06
Canada	7.00	1 Sept. 01	101.27	6.15	-0.08
Canada	9.50	1 Oct. 01	105.18	6.22	-0.09
Canada	9.75	1 Déc. 01	106.08	6.23	-0.10
Canada	5.50	1 Sept. 02	97.96	6.35	-0.11
Canada	5.25	1 Sept. 03	96.12	6.46	-0.19
Canada	7.50	1 Déc. 03	103.36	6.49	-0.22
Canada	6.50	1 Juin 04	99.93	6.51	-0.24
Canada	9.00	1 Déc. 04	110.07	6.54	-0.29
Canada	8.75	1 Déc. 05	110.54	6.55	-0.34
Canada	7.00	1 Déc. 06	102.43	6.55	-0.35
Canada	7.25	1 Juin 07	103.99	6.55	-0.37
Canada	6.00	1 Juin 08	96.35	6.54	-0.38
Canada	5.50	1 Juin 09	92.79	6.54	-0.40
Canada	9.50	1 Juin 10	121.60	6.58	-0.51
Canada	9.00	1 Mars 11	118.60	6.60	-0.52
Canada	10.25	15 Mars 14	133.07	6.61	-0.68
Canada	9.75	1 Juin 21	135.94	6.58	-0.44
Canada	8.00	1 Juin 23	117.70	6.51	-0.35
Canada	8.00	1 Juin 27	119.46	6.47	-0.33
Canada	5.75	1 Juin 29	91.78	6.37	-0.28
Canada	5.10	2 Juin 03	95.56	6.58	-0.15
Real Ret.	4.25	1 Déc. 21	102.82	4.05	-0.20
Real Ret.	4.25	1 Déc. 26	103.33	4.04	-0.23

PROVINCIAL

Alberta	8.00	1 Mars 00	100.45	3.74	—
Alberta	7.75	5 Mai 03	103.52	6.53	-0.16
Alberta	7.50	1 Déc. 05	103.36	6.66	-0.27
B C M Fin	5.50	24 Mars 08	91.22	6.92	-0.29
Brit Col	6.00	23 Août 05	105.63	6.77	-0.26
Brit Col	8.00	9 Juin 08	94.59	6.65	-0.31
Brit Col	8.50	23 Août 13	113.63	6.93	-0.47
Brit Col	5.70	18 Juin 29	84.84	6.91	-0.17
Hydro Qué.	10.88	25 Juin 01	106.72	6.14	-0.25
Hydro Qué.	7.00	1 Juin 04	100.95	6.74	-0.22
Hydro Qué.	8.50	15 Août 05	107.66	6.82	-0.25
Hydro Qué.	11.00	15 Août 20	142.35	7.06	-0.30
Manitoba	7.75	14 Sept. 00	101.34	5.57	-0.02
Manitoba	5.75	2 Juin 08	93.08	6.84	-0.30
Manitoba	7.75	22 Déc. 25	111.04	6.63	-0.20
N Brunswick	5.80	2 Juin 08	104.32	6.85	-0.30
N Brunswick	5.70	2 Juin 08	92.56	6.88	-0.30
N Brunswick	6.00	27 Déc. 17	98.89	6.99	-0.38
NwIndin	6.15	17 Avril 28	88.79	7.07	-0.17
Nova Scotia	6.60	1 Sept. 07	94.08	7.09	-0.29
Ontario	9.00	15 Sept. 04	108.98	6.71	-0.23
Ontario	7.50	19 Jan. 06	103.64	6.75	-0.27
Ontario	6.13	12 Sept. 07	96.04	6.79	-0.30
Ontario	6.25	25 Août 28	92.04	6.88	-0.19
Ontario	6.50	8 Mars 29	95.46	6.86	-0.18
Hydro Ont.	10.00	19 Mars 01	104.44	5.96	-0.05
Hydro Ont.	5.38	2 Juin 08	93.38	6.58	-0.15
Hydro Ont.	7.75	9 Nov. 05	104.68	6.75	-0.27
Hydro Ont.	5.80	2 Juin 08	92.32	6.81	-0.30
Hydro Ont.	7.45	31 Mars 13	97.06	6.80	-0.65
Hydro Ont.	8.50	26 Mai 25	119.24	6.88	-0.22
Hydro Ont.	8.25	22 Juin 26	116.49	6.88	-0.21
P E I	6.00	3 Oct. 07	93.22	7.15	-0.29
P E I	8.50	27 Oct. 15	112.62	7.15	-0.62
Québec	10.25	15 Oct. 01	106.45	6.25	-0.05
Québec	5.25	1 Avril 02	97.62	6.42	-0.10
Québec	6.50	1 Oct. 07	97.52	6.91	-0.25
Québec	6.00	1 Oct. 29	87.23	7.02	-0.12
Sask.	7.50	19 Déc. 05	103.54	6.76	-0.27
Sask.	5.50	2 Juin 08	91.52	6.84	-0.30
Sask.	8.75	30 Mai 25	121.94	6.90	-0.22
Tor-Met	7.75	1 Déc. 05	104.36	6.83	-0.27

CORPORATIONS

Avco Fin	5.75	2 Juin 03	96.62	6.88	-0.12
Poco Petrol	8.60	11 Sept. 07	93.62	7.71	-0.34
Bk Scotia	5.85	26 Juin 07	94.82	7.09	-0.33
Rogers Comm	8.75	15 Juin 07	99.50	8.84	—
Royal Bk	5.40	3 Sept. 07	97.02	9.30	6.53
Royal Bk	6.75	4 Juin 07	98.46	7.01	-0.35
Sask Wheat	6.60	18 Dec. 07	87.80	8.86	-0.30
Sears Can.	7.80	1 Mars 01	101.21	6.63	-0.05
Sears Can.	6.55	5 Nov. 07	92.96	7.76	-0.34
Suncor Inc	6.10	7 Août 07	93.02	7.31	-0.34
Thomson C	6.50	9 Juin 07	96.90	7.30	-0.35
WCoast En	5.70	16 Dec. 08	91.16	7.13	-0.35
WCoast En	6.75	15 Déc. 27	92.88	7.35	-0.25

L'OR

(AP) — Cours de l'or mardi en dollars US par once, sur les cinq principales places financières:

Hong Kong:.....\$286.45 (+\$1.30)
Londres:.....\$285.36 (+\$2.80)
Paris:.....\$285.36 (+\$2.80)
Zurich:.....\$285.25 (+\$0.20)

(PC)-L'or cotait à 417 \$ CAN à l'offre (288 US) et 418 \$ CAN à la demande (289 \$ US) mardi à la clôture chez Thomas Cook, courtier en métaux précieux et devises étrangères.

LES OBLIGATIONS

Avl infotr	14000	0.08	0.07	0.08
Acftir Com	93500	0.63	0.60	+0.03
Advanlex	12000	0.55	0.45	-0.10
Akrokeni G	6000	0.16	0.15	-0.01
Alive Int	11000	0.95	0.95	0.05
Armistic	175000	0.04	0.03	-0.01
Armeting	2000	0.80	0.80	+0.02
Asquith	36700	0.14	0.12	-0.02
Bachec	19000	0.55	0.45	+0.10
Black Min	20100	0.54	0.44	-0.10
Blue gold	18300	0.85	0.75	-0.10
Brazilian	74300	0.48	0.45	-0.04
Bridge It	1000	0.55	0.55	+0.05
CGX En	20700	0.77	0.77	0.00
CME Tele	22600	8.00	7.50	-0.50
Canflire G	22500	2.90	2.80	-0.10
Cantex	2900	0.08	0.08	0.00
Carriage	5000	1.20	1.20	0.00
Cashflow	389500	0.95	0.74	-0.21
Century F	18650	2.16	2.14	-0.02
Chancelor	340500	1.31	1.31	0.00
Chiffre T M	6500	0.68	0.68	0.00
Columbi M	23700	0.40	0.40	+0.03
Control Ad	29100	1.20	1.10	-0.10
Control Ind	87000	1.20	1.10	+0.82
Crp Sp	1700	0.85	0.85	0.00
Cymat	10000	0.75	0.70	-0.02
Dynamon T	8000	0.35	0.30	+0.02
Digital Cy	20710	1.35	1.25	-0.10
Ecti soft	97600	2.75	2.55	-0.10
Eversint	1160	33.00	30.67	-2.33
Excess	20000	0.40	0.37	+0.03
Expro Prod	195900	0.27	0.27	+0.00
EWELC	29500	0.45	0.45	0.00
Excess Int	49000	0.75	0.60	-0.15
Emerging	100000	0.10	0.10	+0.01
Empire Life	100	250.00	250.00	0.00
Estation	565500	0.72	0.65	-0.02
Excess Net I	407000	0.07	0.06	-0.01
Excess Net I	351500	0.60	0.27	+0.60
Firstmart	65500	1.00	0.75	1.00
Galaxy O	157500	0.29	0.27	-0.02
Genemaston	41367	2.50	2.40	-0.10
Genemaston	2500	0.80	0.80	+0.16
Genemaston	215000	0.30	0.28	-0.12
Golden gram	5000	0.25	0.25	0.00
Golden gram	25000	0.15	0.15	0.00
Grant Cb a	150	3.50	3.50	0.00
Greent G	26000	0.94	0.94	+0.09
Jurifina	47000	0.40	0.35	-0.05
Jurifina	99000	0.53	0.44	-0.05
Leaves Int	294950	0.80	0.80	0.00
LBV Inc	2000	0.75	0.75	-0.60
Lat Train	10000	0.03	0.03	0.03
Leas Res c	5000	0.03	0.03	0.03
Lombay	15000	0.20	0.19	-0.02
Lombay	10000	0.07	0.07	0.05
Lombay	14000	0.07	0.07	0.07
Future	51100	1.90	1.80	-0.30
Future	116925	0.48	0.40	-0.30
Gen Corp	50000	0.03	0.03	0.03
Gen Corp	5000	3.50	3.15	-0.30
Gen Corp	1900	2.50	2.50	0.00
Gen Corp	12000	0.30	0.30	0.30
Gen Corp	2000	0.70	0.60	-0.10
Gen Corp	89600	0.86	0.86	0.86
Gen Corp	1220	1.75	1.65	+0.02
Gen Corp	12000	0.35	0.25	+0.10
Gen Corp	163025	0.80	0.74	-0.03
Gen Corp	1000	0.15	0.15	0.15
Gen Corp	24600	0.32	0.27	-0.02
Gen Corp	5000	0.23	0.20	-0.04
Gen Corp	13333	0.50	0.48	-0.02
Gen Corp	93100	1.18	1.03	-0.18
Gen Corp	20000	0.31	0.31	0.31
Gen Corp	1000	0.15	0.15	-0.01
Gen Corp	49000	0.23	0.20	-0.02
Gen Corp	55100	5.25	4.00	-1.25
Gen Corp	1000	0.55	0.55	-0.10
Gen Corp	9600	1.60	1.40	-0.20
Gen Corp	559840	0.48	0.32	-0.05
Gen Corp	30000	0.14	0.14	0.14
Gen Corp	25000	0.30	0.30	0.30
Gen Corp	5000	0.20	0.20	+0.03
Gen Corp	30000	0.20	0.15	-0.02
Gen Corp	70667	0.96	0.81	-0.09

APPORTS FINANCIERS EXPRESS

BENEFITS		(PERTES)		REVENUS BRUTS	
		(\$000)		(\$000)	
Courant	L'an dernier	Variation		Courant	L'an dernier
Données en dollars canadiens					
362 000	310 000	+16%			
1 290	2,46		non disp.	non disp.	—%
1 261 0,23	990	+27%			
450 0,05	0,26		29 036	25 411	+14%
3 736 0,22	127	+254%			
262	0,02		4 343	3 888	+11%
39 930	3 754	-0%			
0,35	0,23		98 766	89 515	+10%
	190	+37%			
	0,07		5 535	3 636	+52%
	(8 645)	—%			
	non disp.		211 663	165 218	+28%
Données en dollars américains					
44,48	2,90		non disp.	non disp.	—%
882 000	1 192 000	+45%			
2,27	1,53		non disp.	non disp.	—%
232 000	75 000	+209%			
12,41	0,78		5 268 000	5 653 000	-6%
867 000	5 807 000	+69%			
2,83	1,62		non disp.	non disp.	—%
66 076 Vis	102 357	-35%			
0,73	1,13		1 838 795	1 989 315	-7%
555 000	383 000	+18%			
5,20	5,02		8 671 000	7 927 000	+9%
228 856 0,85	76 148	+69%			
893 000	1,10		1 259 177	1 185 707	+6%
	703 000	+27%			
1,10	1,01		40 112 000	31 260 000	+28%
055 000	963 000	+113%			
10,39	4,71		non disp.	non disp.	—%
339 939	365 857	-7%			
8,49	3,73		3 228 225	3 091 919	+4%
528 599	433 555	+44%			
8,56	2,72		7 822 753	7 249 582	+7%
148 557 0,35	141 649	+4%			
199 000	1,29		2 481 500	2 417 745	+2%
	1 950 000	+64%			
	0,85		16 204 000	13 544 000	+19%
157 000	114 000	+37%			
0,81	0,59		1 660 000	1 608 000	+3%
10 700	376 400	+35%			
1,59	1,01		7 544 600	7 243 900	+4%
04 240	71 445	+45%			
3,79	2,70		2 222 442	1 834 893	+21%

Values	Div	Vars	Unit	Base	Form	Unit	Values	Div	Vars	Unit	Base	Form	Unit	
HewlettP	64	32244	116.10	50.13	3911.36	1.06	MinTech	10	1281	4050	10.00	1.00	1.00	
Hilton		81254	92.58	8.93	90.00		MMM	224	10524	9825	10.00	1.00	1.00	
Hitachi	.74e	115630	47.74	10.57	47.74	0.231	MMm	.12m	825	7.87				
HomeDp							Mitel g		1083	153.51				
		.16	53199	61.25	60.12	60.50	-1.25	Monsanto	12	24137	3.17			
Hostile	.05m	22250	1.21	7.00	0.01		Mor		10	10.00				
Hughes		508	60.37	57.52	50.00	0.81	Moore	20.0	1.9	5.87				
HoughtM							MSD		166	9992	173.50			
HoushIn		68	12281	37.56	36.43	36.50	-0.81	MSDWI	166	1682	173.50			
HughSp4	.34	114	2301	30.56	30.75	30.56	0.06	Morgan	48	14287	1262.93			
Humana		7766	90.00	8.37	8.62	0.17	Motorola	48	8219137	1.41				
HuntCorp	.41	128	10.18	10.00	10.12	0.13	MuniNY	84	129	103.7				
ICI	.10	1875	16.55	16.00	16.25	0.18	Myran	16	3723	27.75				
IBCI		.789	21.25	20.25	20.56	0.06	N / Q							
INC Phm		28	4871	30.75	28.75	29.25	0.06	NB Cap						
IMS Int		8	3670	25.12	23.82	24.12	0.12	NCR	2.09	37	23.25			
ING	1.34e	590	56.93	56.64	56.81	-1.31	Ni		4224	35.06				
IT Gp		524	8.73	8.12	8.25	0.12	Nabis							
Idacorp	1.34e	2291	33.21	28.56	29.93	0.12	coGP	49	8849	10.25				
IDEX		56	342	30.81	30.94	30.43	-0.37	Nabish	75	3005	31.93			
Imation		204	30.56	30.97	30.37	-0.31	NACCO	86	131	54.66				
ICI	2.27e	708	38.75	37.87	38.43	-0.31	Nashua	119	8	10.86				
INCO		5028	21.17	21.18	21.18	-0.81	NatFGs	1.86	1122	44.64				
IngerInd	.68	5845	53.55	51.28	53.00	-0.31	NatFest	20.0	112	25.56				
Intell		48	7487	119.75	115.50	116.00	-3.62	NatHw	3.00	321	5.83			
IBM s							NS	1.56	158	15.83				
IntInfl	1.52	1651	35.75	35.75	36.43	-0.50	NSVin	132	1587	21.72				
IntM		54	485	12.81	12.56	12.75	-0.12	Navisar	9047	4.65				
IntPap	1.00	31366	55.25	50.06	52.18	-3.68	Newell							
IntSpoly		620	7.90	7.80	7.56	-0.06	Rub	80	21179	20.93				
Interpol	.15	90	7.75	7.37	7.75	0.06	Newhal	404	31	27.66				
Interstat		2177	15.56	15.00	15.00		NewmTM	12	30372	22.12				
InvGrMu	.90	71	13.06	12.87	12.87	-1.12	NagHM	544	13.62					
Investing		35701	5.00	4.88	4.87		Nippon	1.56	158	15.83				
Intell		508	62.32	62.32	62.43	-0.12	NKK	48	10454	1.62				
Isalco s		30	1519	16.00	17.31	17.45	-0.56	NikeBT	434	2318	72.95			
Isralon	1.42e	132	16.00	15.81	15.81	-0.05	NSource	1.084	2564	1781.25				
IsprIntl	.15e	6506	17.6											

RICHARD DUPAUL

La moyenne Dow Jones des valeurs industrielles de la Bourse de New York a clôturé en baisse de 162,26 points, ou de 1,38 %, à 11560,72, principalement à cause du repli des titres bancaires.

Le signal de vendre est venu du marché obligataire où les taux à long terme étaient en hausse. L'obligation repère à 30 ans du Trésor américain commandait un rendement de 6,75 %, en hausse de cinq centièmes.

La Bourse de Toronto, de son côté, a fait fi des hésitations à Wall Street et poursuivait son ascension.

L'action de Nortel ajoutait 6,55, à 141,75 \$, et BCE grimpait de 5,75, à 129,25 \$.

Parmi les gagnants de la journée, les titres pétroliers ont amassé des gains de 2,85 %, dans la foulée de la hausse des prix du pétrole. Le brut de la mer du Nord

L'action d'Alberta Energy gagnait 1,45, à 49,20 \$.

ques canadiennes ont connu une mauvaise journée, avec un repli de 0,74 %. L'action de la Banque Toronto-Dominion perdait 1,05, à 36,10 \$.

Par ailleurs, l'action du Groupe CGI, de Montréal, a reculé de 2,65 à 28,10 \$, soit un repli de 8,6 %.

Bas	Firm	ch. Net	Values	Div	Ver	Has	Firm	ch. Net	Values	Div	Ver	Has	Firm	ch. Net
75	40.06	4.03	Range-roll	1816	4.25	4.00	4.25	4.03	Templetn	128	5791	65.87	61.00	62.62
12	97.12	2.18	RaythNa	80	48826	21	10.00	18.00	TempRush	389	663	18.37	18.06	18.18
43	7.62	0.18	RddRdg	80	86136	23.00	18.81	19.00	37.40	10724	20.27	20.37	26.81	
50	14.68	0.56	RdrDng	20	3210	35.50	34.37	35.00	Terady	15319	72.37	67.81	69.68	
60	36.93	0.12	Reebok	2651	8.25	8.00	8.06	0.12	Terra	1559	262	23.7	2.50	
90	36.18	0.06	RepGrp	36	343	16.12	15.31	15.37	Tesoro	1992	1042	10.10	10.43	
91	537	0.56	Rey m	40	3845	20.12	19.50	19.93	Texaco	180	23508	60.18	58.61	
101	123.31	4.68	Ry m	140	7034	73.87	71.12	73.27	TexInd	30	72	41.25	40.68	
122	44.25	6.75	Ry m	140	7034	73.87	71.12	73.27	TexInst	17	44051	217.05	200.23	
75	10.87	0.18	RiteAid	46	74902	8.31	7.81	8.00	TexLbr	20	642	40.42	38.92	
75	62.81	3.11	RblCeco	390	10.00	9.81	9.81	9.81	TexLbr	20	3194	36.00	35.75	
12	27.68	0.37	Rockwl	102	7952	50.41	49.37	50.75	Textron	130	3998	67.56	67.72	
12	27.68	0.37	RoHaas	76	5263	45.50	43.25	43.43	ThmBmt	112	4360	33.31	33.31	
60	23.18	0.06	Rollins	20	1504	15.06	15.12	15.18	ThmHnd	30	324	19.18	19.06	
62	25.02	0.06	RllLeas	221	1504	15.06	15.12	15.18	Twdtrf	60	6019	35.37	35.81	
60	23.18	0.06	Rowan	14697	24.34	23.62	24.12	0.75	Tlffary S	24	3022	88.12	85.62	
18	34.43	0.06	RyBkGr	149	1610	15.30	15.27	15.43	TimeWrr	18	72136	84.10	81.68	
62	25.02	0.06	RyDutL	596	43820	60.56	58.62	1.06	TimMkr	80	1166	64.86	63.62	
98	9.87	0.31	Ruddick	35	53	15.31	15.06	15.06	Timken	72	1118	20.06	19.62	
100	31.31	0.43	Ryder	60	1046	24.06	23.31	24.00	Tkhngr	997	3.62	3.37	3.37	
25	53.93	0.75	SBCCom	98	98245	43.06	40.87	41.12	Tooleste	25	396	31.50	30.62	
75	7.75	0.06	SCL Sys	438	82.50	81.25	81.68	0.88	Toroso	28	438	30.66	35.75	
68	45.00	0.12	SFX Ent	3	1861	34.67	34.31	34.62	Tosco	28	7930	25.50	25.37	
100	35.00	0.37	SFS Tech	222	345	33.87	33.93	0.43	TotalFina	1030	6680	63.75	61.56	
81	51.87	0.12	SteyBk	778	81.62	81.55	81.56	0.12	TwnCity	1.64	187	41.13	41.72	
25	26.56	0.56	SaBNR	1498	97	14.12	13.75	14.00	Toyota	40	1700	85.84	84.62	
56	44.93	0.56	SafetyK	3376	7.00	6.68	6.75	0.37	TouRU	1582	19381	11.43	11.75	
56	29.87	1.12	Safeway	19093	37.68	36.95	36.93	1.06	TranInc	1.98	96	22.00	21.73	
43	27.62	0.18	SLJLpL	1.00	93	20.62	20.50	20.56	Terntell	40	1828	27.25	26.62	
39	22.12	0.31	ST Paul	3.00	15.50	15.25	15.25	0.06	Trbune S	38	6315	37.75	36.87	
37	13.43	0.06	Salant	3.04	9459	33.75	32.50	32.75	TrconG	8	13702	35.75	34.62	

Commerce international

Panama, un gros lot pour entrepreneurs et écologistes

BRIGITTE MORISSETTE
collaboration spéciale, PANAMA

Il n'existe sur le continent aucun petit pays excitant autant de convoitise que le Panama. Au point que *La Prensa* (*La Presse*), le plus important des six journaux locaux, ironise : « Le Panama est devenu la loterie des investisseurs étrangers ! »

Le principal aspirant au titre qu'ont abandonné les États-Unis dans l'ex-zone militaire du canal, c'est bien sûr l'Espagne. La chaîne hôtelière Melia transforme en hôtel-casino la fameuse École des Amériques, l'ex-centre d'entraînement des marines utilisée durant trois quarts de siècle par les États-Unis.

« Le Québec s'est trouvé dans la situation du Panama, totalement dépendant de ses richesses naturelles, explique Bernard Landry à ses hôtes. Nous sommes bien placés pour vous comprendre. Il a fallu emprunter 40 milliards \$ pour nous développer. Nous sommes devenus des experts en barrages aussi bien qu'en aéronautique, pharmacologie, biotechnologies... Nous assemblons près de la moitié des hélicoptères vendus dans le monde. »

Bell Hélicoptère, de Mirabel, a déjà un bureau en Amérique centrale. L'enthousiasme de son représentant, Serge Marcil, premier directeur principal du développement commercial, devrait se concrétiser par des ventes de matériel et services. L'une des priorités du Panama consiste à se doter d'un système de surveillance du territoire. M. Marcil croit utile de profiter de la présence de Bernard Landry pour nouer et renforcer des contacts.

L'espagnol du vice-premier ministre, ministre des Finances et de l'Industrie du Québec, est devenu assez fluide pour improviser de petits discours rythmés de blagues climatiques, d'émotion nationaliste et de quelques assurances politico-économiques ! SNC Lavalin International, dont le président Michael Novak réalise sa 15^e mission à l'étranger, rêve de trois barrages, de ports, d'un métro pour la capitale (un million d'habitants). De-

puis l'affaire Bombardier au Mexique, on sait que les Espagnols sont des concurrents retors, avec puissants lobbies et réseau bancaire. « C'est la loi du métier, rétorque un Novak philosophe. On perd, on gagne ! »

Marché à la taille des PME

À Panama, une mission économique du Québec paraît d'autant moins déplacée qu'elle englobe des PME explorant un marché à leur taille. Chantal Grenier représente l'entreprise paternelle de Black Lake (près de Thetford Mines), Prolab-Bio Inc., un fabricant de lubrifiants de haute technicité qui emploie une trentaine de personnes. Elle a trouvé un représentant et prévoit ajouter Panama à sa carte internationale (5 % du chiffre d'affaires de Prolab-Bio).

Sans parler de la satisfaction du président des Industries Océan, un fabricant de remorqueurs qui aura son représentant sur les bords du célèbre canal de Panama. Le Panama, qui savoure non sans crainte sa nouvelle souveraineté économique, utilise 1300 remorqueurs ; sa flotte a grandement besoin d'un coup de jeune. Du temps des Américains, ce marché était fermé aux remorqueurs québécois, qui coûtent pourtant la moitié du prix des américains !

Bref, il y a suffisamment à faire

au Panama pour que le Québec songe à y installer un petit bureau, « une antenne », comme au Costa Rica.

Les plus importants atouts de Panama ne sont pas dans les casinos des grands hôtels : le canal restitué par les États-Unis est libre de dettes et génère un revenu annuel de 700 millions \$ US, selon un expert de l'ONU rencontré sur place. Les autorités rabaissent ce chiffre à 400 millions \$ US ! Ce n'est tout de même pas une quantité négligeable. Hélas ! une dette de 7 milliards \$ US pèse lourdement sur les finances, même si le nouveau gouvernement annonce un surplus budgétaire de quelques millions.

Observées depuis l'ancien centre-ville (un ensemble d'immeubles coloniaux restaurés avec goût, à une extrémité de la baie), les tours où logent 134 banques étrangères — 20 000 employés — rappellent les gratte-ciel de Montréal vus de la Rive-Sud !

Le tourisme

Comment inciter les banques étrangères et les « maquiladoras » (usines de sous-traitance fabriquant à l'aéroport ou dans la zone franche de Colon quelques célèbres marques de jeans et appareils électriques, exemptées d'impôts) à participer davantage à la vie socio-économique du nouveau Panama ?

Les touristes américains adorent observer « leur » canal, en croisière de l'Atlantique au Pacifique. Les Panaméens veulent les convaincre de descendre, manger dans leurs restaurants, d'acheter leurs parfums, caméras, magnétophones vendus hors taxes. Panama fera bientôt concurrence au Costa Rica pour son industrie touristique.

Catherine Potvin, professeur de biologie, passe chaque année cinq mois au Panama avec ses étudiants de l'Université McGill.

Le Panama est la future destination à la mode avec ses forêts tropicales encore vierges, ses 800 espèces d'oiseaux, ses animaux exotiques. Les hôtels de luxe abondent dans la capitale. Il manque de petites auberges sympas en accord avec un tourisme qui se veut écologique !

Les Panaméens n'oublient pas qu'ils sont sortis des entrailles de la Colombie, il y a moins d'un siècle. L'ancien dictateur Noriega, emprisonné depuis 10 ans à Miami pour trafic de drogues, pourrait être libéré prochainement ! Beaucoup d'eau a coulé depuis dix ans dans un Panama fier d'avoir démocratiquement élu, en septembre, une femme à la présidence.

La Saskatchewan a déjà délégué au Panama une mission agricole. Les Américains reviennent par la porte arrière : une société de Kan-

sas City modernise le chemin de fer devant réunir les deux ports aux extrémités du canal. Mais être officiellement les premiers « missionnaires économiques » des années 2000, comme c'est le cas des Québécois, comporte quelques obligations.

Serge Marcil, membre du comité d'aide d'un grand hôpital de Montréal, croit comme Bernard Landry qu'il serait utile de pousser la réflexion au-delà du simple commerce. D'autres entrepreneurs de la mission insistent sur le court terme tout en reconnaissant qu'en Amérique latine, la présence d'un ministre ouvre des portes et nourrit la confiance.

Mais comment assurer le suivi d'une telle mission ? Alimenter la réflexion au delà des considérations commerciales ? Comment soutenir un pays de trois millions et demi d'habitants livré à toutes les tentations ayant détruit l'ancienne patrie, la Colombie ? Un pays incité par la presse à « résister à la tentation de la dette extérieure » ? Québec n'a pas fini de plancher sur le Panama !

La pression du Canada sur sa deuxième province, placée sous haute surveillance, devient dans ce contexte assez dérisoire aux yeux mêmes des premières victimes d'un « serrage de vis » politique, les entreprises !

Landry s'insurge contre les prétentions d'Ottawa

Presse Canadienne

Le vice-premier ministre Bernard Landry s'est insurgé de voir le gouvernement fédéral s'attribuer le succès de la mission commerciale du Québec au Panama.

« C'est une ode à l'hypocrisie », a clamé M. Landry hier, au cours d'une entrevue téléphonique depuis le Costa Rica.

Le ministre fédéral du Commerce international, Pierre Pettigrew, a émis un communiqué lundi pour se féliciter du succès de la mission québécoise au Panama.

« Notre ambassade au Panama a consacré beaucoup d'heures à l'organisation de cette mission, qui s'est révélée un franc succès, a déclaré M. Pettigrew dans son communiqué. Le succès de cette mission se mesure aussi au nombre de rencontres que nous avons organisées et qui ont mené à l'établissement de relations commerciales prometteuses en ce qui a trait à la création de nouveaux partenariats et débouchés. »

M. Landry a cependant rappelé que le gou-

vernement canadien avait fait annuler une rencontre avec la présidente du Panama, Mme Mireya Moscozo. Il a également affirmé que le gouvernement fédéral avait refusé d'organiser des rencontres pour les entrepreneurs, alléguant qu'il ne s'agissait pas d'un bon moment pour se rendre au Panama.

« Ils disent qu'il ne faut pas y aller à ce moment-là, ils sabordent le contact politique présidentiel, et ils émettent un communiqué pour s'attribuer les mérites du succès de la mission, a soutenu M. Landry. J'ai l'impression qu'ils sont sur la défensive : ils se sentent coupables et ils essaient de remonter la pente, mais le mal est fait. »

Dans une lettre envoyée au début de décembre dernier au directeur du bureau commercial du Québec au Costa Rica, le premier secrétaire (affaires commerciales) des ambassades du Canada au Panama et au Costa Rica, M. John Gartke, a fait savoir que le début de janvier n'était pas très propice pour les affaires, en raison notamment de l'absence de la majorité des

décideurs et des fonctionnaires, ainsi que de l'incertitude au sujet du passage à l'an 2000.

« De plus, au cours de cette même période, notre ambassade au Panama doit procéder au déménagement de leurs bureaux », a également écrit M. Gatke dans la document, fourni à la Presse Canadienne par le bureau de M. Landry.

Dans une note envoyée aux ambassadeurs du Panama et du Costa Rica, un haut fonctionnaire du ministère des Affaires extérieures et du Commerce international a suggéré de convaincre Québec de reporter sa mission.

« Autrement, le ministère de l'Industrie et du Commerce (du Québec) devra être conscient du danger d'un échec de la mission et il peut être averti que toutes les mesures seront prises pour que l'ambassade n'en porte pas le blâme », a-t-il écrit.

M. Landry a soutenu qu'au contraire, la mission au Panama avait eu lieu à un moment historique crucial, soit une dizaine de jours après que le pays eut retrouvé sa pleine souveraineté sur la zone du canal.

Ouimzie pourra jouer en paix...

JACQUES BENOIT

La marionnette Ouimzie et son homologue de langue anglaise Wimzie pourront continuer de batifoler en paix sur les ondes des télévisions du monde entier, dont 247 stations de la chaîne éducative américaine PBS...

Productrice de *La Maison de Ouimzie* (*Wimzie's House*), Cinar et la maison de production Jim Henson Company (Los Angeles) viennent en effet de conclure un règlement hors cour qui rend caduque la poursuite qu'avait intentée le 10 février dernier, contre Cinar, en Cour fédérale des États-Unis, l'entreprise américaine.

Elle-même productrice de *The Muppet Show*, Jim Henson poursuivait Cinar pour concurrence déloyale et violation de droits d'auteur, l'accusant de s'être inspirée de ses propres marionnettes de *The Muppet Show* (Kermit la Grenouille, Miss Piggy, etc.) pour mettre au monde Ouimzie.

Aux termes de sa poursuite, la société américaine réclamait rien de moins que tous les droits à la fois sur la série télévisée quotidienne de Cinar et ses produits dérivés (cédéroms et marionnettes), fabriqués sous licence par les partenaires de la firme montréalaise.

C'est réglé, a fait savoir hier Cinar, tout en se refusant à dévoiler quoi que ce soit de la teneur de l'entente.

« C'est totalement confidentiel, s'est contenté de dire sa coordonnatrice aux communications, Stéphanie Brody. Je ne peux rien à dire de plus. »

Seul détail dont a fait état Cinar : l'entente comprend « un mécanisme en vertu duquel le caractère distinctif des Muppets de Jim Henson sera protégé dans les futures productions de Cinar ».

Autrement dit, les deux firmes ont défini des limites à ne pas dépasser dans la ressemblance entre les futures marionnettes de Cinar et celles de l'entreprise américaine.

Diffusée du lundi au vendredi depuis 1997 sur la chaîne PBS, Ouimzie est présente, en français, sur les ondes d'ici, depuis 1995. Des télévisions de plus de 100 autres pays, selon Cinar, ont également acheté la série. L'entreprise montréalaise en a produit au total, ici-même, à Montréal, 112 épisodes de 30 minutes, et a mis un terme à la production.

« C'est suffisant pour alimenter la demande, dit Mme Brody. D'habitude, on produit des blocs de 13 ou de 26 émissions, et c'est rare qu'on en produise autant. »

Interrogé lui aussi par *La Presse*, l'avocat new-yorkais de Cinar, Philip R. Hoffman, s'est refusé lui aussi à dire quoi que ce soit, tout en précisant que Cinar conservait la totalité de ses droits sur Ouimzie et les produits dérivés.

« Maintenant que c'est réglé, les avocats laissent l'affaire entre les mains des intéressés », a-t-il dit.

Selon M. Hoffman, l'entente était déjà grosso modo conclue à la fin de 99, mais restait à en rédiger le libellé.

Malgré la poursuite engagée par Jim Henson, à qui l'on doit également la célèbre émission *Sesame Street*, la diffusion de *Wimzie's House*, sur les ondes de PBS, n'a jamais cessé.

Pour les trois premiers trimestres de 99, le bénéfice net de Cinar a atteint 19,1 millions, pour des revenus de 140 millions.

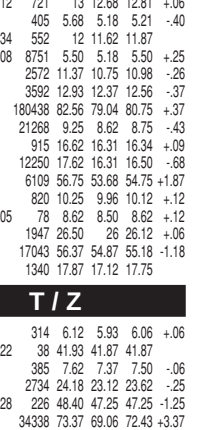
D 14

OPTIONS CANADIENNES

[illegible]

iv Ventes Haut Bas Ferm. ^{ch.} Net

1006	13.12	12	13.00	4.68
106662	25.68	23.75	24.18	-1.75
12662	26.62	25.31	26.06	-.37



		82	757	75.70	75.50	75.87	-0.87
		11	2699	49.75	49.56	49.86	-0.27
		2278	10	9.65	9.78	9.51	
		7370	9.62	8.68	8.96	-0.53	
		1527	71	5.35	5.38	-0.06	
		1527	71	5.35	5.38	-0.06	
		1898	24.50	21.75	23.43	-0.37	
		120	9.12	8.87	9.81	-0.90	
		404	96.4	36.87	36.31	0.68	
		593	45	43.50	44.00	-0.50	
		2768	19.93	18.37	19.87	-1.40	
		5917	11.62	8.31	9.45	-1.50	
		517	15.62	15.25	15.50	-0.37	
		517	15.62	1.37	1.50	-0.12	
16	88	25.06	23.87	24.18	-0.06		
		1710	32.5	3.09	3.15	-0.06	
		181	63.1	6.3	6.31	-0.01	
		5917	11.62	8.31	9.45	-1.50	
10	710	13.75	13.43	13.50	-0.05		
32	132	36.43	36	36.37	-0.12		
99	465	43.62	43.50	44.37	-0.68		
		7060	37.62	34.56	36.62	-0.43	
		10330	31.58	33.25	33.62	-0.43	
		5917	11.62	8.31	9.45	-1.50	
60	2096	33.67	15.75	16	-0.06		
		404	96.4	36.87	36.32	0.12	
		74970	50	47.50	48.00	-0.51	
		8463	64.56	61.25	63.62	-0.30	
		7267	60.50	57.81	59.56	-0.37	
		1120	40.68	39.68	40.68	-0.00	
		5917	9.06	7.87	8.18	-0.68	

DEVICES

les taux des devises étrang-	
fournis par la Banque de Mon-	
ils sont en devise canadienne.	
et nominal car ils fluctuent du-	
ée et varient d'une banque à	
x mensuel.	
rand	\$ 0.2492
mark	\$ 0.7704
rial	\$ 0.4017
dollar	\$ 0.9964
schilling	\$ 0.1094
dollar	\$ 1.4677
dinar	\$ 3.9592
dollar	\$ 0.7611
franc	\$ 0.03716
dollar	\$ 1.4677
real	\$ 0.8333
lev	\$ 0.7704
dollar	\$ 0.5627
peso	\$ 0.00291
renminbi	\$ 0.1813
livre	\$ 2.6048
peso	\$ 0.000778
won	\$ 0.001325
colon	\$ 0.005002
corouanne	\$ 0.2033
livre	\$ 0.4364
dinar	\$ 0.4064
peseta	\$ 0.00913
dollar	\$ 1.4499
euro	\$ 1.4693
dollar	\$ 0.7735
mark	\$ 0.2543
franc	\$ 0.2306
drame	\$ 0.004675
dollar	\$ 0.008310
dollar	\$ 0.1922
forint	\$ 0.00591
roupie	\$ 0.0351
roupie	\$ 0.000215
livre	\$ 1.9170
shekel	\$ 0.3680
livre	\$ 0.000783
dollar	\$ 0.0384
yen	\$ 0.013717
shilling	\$ 0.0217
dinar	\$ 4.9723
livre	\$ 0.000994
ringgit	\$ 0.4029
peso	\$ 0.1642
corouanne	\$ 0.1860
dollar	\$ 0.7790
roupie	\$ 0.0298
florin	\$ 0.6849
peso	\$ 0.0369
zloty	\$ 0.3659
escudo	\$ 0.007608
peso	\$ 0.0948
corouanne	\$ 0.0419
leu	\$ 0.000081
livre	\$ 2.3745
rouble	\$ 0.0522
dollar	\$ 0.8884
corouanne	\$ 0.0356
tolar	\$ 0.007543
roupie	\$ 0.02051
corouanne	\$ 0.1764
franc	\$ 0.9330
dollar	\$ 0.0485
shilling	\$ 0.001882
baht	\$ 0.0400
dollar	\$ 0.2414
livre	\$ 0.00000273
hryvna	\$ 0.2679
bolivar	\$ 0.00229.
nt en devises canadiennes.	
MÉTALUX	
L LONDRES PRIX EN	
S PAR TONNE MÉTRIQUE	
FERMETURE	
PRE (catégorie-A-)	
	1847-1848
	1886-1887
	1945-1955
.....89.587.(55.277.)	
ÉTAIN	
	5905-5915
	5955-5960
	5955-5965
.....9.351 (5.274)	
PLOMB	
	466-467
	483-484
	520-525
.....17.328 (8.864)	
qualité supérieure	
	1176-1177
	1199-1200
	1183-1188
.....42.765 (11.024)	
ALUMINIUM	
	1698-1699
	1704-1705
	1653-1658
.....187.661 (87.397)	
CKEL (dollars)	
	8165-8175
	8260-8270
	7815-7865

(DC) Voici les noms des divines Étrangères

Les taux sont nominaux car ils fluctuent durant la journée et varient d'une banque à l'autre. *x* Taux mensuel.

Les cotes sont en devises canadiennes.

MARQUÉ DE LONDRES PRIX EN

FERMETURE

Comptant	1847-1848
----------	-----------

PLOMB

3 mois	483-484
5 mois	500-505

comptant	1698-1699
----------	-----------

Ventes	187 661 (87 397)
--------------	--------------------

ventes.....20 358 (12 421)

Publicité-marketing

Du frais sur le surgelé



Marie-Claude Lortie

Il n’y a pas qu’à Météomédia ou du côté de chez Jocelyne Blouin qu’on discute sous zéro par les temps qui courent.

Dans le secteur alimentaire, peu importe la saison, la tendance dominante qui nous a apporté le « prêt-à-manger » a en effet développé une sous-branche actuellement en pleine expansion : le surgelé.

Pas besoin d’aller au pôle Nord pour le constater, le supermarché du coin fera l’affaire : les produits qu’on peut conserver au congélateur et qui réapparaissent sur notre table juste quand on en a besoin, fut-ce pour de la visite surprise ou simplement pour produire un repas bien costaud à la vitesse de l’éclair, sont de plus en plus populaires.

Chez Loblaw, la chaîne qui a développé les produits de marque maison Choix du président et qui a acheté la chaîne Provigo, c’est frappant. Les congélateurs sont omniprésents, que ce soit du côté de la poissonnerie, des viandes, des plats préparés, des jus, des desserts et même dans la section de produits grano !

Et chez Métro, actuellement, quand on rénove, on ajoute en moyenne 15 % de surface pour les surgelés. Même parfois 50 %, dit Annie Langlois, porte-parole des supermarchés.

Chez IGA, depuis 1992, les ventes de surgelé ont plus que doublé. Dans la dernière année ? Croissance de 10 % !

Pourquoi vendre de la bouffe gelée plutôt que fraîche : parce que, depuis cinq ans environ, cette op-



PHOTO MARTIN CHAMBERLAND, La Presse

Les produits qu’on peut conserver au congélateur et qui réapparaissent sur notre table juste quand on en a besoin sont de plus en plus populaires.

tion s’est imposée comme une réponse efficace à la demande croissante pour les solutions repas de qualité mais quasi instantanés.

On met nos achats glacés dans le congélateur et hop, on a de quoi manger pour la semaine. Soit des ingrédients pour un plat qu’on cuisinera soi-même (les crevettes, par exemple, très populaires chez Provigo et Loblaw) ou alors des plats déjà prêts, que ce soit pour les ados (la pizza est très populaire, selon Loblaw) ou des palais plus sophistiqués (on retrouve de tout dans le surgelé, du boeuf Wellington aux carrés d’agneau, explique-t-on à la chaîne d’aliments surgelés M&M).

Et on est loin des TV Dinners grisonnants.

Les nouvelles techniques, qui permettent de « surgeler » les aliments quasi instantanément, conservant ainsi les parfums et la texture pratiquement originale des produits, garantissent une qualité qui font que le détour quotidien

chez le boucher ou la poissonnerie ne valent pas nécessairement la peine.

Pour les gens qui habitent loin des grands centres, c’est aussi un accès à certains types de denrées, peu disponibles à l’état frais de toute façon.

« L’été, tous nos produits pour le barbecue sont très populaires et l’hiver, tous nos plats cuisinés, la sagne etc. », explique Carole Rivard-Lacroix, de Vickers et Benson, qui conçoit les campagnes de pub et agit comme conseillère en marketing pour Les Aliments M&M, une chaîne de marchands qui ne font que du surgelé, un peu comme la chaîne Picard, en France.

Aliments M&M compte actuellement 280 magasins au Canada, dont 36 magasins au Québec. Et elle compte en ouvrir 20 autres dans les deux prochaines années, dont 14 au Québec. La demande, dit Mme Rivard-Lacroix, est en pleine croissance.

La cliente typique : la mère de famille qui travaille à l’extérieur. Elle a entre 35 et 54 ans.

On la rejoint surtout avec des circulaires, par de la promotion en magasin, à la radio.

Ce qu’elle veut « manger toujours mieux mais vite », explique Nathalie Roussel, du cabinet de relations publiques National, qui s’occupe des communications chez Provigo-Loblaw. « Toutes les sections qui offrent des solutions repas modernes sont en croissance mais dans le surgelé, ça va particulièrement bien. C’est une industrie très pro-active », dit-elle.

Dans ces supermarchés, les fruits de mer, nature ou cuisinés, surgelés, sont particulièrement populaires. Entre 1998 et 1999, cette catégorie a connu une hausse de 19 %. Et le saumon fumé, de 25 %.

Même les petits plats individuels pour jeunes professionnels pressés sont à la hausse. Et un vieux classique : la pizza !



Pub hebdo

■ Une étude de la maison Descarie et complices préparée à la demande des Hebdos du Québec montre que plus de la moitié des lecteurs d’hebdomadaires québécois conservent leur journal jusqu’à ce que la prochaine édition arrive et qu’ils remarquent autant la pub, qu’elle soit dans la page de gauche ou de droite. On apprend en outre que plus d’un million de Québécois consacrent plus de 30 minutes à la lecture des hebdos et que près d’un million et demi de Montréalais lisent un hebdo à toute les semaines.

Le guide des communications

■ Le guide annuel des agences de publicité et de communications publié par Info-Presse, qui classe les différentes sociétés selon leurs revenus, est maintenant sur le marché. On y apprend que Cossette est encore et toujours bonne première à tous les niveaux (revenus, nombre employés, etc.) Suivent loin derrière (elles ont moins de la moitié des revenus de Cossette) Publicis Canada, Marketel, PNMD et Groupaction. En outre, cette année, Académie Ogilvy grimpe de la 14^e à la 11^e place, Diesel de la 20^e à la 17^e. Mais Publicité Martin tombe de la 12^e à la 15^e place. Cette année, seules les agences qui ont donné des chiffres certifiés par des vérificateurs ont été classées.



À vos coqs !

■ Le concours du Publicité Club de Montréal est lancé. Le PCM a envoyé la semaine dernière les règlements du concours et les formulaires d’inscription sur céderoms. On peut s’inscrire au concours jusqu’au 11 février ou profiter d’une semaine de sursis, donc jusqu’au 18 février, mais en acceptant de payer une pénalité de 10 % sur le prix des inscriptions. Après le 18 février, 17h, on n’accepte plus rien du tout. Les finalistes seront connus au début de mai et le gala aura lieu à la fin de mai. Date et lieu doivent encore être choisis.

Prix Jacques-Bouchard

■ Avis aux retardataires. C’est le 31 janvier, donc lundi dans dix jours, la date limite pour la présentation des candidatures aux prix Jacques-Bouchard. Ces prix, qui seront distribués pour la troisième année consécutive, cherchent à récompenser les publicitaires qui auront su utiliser avec brio l’outil de travail qu’est la langue française. On peut obtenir plus d’information sur la façon de s’inscrire au (514) 873-6565 ou en envoyant un message à prixjacques-bouchard@olf.gouv.qc.ca si vous avez le courriel.

Marie-Claude Lortie

L’UNIVERS DU MARKETING

Le moins de mots possible

SOPHIE LACHAPELLE
collaboration spéciale

Le hasard fait parfois bien les choses pour les publicitaires. Il peut par exemple décupler l’impact d’une campagne. C’est ce qui est arrivé à Holmes & Lee, une petite agence de Toronto qui a signé l’an dernier les publicités de la station de télé The Weather Network.

Les affiches jaunes que l’on voit ici depuis quelques semaines ont d’abord été lancées en Ontario deux jours à peine avant la fameuse tempête de neige qui a amené l’armée canadienne dans les rues de Toronto et fait de ses habitants la risée nationale. « La campagne a eu un succès incroyable et a été reprise par tous les quotidiens », explique Jean Quintin, directeur des ventes et du marketing de MétéoMédia. Depuis ce temps, les cotes d’écoute de la chaîne anglophone ont connu une croissance phénoménale. « Elles se sont accrues de 61 %, dit-il. Et l’émission du matin est maintenant en deuxième place dans son créneau horaire, juste derrière la très populaire Canada AM ». Selon lui, cette réussite est due non seulement à la campagne mais aussi à la structure de l’industrie télévisuelle au Ca-



Économie de mots, graphisme épuré, couleurs frappantes. Tout y est.

nada anglais. Les chaînes spécialisées y occupent environ 30 % du marché comparativement à 17 % au Québec.

Devant ce succès incontestable, on a décidé de reprendre quelques-unes des exécutions pour MétéoMédia, le pendant québécois du Weather Network. Malheureusement, une seule des versions est intéressante, celle où, sous une flèche qui pointe vers le haut, on peut lire « Ça ne durera pas. »

Peu importe la couleur du ciel, ça fonctionne. Économie de mots, graphisme épuré, couleurs frappantes : toutes les règles de l’affichage y sont respectées. En

plus, on a exploité avec ingéniosité le contexte d’une affiche extérieure.

Les deux autres exécutions (« Etonné ? Pas nous ! » et « Si le ciel vous tombe sur la tête, vous serez les premiers avertis ! ») n’ont cependant pas le même piquant. Dommage.

Sophie Lachapelle est journaliste au magazine Info Presse Communications.

Info Presse / La Presse, Télécopieur : (514) 842-2422. Adresse électronique : sophie.lachapelle@infopresse.com.



SONDAGE

Le Rossignol peut chanter!

En cette saison hivernale, nous avons sondé les résidents de la région métropolitaine sur leurs connaissances en matière de marques de ski alpin. Spontanément, Rossignol est la première marque venant à l’esprit de 37 % d’entre eux. Le domaine du ski alpin s’avère très peu fréquenté puisqu’une personne sur trois n’arrive à nommer aucune marque. Qui plus est, la deuxième marque la plus mentionnée est Salomon avec seulement 12 % des voix, accentuant par le fait même la prédominance de Rossignol.

Évidemment, des différences sont remarquées en fonction de la pratique ou non du sport. Ainsi, seuls 6 % des adeptes du ski alpin n’ont pas fourni de réponse. La marque Rossignol demeure la première mentionnée (41 %) mais Salomon accapare une meilleure part du gâteau avec 24 % du suffrage. Cela dit, ces deux marques demeurent dominantes, tandis que les autres n’arrivent que rarement premières dans l’esprit des skieurs.

Première marque de ski alpin mentionnée	Grand public	Adeptes de ski alpin
Rossignol	37%	41%
Salomon	12%	24%
Dynastar	4%	9%
Fisher	3%	2%
Autres	11%	18%
Aucune / Ne sait pas	33%	6%

Méthodologie : Sondage téléphonique réalisé par Descarie & Complices entre le 4 et le 12 janvier 2000 auprès d’un échantillon représentatif de 300 francophones montréalais. La marge d’erreur est de 5,6 % 19 fois sur 20.

Descarie & complices
Consultation et recherche en communication et marketing

QUI GAGNE, MAURICE RICHARD OU MAURICE DUPLESSIS

LE QUÉBEC DES 50 DERNIÈRES ANNÉES
VU PAR SEPT GÉNÉRATIONS DE QUÉBÉCOIS.

Des résultats étonnants et des commentaires à lire le samedi dans le cahier Plus de La Presse, jusqu’au 26 février.

La Presse

SAMEDI : LES ANNÉES 50