

TECHnologies

LES AFFAIRES

Télécommunications

Qui a peur des nouvelles technologies?



www.ebisoft.com
514-396.0007

Microsoft Certified
Solution Provider

Regroupement des réseaux

Fidèle au *plan de match* qu'elle suit depuis deux ans, **Cogeco Câble** achète, vend ou échange des abonnés pour en arriver à une concentration de territoire. La concentration prend forme dans le corridor Windsor-Rimouski
p. T5

L'empire contre-attaque

Si elle n'est pas la plus grande société de télécommunications au monde, **BCE** a au moins le privilège d'être l'une des plus intégrées, sinon la plus intégrée. C'est par ses filiales de pointe que la croissance se réalisera **p. T6**

Affrontement

Lucent Technologies est bien décidée à prendre d'assaut le marché canadien. Pour des raisons historiques, nombre d'entreprises canadiennes possèdent encore des équipements **Nortel**. Il faudra remplacer la plupart des systèmes d'ici cinq ans, et Lucent Technologies entend bien en profiter pour damer le pion à sa rivale Nortel
p. T18

Changement de cap

Ericsson est historiquement associée à la téléphonie sans fil au Canada. Au dire du président du conseil de Communications Ericsson, les choses vont graduellement changer de manière à prendre le virage infocommunication
p. T19

Le marché mondial passerait aux mains de quelques acteurs

Danielle Turgeon

Dans la dernière édition du *Technology Forecast* lancée à Montréal le 15 avril, les auteurs prévoient la prépondérance de quatre ou cinq fournisseurs mondiaux de très grande envergure dans le secteur des télécommunications d'ici 2002.

L'étude *Technology Forecast* est menée par **PricewaterhouseCoopers**. Elle indique annuellement les tendances majeures en technologie et analyse l'impact des progrès et des innovations sur les entreprises.

Dans cette brique de 800 pages, personne ne peut prévoir quels acteurs domineront le monde. Chose certaine, tous placent actuellement leurs pions sur l'échiquier.

Les fusions et acquisitions n'ont jamais été aussi nombreuses au Canada, aux États-Unis et ailleurs dans le monde. Tous les leaders canadiens présentés dans ce dossier ont un point en commun : ils sont issus d'une fusion ou ont fait des acquisitions au cours des derniers mois afin de diversifier leur offre de services.

David C. Nagel, Ph.D. et directeur des services technologiques d'**AT&T**, signe un texte dans l'étude de **PricewaterhouseCoopers**. Il prétend que le secteur des télécommunications connaît une restructuration semblable à celle observée en informatique.

« Auparavant, les entreprises s'appuyaient sur un modèle d'intégration verticale, écrit-il. Elles contrôlaient tout, de la fabrication de l'équipement à l'offre de services téléphoniques. Aujourd'hui, la

tendance est à une structure plus horizontale. »

Les entreprises de téléphonie fournissent l'accès au réseau de transmission et se cherchent des partenaires pour offrir les services connexes. Cette dynamique est attribuable en partie à la déréglementation et à l'intensification de la concurrence. Mais elle vient surtout de l'essor prodigieux de la demande en largeur de bande découlant de la croissance d'Internet.

Un seul mot : Internet

D'ailleurs, tous les dirigeants interviewés dans ce dossier ne parlent que d'Internet ou des applications qui y sont liées : commerce électronique, intranets, extranets.

Il n'est plus question de dissocier les télécommunications d'Internet; la tendance est irréversible.

Terry Retter est coauteur de l'étude et conseiller principal du *Groupe de stratégies technologi-*

ques chez **PricewaterhouseCoopers**. « Le trafic dans Internet double tous les 100 jours. Le débit total des données dépassera celui de la voix d'ici peu. Pour s'adapter à cette réalité, les exploitants de réseaux devront modifier leurs structures en profondeur », a-t-il dit lors de la présentation de l'étude à Montréal.

La modification est en cours; les exploitants remplacent les réseaux à commutation de circuits par des réseaux à commutation de paquets qui transportent la voix autant que les données de façon plus souple.

Une autre constante revient dans les discours actuels : l'importance que prendra le sans fil au cours des prochaines années. L'innovation viendra décidément de ce secteur qui permet une foule d'applications, alors que les utilisateurs sont mobiles.

Aucune entreprise de télécommunications ne peut prétendre être un guichet unique si elle n'inclut pas les produits de téléphonie sans fil dans son offre. ■

Comment se présente l'avenir des télécommunications

Les auteurs du gigantesque rapport *Technology Forecast* parlent déjà d'applications à la **James Bond**. Quelques étapes sont à franchir avant d'y arriver.

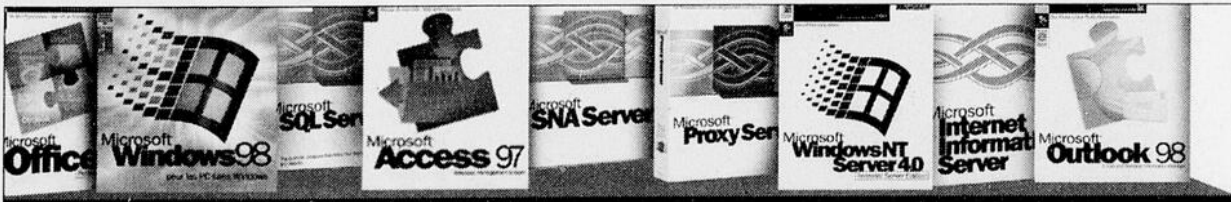
1- Concentration du marché Il y aura quatre ou cinq fournisseurs mondiaux d'ici 2002, sur un marché comptant jusqu'à 4 000 intervenants dans les créneaux nationaux et régionaux.

2- Fusion des technologies La transmission de données sous forme numérique élimine la distinction entre les messages vocaux, la télécopie, le vidéo, les services fixes ou mobiles.

3- Hausse de la transmission de données Devant l'importance du trafic de données, les entreprises de télécommunications doivent remplacer leurs réseaux de circuits par des réseaux de transmission par paquets.

4- Crédibilité du commerce électronique La sécurité dans Internet gagne la confiance, le commerce électronique atteint sa masse critique et devient un facteur stratégique.

5- Vive l'ordinateur central L'ordinateur central demeure la pierre angulaire des systèmes informatiques. Ils devront par contre doubler la puissance de calcul... sans hausse de prix !



LEADER EN SERVICES LOGICIELS AU CANADA !



Laissez-nous le soin de DÉPLOYER les technologies **Microsoft** au sein de votre réseau !

1 800 661-2259 ou (450) 926-2259 www.3-SOFT.com



Un débat sur l'ouverture plus large de l'actionnariat en perspective

Le sujet devrait être au menu des discussions de l'Organisation mondiale du commerce

Stéphane
Labrèche

Le visage de l'industrie des télécommunications est appelé à changer aux cours des prochaines années avec les modifications qui

s'annoncent dans l'actionnariat des sociétés du secteur.

Selon toute vraisemblance, la participation des sociétés étrangères dans l'actionnariat des entreprises de télécommunication fera partie des prochaines discussions de

l'Organisation mondiale du commerce (OMC).

Les fonctionnaires d'Industrie Canada ont d'ailleurs amorcé la réflexion et se préparent pour cette occasion. « Rien n'est certain, mais il est fort probable que ce sujet

fasse partie des discussions. Nos gens commencent à regarder cela de près », confirme Hélène Cholette-Lacasse, directrice des politiques internationales en télécommunications pour Industrie Canada. La récente transac-

tion intervenue entre AT&T et MetroNet soulève notamment plusieurs interrogations dans le milieu. D'autres transactions sont aussi intéressantes à cet égard, comme l'acquisition, en juillet 1998, de Westel Telecommunications

(Colombie-Britannique) par RSL Communications, une société des Bermudes.

Actuellement, la loi permet à une société étrangère de détenir au maximum 20 % des actions avec droit de vote d'une société de télécommunication et 33,33 % des actions avec droit de vote de la société mère.

Il n'y a toutefois aucune restriction quant au nombre d'actions sans droit de vote qu'elle peut détenir.

Des changements souhaités

Selon Juri Koor, président et chef de la direction de Call-Net Enterprises (propriétaire de Sprint Canada), il ne fait aucun doute que des changements sont souhaités par la plupart des sociétés. « L'industrie des télécommunications ne doit plus être perçue uniquement dans son optique canadienne. Il faut la considérer à l'échelle continentale », dit-il. Et bien entendu, cela implique l'éclatement de la structure actuelle.

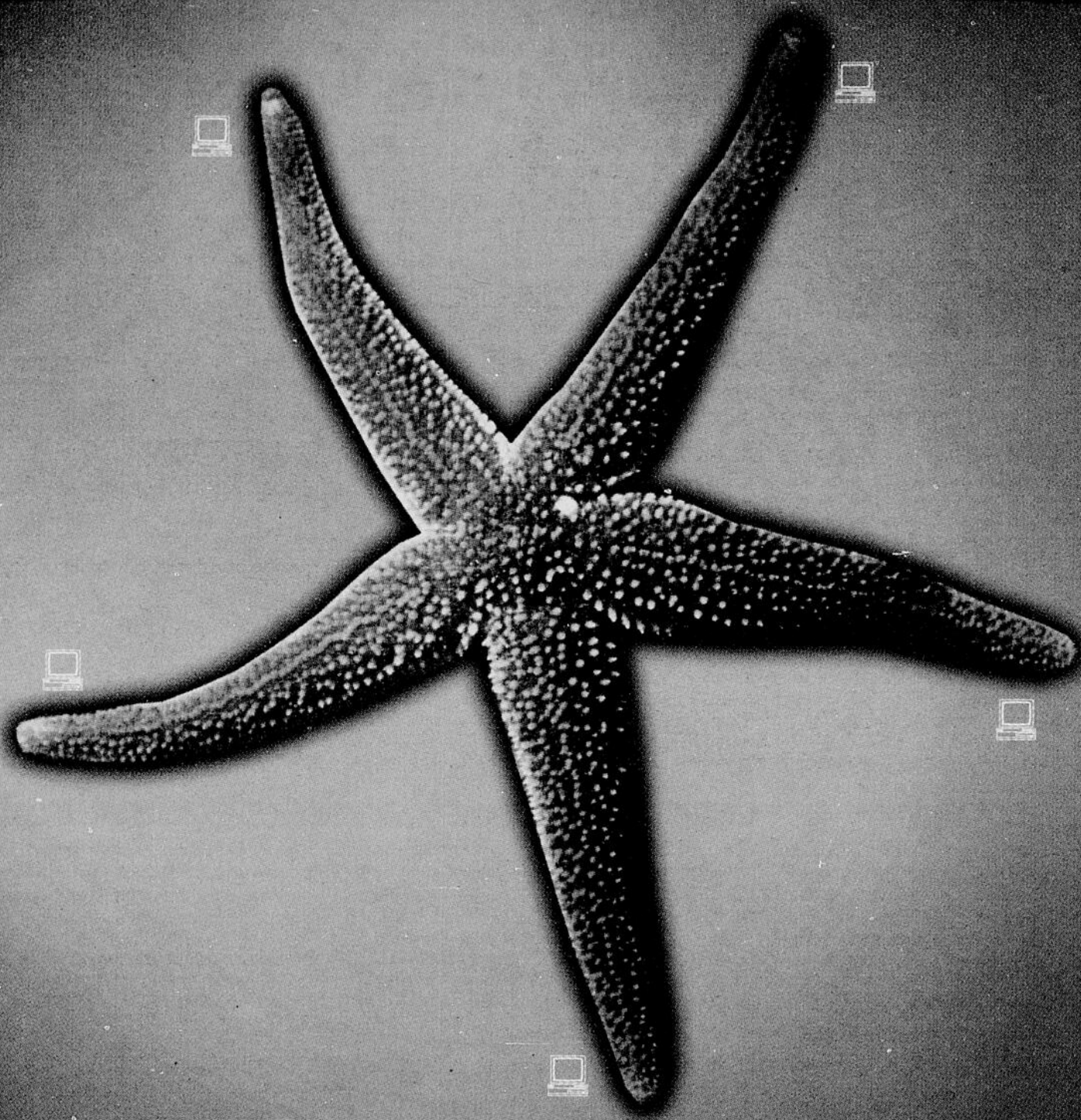
Selon M. Koor, il serait bénéfique d'ouvrir l'actionnariat aux étrangers puisque cela rendrait le financement plus accessible et moins cher. D'ailleurs, le président de Call-Net précise que les sociétés étrangères sont déjà très présentes. « Une proportion de 90 % à 95 % de notre argent vient des États-Unis sous forme de dettes. Et c'est la même chose pour tout le monde », indique-t-il.

Les ministres se rencontreront

Le problème, c'est que les règles actuelles sont en vigueur depuis peu de temps, c'est-à-dire depuis le 1^{er} janvier 1998. « Même si l'industrie évolue rapidement, il faut voir où on en est dans chaque pays et voir s'il faut rouvrir les ententes », souligne M^{me} Cholette-Lacasse.

Avant d'en arriver là, les ministres des pays membres de l'OMC doivent d'abord accepter d'ouvrir ce dossier. C'est d'ailleurs pour fixer l'agenda de travail de la prochaine ronde de négociation de l'OMC que les ministres se rencontreront, du 30 novembre au 3 décembre prochain à Seattle, dans l'ouest des États-Unis.

« Le pourcentage de propriété est une question de loi et il n'est pas question de la modifier pour l'instant », conclut Léonard Saint-Aubin, également d'Industrie Canada. À moins bien sûr que les ministres en décident autrement. ■



Et si toutes vos succursales étaient reliées ?

Rien de plus facile. Nous pouvons donner vie à des réseaux informatiques pour joindre plusieurs succursales ou même établir des liaisons entre clients et fournisseurs, et ce, sur une base régionale, nationale ou internationale. Vous pouvez accéder aux informations instantanément et communiquer en toute confidentialité. Parce que nous avons créé des ramifications solides avec nos partenaires et nos filiales, nous développons des solutions en matière d'intranet, d'intégration d'infrastructures informatiques, de gestion de réseau, d'hébergement de serveurs, de centre d'appels et de téléphonie. Notre profondeur vous permet donc de faire ce que vous faites le mieux, des affaires.

Question communications informatiques et réseautique, soyez tranquille, nous avons réponse à tout.

1 877-520-1212
www.quebecTEL.qc.ca

QuébecTEL

Grandir avec notre monde

Montréal • Québec • Portneuf • Chaudière-Appalaches • Côte-Nord • Bas-Saint-Laurent • Gaspésie

Le dossier de l'actionnariat de QuébecTel réglé sous peu

L'entreprise se diversifie dans les secteurs non réglementés

Danielle
Turgeon

D'ici quelques mois, QuébecTel devra mettre fin à une situation qu'elle juge inconfortable. Le nouveau président et chef de la direction, **Hugues Saint-Pierre**, le dit lui-même : « Il est difficile d'être entre deux eaux. »

La direction de QuébecTel veut régler le dossier de la propriété étrangère pour définir sa place sur l'échiquier canadien.

Toutefois, elle tient mordicus à demeurer une entreprise dont le siège social est à Rimouski.

Pour l'instant, l'actionnaire majoritaire de QuébecTel est l'américaine **GTE**. Compte tenu de cette réalité, l'entreprise a des barrières législatives qui l'empêchent de poser les gestes qu'elle voudrait.

Comme elle n'a pas les mêmes droits que les entreprises à propriété canadienne, elle a l'impression d'avoir les mains attachées et de ne pas lutter à armes égales contre les **AT&T** qui s'avancent sur son territoire pour offrir de l'interurbain.

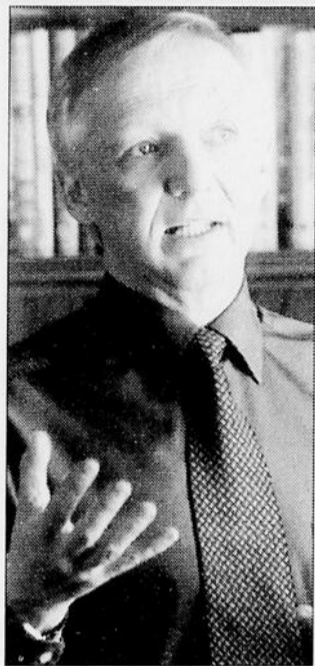
Et contre **Bell** qui installe de la fibre optique de Québec à Rimouski pour transporter le trafic entre le Québec et le Nouveau-Brunswick.

Le service local

Sans compter que vers 2001, la concurrence sera possible dans le service local sur un territoire qui lui était jusque-là attrité.

« GTE pourrait vendre ses actions en tout ou en partie, augmentant ainsi la propriété canadienne », explique M. Saint-Pierre. Parmi les entreprises qui pourraient être sur les rangs, mentionnons **BCT.Telus**, **Vidéotron** ou **Cogeco**. GTE, qui possédait aussi **BCTel**, a diminué sa propriété à 26 % lors de la fusion avec **Telus**.

« Mais elle est restée présente au Canada, dit M. Saint-Pierre. C'est encourageant. Nous avons un allié de taille, même si nous nous sentons comme un village gaulois, dans une enclave du territoi-



■ **Hugues Saint-Pierre** : « GTE pourrait vendre ses actions en tout ou en partie, augmentant ainsi la propriété canadienne. »

ter les intérêts des actionnaires minoritaires. Plutôt que d'attendre de façon passive le déroulement du dossier, QuébecTel n'a pas perdu de temps pour se développer dans les marchés non réglementés.

Aujourd'hui, l'organigramme de l'entreprise en est un d'*infocommunication* plutôt que de téléphonie. Les services offerts sont l'accès Internet (**GlobeTrotter**), les solutions de commerce électronique (**Dynec**), la mise en place

d'intranets et d'extranets (**QuébecTel AMI**), la conception de sites *Web* (**RGB Technologies**) et de contenus multimédias (**MétaMédia**), ainsi que la distribution de cédéroms (**Diffusion multimédia**).

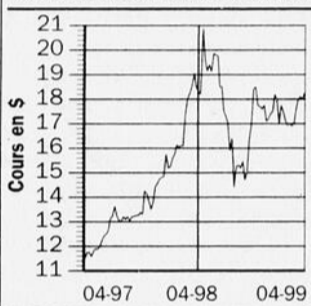
Elle a également des intérêts dans des entreprises qui fabriquent des bornes interactives (**VisioGlobe**) et des cartes à puce (**SWAP.T**). L'informati-

que et la conception de contenus multimédias font bel et bien partie de la nouvelle mission. QuébecTel suit le rythme de toutes les grandes entreprises de télécommunication. « En 1988, les deux tiers de

nos revenus provenaient de l'interurbain. En 1999, ils représentent moins de 30 % », indique M. Saint-Pierre. QuébecTel est aussi présente dans la câblodistribution du côté de l'Estrie et de la Beauce. ■

QuébecTel (Montréal, QTG, hebdo.)

Du 24 avril 1997 au 16 avril 1999



Source : Reuters
Graphique : LES AFFAIRES

QuébecTel en un coup d'oeil

Activités	Téléphonie traditionnelle, téléphonie sans fil, câblodistribution, Internet et multimédia
Actionnariat	GTE à 50,1 % et le reste au public
Lignes d'accès en service	297 577
Nombre de minutes de communication interurbaine	346 662
Revenus d'exploitation	326 193 M\$
Nombre d'employés	1 684
Siège social	Rimouski



NORTEL NETWORKS

Nortel Networks est heureuse d'annoncer la nomination de monsieur Jean Champagne au poste de vice-président, Marché des télécommunicateurs. Dans le cadre de ses nouvelles fonctions,

monsieur Champagne est responsable de l'ensemble des activités reliées à la commercialisation des produits de Nortel Networks en matière d'infrastructures de réseaux au Québec et en Ontario.

Monsieur Champagne s'est joint à Nortel Networks en 1985 où il a occupé divers postes à la direction des ventes aux bureaux de Montréal. De 1995 à 1998, il a été directeur, développement des affaires à Paris au siège Européen de Nortel Networks, où il a été successivement responsable des activités commerciales en France, de la planification stratégique et du démarrage de nouvelles activités sur l'ensemble de l'Europe.

De retour à Montréal tout récemment, il a ensuite entrepris le démarrage d'une nouvelle unité d'affaires à vocation mondiale, spécialisée dans le domaine de la reconnaissance de la parole.

Nortel Networks offre des produits et des services de qualité à ses clients à l'échelle mondiale grâce aux solutions des Réseaux unifiés, qui englobent les réseaux de téléphonie et les réseaux optimisés IP cruciaux. Sa clientèle comprend des entreprises et des organisations publiques et privées; des fournisseurs d'accès Internet; des prestataires de services de communications locales, interurbaines, cellulaires et personnelles (SCP); ainsi que des câblodistributeurs et des entreprises de services publics.

Centre de congrès, Magog-Orford
2 hôtels voisins affiliés

MANOIR DES SABLES Hotel & Golf

HÔTEL Chéribourg Congrès & SPA

GOLF 1\$
Demandez-nous les détails!

- 117 chambres et suites de luxe avec étage exécutif conçu pour gens d'affaires
- Salles de réunion fenêtrées : 10 à 300 invités
- 2 parcours de golf (18 et 9 trous)
- 150 chambres, suites et villas confortables dans un décor champêtre
- 4 courts de tennis, 3 piscines
- Capacité des salles : 10 à 1000 invités

I 800 567-3514 **I 800 567-6132**
À 1 h de Montréal • Face au mont Orford • Autoroute 10 / Sortie 118



La force de l'expérience
en mouvement

ARNO

Arno Électrique Ltée
Siège social, Trois-Rivières

**ÉQUITÉ:
EMBAUCHEZ
DES PERSONNES
HANDICAPÉES!**

AIM CROIT-IAM CARES
Téléphone:
(514) 744-2944
Télécopieur:
(514) 744-5711
ATS:
(514) 744-2613



Bientôt un nouveau nom et un nouveau marché pour BCT.Telus

L'entreprise peut compter sur son actionnaire américain GTE pour servir l'est du Canada

Stéphane
Labrèche

D'ici la fin de 1999, BCT.Telus sera en mesure d'offrir ses services aux clients de l'est du pays. « Nous allons définitivement être à Montréal et à Toronto », déclare **George Addy**, vice-président exécutif de l'entreprise.

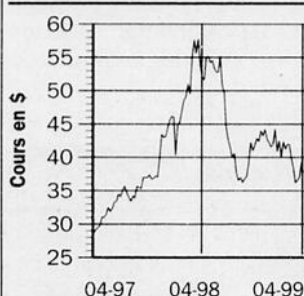
Disons-le tout de suite : les clients ne seront pas sollicités par BCT.Telus. Le 11 mai prochain, l'entreprise fera connaître sa nouvelle dénomination lors de l'assemblée des actionnaires. Pas possible d'en savoir plus pour l'instant.

L'entreprise se montre toutefois moins secrète quant à sa stratégie pour rejoindre de nouveaux clients à l'est de l'Alberta. « Nous n'allons pas déclencher une guerre totale. Nous allons choisir nos champs de bataille », dit M. Addy.

La percée de BCT.Telus à l'extérieur de son marché traditionnel se fera par le truchement de services Internet et de services d'affaires. C'est en somme la même clientèle

BCT.Telus (Montréal, BTS, hebdo.)

Du 25 avril 97 au 16 avril 99



Source : Reuters
Graphique : LES AFFAIRES

BCT.Telus en un coup d'oeil

Activités	Interurbains, local, Internet, cellulaire
Actionnaires	Anglo-Canadian Telephone Company of Montreal (GTE Corp) : 26,7 % et public 5,8 milliards
Chiffre d'affaires	Canada : 25 000
Nombre d'employés	Ouest du Canada... pour l'instant
Marché	Burnaby (C-B) et Calgary (Alberta)
Siège social	1999
Fondation	

Le plus urgent pour BCT.Telus, c'est d'établir un lien direct avec ses futurs clients du centre du pays.

M. Addy se fait rassurant et soutient que cela ne pose pas de problème majeur. Il fait valoir que plusieurs liens ne sont toujours pas utilisés à leur pleine capacité.

« Nous avons plusieurs options : acheter des liens optiques, les louer, construire un nouveau tronçon ou encore passer par les États-Unis », explique-t-il.

BCT.Telus aurait actuellement des discussions avec certaines sociétés. Il est par contre plus probable que BCT.Telus fasse tout d'abord transiter ses communications par les États-Unis.

En effet, BCT.Telus a l'avantage d'avoir la société américaine GTE comme actionnaire. Et GTE exploite un vaste réseau optique de l'autre côté de la frontière. BCT.Telus pourrait donc utiliser ce réseau pour relier l'ouest et l'est du pays.

« Nous n'avons pas encore fait de choix et nous ne nous sommes pas fixés de montant. Mais une chose est sûre : nous sommes prêts à investir les sommes nécessaires », dit M. Addy.

L'autre problème, c'est que BCT.Telus doit mener deux batailles de front : l'intégration de deux sociétés et l'implantation dans l'Est.

La fusion de **BC Telecommunication** et de **Telus Cor-**



■ Le plus urgent pour BCT.Telus, c'est d'établir un lien direct avec ses futurs clients du centre du pays.

miné à la mi-mai. Le vice-président exécutif laisse de plus entendre que la situation de BCT.Telus n'est pas unique puisque la plupart des sociétés de télécommunications font ou feront face aux mêmes défis. Qu'on pense entre autres à **MetroNet** et **AT&T**, qui ont récemment annoncé leur fusion.

« D'ici la fin de l'année, nous prévoyons qu'il y aura d'autres alliances », dit M. Addy. Et pas seulement entre les sociétés de télécommunications traditionnelles. La consolidation de l'industrie touche aussi les fournisseurs d'accès Internet et les câblo-distributeurs.

Georges Addy ne semble toutefois pas trop s'en faire : « En vertu de nos alliances avec GTE, on va être en mesure d'offrir des produits novateurs à notre clientèle. »

De plus, n'oublions pas que GTE détient aussi une participation importante dans **QuébecTel**, la société qui sert l'est du Québec. « Il est évident que QuébecTel fait partie de nos plans stratégiques », admet M. Addy. ■

poration, les anciens monopoles de la Colombie-Britannique et de l'Alberta respectivement, n'a en effet été officialisée qu'en février dernier.

M. Addy admet que l'intégration prend beaucoup d'énergie, mais il souligne que l'exercice devrait être ter-

Danse en lig



*Certaines conditions s'appliquent.

Cogeco Câble continue de regrouper ses réseaux

Une concentration dans le corridor Windsor-Rimouski

Danielle
Turgeon

Fidèle au plan de match qu'elle suit depuis deux ans, Cogeco Câble achète, vend ou échange des abonnés pour en arriver à une concentration de territoire.

La rationalisation géographique est presque terminée avec l'achat annoncé le 7 avril de Cableworks Communications (64 000 clients) dans le sud de l'Ontario.

L'implantation est maintenant bien solide dans le centre et l'est du Québec et le sud de l'Ontario. « Il reste encore quelques câblodistributeurs indépendants dans les territoires qui nous intéressent et environ 300 000 abonnés. Nous sommes ouverts à d'autres transactions », dit Louis Audet, président et chef de la direction de Cogeco.

Le but de Cogeco Câble est simple : elle veut devenir l'unique fournisseur des réseaux qui servent environ 800 000 clients. Elle leur offrira des services de câblodistribution, d'Internet à haut dé-

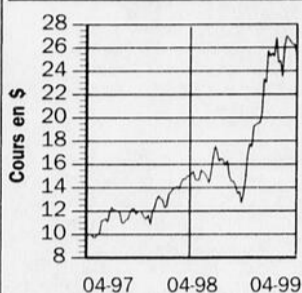


■ Louis Audet :
« Cogeco a toutes les options devant elle. »

bit, de programmation de télévision, incluant la vidéo sur demande, et des services téléphoniques locaux et interurbains, avec une possibilité de vidéotéléphonie.

Cogeco Câble (Montréal, CCA, hebdo.)

Du 25 avril 97 au 16 avril 99



Source : Reuters
Graphique : LES AFFAIRES

« Nous estimons que de 20 % à 25 % de nos abonnés actuels prendront leurs services chez nous, ce qui permettrait de doubler la taille de l'entreprise d'ici cinq ans », prévoit Louis Audet.

Des visées canadiennes

Cogeco Câble demeure l'une des rares sociétés de câblodistribution au Canada qui génère un bénéfice net significatif. Il a atteint 19,7 M\$ en

1998, en hausse de 10 % par rapport à l'exercice précédent. Les produits d'exploitation se sont accrus de 21 % pour atteindre 287 M\$.

Les analystes le disent : la gestion de l'entreprise est prudente.

Son principal critère de décision avant toute transaction reste l'ajout d'une valeur aux actionnaires.

Fidèle à cet objectif, Louis Audet n'envisagera une alliance ou un partenariat que s'il voit une répercussion sur le titre.

Dans un contexte où tous les acteurs se positionnent à l'échelle canadienne, Louis Audet n'est pas pressé de le faire hors du territoire qu'il a déjà identifié.

« Toutes les portes sont ouvertes à Cogeco Câble pour conclure des alliances, dit-il. Nous voulons bien être continentaux, mais uniquement si le tire s'apprécie. Nous pourrions aussi conserver le statu quo. »

Il rappelle que, contrairement à la plupart des exploitants de réseaux, Cogeco Câble s'adresse avant tout

Cogeco Câble en un coup d'oeil

Activités	Quatrième câblodistributeur au Canada, accès Internet et téléphonie sur protocole Internet
Actionnariat	Cogeco inc. (Famille Audet) et public
Chiffre d'affaires	287 M\$
Nombre d'employés	815
Clientèle	777 000 clients dont 30 % au Québec
Siège social	Montréal

aux clients résidentiels plutôt qu'aux gens d'affaires.

Une seule facture

À court terme, l'objectif de Cogeco est de réaliser concrètement ce dont tout le monde parle depuis un an : devenir un véritable guichet unique et offrir une seule facture aux clients.

Cela nécessite que l'entreprise ait une infrastructure commune à tous les niveaux, tant sur le plan technique (un seul réseau pour tous les services) que sur le plan humain (un seul service à la clientèle).

La taille de Cogeco pourrait lui permettre de réaliser cet

objectif avant les autres.

En ce qui concerne les équipements de réseau, elle est déjà associée à CableLabs, une société de Denver au Colorado, pour les modems à haut débit permettant d'offrir Internet à haute vitesse. Elle compte d'ailleurs 10 000 abonnés à ce service.

Elle prévoit également utiliser la norme OpenCable de CableLabs utilisée dans l'équipement de compression vidéo numérique.

Les compresseurs vidéo numériques permettront de multiplier le nombre de canaux disponibles aux clients qui pourront devenir maîtres des choix et de l'assemblage des canaux qu'ils désirent. ■

igne



Nouveau forfait **Accès Local^{MC} PME Bell** :

8 services gratuits à même votre ligne d'affaires.

Bell ajoute gratuitement 8 services à votre ligne d'affaires et ce, pour le prix actuel de 39,95 \$* par mois.

Ainsi, vous profitez entre autres de l'Appel en attente, de l'Affichage du nom et du numéro, du Renvoi automatique, de la Conférence à trois et du Rappel du dernier numéro. Faites bouger les choses. Découvrez d'autres offres tout aussi avantageuses dans notre guide *Avantage Forfaits PME^{MC} Bell*.

Pour connaître tous les détails et vous inscrire, appelez-nous.

1 877 PME-BELL^{MC}

www.bell.ca/solutions



En affaires, il n'y a que des solutions.^{MC}

La famille BCE tricotée plus serrée que jamais

En téléphonie locale, la plus grande menace semble venir des câblodistributeurs

Yan
Barcelo

Si elle n'est pas la plus grande société de télécommunication au monde, BCE a au moins le privilège d'être l'une des plus intégrées, sinon la plus intégrée. Et c'est en misant sur les morceaux les plus à la pointe de son empire et en multipliant les synergies entre ces morceaux que la firme compte appuyer sa croissance.

Bell Canada est évidemment le joyau de la couronne. Bien que la grande société ait considérablement souffert du choc de la concurrence dans

BCE en un coup d'oeil

Activités	Téléphonie, cellulaire, nouveaux médias, commerce électronique, satellites, Internet
Chiffre d'affaires	27,5 milliards de dollars
Profits	1,6 milliard de dollars
Employés	58 000

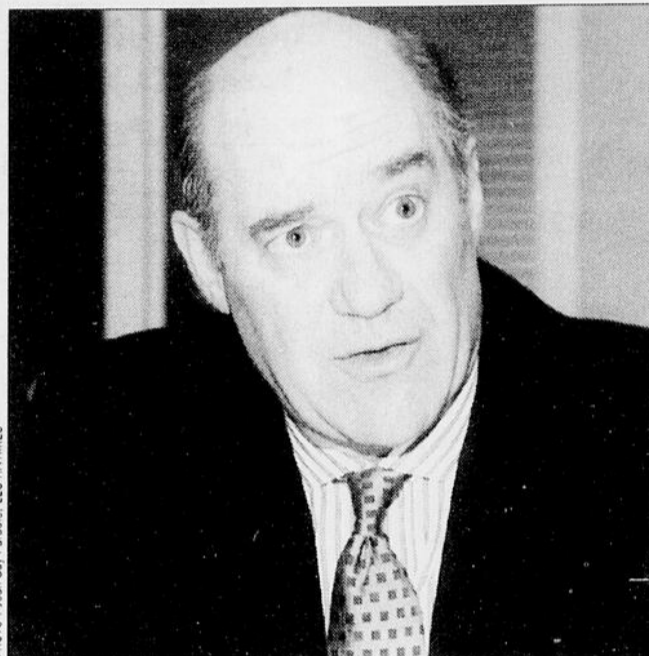
l'interurbain, y perdant une part de marché de 38 %, elle a quand même réussi à préserver une bonne rentabilité. Ainsi, elle a contribué à hauteur de 1,15 milliard de dollars (G\$) aux profits de 1,6 G\$ qu'a engrangés BCE en 1998.

Durant toute la période où Bell a eu à affronter les

concurrents de l'interurbain, elle a réussi à faire passer ses ventes de 8,07 G\$ en 1994 à 10,6 G\$ en 1998. Il y a toutefois un important ralentissement de la croissance de 1997 à 1998, les revenus étant demeurés pratiquement stationnaires.

À présent, Bell doit se préparer à l'offensive imminente qui se trame dans la téléphonie locale. Certains analystes prévoient qu'elle y perdra une part de marché de 10 %; d'autres croient que la perte pourra être plutôt de 30 %.

Pour amortir le coup, Bell offre déjà un train de réductions de prix visant la PME et les travailleurs autonomes. L'ouverture d'un premier magasin *Espace Bell*, sorte de guichet unique des produits et services de tous les acteurs de



■ Depuis l'arrivée de Jean Monty à la tête de BCE, une volonté très nette apparaît : profiter des effets de synergie à l'intérieur du portefeuille de la firme.

la famille BCE, indique également une volonté de se rapprocher de sa clientèle et de la fidéliser.

Enjeux de la câblodistribution

Bien sûr, il y a déjà *Metro-Net*, alliée d'*AT&T*, qui a fait des incursions profondes dans les services d'accès local destinés aux grandes entreprises. Mais la plus grande menace qui se profile à l'horizon est celle des câblodistributeurs, depuis les *Vidéotron* et *Cogeco* en passant par *Rogers*, qui comptent offrir leur service de téléphonie locale par protocole Internet (IP) à partir de l'automne prochain.

Cette offensive préparée par les câblodistributeurs, qui sont encore très avares de détails, fait comprendre que ce n'est plus dans la téléphonie que le jeu des télécommunications se trame. À ce chapitre, le fait que le produit de la vente de 20 % de Bell à *Ameritech* ne soit pas consacré à une expansion des services de téléphonie vers les États-Unis est symptomatique et révélateur.

Pour la téléphonie, BCE adopte une approche traditionnelle. Alors que les américaines *AT&T* et *Ameritech* portent leur combat en terrain

canadien, Bell campe sur son territoire et s'occupe seulement de l'étendre vers l'Ouest canadien, tout au moins pour l'instant. Elle ne parle jamais d'envahir le marché de la téléphonie interurbaine ou locale aux États-Unis.

La compagnie se contente de donner un maximum de services et d'étendre l'accès à sa clientèle existante en multipliant les ententes, notamment avec *Worldcom* et *Ameritech*.

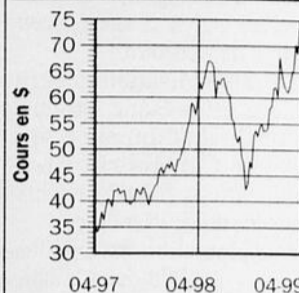
Valeur ajoutée du numérique

C'est dans les services numériques à plus forte valeur ajoutée que BCE souhaite prendre de l'expansion. Dans ces créneaux, les acteurs désignés sont *BCE Emergis*, *Bell Nexxia*, *Bell Media* et le *Groupe CGI*.

Par exemple, *BCE Emergis* attend ces jours-ci, si ce n'est déjà annoncé, l'adjudication du contrat de services de facturation électronique pour le consortium bancaire *E-route*. Par ailleurs, pour tailler sa place le plus rapidement possible sur l'échiquier nord-américain du commerce électronique, elle compte mener sa croissance grâce à des acquisitions.

BCE (Montréal, BCE, hebdo.)

Du 25 avril 97 au 16 avril 98



Source : Reuters
Graphique : LES AFFAIRES

L'autre secteur où BCE compte jouer d'habileté est celui de la téléphonie sans fil, où la révolution de la transmission de données par voie des airs bat son plein. Dans le courant de l'été, *Bell Mobilité* lancera ses premiers appareils intégrant le téléphone *SCP* (services de communication personnelle) et l'ordinateur de poche. Les *Qualcomm 800* et *1900* ajouteront au téléphone cellulaire les fonctions du très populaire ordinateur de poche *PalmPilot*, ce qui donnera aux abonnés l'accès au courrier électronique (courriel) et à Internet de partout.

Par ailleurs, c'est avec sa filiale *BCI* que Bell transporte dans les marchés étrangers les compétences qu'elle détient avec *Bell Mobilité*.

Dans plusieurs pays, *BCI* a agi un peu comme une banque d'investissement en prenant des participations dans d'importantes sociétés de téléphonie cellulaire. C'est ce qu'elle a fait au Mexique, en Corée, au Brésil et ailleurs, faisant en sorte que le nombre d'abonnés qu'elle compte dans l'ensemble de ces pays est passé, en un an, de 600 000 à plus de 3 M.

Depuis que *Jean Monty* a pris en charge les destinées de BCE en octobre 1997, une volonté très nette apparaît : profiter des effets de synergie à l'intérieur du portefeuille de la firme. Alors qu'autrefois chaque entreprise avait tendance à mener ses affaires indépendamment des autres, la nouvelle BCE met à contribution toutes les forces du groupe pour mener à terme les combats qu'elle juge stratégiques.

C'est ainsi que dans les dossiers de vente de services numériques à l'entreprise, par exemple, BCE ne craint pas de faire jouer les compétences de *BCE Emergis*, de *CGI*, de *Nortel* et de *Bell Media*, faisant en sorte que chaque participant aide les autres tout en rehaussant son propre chiffre d'affaires. ■

ACCUTEL

SYSTEMES DE TÉLÉCONFÉRENCES INC.

La source de vos conférences téléphoniques.

1-800-768-4161

800 (Rendez-vous) • Vidéo • Avec/sans assistance

L'engagement c'est...

le désir de vous comprendre

CGI met autant d'énergie à comprendre votre industrie qu'à se maintenir à la fine pointe des technologies qui soutiennent vos efforts. Nous croyons que c'est la seule façon de jouer pleinement notre rôle de partenaire, de développer des solutions d'affaires efficaces et de mettre au point des stratégies informatiques parfaitement adaptées au secteur des télécommunications.

En travaillant de concert avec nous, vous profitez également d'une expertise complète en matière de services-conseils, d'intégration de systèmes et d'impartition.

Certifiée ISO 9001



La force de l'engagement

Services-conseils
Montréal : (514) 841-3210
Québec : (418) 623-0101
Gestion des technologies
Montréal : (514) 383-1611
Adresse Internet : www.cgi.ca

COURS SPÉCIALISÉS en multimédia

L'Académie du Multimédia

info@academie-multimedia.com

1-888-864-9058

Forfait Académie Plus™

Valide pour un bloc de

20 jours

de formation

à **299\$** par jour*

*Des conditions s'appliquent

www.academie-multimedia.com

Interurbain Affaires Vidéotron

10¢

la minute
sans contrat

UNE PROPOSITION COMME VOUS LES AIMEZ

Vidéotron Réseau d'affaires
vous fait toute une offre: un plan d'interurbain
sans contrat, une facturation à la seconde, des
remises sur volume et des escomptes de fidélité.

10¢

la minute au Québec
en tout temps

12^e

mois gratuit*

Appelez-nous.

1 877 380-4666

www.affaires.videotron.com



Vidéotron
Réseau d'affaires

* Pour bénéficier du 12^e mois gratuit, le client doit adhérer au service d'interurbain pour une période minimale de 12 mois consécutifs. Calcul basé sur la moyenne de consommation des 11 premiers mois. Vidéotron Réseau d'affaires est une désignation de Vidéotron Télécom (1998) ltée.

Call-Net vise 65 % du marché canadien d'ici trois ans

Sa filiale Sprint est la première à donner l'assaut dans la téléphonie locale

Stéphane Labrèche

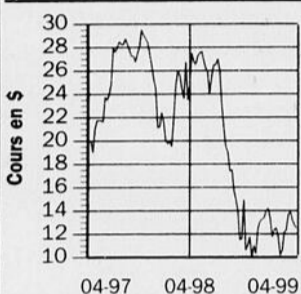
Les résidents de Calgary se sont récemment trouvés au cœur d'une première au Canada. Depuis février, ils sont en mesure de choisir leur fournisseur de téléphonie locale.

Sprint Canada est en effet devenue la première entreprise à attaquer les anciens monopoles sur leur propre terrain. Et elle a choisi Calgary pour donner l'assaut. « Nous voulions une ville d'importance pour tester nos équipements. Pas trop grosse, ni trop petite », dit Juri Koor, président et chef de la direction de Call-Net Enterprises, la société qui possède Sprint.

Il s'agit d'un événement historique. En annonçant ses couleurs en février, M. Koor déclarait : « Pour la première fois dans les 120 dernières années de l'histoire de la téléphonie au Canada, il existe une véritable concurrence au niveau du service local offert aux clients résidentiels et aux entreprises ».

Call-Net (Toronto, CN, hebdo.)

Du 25 avril 97 au 16 avril 99



Source : Reuters
Graphique : LES AFFAIRES

En effet, jusqu'à maintenant, seules les entreprises avaient pu profiter de la déréglementation des télécommunications, ce segment de marché étant jugé plus facile et plus rentable à servir.

Mais alors que la plupart des acteurs visent les grandes entreprises, Call-Net a concentré ses efforts sur les petites et moyennes sociétés. M. Koor s'empresse toutefois de signaler que Call-Net ne dédaigne pas les gros clients.

« D'ailleurs, nos ventes ont doublé l'an dernier dans ce marché », dit-il.

Une longueur d'avance

En étant la première à offrir un service de téléphonie locale à tout le monde, Sprint se donne une longueur d'avance sur une pléiade d'autres entreprises. Dans ce domaine, la course aux abonnés prend davantage l'allure d'un sprint que d'un marathon. Il faut faire vite. Il faut faire bien.

« Nous sommes en avance sur nos objectifs », affirme le président et chef de la direction de Call-Net. Il refuse cependant d'en dire plus. Pas question d'obtenir la moindre indication sur la pénétration de Sprint à Calgary.

Pourtant, le concurrent de Sprint dans cette ville (BCT.Telus) est au courant des moindres détails. Juri Koor l'admet. « Notre implantation dans les marchés locaux ne relève pas seulement de nous », affirme-il.

Call-Net en un coup d'oeil

Activités	Interurbains, local, Internet, cellulaire
Actionnariat	Sprint USA (25 %), public (75 %)
Chiffre d'affaires	1,4 milliard
Nombre d'employés	Canada : 3 000, Québec : 300
Marché	Canada
Filiale	Sprint Canada, Call-Net (UK), Fonorola, Call-Net Communications, Microcell Telecommunication
Siège social	North York, Ontario
Fondation	1993

C'est que pour rejoindre ses abonnés, Sprint (ou tout autre nouvel acteur) utilise le réseau des anciens monopoles. Mais chaque marché étant différent, toute information est jalousement gardée.

D'autant plus que Sprint jouit d'un certain avantage pour l'instant. Et elle entend le conserver.

L'entreprise devrait offrir des services de téléphonie locale à Toronto, Montréal et Vancouver d'ici la fin de l'année, et dans 25 centres urbains d'ici trois ans. Sprint estime qu'elle rejoindra alors 65 % des entreprises et des foyers canadiens.

« Toutes les compagnies

annoncent leur intention d'offrir des services partout au Canada. Mais jusqu'à maintenant, seulement deux compagnies l'ont fait : nous et AT&T. »

Pour Juri Koor, il est primordial de respecter ses engagements. « Ce n'est pas tout d'avoir un plan. Il faut savoir l'exécuter », mentionne-il.

C'est que l'enjeu est de taille. À lui seul, le marché de la téléphonie locale totalise 8,5 milliards de dollars (G\$).

Cela exclut les revenus provenant de l'interurbain, du cellulaire, du transfert de données et d'Internet, tous des secteurs dans lesquels

Call-Net Enterprises est aussi bien positionnée.

Offre conjointe de produits

Dans son plan de développement, Juri Koor mise d'ailleurs beaucoup sur l'offre conjointe de produits. Sprint Canada a récemment lancé un plan qui combine l'accès Internet et les appels interurbains sur une même facture, et pour un seul tarif unitaire. Eventuellement, le service local entrera dans l'équation.

En fait, l'objectif de Sprint est de fournir l'ensemble des services de télécommunications. « Nous voulons être soit les premiers ou les deuxièmes dans tous les domaines », lance sans détour le président de Call-Net.

Juri Koor ne semble pas craindre la compétition. La fusion d'AT&T et MetroNet ne l'a pas surpris outre mesure. « Tout le monde savait que quelque chose allait arriver », dit-il aujourd'hui. ■

Êtes-vous prêt pour le contact?

ELYPS
SOLUTIONS DE RÉPARTITION

Le choix attendu

ELYPS, la nouvelle solution en répartition, vous offre des services de radiocommunication à la mesure de vos besoins.

Découvrez et appréciez tous les avantages du nouveau réseau de répartition évoluée KONTROL* d'ELYPS.

- Ressources d'un réseau privé sur un réseau de répartition public
- Transmission intégrée de la voix et des données
- Aucune période d'attente
- Interconnexion possible avec le réseau téléphonique public
- Programmation à distance
- Service d'affichage sur les appareils
- Service à la clientèle hors pair... et plus encore

Pour plus de renseignements sur les solutions de répartition d'ELYPS et sur son nouveau réseau KONTROL, n'attendez plus!

1 888 66-ELYPS
www.elyps.com

* Plate-forme EDACS^{MC} 900



Aujourd'hui seulement, 50 000 personnes s'abonneront à un service de **téléphonie cellulaire...** dont peut-être votre mère.

148 millions d'individus feront un saut sur **Internet.**

900 millions de messages seront laissés dans des **boîtes vocales** (et resteront peut-être sans réponse).

Pendant que vous lisez cette annonce, 5 millions de messages seront acheminés par **courrier électronique.**

Une véritable révolution bouleverse le monde des communications avec **une société** au centre de l'action.



On fait tout ce qu'il faut pour de bonnes communications.

Rogers se comporte presque comme un titre Internet

Les perspectives en câblodistribution suscitent l'enthousiasme en Bourse

Yan
Barcelo

Il y a environ 18 mois, le titre de **Rogers Communications** crouissait dans les 5 \$. Depuis il a été catapulté vers les 30 \$. Qu'a donc fait Rogers pour se mériter de la sorte la confiance des investisseurs ?

Au premier chef, il pourrait apparaître qu'il y a là plus de confiance que de substance.

En effet, la société a affiché un bénéfice net de 634 M\$ en 1998, comparativement à une perte nette de 539 M\$ l'année précédente.

Toutefois, en excluant les éléments non récurrents, on se retrouve plutôt avec une perte d'exploitation de 196 M\$, largement supérieure à celle de 110 M\$ de l'année précédente.

Par ailleurs, le marché est demeuré relativement sta-

gnant, les revenus ne montant que de 2,69 à 2,84 milliards de dollars, une hausse de 144 M\$.

Offensive dans le cellulaire

C'est dans le domaine du cellulaire que l'entreprise avait le plus besoin de se remettre sur les rails. N'ayant à l'oeil que la croissance des abonnés, elle avait eu tendan-

ce à perdre de vue ses clients existants.

Le premier geste a été de recruter **Charles Hoffman** à la présidence, un vétéran américain qui a rapidement mis en place un train de mesures pour fidéliser les clients.

Par exemple, c'est sous son impulsion que **Rogers Cantel** a inauguré en septembre 1998, en alliance avec **AT&T**, son plan fort remarqué de tarif d'interurbain uni-

Rogers Communications en un coup d'oeil

Activités	Télécommunications sans fil, câblodistribution, publications, télévision, radio
Revenus	2,84 milliards de dollars
Profits	634 M\$
Employés	10 000

que pour l'ensemble de l'Amérique du Nord. M. Hoffman a fait beaucoup encore : il a considérablement simplifié les programmes de tarification qui, auparavant, déroutaient les clients, mis en place une force de vente destinée aux entreprises, conçu des plans de fidélisation de sa clientèle.

Les résultats n'ont pas tardé à se faire sentir. Le nombre d'abonnés de **Rogers Cantel** est passé de 1,55 M à 1,73 M de 1997 à 1998.

Promesse du numérique

Tous les analystes promettent au cellulaire une forte croissance au cours des prochaines années, mais il est certain que le défi consistera à tirer un maximum de profits d'une clientèle de moins en moins assidue. Mais ce n'est pas tant la téléphonie cellulaire que la câblodistribution qui suscite l'appui enthousiaste de la Bourse.

Tout d'abord, la société envisage le lancement de son service de télévision numérique par câble au début de l'été. En prenant comme exemple la performance de **Vidéotron**, qui recrute environ 1 500 abonnés par semaine à son service, Rogers est confiante que son offre de télévision numérique sera populaire.

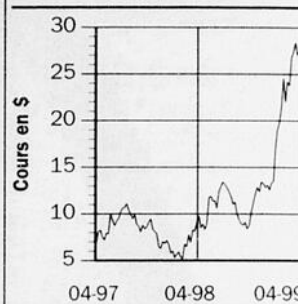
Mais ce déploiement, qui vise surtout à défendre le câblodistributeur de l'offensive des **ExpressVu**, **Star Choice** et **Look TV**, n'est pas ce sur quoi la Bourse fonde ses espoirs. Quant au lancement de la téléphonie sur câble, qui se fera tard en 2000, ce n'est pas non plus ce qui fait vibrer le milieu financier.

C'est plutôt du côté des nouveaux services sur câble que ça se passe. Contrairement à celle de la téléphonie cellulaire, la base d'abonnés de **Rogers Cablesystems** est passablement stable, autour de 2,23 M.

Mais les nouveaux services de livraison Internet à haute vitesse par modem-câble et, éventuellement, de téléphonie sur câble laissent entrevoir la possibilité d'aller chercher considérablement plus de revenus à partir d'une clientèle existante.

Rogers (Montréal, RCI.B, hebdo.)

Du 25 avril 97 au 16 avril 98



Source : Reuters
Graphique : LES AFFAIRES

Déjà, Rogers a apporté la bidirectionnalité à 2,3 M de résidences sur les 2,8 M devant lesquelles passe son câble. C'est un taux de pénétration de 78 %, certainement l'un des plus élevés en Amérique du Nord.

Or, son service Internet à haute vitesse **Rogers@Home** est en train lui aussi de se répandre à haute vitesse. Elle a commencé l'année 1998 avec 11 900 abonnés et l'a fini à 27 400, grâce à un bond de 7 600 nouveaux membres dans le seul quatrième trimestre.

Chaque nouvel abonné, en payant 39,95 \$ pour son branchement Internet, double sa contribution à la cagnotte de Rogers. Mais ce n'est pas tout : avec **Rogers@Home**, la société pourrait augmenter sensiblement cette contribution.

En effet, @Home est une sorte de portail, réservé uniquement aux abonnés du service haute vitesse par câble de Rogers, de **Shaw** et, maintenant, de **Cogeco**. Ce portail, dont le nombre d'abonnés a grimpé à 150 000 en une année seulement, offre autant des sites de divertissement que de nouvelles ou d'achat en ligne. Et les revenus potentiels sont multiples : abonnements, publicité, commandes et, surtout, redevances de transactions.

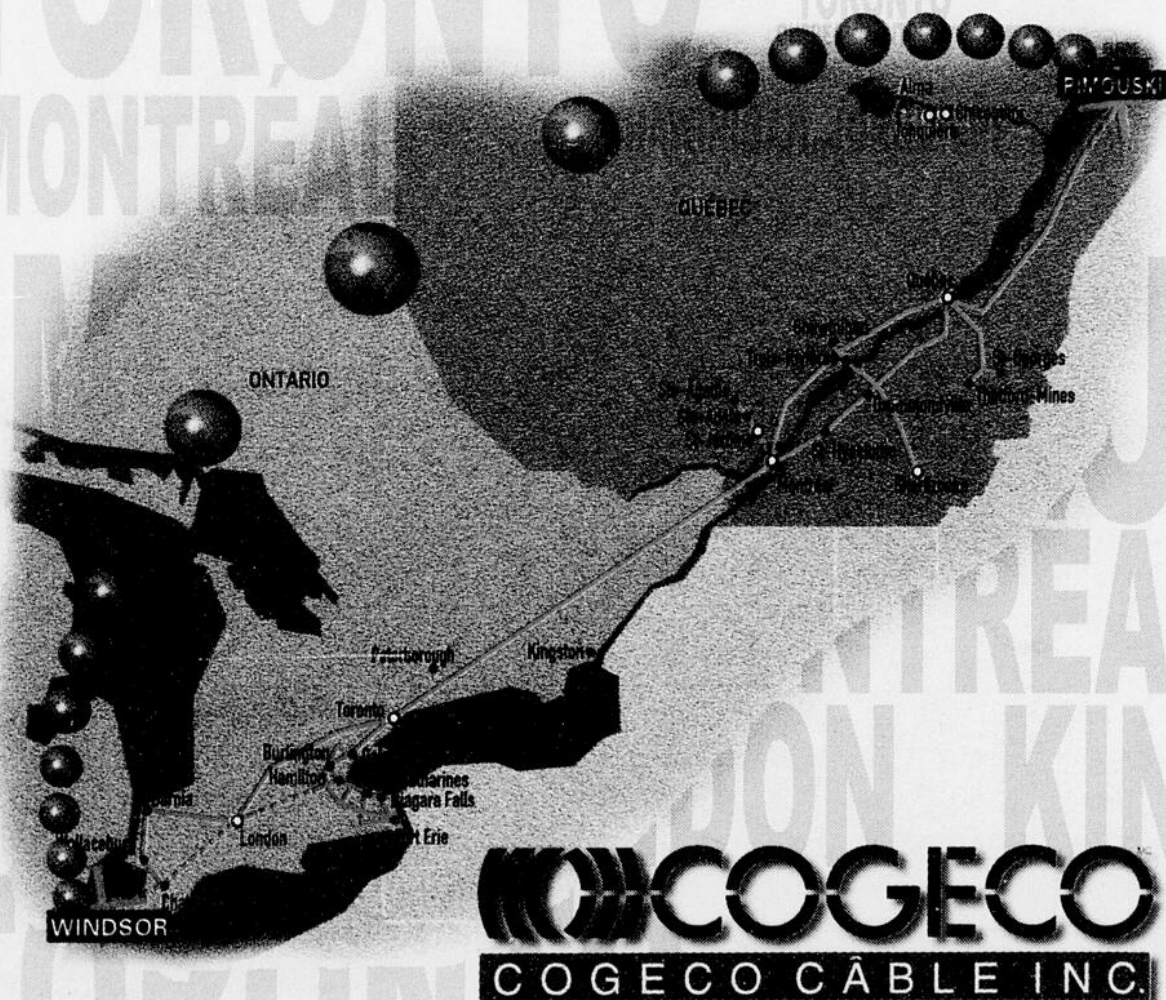
Pour attirer les abonnés, Rogers bénéficie de plus d'un avantage de convergence unique, pouvant puiser tant du côté du cellulaire, du câble, de la vidéo que du côté de son unité **New Media**, qui publie des magazines comme **Maclean's**, **Chatelaine** et qui gère des postes de radio. ■

Cogeco Câble propose la téléphonie du troisième millénaire dès 1999

Les clients de Cogeco Câble pourront accéder à un ensemble de services numériques sur tout le corridor **Windsor-Rimouski**.

D'ores et déjà, Cogeco Câble offre à ses clients le service Internet à haut débit. Mais son réseau bidirectionnel ouvre des perspectives encore plus emballantes en mettant à leur portée, à des prix hautement concurrentiels, des services tels la vidéo sur demande, la télé numérique, la télé haute définition, le courrier électronique, le furetage Web, la messagerie multimédia et, bien entendu, la téléphonie locale et interurbaine.

Cogeco Câble, c'est la maîtrise de la technologie des télécommunications poussée à la limite du raffinement.



Jamais plus l'univers des communications ne sera le même !

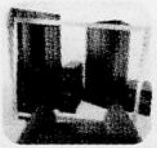
www.cogecocable.com



Les serveurs IBM
sont le moteur
des affaires électroniques



Sur Internet,
{ l'important, ce
n'est pas le décor. }
C'est le serveur.



IBM offre une gamme de serveurs pour les affaires électroniques, des modèles abordables Windows NT et UNIX aux serveurs intermédiaires et d'entreprise. Tous les produits IBM courants sont prêts pour l'an 2000*.



Lotus Domino tourne sur tous les serveurs IBM. Sur nos serveurs AS/400, RS/6000 et IBM 390, plus de 20 000 utilisateurs de messagerie électronique peuvent utiliser Lotus Domino en même temps.

C'est effectivement le serveur. Pour que vos clients puissent vous trouver. Pour l'agrément de leur visite. Pour des transactions sécurisées. Pour l'intégrité de vos données. Tout le reste importe peu – votre bureau, votre décor, votre emplacement.

En affaires électroniques, vous dépendez de votre serveur. C'est votre lien avec vos clients, vos employés et vos fournisseurs au moyen d'intranets, d'extranets et d'Internet. IBM fabrique et installe plus de serveurs pour plus de plateformes que tout autre fabricant. Grâce à cette expérience, nous sommes en bonne position pour vous aider à choisir le vôtre.

Sur Internet, un serveur non sécurisé a des répercussions sur la confiance du client. Les données de vos clients sont importantes, particulièrement pour eux, d'où l'importance de les traiter avec le plus grand soin. IBM a consacré plus de 30 ans à protéger les réseaux des grandes entreprises du monde entier. La sécurité est au cœur même de chaque serveur IBM, et ce dès sa conception. Ce n'est pas un accessoire que l'on installe par la suite.

Sur Internet, un serveur non évolutif a des répercussions sur l'entreprise. Plus votre site Web est à la base des interactions que vous avez avec vos clients, plus

l'évolutivité et la croissance des affaires électroniques constituent des enjeux d'importance. Tous les serveurs IBM sont conçus pour être évolutifs et s'adapter à votre croissance. Le serveur RS/6000 SP, par exemple, a pris en charge quelques-uns des sites Web les plus achalandés de l'histoire, notamment celui des Jeux olympiques d'hiver de Nagano. Nos serveurs sont offerts à des prix convenant au budget de toutes les entreprises qui font des affaires électroniques.

Sur Internet, un serveur en panne a des répercussions sur le service à la clientèle. Sur Internet, vous pouvez brasser des affaires 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. Vous avez besoin d'un serveur en mesure de garder votre entreprise électronique en activité. Notre serveur IBM 390* offre déjà un taux de disponibilité de 99,999 %, ce qui représente une durée d'indisponibilité de seulement 5 minutes par année. Et nos autres serveurs en font tout autant.

Pour de plus amples renseignements sur les affaires électroniques et leur moteur, les serveurs IBM, tapez www.ibm.com/servers/ebusiness

Avec la téléphonie, Vidéotron consolide ses assises

Le trio télévision, Internet et téléphonie forme une offre de service de premier plan

Yan
Barcelo

Avec la multiplication des Look TV, Star Choice et ExpressVu, Vidéotron se présente comme une cible de choix pour tous ceux qui relèquent la télédiffusion. Mais le câblodistributeur se prépare à lancer des dards à son tour.

Bien sûr, il le fera dans le domaine de la vidéo avec la câblodistribution numérique, mais surtout dans celui de la nouvelle téléphonie par protocole Internet (IP), où il compte bien déstabiliser Bell.

Contre tout ce que la société et d'autres observateurs attendaient, le câblodistributeur n'a pas souffert jusqu'ici de

Vidéotron en un coup d'oeil

Activités principales	Câblodistribution, Internet à basse et haute vitesse, téléphonie, téléavertisseurs
Chiffre d'affaires	1,025 milliard de dollars
Perte	48,7 M\$
Employés	4 000

l'avancée de ses concurrents. Au contraire. Avec 1 546 265 abonnés au dernier trimestre, la clientèle n'a jamais été aussi élevée.

Vidéotron enregistre même une croissance de 103 858 abonnés comparativement à la même période l'année dernière. En fait, la croissance interne a été de 10 275 abonnés, les autres nouveaux

abonnés provenant de l'acquisition de câblodistributeurs à Granby, Rivière-du-Loup et Sorel.

Il est certain que parmi les quelque 375 000 abonnés que comptent maintenant ExpressVu et Star Choice, il y a des transfuges de Vidéotron. Mais le câblodistributeur a largement compensé toute perte qu'il aurait pu subir.

L'enjeu de la souplesse

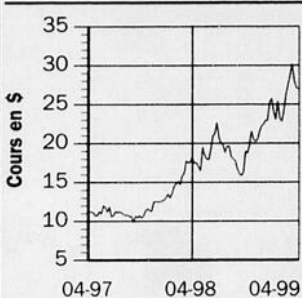
Une offre qui risque pourtant de faire mal, si elle gagne en popularité, est celle de Look TV, dont la grille de programmation d'une grande souplesse permet au téléspectateur de composer son menu poste par poste. Mais là encore, Vidéotron dit n'avoir perdu à ce jour qu'entre 400 et 450 clients aux mains de ce concurrent.

Par ailleurs, les services de télé satellite, parce qu'ils recrutent davantage hors des régions citadines, représentent une menace moins grave. Look TV, pour sa part, diffuse en pleine ville à Montréal, le château fort de Vidéotron.

Mais le module de télévision numérique que Vidéotron commence à distribuer parmi ses abonnés offre une souplesse de programmation aussi grande que celle de Look. Tant chez Vidéotron que chez Look, l'abonné a le loisir, après avoir acquis un

Vidéotron (Montréal, VDO, hebdo.)

Du 25 avril 97 au 16 avril 99



Source : Reuters
Graphique : LES AFFAIRES

service de base d'une quinzaine de canaux, de choisir ses canaux additionnels un à la fois. Lancé il y a à peine un mois, le nouveau service a déjà recruté 5 000 abonnés, épuisant beaucoup plus rapidement que prévu le stock de 5 000 modules de télévision que Vidéotron avait commandé initialement.

Armes à venir

Si Vidéotron ne souffre pas actuellement de la concurrence des télédiffuseurs alternatifs, il est très possible qu'il en reste ainsi à long terme.

Déjà, la société est capable de renforcer son offre avec son service Internet à haute vitesse par modem-câble. Et d'ici un an, au début de l'an 2000, après des tests menés à l'automne, elle introduira son arme ultime : la téléphonie par câble. C'est une offre que Look TV ne sera pas capable d'égaliser et qui pourrait bien faire revenir nombre d'anciens abonnés de Vidéotron au bercail.

Comme tout le monde des télécommunications, c'est à partir de la technologie du

protocole Internet que Vidéotron prépare ses nouvelles offensives. Au 30 novembre 1999, fait remarquer Danielle Dagenais, vice-présidente aux relations avec les investisseurs, le service d'Internet par modem-câble comptait 8 500 abonnés. Au dernier compte, il en affichait 19 000, soit presque l'équivalent de l'objectif de 20 000 que la société s'était fixé pour la fin d'août 1999.

Déjà, le nombre d'abonnés par modem-câble représente 21 % des 90 000 abonnés Internet que Vidéotron a recrutés en totalité à ce jour.

Le rythme de recrutement pourra d'autant plus s'accroître que la société a déjà rendu bidirectionnel son accès à 1,3 M des 2,4 M de foyers qu'elle rejoint au Québec. À la fin d'août, elle prévoit en avoir transformé 1,8 M, ce qui représentera 75 % de la totalité de son réseau. Cela constitue un niveau de modernisation dont bien peu de câblodistributeurs peuvent se vanter en Amérique du Nord.

Cette bidirectionnalité de son réseau sera la pierre d'assise sur laquelle Vidéotron appuiera son entrée dans la téléphonie par câble sur protocole Internet. Cela signifie que sur un seul réseau, Vidéotron sera en mesure de transporter aussi bien de la vidéo qu'Internet et de la téléphonie.

Tout son territoire au Québec pourra devenir une zone unique d'appel local, une possibilité sur laquelle l'entreprise se fait discrète pour l'instant. Mais si elle y procédait, cela pourrait forcer les autres fournisseurs de téléphonie à redessiner toute la carte des interurbains.

L'homogénéité du territoire

de Vidéotron lui a permis de signer une entente avantageuse avec les géants américains Cisco et Bellcore.

Selon François Laflamme, vice-président, téléphonie IP, de Vidéotron Communications, le réseau de Vidéotron constitue la deuxième plus importante agglomération de foyers câblés en Amérique du Nord. La majorité des autres réseaux, ceux du colosse TCI par exemple, sont une collection de petits regroupements épars.

Or, dans l'ensemble du territoire québécois que couvre Vidéotron, l'homogénéité des pratiques téléphoniques fait en sorte que 75 % des interurbains sont faits à l'intérieur de ce territoire, ce qui représente des conditions de laboratoire exceptionnelles.

De telles conditions font en sorte que Cisco et Bellcore ont accepté de financer en totalité l'implantation des équipements et logiciels de téléphonie IP de Vidéotron. Le câblodistributeur n'est tenu de les rembourser qu'au prorata des abonnés téléphoniques qu'il recrutera dans les années à venir.

C'est une entente idéale dans laquelle les deux parties trouvent leur compte. Pour Vidéotron, pour qui le projet UBI s'est avéré coûteux, l'entente avec les deux fournisseurs américains allège considérablement le risque de cette nouvelle aventure. Pour Cisco et Bellcore, attirées par l'immense marché que représente la transformation du réseau des câblodistributeurs en réseau de téléphonie IP, les conditions optimales du réseau de Vidéotron leur donnent une remarquable vitrine de démonstration de leurs technologies de pointe. ■

LES AFFAIRES

Dossier spécial

TÉLÉCOMMUNICATIONS SANS FIL



Annoncez vos produits, services et votre expertise auprès de vos clients potentiels

date de parution : 22 mai 1999
date de tombée : 7 mai 1999
Pour informations : (514) 392-9000

Télécommunications

Savoir gérer la dynamique du changement

L'arrivée du XXI^e siècle amène de nombreux changements dans le secteur des télécommunications. Afin de faire face aux nouveaux enjeux (exigences de la clientèle, technologie, compétition, etc.), votre entreprise doit savoir gérer la dynamique du changement. Samson Bélair/Deloitte & Touche possède une équipe multidisciplinaire de spécialistes avides de mettre à profit pour vous son bassin d'information et de ressources intarissables.

Un leader
une équipe

Samson Bélair
Deloitte &
Touche



Umberto Delucilla, CA
Associé
Télécommunications

Télélobe vise avant tout la scène mondiale

Danielle
Turgeon

Pour sa prochaine année financière, **Télélobe** mettra l'accent sur le recrutement de clients canadiens, petites et grandes entreprises, dont les opérations vont vers l'international.

Depuis la déréglementation d'octobre 1998, **Télélobe** n'est plus seule à pouvoir transporter le trafic outre-mer.

Pour s'adapter à cette nouvelle situation, elle a créé la filiale **Services de télécommunication Télélobe** chargée de pressentir directement les clients.

Depuis mai 1998, elle en a recruté une centaine, dont les banques (**Toronto-Dominion**, **Scotia**, **CIBC**) et la **Sun Life**.

Elle vient également de signer un contrat de 40 M\$ d'une durée de trois ans avec le ministère des **Affaires**

étrangères. « Nous relierons les ambassades et les missions du gouvernement canadien à l'étranger », dit **Richard Gendron**, vice-président, services d'affaires (Canada).

15 % du trafic mondial

Cette première initiative pour le trafic téléphonique a été suivie par une deuxième

dirigée vers les services Internet qui a permis de recruter une vingtaine de clients.

Télélobe est un acteur important du monde Internet. Son réseau dorsal est parmi les plus étendus aux États-Unis derrière ceux de **UNet** et **Sprint**.

Selon un rapport de **Research Capital Corporation** daté du 21 avril, elle détient environ 15 % du trafic global, couvre 95 pays et a 128

clients parmi les fournisseurs de services Internet.

Elle peut donc offrir aux entreprises d'ici une bande passante suffisante pour l'acheminement d'un grand volume de données.

Comme troisième volet à sa stratégie de développement, l'entreprise a établi un partenariat avec **InfoNet** pour une offre de services à valeur ajoutée.

Rappelons que **Télélobe**

tire toujours 80 % de ses revenus du trafic international. Du côté du sans fil, elle a trouvé son créneau auprès des exploitants de réseau qui ont adopté la technologie **GSM**, pareille à **Microcell**. Elle achemine déjà le trafic et les appels en mode d'itinérance pour 120 clients.

Elle songe aussi à s'adapter à la technologie **CDMA**, adoptée au Canada par **Bell Mobilité** et **Clarnet**. ■

Comptez sur nous pour vous faire vibrer



Visez juste, la sonnerie de ce téléphone sans fil est optionnelle !

De n'importe quelle façon, **Cantel^{MD} AT&T^{MC}** vous offre toute la souplesse de rester en contact, qu'il s'agisse du mode vibration du nouvel **Ericsson 788** ou encore du transfert d'appel à votre boîte vocale. Vous jouez ainsi l'esprit tranquille.

**Offre spéciale : 1 300 minutes pour 50 \$ par mois[†]
Ericsson 788 pour seulement 99 \$***

Avec **Cantel AT&T** vous obtenez :

- La qualité et la fiabilité du réseau numérique le plus vaste au Canada.
- La facturation à la seconde, l'affichage des appels et la mise en attente visuelle inclus dans nos forfaits numériques.
- Le renvoi d'appel, la conférence à trois et la mise en attente inclus dans tous nos forfaits.

Pour en profiter ou pour en savoir davantage, composez le 1 888-448-6727 ou visiter le www.cantelatt.com

CANTEL  **AT&T**



† Offre promotionnelle d'une durée limitée incluant 300 minutes de temps d'antenne local en tout temps et 1 000 minutes durant les week-ends pour 50 \$ par mois. Disponible sur une entente d'un an uniquement et sur des forfaits de 50 \$ et plus par mois. *Après le rabais postal de 70 \$. Ce rabais représente un crédit sur votre prochaine facture de **Cantel AT&T**. Cette offre prend fin le 30 juin 1999 et s'applique à de nouvelles mises en service seulement. Frais d'interurbain, de déplacement et taxes applicables en sus. ^{MD}Rogers Cantel Inc. ^{MC}AT&T Corp. Utilisé sous licence.

Encore beaucoup d'inconnu autour de la future AT&T Corporation

La fusion d'AT&T et de MetroNet créera une entreprise de 4 000 employés

Danielle Turgeon

Dans les mois qui viennent, le résultat de la fusion d'AT&T Canada services interurbains et de MetroNet Communications devrait se faire sentir.

À l'heure actuelle, personne ne sait ce qui en résultera. Les employés et les dirigeants sont dans l'attente et l'inconnu plane quant au modèle organisationnel de la nouvelle société.

Selon Pierre Collins, vice-président, directeur général et chef de l'exploitation de MetroNet, et Denis Trudeau, vice-président des ventes pour le Québec, d'AT&T Canada, les deux entreprises sont suffisamment différentes pour que les fonctions opérationnelles demeurent inchangées.

Le rôle d'une jeune entreprise de téléphonie locale (MetroNet) est principale-

ment d'installer du réseau. Ce mandat est fort différent d'une entreprise de téléphonie, établie depuis cinq ans, qui possède son réseau et vend de l'interurbain et des services à valeur ajoutée (AT&T services interurbains).

Des choix à faire

AT&T a une base de clients plus importante que MetroNet au Canada. Le défi sera bien sûr d'intégrer les deux offres de la plus rapidement possible pour les commercialiser sous une bannière commune.

« Il y aura certainement des dédoublements, mais nous ne savons pas encore dans quel service », dit M. Trudeau.

La nouvelle direction pourrait choisir de laisser les deux

entreprises progresser à leur façon dans des marchés distincts.

Mais la fusion s'est plutôt faite en fonction d'une synergie et d'une économie d'échelle possible.

Logiquement, AT&T Canada Corporation, la nouvelle entreprise née de la fusion, aurait avantage à regrouper les services de planification de réseau, d'ingénierie, de ressources humaines,

de finance, de facturation, de service à la clientèle, de commutation et de centre d'appels.

« La pire chose à faire serait de vouloir tout bouleverser trop vite, raconte Pierre Collins.

MetroNet est une entreprise jeune et en pleine croissance. Nous n'avons pas de person-

AT&T Canada Corp. en un coup d'oeil

Activités	La totalité des services de télécommunications : interurbain, sans fil, service local, accès Internet, téléappel, appels sans frais, transmission de données
Immobilitations	2 milliards de dollars
Total de l'actif	3,5 milliards de dollars
Employés au Canada	4 000, dont 700 aux ventes
Minutes d'interurbain vendues	5 milliards
Abonnés Internet	165 000
Lignes d'accès au service local	200 000
Immeubles raccordés	Plus de 2 400
Fibres optiques (intra-urbain)	3 800 kilomètres
Fibres optiques (longue distance)	16 000 kilomètres
Commutateurs	70 relais de trame et 400 ATM

vice-présidents dédiés au développement de leur ville (city managers).

Sous Pierre Collins, le Québec héritait de cinq vice-présidents, deux aux ventes et trois autres attirés aux villes de Québec, Ottawa-Hull et Montréal.

De cette façon, MetroNet avait réussi à vendre 81 762 lignes d'accès, à raccorder 1 675 immeubles à son réseau et à installer 175 100 kilomètres de fibres optiques.

AT&T Canada services interurbains est plutôt divisée en unités d'affaires (commercial et résidentiel). Il existe quatre vice-présidents régionaux et tous les groupes fonctionnels sont centralisés à Toronto.

Au Québec, sous Denis Trudeau, on dénombre une centaine de personnes dans le secteur des ventes, du marketing, de l'administration et du support technique. ■

Deux entreprises, mais aussi deux cultures à réunir.

AT&T Canada peaufine son offre de commerce électronique

La fusion avec MetroNet faite, ce sera un plus dans le panier de services

Quoi qu'il advienne à la suite de la fusion d'AT&T Canada, services interurbains et MetroNet Communications, la nouvelle entreprise créée, qui portera le nom d'AT&T Canada Corporation, aura un axe de développement majeur : le commerce électronique.

« Nous ciblerons surtout les transactions électroniques interentreprises (business to business) », dit Denis Trudeau, vice-président, ventes pour le Québec. « Dans ce domaine, le savoir-faire d'AT&T est reconnu en Amérique. »

L'entreprise canadienne entend bien puiser dans le bassin des développements technologiques offerts aux États-Unis.

Pour compléter l'offre américaine, il ne serait pas sur-



prenant de voir AT&T Canada Corporation se lancer dans les acquisitions.

« Nous favoriserons un développement par marchés verticaux, en nous concentrant en priorité sur certains secteurs industriels », précise

Denis Trudeau. L'équipe d'AT&T Canada services interurbains est établie au pays depuis l'ouverture de la concurrence en 1992.

Son premier défi était de faire sa place dans un marché

■ Denis Trudeau : « Il faut réduire le taux de roulement de la clientèle. »

jusqu'à occupé exclusivement par Bell.

Aujourd'hui, plus d'un acteur se partage le marché (AT&T, Bell, Sprint Canada et BCT.Telus pour n'en nommer que quelques-uns) et l'action ne manque pas.

Les fournisseurs de services s'arrachent littéralement les clients à coup de tarif par minute, toujours à la baisse.

Cette mise en marché agressive a pour effet de réduire constamment les marges de profit des exploitants de réseaux et amène la clientèle à considérer l'interurbain comme une commodité.

Les clients négocient main-

tenant en fonction du prix, oubliant parfois plusieurs variables beaucoup plus importantes à considérer.

En bout de ligne, aucune entreprise de téléphonie ne peut assurer sa croissance en comptant uniquement sur cette portion de services.

Au Canada, AT&T a donc amorcé un premier virage vers l'industrie des centres d'appels et se tourne maintenant vers le cybercommerce. Aux États-Unis, elle se positionne très fortement dans la câblodistribution.

Fidéliser les clients

Pour contrer le roulement de la clientèle dans l'interurbain, AT&T compte aussi, en plus du commerce électronique, sur une offre complète.

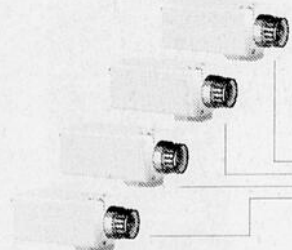
Elle pourra regrouper

l'interurbain, Internet, le service de centre d'appels et le service local, d'où l'importance de la fusion avec MetroNet. La facturation et le support à la clientèle seraient regroupés pour l'ensemble des services.

Plus l'offre est diversifiée, plus un fournisseur a de chances de conserver ses clients et de stabiliser ses revenus. « Il faut au moins trois ou quatre nouvelles ventes pour combler un client qui change de fournisseur. Nous devons réduire la rotation », explique M. Trudeau.

Selon le communiqué annonçant la fusion avec MetroNet, AT&T Canada a déjà une bonne part de marché de l'interurbain, avec environ cinq milliards de minutes annuellement. (DT) ■

Télé-surveillance vidéo par simple ligne téléphonique



de votre entreprise...

Transmetteur V-POTS

Ligne téléphonique

à chez-vous



Votre PC avec logiciel V-POTS

Un système à prix abordable qui vous permet de voir ce qui se passe dans votre entreprise sans vous déplacer.

imatex
communications inc.

MetroNet continue d'agrandir le réseau au pays

L'achat d'une portion du réseau canadien de Leducor a rendu l'entreprise alléchante pour AT&T

Danielle
Turgeon

En novembre 1998, lorsqu'elle a acheté un tronçon de 12 fibres optiques de Call-Net et son partenaire Leducor Industries, MetroNet Communications venait de jouer la carte la plus importante de son jeu.

Leducor avait 48 fibres traversant le Canada. BCE, BCT.Telus et Sprint en possédaient chacune 12; il en restait 12. En les acquérant pour 200 M\$, MetroNet devenait la quatrième entreprise à posséder un réseau transcanadien.

Refaire un réseau similaire est inabordable. Il couvre 9 500 kilomètres au Canada et se rend jusqu'aux États-Unis.

« Nous savions qu'AT&T serait intéressée à louer nos liens, dit Pierre Collins, vice-président, directeur général et chef de l'exploitation. Son objectif est d'être présente partout au Canada. Elle aurait difficilement pu l'être avec ses principaux concurrents. »

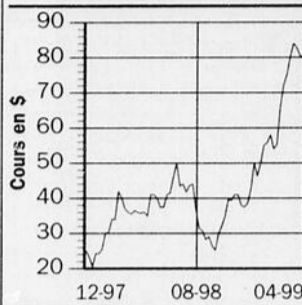
AT&T et MetroNet ont donc entrepris des discussions qui se sont soldées par une transaction.

La nouvelle compagnie

Cette décision a été facilitée par d'autres éléments. Les dirigeants de MetroNet, une entreprise à propriété canadienne, venaient de conclure une transaction qui avait fait de Ted Rogers l'un des principaux actionnaires. M. Rogers avait déjà des relations d'affaires multiples avec AT&T par l'entremise de Cantel AT&T. Les services de deux entreprises sont complémentaires; il était donc logique que cette transaction se fasse.

Metronet (Montréal, MNC, hebdo.)

Du 5 déc. 1997 au 16 avril 1999



Source : Reuters
Graphique : LES AFFAIRES

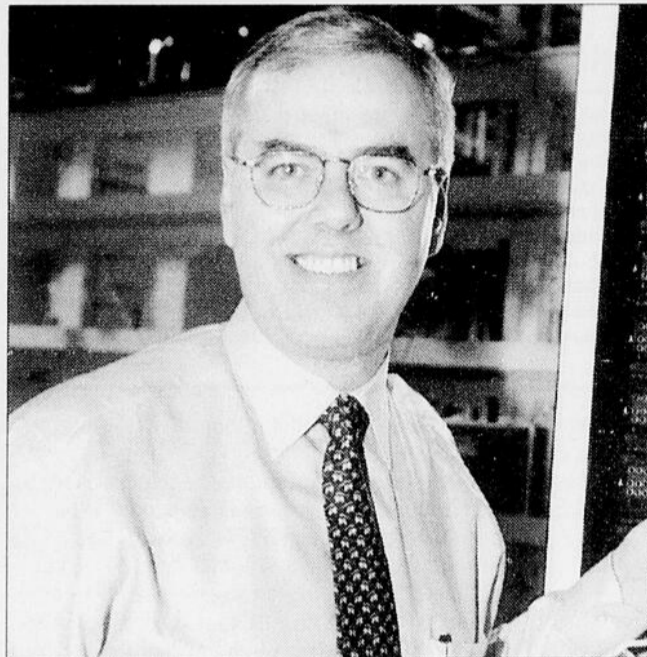
Dans un premier temps, d'ici la fin juin, les deux entreprises seront fusionnées. La transaction doit être approuvée par une assemblée annuelle extraordinaire.

Selon le plan prévu, AT&T Corporation, la nouvelle entreprise, retiendra 31 % des actions sans droit de vote d'AT&T Canada et MetroNet, 69 %.

Le géant américain se portera par la suite acquéreur de MetroNet et la vitesse de l'achat dépendra de l'état des règlements fédéraux concernant la propriété étrangère.

Le gouvernement canadien étudie présentement un projet visant à modifier les règles existantes qui limitent la propriété étrangère à 33 % dans le holding et à 20 % dans une entreprise formée au Canada.

Pour l'instant, AT&T prévoit une contrepartie d'au



■ Pierre Collins : « Nous avons bien placé nos pions sur l'échiquier. »

moins 75 \$ par action. Si les actions ne sont pas achetées en juin 2000, le prix de l'action sera augmenté de 16 % par année, composé trimestriellement.

« Le minimum garanti est de 120,07 \$ en 2003 », dit M. Collins, heureux actionnaire.

La marque de Craig Young

Il est trop tôt pour dire ce qui adviendra de MetroNet, qui perdra son nom après la fusion.

Par contre, le modèle de gestion de la nouvelle entreprise pourrait fortement être influencé par Craig Young, ancien président et chef de la direction de MetroNet. Il est devenu président et vice-pré-

sident du conseil. Jim Meenan, président et chef de la direction d'AT&T Canada, sera pour sa part vice-président du conseil et chef de la direction. ■

LES AFFAIRES

Cahier spécial

CD-ROM, MULTIMÉDIA ET PÉRIPHÉRIQUES



Annoncez vos ordinateurs, accessoires, logiciels, services professionnels et votre expertise auprès de vos clients potentiels

date de parution : 29 mai 1999
date de tombée : 14 mai 1999
Pour informations : (514) 392-9000



Les spécialistes en infrastructure
de réseaux et d'interréseaux

Cisco

VPN
VoIP
IP, IPX, SNA...
Intranet / Internet
WAN
...

Microsoft

Terminal Server
Proxy Server
Passerelle SNA
DNS, DHCP, WINS
Citrix Metaframe
...

Novell

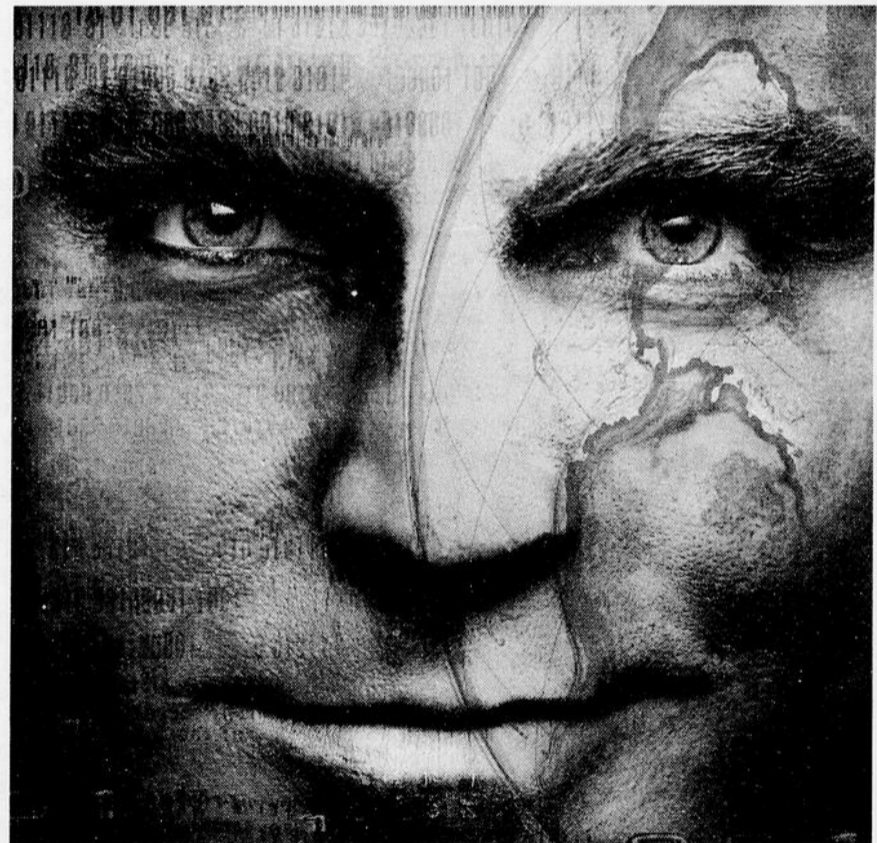
NDS
NetWare 4 & 5
BorderManager
Groupwise
ZEN
...

www.sinc.ca

(514) 993-SINC

info@sinc.ca

1155, boul. René-Lévesque Ouest, Bureau 2500, Montréal (Québec) H3B 2K4



De votre monde au reste du monde,
Télébec fait le lien.

Grâce à Télébec et ses filiales, clients et partenaires bénéficient de solutions de télécommunications innovatrices et adaptées à leurs besoins.

Télébec

1 888 RÉPONSE

CONCEPTA, Systèmes informatiques : 1 (819) 378-8362
LINO, Solutions Internet de Télébec : 1 888 730-LINO
LOGICON, Spécialistes en réseautique : 1 (819) 797-0161
Télébec Mobilité : 1 800 535-CELL

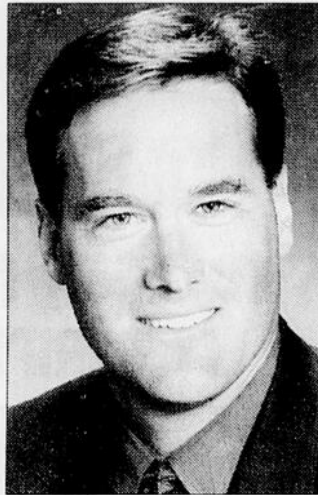
Cisco Systems est le pivot de l'économie Internet

Au sixième rang mondial avec une valeur capitalisée de 180 milliards

Danielle
Turgeon

Entre juillet 1999 et juillet 2000, Cisco Systems veut passer le cap du milliard de dollars de chiffre d'affaires. La jeune entreprise, vedette incontestée d'Internet, n'avait qu'un produit jusqu'en 1993 (le serveur) et un chiffre d'affaires de 5 M\$ au Canada.

Depuis, elle a élargi sa gamme de produits en devenant l'alliée de toutes les entreprises liées de près ou de loin à Internet, télécommunicateurs inclus.



■ Pierre-Paul Allard

Cisco au Canada

Cisco est maintenant le pivot central du nouveau monde des télécommunications. Pour passer des réseaux traditionnels qui transportent la voix sur des circuits à ceux qui transmettent des données à grande vitesse, ses produits sont les premiers en liste.

Il n'est pas étonnant que l'entreprise soit considérée comme la sixième plus importante société au monde

avec une valeur capitalisée de 180 milliards de dollars.

Pierre-Paul Allard vient d'être nommé directeur général de Cisco au Canada. Il définit ainsi l'entreprise : « Cisco, c'est deux lettres : IP (pour Internet Protocol). Sur le plan mondial, on a déjà fait le choix de superposer la voix sur des réseaux de transport de données qui utilisent le protocole Internet. Et c'est notre raison d'être. »

M. Allard estime que le mo-

Cisco Systems en un coup d'oeil

Activité	Solutions de réseautage pour Internet
Chiffre d'affaires mondial	8 milliards de dollars US
Chiffre d'affaires prévu en 1999 au Canada	1 milliard de dollars
Nombre d'employés mondial	16 000
Nombre d'employés au Canada	150
Siège social	Toronto
Bureaux de vente	10 situés dans les grandes villes, deux au Québec (Montréal et Québec)

dèle organisationnel de l'entreprise est déjà basé à 100 % sur Internet. En partant à neuf, la firme n'a pas à revitaliser d'anciennes structures, ce qui lui donne une avance considérable.

Ses produits ont toujours servi à créer des réseaux d'entreprises LAN ou WAN pour que les clients puissent

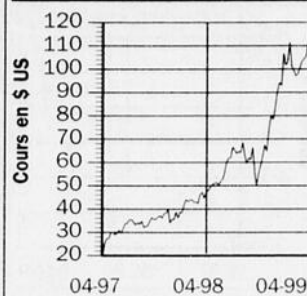
échanger de l'information. « Nous poursuivons dans cette optique, en fournissant un accès à large bande et tous les logiciels requis pour la connectivité », dit M. Allard.

Au Canada, Cisco fait flèche de tout bois. Elle fournit déjà la totalité des entreprises de télécommunications.

Récemment, elle a annoncé

Cisco Systems (Nasdaq, CSCO, hebdo.)

Du 25 avril 97 au 16 avril 98



Source : Reuters
Graphique : LES AFFAIRES

sa clientèle d'accéder à Internet par câble; et à WIC Connexus pour une solution de réseau fixe sans fil à large bande.

Plusieurs acquisitions

Cisco a fait l'acquisition d'une trentaine d'entreprises depuis 1993. Elle achète des start-up pour la valeur de leur ingénierie et ne s'intéresse ni aux parts de marché ni à la force de vente des entreprises.

Au Canada, elle a fait l'acquisition de Skystone Systems, une entreprise de 40 employés de la région d'Ottawa, au coût de 89 M\$.

Cette transaction était stratégique car Skystone est spécialisée dans les réseaux SNET à très haute vitesse. ■

Nortel veut fournir à Internet la fiabilité de la téléphonie

Plusieurs grosses acquisitions en 1998 pour concrétiser le virage Internet

Même pendant les pires cataclysmes, le réseau téléphonique tient le coup. Les Québécois ont pu s'en rendre compte au cours de la crise du verglas, pendant l'hiver 1998. Cette robustesse du réseau, Nortel Networks veut l'égaliser dans les communications transmises sur le réseau Internet.

« Il ne se perd environ que cinq minutes de communications téléphoniques par année en Amérique du Nord, dit Jean Champagne, vice-président, marché des télécommunicateurs de Nortel Networks. Il est très rare que vous n'ayez pas de signal lorsque vous prenez un combiné téléphonique. Alors que sur le réseau Internet, on perd encore 88 heures de fonctionnement de réseau. C'est inacceptable. »

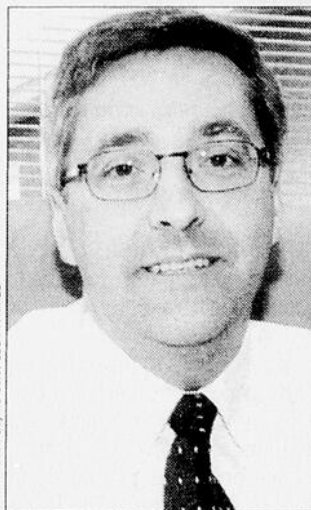
Si on tient compte qu'un jour la presque totalité des données seront transmises dans Internet, le réseau doit être fiable à 100 %.

Selon M. Champagne, il faut répondre rapidement à la déréglementation des marchés, aux changements technologiques et aux besoins de mobilité des usagers.

Mais s'il y a de plus en plus de gens qui utilisent Internet, il faudra des solutions éprouvées en commutation, en routage du trafic, en transmission optique et en communications sans fil. Nortel en a fait ses quatre divisions principales.

Le virage Webtone

Depuis que le président John Roth a annoncé le vira-



■ Jean Champagne

ge Webtone (le virage Internet), l'entreprise a conservé ses parts de marché et 15 de ses produits sont numéro un à l'échelle planétaire. Par contre, Nortel a dû faire preuve de souplesse pour réagir rapidement à la suite de l'annonce.

« Plus les entreprises sont grosses, plus le changement de culture est un défi », dit M. Champagne. Nortel a été aidée, bien malgré elle, par la concurrence toujours plus présente dans le monde entier de Lucent Technologies et Cisco Systems.

On se rappellera que pour concrétiser le virage, Nortel a fait des acquisitions importantes en 1998, dont la plus marquante est Bay Networks pour 6,9 milliards de dollars (G\$), une entreprise du Delaware, important fournisseur de produits et services pour réseaux.

Elle a aussi acheté Broadband Networks (426 M\$),

Nortel en un coup d'oeil

Activité	Fabrication d'équipement de téléphonie et réseaux optimisés IP à 40,7 % détenue par BCE
Actionnariat	
Chiffre d'affaires	17,6 milliards \$
Chiffre d'affaires au Canada	de 8 à 10 % du chiffre d'affaires total
Nombre d'employés au Canada	22 000
Nombre d'employés dans le monde	75 000
Siège social	Ontario

spécialisée dans la conception de réseaux fixes à très large bande à accès sans fil, ainsi qu'Aptis Communications (305 M\$), une entreprise de réseaux de transmission de données à accès à distance. Sa filiale Entrust Technologies, spécialisée en solutions commerciales de sécurité et de chiffrement pour le commerce électronique, a dépensé 24 M\$ pour l'achat de r³ Security Engineering AG, de Suisse.

Au Canada

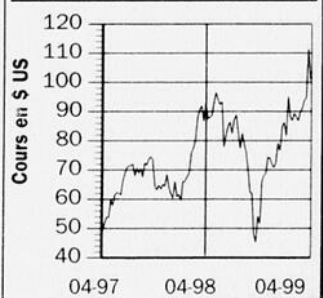
Au Canada, Nortel détient une bonne part de marché, mais elle y fait moins de 8 % de ses revenus. Son défi est à l'international, bien que sa présence au pays contribue à sa réputation d'excellence.

Les bureaux de Saint-Laurent sont un centre névralgique de recherche et développement (R&D) pour Nortel, qui investira 2,5 G\$ US cette année, dont 1,5 G\$ dans le développement lié au protocole Internet (IP).

Nortel exporte chaque année de l'équipement de télécommunications produit dans la région de Montréal dont la

Nortel Networks (Nasdaq, NTL, hebdo.)

Du 25 avril 97 au 16 avril 98



Source : Reuters
Graphique : LES AFFAIRES

valeur totalise plus de 2 G\$. « Nous sommes très actifs en R&D au Québec. C'est pourquoi nous avons voulu nous associer à la création de l'Institut international des télécoms, qui ouvrira ses portes à Montréal en septembre 1999 », souligne M. Champagne.

Nortel y offrira de l'équipement de réseau et y enverra du personnel pour une valeur de 1,7 M\$. L'équipement servira à former des finissants universitaires en génie et des techniciens sur des technologies de réseau optique. (DT) ■

TECHNOBASE

Un site unique,
des avantages
exceptionnels

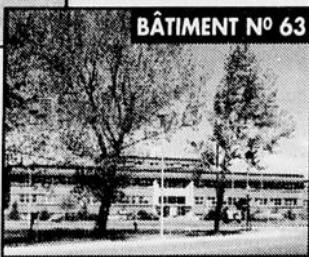
À 15 minutes du centre-ville de Montréal, la TECHNOBASE offre :

- De nombreux édifices et terrains à vendre
- Des prix très compétitifs
- Un programme d'aide financière pour l'acquisition d'équipements technologiques



Bâtiment n° 142
Immeuble commercial, environ 11 200 pi.², structure métal, idéal pour magasin, banque et dépanneur.

Bâtiment n° 63
Édifice à bureaux, environ 140 000 pi.² sur 4 étages, brique, idéal pour siège social, centre de recherches.



Société immobilière du Canada
Canada Lands Company

Canada

Pour information : (450) 926-6437



affaires électroniques

Profils d'entreprises
électroniques
présentés par IBM

Le défi : Capitaliser sur les nouvelles opportunités du commerce électronique en construisant un centre commercial virtuel de deuxième génération sur le site Web grand public InfiniT de Vidéotron. Permettre ainsi à de nombreux détaillants, petits et grands, d'avoir rapidement pignon sur Web pour vendre leurs produits et services.

La solution : Net.Commerce IBM, un ensemble de logiciels intégrés prêts à tourner, comprenant les outils nécessaires pour monter un site de commerce électronique fiable, évolutif et sécurisé, dans un environnement multiplateforme. Vidéotron a également fait appel à l'équipe IBM pour la formation et la consultation en matière de conception, de mise en œuvre, de performance et de convivialité du site.

Le résultat : Le Groupe Vidéotron est un chef de file du commerce électronique au Québec qui permet à des marchands de créer rapidement et à coût abordable une boutique personnalisée sur le Web, tout en profitant de l'achalandage du site portail InfiniT. Les boutiques virtuelles ont affiché une augmentation des ventes en ligne de 300 % entre juin 1998 et janvier 1999. Quant au consommateur, il peut faire ses achats facilement et en toute confiance.



Visitez le site <http://boutiques.videotron.net> et cliquez sur l'emblème affaires électroniques pour voir les affaires électroniques à l'œuvre. Et pour savoir comment votre entreprise peut tirer le maximum des affaires électroniques, composez le 1 800 IBM-2255*, poste 80X, ou tapez www.can.ibm.com/affaires_electroniques

*1 800 426-2255. IBM, Net.Commerce et le logo affaires électroniques sont des marques de commerce ou des marques déposées d'International Business Machines Corporation, utilisées sous licence par IBM Canada Ltée. © IBM Corporation, 1999. © IBM Canada Ltée, 1999. Tous droits réservés

lèche-vitrine @

<http://boutiques.videotron.net> est une entreprise électronique IBM.

Magasinez en un tournemain aux Boutiques virtuelles de Vidéotron.
Grâce à Net.Commerce^{MC} IBM, une foule de produits est à la portée de vos doigts.

Lucent met le paquet pour supplanter Nortel au Québec

L'entreprise nomme un responsable du développement des affaires dans la région de l'Est

Danielle
Turgeon

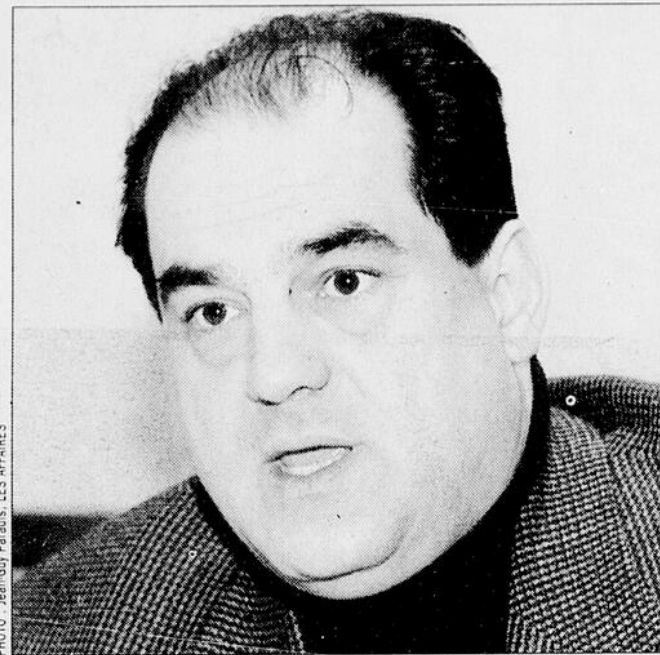
Le fabricant d'équipements **Lucent Technologies** est bien décidé à prendre le marché canadien d'assaut.

À Montréal seulement, le nombre d'employés est passé de 12 à 40 en un an et Lucent a dorénavant une trentaine de concessionnaires qui vendent ses produits sur l'ensemble du territoire.

Pour des raisons historiques, une grande partie des entreprises canadiennes ont encore des équipements **Nortel**. En situation de monopole pendant longtemps, Bell vendait les produits d'un fournisseur aussi membre de la famille **BCE**.

Cette situation n'effraie pas **Claude Dolembreux**, récemment nommé directeur du développement des affaires, pour la région de l'Est. Il vise des ventes de 100 M\$ à 150 M\$ par année. Pour l'instant, les revenus viennent de l'Ontario.

« Il y a toujours de la place pour un nouvel arrivant, dit-il. Il faudra remplacer la plupart des systèmes d'ici



■ **Claude Dolembreux** croit que **Nortel**, son principal compétiteur, ne peut que perdre des parts de marché.

cinq ans. Et les nouvelles applications amènent une foule de changements dans les produits.»

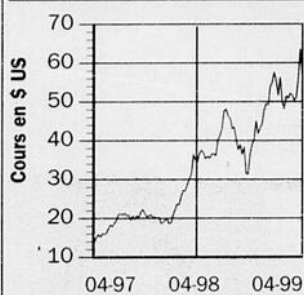
M. Dolembreux donne en exemple le nombre effarant

de nouveautés venues du domaine Internet. Selon lui, dans 10 ou 15 ans, la transmission de la voix et des données devrait se faire entièrement à l'aide des protocoles Internet.

Le marché va vers Internet, **Lucent Technologies** aussi. En janvier 1999, l'entreprise a acquis **Ascend Communications** au montant de 20 mil-

Lucent (New York, LU, hebdo.)

Du 25 avril 97 au 16 avril 99



Source : Reuters
Graphique : LES AFFAIRES

liards de dollars (G\$) pour se positionner dans ce secteur.

En fait, depuis 1996, elle a fait une vingtaine d'acquisitions pour se renforcer dans les créneaux d'Internet et du sans fil, qui attirent les télécommunicateurs comme le Klondike au début du siècle.

Lucent a d'ailleurs un centre de recherche et développement dédié aux logiciels qui serviront à la prestation de services sans fil, le **Wireless Innovation Lab**.

« Nous faisons des acquisitions pour avancer plus rapi-

Lucent en un coup d'oeil

Activités	Manufacturier de matériel dans sept divisions commerciales
Bureaux	Vancouver, Calgary, Edmonton, Winnipeg, Ottawa et Montréal
Marché	Mondial
Siège social	Toronto
Fondation	1996
Nombres d'employés au Canada	715 (40 au Québec)

dement dans certains cas, et nous développons des solutions dans nos laboratoires», dit M. Dolembreux.

D'abord sous le nom de **Western Electric**, puis ensuite uniquement associée à **AT&T**, Lucent Technologies vole de ses propres ailes depuis trois ans.

En septembre 1996, le géant américain se scindait en trois divisions. **AT&T**, **NCR** et **Lucent Technologies** devenaient totalement indépendantes.

Lucent a hérité des **Laboratoires Bell Labs**, qui comptent 24 000 chercheurs dans 20 pays et détiennent 24 000 brevets en vigueur. En 1998 seulement, on y a investi 4,5 G\$ US en recherche et développement.

Depuis, Lucent peut vendre

à différents exploitants de réseaux. Au Canada, elle est déjà fournisseur de **AT&T**, **BCTel**, **Vidéotron Telecom**, **Sprint Canada**, **GT Group Telecom** et **Cleantel Communications**.

Vidéotron Telecom et Sprint Canada ont acquis ses commutateurs pour entrer dans le marché de la téléphonie locale.

Sa clientèle est aussi composée de grandes entreprises qui achètent leurs propres équipements.

Sur le plan international, l'entreprise est une vedette de l'industrie des communications.

Le chiffre d'affaires annuel de cette ancienne filiale d'**AT&T** atteindra bientôt les 500 milliards de dollars US. ■

Alcatel mérite autant de respect que ses grands adversaires

Selon l'analyste Marc Brien, son titre est injustement sous-évalué

Yan
Barcelo

Le 17 septembre 1998, le titre d'**Alcatel** tombait de 56 % en Bourse. Jamais titre français n'était tombé si rapidement.

Quelle catastrophe était donc survenue? Simplement, la veille, **Serge Tchuruk**, président de la multinationale française, avait annoncé que les ventes n'augmenteraient que de 10 %, les profits, de 15 %. Environ 1 milliard de dollars (G\$) de revenus ne se matérialiseraient pas à cause de réductions de commandes de grands clients européens.

Les analystes, qui attendaient des revenus d'exploitation de 1,2 G\$, n'ont pas aimé apprendre qu'ils ne seraient que de 800 M\$.

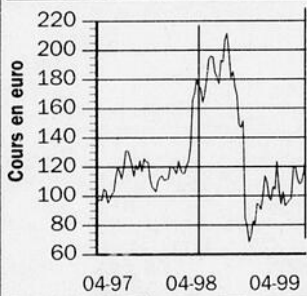
D'un sommet de 217 euros, un mois plus tôt, le titre dégringola à 69 euros. Depuis, il a repris un peu de valeur, gravitant autour de 128 euros au milieu d'avril.

Trois ans plus tôt, Alcatel avait enregistré un autre record français, accusant une perte de 5 G\$. C'est le moment où l'on fit entrer Serge Tchuruk, ancien dirigeant de la pétrolière **Total**.

La chirurgie fut douloureuse : 22 000 emplois perdus

Alcatel (Paris, CGEP, hebdo.)

Du 25 avril 97 au 16 avril 99



Source : Reuters
Graphique : LES AFFAIRES

sur un total de 95 000 et quelque 60 unités de production fermées.

Le nouveau patron fit si bien que la valeur du titre fut multipliée par 3,5 au cours des trois années qui suivirent. Mais quand survint le choc du 17 septembre, le titre revint tout près des 60 euros d'où il était parti trois ans plus tôt.

Marc Brien, analyste chez **Domicity** de Toronto et auteur d'une étude récente sur Alcatel, trouve « difficile de comprendre pourquoi la compagnie est si dévaluée ».

Voici ce qu'il en dit dans l'introduction de son étude : « Alcatel est une merveille

peu connue du monde de la technologie de l'information. Ses forces exhibent une largeur et une profondeur qui sont au-delà des rêves de vedettes plus célèbres.

« Son bassin de technologies de communication et de réseautage est un des plus forts au monde et elle compte des opérations dans les plus grands pays du monde industrialisé. Elle est capable de mettre en place des réseaux dans des lieux où d'autres compagnies ne pourraient même pas envisager de le faire. »

On connaît Alcatel par sa présence à Montréal où elle fabrique du câble de télécommunications. Mais le secteur de la fabrication de câbles n'est guère stratégique dans le plan de match du géant français, même si M. Brien estime qu'Alcatel est le leader de ce secteur.

Les forces de la compagnie résident plutôt dans le champ de la téléphonie classique, tout particulièrement dans les réseaux de transmission de la voix, et dans certaines des technologies qui définissent les nouvelles équations des télécommunications.

Selon M. Brien, la compagnie est un des principaux acteurs dans les systèmes de

transmission optique de type **SONET**. Sa principale force réside dans le domaine des réseaux **ADSL** de transmission Internet à haute vitesse sur fil de cuivre. En fait, dit M. Brien, sa technologie est à l'origine des produits de presque tous les autres fabricants d'importance. « Même **Bell Canada** achète sa technologie **ADSL** d'Alcatel, ce qu'elle ne ferait pas si elle pouvait trouver aussi bien auprès de Nortel », note M. Brien.

Acquisitions aux États-Unis

Bien sûr, Alcatel n'est pas sans faiblesses. Sa principale tient probablement à son absence relative du marché américain qui réside à l'épicentre de la révolution des télécommunications.

Mais Alcatel a déjà largement compensé cette insuffisance en faisant deux acquisitions majeures aux États-Unis. Tout d'abord, l'achat au coût de 3,2 G\$ US de **DSC Communications**, un fabricant d'équipement de téléphonie classique, lui a donné une importante base de clientèle qu'elle n'avait pas jusque-là. Ensuite, l'acquisition en mars de **Xylan Corp.**, fabricant de commutateurs Internet, pour

Alcatel en un coup d'oeil

Activités	Réseautage, transport et accès, systèmes pour entreprise et pour consommateur, composants et câbles d'énergie.
Chiffre d'affaires en 1998	21,3 milliards (euros)
Profits	997 millions (euros)
Employés	Environ 73 000

2 G\$ US, donne prise au géant français dans le segment d'avenir par excellence.

Avec ces deux morceaux en poche, les États-Unis comptent pour 20 % des ventes d'Alcatel, plus que la France.

Alliance de taille

Le geste d'Alcatel reproduit, mais avec un fournisseur de moindre importance, ce que **Nortel Networks** et **Lucent Technologies**, ses principaux concurrents, ont fait, la première avec **Bay Networks**, la seconde avec **Ascend Communications**. Or, l'adversaire numéro un de ces trois acteurs s'appelle **Cisco Systems**, dont la valeur en Bourse équivaut à celle de Lucent, mais avec des ventes trois fois moindres.

Cisco mène le bal dans le domaine des commutateurs-routiers qui sont fonda-

mentaux aux nouvelles infrastructures de transmission numérique.

Or, Lucent et Nortel ne sont pas tellement mieux nanties qu'Alcatel à ce chapitre. Plus encore : Alcatel bénéficie d'une alliance stratégique avec **Cisco** dont ses deux concurrents sont exclus.

Bien sûr, il n'est pas dit qu'Alcatel pourra contenir l'offensive que mène Cisco pour vendre ses équipements de pointe aux compagnies de téléphone, les clients traditionnels d'Alcatel; clients de Nortel et de Lucent aussi, que ces deux géants se font aussi lentement ravir.

Qui remportera la guerre contre Cisco? Bien malin qui peut le dire à ce moment-ci, mais il est à peu près certain qu'Alcatel a autant de chances que ses adversaires. Et il semble à Marc Brien qu'Alcatel mérite autant le respect que ceux-ci. ■

Ericsson prend le virage infocommunication

Danielle Turgeon

Ericsson est historiquement associée à la téléphonie sans fil au Canada, où elle est présente depuis 46 ans. Au dire de **Lionel Hurtubise**, président du conseil de **Communications Ericsson**, les choses vont graduellement changer.

En effet, la conjoncture internationale pousse le fabricant à suivre les nouveaux courants.

« D'ici peu, Internet sera le réseau le plus utilisé pour la transmission de la voix et des données, mentionne-t-il. De grandes entreprises comme **Hewlett-Packard** et **Sony** sortent de leur créneau traditionnel pour aller vers le *Net*. Nous nous réorganisons aussi pour faire face au nouveau marché. »

Au Canada, la direction souhaite contrer ses faiblesses dans la vente aux exploitants de réseaux et a beaucoup de

marché *GSM* (la technologie choisie par **Microcell**).

Ses principaux marchés sont la Chine, les États-Unis et la Grande-Bretagne.

Une nouvelle génération

Sur le plan mondial, l'arrivée d'un nouveau président a

signifié une restructuration complète de l'entreprise, en vigueur depuis le 1^{er} janvier dernier.

Elle a coûté 11 000 des 104 000 emplois qu'Ericsson compte partout dans le monde.

« Au Québec, personne n'a été mis à pied, dit M. Hurtubise. Ce qui prouve l'import-

tance accordée à la recherche et développement. »

Précisons que l'entreprise possède à Saint-Laurent un centre de recherche et développement qui contribue à sa bonne réputation à l'échelle internationale.

En février 1999, Ericsson a annoncé, en collaboration avec **Rogers Cantel**, la créa-

Ericsson en un coup d'oeil

Activités

Fabricant d'équipement de téléphonie, transmission de la voix, des données et multimédia

Chiffre d'affaires au Canada

600 M \$

Actionnariat

LM Ericsson (Suède)

Employés au Canada

1 600

Bureaux

Dans huit villes canadiennes

tion d'un centre d'essai en communications sans fil de troisième génération sur la norme *TDMA*.

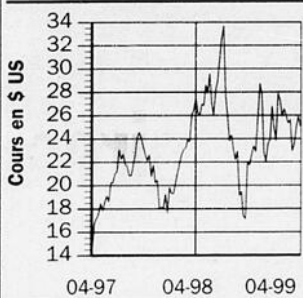
La troisième génération per-

mettra aux services de communication personnelle (SCP) de transmettre des données, Internet sans fil, de la vidéo et du multimédia. ■

Ericsson

(Nasdaq, ERICY, hebdo.)

Du 25 avril 97 au 16 avril 99



Source : Reuters
Graphique : LES AFFAIRES

chemin à faire dans les secteurs en émergence dans le domaine du sans fil, tels les systèmes de télécommunications multipoints locaux (STML).

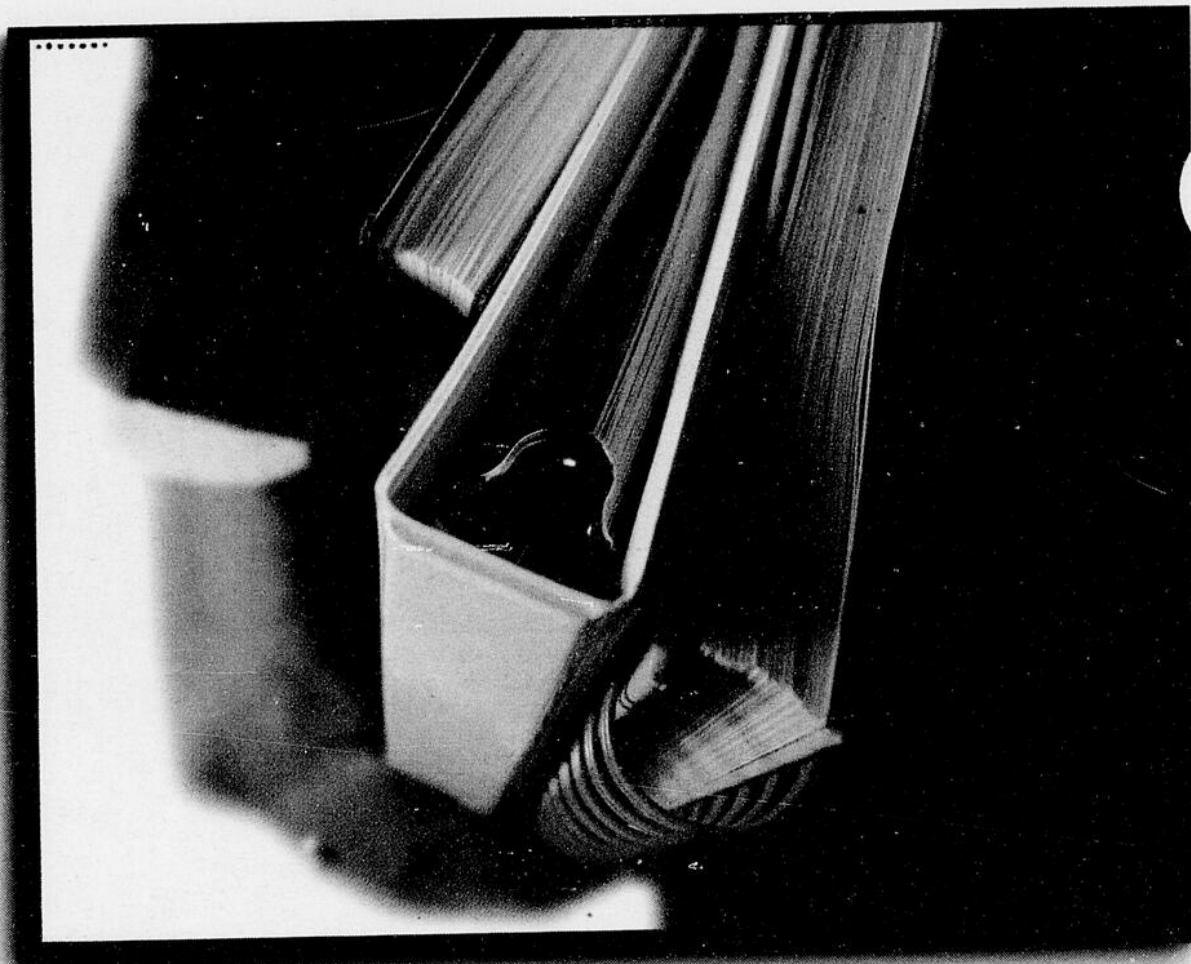
Les STML entrent graduellement en service au Canada grâce aux exploitants de réseaux **WIC Connexus**, **Max-Link** et **Regional Vision**.

Acquisitions en vue

Ericsson envisage même, pour la première fois de son histoire, la possibilité d'acquisitions.

« Ericsson a toujours été intégrée de façon verticale, dit M. Hurtubise. Mon rôle est d'ailleurs d'identifier des entreprises canadiennes qui pourraient avoir des forces complémentaires aux nôtres. »


Ericsson a les moyens de ses ambitions. Le nouveau président, **Sven-Christer Nilsson**, annonçait récemment un 27^e trimestre de ventes records d'affilée. La multinationale est au premier rang des fournisseurs d'équipements de sans fil. Elle est présente dans 140 pays et détient 50 % des ventes dans le



**Demandez trois
soumissions avant
de remettre la
responsabilité de
votre réseau entre
les mains d'une
entreprise.
Exigez ce logo.**



Lancer un appel d'offre pour votre système réseau, c'est jouer le tout pour le tout. Vous désirez avoir la certitude que votre fournisseur de services dispose de la bonne combinaison de services et de technologies pour répondre à vos besoins. Avoir la certitude d'une liaison fiable et d'une sécurité sans faille pour votre entreprise. De plus, le fournisseur devra évoluer avec votre entreprise. Le programme Réseau puissant Cisco est là pour ça.

Le logo Réseau puissant Cisco (Cisco Powered Network) constitue votre assurance que le fournisseur de services utilise le même équipement que pratiquement tout le trafic Internet d'aujourd'hui. Demandez à votre fournisseur de services s'il fait partie du programme Réseau puissant Cisco. Ou encore, visitez notre site www.cisco.com/ca et cliquez sur ce logo  pour consulter la liste des participants autorisés du programme. Mettez fin à l'incertitude quant au choix de votre partenaire pour vos besoins en matière de réseaux.

CISCO SYSTEMS



© 1999 Cisco Systems, Inc. Tous droits réservés.

Un parmi tant d'autres?



C'est là le nœud de toute l'affaire!

Vos collègues sont des personnes à part entière. Des utilisateurs. Des gens en chair et en os.

Non de simples pions ou des nœuds pour parler jargon! Votre réseau devrait donc être capable, lui aussi, de reconnaître des personnes. Et il le peut. Grâce à Novell Directory Services® (NDS™).

Avec NDS, chacun possède son propre profil. Chacun peut accéder au réseau en ligne pour se procurer tous les outils de travail requis et cela, même de l'extérieur du bureau.

Le réseau identifie chaque personne à un mot de passe et lui donne accès aux fichiers et aux applications qu'elle peut utiliser tout en protégeant les documents confidentiels.

De plus, les applications NDS surveillent le système afin de corriger les problèmes, par exemple, le «bug» de l'an 2000, avant qu'ils ne causent des pannes. Et puisque les gens et les services dans une entreprise sont tous différents, NDS est compatible avec une foule de plates-formes, comme NetWare®, NT et UNIX®.

En fait, vous dépendez d'un réseau de personnes. Il vous faut donc un spécialiste pour ce réseau.

Il vous faut Novell, le spécialiste de la réseautique.

www.novell.com/node ou 1 800 509-1800

Novell®