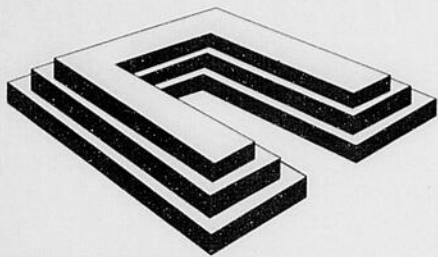


Présentée par



**La Chambre
de Commerce
de Chicoutimi**

CHICOUTIMI CAPITALE COMMERCIALE

**Spécial:
Programme
de parrainage**

ÉDITION SPÉCIALE
le **QUOTIDIEN**

LE QUOTIDIEN - CHICOUTIMI CAPITALE COMMERCIALE - Mardi 25 avril 1995 - A1

Activité commerciale

Chicoutimi, toujours au premier rang

À l'occasion de la publication de son premier cahier «Chicoutimi capitale commerciale», en décembre dernier, les éditeurs du journal Le Quotidien ont fait la preuve que Chicoutimi demeure toujours, avec ses quelque 64 000 habitants, ses nombreux magasins et boutiques et ses diverses entreprises spécialisées dans la vente de gros et de détail de produits de toutes sortes et de bons de toutes natures, la municipalité qui performe le mieux du côté du commerce au Saguenay – Lac-Saint-Jean.

Heureux de cette initiative prise par les dirigeants du Progrès du Saguenay, les administrateurs de la Chambre de commerce de Chicoutimi ont tenu, dans cette seconde édition de «Chicoutimi capitale commerciale», à s'impliquer plus particulièrement. C'est pourquoi quelques pages sont consacrées au programme de parrainage implanté par cet organisme. Le principe de parrainage, selon le directeur général de la

Chambre de commerce de Chicoutimi et responsable du programme, Réjean Boucher, favorise l'arrivée de nouveaux entrepreneurs et permet du même coup une vie commerciale plus active encore.

Une activité commerciale en perpétuelle évolution

L'activité commerciale à Chicoutimi est vaste. Les commerçants fourmillent en effet partout. Elle se fait toujours présente dans les secteurs de la rue Racine et de Rivière-du-Moulin. Bon nombre de places d'affaires demeurent toujours bien solides avec les années et ce malgré une concurrence très vive.

Avec l'arrivée, en 1968, de Place du Saguenay et par la suite celle de Place du Royaume, Chicoutimi entreprend l'ère des centres commerciaux. Le phénomène est encore très fort. En 1994, Place du Saguenay compte 72 magasins tandis que Place du Royaume en dénombre actuellement 254.

Plusieurs autres petits centres commerciaux disséminés dans les quatre coins de la ville, ont également vu le jour au cours des dernières années.

L'activité commerciale à Chicoutimi s'étend maintenant à l'extérieur des frontières généralement attribuées au commerce. C'est qu'elle a pris de l'expansion au fur et à mesure des multiples développements domiciliaires survenus au fil des années.

Le secteur du boulevard Saint-Paul et celui du Parc industriel du Haut-Saguenay ont notamment pris un essor notable sur le plan commercial. Différentes entreprises spécialisées dans la vente de gros et de détail se sont regroupées dans le même environnement créant ainsi un lieu d'affaires considérable, propice aux bons achats.

Parallèlement à tout ça, la rive nord du Saguenay a continué à progresser sur le plan commercial, réussissant à attirer de multiples commerces

œuvrant dans autant de sphères différentes. Loin d'être une ville dortoir, Chicoutimi-Nord est une agglomération qui bouge et où beaucoup de choses se passent.

L'hôtellerie et la restauration

Magasiner à Chicoutimi peut devenir un prétexte à passer une agréable fin de semaine dans l'un ou l'autre des très charmants et confortables hôtels de la ville.

Chicoutimi compte cinq hôtels dans le secteur du boulevard Talbot, deux dans le centre-ville, une à Rivière-du-Moulin et une autre dans les limites de la municipalité du maire Ulric Blackburn. Quelques auberges et gîtes du passant se retrouvent aussi à proximité.

Chicoutimi est la capitale commerciale. Elle reçoit aussi le titre de leader régional en ce qui concerne la restauration.

À Chicoutimi, il est donc possible de retrouver de tout en matière de restaurants, de la haute gastronomie à la restaura-

tion rapide en passant par l'établissement de moyenne gamme, qui ravit l'assentiment populaire et répond aux besoins notamment de ceux qui voyagent en famille.

Les restaurants sont légion à Chicoutimi, ils se retrouvent partout: autant sur le boulevard Talbot que sur la rue Racine et les autres artères de la ville. Ils prennent différentes formes: petits cafés-bistrot, bars-restaurants, salle à manger discrète ou des plus luxueuses. Au client de choisir ce qui lui convient.

Chicoutimi est la capitale commerciale et la mecque de l'hôtellerie et de la restauration au Saguenay – Lac-Saint-Jean. Ce n'est pas fini, plusieurs commerces à grande surface ont confirmé leur arrivée prochaine, bon nombre de restaurants réputés de Québec et de Montréal ont aussi averti les gens de leur venue très rapprochée. Chicoutimi s'avère donc de plus en plus l'endroit où il faut se rendre pour compléter ses achats.



Bientôt L'été

À l'achat de 2 films
24 poses couleurs,
Konica XG
100 développement inclus,
obtenez gratuitement une

**GLACIÈRE
COLEMAN**
1 LITRE

SERVICE 1 HEURE

SPECIAL:

24⁹⁹\$

Rég.: 39,99 \$



Modèle peut différer



Gratuit

À l'achat d'une caméra
Konica 35mm
obtenez

Un étui + 1 film
développement inclus
(12 poses)

Valeur de 24,99 \$

Ensemble de 3 films
couleur 24 poses + une
vidéocassette T120

SPECIAL:

9⁹⁹\$

Rég.: 14,99 \$



Konica

Modèle
POP-EF-80
Mise au point
pré réglée, flash
intégré, avance
automatique
du film.

Rég.: 79,99 \$
SPECIAL:

59⁹⁹\$



Konica BIG mini SR

Modèle BM-100
Auto-focus, expo-
sition automati-
que, réducteur
yeux rouges,
étui, piles.

Rég.: 129,99 \$
SPECIAL:

99⁹⁹\$

Konica BIG mini ZOOM Konica



Mise au point
automatique, expo-
sition automati-
que, flash auto-
matique, réduc-
teur yeux rouges
retardateur, étui,
piles

Objectif 35-70
Modèle avec dos-dateur:
259,99 \$
SPECIAL:

239⁹⁹\$



**PHOTO dix
quatre**

**PHOTO 1 HEURE
PLACE
DU ROYAUME
545-8605**

GALERIES BAIE-COMEAU
300, boul. Lasalle, Baie-Comeau
296-2227

PLACE DU ROYAUME
1401, boul. Talbot, Chicoutimi
543-7085

CARREFOUR ALMA
705, ave Du Pont N., Alma
668-6486

CARREFOUR JEANNOIS ROBERVAL
1221, boul. Saint-Dominique, Roberval
275-2752

PLACE LE CHAINON CHIBOUGAMAU
466, 3ième rue, Chibougamau
748-3652

BAGOTVILLE
524, rue Bagot, Ville de La Baie
544-7712

SAINT-FÉLICIEN
1200, boul. Saint-Félicien, Saint-Félicien
679-5449

HAUTERIVE
600, boul. Laffèche, Bale-Comeau
589-6559

PLACE CENTRE-VILLE
Jonquière
547-6993

GALERIES JONQUIÈRE
Jonquière
542-4222

**PROMENADES DU
BOULEVARD**
Dolbeau
276-6185

PLAZA ALMA
Alma
662-7930

PLAZA ROBERVAL
Roberval
275-2562

CARRÉ DAVIS
Arvida
548-2250

288480

«Développer l'esprit d'entrepreneurship»

Le programme de parrainage de la Chambre de commerce de Chicoutimi



Jean Dauphinais, président de la Chambre de commerce de Chicoutimi.

ou ceux qui connaissent certaines difficultés après un certain laps de temps donné. Le programme veut également susciter un sentiment d'entraide et de collaboration entre gens d'affaires de la région.»

Recrutés quant à eux au sein du membership de la C.C.C., les parrains proviennent de domaine qui n'ont pas de lien avec le jeune aidé.

Cela permet d'être plus objectif dans les conseils et ne nuit en rien à l'aide apportée puisque le soutien est relatif à la gestion de l'entreprise.

Tous les membres de la C.C.C. sont susceptibles de devenir parrains.

«Il suffit, affirme le président Dauphinais, que la personne intéressée soit disponible et flexible. Surtout, qu'elle ait le goût de faire partager son expérience. Nous n'avons aucun autre critère de sélection... seule la bonne volonté compte.»

Aucune attente en matière de création d'emplois ne soutient le programme de parrainage de la C.C.C.

«Notre but ultime n'est pas de créer des emplois, rappelle M. Dauphinais. Nous savons malgré tout qu'une telle initiative ne peut être que porteuse de fruits. Nous conservons donc un certain espoir que l'incidence du programme de parrainage sera positive...»

Lors de la dernière assemblée générale annuelle de mai 1994, l'actuel conseil d'administration et les membres de la Chambre de commerce de Chicoutimi (C.C.C.) ont fait du développement de l'esprit d'entrepreneurship leur priorité pour les trois prochaines années.

Cet engagement se réalisera de concert avec les différents intervenants du milieu socio-économique, histoire de s'assurer d'une grande efficacité.

La mise en place d'un programme de parrainage s'inscrit dans le cadre de cette démarche.

Comme le mentionne le président de la C.C.C., M. Jean Dauphinais, il est grand temps que les mentalités changent, que le milieu régional cesse de se fier sur la grande entreprise mais cherche plutôt à favoriser l'immersion de jeunes entrepreneurs.

«Il est important que la population prenne davantage conscience que les retombées de la grande entreprise ne sont plus ce qu'elles sont et ne le seront

plus jamais, soutient-il. Il faut donc inciter les gens d'affaires de la région à s'entraider entre eux, sans distinction aucune de leur ville d'origine. Cette coopération doit de plus aller au-delà des entreprises existantes. Il faut aussi contribuer à la création de nouvelles PME. Le programme de parrainage s'inscrit en ce sens.»

Le programme de parrainage, une simple question d'entraide

Le Programme de parrainage mis en place par la C.C.C. permet actuellement à quatre jeunes entrepreneurs de recevoir le soutien et l'appui de trois «parrains». Finissants, anciens étudiants de l'Université du Québec à Chicoutimi ou jeunes entrepreneurs, ces dirigeants de demain viennent en fait chercher auprès de leur mentor, l'aide nécessaire quand l'expérience des affaires est encore minime.

«Le programme de parrainage, précise Jean Dauphinais vise essentiellement deux objectifs, soit celui d'être d'un précieux secours pour les jeunes qui viennent de démarrer leur entreprise



QUESTIONS

MATELAS?

Nos PRIX sont PETITS
et notre



UN PRODUIT DU
SAGUENAY • LAC-SAINT-JEAN

QUALITÉ
de
FABRICATION est
GRANDE!!!

SPÉCIAL
DE CHALET
TISSUS "94"

312 ressorts, renforcé avec support latéraux
et mousse coquille.
rég.: 299.95 \$

149⁹⁵\$

PAYEZ
ET APPORTÉZ

LIVRÉE 169.95 \$

GARANTIE 10 ans
matelas 39 pouces limitée

STATUS SUPRA
MODÈLE HAUT DE GAMME

510 ressorts, avec bande de renfort en mousse
et notre dessus gousinnet en mousse coquille
rég.: 339.95\$

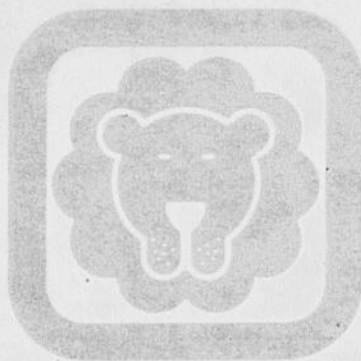
254⁹⁵\$

GARANTIE 20 ans
matelas 39 pouces limitée

Nous savons de quoi
nous parlons, car nous les

FABRIQUONS NOUS-MÊMES

MATELAS
LION
D'OR

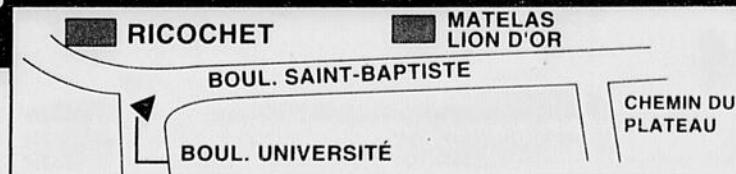


Chicoutimi

3229, boul. Saint-Jean Baptiste
549-5315

Démonstration
gratuite
à domicile
549-5315

Lac-Saint-Jean sans frais
1-800-463-9824



SPÉCIAUX VALIDES JUSQU'AU 27 MAI 1995

LE QUOTIDIEN - CHICOUTIMI CAPITALE COMMERCIALE - Mardi 25 avril 1995 - A5

288479

AUBAINES

CHOC

LTÉE

vêtements
pour toute
la famille

Voiri

NOS PRIX CHOCS

PAQUET DE BAS

Grandeurs 6-8 et 5-7

À SEULEMENT

1^{ère}
qualité

259\$
Paquet de 3

PANTALON COTON OUATÉ

POUR HOMMES

Poches et cordon
de marque Cooper

À SEULEMENT

1^{ère}
qualité

1495\$



ENSEMBLE DE JOGGING

POUR DAMES

À SEULEMENT

1^{ère}
qualité

1995\$

UN GRAND CHOIX DE CAMISOLES

POUR DAMES

À PARTIR DE

599\$



CRAVATES

POUR HOMMES
Plusieurs motifs

899\$

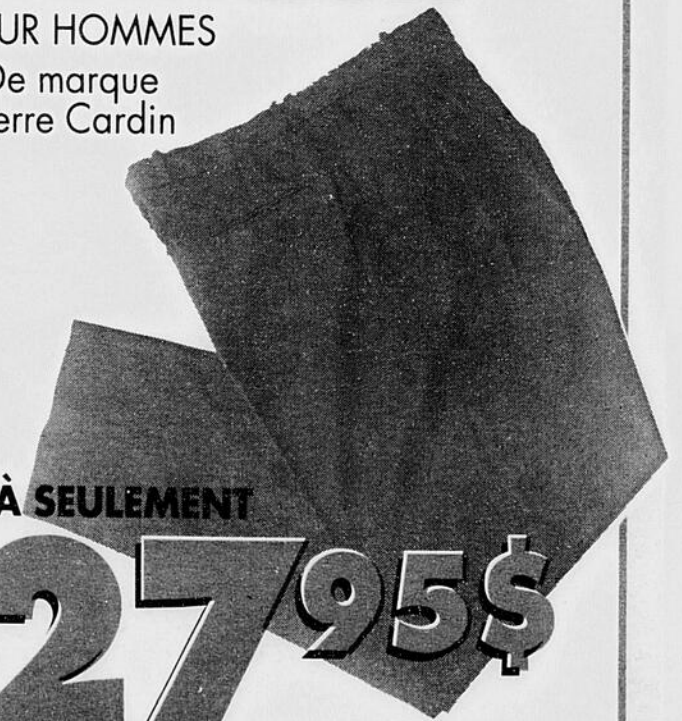
PANTALON

POUR HOMMES


De marque
Pierre Cardin

À SEULEMENT

2795\$



CHICOUTIMI: 546, boul. Saguenay Ouest
JONQUIÈRE: 2312, Saint-Dominique

ARVIDA: 2655, boul.  du Royaume

LA BAIE: 440, rue Bagot
ALMA: 490, Sacré-Coeur Ouest

ROBERVAL: 1221, boul. Saint-Dominique
DOLBEAU: 415, de la Friche



NOUVEAUX MAGASINS: 1600, boul. Talbot, **CHICOUTIMI** (Édifice Réal Munger) **698-4575**
1010, 80^e Avenue, **CHARLESBOURG**

PAIEMENT DIRECT

À NOTER QUE TOUS LES DIMANCHES, LE MAGASIN EST OUVERT DE 11 H À 17 H

PRINTANIERS!



**CHANDAIL
COTON OUATÉ**

1^{ère}
qualité

POUR HOMMES

À SEULEMENT

14,95\$

De marque
Cooper

**ROBES DE
CHAMBRE**

POUR DAMES
À PARTIR DE

Très belle
ratine

14,95\$

**JACKET
DOUBLÉ EN POLAR**

Grandeurs 8 à 16 ans

À PARTIR DE:

28,95\$



UN GRAND CHOIX DE
**PYJAMAS
POUR BÉBÉS**

EN RATINE. À PARTIR DE

4,99\$



**BOXEURS
EN COTON**

POUR GARÇONS
Grandeurs 8 à 16 ans

À PARTIR DE:

2,99\$

UN GRAND CHOIX DE
T-SHIRTS

POUR GARÇONS ET FILLES
Grandeurs 4 à 6X

À PARTIR DE

4,99\$

Yvon Gobeil parraine Josée Castonguay

Lorsqu'il a été approché par le directeur général de la Chambre de commerce de Chicoutimi, Réjean Boucher, pour agir à titre de parrain pour un jeune entrepreneur, le président de l'Imprimerie Chicoutimi, Yvon Gobeil, s'est montré immédiatement intéressé. Aider quelqu'un à se partir en affaires lui semblait une excellente idée, en autant bien sûr, que ce ne soit pas un futur compétiteur...

«Quand j'ai décidé de me partir à mon propre compte, se souvient-il, il y a eu quelqu'un pour me conseiller et me guider sur le plan gestion et administration. Je connaissais bien mon secteur mais je n'avais aucune expérience sur le plan opération. J'avoue que l'aide de cette personne m'a été d'un très grand secours. J'estime qu'il est très très indiqué, qu'à mon tour, je rende la pareille.»

Lorsque Josée Castonguay est venue le rencontrer, il s'est

particulièrement attardé à lui faire prendre conscience de deux ou trois réalités, question bien sûr de lui éviter de commettre certaines erreurs propres à tous ceux et celles qui débutent> un échange constructif permet également, selon M. Gobeil, de tout simplement rassurer le jeune en question sur son projet d'entreprise.

«Les idées les meilleures, dit-il, sont celles qui sont les plus rentables. C'est pourquoi il est essentiel de bien cerner sa future entreprises, bref se poser les bonnes questions: qui seront mes clients? quel sera mon marché? de quel équipement aurai-je besoin? combien d'employés faudra-t-il engagé? pourrai-je avoir une subvention de départ? et combien d'autres questions.»

Yvon Gobeil est heureux du premier contact établi avec Josée. Il estime qu'elle en sait sûrement un peu plus qu'avant



Yvon Gobeil, président de l'Imprimerie Chicoutimi.

leur rencontre et attend avec plaisir le prochain rendez-vous.

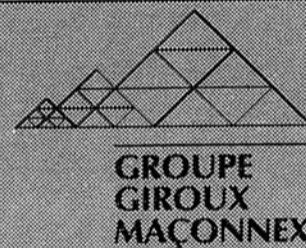
Le projet de Josée Caston-

guay est de niveau environnemental. Il risque de connaître beaucoup de succès. Mme Castonguay est à peaufiner

son proforma.

Elle anticipe mettre à exécution ses plans dans un avenir rapproché.

GIROUX • MAÇONNEX



Pour votre aménagement paysager, nous disposons de produits de toute première qualité. Pavés imbriqués, bordures de béton, foyers extérieurs et blocs de remblai Monaco donneront à votre aménagement un caractère distinctif.

Dolbeau 276-0390
1250, Route de la Friche
Lundi au jeudi : 8h00 à 17h00
Vendredi : 8h00 à 21h00



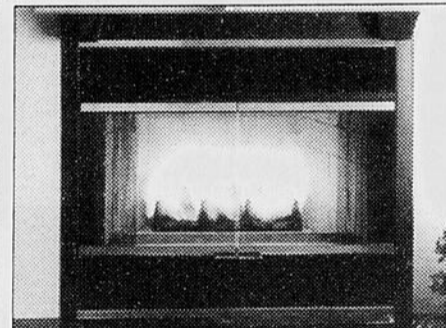
La brique représente de 2 500 \$ à 3 000 \$ de plus par rapport à la tôle ou au vinyle pour recouvrir un bungalow moyen. Informez-vous auprès d'un spécialiste Giroux-Maçonnerie et assurez l'avenir de votre propriété... autant que le vôtre.

Saint-Bruno 343-2762
181, Saint-Alphonse
Lundi au vendredi : 8h00 à 17h00
Samedi : 9h00 à 12h00



ADEX redonne à votre propriété résidentielle ou commerciale un air de jeunesse. Fabriqué au Saguenay-Lac-Saint-Jean, le revêtement ADEX fait des prodiges quand il faut rénover en se souciant de son isolation.

Chicoutimi 549-7345
2223, boulevard Saint-Paul
Lundi au jeudi : 8h00 à 17h00
Vendredi : 8h00 à 21h00
Samedi : 9h00 à 12h00



Pour un foyer, un poêle au bois ou un poêle aux granules, il faut s'en remettre à un professionnel accrédité par l'Association des professionnels en chauffage à combustion solide. On les retrouve chez Giroux-Maçonnerie.

Les vrais spécialistes

Le leader dans l'Est du Québec pour la maçonnerie, les revêtements muraux, les produits d'aménagement et le chauffage au bois.

Pour la fête des Mères

Gagnez l'un des
deux «week-end»
santé-beauté mère-fille

d'une valeur de **550\$** ch.

à **Baie sur Mer**

Pour participer

Remplir le coupon de participation publié dans les journaux, aucun fac-similé ne sera accepté, ou écrire son nom, adresse, téléphone sur les coupons-caisse ou factures de 5,00 \$ et plus des magasins de Place du Royaume datés du 25 avril 1995 au 14 mai 1995 inclus. Déposez ces coupons-caisse, factures d'achats ainsi que les coupons de participation publiés dans les journaux, dans les barils identifiés à cette fin dans le mail ou dans les commerces.

Règlements disponibles dans le mail.



Un litige quant à la conduite et l'attribution des prix de ce concours publicitaire peut être soumis à la Régie des Loteries et Courses du Québec

**TOUS NOS
MAGASINS ET
SERVICES VOUS
PROPOSENT UNE
FOULE DE
SUGGESTIONS**



 place du
royaume

Concours fête des Mères

NOM: _____

ADRESSE: _____

TÉL.: _____

PROBLÈME
36 ÷ 9 x 5 - 10 + 4 =

Déposez dans les barils
dans le mail
ou dans les commerces

place du
royaume

Le choix d'une région!

Une collaboration

Centre Santé Beauté

Baie sur Mer

Ville de La Baie / 544-7117 / 1-800-661-7117

289172

Claude Jacques parraine Suzanne Leblanc et Alexandre Larouche

Président de Gro-Mec à Chicoutimi, Claude Jacques explique que le développement économique du Saguenay – Lac-Saint-Jean lui tient particulièrement à cœur. Il se dit que si chacune des entreprises de la région va bien, c'est toute la région qui est en bonne santé. À son avis, le programme de parrainage de la Chambre de commerce de Chicoutimi s'inscrit en ce sens.

Selon lui, permettre à une nouvelle PME de voir le jour ou de contribuer à ce qu'une jeune entreprise performe bien favorise automatiquement l'essor de la région. C'est pour ces raisons que M. Jacques a accepté de parrainer Suzanne Leblanc et Alexandre Larouche. Dans son cas, c'est deux jeunes entrepreneurs, un couple en l'occurrence, qu'il doit conseiller et, surtout, faire part de sa propre expérience.

Claude Jacques avoue trouver très agréable la nature de la relation qui s'est établie entre Suzanne, Alexandre et lui. L'écoute a été mutuelle dès le début; la chimie s'est rapidement faite. «Je leur ai fait part de ce que j'avais jusque-là vécu et, surtout, qui j'étais. Ils ont fait de même. Notre relation est fondée sur le respect mutuel.

Je leur ai aussi dit que je n'avais pas de recette miracle que l'important, c'était de vou-

loir apprendre et de foncer. Il y a toujours une solution à chaque problème.»

Tous deux travailleurs autonomes et jusqu'à tout récemment étudiants – Alexandre vient de terminer son Bac en administration et Suzanne est étudiante à la maîtrise en P.M.O. –, Suzanne Leblanc et Alexandre Larouche sont les parents d'un jeune enfant. Suzanne avoue qu'il se sont sentis débordés par rapport à leurs responsabilités et les enjeux que représente le fait de se partir tous les deux en affaires. Devant l'énormité du problème, ils ont fait appel au programme de parrainage de la Chambre de commerce. Suzanne et Alexandre croient que la société ne fait pas suffisamment appel aux ressources humaines de sa communauté, c'est pourquoi elle se dit d'ailleurs heureuse qu'une telle initiative ait été prise par la C.C.C.

Elle parle du bienfait d'entraide et précise combien le partage de ses expériences peut être avantageux pour tous et c'est le cas avec leur parrain, Claude Jacques, dont elle vante le dynamisme et la capacité de rendre accessible ce qu'il sait.

Suzanne Leblanc évolue dans le milieu de l'éducation. Diplômée en enseignement pour les tout-petits, elle a



Claude Jacques (à droite) est ici accompagné de Suzanne Leblanc et d'Alexandre Larouche.

ouvert l'an passé une garderie éducative pour les enfants d'âge préscolaire. Selon elle, c'est durant la jeune enfance que tout se passe. Il faut donc que les éducateurs aient un grand souci de la qualité de leur enseignement.

C'est en ce sens qu'elle s'apprête à entreprendre un projet de recherche en Enseignement des principes de la

gestion de la qualité au préscolaire.

Alexandre Larouche quant à lui est à figurer les bases de l'entreprise qu'il a mis en place il y a quelques années, en même temps qu'il étudiait.

Il évolue dans le domaine des Services et des produits de communication visuelle. Il a plus précisément développé quatre créneaux: la diffusion

interne (manuels de gestion, formulaires, etc.), la diffusion limitée (documents qui s'adressent à ceux qui connaissent l'entreprise tels que les fournisseurs et les clients), diffusion grand public (couvert de livres, documents promotionnels, logo, etc.) et, enfin, tout ce qui concerne les nouveaux produits et nouveaux services.

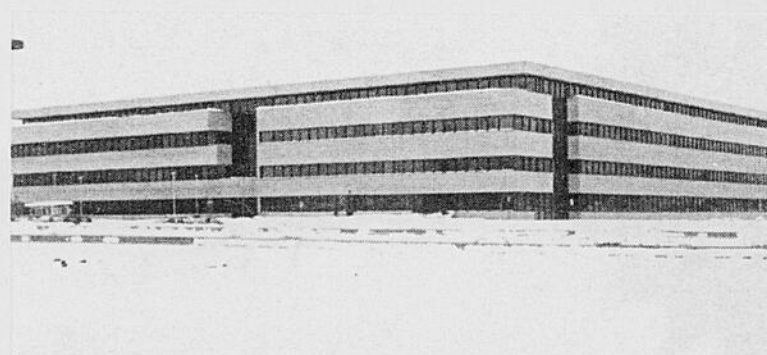
Les Jeux du commerce de l'AEMSA

À l'image des Jeux olympiques, les Jeux du commerce constituent une confrontation amicale sur le plan académique, sportif et social entre plusieurs universités. Ce haut-lieu de compétition représente pour l'Université du Québec à Chicoutimi (UQAC) une occasion de se faire valoir sur la scène québécoise. D'ailleurs, depuis sa première participation à ces Jeux en 1991 et jusqu'à aujourd'hui, l'UQAC a toujours fait très bonne figure et affiche une constante évolution au classement général.

Il est à noter qu'en 1993, Chicoutimi a été l'université hôte de ces Jeux. Cette activité fut couronnée par un énorme succès, tellement que ces Jeux servent de seuil d'excellence pour

les Jeux qui lui succèdent. Soucieux de préserver la tradition d'excellence et d'innovation de l'UQAC, 80 étudiants et étudiantes de la famille de la gestion (administration et comptabilité) sont très heureux d'avoir représenté fièrement leur université à la septième édition des Jeux du commerce, qui s'est déroulée du 5 au 8 janvier dernier à Trois-Rivières.

Cet événement unique au Canada, qui regroupe plus de mille participants, jouit d'une réputation prestigieuse et remporte un franc succès chaque année. Les douze universités au Québec et celle d'Ottawa se sont confrontées afin de déterminer qui sont les meilleurs. Les dimensions académiques, sportives et sociales constituent



Université du Québec à Chicoutimi.

l'essence même des Jeux du commerce et sa fierté. La compétition académique, fleuron des Jeux, est certes la plus importante à s'être déroulée. L'UQAC s'est très bien distinguée en remportant une troisième position au cas de gestion

des ressources humaines ainsi qu'à la simulation boursière. De plus, les représentants de l'UQAC au cas de comptabilité ont mérité une quatrième position.

Vice-présidente des Jeux du commerce de l'AEMSA, Gina

Lapierre explique qu'il est impossible de passer sous silence la participation de tous ceux et celles qui ont contribué au succès de l'UQAC, avec leur généreuse commandite à cette septième édition des Jeux du commerce.

«C'est un événement extrêmement coûteux et sans leur participation, conclut-elle, je ne suis pas certaine que nous aurions même pu nous rendre. J'espère donc qu'ils sauront encore, en 1996, nous apporter leur support et que la délégation de l'an prochain se démarquera à l'occasion de cette huitième édition des Jeux du commerce, cette fois-là à l'Université Laval. Histoire de prouver que l'événement vaut la peine d'être encouragé.»



*Page(s) manquante(s)
ou non-numérisée(s)*

Veillez vous informer auprès du personnel de BANQ
en utilisant le formulaire de référence à distance, qui se trouve en ligne :

https://www.banq.qc.ca/formulaires/formulaire_reference/index.html

ou par téléphone **1-800-363-9028**

**Bibliothèque
et Archives
nationales**

Québec 

L'UQAC, une petite parmi les grandes

(N.D.L.R.) La Chambre de commerce de Chicoutimi (C.C.C.) inscrit dans ses priorités le développement économique du Saguenay - Lac-Saint-Jean. Ses administrateurs estiment que ce développement passe par les jeunes et notamment par le nombre des finissants de l'Université du Québec à Chicoutimi qui demeurent en région. C'est pourquoi, la C.C.C. profite de l'occasion qui lui est donnée pour mieux faire connaître les organismes étudiants en administration et comptabilité de l'UQAC, susceptibles d'être d'un précieux secours à tous ses membres et entreprises de la région.

L'Association des étudiants des modules des sciences de l'administration (AEMSA) est une association visant à promouvoir, développer et protéger les intérêts sociaux, culturels et académiques des étudiants des modules des sciences de l'administration et des sciences comptables.

Elle est aussi l'agent de liaison auprès de la direction des modules des sciences de l'administration, c'est-à-dire le module d'administration et celui de comptabilité.

L'AEMSA se veut une association dynamique et proche de ses membres.

Dans cette foulée, elle s'impose au cœur de la vie universitaire.

Le Club de comptabilité

UQAC est un organisme sans but lucratif administré par sept étudiants en sciences comptables de l'Univer-

sité du Québec à Chicoutimi. Ceux-ci ont pour tâche l'approfondissement du bagage théorique et prati-

Fabrication de bijoux

Norman Tremblay Joaillier

PUBLICITÉ

Créée il y a une vingtaine d'années et située depuis 11 ans au centre commercial Place du Royaume, Norman Tremblay Joaillier jouit d'une grande réputation auprès de tous ceux qui exigent la qualité et l'originalité, voire l'exclusivité, en matière de bijoux.

Propriétaire, Norman Tremblay se dit soucieux du moindre détail lorsqu'il exécute une pièce de son crû. Il met une attention particulière à chacune des pièces modelées. M. Tremblay est incidemment un des seuls joailliers dans la région à faire lui-même le coulage de l'or dans son atelier de fabrication de Chicoutimi. C'est là aussi qu'il procède à la réalisation des bagues, alliances, colliers, bracelets, chaînes, boucles d'oreilles, pendentifs et broches. Norman Tremblay conçoit des joncs éternité et semi-éternité des plus ciselés. Il fabrique aussi ces si populaires petits anges de type épinglette. C'est à Norman Tremblay que les organismes étudiants et sportifs font appel pour les bijoux en série.

Le point commun des réalisations de Norman Tremblay est bien sûr la qualité des pièces créées. C'est aussi le professionnalisme de ce dernier. Autodidacte, il avoue être passionné par ce qu'il fait et être conscient qu'il lui faut toujours aller plus loin en ce qui a trait à la création. Être à l'avant-garde quoi! C'est pourquoi son bras droit chez Norman Tremblay joaillier, Micheline Lamontagne, et lui ont acquis un diplôme en gemmologie, leur permettant d'évaluer et d'identifier les pierres de couleurs et les diamants. C'est aussi dans cette optique que nos deux acolytes voyagent un peu partout, à l'affût des dernières nouveautés. Les clients de Norman Tremblay Joaillier savent que ce qui caractérise le commerce, ce sont par ailleurs ses prix. Les créations signées Norman Tremblay sont en effet très abordables. Avec Mme Lamontagne, M. Tremblay sélectionne lui-même tous ses diamants, ses pierres précieuses et ses perles, ce qui lui permet d'offrir

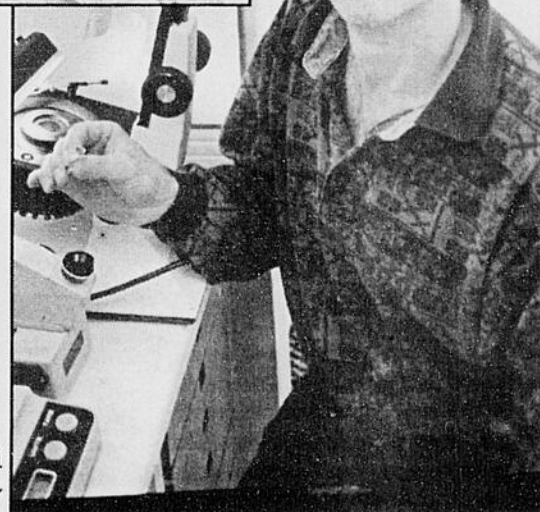
un prix de beaucoup inférieur. Quant à l'or, M. Tremblay souligne que beaucoup de personnes, et avec raison, prennent leur vieil or et se font faire des bijoux. C'est moins cher et de qualité supérieure. Le commerce fait de plus la réparation et l'entretien des bijoux. Selon les habitués, M. Tremblay a le don de remettre à neuf un bijou, le remontage des colliers de perle serait incidemment quelque chose à voir!

Norman Tremblay Joaillier satisfait donc tous les genres de clients, des

plus jeunes au plus âgés. Qu'il s'agisse des créations ou des quelques bijoux achetés à l'extérieur, tous trouvent ce dont ils rêvaient. Adéquatement formé, le personnel de la bijouterie est quant à lui compétent, à l'instar de celui de l'atelier, ce qui assure un professionnalisme et une rigueur exemplaires. Chaque pièce est entièrement garantie. En fait, à lui seul le nom de Norman Tremblay fait foi de tout! Une visite vaut le coup.



Micheline Lamontagne



Norman Tremblay

UN BIJOU POUR TOI MAMAN
la plus précieuse

Rég.: 29⁹⁵\$
SPÉCIAL
19⁹⁵\$

Ange protecteur en or 10 karat

SPÉCIAL FÊTE DES MÈRES
20% 25% 50%
DE RABAIS
Sur bijoux et montres sélectionnés

PLACE DU ROYAUME
5 4 3 - 7 2 0 2

Norman Tremblay
Joaillier

Brillantes tes idées

MISES DE CÔTÉ ACCEPTÉES
VISA MasterCard

Norman Tremblay, F.C.Gm.A. et Micheline Lamontagne, F.C.Gm.A., vos gemmologues de Chicoutimi
Valide jusqu'au 13 mai seulement

289310

que des étudiants en leur permettant de faire des contrats (tenue de livres, états financiers, etc.) auprès d'entreprises de la région telles que les comités de loisirs de Chicoutimi, Inté-Visage, les Jeux de Génie 1995, etc.

Le travail est, de plus, effectué avec la collaboration des professeurs du module des sciences comptables de l'université.

Quatre fois par année, le Club de comptabilité publie un journal: «Le p'tit comptable». Celui-ci permet à l'association d'informer ses membres ainsi que ses commanditaires sur les différentes activités du Club. Il informe par ailleurs les étudiants sur différents aspects ayant aussi rapport avec la comptabilité.

Enfin il est à noter que le Club s'autofinance par la vente d'une calculatrice, rendue obligatoire par le module des sciences comptables de l'UQAC, de même que par la vente de chandails et de cartes de membres.

Le Club marketing
UQAC inc.

Le Club marketing UQAC inc. est une corporation à but non lucratif qui regroupe tous les étudiants intéressés au domaine du marketing. La principale vocation du Club est de permettre aux étudiants de s'intégrer au monde des affaires par le biais de diverses activités à caractère académique, social et économique.

Le Club marketing UQAC inc. est en mesure d'offrir aux gens d'affaires des services professionnels de qualité à des prix plus qu'abordables. Entre autres, le Club élabore, pour sa clientèle, des études de marché (plan de recherche, construction de questionnaire, administration des questionnaires, compilation des données, analyse des résultats et élaboration du rapport final) et des plans de communication (publicité, réseau de distribution, force de vente des représentants, promotion, relations publiques et commandite).

De surcroît, le Club est en mesure d'offrir et d'élaborer

un plan marketing et un service de consultation en marketing.

Ces deux types de service servent généralement de compléments à l'entreprise désireuse d'accroître son potentiel à contrôler les variables internes et externes liées au marketing.

L'AIESEC

L'AIESEC offre aux organisations d'affaires et aux individus l'occasion de jouer un rôle dans le développement de la région, en donnant à des jeunes l'ouverture

mondiale nécessaire pour mettre à l'œuvre leur savoir et leurs compétences.

En accueillant un stagiaire étranger d'AIESEC dans son entreprise, le gestionnaire donne la possibilité à un jeune de la région d'acquérir une expérience commerciale internationale précieuse, en occupant un poste semblable à l'étranger.

À son retour, l'étudiant est mieux équipé pour contribuer à l'économie locale, en transposant dans l'industrie

régionale et dans des entreprises comme celle où il évolue, les connaissances et l'expérience acquises au cours de son stage.

L'AIESEC fournit des étudiants d'excellents niveaux, possédant une formation dans différents domaines tels que la comptabilité, la gestion financière, la publicité et les relations publiques, la gestion des ressources humaines, la gestion commerciale, la gestion industrielle, les applications informatiques, le marketing

et les études de marché, l'économie et la gestion de projets.

La compétitivité du Québec face à la mondialisation de l'économie dépend de la capacité de ses entreprises à comprendre les économies étrangères.

Les stagiaires de l'AIESEC peuvent aider les gestionnaires à découvrir leurs économies domestiques respectives et à remettre en question les perspectives courantes dans leurs opérations actuelles.

SUPER VENTE D'ENTREPÔT

SURPLUS D'INVENTAIRE + ÉCHANTILLONS DE PLANCHER



ENSEMBLE À DINER SPÉCIAL: 799\$



Chaise blanche SPÉCIAL: 59\$
*COUSSIN EN OPTION

jusqu'à 50% de rabais sur les échantillons de plancher

Plusieurs spéciaux en magasin

**Valide jusqu'à épuisement des stocks

maison du fotin

447, rue Racine Est, Chicoutimi / Tél.: (418) 693-8881

Pelouse: soyez vigilants!

par Roger Blackburn

Avec l'arrivée du printemps, les consommateurs sont de plus en plus sollicités par des compagnies d'entretien de pelouse dont certaines utilisent des pratiques douteuses.

L'ASHOQ (l'Association des services en horticulture ornementale du Québec, un membre de la Fédération interdisciplinaire de l'horticulture ornementale du Québec) invite les consommateurs à la prudence dans le choix d'un entrepreneur en entretien des espaces verts. L'ASHOQ exige de ses membres le respect d'un code d'éthique afin de protéger les consommateurs. L'ASHOQ est la seule association au Québec qui a travaillé conjointement avec le ministère de l'Environnement et de la Faune du Québec à la composition des ouvrages suivants:

Guide des bonnes pratiques

Guide d'apprentissage: Utilisation rationnelle et sécuritaire des pesticides, secteur paysager

Voici les conseils offerts par Madame Claude Lussier, agronome et responsable des communications pour l'ASHOQ:

1. Si vous êtes sollicité par téléphone, par un vendeur à domicile ou par publicité postale, sachez qu'un entrepreneur peut vous offrir un programme complet d'entretien de vos espaces verts incluant généralement des applications de fertilisants (3 à 4 fois par année), de pesticides et d'herbicides. Assurez-vous que les traitements pour contrôler les insectes et les mauvaises herbes vous sont offerts au besoin seulement et qu'ils sont effectués après une évaluation de votre terrain.

2. Méfiez-vous des entreprises qui vous offrent des services multiples d'entretien de pelouse tels des traitements à base d'herbicides ou de pesticides ou encore des traitements de chaux ou de déchaumage sans avoir au préalable effectué une évaluation agronomique de votre terrain et ce, après que toute trace de neige ait disparu.

En effet, on estime par exemple que seulement 30 à 40% des pelouses ont vraiment besoin de traitements spécifiques pour contrôler les insectes.

3. Plusieurs entrepreneurs vantent leurs «produits» comme étant écologiques. Ils devraient plutôt parler d'une «approche» écologique c'est-à-dire une approche qui utilise au minimum et rationnellement les pesticides. Il n'existe aucun pesticide

«naturel» ou «biologique» qui soit efficace pour le contrôle des mauvaises herbes. Celui-ci se

fait toujours avec des pesticides de synthèse.

4. L'entrepreneur ou la com-

pagnie doit posséder un permis d'exploitation délivré par le ministère de l'Environnement et

(Publicité)

de la Faune. Pour avoir les coordonnées d'un bon entrepreneur en entretien des espaces verts de votre région ou pour vérifier si votre entrepreneur est membre de l'ASHOQ, contactez l'ASHOQ, sans frais, au: (418) 659-3561 (Québec et les environs) ou 1-800-559-VERT (Extérieur de Québec).

PLUS BAS PRIX ENCORE JAMAIS VU!

ASPIRATEUR CENTRAL



**VENTE D'ASPIRATEURS
NEUFS ET USAGÉS**

VENTE
INSTALLATION
ASPIRATEUR CENTRAL
ASPIRATEUR USAGÉ
RÉPARATION DE
TOUTES MARQUES

Quantité limitée

ASPIRATEX 2000

15 AMP. (2 MOTEURS)

- 3 sorties murales
- 4 accessoires
- 2 supports
- 1 baguette
- 1 balai turbo pour tapis
- 1 boyau 30 pieds arrêt-départ
- Tuyauterie incluse

499\$

TAXES INCLUSES

ASPIRATEX
1100 349\$ + TAXES

**SERVICE DE RÉPARATION POUR
TOUTES MARQUES D'ASPIRATEURS**
ESTIMATION GRATUITE EN MAGASIN

• ET À DOMICILE •

VENDONS ÉGALEMENT PLUSIEURS MARQUES D'ASPIRATEURS CENTRAUX

LES ASPIRATEURS

CHICOUTIMI inc.

PLACE DU ROYAUME
(Près de Canadian Tire)

696-5024

Culte de toute une génération

Le jeans: vêtement de tous les jours

par Roger Blackburn
(SOP) Le jeans a beaucoup évolué ces dernières années. Du simple pantalon de travail bon marché, il est devenu le vêtement culte de toute une génération, avant d'être un article courtisé par de nombreux designers.

Se déclinant aujourd'hui en version ultra-légère ou stretch, colorée ou délavée, le jeans, aux multiples visages, se porte aussi bien en robe, en chemisier, en jupe ou en blouson.

Flairant la bonne affaire, des compagnies comme Guess, Gap et Calvin Klein — pour ne mentionner que celles-là — ont bâti des empires avec cette simple toile de coton. D'autres, comme Azzédine Alaïa et Gianni Versace, ont tenté la percée jeans avec moins de succès...

Pour mettre le denim en valeur, il faut d'abord comprendre que sa coupe et son style

doivent rester toujours aussi sobres. Le géant Levis témoigne de belle façon. Après plus de cent ans d'existence, l'entreprise reste une des plus populaires avec ses jeans à boutons 501, ses chemises munies de deux poches plaquées et ses vestes décorées de surpiqûres contrastantes.

Au cours de ses meilleures années, le jeans Levis s'est vendu à plus de neuf millions d'exemplaires!

Bien que le jeans fasse maintenant partie des classiques de la mode, il fait pas encore l'unanimité.

Si Yves Saint-Laurent aurait aimé en être l'inventeur, Pierre Cardin le tient en horreur. Peut-être parce que ce bout de tissu fut aussi un symbole de contestation. En effet, lorsque le jeans est apparu en 1960 au grand écran avec James Deans et Marlon Brando, il est tout de

suite devenu un symbole de jeunesse. Et associé au mouve-

ment hippy quelques années plus tard, le jeans était aussi mal

vu par les gens «bien pensants» de l'époque.

(Publicité)

La cravate est très populaire chez les femmes

par Roger Blackburn

(SOP) Un vent mâle souffle sur la mode féminine et propose une multitude de complets et smokings.

Plusieurs présentoirs de cravates affichent le mot unisexe et pour cause... le look à la Marlène Dietrich est on ne peut plus dernier cri malgré ses 60 ans.

Non seulement trouverez-vous des cravates ornées de coeurs mais une multitude de modèles rigolos et sobres se disputent les étagères. Surtout, passez d'abord votre garde-robe en revue pour choisir des teintes coordonnées à vos vêtements et laissez-vous dicter par votre personnalité.

Pour la championne de l'exercice, la cravate aux motifs de scènes sportives. À la romantique, la reproduction du tableau d'un grand maître aux personnages enflammés, c'est du tout cuit; chatonne et femme-enfant, pourquoi pas l'effigie d'un personnage de Walt Disney? À la vamp séductrice, une cravate fauve très large.

Excentrique? Misez sur les animaux cocasses qui amuseront. Sage, optez pour un beau paysage ou une cravate de couleur unie ornée d'une épingle adorable. Votre allure exubérante n'a pas d'égale, portez sans sourciller une cravate kitsch très tape-à-l'oeil. On ne peut plus classique que vous sélectionnez le cachemire, les fines rayures ou les petites fleurs.

Le prix des cravates sur le marché se situe généralement entre 10 \$ et 100 \$. Laissez-vous guider par votre budget, car on en trouve de très belles à petits prix. Évidemment une griffe (Chanel, Ungaro, Moschino, Calèche, Armani etc.) fait plus d'effet. Ginza, le grand couturier de Tokyo vous offre une de ses créations pour la bagatelle de 500 \$. À vous de juger, quoique à ce prix-là, vous pourriez vous offrir un chic complet, une chemise et une cravate. Tiens, elle n'est pas bête cette idée, en achetant les éléments qui se portent autour, vous serez certain du choix de votre cravate...

À VOTRE SERVICE POUR TOUS VOS BESOINS DE TÉLÉCOMMUNICATIONS

GLENAYRE COMMUNICATIONS INC.

DIVISION DE AUTOSTOCK INC.

- CHICOUTIMI • QUÉBEC • TROIS-RIVIÈRES
- MONTRÉAL • SHERBROOKE • SEPT-ÎLES
- ALMA • BAIE-COMEAU • AMOS
- ROUYN • HULL

MSAT satellite

G.P.S.

Radiocommunication mobile VHF/UHF MIDLAND/MOTOROLA

Système de télémétrie ZÉTRON

Système-radio trunking «UNIDEN»

Messagerie vocale POLYVOX

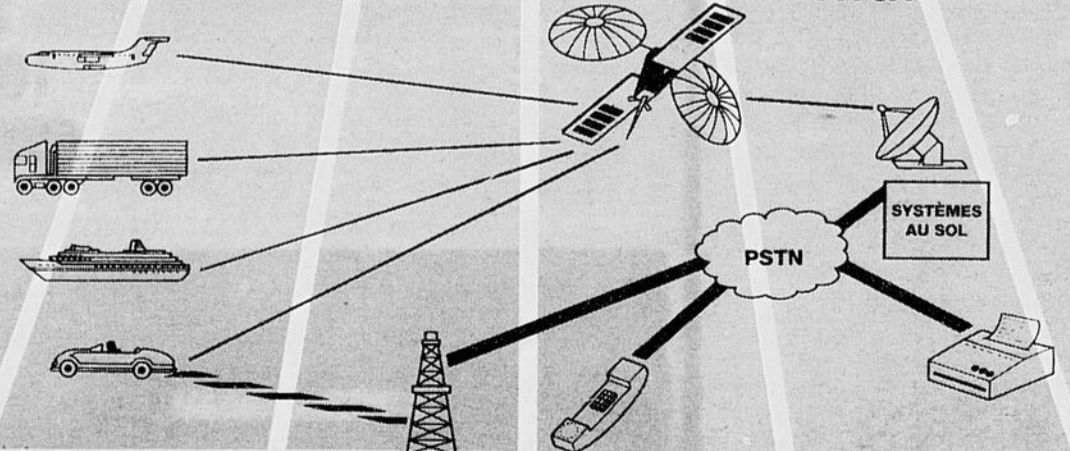
Système téléphonique AT&T/TOSHIBA

Système micro-ondes SR TÉLÉCOM

Téléchasseur MOTOROLA

Concept des services mobiles

Vidéo-conférence AT&T



- VENTE • LOCATION • SERVICE • CONSULTATION • INTÉGRATION

Les housses changent l'aspect des meubles

par Roger Blackburn

Les housses sont redevenues populaires.

Mais celles qui sont offertes aujourd'hui aux consommateurs sont bien loin des ternes jetés qui servaient à protéger les meubles au cours des années cinquante.

Les nouvelles housses sont fabriquées dans des tissus faciles d'entretien et offertes dans une grande variété de modèles. Elles peuvent être simplement déposées sur un meuble ou ajustées, selon qu'elles doivent donner une impression de confort ou d'élégance.

La nouvelle popularité des housses tient à plusieurs raisons.

«Comme les consommateurs des années 90 restent plus souvent à la maison, ils utilisent

beaucoup plus les meubles de leur salle de séjour», dit Mary-Ann Metrick de Elite Carpets and Home, de Toronto, détaillant pour l'ensemble du pays.

Par conséquent, les meubles doivent être nettoyés plus souvent et risquent de s'user plus rapidement. Il en coûte moins cher de laver une housse que d'engager quelqu'un pour nettoyer un canapé ou un fauteuil au complet, dit Mme Metrick.

Vous possédez un canapé qui paraît déjà défraîchi? Vous n'avez qu'à le recouvrir d'une housse temporaire.

Les housses constituent un moyen peu dispendieux de suivre la mode. Et il est possible d'éviter la monotonie en les faisant alterner. Mme Metrick dit que certaines personnes rem-

placent les housses de leurs meubles au gré des saisons. Une housse en denim pour le printemps peut ainsi faire place à une housse de teinte plus chaude - vert émeraude, par exemple - à l'automne.

Il existe deux types de housses: la housse temporaire et celle qui s'intègre au plan de décoration d'une pièce. On peut aussi combiner les deux en recouvrant d'une housse temporaire un meuble déjà recouvert d'une housse permanente afin d'en modifier l'aspect ou de lui ajouter une protection supplémentaire.

«Sur un canapé recouvert d'une housse ajustée, on peut ainsi placer une housse d'aspect chiffonné pour ajouter une note romantique à la pièce», dit Mme Metrick.

Le design accessible!



dixVersions

1685, boul. Talbot, Chicoutimi, 545-4010
Edifice Potvin Tremblay Meubles

289369

Tu as entre 12 et 17 ans
Tes parents sont abonnés au Quotidien

JOINS-TOI

au

Club!

C'EST

GRATUIT!

TU RECEVRAS:

- Ta carte de membre
- Ton autocollant



Tu pourras ainsi
participer à nos nombreux concours et
courir la chance de gagner de magnifiques prix.

AUSSI DISPONIBLE
pour nos membres
seulement notre

«Bande échanges»

Tout ça, c'est GRATUIT!

POUR RECEVOIR TA CARTE DE MEMBRE

Remplis ce coupon!

LA BANDE DU
QUOTIDIEN
1051, boul. Talbot
Chicoutimi, Qc
G7H 5C1

NOM: _____

ADRESSE: _____

VILLE: _____

CODE POSTAL: _____

TEL: _____ ÂGE: _____

GARÇON FILLE

ÉCOUTES «Les demandes à...»

chaque soir à...



de 18h00
à 20h00

De plus en plus d'adeptes

Le cinéma maison fait une percée

par Roger Blackburn

Le cinéma maison fait de plus en plus d'adeptes. Désirant recréer chez eux la sensation d'être au cinéma, de nombreux consommateurs optent pour des téléviseurs à grand écran et installent des systèmes de son ambiophonique (surround sound).

Jusqu'à récemment, toutefois, peu de choix s'offraient à eux pour ranger de façon esthétique tout l'attirail nécessaire pour recréer les effets saisissants des films ou des spectacles (télé, magnétoscope, chaîne stéréo, récepteur ambiophonique et trois enceintes acoustiques disposées à l'avant). Des manufacturiers québécois ont donc commencé à concevoir des meubles pour répondre à ce besoin particulier.

Le fabricant de mobilier de chambre à coucher et d'étagères murales, Les meubles Laurier, a senti l'influence grandissante du phénomène du cocooning aux Etats-Unis et a commencé, à la fin de 1992, à se pencher sur la question. Pen-

dant un an, Laurent Mercier, petit-fils du fondateur de l'entreprise et président du marketing, a observé ce que faisaient les Américains, à l'affût des tendances et de nouvelles idées.

Ses efforts ont porté fruit: non seulement le manufacturier offre-t-il depuis février la collection Première, conçue expressément pour le cinéma maison, mais M. Mercier a élaboré une stratégie de marketing pour encourager les détaillants à faire la démonstration du concept dans leurs magasins.

La collection Première, ainsi, compte un modèle universel de trois unités et offre plusieurs options pour s'adapter à tous les goûts et répondre à différents besoins. Les colonnes situées de chaque côté de la télé, par exemple, peuvent être vitrées pour disposer des bibelots, ou encore, aménagées pour ranger la chaîne stéréo et les disques laser.

«Si on compte toutes les combinaisons possibles, il y en a une vingtaine», explique M. Mercier. En ce qui concerne la

partie du centre, trois choix sont offerts pour les télé de table mesurant de 27 à 35 pouces, et trois meubles de base sont offerts pour les télé à rétroprojection mesurant de 40 à 70 pouces. Tout a été conçu pour donner l'effet du sur-mesure. C'est important qu'il n'y ait pas un trou géant et un grand espace de chaque côté du téléviseur.»

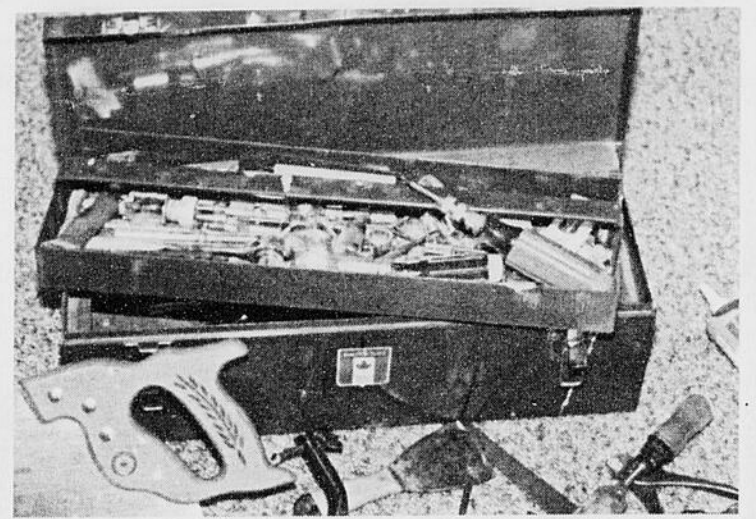
Pour que les gens puissent utiliser leur pièce au maximum, une des options permet de placer les meubles dans un coin.

«Les gens n'ont pas toujours un mur de 7 ou 8 pieds de long contre lequel placer une unité murale. Une fenêtre ou une porte peut les en empêcher. Pour mettre l'unité dans un coin, ils ont besoin d'un espace de 5 pieds de chaque côté, comparativement à 6 ou 7 pieds si l'unité est installée en ligne droite.»

A cause du choix de couleurs et des nombreuses configurations offertes, les meubles plaisent autant aux gens dans la cinquantaine que dans la vingtaine, estime M. Mercier.

(Publicité)

(Publicité)



MOINS DE 100 DOLLARS - Pour moins de 100 \$, le bricoleur du dimanche peut se munir d'un coffre à outils qui répondra à ses besoins de réparation chez lui.

(Publicité)

Un bon coffre à outils

Pour effectuer les petits et les gros travaux

par Roger Blackburn

-Tout locataire et propriétaire d'un logement ou d'une maison doit posséder quelques outils, ne serait-ce que pour fixer un cadre ou un miroir, enlever un clou encombrant, monter un lit, assembler sommairement un meuble.

Il s'agit, bien sûr, d'une évidence pour le bricoleur et le consommateur confrontés depuis longtemps à des problèmes de dépannage domestique. Mais il n'en est pas de même pour les non-initiés ou ceux qui «prennent» maison pour la première fois.

Faut-il se munir d'un coffre à outils complet? A moins de lancer sa propre entreprise de dépannage, ce n'est pas nécessaire. Trois outils sont cependant indispensables pour les menus travaux autour de la maison: le marteau, le tournevis à lames multiples et la pince-étau. D'autres pourront être ajoutés éventuellement. Ces trois outils sont d'une absolue nécessité. D'autant qu'ils permettent de régler une multitude de petits ennuis chez soi.

Le marteau, pour arracher, enfoncer, défaire, assembler, fixer. Le tournevis pour vis à fente cruciforme ou carrée: il visse et dévisse à peu près tout à la maison. La pince-étau pour tenir un objet tel un tuyau, pour visser et dévisser les boulons, y compris ceux qui sont solidement assujettis. Cet outil est, au reste, économique et

fort polyvalent car il peut se substituer à des pinces et autres clés.

«Il s'agit du minimum requis pour se dépanner. L'idéal est de s'offrir des outils de qualité qu'on aura, pour peu qu'on ne les perde pas, toute la vie. Ce qui ne veut pas dire qu'on doive les payer cher. On dénombre des outils de qualité intermédiaire de très bonne tenue», explique M. Georges Hébert, propriétaire de la quincaillerie Corriveau, à Sillery, près de Québec.

Il faut toutefois se méfier des outils trop bon marché. Ils sont théoriquement «jetables après usages». Ils sont attrayants de par leur prix et leur éclat. Mais le métal dont ils sont faits est généralement moins dur que le clou qu'on enfonce ou que le boulon qu'on fixe. En conséquence, ces outils peuvent casser ou s'ébrécher. Aussi, ne seront-ils plus en mesure d'accomplir correctement le travail pour lequel ils sont destinés. C'est pourquoi ils sont potentiellement dangereux.

«Tenez-vous loin des outils «cheaps» et tape-à-l'oeil», prévient M. Denis Bergeron, chef de service à la quincaillerie Corriveau. Le prix moyen d'un marteau, d'un tournevis à lames multiples et d'une pince-étau de qualité est de 40 \$. Gare donc à la pince-étau de trois dollars. Fiez-vous plutôt à celle qui est détaillée 15 \$ et un peu plus.

Disque compact

Choisir entre un lecteur simple ou multi-disques?

par Roger Blackburn

(SOP) - Avec les années, et les raffinements technologiques, les lecteurs multi-disques ont bien changé. On reconnaît aujourd'hui que les circuits de conversion N/A offrent presque tous un rendement satisfaisant en version grand public; même un baladeur DC portatif offre des performances souvent surprenantes, si on le compare à un lecteur DC d'il y a sept ou huit ans.

S'il existe encore de grandes différences entre un appareil bas de gamme et un appareil haut de gamme, ce sont finalement les critères particuliers à nos besoins d'écoute et l'agencement des différentes composantes de notre chaîne qui guideront notre choix d'un lecteur DC simple ou multi-disques.

Les meilleurs lecteurs de dis-

ques compacts sont les lecteurs simple disque et les plus polyvalents sont les lecteurs multi-disques. Pour ceux qui recherchent la haute fidélité, le lecteur à un disque demeure encore le meilleur choix. A prix égal, un lecteur à un disque offre généralement une meilleure sonorité que sa contrepartie à 5, 6 ou sept disques. Ce qui ne veut pas dire que le concept multi-disques n'est pas bon! C'est tout simplement que plus de pièces mécaniques entrent dans la fabrication du lecteur multi-disques, plus de matières plastiques et une électronique davantage axée sur la polyvalence que la performance: plus de mémoire de pistes, affichage plus grand, télécommande plus complexe etc... Tout ça se paie et il faut choisir ce pourquoi on paie.

Dans une chaîne sophistiquée, un lecteur à 1,000\$, 2,000\$ et plus aura toujours sa place comme source de premier choix. Il fera ressortir les petits détails sonores qui font la joie des audiophiles. Mais il y a de plus en plus sur le marché des appareils qui offrent une sonorité de haute qualité et la commodité d'un multi-disques.

Pour ceux qui ont vraiment les moyens, il existe des systèmes hautes performances basés sur le (lointain) principe du juke-box et qui peuvent stocker les disques DC par centaines et les faire jouer par programmation informatisée. La firme américaine Mark Levinson, entre autres choses, commercialise sous la marque Proceed un CD Library de cent disques qui est un véritable petit bijou en soi, offert à prix d'or!

Peinture d'intérieur

Amélioration des cartes de couleurs

De nombreux consommateurs ne se sentent pas à l'aise quand vient le temps de choisir les couleurs avec lesquelles ils vont peindre leur intérieur. Un peu déboussolés devant l'énorme choix de teintes, ils hésitent longuement et finissent par sélectionner des couleurs... en espérant qu'elles se marient bien ensemble. Les fabricants de peinture, à l'écoute de leurs clients, offrent de plus en plus d'outils pour leur faciliter la tâche. Ils rivalisent même d'imagination pour mieux les guider et les encourager à faire preuve de plus d'audace. Cette année, certains fabricants ont ainsi considérablement amélioré leurs brochures et leurs cartes de couleur pour les rendre plus pratiques et plus inspirantes.

Une entreprise québécoise renommée vient de lancer son nouveau système de couleurs et en a profité pour apporter certaines modifications à ses brochures. Dans «Couleurs intérieures» (nouvelles tendances, conseils et décoration), par exemple, on découvre 24 suggestions d'agencements de couleurs.

A l'intérieur de chaque combinaison proposée, on trouve une couleur dominante (celle qui va donner du caractère à la pièce), une couleur intermédiaire, pour créer l'ambiance recherchée, et une couleur accent pour souligner les détails (moultures, cadre de porte, cadre de fenêtre).

Consciente que les consommateurs ont besoin d'être conseillés quand vient le temps de sélectionner leurs couleurs, cette firme est allée encore plus loin et a demandé à huit designers d'intérieur québécois de créer divers agencements avec les couleurs les plus représentatives des nouvelles tendances. Les combinaisons sélectionnées se retrouvent par paires sur 36 cartes de couleurs. Autre innovation intéressante: un salon est dessiné en noir et blanc au dos de chaque carte pour aider les clients à imaginer ce que la pièce aura l'air une fois peinte avec les trois couleurs retenues.

«Les consommateurs ne choisissent pas des couleurs tous les jours et ils ont besoin d'outils pour oser», explique Céline Bédard, coloriste et porte-parole en matière des tendances couleurs et designs. «La couleur se ressent, poursuit-elle. C'est difficile de visualiser les différents effets. Les divers agencements proposés donnent confiance aux gens.»

Le fabricant québécois Pein-

ture Laurentide, qui est surtout connu à l'extérieur de Montréal et commence à y percer, vient de son côté de lancer sept cartes de couleurs très originales qui font sensation.

Les six brochures conçues pour la peinture intérieure se distinguent de tout ce qui est offert sur le marché: chacune est consacrée à une des familles de couleurs les plus populaires, soit

le vert, le bleu, le rose, le jaune, l'orange et les teintes naturelles. Dans chaque brochure, sept teintures différentes de la couleur vedette sont représentées de façon dominante.

Chacune d'elles est mariée avec quatre couleurs variées mais complémentaires. Les suggestions sont donc multiples et fort inspirantes.

«Les gens sont généralement

attirés par une couleur en particulier, explique Josette Buisson, vice-présidente marketing et directrice artistique chez Peinture Laurentide, qui a conçu les nouvelles cartes.

«En partant, les consommateurs ont une idée de ce qu'ils veulent. Ils savent qu'ils désirent peindre en vert, par exemple, mais devant un grand présentoir, cela devient compliqué de

faire un choix. Avec nos cartes de couleurs, nous leur faisons des propositions de décoration et non seulement de peinture. Ils peuvent choisir deux ou trois des cinq couleurs suggérées et s'inspirer des autres pour leurs accessoires. Ils peuvent aussi sélectionner des tons plus pâles ou plus foncés. S'il demeure dans le bon dégradé, les teintes s'accorderont aussi bien.»

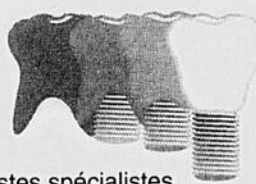
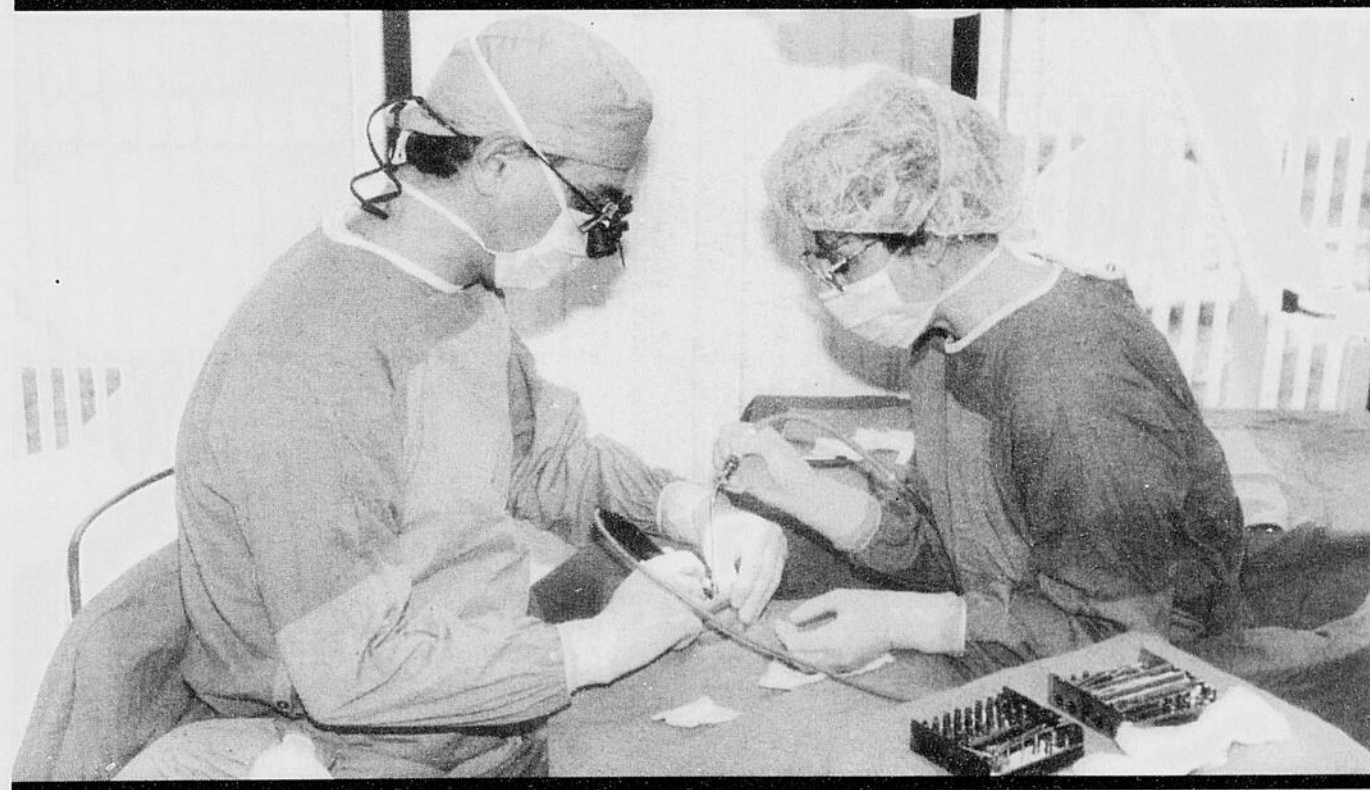
LES IMPLANTS DENTAIRES: la solution à vos problèmes de prothèses

Depuis plus de 30 ans, les implants dentaires de type Branemark mis au point en Suède ont fait leur preuve et facilitent la vie à des milliers de personnes. Les implants constituent aujourd'hui la solution la mieux adaptée aux nombreux problèmes créés par l'édentation.

Ce procédé, éprouvé et fortement recommandé par les professionnels des soins dentaires, permet le remplacement des dents manquantes, peu importe leur nombre, par la mise en place d'un support directement intégré à la structure osseuse de la bouche.

Au Centre d'implantologie de l'Est du Québec, qui dessert toute notre région, de Chibougamau à Sept-Îles, on a regroupé les services de trois dentistes-spécialistes afin d'offrir la gamme complète des services que requiert une implantation réussie.

Consultez ces spécialistes! Ils sauront vous dire quel traitement est le mieux adapté à votre situation. Ils pourront même vous offrir des plans de financement avantageux et vous informer des crédits d'impôt disponibles.



Centre d'Implantologie de l'Est du Québec

1-418-696-0073

289533

Une bonne moquette

Pas que le prix à considérer dans l'achat

par Roger Blackburn

Le prix indiqué sur l'étiquette n'est que l'un des éléments à prendre en considération en examinant une moquette berbère à boucles épaisses, un tapis de Saxe à l'aspect luxueux, un Hot Twist d'entretien facile ou n'importe quel autre tapis pour la maison.

Le prix d'une moquette peut varier de 10\$ à 200\$ la verge carrée - mesure courante - selon la texture, la durabilité et l'épaisseur, éléments dont il faut tenir compte avant de faire son choix. Ainsi, il est préférable de choisir un tapis durable s'il est destiné à une pièce très fréquentée.

La récession a valu certains avantages aux consommateurs qui projettent d'acheter une moquette.

Pour se défaire de leur marchandise, plusieurs fabricants et distributeurs offrent des rabais dont les commerçants font profiter les consommateurs.

Certains vont jusqu'à faire bénéficier leurs clients de l'installation et du sous-tapis gratuits.

«Pour nous, c'est de la foutaise», dit Tony Alimera, gérant du magasin Consumers Carpet, en banlieue de Toronto. «Rien n'est gratuit, c'est qu'il ne vaut probablement pas très cher.»

Prix inclus

M. Alimera dit que les marchands qui font de telles offres incluent généralement les coûts d'installation et du sous-tapis dans le prix de la moquette.

Comme pour la moquette, le coût du sous-tapis varie, le plus épais étant de meilleure qualité, souligne Mme Andy Rosic, de Payless Carpet à Mississauga, en Ontario. Mme Rosic dit qu'il n'est pas rare qu'un sous-tapis coûte 2,50\$ et plus la verge carrée.

Les gens qui possèdent déjà un sous-tapis de bonne qualité et sont en mesure d'installer eux-mêmes leur moquette devraient demander un rabais au magasin, suggère Mme Rosic.

Installation

L'installation est en général calculée à la verge carrée, bien que certains magasins - Eaton, par exemple - mesurent en mètres carrés. (Le mètre carré est légèrement plus grand que la verge carrée. La verge carrée équivaut à 0,8361 mètre carré et la mètre carré équivaut à 1,196 verge carrée.) Les tarifs demandés sont variés.

Il peut être compliqué de prendre les mesures d'une pièce en prévision de l'achat d'une moquette.

Bien que la plupart des magasins ne chargent rien pour ce service, particulièrement si vous vous préparez à acheter chez eux, Mme Rosic dit que certains commerces demandent environ 20\$ pour prendre les mesures.

«C'est une sorte d'assurance pour le propriétaire qui n'a peut-être pas pris ses mesures de façon assez précise», dit-elle. «Le pire qui puisse lui arriver, c'est qu'il fasse tailler la moquette au magasin pour découvrir,

au moment de la livraison, qu'elle est trop petite.»

Les meubles à déplacer

Prévoyez quelques frais additionnels s'il y a des meubles à déplacer. Les poseurs de tapis ne sont pas des déménageurs et certaines entreprises refusent de déplacer une horloge grand-père ou un piano à queue.

Si vous avez l'intention de faire déménager des meubles tels qu'un vaisselier ou une vitrine, retirez-en tous les objets cassants et les tiroirs afin d'éviter les risques inutiles. Le supplément demandé pour déplacer des meubles et les remettre

en place peut varier de 20\$ à 50\$ par pièce. La pose d'une moquette dans un escalier peut aussi entraîner des frais additionnels. Plus le travail est complexe, plus le coût est élevé.

Lorsque le tapis donne sur une chambre ou un corridor dans lequel il n'y a pas de tapis, des bandes de métal sont fixées aux extrémités pour éviter qu'elles ne s'effilochent, au coût d'environ 1,50 \$ le pied.

Frais

Il faut évidemment prévoir des frais supplémentaires si vous ne pouvez enlever le vieux tapis vous-même.

Certains grands magasins

demandent de 1,50\$ à 1,70\$ la verge carrée pour enlever l'ancienne moquette.

Il se peut que vous réalisiez des économies substantielles en achetant des restes de tapis provenant d'un plus gros rouleau - mais Mme Rosic souligne qu'il est indispensable de posséder les mesures exactes.

Plusieurs fabricants offrent des brochures illustrant leurs produits. M. Alimera dit que la seule façon que les consommateurs ont de savoir s'ils font une bonne affaire est de visiter plusieurs marchands, d'effectuer quelques recherches et de poser beaucoup de questions.

(Publicité)

Une chambre d'enfant sécuritaire

par Roger Blackburn

Tous les parents s'accorderont pour dire que s'il est une pièce où la sécurité est primordiale dans la maison, c'est sans contredit la chambre d'enfant. Si vous désirez effectuer des rénovations majeures ou de simples améliorations, plusieurs mesures de sécurité peuvent être prises au moment de la planification des travaux.

Les prises de courant

Différents modèles de prises de courant sont munies de plaques de sécurité qui se referment dès qu'on retire la fiche de l'appareil qui y était branché. Un jeune enfant sera incapable de les ouvrir et, par conséquent, d'y introduire un objet métallique.

La plinthe chauffante: différentes options vous sont offerts.

Les enfants résistent difficilement à l'envie de manipuler les boutons.

Pour leur éviter ces «tentations» vous pouvez opter pour l'installation d'une plinthe chauffante munie d'un thermostat avec contrôle mural.

Le choix d'une plinthe chauffante aux coins arrondis réduira les risques de blessure et permettra aux enfants de jouer plus librement.

Enfin, il est important de vérifier qu'aucun objet (jouets de plastique, papier, couvertures, etc) ne soit dans l'environnement immédiat de la plinthe chauffante.

Les rallonges: des «serpents» dangereux.

Dans la chambre d'enfant, le nombre de rallonges (ou cordons prolongateurs) devrait

être réduit au strict minimum ou simplement bannies, éliminant ainsi les risques de chute et de manipulation dangereuse. Il ne faut pas oublier que les rallonges doivent être utilisées pour un usage strictement temporaire.

Les sources d'éclairage

Les lampes de chevet et cel-

les installées sur la commode et/ou sur la table de travail devraient être munies de fiches et de fils qui soient en excellent état. Les ampoules devraient être adéquatement protégées d'abat-jour suffisamment résistants, réduisant ainsi les risques de brûlure et d'incendie (Ex: dans le cas où l'ampoule entre-

rait en contact avec du papier). Une liaison permanente avec l'enfant.

Dans le cas d'un nouveau-né ou d'un très jeune enfant, un système d'intercom reliant la chambre de l'enfant à celle des parents permet une constante supervision à distance de l'enfant.

(Publicité)

Eclairage

Une salle à manger belle à croquer...

par Roger Blackburn

Trop souvent négligé, l'éclairage de la salle à manger mérite d'être judicieusement planifié afin de vous permettre, ainsi qu'à vos invités, de partager de bons moments en tout confort et en toute sécurité.

Un accessoire indispensable

Le rhéostat (régulateur d'intensité), parce qu'il permet de faire varier et de régler l'intensité de la source lumineuse, est le choix tout indiqué pour la salle à manger. Il vous offre la possibilité d'ajuster l'ambiance de la pièce selon vos besoins.

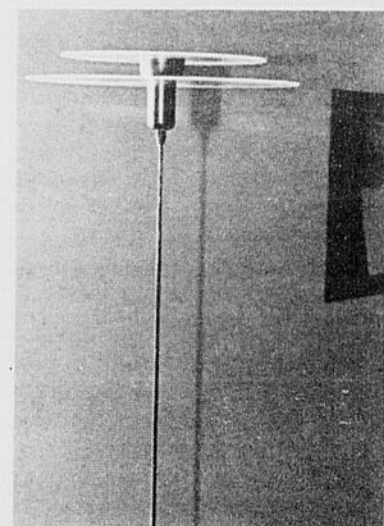
Un éclairage approprié: la clé de la mise en valeur de votre décoration.

Le vaisselier et les tableaux étant des éléments importants de votre décoration, ils convient de choisir un éclairage adé-

quat. Pour ce faire, vous devez installer à l'intérieur du vaisselier ainsi qu'au-dessus des tableaux, des accessoires d'éclairage qui mettront en valeur les objets que vous aimez en les présentant sous leur meilleur jour. N'oubliez pas qu'un tel éclairage exige des interrupteurs et un câblage appropriés, ainsi que des ampoules correspondant au type de luminaires utilisés.

Questions

Ces petits conseils vous assureront une utilisation maximale de votre salle à manger pour votre plus grand confort et sécurité. Toutefois, si vous avez des questions qui demeurent sans réponse, faites appel à un entrepreneur, membre de la Corporation des maîtres électriciens du Québec. Il est le seul



professionnel à pouvoir vous offrir une garantie de confort, de sécurité et de conformité aux normes. Pour un travail sûr... consultez un entrepreneur électricien.

ité)

at

0\$ la
lever

lisez
ielles
tapis
rou-
ligne
pos-

s.
ffrent
leurs
ue la
mma-
t une
r plu-
ctuer
et de
ions.

ité)

e

oier).
avec

u-né
t, un
nt la
e des
ante
e de

ité)

ous
de
ux
r...
ec-



Goûtez la
vinaigrette

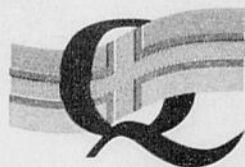
Tio

...

Disponible dans toute
la région et maintenant
dans tout le Québec!



Exigez de votre épicier
la vinaigrette



UN PRODUIT DU
SAGUENAY • LAC-SAINT-JEAN

Tio

ou téléphonez
au:
549-2638

50 HEURES • 50% D'ESCOMPTE • 50% DU PLANCHER

GRANDE VENTE

50 HEURES

50 % D'ESCOMPTE

50 % DU PLANCHER

SUR LES MEUBLES ET ACCESSOIRES

À PARTIR
DU MARDI
25 AVRIL

50 HEURES • 50% D'ESCOMPTE • 50% DU PLANCHER

50 HEURES • 50% D'ESCOMPTE • 50% DU PLANCHER

A24 - LE QUOTIDIEN - CHICOUTIMI CAPITALE COMMERCIALE - Mardi 25 avril 1995

POTVIN TREMBLAY
MEUBLES

1685, boul. Talbot, Chicoutimi, (418) 545-4667

50 HEURES • 50% D'ESCOMPTE • 50% DU PLANCHER