

# Cercles de lumière

juin 2001 – n° 13

**CFDM**

## En direct de la réserve Flying Dust

par Michael Fisher

La ligne des demandes spéciales de la station radiophonique CFDM, à la fréquence 105,7 FM, est presque toujours ouverte. À la station, **Babes Derocher** s'affaire à répondre au téléphone et fait actuellement des pieds et des mains pour dénicher le plus récent disque compact de Green Day, tout en réglant manettes et boutons sur la table de mixage.

Sans perdre une note, les chansons s'enchaînent. Après avoir griffonné une demande spéciale d'un auditeur, l'homme à la voix d'or est prêt à reprendre l'entrevue qu'il nous accordait à même les bureaux de la Première nation Flying Dust.

Il est monnaie courante de jongler avec toutes ces activités lorsqu'on travaille à la plus grande des petites stations de radio dans le Nord-Ouest de la Saskatchewan, comme on se plaît à la qualifier.

De prime abord, CFDM ressemble aux autres stations de radio de tous les

### Les communicateurs autochtones

Du bout à l'autre du Canada, des Autochtones lancent des entreprises dynamiques qui font la conquête du domaine de la communication. Ces sociétés se démarquent tant dans l'univers radiophonique, la production vidéo, la publicité, les services de recherche et de rédaction que dans le secteur des multimédias.



Photo : Jeff Campbell

**Babes Derocher** est l'un des présentateurs les plus appréciés à CFDM, la station radiophonique de la réserve Flying Dust.

coins du pays. Mais après une écoute attentive, il coule de source que CFDM se démarque des autres.

« Plusieurs grandes stations de radio ne trouvent leur motivation que dans les profits, commente M. Derocher. En ce qui nous concerne, nous accaparons les ondes pour d'abord tenir la population au fait des événements d'actualité. Nous sommes des communicateurs avant tout. »

Il y a trois ans, le chef et ses conseillers cherchaient des moyens novateurs d'entrer en communication avec les membres de la collectivité. Voilà d'où a émergé l'idée de créer une station de radio dans la réserve. Par conséquent, le projet qui représentait à l'origine une action entreprise par un gouvernement responsable a vite dépassé les plus belles espérances.

M. Derocher anime une émission de l'après-midi dont la réputation n'est plus à faire. Il en a fait le parfait antidote

de ce qui est ennuyant et artificiel dans le monde de la radio. Le style décontracté et familier de l'animateur témoigne de l'enthousiasme et de la passion qu'il voue à la radio.

« Nous nous efforçons de faire bonne impression; c'est pourquoi nous nous adressons aux gens de la façon que nous aimons que l'on s'adresse à nous. De plus, nous mettons tout en œuvre afin qu'ils prennent plaisir à nous écouter », explique-t-il.

**Ben Lachance**, le directeur de la station, s'était fait vanter les talents de M. Derocher comme meneur de jeu au bingo. C'est pourquoi il a choisi de le mettre à l'épreuve pour le poste d'animateur.

Ainsi, le jeune homme affable, que son père surnomme *Babes*, puisqu'il est le benjamin d'une famille de neuf enfants, a quitté son emploi de jour comme

« En direct de la réserve... »  
suite à la page 2



Affaires indiennes  
et du Nord Canada

Indian and Northern  
Affairs Canada

Canada

« En direct de la réserve... »  
suite de la page 1

agent de conservation pour porter à temps plein le casque d'écoute.

M. Derocher occupait le poste de directeur adjoint au sein de l'équipe mandatée pour donner de l'essor à la station, la raccordant à une centrale électrique locale au moyen d'un satellite de la Missinipi Broadcasting Corporation.

Au fil des jours, des gens vivant à l'extérieur de la collectivité s'ajoutaient au nombre des auditeurs de CFDM. Les entreprises avoisinant Meadow Lake revendiquaient à cor et à cri du temps d'antenne pour leurs annonces publicitaires.

En plus de diffuser de la musique pour tous les âges, CFDM transmet en direct des joutes de l'équipe de hockey locale. Par ailleurs, lorsqu'un commerce ouvre ses portes au sein de la collectivité ou lorsque les élections battent leur plein, les employés de la station se déplacent pour couvrir l'événement.

Qu'importe d'où sont transmises les émissions, CFDM mise sur le volet culturel pour alimenter le succès qu'elle connaît. Le patrimoine des Premières nations fait la fierté de la station, qui lui accorde d'ailleurs une place de choix dans sa programmation. En effet, la langue crie occupe trois heures d'antenne par jour. Les présentateurs s'expriment

tantôt en anglais tantôt en cri. De plus, au moins 20 % de la musique diffusée sur les ondes est d'origine autochtone.

Selon M. Derocher, la radio peut contribuer à faire valoir la culture des Premières nations. En plus d'initier les jeunes aux langues autochtones, elle représente un excellent moyen de les garder vivantes dans le quotidien.

« Les gens tirent vanité de la station de radio, qui est établie en plein cœur de la réserve Flying Dust. Tant que je serai de ce monde, j'assurerai l'existence de CFDM », de conclure M. Derocher en préparant la prochaine série de chansons. ✨

## Uqsiq Communications

# Un entrepreneur à Iqaluit réoriente sa carrière

par Diane Koven

Pour un homme âgé d'à peine plus de 30 ans, **Kirt Eliza Kootoo Ejesiak** a beaucoup voyagé et a acquis une vaste expérience de la vie. Les longs et sinueux méandres de ses voyages l'ont finalement ramené à Iqaluit, ville où il a grandi et fait ses preuves comme jeune entrepreneur prospère.

Son diplôme en sciences appliquées de l'Acadia University, en Nouvelle-Écosse, allié à ses voyages de par le monde ont été pour lui des sources d'inspiration au moment de lancer Uqsiq Communications, une entreprise en pleine expansion.

M. Ejesiak travaillait en Espagne lorsqu'il a fait la rencontre de **Rannva Simonsen**, architecte et créatrice-dessinatrice originaire des îles Féroé dans l'Atlantique Nord.

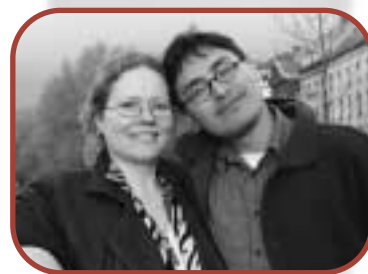
En 1996, M. Ejesiak a regagné sa ville natale, amenant avec lui celle qui était devenue sa compagne de vie et sa partenaire en affaires. C'est à ce moment qu'il a choisi de quitter l'ingénierie, son domaine de spécialisation jusqu'alors. Il avait travaillé à temps partiel pour la presse écrite et la télévision et souhaitait se consacrer pleinement au domaine de la communication en général. « À l'époque, rares étaient les entreprises qui appartenaient aux Autochtones,

explique-t-il. Je tenais à prouver qu'il nous était possible de nous lancer en affaires, et ce, de notre propre chef. »

Ce fut une tâche des plus laborieuses que de démarrer une entreprise, le moment étant peu opportun et l'endroit, mal choisi. « J'avais le sentiment d'être la personne la plus seule au monde. Personne n'était apte à m'aider. Je n'avais d'autre choix que de faire confiance à mon instinct. »

Au tout début, M. Ejesiak a dû remuer ciel et terre pour se dénicher un emploi. Jamais il n'a baissé les bras, convaincu que le moment propice se présenterait. « Je voulais donner naissance à mon entreprise avant la création du Nunavut, sachant que le climat des affaires serait bouleversé, avoue-t-il. Avant 1999, le gouvernement ne nous avait jamais alloué de contrat. Toutefois, le vent a tourné après l'établissement du nouveau gouvernement. À l'heure actuelle, nous décrochons la majorité de nos contrats auprès du gouvernement », de poursuivre M. Ejesiak, directeur artistique et président de l'entreprise.

Étant un entrepreneur avisé, M. Ejesiak cherche toujours à combler le créneau de ce marché. « Nous nous spécialisons dans la conception, l'impression et la publication. Nous envisageons



**Kirt Eliza Kootoo Ejesiak et Rannva Simonsen**, son épouse, se sont associés pour créer Uqsiq Communications.

la possibilité d'élargir la gamme de nos produits en offrant des cyberservices, comme la formation à distance et la diffusion dans le Web », explique-t-il. M. Ejesiak considère qu'Uqsiq Communications est la seule entreprise de communication visuelle et de graphisme à être gérée par des Inuits et à leur appartenir exclusivement.

En 1999, M. Ejesiak s'est vu décerner par la Banque de développement du Canada le Prix aux jeunes entrepreneurs pour le Nunavut.

Son sens des affaires ne s'arrête pas là, cette fructueuse entreprise de communication n'étant qu'un commencement. Son épouse et lui possèdent un club

« Uqsiq Communications... »  
suite à la page 7

# Prairie Dog Productions Ltd.

## Les relations sur le grand écran

par Raymond Lawrence

**P**our **Ron Scott**, cinéaste à Edmonton, les relations sont primordiales, qu'il s'agisse de relations entre père et fils, entre mère et fille ou entre les cultures. Par l'intermédiaire de son entreprise, la Prairie Dog Productions Ltd., ce diplômé de la Vancouver Film School a cerné les nuances qui émergent des diverses relations et tente de les faire connaître au public.

Père de quatre enfants et époux à temps plein, M. Scott a su allier son amour du cinéma au plaisir qu'il éprouve à analyser les relations en général. L'industrie cinématographique lui permet de partager sa passion avec un vaste auditoire tout en jetant la lumière sur les diverses interactions entre les êtres humains. « J'ai toujours adoré les films et j'avais l'ambition de devenir cinéaste, explique M. Scott. J'ai d'abord exercé le métier d'acteur. Toutefois, après avoir fait l'analyse de films cinématographiques, j'aspirais à prendre place de l'autre côté de la caméra. Je me suis donc inscrit à l'école de cinéma. »

M. Scott a rédigé des scénarios et a assuré la direction ainsi que la réalisation de films. L'expérience lui a prouvé que son cœur penchait davantage pour l'écriture et la réalisation cinématographiques. « Il suffit de comprendre la complexité du processus pour s'abstenir de porter des jugements sans fondement ainsi que pour devenir très clément à

Ron Scott produit des documentaires qui portent sur les relations interpersonnelles.



l'égard des nombreuses décisions qui sont prises et des circonstances qui ont mené à la naissance d'un film », commente-t-il en faisant référence au travail d'autres cinéastes.

M. Scott a réalisé des documentaires portant sur les interactions avec la famille et les amis dans divers contextes. « J'ai pris conscience de la dynamique qui naît dans certaines situations et j'y prends plaisir. Bien qu'elles soient fondamentales, les relations que nous entretenons et l'influence qu'elles exercent sur la société tendent à être reléguées aux oubliettes », poursuit M. Scott.

« Je cherche à explorer la question, à décortiquer les relations dans le but de découvrir ce qui motive les gens à agir de la sorte pour ensuite amener les spectateurs à procéder à l'analyse de leur propre situation. » Par exemple,

en réalisant son film antigang intitulé *Consequences*, M. Scott a voulu véhiculer un message précis : choisir d'appartenir à une bande n'est pas exempt de répercussions.

« Mon public est certes une source de motivation. J'espère que mon enseignement avive des réflexions afin que les gens soient portés à changer leur mode de vie, à l'améliorer, affirme-t-il. Par ailleurs, faire de la recherche me stimule tout autant qu'écouter et comprendre les autres. »

M. Scott a également préparé un documentaire sur les pères et les fils. Une telle réalisation a mérité des commentaires favorables du public, particulièrement des femmes, qui a révélé être plus à même de comprendre la dynamique qui se dégage de sa propre sphère familiale.

« Mon travail me permet de mieux percevoir mon environnement et de découvrir que j'évolue en tant qu'être humain. Les gens me captivent, et cette fascination m'amène à comprendre les diverses cultures. À mon avis, la société contemporaine a besoin d'être éclairée à cet égard. C'est pourquoi j'ai à cœur de présenter les faits tels qu'ils sont », de conclure le cinéaste afin de résumer ses 10 années d'expérience derrière la caméra.

Pour obtenir plus de renseignements sur la Prairie Dog Productions Ltd., veuillez composer le (403) 413-9047. \*

*Raymond Lawrence est un rédacteur à la pige d'ascendance ojibway et européenne.*

### En vedette

CFDM (Saskatchewan) .....	1
Uqsiq Communications (Nunavut) .....	2
Prairie Dog Productions Ltd. (Alberta) .....	3
Mosquito Point: Wordsmiths, Illustrators and Productions (Ontario) ....	4
Theytus Books Ltd. (Colombie-Britannique) .....	5
zmacnewmedia.com (Saskatchewan) .....	6
Net Little Palmtop (Colombie-Britannique) .....	7
Les Productions Taqramiut Inc. (Québec) .....	8
Diane Poirier, Poirier Communications Ltd. (Ontario) .....	Portrait

# Mosquito Point: Wordsmiths, Illustrators and Productions

## Un heureux mariage entre l'art du spectacle et la communication

par Heather Sherratt

**P**aula du Hamel a fait ses débuts sur le marché de l'emploi en tant que danseuse contemporaine. Elle a poursuivi ses études en côtoyant les Ballets jazz de Montréal et le Sydney Festival Ballet, troupes auxquelles elle a adhéré en tant que danseuse et chorégraphe. Ses activités à titre de chorégraphe, de danseuse et d'enseignante lui ont fait voir du pays, lui permettant de voyager dans tous les coins de l'Amérique du Nord, de l'Europe, de l'Afrique et de l'Australie. En plus de danser comme artiste invitée avec le Ballet national du Canada, elle a participé à des tournées internationales en tant qu'ambassadrice de l'art du spectacle. C'est ainsi qu'elle a acquis une vaste expérience dans l'organisation de spectacles sur scène, notamment à Londres, en Angleterre, et à Tokyo, au Japon.

En 1990, M<sup>me</sup> du Hamel a quitté sa carrière remplie de succès dans l'intention de s'inscrire à la Carleton University, à Ottawa. Elle aspirait à parfaire ses connaissances et ses compétences en communication par l'entremise de spectacles, d'événements spéciaux, de conférences et de l'écriture.

Avant tout, M<sup>me</sup> du Hamel désirait exploiter ses multiples talents en sensibilisant le grand public à la réalité des Premières nations contemporaines, à leur histoire et à leurs cultures. C'est ainsi que Manotick, en Ontario, a vu naître Mosquito Point, une entreprise diversifiée, spécialisée en communication.

M<sup>me</sup> du Hamel compte quatre diplômes à son actif, dont un baccalauréat en éducation. Par l'intermédiaire de Mosquito Point, elle offre de l'enseignement culturel à un vaste public, que ce soit par ses écrits, sa recherche, ses présentations ou sa participation à des symposiums et à des conférences. En montant sur des scènes internationales, elle a acquis les compétences voulues pour transmettre son message au moyen de la musique, la danse et la chanson. Elle a fait partie de groupes intéressés à promouvoir les cultures autochtones lors de divers événements à Ottawa, comme Bal de neige, le Festival canadien des tulipes et les célébrations de la Fête du Canada. Mosquito Point propose aussi des services de conception et de production de toiles de fond, de décors et d'accessoires agrémentant les spectacles et les événements spéciaux.

En partenariat avec Affaires indiennes et du Nord Canada (AINC), M<sup>me</sup> du Hamel participe au programme de visites scolaires. Conçu pour initier les élèves des niveaux élémentaire, secondaire et postsecondaire à l'histoire ainsi

qu'aux cultures autochtones, le programme a sensibilisé plus de 36 000 personnes jusqu'à maintenant.

M<sup>me</sup> du Hamel a aussi préparé, pour le compte d'AINC, des activités éducatives destinées aux enfants, dont un jeu à fabriquer soi-même appelé *Canards*. Il s'agit d'un jeu-questionnaire portant sur les Autochtones et leurs cultures.

Elle fait également de la recherche en vue d'évaluer la possibilité de créer une maison d'accueil au Panama où seraient hébergés les touristes devant se déplacer en chaise roulante ou ayant une mobilité réduite.

L'expérience diversifiée de M<sup>me</sup> du Hamel, son enthousiasme débordant de même que l'heureux mariage de ses compétences artistiques et scolaires se sont révélés des atouts de taille pour faire connaître la richesse des cultures autochtones par l'entremise de Mosquito Point.

Pour obtenir plus de renseignements sur Mosquito Point, veuillez composer le (613) 692-3139. ✨



Avant de lancer son entreprise de communication, Paula du Hamel a voyagé dans tous les coins du monde à titre de danseuse.

## Pleins feux sur les auteurs autochtones

par Ruth McVeigh

La société Theytus Books Ltd. est la première maison d'édition au Canada dont des Autochtones sont propriétaires et assurent la gestion. Elle aspire à devenir une société d'édition consacrée entièrement aux auteurs des Premières nations et à publier des livres portant exclusivement sur des sujets qui revêtent de l'importance pour les Autochtones.

Bon nombre d'auteurs autochtones de prestige, comme **Lee Maracle**, **Maria Campbell**, **Jeanette Armstrong**, **Howard Adams**, **Drew Hayden Taylor** et **Beatrice Culleton**, publient leurs livres par l'entremise de Theytus, contribuant ainsi à bonifier sans cesse l'image de l'entreprise.

Selon M<sup>me</sup> Maracle, Theytus ne signe que des livres de prédilection portant sur la fiction, le non-romanesque et la poésie de même que des livres destinés aux enfants. La société publie également des nouvelles, des livres d'art et des périodiques. *Crisp Blue Edges*, une anthologie rédigée par **Rasunah Marsden**, présente des textes non romanesques d'une grande créativité. Au cours des 20 dernières années, l'entreprise a édité plus de 90 titres.

Fondée en 1980 par **Randy Fred**, à Nanaimo, Theytus (qui signifie « préserver aux fins d'héritage » dans la langue salish) a été incorporée en 1981. L'année suivante, le En'owkin Centre, organisme créé par les six Premières nations que représente l'Okanagan Indian Educational Resources, en a fait l'acquisition. Dès lors, il a déniché de nouveaux locaux dans l'intention de déménager la société à Penticton. Le centre a choisi d'adopter une approche globale afin d'offrir un enseignement approprié aux Premières nations.

Désormais, Theytus appartient à l'Okanagan Indian Educational Resources, une filiale du En'owkin Centre. Elle compte dans son effectif **Greg Young-Ing**, directeur-rédacteur en chef, de même que **Florene Belmore**, responsable de la production et de l'exécution. Chacune des six Premières



**Florene Belmore et Shirley Louis,**  
deux employées chez Theytus Books Ltd.

nations dans l'Okanagan est représentée au conseil d'administration de Theytus. En s'associant avec le En'owkin Centre, la maison d'édition peut choisir parmi une foule d'écrivains renommés, qui s'occupent d'y offrir de l'enseignement. De plus, elle a l'avantage de pouvoir recourir aux services d'enseignants d'expérience, chargés de s'acquitter à tour de rôle de la fonction de membre du comité de rédaction. Ainsi, les membres permanents assurent une certaine constance au sein de l'entreprise, et les nouvelles idées qu'apportent les membres permutants contribuent à maintenir un bon équilibre.

L'entreprise veille à ce que le processus rédactionnel enrichisse le tout nouveau souffle qui caractérise la littérature autochtone. C'est pourquoi Theytus ne se conforme pas nécessairement à des règles et à des pratiques de rédaction préétablies. Par exemple, l'*Akwe:kon Journal*, vol. X, n° 1, déclarait que, dans l'œuvre de **Kim Blaeser**, auteure ojibway, la voix des animaux, les messages que transmettent les esprits de même que les phénomènes naturels des temps anciens, du présent et de l'avenir, viennent démontrer que, dans la mentalité autochtone, tous les instants, quels qu'ils soient, sont intimement liés et que les actions transcendent le temps.

En 1995, Theytus a tenu une conférence où étaient réunies des maisons d'édition autochtones de partout au pays.

Organisée au Harbour Centre de la Simon Fraser University, à Vancouver, la rencontre regroupait 39 représentants autochtones venant notamment des États-Unis, de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande. L'année suivante, Theytus était l'hôte de la 5<sup>e</sup> édition de *Returning the Gift*, le festival des écrivains autochtones. Cet événement, qui se déroule chaque année dans un endroit différent, vise à rendre hommage aux talents des Autochtones.

En 2000, Theytus a publié deux livres, soit *Kou-Skelowh* et *Further Adventures of a Blue Eyed Ojibway*, qui ont mérité le prix BC2000 Book Awards. *Kou-Skelowh* a également été décoré de la mention Children's Choice Award, décernée par le Canadian Children's Book Centre.

Le Conseil des arts du Canada, le British Columbia Arts Council et Patrimoine Canada encouragent la maison Theytus en lui versant des contributions globales. Membre active de l'Association of Book Publishers of British Columbia, du Literary Press Group of Canada et de l'Association of Canadian Publishers, l'entreprise finance également ses activités au moyen de recettes tirées des ventes et d'autres subventions.

Pour obtenir plus de renseignements sur Theytus, veuillez composer le (250) 493-7181. ★

## Des cartes professionnelles informatisées

par Michael Fisher

Originaire de la Première nation de Big River, en Saskatchewan, **Lee McAdam** envisage d'ajouter un tout nouveau produit à la gamme d'outils multimédias offerts à Saskatoon. Et zmacnewmedia.com, sa toute nouvelle entreprise chargée notamment de concevoir et de fabriquer des cartes professionnelles sur CD-ROM, lui permettra de réaliser ses aspirations.

Âgé de 22 ans, M. McAdam a imaginé le concept de son entreprise lorsque le voyage qu'il avait entrepris à l'étranger, sac au dos, s'est transformé en un véritable cauchemar : il s'est retrouvé derrière les barreaux, accusé d'un délit qu'il n'avait pas commis. L'année dernière, M. McAdam enseignait l'anglais à Saint-Petersbourg, en Russie. L'incident hors du commun qui l'a opposé aux forces policières lui a fait apprécier son chez-soi, de l'autre côté du globe.

« Je quittais la station de métro après une journée de travail lorsque des policiers m'ont pris à l'écart. Après avoir saisi tous les documents que j'avais en main, ils m'ont passé les menottes aux poignets et m'ont jeté au fond d'une Lada », se rappelle-t-il.

Le voyageur a passé huit heures en prison, sans connaître le motif de son arrestation ni le moment de sa remise en liberté. Cet instant a semblé durer une éternité. Cependant, son séjour en prison l'a amené à étudier la situation sous une nouvelle perspective.

« J'ignorais jusqu'alors les nombreuses possibilités qui m'étaient offertes au Canada. Je me suis fait la promesse que, si je retrouvais ma liberté, je créerais ma propre entreprise dès mon retour. » En sortant de prison, M. McAdam a marché jusqu'à l'aéroport, n'ayant aucun sou en poche. Destination : Canada. À son arrivée au pays, il s'est employé à tenir sa promesse.

Le conseil tribal de Saskatoon a mis sur pied un programme à l'intention des jeunes. Grâce à ce programme, M. McAdam a pu décrocher un emploi à la Saskatchewan Aboriginal Business Association Inc. en février 2000. Malgré son expérience limitée, il a rapidement gravi les échelons, pour finalement s'acquitter de la fonction de cadre. Dès le mois d'août, il a choisi de devenir travailleur autonome à temps plein.

La plupart des adeptes de la technologie sont à l'affût des nouvelles tendances dans le domaine.

Cette précieuse qualité a d'ailleurs amené M. McAdam à anticiper un créneau pour son produit d'avant-garde. L'homme d'affaires est d'avis que le terme *carte professionnelle sur CD-ROM* ne rend pas justice à la réalité de ce dynamique outil multimédia. Il s'agit en fait d'un CD-ROM à grande capacité, à peu près de la taille d'une carte d'affaires; on peut en visionner le contenu sur un lecteur de CD-ROM standard. Les applications qui viennent agrémenter

le produit, aux points de vue de l'audiovidéo, des graphiques et de l'animation, du texte et des photos, n'ont pour limites que l'imagination.

« Au moment de préparer une présentation, on peut élaborer une mise en scène en recourant à la carte professionnelle informatisée et aux multimédias. Ainsi, il est possible de recycler l'information en la transmettant au moyen d'un nouveau média. Il suffit de peaufiner le tout pour voir naître un produit totalement différent », explique M. McAdam.

Au fil des années, il a découvert que la plupart des dépliants et des autres documents distribués lors de salons des carrières ou de foires pour les jeunes sont souvent laissés sur un banc d'autobus ou au fond d'un casier, jusqu'à ce qu'on oublie définitivement leur existence. « L'information qui y était véhiculée n'exerce alors aucune influence et devient donc fondamentalement inutile », a-t-il poursuivi.

En comparaison, la carte professionnelle sur CD-ROM est digne d'intérêt et amusante. En plus d'être peu encombrante, elle peut stocker une foule de renseignements. Aux dires de M. McAdam, la carte peut capter l'intérêt de tous, car elle communique son message en faisant appel à presque tous les sens. Bien qu'environ 9 personnes sur 10 ignorent l'existence de la carte professionnelle informatisée, M. McAdam prend plaisir à en faire de nouveaux adeptes.

« Si je n'avais pas foi en mon produit, j'irais m'enrôler dans l'armée. À mon avis, la carte professionnelle sur CD-ROM constitue un outil indispensable. Et ce n'est pas parce que j'en suis le promoteur, mais bien parce qu'elle offre d'innombrables possibilités », de conclure M. McAdam.

Pour obtenir plus de renseignements, veuillez composer le (306) 955-8574. ★

zmacnewmedia.com



La compagnie qu'a lancée **Lee McAdam** conçoit et fabrique des cartes professionnelles sur CD-ROM.

## Net Little Palmtop

# Les ordinateurs de poche : concept idéal pour un entrepreneur en Colombie-Britannique

par Raymond Lawrence

**A**lex Collins, un jeune homme d'affaires établi en Colombie-Britannique, a les pieds solidement ancrés depuis qu'il a su conquérir le marché croissant des ordinateurs de poche.

Ce marché amorce à peine son envol. Aux dires de l'entrepreneur de 28 ans, ces petits appareils électroniques ne sont que de simples carnets d'adresses nettement améliorés. Il suffit de savoir les utiliser pour pouvoir tirer profit de cette nouvelle technologie.

M. Collins est toujours disposé à aider ses clients. Net Little Palmtop, l'entreprise qu'il a fondée, assure la vente d'ordinateurs de poche, élabore des bases de données et conçoit des applications en vue d'optimiser l'utilisation de ses produits. Depuis le lancement de son entreprise il y a deux ans, M. Collins travaille constamment à accroître sa clientèle en offrant un service professionnel hors pair.

« Voilà environ 10 ans que j'œuvre dans le domaine des ordinateurs de poche », avoue M. Collins. Son diplôme d'entretien d'ordinateurs lui a ouvert les portes d'une entreprise chargée de vendre des ordinateurs de poche et des piles. Tandis qu'il s'acquittait de la fonction de réparateur, il s'est vite aperçu que la clientèle réclamait des services que l'entreprise n'offrait pas.

Certains cherchaient un moyen de rendre leur appareil de poche compatible avec leur ordinateur, alors que d'autres voulaient apprendre à se servir d'un ordinateur de poche et à sauvegarder des données. Les clients s'adressaient donc directement à M. Collins. « J'accomplissais beaucoup de travail à temps partiel hors des murs de l'entreprise. J'ai aussitôt pris conscience que j'éprouvais plus de satisfaction à travailler à mon propre compte. »

Après avoir vainement tenté de convaincre son employeur d'élargir la gamme de services de son entreprise,

M. Collins a décidé de se lancer en affaires. Les relations qu'il avait établies avec des gens de l'industrie et les quelques clients qui avaient déjà eu recours à ses services lui ont servi de tremplin. « Heureusement, j'avais cultivé de bonnes relations, admet-il, car au moment où j'ai quitté mon emploi, l'argent me faisait défaut. En fait, les temps ont été très difficiles. J'ai vécu une année et demie de disette. »

En ce moment, M. Collins ne cesse d'imaginer de nouveaux services à présenter à ses 1 200 clients réguliers, tout en s'évertuant à les tenir au fait des nouveautés.

« Net Little Palmtop explore toutes les possibilités et sait s'adapter aux besoins des clients, souligne-t-il. Nous vendons des ordinateurs de poche, y compris des produits de pointe que très peu de magasins au Canada offrent. Je les maintiens en stock dans l'intention de satisfaire aux exigences des entreprises dont les activités sont axées sur la clientèle. »

Outre la formation qu'il donne, M. Collins propose des systèmes de gestion de l'information pouvant être intégrés aux ordinateurs de poche. De tels systèmes enseignent aux clients la gestion efficace du temps et de l'information. « Je déploie beaucoup d'efforts pour trouver le système qui convient aux besoins de l'entreprise. Ensuite, je m'assure que l'ordinateur de poche s'intègre bien au nouveau système », ajoute-t-il.

À l'heure actuelle, M. Collins fait appel aux services d'un programmeur principal. Toute surcharge de travail est confiée à des sous-traitants. L'homme d'affaires a l'ambition d'offrir bientôt des services de gestion de projet afin de donner un certain élan à son entreprise. Pour ce faire, il compte embaucher trois autres personnes. « Il me faut parfois travailler jusqu'à 16 heures par jour, mais je n'ai jamais espéré connaître le succès du jour au lendemain. Je crois que

le fruit de nos efforts repose sur des assises solides. »

Pour obtenir plus de renseignements, veuillez composer le (604) 689-4263. \*

### « Uqsic Communications... » suite de la page 2

de kayak, qu'ils exploitent durant la période estivale, louant l'équipement et offrant des visites guidées. Ils sont aussi copropriétaires d'une entreprise de services de réponse téléphonique et de soutien administratif ainsi que de quatre édifices offrant une vue sur la plage. De plus, ils s'emploient à créer une société parapluie, baptisée By the Red Boat, qui regroupera toutes leurs entreprises actuelles et à venir.

« Nous avons entrepris des démarches fort audacieuses. Mon épouse et moi avons appris que les refus que nous essayons sont rarement définitifs. L'infranchissable n'existe pas; nous ne rencontrons que des défis et nous nous sentons d'attaque pour les relever », conclut M. Ejesiak.

Pour obtenir plus de renseignements sur Uqsic Communications, veuillez composer le (867) 979-2055. \*

Cercles de lumière est publié par Affaires indiennes et du Nord Canada.

Production : Anishinabe Printing  
Rédactrice en chef : Wendy MacIntyre  
Révisseurs françaises : Jacinthe Bercier et Line Nadeau

Veuillez adresser toute correspondance, suggestion ou demande à *Cercles de lumière*, Direction générale des communications, bureau 1901 Affaires indiennes et du Nord Canada Les Terrasses de la Chaudière Ottawa (Ontario) K1A 0H4

N° de téléphone : (819) 953-9349

Publié avec l'autorisation du ministre d'Affaires indiennes et du Nord Canada

Ottawa, 2001

QS-6145-013-BB-A1

www.ainc-inac.gc.ca



Imprimé sur  
du papier recyclé

## Les Productions Taqramiut Inc. À la découverte des Inuits

par Annabelle Dionne

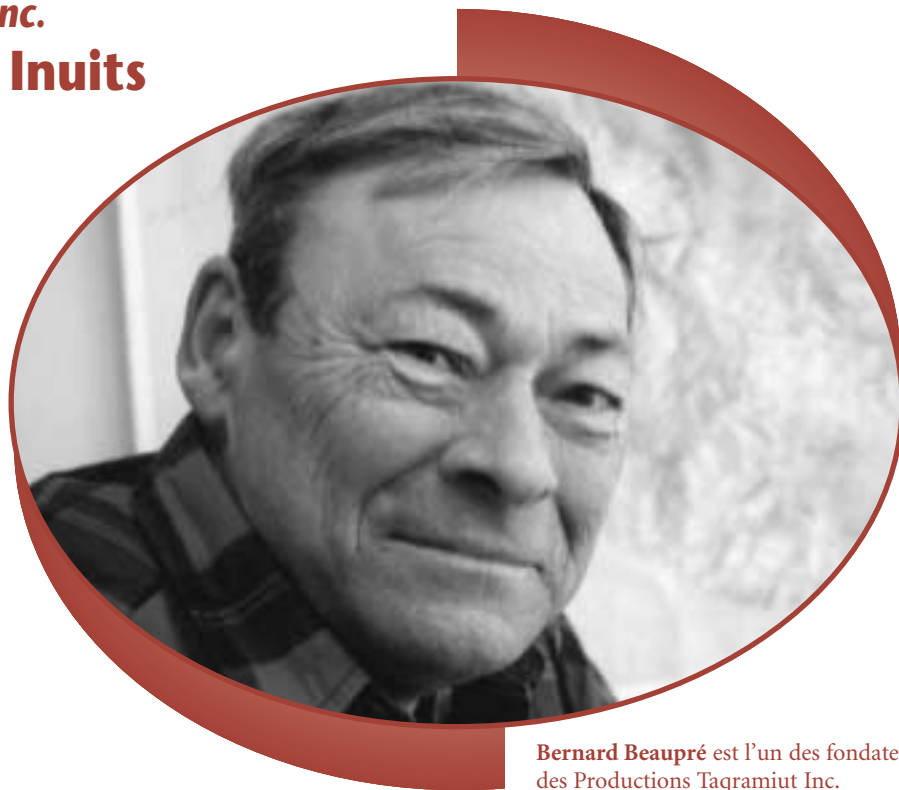
Les Productions Taqramiut Inc. est l'une des seules maisons de production au Québec à appartenir entièrement à des Inuits et à réaliser des documentaires portant sur les Autochtones. Fondée en 1996, elle compte déjà une impressionnante vidéographie.

Les Productions Taqramiut Inc. est en fait une filiale commerciale de Taqramiut Nipingat Inc., une station radiophonique et télévisuelle communautaire inuite implantée depuis 26 ans au Nunavik, dans le Nord québécois. Les deux sociétés ont pour mission de promouvoir la culture inuite. Par contre, Les Productions Taqramiut Inc. produit des documentaires destinés tout particulièrement aux marchés national et international.

« Pour donner aux films un cachet autochtone, des Inuits sont initiés à la rédaction de scénarios, à la recherche, aux prises de vue, au montage et même à la réalisation », explique **Bernard Beupré**, l'un des fondateurs des Productions Taqramiut Inc. « Les Inuits sont sans doute les plus aptes à parler de leur histoire et de leur culture. J'aimerais qu'ils se considèrent aussi compétents que les non-Autochtones dans l'exercice du métier. » Les Productions Taqramiut Inc. met donc tout en œuvre afin de procurer aux Inuits les outils dont ils ont besoin pour atteindre un tel objectif.

« La création d'Aboriginal Peoples Television Network en 1999 a donné le coup d'envoi à l'entreprise », souligne M. Beupré. De fait, une importante part des revenus de l'entreprise est issue des films réalisés pour le compte de ce réseau. Le reste des recettes est tiré soit de productions corporatives, soit d'autres chaînes de télévision.

« En plus d'offrir des services de post-synchronisation et de traduction en anglais, en français ainsi qu'en diverses langues autochtones, nous mettons à profit nos compétences en



**Bernard Beupré** est l'un des fondateurs des Productions Taqramiut Inc.

logistique nordique afin de servir les compagnies de production dans le Sud du pays et surtout celles en Europe. Nous organisons et escortons des équipes de tournage à l'étranger mandatées pour travailler dans un environnement autochtone », d'ajouter M. Beupré.

Bien qu'il soit d'origine montagnaise, M. Beupré travaille depuis plus de 30 ans au Nunavik. Sa connaissance de la culture inuite lui est certes d'une grande utilité lorsque vient le moment de planifier des activités de production en milieu nordique. « Organiser le tournage d'un film exige une vaste connaissance des habitudes de vie des Inuits », précise-t-il. Des événements tels que la migration des outardes et des caribous ou encore la chasse au morse et au béluga peuvent dénuder un village entier de ses occupants. « Les scénarios que nous rédigeons présentent toujours deux volets : un volet moderne et l'autre traditionnel. Si tous les résidents sont partis à la chasse, il nous est possible de les rejoindre et d'y réaliser notre scénario. »

Les Productions Taqramiut Inc. a recours à une main-d'œuvre autochtone

pour travailler à son centre administratif établi à Montréal et dans les villages du Nunavik. « Puisque Taqramiut Nipingat Inc. dispose de bureaux à Salluit, Puvirnituk et Kuujuaq, nous faisons souvent affaire avec les résidents de ces régions », note M. Beupré.

Les collectivités inuites peuvent jouir des importantes retombées économiques que génère Les Productions Taqramiut Inc. « D'énormes sommes sont consacrées à l'achat de billets d'avion auprès d'Air Inuit et de First Air, aux frais d'hôtels, de restaurants ou de guides et à la location de motoneiges ou de canoës. De fait, environ 80 % de telles dépenses sont engagées dans le Nord. »

L'objectif que vise Les Productions Taqramiut Inc. est d'offrir aux Inuits la formation dont ils ont besoin pour réaliser eux-mêmes des films dans leur propre environnement afin de répondre aux exigences de la production commerciale.

Pour obtenir plus de renseignements sur Les Productions Taqramiut Inc., veuillez composer le (514) 637-8284. ✱



# Portrait

## Communicatrice audacieuse

Diane Poirier  
Ojibway

Présidente et fondatrice de Poirier Communications Ltd.

par Wendy MacIntyre

« J'ai visité plus de 200 collectivités inuites, métisses et des Premières nations aux quatre coins du pays. En m'adressant aux membres, j'ai pu recueillir leurs observations. C'était fantastique. Les commentaires qui m'ont été formulés ont donné le souffle créateur à la division de la publicité de Poirier Communications Ltd. »

Tout récemment, **Diane Poirier** célébrait le 10<sup>e</sup> anniversaire de son entreprise de communication, abritée dans un édifice de deux étages en briques rouges dans le quartier est d'Ottawa. Plus d'un désigne Poirier Communications Ltd. comme la première agence de publicité multiservices autochtone. En effet, l'entreprise a offert des services de communication à plus de 30 organisations autochtones et institutions fédérales. Elle se consacre aux activités destinées aux Autochtones que mettent de l'avant trois ministères fédéraux : Santé Canada, Justice Canada de même qu' Affaires indiennes et du Nord Canada.

Par ailleurs, Poirier Communications Ltd. a été la promotrice des Cercles de discussion, activité au cours de laquelle des groupes témoins étaient appelés à soulever la question des cultures et des traditions autochtones. De plus, l'Assemblée des Premières Nations et l'Aboriginal Peoples Television Network se laissent régulièrement séduire par les services de publicité et de communication qu'offre l'entreprise.

M<sup>me</sup> Poirier s'enorgueillit du respect que son entreprise s'est gagné au sein des collectivités autochtones. « Bien sûr, Poirier Communications Ltd. est une entreprise, mais c'est bien plus encore. Il s'agit presque d'une mission que je souhaite accomplir pour les collectivités, car elles m'ont beaucoup apporté », explique-t-elle.

Au moment de faire ses premières armes dans le monde de la publicité, elle n'avait ni formation ni scolarité. Cependant, son admirable détermination et son esprit aventurier lui ont donné un certain élan. « Je ne craignais pas de me lancer dans l'aventure. J'apprends très vite. »

Diane Poirier est issue d'une famille Matchequis, qui fait partie de la Première nation de Brunswick House, dans le Nord de l'Ontario. À l'instar de nombreux enfants des Premières nations ayant vécu dans les années 50, elle a été adoptée par une famille non autochtone. Elle a grandi avec ses parents adoptifs francophones à Kapuskasing, où elle a entrepris des études la menant à l'obtention d'un diplôme de 12<sup>e</sup> année.

À l'adolescence, elle a senti le besoin de retrouver ses racines. « J'éprouvais beaucoup de colère. J'avais l'impression qu'on m'avait dépouillé d'une certaine partie de ma vie », avoue-t-elle. Son père adoptif, une personne qu'elle vénère, lui a donné un coup de main lorsqu'elle est partie en quête de ses véritables parents.

M<sup>me</sup> Poirier a finalement fait la rencontre du frère de sa grand-mère; une expérience qu'elle décrit comme une véritable découverte. Les sages et sa famille l'ont aidée par leur enseignement, leur encouragement et leur appui. « Ce fut une expérience stimulante », affirme-t-elle. Et ce nouvel élan lui a permis de réagir différemment à l'égard du racisme dont elle a été victime dans le Nord de l'Ontario. Plutôt que de protester, elle s'est évertuée à sensibiliser les gens.

À l'âge de 17 ans, M<sup>me</sup> Poirier a manifesté son intention d'aller visiter le fils de ses parents adoptifs, un prêtre en mission aux Philippines, causant instantanément un torrent d'émotions. Elle a entamé des études universitaires en pays asiatique, où elle a d'ailleurs élargi son cercles d'amis. Un an plus tard, le Nord ontarien l'accueillait de nouveau.

À 20 ans, M<sup>me</sup> Poirier donnait naissance à son premier enfant. Mère célibataire, elle a consacré trois années de sa vie à élever sa fille dans un climat de sécurité. Par la suite, elle s'est laissée tenter par Ottawa, ville où elle est déménagée avec sa fille et où elle est parvenue à décrocher un emploi de commis à la Commission de la capitale nationale (CCN). C'est en œuvrant au sein de cette société d'État chargée d'administrer les terrains de la capitale et les attractions touristiques que M<sup>me</sup> Poirier a admis la nécessité d'organiser des visites guidées à l'intention des touristes.

Les visites guidées qu'a préparées M<sup>me</sup> Poirier ont connu un succès retentissant. Cependant, guidée par son audace, la communicatrice a vite fait de partir en quête d'un nouveau défi. Ainsi, la CCN lui a confié la responsabilité de gérer les services

offerts aux visiteurs à l'occasion de Bal de neige et de la Foire d'hiver d'Ottawa. Pendant quatre ans, M<sup>me</sup> Poirier s'est occupée des personnalités invitées et a assuré la promotion de Bal de neige à titre d'attraction touristique.

Son travail lui a fait prendre conscience à quel point bon nombre de non-Autochtones méconnaissent l'histoire et les cultures des Premières nations. « De discussions en discussions, je me rendais compte qu'il fallait sensibiliser la population. Je m'y consacrais jour après jour, jusqu'à ce que l'idée me vienne d'en faire un emploi rémunéré. »

M<sup>me</sup> Poirier a donc quitté son emploi à la CCN, faisant du même coup ses adieux à la sécurité financière. En réalisant qu'il allait devoir vivre au dépens d'une seule source de revenu, son conjoint a été, au départ, en proie à quelques inquiétudes.

Après deux semaines de mûres réflexions, M<sup>me</sup> Poirier avait établi ses objectifs. « J'ai pris conscience qu'à cette étape de ma vie, je devais mettre à profit mon habileté à communiquer. J'ai de la facilité à aller à la rencontre des gens. Je ne crains pas de m'exprimer. Je possède des compétences sur le plan de la planification. J'ai alors su que j'aspirais à créer une entreprise de communication. J'ignorais seulement de quelle façon procéder. »

M<sup>me</sup> Poirier a sollicité l'aide d'une amie pour prendre en main les questions administratives tandis qu'elle occupait son temps à frapper aux portes d'entreprises afin de faire valoir ses compétences.

Son premier contrat, elle l'a obtenu du Congrès des Peuples Autochtones (CPA). Dans le cadre des discussions sur l'accord Meech, on l'avait mandatée pour organiser une rencontre de 500 Autochtones à Ottawa. Ainsi, elle devait notamment trouver des conférenciers et prendre les dispositions nécessaires pour assurer la couverture médiatique de l'événement de même que pour veiller à l'hébergement des participants. Par la suite, le CPA a de nouveau fait appel à ses services, lui allouant toutefois un budget insuffisant pour couvrir les frais d'hôtel et de traiteur. M<sup>me</sup> Poirier s'est donc adressée à la Défense nationale afin d'emprunter des tentes de l'armée, qu'elle a fait installer sur les plaines LeBreton, un endroit non exploité à Ottawa, situé près de la Colline du Parlement. Par ailleurs, elle a reçu des dons sous forme de repas, les 1 000 personnes attendues pouvant manger à leur faim trois fois par jour.

En 1994-1995, M<sup>me</sup> Poirier s'est encore une fois tournée vers le gouvernement du Canada. Elle a fait une percée remarquable lorsque Santé Canada convoitait les services d'une agence de publicité vouée exclusivement au public autochtone.

Plusieurs entreprises ont été invitées à faire une présentation pour obtenir ce prestigieux marché et Poirier Communications Ltd. faisait partie du nombre. Réunissant une équipe professionnelle formée de membres inuits, métis et des Premières nations, M<sup>me</sup> Poirier a vanté les mérites de son entreprise devant un jury de sept personnes. Un mois plus tard, Poirier Communications Ltd. s'est vu attribuer le marché.

M<sup>me</sup> Poirier a entrepris sur-le-champ la visite de plus de 200 collectivités autochtones, à qui elle a demandé conseils. « Les commentaires qui m'ont été formulés ont donné le souffle créateur à la division de la publicité de Poirier Communications Ltd. »

Pendant deux ans, son entreprise a cherché la façon idéale de communiquer avec les collectivités. « Certaines sont si éloignées... comment s'assurer que le message se rend à destination? » Pour réaliser ses affiches et ses annonces publicitaires tant à la télévision qu'à la radio, elle fait appel à de vrais membres de collectivités autochtones. « Ces personnes sont devenues des porte-parole », fait-elle remarquer.

Comment M<sup>me</sup> Poirier entrevoit-elle son avenir? Elle compte vouer tous les temps libres dont elle dispose à sa fille et à sa petite-fille de trois ans, Shenoa. De plus, elle souhaite continuer à aider les jeunes Autochtones désireux de faire leur entrée dans le domaine de la communication. D'ici à cinq ans, elle caresse le projet de transmettre son savoir aux Autochtones vivant en Afrique du Sud, en Australie et en Nouvelle-Zélande.

« Les années m'ont fait prendre conscience que nous, les Autochtones, et en particulier les femmes des Premières nations, devenons forts. Notre détermination ne connaît pas de limites. Quel que soit l'obstacle qui se dresse devant nous, nous savons le surmonter afin d'atteindre notre objectif. »

