

# ÉCONOMIE

1713220



**TéléDynamique**

**Économisez 30% appareils photos MINOLTA. Voir B-2**

Promenades Beauport 623-5404 Sainte-Foy 650-5404 [www.teledynamique.com](http://www.teledynamique.com)

## MyFoodPhone couvre désormais l'ensemble des États-Unis

ANNE-LOUISE CHAMPAGNE  
*AChampagne@lesoleil.com*

■ MyFoodPhone s'est entendu avec Sprint et lancera dès lundi la version grand public de son service aux États-Unis.

La petite entreprise de Québec n'a pas du tout l'intention de se mettre à la diète. L'entente avec le géant de la téléphonie lui permettra de couvrir la totalité des États américains.

MyFoodPhone offre des consultations avec des diététistes à partir d'un simple téléphone cellulaire, à la condition que celui-ci soit doté d'un appareil photo. Le principe est le suivant :

le client photographie ou filme ses repas, comme s'il tenait un journal alimentaire. Le tout est acheminé vers une diététiste qui analyse le régime et fait ses recommandations.

L'entreprise, qui a son siège social dans le parc technologique, offre déjà une version hautement personnalisée de ce service. Des clients de trois États américains, New York, New Jersey et

Connecticut, ont accès au programme pour 100 \$ par mois.

La nouvelle entente avec Sprint couvre tous les États-Unis et offre le service pour 10 \$. Un service moins personnalisé, toutefois. L'analyse est faite deux fois par semaine, par des gens entraînés par une nutritionniste. À partir de l'analyse des repas, le client reçoit une vidéo d'information nutritionnelle adaptée à ses besoins particuliers.

Jusqu'ici, les conseillers travaillent à partir des bureaux de Québec, et ce sera ainsi « tant qu'on fournira à la demande », a indiqué Sébastien Tanguay, le président de MyFoodPhone.

Ce dernier veut que le service devienne rentable aux États-Unis dès cette année. Pour cela, il a besoin d'entre 10 000 et 15 000 abonnements.

Sprint a déjà testé le marché américain et les résultats sont de bon augure. « Ils nous disent que c'est plus populaire que ce à quoi ils s'attendaient », affirme M. Tanguay.

MyFoodPhone lorgne également le marché canadien, mais les choses vont plus lentement. Il y a des pourparlers avec des fournisseurs de services, mais ceux-ci « attendent de voir ce qui se passera avec les Américains », conclut Sébastien Tanguay.