

ACTU



VICTORIA BECKHAM

ÊTES-VOUS «CHAV»? PAGE 4

MÉDIAS : UN NOUVEAU MAGAZINE QUÉBÉCOIS SUR LE HIP-HOP PAGE 5



La cérémonie du Thai Pongal, fête des moissons, au temple Durkai Amman, rue Jean-Talon, à Montréal.

PHOTO ARMAND TROTTIER, LAPRESSE ©

La petite histoire de l'immigration

LISA-MARIE GERVAIS
COLLABORATION SPÉCIALE

Au Canada, on dénombre aujourd'hui plus de 800 000 Indiens répartis d'un océan à l'autre et c'est dans la région de Toronto que se concentre la majeure partie de la diaspora avec environ 345 000 ressortissants. Au Québec, le dernier recensement faisait état de 34 125 personnes d'origine indienne, fortement scolarisées et travaillant surtout dans le domaine de la fabrication et du commerce de détail.

Pourtant, si, au cours du 20^e siècle, nombre d'Indiens ont entrepris la grande traversée jusqu'en terre canadienne, l'accueil à bras ouverts, qui a souvent fait la bonne réputation du Canada multiculturel, n'est pas toujours allé de soi. En 1914, des hommes venus de l'Inde ont affrété un navire, le *Komogatu Maru*, dans l'espoir d'atteindre les côtes de la Colombie-Britannique. Se voyant interdire l'accès au port de Vancouver, le bateau n'a jamais pu toucher terre et a dû rebrousser chemin avec 237 immigrants éventuels à son bord.

Malgré cette « douche froide » et les accords conclus entre le Canada et l'Inde en 1951, qui admettaient les nouveaux arrivants au compte-gouttes, les Indiens n'ont pas abandonné leur « rêve américain ». Et bien que la plupart aient continué de privilégier l'Ouest pour des questions linguistiques et familiales, un vent d'Orient a néanmoins soufflé sur le Québec au début des années 60.

À cette époque, les immigrants étaient surtout des gens scolarisés, des professionnels et des entrepreneurs qui venaient mettre sur pied des petits commerces ou des restaurants à Montréal, explique Rabintra Kanungo, professeur à la retraite de la faculté de gestion de l'Université McGill et auteur d'un livre intitulé *South Asian in the Canadian Mosaic*. Il y avait aussi beaucoup d'ouvriers, des travailleurs dans l'industrie du bois d'oeuvre et des agriculteurs originaires du Pendjab, mais ils allaient plutôt dans l'Ouest canadien.

Le gros boum, s'il en fut un, a retenti au milieu des années 70, avec en toile de fond, le Québec de la loi 101. Cette fois, quelque 2000 réfugiés ismaéliens d'origine indienne établis en Afrique ont fui les affres de la dictature d'Idi Amin en Ouganda au profit la Belle Province.

➤ Voir HISTOIRE en page 2

L'INDE À MONTRÉAL

On a aperçu les Indiens immigrés en Grande-Bretagne dans le film *Bend it Like Beckham*. Puis ceux venus à Toronto dans *Hollywood-Bollywood*. Mais qui sont les Indiens installés au Québec ? L'Inde, avec ses 16 langues, 25 États et plus d'un milliard d'habitants est la plus grande démocratie du monde et autant de visages différents, de religions, de langues font maintenant partie du paysage québécois.

LISA-MARIE GERVAIS
COLLABORATION SPÉCIALE

Rue Jean-Talon, à quelque pas de la station de métro Parc, les couleurs vives des saris des passantes tranchent sur la grisaille de janvier. Plus loin, quelques têtes enturbannées se reflètent dans les vitrines des bazars, des épicerie et des clubs vidéo. Les trottoirs enneigés et glissants ne semblent pas déranger outre mesure les résidents au teint basané.

Little India, ainsi nommé par plusieurs, est une superficie de 2 km carrés blottie au coeur de l'arron-

dissement de Villieray—Saint-Michel—Parc-Extension.

Près de 10 000 Québécois d'origine indienne y ont installé leurs pénates et presque autant sont éparpillés dans le reste de l'île. Avec ses 75 communautés ethniques, ce quartier riche culturellement demeure néanmoins le plus démuné, plus de la moitié de sa population vivant sous le seuil de la pauvreté.

Cela dit, pour certains, la vie dans ce « quartier d'arrivants » n'est que passagère. « Plusieurs s'installent d'abord à Parc-Extension parce qu'ils y ont déjà de la famille et parce que les loyers sont

moins chers. Mais dès qu'ils le peuvent financièrement, ils déménagent dans le West Island, à La-Salle ou à Brossard, sur la Rive-Sud », explique Uma Shanker Srivastava, ancien président de la Maison de l'Inde et professeur retraité de la faculté de médecine de l'Université de Montréal.

Et pas besoin de gagner au loto pour se renflouer. « Un immigrant d'origine indienne peut arriver ici avec 100 \$ et devenir riche, caricature Flora Marlow Almeida, présidente de l'Association nationale des Canadiens d'origine indienne (ANCOI). D'abord parce que l'éducation est une valeur très importante. Et puis parce que les Indiens sont travaillants et plutôt économes. »

Mosaïque culturelle

Gurjeet Kaur connaît l'arrondissement de Parc-Extension comme le fond de sa poche. Pourtant, elle est née au Pendjab et a vécu la plupart de ses printemps à l'ombre de la rue Saint-Denis, au-dessus de la boutique de ses parents.

C'est que la jeune étudiante en sciences politiques à l'Université Concordia est aussi guide touristique pour un organisme spécialisé dans la visite des quartiers multiethniques de Montréal.

« Je suis très bien intégrée au Québec. J'ai des amis de partout et je parle même en français avec mon frère et ma soeur, raconte la femme de 23 ans, précisant maîtriser presque cinq langues. Mais c'est au cégep que je me suis davantage rapprochée de ma culture et que j'ai ressenti un plus grand besoin de l'expliquer et de la faire partager. »

Lorsqu'elle parle de la diversité culturelle de sa communauté, ses yeux charbon s'illuminent. « Ici, des temples hindous, des Gurdwara, des mosquées et des églises se côtoient. Il y a des gens de partout en Inde et ses environs. Même s'ils ne parlent pas tous la même langue, ils se retrouvent dans les mêmes épicerie, discutent des mêmes films. »

➤ Voir INDE en page 2

ANDRÉ-PHILIPPE CÔTÉ

Skiez à l'Auberge du Château Bromont!

www.chateaubromont.com

À PARTIR DE SEULEMENT

99\$*

Auberge du Château Bromont

Comprenant une nuitée, un petit-déjeuner, un repas du soir et un billet de ski. *P.P.O.D.

Château Bromont
DOMAINE HÔTELIER • RESORT HOTELS

1 888 BROMONT

ACTUEL



Gurjeet Kaur a longtemps vécu à l'ombre de la rue Saint-Denis, au-dessus de la boutique de ses parents. Ce qui ne l'empêche pas de connaître à fond Parc-Extension.

PHOTO ARMAND TROTTIER, LAPRESSE ©

L'Inde à Montréal

INDE suite de la page 1

En Inde, autant de castes, de religions, de cultures différentes ont le plus souvent été responsables des pires ethnocides et autres massacres. Au Québec, ce climat belliqueux et tendu ne semble pas exister. « Bien souvent, les gens ont quitté leur pays parce qu'ils n'en pouvaient plus de vivre des conflits au quotidien, souligne la jeune sikhe aux longs cheveux de jais encore jamais coupés. Ils ne veulent surtout pas reproduire la même situation. »

« Les Indiens voient qu'ils sont tous perçus de la même façon par les Québécois et qu'ils parlent des langues et pratiquent des religions inconnues de la plupart des gens ici. C'est ce qui les unit en quelque sorte. »

John Leavitt, professeur spécialiste de l'hindouisme au département d'anthropologie de l'Université de Montréal abonde en son sens. « Les Indiens voient qu'ils sont tous perçus de la même façon par les Québécois et qu'ils parlent des langues et pratiquent des religions inconnues de la plupart des gens ici. C'est ce qui les unit en quelque sorte. »

La vie au temple

Au beau milieu d'un parc industriel, le temple Durkai Amman ne semble pas situé au meilleur endroit pour éveiller à la spiritualité. Mais une fois à l'intérieur, l'atmosphère chaude et humide, où se dissipe une fine odeur d'encens, envoûte le visiteur curieux. Prosternés au pied des divinités juchées sur des autels garnis de fruits, hommes et femmes psalmodient des mantras.

« Les gens de la communauté ont une vie sociale très active sous-tendue par la religion. Ils se rendent au temple ou à la mosquée pour prier, faire des rencontres mais surtout du *placoting*, laisse entendre le Dr Uma, un sourire dans la voix. C'est aussi un point d'aide pour les gens les plus démunis.

On y partage de la nourriture et distribue des vêtements. »

À 25 ans, Sudan Sharma est l'un des prêtres hindou du temple Durkai Amman. L'homme qui a voyagé dans 27 pays et parle presque sept langues ne nie pas la situation de pauvreté dans laquelle vivent un bon nombre de gens ignorant le français. « La vie est plus compliquée. Je sais qu'il y a des gens ici qui n'osent pas aller se faire soigner dans les hôpitaux pour cette raison. »

Au Québec, selon le dernier recensement, près de la moitié des immigrants d'origine indienne connaissent le français, mais environ 6 % ne parlent aucune des deux langues officielles du pays.

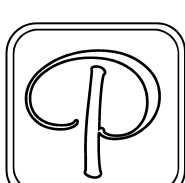
D'après le Dr Uma Shanker, ce dernier pourcentage ne reflète pas la réalité puisqu'il y a un nombre important de réfugiés qui ne sont pas pris en compte dans le calcul. « Je dirais qu'environ 30 % des gens de la communauté ne parlent ni français ni anglais et que c'est le cas pour beaucoup de nouveaux arrivants. »

Au-delà de la langue, certaines valeurs bien ancrées dans la culture indienne, comme celle de la famille et du mariage, sont parfois un obstacle à l'intégration. « Je me souviens d'un cas extrême où une directrice d'école avait découvert qu'une adolescente de 14 ans venait d'être promise à un homme et qu'elle allait bientôt se marier. J'ai dû intervenir auprès des parents pour leur expliquer qu'ici, c'était illégal. »

Pour Gurjeet Kaur, les difficultés auxquelles font face les familles indiennes au Québec sont davantage culturelles et intergénérationnelles. « De peur qu'on délaisse notre culture au profit de celle de la terre d'adoption, les parents sont parfois plus sévères envers leurs enfants, confie la jeune sikhe, en précisant que ce n'est toutefois pas son cas. Il y a des jeunes qui ne sont pas vraiment intéressés par certains éléments forts de la culture, comme les films du Bollywood. J'ai même des amies qui sortent le matin en pantalon pour faire plaisir à leurs parents mais qui se changent en jupe une fois arrivées à l'école. »

« Même si tout finit par s'arranger, poursuit-elle, certains parents garderont toujours en eux une attitude qu'un de mes amis décrit bien : *open* mais avec un *asian twist* ! »

Profitez du solde d'inventaire Patrimoine et obtenez des réductions allant de 15 à 40% sur les mobiliers et accessoires sélectionnés.



15% à 40% de réduction

Patrimoine

3932 Autoroute Laval Ouest (coin Curé-Labelle)
Laval (Qc) H7T 2P7 (450) 687-6867

La petite histoire de l'immigration

HISTOIRE suite de la page 1

« Mais pour une question de langue, peu de temps après leur arrivée, nombre d'entre eux ont préféré partir pour Toronto ou ailleurs au Canada, là où ils pourraient parler l'anglais plus librement », souligne M. Kanungo.

Aujourd'hui, même en ayant un certain

pouvoir politique et surtout un « mini star système bollywoodien », la grande communauté indienne de Toronto ne semble plus attirer les foules autant qu'avant.

« Je n'irais pas jusqu'à dire que les immigrants ne veulent plus déménager à Toronto, mais il est vrai que les gens se sentent bien au Québec et qu'ils y pensent à deux fois avant de le quitter. »



Les Auberges du cœur

www.aubergesducoeur.com

(514) 523-3659

Chaque année, les 27 Auberges du cœur du Québec hébergent plus de 3000 jeunes en difficulté et sans abri. Ouvertes 7 jours par semaine, elles leur offrent, outre le gîte et le couvert, l'espoir de s'en sortir et les moyens d'y parvenir.

LES JEUNES QUI Y ENTRENT S'EN SORTENT !

Les membres du cabinet de campagne et du conseil d'administration

Pierre Moran, Fédération des Caisses Desjardins du Québec

Jean Doré, Caisse centrale Desjardins

Claude Roberge, Produits de Sécurité North

Pierre Audette, Fondation des Auberges du cœur

Raymond Bernier, Auberge du cœur L'Envolée

Jim Barrière, Courtage BGL

Claude Béland, UQAM

Lise Bilodeau, Les Mets du Commensal inc.

Élaine Bissonnette, CIBC Wood Gundy

Luc Chabot, Relais Expert-conseil

Ronald Corey

Stéfany Corey, Allumia Communications

Régis Desjardins, Cofomo

Gilles Dufresne, Mercer

Jacques Dumoulin, Groupe Dumoulin

Gilles Émond, Auberge du cœur Roland-Gauvreau

Martin Fiset, ING Canada

Rémi Fraser, Regroupement des Auberges du cœur

Marc Gagnière, Auberge du cœur Raymond-Roy

Tom Gillespie, Tyingham Investment Ltd.

Karine Jalbert, Auberge du cœur FJTMM

Laurent Lemaire, Cascades

André Leroux, Noveko

Christine Marchildon, TD Canada Trust

Sylvie Piché, Weber Shandwick Worldwide

Donald Pouliot, Corporate Express

Daniel Racette, Scotia Cassels ltée

John A. Rae, Power Corporation du Canada

Gilles Séguin, Fédération des Caisses Desjardins

Céline Tessier, Mendelsohn

Jean-Pierre Toupin, Adstat Communications marketing

Harold M. White, Mercier, Leduc

Jean Doré, président du conseil,

Pierre Moran, président du Cabinet de campagne 2004 et 2005, et

Pierre Audette, directeur général, désirent souligner le travail extraordinaire des membres du Cabinet de campagne et remercier les généreux donateurs, qui ont permis de dépasser le cap des 5 000 000 \$.



La Fondation des Auberges du cœur

tient à remercier chaleureusement tous ses partenaires pour leur grande générosité lors de la Campagne corporative 2004

BIENFAITEURS

Fondation Lucie et André Chagnon, Fédération des caisses Desjardins du Québec, Produits de sécurité North, Fondation Jim Barrière, Les Ventes Albert Sales, Standard Life, Groupe CGI inc., Astral Media inc., Groupe TVA inc., TQS inc.

PARTENAIRES

Cirque du Soleil inc., Boutique Le Pentagone, Groupe Dumoulin, Théâtre Jean-Duceppe, Journal Les Affaires, Brault & Martineau, Rona inc., Saputo inc., Transamerica Life Canada, Bell Canada, Caisse centrale Desjardins, IBM Canada ltée, TD Canada Trust, RBC Groupe Financier, La Presse ltée, Le Journal de Montréal

COLLABORATEURS

Fondation Gilberte et Benoit Benoit, Pat Filipelli, Noveko, Fiera Capital inc., La Fondation EJLB, Mendelsohn, Coopérative fédérée de Québec, Fondation Yvon Boulanger, Conceptum inc., Connexim, InterDoc Corporation, Banque Scotia, Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec (FTQ), Samson Bélair Deloitte & Touche, Banque Nationale du Canada, Lunetterie New Look, Garda du Canada, Diebold du Canada ltée

Au nom de ces milliers de jeunes, **merci de tout cœur!**

Divorce: timides mesures pour protéger les droits des pères

OLIVIER LUCAZEAU
AGENCE FRANCE PRESSE

LONDRES – Soucieux que les enfants restent en contact avec leurs deux parents après le divorce, le gouvernement britannique a dévoilé hier des mesures timides en faveur des pères, s'attirant aussitôt les critiques de leurs associations de défense.

Les mères privant leur ex-conjoint de son droit de visite pourront être condamnées à des amendes. Un couvre-feu pourrait leur être imposé, de façon à s'assurer qu'elles sont bien à leur domicile quand les pères viennent récupérer leurs enfants.

De même, elles pourraient se voir infliger des heures de travail d'intérêt général, non payées, aux heures de visite des pères, afin de ne plus pouvoir empêcher ceux-ci de profiter librement de leurs enfants.

Pas question cependant d'un partage 50-50 entre les deux parents, a déclaré le ministre des Affaires constitutionnelles Charles Falconer, rejetant une idée avancée par le parti conservateur.

« Il ne peut pas et il n'y aura pas de garantie automatique de partage à 50-50 entre les parents, les enfants ne peuvent pas se partager comme des

meubles ou une collection de CD », a-t-il déclaré.

Lord Falconer a également semblé exclure le port d'un bracelet électronique pour les mères récalcitrantes, une idée envisagée dans le « livre » vert (une sorte de pré-projet de loi) publié en juillet. Pour Lord Falconer, une telle mesure serait « inappropriée ». De même, il s'est vigoureusement opposé à toute idée d'incarcération des mères.

« Il s'agit d'un exemple très cynique de recyclage de lois existantes », a estimé un représentant de Fathers 4 Justice (pères pour la justice), un mouvement de défense des droits des pères divorcés aux méthodes ultra-médiatiques et très controversées. Un argument rejeté par Charles Falconer, selon qui ces propositions visent à « faire appliquer le principe évident selon lequel un enfant a besoin de voir ses deux parents ».

Le gouvernement est confronté à un harcèlement médiatique constant d'associations comme Fathers 4 Justice. Celle-ci n'avait pas hésité à bombarder le premier ministre Tony Blair avec des préservatifs remplis de farine violette en plein débat à la Chambre des communes, en mai, faisant craindre une attaque chimique.

Dénoncé par Fathers 4 Justice, dont les membres sont habitués aux coups d'éclat, déguisés en superhéros de bande-dessinée comme Batman, Superman ou Spider-Man, ce projet s'est également attiré les critiques de mouvements plus modérés. « C'est du vent », s'est insurgé Jim Parton, de l'association Les familles ont besoin de pères.

Une certitude : face à l'augmentation du nombre des divorces — 166 700 en 2003, moins certes que les 180 000 divorces de 1993 mais beaucoup plus que les 27 200 de 1961 —, le problème des pères divorcés ne peut plus être ignoré.

En Grande-Bretagne, 650 enfants par jour voient leur parents se séparer ou divorcer et 40 % d'entre eux perdent tout contact avec leur père dans les deux ans qui suivent, selon Fathers 4 Justice.

Et la justice serait trop conciliante avec les mères, accusent-ils.

Le nombre d'injonctions visant les mères résistant au droit de visite du père a augmenté de 100 % depuis 1993. Mais celles-ci sont encore peu suivies d'effet. En 2001, plus de la moitié des 55 030 injonctions judiciaires de ce type auraient été purement et simplement ignorées.



PHOTO AP
Un groupe de défense des droits des pères établi en Grande-Bretagne, Fathers 4 Justice, suggère souvent à ses membres de faire des coups d'éclat en se déguisant en superhéros de bande-dessinée comme Batman, Superman ou Spider-Man.

Matelas et oreillers suédois

SPACE
SLEEPING BREATHING BEST TECHNOLOGY

TEMPUR
MATÉLAS ET OREILLERS SUÉDOIS

- Confectionné à partir d'un matériau unique, **TEMPUR** est un produit suédois approuvé par la **NASA**.
- L'un des 18 produits admis au Temple de la renommée de la technologie spatiale américaine
- Procure un sommeil plus profond, plus récupérateur en soulageant les points de pression.
- Idéal pour personnes stressées ou ayant des problèmes physiques (maux, articulaires, douleurs musculaires, etc.)

Comme si vous flottiez dans l'espace!

MULTI
BOUTIQUE
MULTI-MATELAS
527 Notre-Dame
Repentigny
Tél.: (450) 582-0637
Sans frais : 1-877-582-0637

Boutique
Tout pour le dos
7-8780, boul. Saint-Laurent
Montréal QC
Tél.: (514) 383-1582
Sans frais : 1 800 268-1582
www.toutpourledos.com

Expérience
Sommeil
8025, boul. Taschereau
Brossard QC
Tél. : (450) 445-1216
Sans frais : 1 877 NAHTAJO

DU VIN

LES JEUDIS ET SAMEDIS

LA CHRONIQUE DE JACQUES BENOIT DANS LA PRESSE

Que boire en 2005?

LES MILLÉSIMÉS

3282469

ROCKLAND

::: SOLDE :::

PROMENADE

JUSQU'À

70%

DE RABAIS

21 AU 30 JANVIER

CENTRE ROCKLAND.COM

ANGLE L'ACADIE ET MÉTROPOLITAINE

Pour plus tard, c'est maintenant :

1 800 463-5229

REER

Obligations à taux progressif

Plus vous investissez tôt et longtemps, plus c'est payant. Capital garanti.

1 ^{re}	2 ^e	3 ^e	4 ^e	5 ^e	6 ^e	7 ^e	8 ^e	9 ^e	10 ^e
2,00	2,50	3,20	3,50	4,00	4,50	5,00	5,25	5,50	7,50

Les taux annoncés peuvent varier en fonction des conditions du marché.

BONI DE 1%
la première année pour les nouveaux fonds REER.

Si vous désirez rencontrer un agent d'investissement, passez au 2000, av. McGill College, du lundi au vendredi, de 8 h à 17 h, et les samedis de janvier et de février, de 10 h à 16 h.

Téléphonez-nous du lundi au vendredi, de 8 h à 20 h, et les samedis de janvier et de février, de 10 h à 16 h.

www.epq.gouv.qc.ca

Épargne Placements Québec

3281406A

ACTUEL

Les « chavs » dérangent les marques de luxe en Grande-Bretagne

JÉRÔME RASETTI
AGENCE FRANCE PRESSE

LONDRES — Les « chavs », jeunes Britanniques de 16 à 25 ans issus des classes populaires, ont fait de la casquette Burberry ou des polos Ted Baker leur signe de ralliement, au grand désespoir des marques concernées qui voient leur image dévalorisée par cette clientèle.

C'est le rêve de toute entreprise : que sa marque et ses produits deviennent synonymes de phénomène social, dépassant le simple effet de mode.

Pourtant, pour Burberry et plus largement pour le secteur britannique du luxe, ce soudain intérêt d'une

nouvelle clientèle prend des allures de cauchemar marketing.

Les casquettes, sacs à main et autres accessoires Burberry frappés du tartan beige, rouge, blanc et noir, les tee-shirts du créateur britannique Ted Baker ou le polo style rugby frappé de la marque Hackett, sont le nec plus ultra pour les « chavs ».

Ces Britanniques, blancs, des banlieues et cités ouvrières, souvent sans grands revenus, veulent copier les classes aisées en s'appropriant leurs signes extérieurs de richesse les plus évidents. Mais ils se ruent uniquement sur les produits les moins chers des prestigieuses marques de luxe.

« Les « chavs » sont des jeunes Britanniques sans culture et sans style

qui se raccrochent à des marques facilement reconnaissables pour trouver une identité et un sens d'appartenance », résume Richard Perks, directeur de la société de conseil Mintel.

La semaine dernière, Burberry a confirmé son statut de marque à la mode en annonçant une progression de 3 % sur un an de ses ventes au troisième trimestre 2004-2005.

Mais après des mois de dénégation, la marque de luxe a surtout pour la première fois reconnu être confrontée au problème « chav ». « Le mouvement chav a fait son temps », a estimé le directeur financier du groupe Stacey Cartwright, laissant ainsi entendre que la marque, longtemps as-

sociée au trench-coat à la doublure intérieure au motif écossais, avait dû prendre en compte cette nouvelle clientèle.

« Des ventes en progression ne sont pas forcément une bonne nouvelle pour une marque : le succès à court terme peut créer des problèmes à long terme et c'est exactement ce que Burberry est en train de découvrir », explique Mark Ritson, consultant spécialisé dans les marques de luxe.

« Gérer une marque, poursuit cet expert, cela ne veut pas dire vendre tout à tout le monde : c'est avant tout identifier les clients que l'on veut séduire et ceux dont on ne veut pas. »

Selon Mark Ritson, Burberry a déjà réagi en rendant plus discret son cé-

lèbre tartan dans ses dernières collections pour le déclin sur tous les tons. Les déconvenues de Burberry rappellent celles de la marque française Lacoste dont les survêtements et chemises frappés du célèbre crocodile vert sont devenus « l'uniforme » de jeunes de banlieues.

« Ce n'est pas tant que ces clients viennent de quartiers difficiles ou dangereux, souligne Mark Ritson. Le problème, c'est que ces clients achètent les produits les moins chers de la gamme, les portent ostensiblement — ce qui dissuade la clientèle type — puis détournent leur attention ».

« Ce phénomène ne va pas disparaître, prévient Richard Perks. Il va évoluer vers d'autres marques célèbres. »

Pour avoir ignoré leur soudaine popularité parmi des « clients indésirables », certaines marques en paient encore les conséquences : la marque américaine de vêtements Tommy Hilfiger a du mal à se remettre de son association avec la culture *hip-hop* et *ganster rap*, selon Mark Ritson.

Le danger pour une marque ne vient pas toujours des jeunes, remarque ce spécialiste.



perspectives|sts

CHERCHEURS ET CHERCHEUSES

Faites valoir votre opinion !

Le Conseil de la science et de la technologie tient actuellement une grande consultation auprès des chercheurs et chercheuses du Québec, dans toutes les disciplines et dans tous les milieux.

Cette consultation comprend deux grands volets. Le premier porte sur la contribution attendue de la recherche pour relever de grands défis socioéconomiques du Québec des prochaines années. Le second volet concerne les grands enjeux du développement scientifique et technologique québécois.

La consultation s'effectue dans le cadre du projet *Perspectives Science, Technologie, Société (STS)*, une étude de type prospectif entreprise par le Conseil de la science et de la technologie.

Les partenaires du projet Perspectives STS:

Le ministère du Développement économique et régional et de la Recherche (MDERR) • Valorisation-Recherche Québec (VRQ) • L'Association francophone pour le savoir (ACFAS) • L'Association de la recherche industrielle du Québec (ADRIQ) • Le Fonds québécois de recherche sur la nature et les technologies (FORNT) • Le Fonds québécois de recherche sur la société et la culture (FORSC) • Le Fonds de la recherche en santé du Québec (FRSQ)

Nous vous invitons à participer à cette consultation, si vous répondez aux critères d'admissibilité suivants:

- » Vous possédez un diplôme de maîtrise, de doctorat ou un diplôme équivalent;
- » Vous occupez un emploi à temps plein au Québec;
- » Vous consacrez une partie importante de votre tâche à la recherche.

INSCRIPTION :

- » En ligne : www.cst.gouv.qc.ca/perspective_sts
- » Par téléphone : (418) 643-3576
- » Par courriel : katerine.hamel@cst.gouv.qc.ca

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec le Conseil de la science et de la technologie au (418) 643-3576.

Conseil de la science
et de la technologie

Québec



PHOTO D'ARCHIVES REUTERS
Victoria Beckham est totalement « chav », parce qu'elle est obsédée par les marques et le shopping et qu'elle passe son temps dans les salons de beauté pour parfaire son bronzage et ses ongles manucurés.

Être ou ne pas être...« chav » : une obsession britannique

AGENCE FRANCE PRESSE

LONDRES — Les « chavs » qui se définissent par leur style vestimentaire et leurs origines modestes, sont devenus en Grande-Bretagne une réalité sociale, un terme sociologique, une obsession nationale.

À l'image de ce qu'a connu la France avec le phénomène « bo-bo » (bohèmes-bourgeois), les Britanniques

de tous âges et de toutes classes sociales s'interrogent : sont-ils eux aussi « chavs », ont-ils des comportements dignes d'un(e) jeune de banlieue ?

À la différence du « bobo » aisé, raffiné et ayant un avis sur tout, le « chav » ne revendique pas grand-chose, sinon d'avoir les derniers accessoires à la mode, suivre son équipe de football favorite pour les hommes, aller régulièrement chez la manucure pour les femmes.

Un « chav » et son équivalent féminin, la « chavette », se doivent de porter au moins un accessoire Burberry (casquette, foulard, sac ou ceinture).

Chez les messieurs, le survêtement et les chaussures de sport immaculées sont de rigueur. Les « chavettes » sont reconnaissables à leurs bijoux dorés les plus voyants possibles, les créoles géantes étant le *must*.

Les « chavs » et « chavettes » sont partout : dans les centres-villes, dans les galeries commerciales, à la télévision, sur le Net et dans les magazines.

Les hebdomadaires féminins publient régulièrement des tests intitulés « Êtes-vous chav ? » Répondre par oui aux questions « Avez-vous déjà acheté des produits Burberry ? », « Possédez-vous une imitation d'un sac à main Louis Vuitton ? » ou « Faites-vous des UV ? » assure un maximum de points.

Le mot « chav » a fait son apparition en 2004 dans le dictionnaire de référence de la langue anglaise : selon l'*Oxford Dictionary*, le « chav » est « une jeune personne, souvent sans niveau d'éducation très élevé, qui suit une certaine mode vestimentaire ». Tiré apparemment du mot tzigane du XIX^e siècle « chavi » (enfant), la culture « chav » désigne les bandes des quartiers blancs déshérités des grandes villes, les clubs de hooligans ou les jeunes chômeurs.

Et ce n'est pas parce qu'on est riche ou célèbre qu'on ne peut pas être « chav », comme le montrent l'extrême chanteuse des Spice Girls, Victoria Beckham, et le jeune prodige du football anglais Wayne Rooney.

La première parce qu'elle est obsédée par les marques et le shopping, et qu'elle passe son temps dans les salons de beauté pour parfaire son bronzage et ses ongles manucurés.

Wayne Rooney, recruté l'été dernier par le club de football de Manchester United, dépense à 19 ans ses faramineux émoluments (estimés à 72 000 euros par semaine) en habits à la mode et puissantes voitures.

Besoin de soleil, de chaleur ? Mais pas d'argent... Peut-être un petit détour pour y arriver

Si tu as entre 16 et 35 ans, et tu habites Montréal, notre soleil t'offre un Carrefour Jeunesse-Emploi près de chez toi



P.S. Monsieur Charest, Monsieur Béchard, ne nous oubliez pas !

L'indice Carrefour Jeunesse Emploi : 6\$M supplémentaires = 60\$M de retour sur l'investissement annuel.

MÉDIAS

EN BREF

« Persona non grata »

L'ambassade chinoise à Ottawa a annulé les visas d'entrée en Chine de deux journalistes canadiens chargés de couvrir la visite à Pékin, du 20 au 23 janvier, de leur premier ministre. Reporters sans frontières est indignée par cette décision qui prive les deux journalistes de la chaîne New Tang Dynasty TV (NTDTV), David Ien et Danielle Zhu, de la possibilité d'exercer leur métier librement. « Cette interdiction d'entrer sur le territoire chinois démontre une nouvelle fois la volonté du gouvernement de Wen Jiabao de contrôler les médias chinois, y compris ceux basés à l'étranger », a déclaré l'organisation. « Je suis venue au Canada afin d'y trouver la liberté, a déclaré M^{me} Zhu à l'Agence France-Presse. Et je découvre maintenant que, même avec un passeport canadien, je ne peux jouir d'une liberté totale parce que le pouvoir de la Chine s'étend jusqu'au Canada ». La chaîne NTDTV possède environ 50 stations dans le monde et quatre au Canada. Les autorités de Pékin l'accusent d'appartenir au mouvement interdit Falun Gong considéré comme une « secte diabolique ». La semaine dernière, la Chine avait déjà créé un incident diplomatique en empêchant la tenue à Pékin d'une conférence de presse de parlementaires sud-coréens sur la situation des réfugiés nord-coréens. Une quarantaine de journalistes avaient été brutalement expulsés de la salle où se tenait la conférence.

CNW

La fin de la télé analogique

La Suède va supprimer à partir de l'automne 2005 trois principaux émetteurs de télévision terrestre analogique, premier pas vers la disparition de cette ancienne technologie qui sera remplacée par le numérique terrestre (TNT), a annoncé le gouvernement. Quelque 30 000 habitants des villes de Gävle, de Motala et de Visby, qui ne disposent que d'un appareil ancien et d'une antenne hertzienne, devront adapter leur matériel pour pouvoir recevoir des images télévisées, qui seront alors en numérique. « À la suite d'une décision du gouvernement prise en 2003, nous allons supprimer par étapes, jusqu'en janvier 2008, la télévision analogique terrestre », a indiqué à l'AFP Lars Maren, porte-parole du ministère de la Culture. La TNT offre une meilleure qualité d'image et de son, d'éventuels services interactifs et surtout un plus grand choix de chaînes. Parmi les premiers pays à effectuer ce changement technologique, la Suède n'est pas pour autant pionnière. Ainsi, selon M. Maren, en Allemagne, la ville de Berlin a déjà entrepris dès 2003 la suppression de l'analogique terrestre et la Finlande l'aura achevée en 2007. Au Japon où le changement a largement commencé, l'extinction totale du signal analogique est prévue en 2011. Certains pays vont s'équiper directement en TNT, comme le Botswana en Afrique australe.

AFP

Il y a 108 ans, La Presse...

Robert Galipeau n'est pas archéologue. Il a quand même retrouvé cette antiquité sous le linoléum d'un vieux logement à Pierrefonds. Il s'agit d'un reçu d'abonnement à *La Presse* datant du 28 avril 1897. À l'époque, il en coûtait 50 sous pour six mois d'abonnement. Comme quoi les temps changent, mais les prix aussi ! Merci, M. Galipeau, de nous avoir envoyé cette trouvaille.

L'équipe d'Actuel

Hip-hop, le magazine

J.-C. LAURENCE

L'université mène à tout, même au hip-hop. Parlez-en à Myriam Laabidi, rédactrice en chef du magazine québécois *VibePlus*.

Au mois d'août, cette étudiante en sociologie était encore sur les bancs d'école, à théoriser sur la musique urbaine. Après un coup de fil inattendu, elle a mis sa thèse de doctorat en veilleuse pour plonger dans un truc autrement plus *real*. On lui proposait de prendre les rênes d'une nouvelle revue de hip-hop québécoise. Marocaine d'origine, Française de nationalité et Québécoise d'adoption, la jeune femme de 29 ans a dit oui sans hésiter.

Myriam Laabidi a passé l'automne à former son équipe d'une dizaine de journalistes. « Tous des gens du milieu, tous des spécialistes dans leur domaine : break dance, rap, graffiti », précise la rédac-chef. Puis elle a lancé la machine. Début janvier, le premier numéro sortait tout chaud de chez l'imprimeur. « Un mois en retard sur l'horaire, pas si mal ! »

Pour ceux qui ne le sauraient pas, *VibePlus magazine* est le petit frère de l'émission *VibePlus*, qui passe quatre fois par semaine à Canal Vox. Forcément, les deux ont à peu près le même mandat : parler de rap oui, mais aussi de toutes les questions sociales qui entourent la culture hip-hop, des gangs de rue, au sexe, en passant par la boxe et le racisme. « Notre but est de divertir tout en informant, d'ouvrir l'esprit des gens qui n'ont pas l'habitude du hip-hop, de démythifier cette culture », résume Myriam Laabidi.

L'histoire du hip-hop

Le magazine, du reste, permettra de creuser plus en profondeur certains dossiers que la télé ne peut qu'effleurer. « La télé, c'est du divertissement, lance Jean-Yves Roux, fondateur de la revue et de l'émission. Avec le magazine, on peut toucher à des sujets plus lourds. » Il faut dire que l'équipe de *VibePlus* télé est échaudée : il y a quelques mois, un topo sur la légalisation de la mari a été coupée dans certains postes en région. « Ils l'ont tout simplement remplacé par des pubs », sourit l'ancien rappeur, jadis membre du collectif KZ Kombination.

Dans son premier numéro, *VibePlus magazine* présente une entrevue avec les membres du groupe Muzion et consacre un dossier spécial à l'histoire du hip-hop québécois. « Une façon d'annoncer nos couleurs », affirme Myriam Laabidi. Le magazine, en effet, compte couvrir la scène locale au maximum, de la façon la moins complaisante et la plus objective possible. En un sens, la revue se distingue un peu d'*Influence*, l'autre magazine du genre fait au Québec, qui s'attarde plutôt au rap américain.

Pas sûr que ces derniers voient d'un bon oeil l'arrivée d'un nouvel acteur. Mais chez *VibePlus*, on croit que les deux magazines se complètent assez bien. En contenu peut-être. Mais qu'en est-il de la tarte publicitaire ? La rédactrice en chef hausse les épaules en souriant. « Le soleil brille pour tout le monde, comme on dit... »

Quoi qu'il en soit, il était grand temps que la scène hip-hop locale soit couverte de près. Longtemps coincé entre ses cousins français et américains, le rap québécois a finalement trouvé son identité. Et contrairement à ce que certains pouvaient penser, il est là pour rester. Même la pub s'en inspire, consciente que le style attire la jeunesse.

Musique boudée

Nos médias, pourtant, continuent de tourner le dos au phénomène. Au



PHOTO ROBERT MAILLOUX, LA PRESSE ©

« Divertir tout en informant, ouvrir l'esprit des gens qui n'ont pas l'habitude du hip-hop, démythifier cette culture... » Myriam Laabidi et Jean-Yves Roux, respectivement rédactrice en chef et fondateur de *VibePlus magazine*.

Québec, la culture hip-hop souffre encore d'être mise sur la touche. Les radios boudent presque systématiquement les produits locaux, se contentant des gros canons américains, comme Eminem, ou de petites chanteuses pas trop dangereuses. « Je ne sais pas si c'est du boycott, lance Myriam Laabidi. Mais ce qui est sûr, c'est qu'on entend plus souvent André Watters que Daniel Russo Garrido, jeune rappeur super talentueux. Le groupe Muzion a vendu 30 000 exemplaires de chacun de ses disques, sur une grosse étiquette comme BMG, mais ne tourne pas d'avantage à la radio. C'est un paradoxe que je ne comprends pas. »

« L'industrie culturelle n'est pas familière avec cette culture, tente d'expliquer Jean-Yves Roux. Pour l'instant, le hip-hop est toujours considéré comme quelque chose de marginal. C'est encore perçu comme un pari risqué. C'est une question de temps, mais ça doit aussi venir de nous. Quand ils vont voir qu'on s'organise, ils vont nous tendre la main. »

Pas étonnant que le premier numéro de *VibePlus magazine* ait un look aussi léché. Son chic design et ses pages ultra-glacées ont pour but de séduire

un large public et de rassurer les pontes de l'industrie. Trop beau pour être *real* ? Il est temps, croit Myriam Laabidi, que la culture hip-hop québécoise sorte du cliché dans lequel on l'enferme trop souvent. « On voulait donner une nouvelle image à la culture hip-hop québécoise. On voulait la sortir de l'underground. On reconnaît l'authenticité. On rend toujours hommage la rue. Mais il faut que certains d'entre nous mangent avec cette culture. On ne la dénature pas, on essaie simplement de s'intégrer à l'industrie. » Et de sortir des vieux stéréotypes macho trop souvent associés au rap. « Tu n'as rien remarqué ? demande fièrement la rédactrice en chef. Tu ne verras aucune pub avilissante pour la femme. Des gros culs de fille *black* en petite culotte, je n'en veux pas dans mon magazine. C'est le mandat personnel que je me suis donné. »

Magazine gratuit

Fait à noter : *VibePlus magazine* est gratuit. Façon comme une autre d'étendre sa visibilité. Cela peut-il assurer son succès ? Les nouvelles publications n'ont pas l'habitude de survivre dans un petit marché comme le Québec. À plus forte rai-

son quand elles sont aussi spécialisées que celle-ci. Mais *VibePlus* peut compter sur l'impact de l'émission de télé, (avis aux intéressés : la nouvelle saison débute le 31 janvier), mais aussi de l'étiquette de rap Mont Real et du prochain festival Urban Synergie, qui font tous partie du groupe Unistar Média, spécialisé dans le créneau de la culture urbaine. Va sans dire, l'un et l'autre ne se génèrent pas pour se faire mousser mutuellement.

Aurions-nous affaire à une autre entreprise « convergente » ? Chose certaine, Jean-Yves Roux et le président d'Unistar, Noureddine Mriouah, ont bien compris que le succès passait par la création d'un petit empire médiatique. Ne reste plus qu'une station de radio, et le rayonnement sera complet. D'ailleurs, Jean-Yves Roux planche déjà sur le projet. « Il y a deux options : soit une nouvelle fréquence se libère, soit une station déjà existante décide de changer de vocation. Ça aussi, c'est une question de temps. Mais on le sait, c'est dans l'air. Il y a des feux verts qui commencent à s'allumer... »

Infos : www.vibeplus.ca

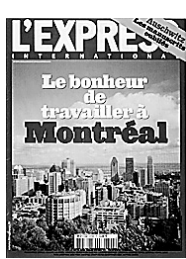
REVUE MAGAZINES

24 HEURES CHRONO
Le Point

Concept distrayant que celui qui est proposé dans *Le Point* et qui rassemble toutes sortes de statistiques et de données françaises autour de l'espace temps que dure une journée. On y apprend qu'en 24 heures, 500 personnes subissent une chirurgie esthétique, 640 sont blessées par leur animal domestique, 13 000 voitures sont produites, 73 % des femmes utilisent une méthode de contraception, 350 personnes acquièrent la nationalité française

et 153 autres sont exclues de l'Hexagone. De plus, on découvre que 5,3 millions de Français sont obèses, 7,8 millions consomment de l'alcool tous les jours et que 3,2 millions ne prennent jamais de douche ou de bain. Un portrait criant de chiffres et de vérité.

— Mario Girard

LES COUSINS À MONTRÉAL
L'Express

Pour bien appâter les lecteurs québécois, la version internationale du magazine *L'Express* met à sa une (la version française place plutôt en couverture un dossier sur Auschwitz) le titre flatteur suivant : *Le bonheur de travailler à Montréal*. La journaliste Valérie Lion brosse le portrait de quelques Français qui ont trouvé à Montréal une terre d'accueil mais aussi un jardin fiscal dans lequel fleurissent leurs projets d'affaires. Il apparaît entre autres

que la deuxième ville francophone au monde après Paris offre aux Français la fameuse « première chance » qu'ils trouvent difficilement chez eux. Bref, un portrait très positif (sauf pour l'hiver auquel on ne s'habitue pas), qui donne envie de déménager le plus rapidement possible dans cette ville qui fait de plus en plus entendre l'accent des cousins.

LES POTINS D'ABORD
Sensass !

Quebecor lance un autre magazine à potins pour fleurir les caisses de nos supermarchés et assouvir la bassesse de notre curiosité. Avec la séparation de Mahée Paiement et Patrick Huard en couverture, le ton de ce magazine est donné. À la différence de certaines publications qui choisissent de traiter distinctement des vedettes québécoises et des stars internationales, celle-ci fait le pari de mélanger ce « beau milieu » en se disant qu'un scandale

hollywoodien vaut bien un potin montréalais. Ne soyez donc pas surpris de voir, partageant la même page, Marie-Pierre et Elizabeth Hurley devenues pour un moment cousines du mauvais goût vestimentaire. Passons maintenant aux choses sérieuses : Patricia Paquin vit bien sa séparation et Anne-Marie Losique veut parrainer un enfant en Amérique du Sud.

VACANCES/VOYAGE

Une image de marque pour le Québec touristique

ANDRÉ DÉSIRONT
COLLABORATION SPÉCIALE

Tourisme Québec a confié à la firme BCP le mandat d'établir une image de marque pour le Québec. L'exercice n'est pas évident, car il faut résumer ses différents aspects dans un slogan.

Et les touristes étrangers ne perçoivent pas tous la Belle Province de la même manière. Les Français y voient une destination de « grands espaces » et les Américains, une région à savorer « française » où on mange bien. Enfin, comme le Ministère travaille en collaboration avec l'industrie, il faut que le « branding » fasse l'affaire de milliers d'intervenants. « Nous avons déjà enregistré des réticences », dit le ministre du Développement régional et du Tourisme, Nathalie Normandeau.

« Les gens du ski et ceux des produits à caractère culturel se demandaient comment ils allaient se retrouver là-dedans. L'industrie compte 41 associations sectoriel-

les qui, toutes, ont des intérêts divergents. Il faut aller au-delà de cela, comme New York a réussi à le faire avec son slogan *I Love New York*. Mais nous avons réussi à dégager des consensus. »

Plusieurs pays qui se posent en destinations concurrentes se sont dotés récemment d'une image de marque. C'est le cas de l'Espagne qui, pour aiguiller les visiteurs vers d'autres produits que ses plages, a adopté l'image de « Nature et culture ». On saura dans quelques semaines sous quel aspect les étrangers seront bientôt invités à nous percevoir. En attendant, les membres de l'industrie, consultés dans le cadre d'un forum qui a tenu plusieurs réunions l'an dernier, ont regroupé les produits touristiques québécois en quatre grandes « expériences ».

« Tous les producteurs et toutes les régions vont devoir se retrouver dans au moins une de ces quatre expériences », explique la ministre. Quant à savoir lesquelles, il faudra attendre le lancement officiel du nouvel énoncé de politi-

que touristique, dont la ministre dévoilera la teneur au cours des prochains jours.

Développement durable

Il sera beaucoup question de développement durable dans ce nouvel énoncé. « C'est une tendance lourde et je considère d'ailleurs le débat à propos de la motoneige comme un test qui tombe à pic, pour nous préparer au virage vers un développement durable », dit Nathalie Normandeau. On se souviendra que, le 30 novembre dernier, un jugement avait interdit la pratique de la motoneige sur un tronçon du parc linéaire du P'tit Train du Nord, dans les Laurentides. La juge Langlois avait aussi condamné les MRC concernées à verser des dédommagements substantiels aux résidents installés en bordure des pistes.

« Les citadins perçoivent la motoneige comme une source de bruit et de pollution, alors que les gens des régions y voient un moteur de développement économique », remarque la ministre.

« Nous sommes condamnés à trouver le juste équilibre et il repose sur un dialogue entre les parties, notamment les riverains des sentiers et les associations de motoneigistes. »

Pour Nathalie Normandeau, le développement durable passe par la concertation avec les citoyens. « Nous veillerons à ce que soient respectées les préoccupations des communautés locales lorsqu'on lancera ou qu'on concevra un projet touristique, dit-elle. Quand un village reçoit un flux important de touristes, cela a un impact sur la vie des gens qui y habitent.

« On le voit aux Îles-de-la-Madeleine, où pendant les deux mois d'été, les touristes se retrouvent parfois en plus grand nombre que la population locale. Cela risque de bousculer les habitudes des citoyens, au point qu'ils ne se sentent plus chez eux. La MRC et l'ATR des Îles ont entrepris une démarche qui consistera à consulter les citoyens et à trouver les moyens de les impliquer dans le processus touristique et la prise de décisions. »

EN BREF

La Fête des flocons

La population de Drummondville et les visiteurs sont invités à la Fête des flocons les 21, 23 et 30 janvier au parc Saint-Jean-Baptiste, dont le centre communautaire célèbre son 40^e anniversaire. Les célébrations commencent le 21 janvier à 18h30 par la soirée familiale Disque Americ. Il y aura un feu de joie, de la musique, des balades en traîneaux à chevaux et au flambeau et un feu d'artifices. Le 23 janvier, il y aura un spectacle d'agilité canine à 13h et une exposition de motoneiges anciennes. Enfin, le 30 janvier, après le brunch des flocons, il y aura une balade en traîneaux à chiens, un spectacle de patinage artistique et le traditionnel bain de neige. Infos : www.ccrsjb.qc.ca.

Rendez-vous à Ottawa

La Commission de la capitale nationale convie les résidents et les visiteurs à un grand rassemblement le 22 janvier (en cas de mauvais temps, l'activité aura lieu le 29 janvier) sur la patinoire du canal Rideau, la plus longue du monde, pour célébrer sa 35^e saison de patinage. À cette occasion, les boissons chaudes servies sur la patinoire seront offertes au coût de 0,35 \$, entre 12h et 14h. De plus, à compter de 13h, à l'intersection de l'avenue Fifth, une équipe de quatre parachutistes effectuera des manoeuvres aériennes avant d'atterrir sur la patinoire et de couper un gâteau d'anniversaire géant.

Festiglance de Joliette

Le Club FamiFun vous offre de partir le 30 janvier prochain pour une journée plein air patin et marche sur la rivière L'Assomption à l'occasion du Festiglance de Joliette, la troisième de six escapades d'une journée offertes par l'organisme. Vous pourrez découvrir la plus longue patinoire sur rivière du Québec. Il y aura de l'animation sur le site avec musique et spectacles. Le départ se fait au métro Berri-UQAM à 9h et le retour aura lieu à 17h au même endroit. Prix par personne : 50 \$ (45 \$ pour les membres). Réservations : 514 382-2505.



GoTravelDirect.com

CELA INCLUT VOLS, HÔTEL ET TAXES

À PARTIR DE

599\$

VOLS DIRECTS

(514) 849-3344
303, rue Émery



Les prix sont par personne basés sur une occupation double. Les prix annoncés sont en vigueur au moment de l'impression et sont valables pour les nouvelles réservations jusqu'au 21 janvier. Les taxes sont incluses. Go Travel Direct est titulaire d'un permis du Québec.

BEST WESTERN MARDI GRAS 2 1/2 étoiles, 4 nuits, vols et hôtel. Départ le 20 mars. **599\$**

LUXOR LAS VEGAS 3 étoiles, 4 nuits, vols et hôtel. Départ le 6 mars. **799\$**

VOL SEULEMENT À PARTIR DE **479\$** aller et retour. Vols directs sans escales de Montréal.

Vivez l'hiver!

TREMBLANT
Mont-Tremblant, Québec

Célébrez l'hiver dans toute sa splendeur: du ski sans pareil, un choix excitant d'activités et l'hébergement à quelques pas des pistes!

ESCAPADE DE SKI Saison économique

Profitez des conditions de ski parfaites à des tarifs exceptionnels!

2 JOURS DE SKI À PARTIR DE **139\$*** par personne / par nuit

2 NUITÉES

* Prix par personne, par nuit, en occ. dble, incluant les billets de ski pour 2 jours consécutifs et 2 nuitées. Valable du 2 janvier au 18 février 2005. Certaines conditions s'appliquent. Redevance et taxes en sus.

PROLONGEZ VOTRE SÉJOUR!
Obtenez **50%** de rabais sur votre 3^e nuitée, ou une 5^e nuitée GRATUITE!*
* Disponible chez certains hôteliers.

Encore plus d'offres sur tremblant.com ou au 1 888 289-8888

Voyages Optimistes inc. Le spécialiste CIRCUITS ET CROISIÈRES

7068, Sherbrooke Est, Montréal (514) 255-8833 • 1 877-255-8833

www.voyagesoptimistes.com

CÉLINE DION À LAS VEGAS
Départs de janvier à juin 2005
1 049 \$
Inclut vols, transferts, hébergement 4 nuits hôtel 3*, billet de spectacle mezzanine 2 et taxes

SÉJOUR EN ITALIE (ABRUZZES)
Accompagné en français
29 mars au 12 avril 2005
1 849 \$
Inclut vols, transferts, hébergement 13 nuits à l'hôtel Hermitage face à la mer, 3 repas par jour, vin aux repas et taxes
Avec nous, pas de surprise!
Nos prix incluent les vols, transferts et taxes.

Groupes accompagnés

Croisière « 4 mers » 4 350\$
16 septembre, 16 jours De Barcelone à Venise, Côte d'Azur, Italie, Grèce et Dubrovnik. Navire 5 étoiles 38 repas inclus, 2 nuits à Barcelone

3^e année Croisière Scandinavie et Russie 3 760\$
18 août, 2 sem.
- Tallinn, Copenhague, Stockholm, Oslo, etc...
Tous les repas, taxes. Faites vite!

Croisière à Tahiti, ses îles et les Marquises 4 775\$
28 octobre, 2 sem., 3 nuits à Papeete en hôtel de luxe, 10 nuits en croisière, 33 repas, très limité à partir de

Circuit - croisière Californie - Mexique 2 745\$
4 octobre, 2 sem. 23 repas - de San Francisco à Acapulco

Croisière Canal de Panama 2 469\$
6 nov. 2 sem. Navire 5 étoiles, Costa Rica et Riviera Mexicaine, 42 repas

Présentation de nos produits le 30 janvier - 13 h à Boucherville Réservations obligatoires

1 888 657-5759

voyages **bergeron.com** Depuis 1950

MEILLEURS PRIX EN VILLE
www.voyagesbergeron.com

LONG SÉJOUR CÔTE D'AZUR
1 mois, Cannes Verrerie
Vols, transferts, studio
2 départs : 28 fév. et 7 mars
Accompagné par Mme. Céline Tremblay

SUPER PRIX
à partir de **1 669 \$** occ. double taxes incluses

Montréal T. 514.273.3301
Place Longueuil T. 450.651.9551
1.866.273.3301 1.877.651.9551

www.voyagesbergeron.com

Rythmes du monde

VACANCES transat

Paris été 2005, réservez avant le 13 fév. : vols seuls, dép. entre le 1er et le 27 avril et retour entre le 2 avril et le 2 juin : **649\$**

Bruxelles, dép. entre le 12 et le 30 avril, retour entre le 13 avril et le 15 mai : **599\$**

Toulouse, dép. les 7 et 14 mai, retour entre le 8 mai et le 30 juin : **749\$**

Nice, dép. les 5 et 19 mai, retour entre le 6 et le 21 mai : **849\$**

Marseille, entre le 9 et le 29 mai, retour entre le 10 et le 30 mai : **749\$**

ENVOLEZ-VOUS AVEC VACANCES TRANSAT. LES CANAUX DE FRANCE EN PÉNICHES
Conférence sur le tourisme fluvial
Le samedi 5 février à 10 h et à 13 h 30
Réservation nécessaire (514) 527-7679

robert.dufour@travelcom.com • 1221 St-Hubert, bur. 100, Montréal

Métro Berri-UQAM (514) 286-9014
Métro Mont-Royal (514) 527-7679

Voyages SEARS
En magasin 1 866 359-7327 .ca

FAITES VITE. CETTE OFFRE PREND FIN LE 28 JANVIER 05.
Réservez un forfait de vacances au moyen de votre carte Sears et...

SOLDE DE DERNIÈRE MINUTE
SUR DES FORAITS REMARQUABLES

*Visitez l'agence de Voyages Sears la plus près de chez vous ou cliquez sur www.VoyagesSears.ca pour connaître tous les détails, termes et conditions. Cette possibilité de paiement prend fin le 28 janvier 2005 et s'applique aux achats effectués au moyen de la carte Sears seulement (sur approbation de votre crédit) et ce, uniquement parmi les produits offerts par nos partenaires participants. Offre valable pour les nouvelles réservations seulement. Le montant des taxes applicables à l'achat de votre voyage sera débité à votre compte Sears au moment de la réservation. Le "sans intérêt" est applicable à la condition que le versement indiqué sur votre relevé mensuel soit payé en entier. Au cas où vous devriez annuler, les frais de pénalité tels que décrits dans les brochures/feuilles de nos partenaires participants seront imputés à votre compte Sears le jour de l'annulation. Les coupons et les promotions du programme Passeport de Voyages ne peuvent être jumelés à cette modalité de paiement, sous aucune considération. Pour plus de précisions, contactez votre agence de Voyages Sears.

©2005 Sears Canada Inc. É.a.s. Voyages Sears. Titulaire d'un permis du Québec.

payez en

12

MENSUALITÉS ÉGALES

sans intérêt!*

VACANCES/VOYAGE

Dubai, nouvelle destination à la mode

ANDRÉ DÉSIRONT

LE POULS DU MARCHÉ COLLABORATION SPÉCIALE

Quelles seront les destinations qui supplanteront demain la France, les États-Unis et l'Espagne, ces trois nations qui, depuis des lustres, caracolent en tête du palmarès des pays les plus touristiques du monde ? Les experts s'entendent pour prédire que la Chine accueillera 100 millions de visiteurs étrangers en 2020, reléguant loin derrière la France qui plafonne aujourd'hui à 70 millions de visiteurs. Il est aussi beaucoup question des pays du cône sud des Amériques qui, taux de change aidant, deviennent très intéressants aux yeux des voyageurs en quête d'aubaines.

Ainsi, l'Argentine a enregistré une hausse des arrivées internationales de 18 % en 2003 et, lorsqu'ils seront compilés, les chiffres de 2004 devraient faire état d'une progression encore plus importante. Ses voisins, le Chili et l'Uruguay, attirent également de plus en plus d'étrangers. Mais à côté de ces destinations dites « émergentes », il en est d'autres dont on parle encore peu de ce côté de l'Atlantique, mais qui commencent à ratisser large en Europe et même dans certains ghettos dorés des États-Unis : ce sont quelques émirats du golfe Persique, et principalement Dubaï.

Dans cet émirat de 3900 kilomètres carrés où vivent un peu moins d'un million de personnes, le tourisme est l'obsession de cheikh Mohammed bin Rashid al-Maktoum. À l'époque où il n'était encore que prince héritier et ministre de la Défense, il était préoccupé par l'épuisement imminent des réserves de pétrole qui ont fait la richesse de son coin de désert.

Il a donc décidé d'investir les surplus budgétaires dans des projets de développement touristique. Des projets à la mesure de la manne de dollars que le pétrole a fait pleuvoir sur l'émirat depuis deux décennies. Ainsi, le Burj al-Arab, ce gratte-ciel de verre et d'acier en forme de voile tournée vers la mer qui est devenu le symbole de l'émirat, se présente comme le « seul hôtel sept étoiles du monde ».

The Palm

Comme il n'y a que quelques dizaines de kilomètres de côte dans le pays, l'émir a patronné un projet délirant : The Palm. Il s'agit de trois îles artificielles en forme de palmier bâties sur les fonds marins. Chacune est ceinturée par

une grande digue d'une vingtaine de kilomètres de long. Lorsque les trois projets seront terminés, Dubaï se sera doté de 120 kilomètres de côte supplémentaires. Et de plusieurs dizaines d'hôtels de luxe, sans compter les villas et les marinas. Sur le premier de ces îlots, The Palm Jebel Ali, on retrouve un village de 5000 villas, 2400 appartements et 50 hôtels de luxe, sans compter les boutiques. L'émirat déploie actuellement un réseau de 200 hôtels classés quatre et cinq étoiles. The Palm viendra doubler cette capacité hôtelière et ajouter des milliers de résidences de tourisme au parc immobilier du pays.

Il n'y a pas grand-chose à faire à Dubaï. Qu'importe ! L'émir a fait aménager un souk nouveau genre : le Dubai Festival City. De Cartier à Louis Vuitton, de Rolex à Armani, on y trouve exclusivement les grandes marques mondiales du luxe. Et de la fin décembre à la fin janvier, on y tient un grand solde annuel, le Dubai Shopping Festival, qui attire les millionnaires en quête d'aubaines. Comme des touristes français se plaignaient du manque de couleur locale, l'émir a fait aménager dans le désert un village de tentes bédouines conçu sur le principe des lodges africains : Al-Maha. Les passionnés d'authenticité peuvent maintenant jouer aux Bédouins pour la modique somme de 5000 \$ la nuit.

Tourisme de luxe

Car Dubaï se voue surtout au tourisme de luxe. Tout comme, d'ailleurs, un autre émirat du Golfe qui, avec quelques longueurs de retard, s'est lui aussi lancé dans la quête du Graal touristique : le Qatar. On y retrouve actuellement cinq hôtels « classés cinq étoiles et huit quatre étoiles, pour seulement un trois étoiles ». Fred van Eijk, directeur de l'Office du tourisme du Qatar, déclare à qui veut l'entendre : « Nous ciblons une clientèle individuelle et des petits groupes. » Autrement dit, pas question d'accueillir des vols nolisés avec leurs cargaisons de touristes pour complexes tout-inclus ! Ici, on veut des gens qui dépensent sans compter. Pour les attirer, l'émirat a lancé une compagnie aérienne, Qatar Airways, que n'importe quel gestionnaire surmené rêverait de diriger, puisque l'objectif de l'entreprise n'est pas de faire des profits, mais de mettre l'émirat sur la carte du tourisme mondial. On pourrait en dire autant d'Emirate Airways, le transporteur des Émirats arabes unis (dont fait partie Dubaï). Le président d'Air France, Jean-Cyril Spinetta, a d'ailleurs fait une sortie remarquée, l'automne dernier, contre ces compagnies aériennes

subventionnées par l'argent du pétrole, qui faussent le jeu de la concurrence.

En attendant, Dubaï est en train de devenir une destination touristique très prisée par les Européens et par les touristes fortunés du Moyen-Orient. L'objectif de 15 millions de visiteurs étrangers en 2010 le placerait au rang des 15 principaux pays touristiques du monde, loin devant Cuba et la République dominicaine, par exemple.

Visionnaire, l'émir al-Maktoum ? Poète, en tout cas : dans les Émirats, il est considéré comme un des principaux représentants contemporains de la poésie nabati — un genre littéraire spécifique aux Bédouins. « La poésie a contribué à l'évolution des Émirats », aime-t-il déclarer lorsqu'on met le sujet sur la table. Ce qui n'enlève rien aux mérites du pétrole, naturellement, ni à ceux du développement touristique.



PHOTO AFP
Quand il sera terminé, en novembre 2008, le Burj Dubai, dont on voit ici une illustration, sera l'édifice le plus haut du monde. Il atteindra près de 800 mètres de hauteur et comportera 160 étages. C'est un consortium à la tête duquel on retrouve la multinationale coréenne Samsung qui a obtenu le contrat de construction de quelque 850 millions.



Ma
Floride
à moi



NOLITOUR
VACANCES
L'autre soi-même

Plus de magie, plus de journées.
Plus d'avantages et plus de parcs
Les billets Magic Your Way de Disney
Une toute nouvelle façon de vivre les vacances



Nous avons réinventé les vacances
Walt Disney World
pour vous permettre de voyager selon vos goûts et votre budget.

Magic Your Way de Disney
Les billets peuvent être achetés pour 3, 4, 5, 6 ou 7 jours

BILLET DE 7 JOURS
288\$ PAR ADULTE | 231\$ PAR ENFANT (3-9 ANS)

BILLET DE BASE MAGIC YOUR WAY*
Admission à l'un des quatre parcs thématiques pour chaque journée d'utilisation.

BILLET DE 7 JOURS
288\$ PAR ADULTE | 231\$ PAR ENFANT (3-9 ANS)

LES FORAITS DE DISNEY INCLUENT:
Vol aller-retour, 7 nuits dans un hôtel sélectionné *Walt Disney World Resort* et transferts

<p>CATÉGORIE «VALUE» <i>Disney's All Star Resorts</i> ★★★ 3 et 10 février 7 Nuits 899\$</p>	<p>CATÉGORIE «MODÉRÉE» <i>Disney's Port Orleans Resorts</i> ★★★+ 3 et 10 février 7 Nuits 1199\$</p>
---	---



floride.
envolez-vous.

RÉSERVEZ AVANT LE 22 JANVIER
VALIDE SUR CERTAINS DÉPARTS JUSQU'AU 23 FÉVRIER

HÂTEZ-VOUS !
NOMBRE DE SIÈGES LIMITÉ

- ▶ Vols sans escale
- ▶ Pas de séjour minimum
- ▶ Sélection de siège: 1.877.TRANSAT

ORLANDO, FORT LAUDERDALE

À PARTIR DE

19 janvier au 21 février..... **399\$**

Les tarifs sont par personne en occupation double sauf pour les vols. Taxes incluses. Places limitées. Sujet à changement sans préavis. Valable pour les nouvelles réservations entre le 8 et le 22 janvier 2005. Non applicable sur les sièges en Club Transat. Sujet à la disponibilité au moment de la réservation. Prix du vol seul valide à 399\$ le 10 février sur Fort Lauderdale et le 3 février sur Orlando. Permis du Québec

Les tarifs indiqués incluent toutes les taxes, la TPS et la TVQ. Ils n'incluent pas la contribution des clients au fonds d'indemnisation de 3.50\$ par 1000\$



Brossard(450) 465-0620
Greenfield Park(450) 926-1333
Laval (St-Martin O)(450) 682-8100
Laval (des Laurentides)(450) 975-2713

Montréal(514) 861-5111
Pointe-Claire(514) 426-2760
Saint-Léonard(514) 255-3560
Service affaires:1 888 659-4545
Ailleurs au Québec :1 888 549-5559

www.caaquebec.com

VACANCES VOYAGE LE SAMEDI



CE SAMEDI
DANS LA PRESSE

LE CAIRE, un carosse envoûtant.

CROISIÈRE AUX CARAÏBES

7 jours / 12 février

À partir de **1219\$** /pers. (vol et taxes incluses)

MSC Croisiers Réservez dès maintenant!

clubvoyages™
Saint-Eustache (450) 623-1000 | Laval (450) 969-4422
www.voyagesdumoulin.com



UNE BATAILLE POUR LA VIE

LA MALADIE DE LOU GEHRIG

(514) 725-2653 • 1 877 725-7725
www.sla-quebec.ca • info@sla-quebec.ca

OFFREZ-VOUS UNE MER DE PLAISIRS




Forfaits

à partir de **159 \$***

Au Massif, il n'y a rien de trop beau pour ceux qu'on aime : un panorama à couper le souffle, un enneigement naturel exceptionnel, une cuisine aux saveurs régionales et, à proximité, les plus belles auberges de Charlevoix.

Avec nos forfaits ski-hébergement, vivez la mer comme nulle part ailleurs.

Renseignez-vous au 1 866 324-4914 ou au www.lemassif.com.

*Prix par personne, en occupation double, incluant 2 jours de ski, 2 nuitées et 2 petits-déjeuners. Taxes en sus.

LE MASSIF
Montagne sur Mer

VACANCES/VOYAGE

Deux millions de touristes à Cuba

AGENCE FRANCE-PRESSE

LA HAVANE — Plus de deux millions de touristes se sont rendus à Cuba en 2004, un record depuis l'ouverture de l'île communiste au tourisme, au début des années 90, selon des chiffres officiels parus cette semaine.

« Le chiffre total a été de 2 048 572 visiteurs internationaux », indique un communiqué du ministère du Tourisme publié dans le quotidien officiel *Granma*.

Les Canadiens sont toujours les plus nombreux à se rendre à Cuba, suivis des Italiens, des Espagnols, des Allemands et des Français.

Selon le communiqué, ce résultat « dénote l'intérêt croissant de personnes venues de diverses parties du monde, non seulement pour découvrir les ressources touristiques de Cuba, mais aussi l'oeuvre immense de la Révolution et la résistance héroïque de notre peuple ».

Le ministre de l'Économie, José Luis Rodríguez, avait indiqué pour sa part fin décembre que le secteur avait enregistré en 2004 une augmentation de 7,6 % du nombre de touris-



PHOTO ARCHIVES LA PRESSE ©

Les Canadiens sont toujours les plus nombreux à se rendre à Cuba.

tes par rapport à 2003, faisant de lui le moteur de la fragile économie cubaine.

Le ministre avait ajouté, dans son rapport annuel présenté devant l'Assemblée nationale, que les touristes avaient dépensé et séjourné en moyenne 15 % de plus que l'année précédente, sans fournir toutefois de chiffre global sur les revenus touristiques de l'île.

AUBAINES À SAISIR

Cette semaine, nous ferons une petite incursion du côté des croisières. Voici ce que nous avons trouvé chez deux grossistes spécialisés.

> *Rhapsody of the Seas* (Royal Caribbean), au départ de Galveston (Texas) le 27 février pour sept nuits, avec escales à Key West, Grand Cayman et Cozumel : 639 \$ (plus 245 \$ de taxes) pour une cabine intérieure de catégorie L, avion non compris de Montréal, avec le grossiste Tours Maison (prix habituel : 1999 \$ plus taxes).

> *Grandeur of the Seas* (Royal Caribbean), au départ de La Nouvelle-Orléans le 5 mars pour sept nuits, avec escales à Cozumel, Grand Cayman et Costa Maya : 579 \$ (plus 216 \$ de taxes) pour une cabine intérieure de catégorie L, avion non compris de Montréal, avec le grossiste Tours Maison (prix habituel : 1999 \$ plus taxes).

> *Norwegian Sun* (Norwegian Cruise Line), au départ de Miami le 9 avril pour sept nuits, avec escales à Grand Cayman, Roatan (Honduras), Belize et Cozumel : 516 \$ (plus 272 \$ de taxes) pour une cabine intérieure de catégorie L, avion non compris de Montréal, avec le grossiste Tours Maison (prix habituel : 1587 \$ plus taxes).

> *Costa Atlantica* (Costa Cruises), au départ de

Fort Lauderdale, le 10 avril, pour une traversée de 16 jours jusqu'à Savona (Gênes) en Italie. Escales à Nassau, Saint-Martin, Pointe-à-Pitre, la Barbade, Santa Cruz de Tenerife, Casablanca et Barcelone : 1599 \$ pour une cabine intérieure, taxes incluses, mais billet d'avion non inclus, avec le grossiste Intair (prix habituel : 3939 \$).

> *Carnival Spirit* (Carnival), au départ de San Diego (Californie) le 10 avril pour une croisière au Mexique de sept jours, avec escales à Cabo San Lucas, Mazatlan et La Paz : 832 \$ pour une cabine intérieure, taxes incluses, mais billet d'avion non inclus, avec le grossiste Intair (prix habituel : 2355 \$).

> *Carnival Triumph* (Carnival), au départ de Miami le 30 avril, pour sept jours, avec escales à Cozumel, Grand Cayman et Ocho Rios (Jamaïque) : 760 \$ pour une cabine intérieure, taxes incluses, mais billet d'avion non inclus, avec le grossiste Intair (prix habituel : 2309 \$).

> *Costa Classica* (Costa Cruises), au départ de Venise les 9, 16 et 23 octobre pour sept jours, avec escales à Ancône, Athènes, Heraklion, Corfou et Dubrovnik : 1189 \$ pour une cabine intérieure, taxes incluses, mais billet d'avion non inclus, avec le grossiste Intair (prix habituel : 1823 \$).

Laissez-vous ENCHANTER PAR L'HIVER EN OUTAOUAIS

LAC-LEAMY CASINO
Situé à Gatineau, à cinq minutes du centre-ville d'Ottawa.
1 800 665-2274
www.casino-du-lac-leamy.com

Luca Dufault

FORFAIT CINÉMASHOW ET CASINO

En vigueur du 4 au 27 février 2005

- 1 ou 2 nuit(s) d'hébergement avec petit(s) déjeuner(s)
- Billet pour le spectacle « Cinéshow » présenté au Théâtre du Casino
- Souper fondue et soirée dansante au Salon Royal du Casino du Lac-Leamy
- Boisson/cocktail à l'un des bars du Casino du Lac-Leamy
- 20 \$ par personne de crédit-jeu pour le Casino du Lac-Leamy

Auberge de la Gare
1 866 778-8085
www.aubergedelagare.ca

1 NUIT	154 \$
2 NUITS	206 \$

Hilton Lac-Leamy
1 866 488-7888
www.hiltonlacleamy.com

1 NUIT	207 \$
2 NUITS	311 \$

Holiday Inn Plaza la Chaudière
1 800 567-1962
www.rosevhotels.com

1 NUIT	170 \$
2 NUITS	238 \$

Tous les tarifs sont par personne (en occupation double). Taxes en sus.

RÉSERVATIONS
1 800 595-2084
www.tourismeoutaouais.com

vacances

TMR

TOURSMONT-ROYAL.com

Janvier au chaud!

TOUT COMPRIS

PUNTA CANA

23 janvier, 1 semaine

Catalonia Bavaro 4,5★
1348\$

Bahia Principe 5★
1548\$

PUERTO PLATA

20-21-22 janvier, 1 semaine

Caribbean Village 3★
898\$

Hacienda Garden 3,5★
898\$

HOLGUIN

20-21-22-23 janvier, 1 semaine

Playa Costa Verde 4★
1298\$

Playa Pesquero 4,5★
1298\$

CAYO COCO

21-23 janvier, 1 semaine

Playa Coco 4,5★
998\$

Tryp Cayo Coco 4★
1098\$

CAYO SANTA MARIA

21 janvier, 1 semaine

Sol Cayo Santa Maria 4★
1098\$

Melia Cayo Santa Maria 4,5★
1198\$

CAYO LARGO

20 janvier, 1 semaine

Barcelo Cayo Largo 4★
898\$

Sol Cayo Largo 4★
1098\$

SANTA LUCIA

20-21 janvier, 1 semaine

Club Amigo Santa Lucia 3★
798\$

Gran Club Santa Lucia 3,5★
898\$

Consultez des experts

AHUNTSIC	VOYAGES MARLIN	(514) 745-3990	MONTRÉAL	VOYAGES CLUB PRESTIGE	(514) 881-1000
ANJOU	VOYAGES EN DIRECT	(514) 356-3156	MONTRÉAL	VOYAGES VIA MONDE	(514) 288-4488
BELOEIL	VOYAGES ACTION	(450) 464-0363	MTL CENTRE-VILLE	VOYAGES FRANAIR	(514) 849-7711
CHOMEDEY	VOY. FUNTASTIQUE REX	(450) 686-1015	POINTE AUX TREMBLES	VOYAGES N.T. AIR	(514) 645-0057
CHOMEDEY LAVAL	VOYAGES VASCO	(450) 687-6800	REPENTIGNY	VOYAGES INTERNATIONAL	(450) 581-0984
GREENFIELD PARK	VOYAGES VASCO	(450) 672-6556	ST-HYACINTHE	VOYAGES PLEIN SUD	(450) 252-3339
LAVAL	CLUB VOYAGES DUMOULIN	(450) 969-4422	ST-LUC	VOYAGES JOHANNE RAUZON	(450) 359-1166
LAVAL	VOYAGES FUNTASTIQUE	(450) 663-2880	STL-CATHERINE	CLUB VOY. RAYMONDE POTVIN	(450) 632-8252
MASCOUCHE*	VOYAGES MARLIN	(450) 474-6888	STE-ROSE	AVANTAGE VOYAGES AZUR	(450) 978-6695
MONTRÉAL	VOY. EN DIRECT ROSEMONT	(514) 593-6082	VIMONT LAVAL	EXODUS VOYAGE	(450) 629-8055
MONTRÉAL	VOY. PLACE VERSAILLES	(514) 351-5814	WEST ISLAND	VOYAGES D'OUTOUR	(514) 620-7777
MONTRÉAL	VOYAGES CENTRE-VILLE	(514) 871-5103			

* OUVERT LE DIMANCHE ◀ OUVERT LES SOIRS DE SEMAINE

Certaines conditions s'appliquent. Le tarif indiqué inclut les taxes, 7 nuits d'hébergement et le repas en formule tout clients. Prix par pers. en occ. double. Valable pour les nouvelles réservations jusqu'au 24 janvier 2005. Supplément de vol applicable selon jour de départ.