



ACTUEL

Des guerriers en culottes courtes

Page 6

Espace Pub en Taxi

Page 7



La Presse

CAHIER B | LA PRESSE | MONTRÉAL | LUNDI 17 DÉCEMBRE 2001



DANEMARK

VOYAGE AU PAYS DES BOBOS



MARIE-CLAUDE LORTIE

TENDANCE DANEMARK

- LUN | 1 > Le Danemark pays bobo
- MAR | 2 > L'hiver à la mode
- MER | 3 > Cochons et coeur de Noël
- JEU | 4 > Un repas de Noël d'un mois

COPENHAGUE — Après avoir flambé leur fric à Paris, Londres et Tokyo, les leaders de tendances sont maintenant à la recherche de simplicité, d'authenticité.

Fini le clinquant, le luxe démesuré et autres valeurs à la Gucci qui ont marqué les années 1990. Le 11 septembre a mis la clé dans tout cela.

Place à un univers plus dépouillé, plus authentique, plus préoccupé de justice sociale. Bref, place à la Scandinavie en général et au Danemark en particulier, versions pays de ce qu'on appelle en marketing les «bobos», ces bourgeois bohèmes qu'on a vu apparaître à peu près en même temps que les manifestants de Seattle.

Consommateurs nantis mais discrets à la recherche de qualité, préoccupés autant par la conservation de l'environnement que par l'encouragement de modes de vie équitables, les bobos, comme le Danemark, ont aussi une nette préférence pour un environnement esthétique à la fois pur et étudié. Ce n'est pas pour rien que le pays de l'architecte Arne Jacobsen est tombé dans la mire de ces antichichis.

«Allons droit au but. Le Danemark c'est beaucoup, beaucoup, nous autres», pouvait-on lire en éditorial dans le numéro de novembre du magazine *Wallpaper**, référence en matière de tendances modernes.

«Il y a bien des raisons de tomber amoureux du petit royaume du Danemark — du design extraordinaire à tous les coins de rue, un penchant libéral sensé, des bonnes coupes de cheveux et des infrastructures impeccables.»

Petit pays (5,5 millions d'habitants) situé au nord de l'Allemagne et à la porte de la Scandinavie, le Danemark a réussi à rester à l'abri, discrètement, des rouleaux compresseurs culturels et économiques européens et américains.

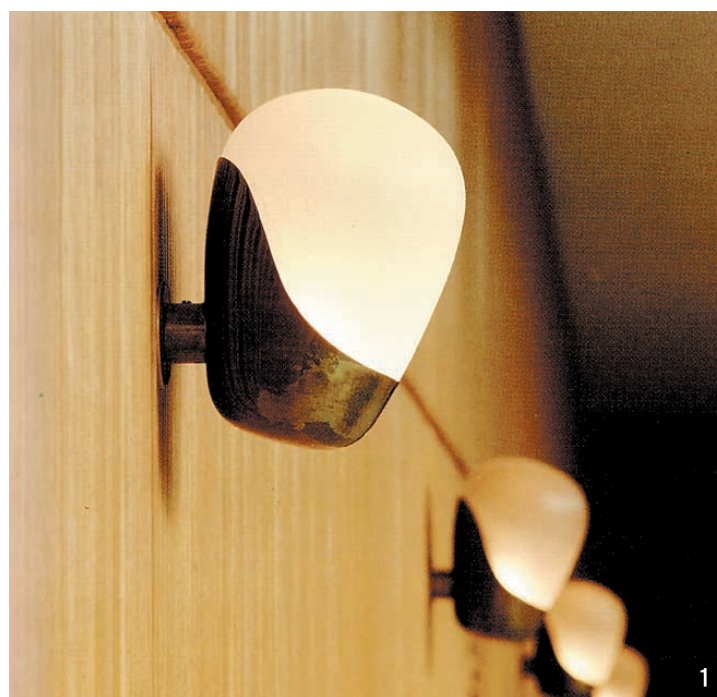
Certes, on y trouve des McDo, des KFC et des faux cafés français. Mais il n'y a ni Gap ni Starbucks. «Et une bonne tranche de la société n'en veut pas», affirme Morten Winther, délégué commercial du Danemark, à Montréal.

«Il y a une partie de la population qui est attirée par ce qui est américain et ce type de consommation», continue M. Winther. Mais il y a aussi une bonne partie de la population danoise, qui a pas mal d'influence, qui tient vraiment à l'individualisme danois. Ces gens veulent boire des cappuccinos dans leurs cafés, pas des Starbucks, et ils veulent leurs produits bio dans leurs petites épiceries, en ville.»

La petitesse du pays lui permet de maintenir ainsi un consensus remarquablement solide autour d'un projet de société très bobo : pro-éducation, pro-environnement, pro-égalité et pro-esthétisme urbain.

Voir DANEMARK en B3

Pays chic sans chichi, tout petit mais rempli d'idées originales sur l'art de maintenir une qualité de vie sobre mais sans compromis, le Danemark cadre tout à fait dans l'esprit très pro-authenticité que l'on cherche ces temps-ci. La Presse commence aujourd'hui une série sur la vie dans ce coin de Scandinavie.



- 1 et 2. Lampes Arne Jacobsen.
- 3. Landaus et vélos laissés devant un des cafés à la mode de Copenhague.
- 4. Publicité pour un restaurant de Århus.
- 5. Chaise de Hans Wegner.

Hydro Québec présente l'Orchestre symphonique de Montréal

BRUNO PELLETIER
SIMON LECLERC - CHEF D'ORCHESTRE ET ARRANGEUR
1^{ER} FÉVRIER 2002, 20 H - EN SUPPLÉMENTAIRE LE 13 FÉVRIER

les Week-ends de **POP de l'OSM**

514 • 842 • 9951

TOYOTA Affaires municipales et Métropole Québec

Affichage Astral Media

TVR

CITE RockDôme 107.3 FM

La Presse

OSM
ORCHESTRE SYMPHONIQUE DE MONTRÉAL
CHARLES DUTOIT

BANDE À PART



Italie: point de famille hors du mariage

MATHIEU PERREAULT

ROME — « Davantage d'allocations familiales. La région du Latium gouverne pour toi. » Au bas du panneau publicitaire, deux alliances entrecroisées.

Partout dans Rome, le parti néofasciste Alliance nationale fait sa profession de foi: point de famille hors du mariage. Les héritiers de Mussolini, qui gouvernent la région italienne où se trouve la capitale, ont décidé cet automne de réserver les allocations parentales aux couples mariés. Les conjoints de fait n'auront rien.

La mesure a fait bondir l'opposition de centre-gauche, mais n'a pas frappé le grand public, dans une ville habituée aux leçons de morale du pape. Le président de la région, Francesco Storace, s'est défendu en se réfugiant derrière la loi italienne, qui donne certains avantages aux mariés: notamment, les femmes sont mieux protégées en cas de divorce si elles sont épouses plutôt que conjointes.

« À partir de maintenant, nous n'aiderons que les familles traditionnelles », a expliqué M. Storace. Même l'Église n'a pas excommunié les conjoints de fait, a répliqué le Parti populaire, qui fait partie de l'opposition.

La controverse souligne à gros traits le paradoxe du conservatisme moral de l'Italie, un pays où les magazines politiques — l'équivalent de *Time* ou *L'Actualité* — affichent une semaine sur deux des femmes à demi-nues, pour des sujets allant des plaisirs d'été à la réforme scolaire, la lutte contre le cancer et même la popularité des cours d'anglais. L'arrivée au pouvoir de la droite, aux élections nationales de mai dernier, a raffermi l'assurance des champions des bonnes moeurs.

L'automne n'a pas été avare de controverses morales en Italie. Alors même que le gouvernement Storace appuyait le mariage,



Ally McBeal chez le psychiatre. Des séquelles de la censure italienne ?

une chaîne privée appartenant à la famille du premier ministre italien, Silvio Berlusconi, retirait la série télévisée *Ally McBeal* des ondes à cause d'une aventure qu'avait l'avocate bostonnaise avec une collègue. Le baiser que se sont échangées Ally et Ling, jouée par Lucy Liu, a fait bondir les associations parentales. Dans l'émission, qui passait à 15 h, le baiser servait à éloigner un admirateur trop insistant d'Ally.

L'affaire du « Bacio lesbico » a évidemment divisé le pays selon les lignes politiques, droite contre gauche. « Mettre en va-

leur auprès des enfants le comportement homosexuel à la télévision est une violence psychique et émotionnelle injustifiable », a tonné une association parentale de droite, le Mouvement italien des parents, ou Moige. L'Observatoire des droits des mineurs, un organisme non gouvernemental, s'est aussi inquiété.

Ironiquement, la série *Ally McBeal* met en scène le monde hyper-compétitif des avocats américains, un modèle de vie qu'abhorre la gauche italienne. Un cas de figure: les sympathies d'extrême gauche de Costanza, une

jeune femme du quartier populaire San Giovanni qui vote pour le parti Rifondazione comunista, ne l'empêchaient pas de suivre religieusement les tribulations romantico-carriéristes d'Ally. « Je hais les puritains qui m'enlèvent mon émission », conclut-elle.

Le conjoint de Costanza, Pietro, est quant à lui horrifié par la décision du Latium de réserver les allocations parentales aux couples mariés. « J'ai l'impression de revenir aux années 50 », dit Pietro, qui a eu voilà 10 mois une petite fille avec Costanza sans être marié. « Ce qui me console, c'est que personne ne recevra rien de toute façon. Normalement, la Ville de Rome donne deux millions de lires (1500 \$ CAN) aux parents de chaque enfant qui naît. Angelica a presque un an et je n'ai toujours rien reçu. »

Écouter les jeunes politiciens de droite défendre cette mesure est fascinant. Un attaché politique municipal dans la vingtaine, qui préfère garder l'anonymat, a commencé par admettre qu'il est « mal à l'aise » avec certaines positions de l'Alliance nationale, parti membre de la coalition qui gouverne l'Italie, en plus de contrôler directement le Latium. « Par exemple, je n'aime pas vraiment l'homophobie, dit-il. Mais la politique des allocations parentales peut se justifier. Le budget de ces allocations est insuffisant pour tout le monde. Alors, on en donne d'abord aux couples mariés. S'il y a d'autre argent, il ira des conjoints de fait. Et après, pourquoi pas, viendra le tour des homosexuels. »

Le président du Latium, Francesco Storace, s'est aussi illustré sur le plan moral avec une motion s'opposant à l'autorisation la pile du lendemain par le ministère de la Santé, en septembre. L'an dernier, M. Storace avait causé un tollé parmi les historiens en ordonnant la révision des manuels d'histoire des lycées, qu'il jugeait « philomarxistes ».

VOLVO
pour la vie

COMMENT OBTENIR UN PRIX D'HIVER CE PRINTEMPS :

COMMANDEZ VOTRE CABRIOLET C70 MAINTENANT.

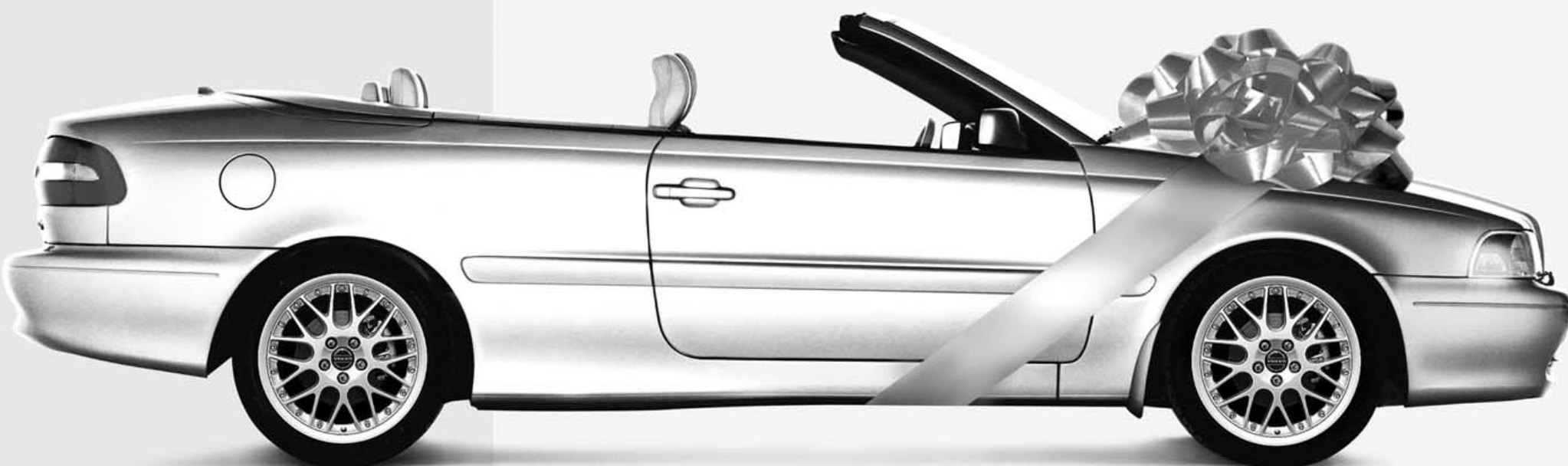
DONNEZ UN DÉPÔT.

NOUS GARANTISSONS LES PAIEMENTS.*

NOUS LA CONSTRUONS, NOUS L'ENVOYONS.

NOUS LA LIVRONS CE PRINTEMPS.

La Volvo C70. Si vous voulez vraiment vous faire plaisir.
Commandez-la maintenant. Prenez-en livraison au printemps.
Et amusez-vous.



LA RÉVOLUTION. ELLE SE POURSUIT À VOLVOCANADA.COM ET CHEZ VOTRE CONCESSIONNAIRE VOLVO.

Crédit bail bien équipé à partir de
5.9%
Taux de bail

\$699*
/mois (48 mois)

Le prix de détail suggéré du fabricant pour la Volvo C70 2002 commence à 59 595 \$. *Taux de location de 5,9 % offert sur toutes les nouvelles Volvo 2002. Offre temporaire faite par l'intermédiaire des concessionnaires Volvo participants et des Services financiers Automobiles Volvo du Canada sur approbation de crédit. À titre d'exemple, location d'une Volvo C70 2002 : 698,49 \$ par mois pendant 48 mois avec acompte ou échange équivalent de 7 749 \$. Le coût total de location est de 33 527,52 \$. Prix d'achat à la fin du bail de 27 712,70 \$. Le prix peut varier en fonction de l'équipement ajouté. Kilométrage limité à 20 000 km par an (frais de 0,16 \$ par kilomètre excédentaire). *Les mensualités du bail convenues au moment de la signature du contrat sont garanties par Automobiles Volvo du Canada. Taux de financement de 3,9 % offert sur toutes les nouvelles Volvo 2002. Exemple de financement : 25 000 \$ à 3,9 % pendant 36 mois entraîne des mensualités de 736,99 \$. Coût total de l'emprunt : 1 531,84 \$ *Le concessionnaire peut vendre ou louer à moindre prix. Frais de transport et de livraison de 1 050 \$, taxes, immatriculation et assurance en sus. La promotion ne s'applique qu'aux contrats signés le ou avant le 28 février 2002. Les véhicules seront livrés le ou avant le 30 juin 2002. Les offres de financement et de crédit-bail ne peuvent être combinées et sont incompatibles. Tous les détails chez votre concessionnaire Volvo. ©2001 Automobiles Volvo du Canada Ltée. "Volvo, pour la vie" est une marque de commerce de Automobiles Volvo du Canada Ltée. Bouclez toujours votre ceinture de sécurité. Visitez notre site www.volvocanada.com.

DANEMARK

Suite de la page B1

Depuis la fin de novembre, on est en droit de se demander si ce consensus va tenir puisque 10 % de la population ont voté pour un parti d'extrême droite aux élections générales. L'immigration (dossier-clé pour ce nouveau parti) a été poussée à l'avant-plan des débats publics par certains Danois qui craignent qu'un nombre trop grand de nouveaux habitants ébranlent ce mode de vie.

Pourtant, les Danois ont la réputation d'être très progressistes dans de multiples secteurs de leur vie sociale, économique et culturelle. Par exemple, « au Danemark, on paie les étudiants qui font des études supérieures, explique Klaus Larsen, directeur général de IC Companys Canada, une filiale d'une entreprise danoise dans le secteur du vêtement. Au Danemark, on se dit que c'est un des meilleurs investissements possibles. » Dans des villes comme Arhus, la seconde ville du pays, près du tiers de la population est étudiante

Oubliez le plastique

En marchant dans les rues de Copenhague ou de érhus, on voit tout de suite qu'on a affaire à un pays qui a des idées claires sur ce que doit être sa qualité de vie. Les restaurants affichent des menus biologiques. Des pistes cyclables sont aménagées partout et toutes sortes de gens sont sur leurs vélos, de la femme d'affaires au fonctionnaire. Les décorations de Noël dans les commerces sont entièrement faites de matériaux naturels. Oubliez le plastique.

« Nous aimons ce qui est vrai, la nature. Jamais vous ne verrez un arbre de Noël artificiel dans une maison », affirme Lili Denta, une femme d'affaires de Copenhague.

Les hommes et les femmes se promènent avec des landaus qu'ils laissent sur le trottoir, à l'extérieur des cafés où ils choisissent d'entrer. Et ce, même si bébé y fait encore dodo. « Il n'arrive jamais rien à ces bébés », affirme Henrik Thierlein, de l'organisme Wonderful Copenhagen. « C'est comme ça, ici. »

De plus, le gouvernement social-démocrate, qui était au pouvoir jusqu'à la mi-novembre, a fait adopter une loi interdisant la construction de grands centres commerciaux à l'intérieur d'un certain périmètre urbain, afin de veiller à la santé des boutiques indépendantes des villes.

En plus de lutter contre l'uniformisation, le Danemark est aussi pionnier en matière sociale. Il a été à l'avant-garde en matière de politiques parentales et fut aussi le premier pays à reconnaître les unions entre conjoints du même sexe. « Ici, il n'y a même pas de quartier gay parce qu'on en n'a pas besoin. Deux hommes peuvent s'embrasser dans n'importe quel café et ce n'est pas un problème », affirme Henrick Thierlein.

Le Danemark est aussi très bobo pour tout ce qui touche l'environnement. « C'est dans nos gènes de ne pas être capable de jeter des choses à la poubelle et de vouloir recycler », soutient M^{me} Denta, une Danoise qui a vécu sept ans à Vancouver.

« Ici, les produits biologiques sont très courants et tout le monde en achète. Même dans les épiceries bon marché. Chez moi, on ne

mange que cela », ajoute-t-elle. Des programmes de subventions gouvernementales encouragent carrément les agriculteurs à transformer leurs méthodes de production pour obtenir la certification biologique strictement contrôlée par l'État.

À Copenhague, on peut emprunter des vélos en glissant 20 couronnes dans une distributrice, argent qu'on récupérera en remettant le véhicule. Au ministère de l'Environnement, le ministre a une place réservée dans le stationnement pour son vélo. Est-ce nécessaire de préciser que les entreprises danoises possèdent 65 % du marché mondial de l'éolienne et que ce sont d'ailleurs des éoliennes danoises qui sont installées dans le parc éolien de Matane ?

Mais la dimension complètement bourgeois-bohème du Danemark apparaît surtout quand on constate que ce style de vie se conjugue à une préoccupation indéniable pour l'esthétisme.

De Arne Jacobsen à Poul Henningsen, le Danemark a produit une quantité impressionnante de grands architectes et de grands designers d'intérieur qui ont laissé une marque indélébile sur la scène mondiale (vous rappelez-vous des meubles en teck et des lampes en plastique des années 1970 ?) tout en imprégnant le quotidien danois.

« À la limite, je dirais qu'on en a presque marre de la chaise Fourmis ou du fauteuil Swan de Jacobsen tellement on en voit partout », affirme Suzanne Moll, productrice de télé. « Même les chaises à la garde-rie de ma fille sont des chaises de designer », lance-t-elle.

Dans un grand magasin, la moindre visite au département de la cuisine (rempli de produits Bodum, Danesco et tutti quanti) ou même des balayuses électriques confirment cette préoccupation pour le design. Et c'est sans parler des chaînes stéréo Bang & Olufsen, ultra-sophistiqués, qu'on connaît en Amérique du Nord.

Mais Pier Brun, propriétaire des Emmerys, des cafés-boulangeries (bio évidemment) très modernes situés à érhus et à Copenhague, estime que cette recherche du beau pourrait être poussée encore plus loin.

« Les Danois veulent encore trop souvent copier les cafés français plutôt qu'être réellement en contact avec leur propre design et leur propre architecture. Et à la maison, je suis sûr qu'ils copient même les Américains. Ils ne sauraient même pas qui a conçu les plans de l'hôtel de ville ici », lance-t-il, en faisant référence à un des bâtiments célèbres de Arne Jacobsen.

« Même pour les meubles, les gens préfèrent acheter des meubles bon marché français au lieu de nos créations », dit-il, en montrant que dans son bureau, il s'assoit sur une chaise dessinée par Nanna Ditzel.

Mais chez Emmerys, on refait la décoration à tous les deux ans. Parce que pour M. Brun, il est essentiel d'être à la fine pointe du design danois.

Demain : Le Danemark et la mode

Ce reportage a été fait à l'invitation de l'Office du tourisme du Danemark, qui a veillé sur le transport et l'hébergement.



La nouvelle aile de la Bibliothèque royale, à Copenhague, ci-dessus. Pour s'y rendre on peut par exemple emprunter des vélos publics (ci-dessous), moyennant un dépôt de 20 couronnes (environ 4 \$) remboursé au retour.



Le VUS (Véhicule Utilitaire « Sports d'hiver ») de Classe M 2002.

► **LA CLASSE M.** Votre véhicule a-t-il un mode faible vitesse qui vous aide à monter les pentes glissantes? Un Freinage d'urgence assisté qui peut réduire les distances d'arrêt de 45%? Un Système de traction électronique aux

4 roues et un Programme de stabilité électronique qui corrige tout patinage? ► Est-il équipé d'une climatisation automatique avec commandes séparées pour l'arrière? De phares projecteurs haute visibilité et de clignotants intégrés

aux rétroviseurs offrant une sécurité active accrue? Ou encore d'un mode résiduel de chauffage à l'arrêt gardant l'habitacle à une température agréable une fois le moteur éteint?

► On pourrait y passer la journée.

Composez le 1 800 387-0100 ou visitez www.mercedes-benz.ca pour trouver le concessionnaire Mercedes-Benz le plus proche. Et tant que vous y êtes, imprimez une brochure du site Internet.

UNE VALEUR ÉQUITABLE À PARTIR DE 49 350\$*

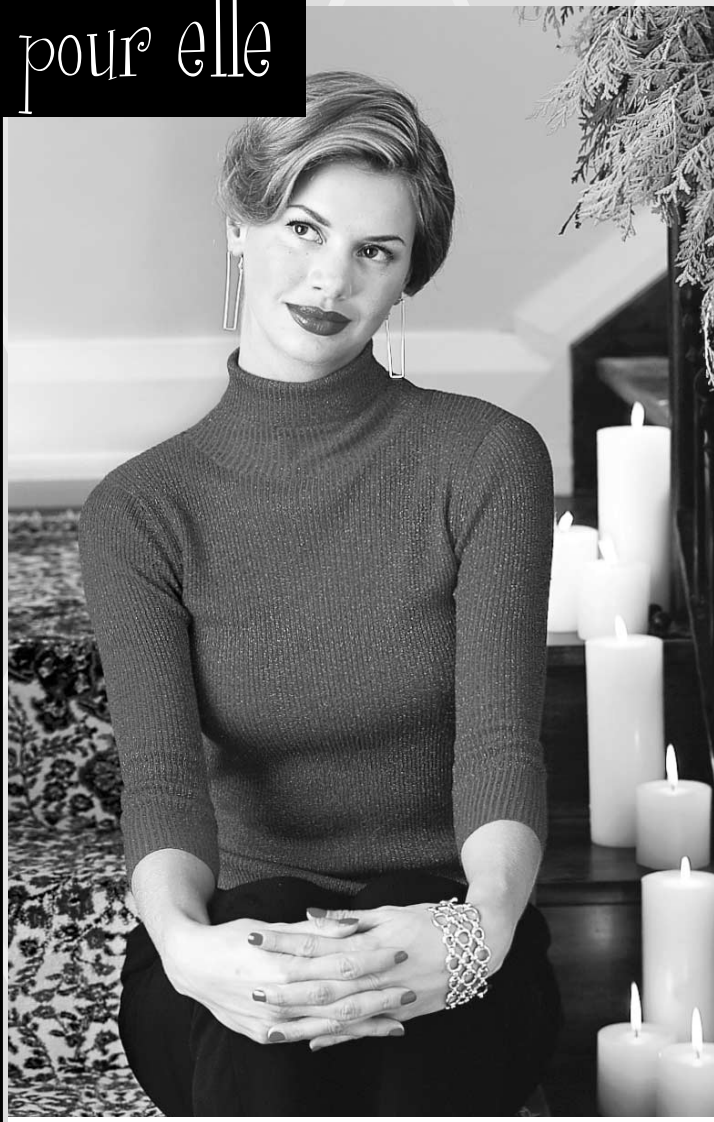


Mercedes-Benz
L'avenir de l'automobile

Entrez dans l'univers Mercedes-Benz avec les articles griffés du catalogue *La Collection* en visitant www.mercedes-benz.ca

*Mercedes-Benz Canada Inc., Toronto, Ontario, 2001. Mercedes-Benz — une marque de DaimlerChrysler. *PDSF de la ML320 Classeque 2002 (n'inclut ni les taxes, ni les frais de transport, de préparation et d'administration). Le concessionnaire peut offrir un prix moindre.

pour elle



solde 19⁹⁹ \$

tous les pulls
Global Mind®
pour elle
Ord. 35 \$ à 45 \$.

**30 %
à 50 %
de rabais**
tout ceci
pour elle :
tenues de nuit
et peignoirs



30 % de rabais
toutes les tenues
d'extérieur automne-
hiver pour elle

25 % à 40 % de rabais
choix de soutiens-gorge,
slips et lingerie de jour

40 % de rabais
toute la mode et tous
les pulls festifs pour elle

40 % à 50 % de rabais
tous les soutiens-gorge
et slips WonderBra, Warner's
et Vogue Bra en boîte
sauf les modèles Plus de WonderBra

promo de dessous en coton
Classic de Jockey® pour elle :
• slip échancré, culotte, minislip
ou slip aux hanches
solde 3 pour 19 \$
• slip échancré
ou culotte en taille forte
solde 3 pour 25 \$
• camisoles
solde 3 pour 30 \$
Le solde prend fin le dimanche 30 décembre

Tous les rabais sont sur nos prix ordinaires, sauf avis contraire. Le choix et les marques varient selon le magasin. Exceptions : articles « Nouvellement réduit », « Achat spécial », « Aubaine la Baie », Outline, Market Square et ceux des rayons concédés.

le **cadeau parfait**

pour enfant



40 % de rabais
toutes les tenues
d'extérieur
pour enfant
Bébé et tailles
2 à 16.
sauf les modèles Outline®

30 % de rabais
tout ceci pour enfant :
tenues mode, basiques,
tenues de nuit et accessoires
Bébé et tailles 2 à 16.
sauf les modèles Outline®

15 % de rabais
tous les meubles et les
essentiels de la nurserie

pour lui



25 % de rabais
pour lui de ToGo^{mc} et Mantles^{mc} :
pyjamas, tenues de détente
et peignoirs

40 % de rabais
toutes les robes des fêtes
pour fille
Bébé et tailles 2 à 16.

40 % de rabais
toutes les tenues
d'extérieur pour lui
Comprend les marques griffées.
sauf les articles « Aubaine la Baie », Outline, Farwest,
Australian Outback et Rainforest

30 % de rabais
• tout le sportswear
Chaps Ralph Lauren
• toute la mode Wayne Gretzky
• choix de chemises de ville
et de cravates pour lui

25 % de rabais
• jeans griffés pour lui
Dans le lot : CK Jeans, Guess Jeans,
Tommy Jeans, Polo Jeans et Nautica Jeans
• pulls pour lui
signés ToGo^{mc}, Mantles^{mc}, Haggar®
et Geoffrey Beene
• hauts pour lui
signés ToGo^{mc}, Mantles^{mc}, Haggar®, Natural
Issue, Arrow, Hathaway et Geoffrey Beene

49⁹⁹ \$
pantalons Levi's® pour lui
501®, 505®, 550®, 535® et 528®.
Ord. 69,99 \$ et plus

Tous les rabais sont sur nos prix ordinaires, sauf avis contraire. Le choix et les marques varient selon le magasin. Exceptions : articles « Aubaine la Baie », « Nouvellement réduit », « Achat spécial », Outline, Market Square et ceux des rayons concédés.



TRANSFORMEZ VOS ACHATS DE TOUTS LES JOURS EN RÉCOMPENSES.

Amassez des points dans tous les magasins de la Compagnie de la Baie d'Hudson : la Baie, Zellers, Déco Découverte ou hbc.com

Articles de maison

60 % de rabais
décorations Christmas Street®

50 % de rabais
tous les arbres
et toutes les lumières
Christmas Street®



40 % de rabais

• vaisselle et verrerie à motifs de flocons
De notre rayon des articles ménagers.
• vaisselle Nikko

• choux, emballages et diabolins des fêtes
• tous les accessoires décoratifs
Comprend cadres, bougies, fleurs artificielles, vases, etc.
sauf les articles Market Square® et « Aubaine la Baie »

• articles-cadeaux Mikasa, Crystal Clear
et Cristal d'Arques à motifs festifs
Exception : articles « Achat spécial »

• articles-cadeaux Elegance en argent
plaqué à motifs de flocons
Exceptions : articles « Achat spécial » et « Aubaine la Baie »

• articles-cadeaux festifs Seagull Pewter
Exceptions : articles « Achat spécial » et « Aubaine la Baie »
• articles-cadeaux en verre rouge

50 % de rabais
vase Cristal d'Arques en cristal 30 cm

30 % de rabais
figurines Royal Doulton

Exception : figurines International Collector's Club de Royal Doulton

25 % de rabais
• tous les jouets
Offerts dans certains magasins

• toute la vaisselle à thé

20 % de rabais
• verrerie et articles de service
Luigi Bormioli

Exception : modèle Sophia

• essoreuse à salade Good Grips
• chopes de voyage ToGo™

15 % de rabais
friandises et paniers-cadeaux des fêtes

Exception : articles des rayons concédés

25 % de rabais
accessoires et
articles de bar
De notre rayon
des articles ménagers



70 % de rabais

serviettes Classic
de Royal Velvet
Serviette de bain, essuie-
mains et débarbouillette



55 % de rabais
linge de table Royal Velvet

50 % de rabais
linge de table et de cuisine
et serviettes à motifs festifs

40 % de rabais

• literie en sac Springmaid, Bedroom
Solutions, ToGo™ et à motifs de fin de série
• oreillers, couettes et protège-matelas
Royal Velvet

30 % de rabais
coordonnés et accessoires de salle
de bains et pèse-personnes

4 jours durant!

du lundi 17 décembre au jeudi 20 décembre

Accessoires

50 % de rabais

chaînes, bracelets et boucles d'oreilles
en or à 10 ct et 14 ct

Comprend les bijoux en or pour enfant, les breloques
et les boucles d'oreilles Sardé

25 % de rabais

• montres de marque, coffrets à bijoux
et bijoux mode et en argent fin ToGo™ et Mantles™

• bijoux mode en boîte et broches des fêtes
De Anne Klein II, Jones New York et Liz Claiborne plus les ens. à 14,99 \$
Exception: achats spéciaux du fabricant

40 % de rabais

accessoires de temps froid pour femme

Comprend couvre-chefs, gants, écharpes et cache-nez
Exceptions : articles « Aubaine la Baie » et Outline®

35 % de rabais

pantoufles pour femme, homme et enfant

30 % de rabais

• chaussettes et collants fins ou épais pour femme
Exceptions : CK, DKNY, Outline® et articles « Aubaine la Baie ». Sur le prix unitaire.

• sacs à main, portefeuilles et cadeaux préemballés
Exceptions : portefeuilles Samsonite à 19,99 \$, articles « Aubaine la Baie » et Outline®

20 % de rabais additionnel
achat spécial! montres Swiss Military
à prix déjà réduit de 40 %
Sur nos derniers prix étiquetés

2 bagages : 60 % de rabais
un bagage : 50 % de rabais
tous les bagages Atlantic
Exception : modèles à parois rigides

15 % de rabais additionnel
bijoux fins sertis de diamants, de gemmes
ou de zircons cubiques et ceux en perles cultivées
rondes ou d'eau douce en solde à 30 % de rabais

30 % de rabais
bottes d'hiver pour femme, homme et enfant

solde 44⁹⁹ \$ à 59⁹⁹ \$
chaussures de marche Cambrian®,
Propét® et Reebok pour femme et homme
Ord. 59,99 \$ à 99,99 \$.

30 \$ à 50 \$ de rabais
chaussures de ville et tout-aller pour lui
Tous les modèles de Florsheim®, Nunn Bush®, Wolverine,
Caterpillar et certains de Rockport®, Hush Puppies® et Clarks®

ne payez rien avant

2003

• meubles • gros électros
• appareils électroniques
• duos-sommeil
Précisions en magasin.

299⁹⁸ \$

lave-vaisselle Beaumark®

Modèle n° 40021. Ord. 399,98 \$

jusqu'à 300 \$ de rabais
tous les fauteuils d'appoint

50 % à 70 % de rabais
duos-sommeil et la livraison en prime!

Achetez un duo-sommeil, faites-le livrer et nous vous accorderons un rabais
équivalant au coût de la livraison locale standard. Sur nos prix originaux.

Exception : modèles Market Square.

appareils électroniques

mini et micro-chaînes audio, cinéma maison en boîte,
composantes audio et haut-parleurs. De plus, **TRIPLEZ**
vos points Primes HBC à l'achat de ces articles!

Précisions en magasin

jusqu'à 60 % de rabais
meubles de séjour, de salle à manger
et de chambre à coucher :
modèles de fin de série et en montre

la **Baie**
J'aime, j'achète!

AMASSEZ RAPIDEMENT DES POINTS EN UTILISANT VOTRE CARTE LA BAIE, HBC OU ZELLERS. OBTENEZ 25 POINTS ADDITIONNELS POUR PRESQUE CHAQUE DOLLAR DÉPENSÉ.



Tout sur *Le Seigneur des anneaux*

SUR LE WEB AUJOURD'HUI

EST-CE QUE le film *Le Seigneur des anneaux* sera meilleur que *Harry Potter*? C'est la question que bien des gens se posent. À Montréal, une personne est très bien placée pour nous répondre, ma collègue Sonia Sarfati, qui a vu les deux films. Alors, si vous désirez connaître la réponse ou si vous désirez en savoir plus sur la production *Le Seigneur des anneaux*, vous êtes invités à la rencontrer à l'Auditorium de Cyberpresse (www.cyberpresse.ca) pour une session de clavardage à 15 h aujourd'hui.

DEMEURONS DANS le monde de l'imaginaire, mais cette fois pour parler d'un reportage disponible dans la dernière édition du magazine électronique suisse Largeur (www.largeur.ch). Dans sa section Pop Culture, on retrouve un article sur les créatures de rêve que des hommes fabriquent à l'aide des ordinateurs. Intitulé « Les six plus belles créatures virtuelles », l'article fait référence au bouquin *Digital Beauties* qui vient de paraître au sujet des pin-ups synthétiques. La toute dernière créature à débarquer sur le Net, c'est Kaya, conçue par l'artiste brésilien Alceu Baptisteo. Contrairement à ses comparses, elle a déjà la parole dans un bout de film, à défaut d'avoir un corps. Car Kaya n'a

qu'une tête et un bérêt... Si vous désirez la découvrir, passez visiter son site (www.vetozero.com/kaya). Pour voir ses cousines, passez consulter l'article du journaliste Pierre Grosjean.

SI VOUS êtes de ces gens qui cherchent à lancer une petite ou moyenne entreprise, mais dont les ardeurs sont rapidement refroidies par le dédale administratif qu'il faut emprunter pour ce faire, vous applaudirez la dernière initiative du gouvernement québécois. Québec vient de lancer le site Portail de démarrage d'entreprise du Québec (www.demarrer-entreprise.info.gouv.qc.ca). Le site offre plus de 500 liens pour trouver de l'information sur les

différentes étapes du démarrage d'une entreprise, allant de l'établissement du profil d'entrepreneur à la recherche de financement, en passant par la rédaction d'un plan d'affaires et les démarches et exigences gouvernementales les plus courantes. On a même pensé à donner un accès à plusieurs formulaires de base qui peuvent être téléchargés, remplis à l'écran, imprimés et expédiés par la poste. Trente-cinq ministères et organismes ont mis en commun les informations dont ils disposent pour répondre aux besoins des futurs entrepreneurs.

actuel@guglielminetti.com
Bruno Guglielminetti
collaboration spéciale

BANDE DE GAZA

Les « grenades », un jeu d'enfants

RAFAH (bande de Gaza) — Jouant sur un tas de débris à Rafah, dans la bande de Gaza, Khalil, 13 ans, évalue fièrement à 30 ou 40 le nombre de « grenades » qu'il a lancées sur des soldats et des chars israéliens.

« Quelquefois, elles explosent en faisant des couleurs », répond-il simplement, en se balançant d'un pied à l'autre, quand on lui demande combien de soldats ou de chars lui et ses amis ont touchés.

Des soldats et positions de l'armée israélienne ont été la cible de 700 de ces « grenades », souvent artisanales, depuis le début de l'Intifada, en septembre 2000, selon les sources militaires israéliennes.

Les jets de ce type d'engins ont provoqué à plusieurs reprises des ripostes israéliennes à la mitrailleuse et au canon de chars, qui ont fait de nombreux morts et blessés à Rafah, ville frontalière divisée en deux parties, l'une en territoire égyptien et l'autre dans la bande de Gaza.

Mais beaucoup d'habitants de Rafah assurent que ces grenades ne sont pour la plupart du temps que des morceaux de tuyaux métalliques bourrés de poudre explosive.

« Les enfants m'apportent des tuyaux et je les coupe en morceaux », explique Omar, le ferronnier de la principale artère de Rafah.

« On les remplit de poudre explosive et on bouche les extrémités en ne laissant qu'un petit orifice. On l'allume à l'aide d'une cigarette et on le lance en l'air », explique-t-il. « C'est vraiment un jeu d'enfants. Ça fait beaucoup de bruit, mais c'est inoffensif. Quand j'entend que les Israéliens appellent cela des grenades, ça me rend fou », dit-il.

Un porte-parole de l'armée israélienne admet que les petites explosions (de grenades) n'ont pas fait de blessés « depuis des mois », mais il souligne que ces grenades artisanales sont parfois utilisées pour détourner l'attention des soldats avant des attaques plus importantes.

Khalil et ses amis, du haut d'un tas de débris non loin de la porte de Salaheddine, point de passage vers l'Égypte, savent qu'ils jouent à un jeu dangereux, mais ils veulent participer à la « résistance » contre Israël.

Ils retroussent fièrement le bas de leurs pantalons pour exhiber les traces de blessures par balles sur leurs jambes.

Les bouts de métal utilisés pour confectionner les grenades, ils les paient deux dollars américains par pièce, avec leur argent de poche.

Le frère de Khalil, Ehab, un étudiant d'une vingtaine d'années, estime que c'est le désarroi qui provoque les réactions de ces enfants, car « rien ne change ici ».

« Les enfants ne pensent qu'à se battre contre les Israéliens. Ils ne dorment pas la nuit. Le matin, quand il faut aller à l'école, ils ont sommeil parce qu'ils ont pleuré toute la nuit. Nos enfants mouillent leurs lits, cela n'arrivait pas auparavant », explique-t-il.

L'armée israélienne estime que les petits Palestiniens ne devraient pas s'en prendre aux chars. « Nous ne voulons pas faire de mal aux enfants (...) ». La seule chose que je puisse dire est qu'ils ne devraient pas laisser leurs enfants lancer ces engins explosifs sur nous », affirme le porte-parole de l'armée.

LUDOVIC HIRTZMANN collaboration spéciale

AU DIX-NEUVIÈME siècle, la guerre était une affaire de militaires. Les soldats et autres galonnés constituaient l'essentiel des tués. Les choses ont changé au siècle dernier. Lors de la Seconde Guerre mondiale, un mort sur deux était un civil. Aujourd'hui, les militaires occidentaux, terrés dans leurs B52, ne constituent qu'une infime partie des pertes lors d'un conflit. Les victimes sont désormais des civils, parmi lesquels figurent de trop nombreux enfants. Ces derniers sont souvent utilisés comme chair à canon dans les guerres tribales. Depuis dix ans, les guerriers en culottes courtes sont de tous les combats et paient un lourd tribut. La guerre d'Afghanistan ne fait pas exception, et de récents rapports démontrent l'utilisation d'enfants-soldats à la fois chez les talibans et l'Alliance du Nord.

« Ces dix dernières années, près de deux millions d'enfants ont été tués et de quatre à cinq millions ont été mutilés à la suite de guerres et de conflits armés, rappelle le site de la conférence de Winnipeg sur les enfants touchés par la guerre (www.waraffectedchildren.gc.ca), qui s'est déroulée en septembre 2001. Ces guerres et ces conflits ont fait, chez les enfants, un million d'orphelins et environ 12 millions de sans-abri. Quelque 300 000 enfants de moins de 18 ans participent aux hostilités partout dans le monde... L'âge de la plupart des enfants-soldats varie entre 15 et 18 ans, mais il n'est pas rare que des enfants de 10 ans soient recrutés. »

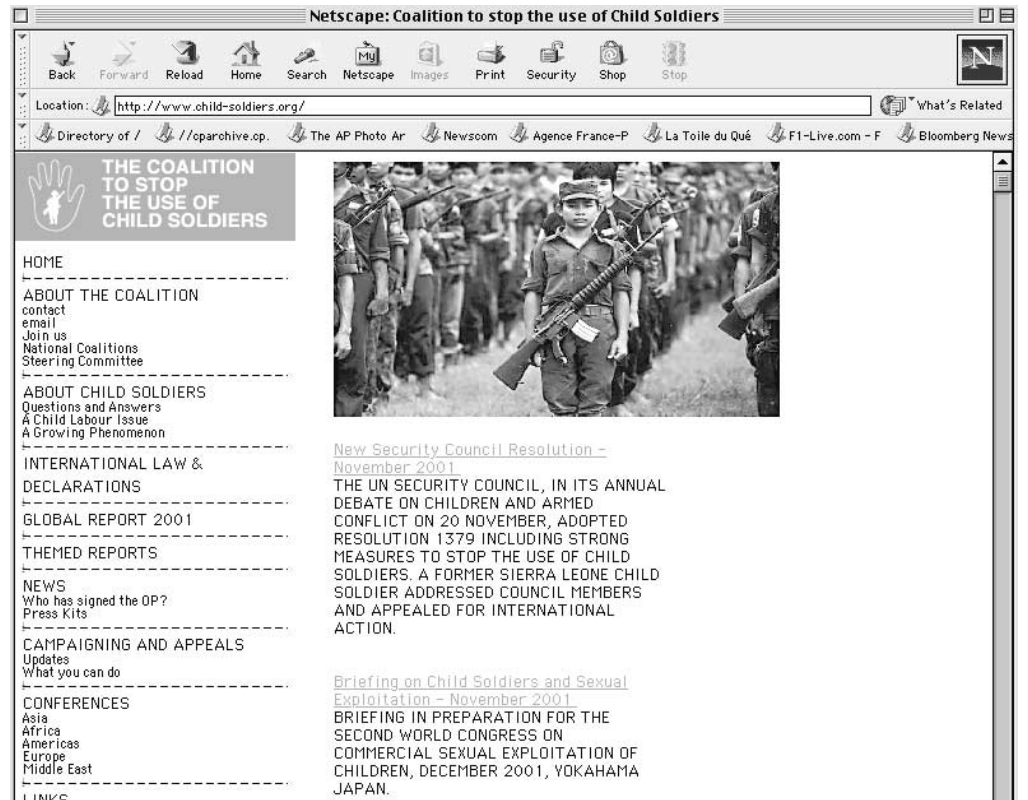
Et lorsque les hostilités sont terminées, les enfants tombent sur des mines antipersonnel, comme c'est le cas en Afghanistan depuis le départ de l'Armée Rouge, il y a plus de dix ans. Un rapport de l'ONU sur l'impact des conflits armés sur les enfants déplore qu'en Afghanistan seulement, il y a parmi les enfants environ 100 000 invalides de guerre, souvent à la suite d'explosions de mines ».

Si l'on en croit le site droitsenfants.com, « les enfants-soldats sont aujourd'hui moins nombreux au Proche-Orient ou en Amérique Latine, en raison de la réduction du nombre des conflits. Ils seraient 120 000 dans les différentes guerres d'Afrique, et ils combattent aussi dans les rébellions des Philippines, de Papouasie-Nouvelle Guinée, et les conflits de Macédoine, de Colombie ».

Un protocole facultatif

La situation des enfants-soldats ne semble pas prêt de s'améliorer. L'ONU a adopté un « protocole facultatif » à la convention relative aux droits de l'enfant, concernant la participation des enfants à

Enfants-soldats: les nouvelles bêtes de la guerre



Le site de la Coalition pour mettre fin à l'utilisation des enfants-soldats.

des conflits armés. Si ce protocole constitue incontestablement une avancée, on peut s'interroger sur ses faiblesses. L'expression « protocole facultatif » montre très bien les limites de l'action de l'ONU.

Malheureusement, seuls dix pays ont ratifié ce protocole, qui devrait avoir force de traité international le 12 février 2002. Outre le Canada, seuls le Bangladesh, l'Andorre, le Sri Lanka, le Panama, l'Islande, le Vietnam, le Vatican, la République démocratique du Congo et la Nouvelle-Zélande ont ratifié le traité. Les principaux vendeurs d'armes de la planète, les États-Unis, la Russie, la France et la Grande-Bretagne, se sont tenus à l'écart.

Bien que les Forces armées canadiennes enrôlent chaque année environ 1000 jeunes âgés de 16 et 17 ans, le Canada a amendé la Loi sur la défense nationale en juin 2000, ce qui empêche nos militaires d'envoyer des jeunes de moins de 18 ans sur un champ de bataille. Le recrutement des adolescents est assez fréquent dans les armées des pays occidentaux. Les États-Unis disposent des Young Marines. La France autorise l'enrôlement dès l'âge de 17 ans. Sur 191 États signataires de la Convention des Nations Unies relative aux droits de l'enfant, seuls les États-Unis et la Somalie n'ont pas ratifié la Convention.

Le site de l'UNICEF comporte de multiples textes législatifs sur la protection

des enfants dans les conflits. Dans *Servitude et grandeur militaires*, Alfred de Vigny écrivait « En général, le caractère militaire est simple, bon, patient ; et l'on y trouve quelque chose d'enfantin, parce que la vie des régiments tient un peu de la vie des collèges ».

Quelques sites pour découvrir la réalité des enfants soldats

- Les enfants-soldats en Afghanistan
www.child-soldiers.org/tafebfinalweb.html
- UNICEF - Les enfants et les conflits armés
www.unicef.org/french/children-conflict/links.htm
- La Croix Rouge - Les enfants dans la guerre
www.icrc.org/fre/enfants
- Les enfants dans les conflits armés
www.mappingourworld.org/enfant-conflits.htm
- Children and Armed Conflict Unit
www2.essex.ac.uk/ceacu/default.htm
- Les enfants face à la guerre
www.droitsenfant.com/guerre.htm
- Coalition pour mettre fin à l'utilisation des enfants-soldats
www.child-soldiers.org
- Le traité d'Ottawa, la Convention sur l'interdiction des mines antipersonnel
www.mines.gc.ca/VII-f.asp
- Human Rights Watch
www.hrw.org/french/



L'Acura RL 2002 à 54 000 \$*

Grâce à un moteur encore plus puissant de 225 chevaux, notre mission technologique d'améliorer l'Acura RL s'est avérée un énorme succès. À cette puissance nouvellement remarquée s'ajoute la force d'une suspension indépendante perfectionnée à double fourchette aux quatre roues, d'une maniabilité précise. De plus, un habitacle richement garni, créé spécialement pour le conducteur vous permet d'accomplir vos missions avec le plus grand plaisir. Pour plus d'information ou pour savoir où se trouve le concessionnaire le plus près, rendez-vous au www.acura.ca ou composez le 1 888 9-ACURA-9.

Mission très accomplie !



*P.D.S.T. pour la RL 2002. Transport et préparation (950 \$), taxes, immatriculation et assurance en sus. Le prix de vente des concessionnaires peut être inférieur. Pour plus de détails, consultez un concessionnaire Acura.

ESPACE PUB

SPOTS



MARIE-CLAUDE LORTIE

Les vieilles pubs de Coke sur le Web

« I'D LIKE TO TEACH the world to sing, in perfect harmony » ? Vous vous rappelez de cette pub de Coca Cola, du temps des Fêtes ? Avec le sapin et les chandelles ? Noooooon ? Alors vous êtes trop jeunes... Avis aux nostalgiques de culture pop et autres passionnés de pub, Coca-Cola est sur le point de mettre en ligne l'ensemble de ses pubs réalisés au cours des 100 dernières années. Ce projet de 10 millions de dollars nous permettra notamment de revoir la première publicité imprimée de l'entreprise, parue en 1886. Ces archives mettront en vedette la dernière campagne télévisée mondiale de Coca-Cola, où l'image traditionnelle du père Noël, celle créée en 1931 par Coca-Cola et qui a défini l'archétype du père Noël, a été mis en dessin animé pour la première fois. Comme on l'a écrit dans ces pages il y a trois semaines, cette pub animée a été produite par Pascal Blais, de Montréal. Malheureusement, on ne connaît pas encore la date de lancement du site Internet, ni l'adresse. À suivre.

(source : The Guardian, Info-Press)

Même le Super Bowl a de la misère

LE GRAND RENDEZ-VOUS annuel du football américain, le XXXVI^e Super Bowl, qui aura lieu cette année à la Nouvelle-Orléans, le 3 février, a du mal à remplir ses plages publicitaires, rapporte le magazine américain *Advertising Age*. Même si le prix moyen des 30 secondes est resté stable par rapport à l'an dernier (environ 2 millions US), il restait encore la semaine dernière près de 30 % de temps d'antenne à vendre. Avis aux intéressés... Ceci n'est pas étonnant quand on apprend que, selon une étude récente d'une filiale de Taylor Nelson Sofres citée par *Tout-surlacom.com*, les revenus publicitaires au cours des neuf premiers mois de 2001 ont affiché une baisse de 7,8 %, aux États-Unis. Et ce, pour l'ensemble des médias (68,8 milliards de dollars contre 74,7 à la même période l'an passé). Même les annonceurs les plus généreux, General Motors et Philip Morris, ont réduit leurs budgets de 28,4 % et 20,6 %. D'autres, pas mal plus rares, comme AOL et Ford ont choisi de dépenser plus — AOL a augmenté ses dépenses en pub de 11 % et Ford de 5,4 %. Mais c'est l'exception. La maison de recherche croit que le monde de la pub va peut être enregistrer de meilleurs résultats au cours du dernier trimestre de l'année en raison des fêtes, mais on ne s'attend pas à beaucoup mieux tant que les prévisions économiques restent pessimistes. Cela dit, une autre firme citée par *Advertising Age*, Zenith Media, croit de son côté que les dépenses publicitaires devraient connaître une légère hausse en 2003 dans le monde. Selon Zenith, les dépenses publicitaires à l'échelle mondiale ont connu une chute réelle de 6 % en 2001, mais devraient dépasser le niveau de 2000 en 2003.

Les Jacques-Bouchard se marient aux coqs

IL N'Y AURA PLUS de concours séparé pour récompenser les annonces faisant particulièrement bon usage de la langue française comme c'est le cas depuis cinq ans. Les prix Jacques-Bouchard seront maintenant remis en même temps que les Coqs du Publicité Club de Montréal, LE grand concours de la pub, le Festival de Cannes du Québec. (Enfin, si on veut.) Deux membres de l'Office de la langue française se joindront aux membres du jury au moment de prendre la décision finale et on choisira les pièces parmi celles déjà soumises au concours du PCM. Le nombre de prix Jacques-Bouchard à décerner sera laissé à la discrétion du jury.

Depuis cinq ans, des coccinelles, des grenouilles, des pingouins et toutes sortes d'animaux aux couleurs plus vives les uns que les autres, se promènent sur nos écrans pour nous vendre des téléphones portables. Le tout, sur des airs musicaux enjoués. Regard sur une campagne de pub qui rebondit et qui a des ailes.

ISABELLE MASSÉ

Au commencement, il y a eu le poisson, le lézard et la coccinelle.

C'était en 1996. L'agence de publicité Taxi Advertising & Design venait de remporter le compte de Clearnet, petite entreprise de téléphones portables et autres services de communication intégrés (SCP) de l'est du Canada.

L'entreprise devait faire sa marque dans un marché déjà fort occupé par Bell Mobilité, Rogers Cantel (Rogers AT&T aujourd'hui) et la toute jeune Microcell Solutions (Fido). Il fallait donc être original.

Pleines de vert et de couleurs vives, les premières publicités imprimées de l'entreprise ont commencé par nous dire qu'il y avait moyen d'être totalement libre, tout en restant branché sur le reste du monde.

Sur des affiches aux lignes épurées, on nous a présenté des feuilles, un oeuf de lézard, un poisson avec une coccinelle sur le dos. Et sur ceux-ci, des phrases zen et philosophiques du genre « Si un téléphone cellulaire sonne, mais que personne ne peut se le procurer, sonne-t-il vraiment ? »

Les premiers messages télé, eux, sont débarqués avec des images tirées du film *Microcosmos*, qui présentait de façon poétique le quotidien des insectes. Même les boutiques de l'entreprise se sont mises au diapason, avec un design ultra moderne, très frais, rempli de vert et de blanc.

Plutôt que d'assommer les consommateurs potentiels à coup d'informations techniques sur leurs téléphones, Taxi a opté pour une balade dans la nature.

Les campagnes suivantes ont continué dans cette lancée et se poursuivent aujourd'hui même si Clearnet a changé de nom pour Telus, le géant qui a acheté la petite entreprise en 1998.

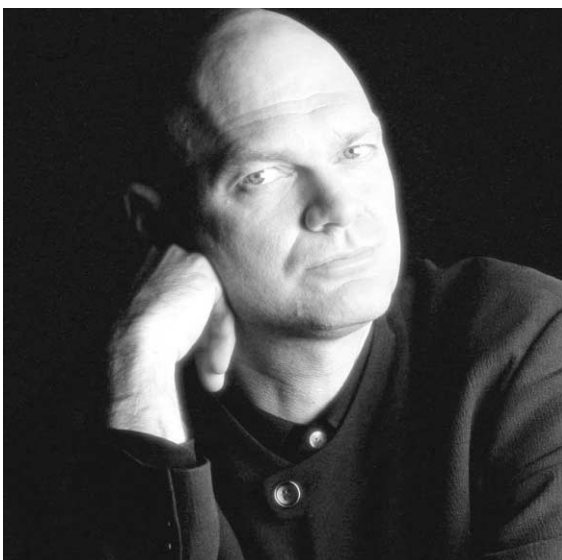
Grenouilles et canards disco

Aux poissons, sont venus s'ajouter des grenouilles, des four-



Image de la campagne de Taxi pour Telus.

Un zoo en publicité



Paul Lavoie

mis, des canards (dansant le disco), d'autres lézards (courant partout), un caméléon, une autre coccinelle (grimant sur une bougie) et, depuis trois semaines, des pingouins, montés à bord de l'arche de Telus pour la campagne des Fêtes 2001 de l'entreprise.

Et aux animaux se sont juxtaposées des chansons, des classiques sortis des boules à mites (*Disco Duck*, *Santa Claus is coming to town*, etc.) que certains sont allés racheter, à cause des pubs.

« Nous avons amené les consommateurs à des années-lumière de ce qui se faisait à l'époque dans cette branche de l'industrie des télécommunications, remarque Paul Lavoie, un anglophone du Saguenay, président de Taxi. Au départ, il ne fallait pas leur parler de technologie. Des recherches menées auprès d'eux montraient qu'ils trouvaient cette notion compliquée. En revanche, il fallait prouver que la technologie d'aujourd'hui pouvait leur simplifier la vie. Nous leur avons donc proposé une marche dans la forêt, un environnement paisible, grâce aux images, aux couleurs et aux textes des messages. »

La campagne est signée « Le futur est simple ». En anglais on dit « The future is friendly » mais Lavoie trouve la version française plus forte, à cause du jeu sur le temps de verbe. Ces phrases n'ont rien d'un hasard. « Clearnet arrivait, en 1996, comme le quatrième joueur, avec un budget moins

élevé que ses compétiteurs, explique Paul Lavoie. Il nous fallait trouver une niche unique pour le produit. « Future » et « friendly » sont deux mots trouvés après des recherches et analyses. » À l'époque, continue-t-il, seulement 7 % des Canadiens enviraient un sans-fil.

« Mais dès la deuxième campagne télévisée (avec la coccinelle qui souffle une bougie), nous avons décidé de concevoir nos propres messages, de jouer avec nos bibittes pour exprimer d'une seule façon toutes les offres, explique Paul Lavoie. J'ai alors engagé un dompteur, car toutes les publicités sont tournées avec de vrais insectes et de vrais animaux. Et on ne leur fait jamais faire des choses qu'ils ne font pas habituellement. On ne pourra ainsi jamais ennuyer le public, car on peut avoir recours à tous les animaux de la terre. Suffit de trouver une façon rafraîchissante et inusité de les mettre en scène. »

Pubs très controversées

L'agence Taxi, née à Montréal il y a 10 ans, et dont le siège social se trouve depuis quatre ans à Toronto, n'hésite pas à jouer sur tous les registres pour attirer l'attention. L'équipe de créatifs de Paul Lavoie a fait courir, il y a quelques mois, un homme nu dans un pré devant de vieilles dames, dans un message de Reactine. Pour une campagne de la nouvelle station de radio black de Toronto, Flow 93,5, ses concepteurs ont imaginé un disque en coupe de cheveux afro, des fils de consoles en tresses de rasta et un equalizer (égalisateur de son) en doigt d'honneur...

Cela dit, Taxi a créé toute une controverse le mois dernier avec une pub pour le prochain gala des Marketing Awards, où on couronne les meilleures campagnes de pub au Canada. Parue dans les pages de *Marketing*, la publicité mettait en scène un personnage de juge aux Marketing Awards. La dame était couchée nue dans un lit et se disait, dans sa tête, que la performance de la personne sous les draps (complètement cachée mais dans une position plutôt osée), n'était pas brillante. Il fallait comprendre de cette annonce que les juges dudit concours seraient intraitables. La publication de cette annonce a valu au rédacteur en chef de la publication de se faire renvoyer. Ce qui a poussé Paul Lavoie à démissionner de la présidence de jury du concours...

Certaines initiatives arrivent à des résultats plus rayonnants. Dans le cas de Telus Mobilité, le voyage à Paris, en 1996, pour convaincre les réalisateurs du film *Microcosmos* de montrer leurs images dans une pub aura porté fruits.

« Mais dès la deuxième campagne télévisée (avec la coccinelle qui souffle une bougie), nous avons décidé de concevoir nos propres messages, de jouer avec nos bibittes pour exprimer d'une seule façon toutes les offres, explique Paul Lavoie. J'ai alors engagé un dompteur, car toutes les publicités sont tournées avec de vrais insectes et de vrais animaux. Et on ne leur fait jamais faire des choses qu'ils ne font pas habituellement. On ne pourra ainsi jamais ennuyer le public, car on peut avoir recours à tous les animaux de la terre. Suffit de trouver une façon rafraîchissante et inusité de les mettre en scène. »



Image de la campagne de Taxi pour Telus.

Montée en flèche des ventes

Est-ce grâce aux publicités de Telus ou à



Paix, amour, transport et préparation inclus.

Berline Accord LX 2002

À partir de

298 \$*

par mois
Location 48 mois
96 000 km inclus
Transport et préparation inclus

Option 0 \$ comptant également disponible. Aucun dépôt de sécurité pour la berline.



Berline Accord SE
illustrée

Berline ou Coupé Civic DX 2002

À partir de

198 \$*

par mois
Location 48 mois
96 000 km inclus
Transport et préparation inclus

Option 0 \$ comptant également disponible. Aucun dépôt de sécurité pour la berline.



Cinq étoiles aux tests de collisions frontales du NHTSA[†].



Berline Civic LX
illustrée

Coupé Civic LX
illustrée



HONDA

POUR OBTENIR L'ADRESSE D'UN CONCESSIONNAIRE PRÈS DE CHEZ VOUS, VISITEZ LE www.honda.ca OU COMPOSEZ LE 1 888 9-HONDA-9.

L'Association des concessionnaires Honda du Québec vous remercie de votre intérêt. *Les offres de location-bail sont faites par Honda Canada Finance Inc., sur acceptation du crédit. Cette offre porte sur les berlines Accord LX 2002 (modèle CG5542P), les berlines Civic DX 2002 (modèle ES1512PX) et les coupés Civic DX 2002 (modèle EM2112P) neuves. Échange ou comptant de 2 250 \$ (berline Accord LX), 2 200 \$ (berline Civic DX) ou 2 800 \$ (coupé Civic DX). Première mensualité et dépôt de sécurité de 275 \$ exigibles à la livraison sur la coupé Civic DX. Franchise de kilométrage de 96 000 km; frais de 0,12 \$ le kilomètre excédentaire. Taxes, immatriculation et assurance en sus. Option d'achat au terme de la location offerte moyennant un supplément. Le prix de location des concessionnaires peut être inférieur. Offre d'une durée limitée. Voyez votre concessionnaire pour plus de détails. Photo à titre indicatif. [†]Tests de collisions frontales du National Highway Traffic Safety Administration pour la berline Civic DX 2001.