

UNE MODE

SOI-OI PRÉFÈRE



La Presse
à Paris



Une doudoune-robe, tirée de la collection de Claude Montana

Une création signée Jean-Charles de CastelBajac.

PHOTOS BRIGITTE BOULANGER collaboration: spéciale

GRAPHISME: JACQUES NORMANDIN

Ève Salvail, lors du défilé de Chanel.



Pour faire oublier la grisaille économique

VIVIANE ROY
collaboration spéciale
PARIS

Dans le milieu de la mode, on aime à croire que la longueur de la jupe aurait quelque chose à voir avec le cours de la Bourse; que l'ourlet monte et redescend en fonction de l'humeur économique...

On voudrait d'autant plus y croire lorsque, comme pour les collections automne-hiver 94-95, présentées à Paris la semaine dernière, les ourlets sont fort haut perchés.

Faire rêver...
En pleine grisaille économique, les

couturiers de la Ville Lumière ont préféré s'évader, lever les grandes voiles de mousseline et faire rêver le consommateur.

Les stylistes français, jusqu'ici friands de l'allure existentialiste, en total look noir, à la Cocteau, à la Sartre ou à la Barbara, jouent maintenant la carte de la couleur presque aussi bien que les Italiens et impriment leurs collections de fleurs, de tartans ou de motifs folkloriques.

Le blanc d'hiver, utilisé en total look, fait aussi une apparition remarquée, notamment dans les présentations de Claude Montana, Christian Dior et Courrège. Lumineux, mais pas très pratique dans la «slush» en hiver.

Henriette Lamarre, propriétaire de la boutique Henriette L., rue Laurier, se dit très enthousiaste des collections automne-

hiver. « La mode sera gaie et colorée l'hiver prochain », a-t-elle souligné après la semaine du prêt-à-porter.

Une silhouette épurée

Effectivement, la mode *grunge* a été balayée du paysage de la mode. Bon débarras!

Après avoir évoqué les années 70 dans leurs collections, les créateurs se tournent tranquillement du côté de la décennie 80, en utilisant notamment la couleur, en redécouvrant les accessoires (boucles d'oreilles, bracelet, ceinture, etc.) et en nettoyant la silhouette de superpositions de toutes sortes.

SUITE À LA PAGE C2

2\$ DE RABAIS sur le programme double :
«Aventuriers du Savoir» et
«La Force du Soleil - 3D»
jusqu'au 1er avril 1994 sur présentation de cette annonce.
Applicable sur les tarifs réguliers lors de l'achat d'un (1) billet sur place.
Ne peut être jumelé à aucune autre offre promotionnelle.

DEUX FOIS GAGNANT !

IMAX Les images qui vous touchent.
Le cinéma IMAX du Vieux-Port, au pied du boul. Saint-Laurent, angle de la Commune. Métro Place d'Armes.
Info: 496-IMAX

Canada La Presse CKVL 850 CKOI 96.9 FM

De plus, courez la chance de gagner un ensemble audiovisuel d'une valeur de 1500 \$ comprenant :
un téléviseur couleur 20", un magnétoscope et un lecteur de disques compacts offerts par :
BRAULT & MARTINEAU
Déposez ce bulletin de participation au cinéma IMAX.
Le concours se termine le 1er avril 1994.
Tirage sur les ondes de CKOI-FM le mardi 5 avril.

Nom _____
Adresse _____ tél. _____



Une robe de soirée par Sonia Rykiel.

PHOTOS BRIGITTE BOULANGER, collaboration spéciale

Le complet trois pièces, revu et corrigé par Christian Dior.



SUITE DE LA PAGE C1

Le jeu des contrastes de matières devient d'autant plus important avec ces tenues nouvellement simplifiées. On coordonnera ainsi des tissus de jour et de soir sur un même ensemble. Par exemple, on portera un petit pull en angora sur une jupe de mousseline, on n'hésitera pas à mettre des paillettes sur une doudoune et à faire cohabiter le jeans et le velours.

Comme pour oublier la mode de clocharde, les couturiers ont aussi accordé une place importante aux tenues de soirée. Robes de dentelle chez Lolita Lempicka, longs drapés structurés chez Chloé et tenues de princesse arlésienne chez Christian Lacroix.

SUITE À LA PAGE C3

Des marques hot à un prix d'enfer!

JUSQU'À **70%** DE RÉDUCTION

Les Versants de Bromont ne font pas semblant de baisser les prix : ils les font fondre. Venez voir! Des marques renommées mondialement à des prix petits, petits, petits.

Cette semaine, pleins feux sur :

Pyjama 100 % cotton
prix rég. 75 \$

34⁹⁹\$
EN SPEC.

La Lingerie Passion
Jusqu'à 70 % de rabais sur toute la marchandise

Coton molletonné
rég. 59,50 \$

15⁰⁰\$
EN SPEC.

UNITED COLORS OF BENETTON.

Plus : 70 % DE RABAIS SUR TOUTE LA MARCHANDISE D'HIVER

Ensemble de draps percale
Wamsutta/Springmaid

	RÉG.	CLUB DECOR
SIMPLE	44,95 \$	20,95 \$
DOUBLE	65,95 \$	29,95 \$
GRAND	75,95 \$	34,95 \$
T. GRAND	109,95 \$	49,95 \$



Les VERSANTS de BROMONT
FACTORY OUTLETS

125 GRANDES MARQUES

OUVERT 7 JOURS SUR 7
lun. mar. mer. 10 à 18h
sam. dim. 10 à 18h
jeu. et ven. 10 à 21h

120, boulevard Bromont, Sortie 78 de l'autoroute 10

25 MAGASINS D'USINES



FÉLICITATIONS À FRANCE RADO. GAGNANTE D'UNE FAMILIALE VOLVO 850 TURBO 1994. GRACIEUSEMENT OFFERTE PAR HOLT RENFREW ET VOLVO CANADA LTD.

HOLT RENFREW

LES BEAUX JAMÉDIS

À WESTMOUNT SQUARE

CONCERTS GRATUITS, les samedis 19 et 26 mars, de 13 h 00 à 16 h 00 dans la galerie commerciale du Westmount Square

EN VEDETTE

Le Quatuor Larry Patton

LES BOUTIQUES

Bébé Hugo ~ Banque Royale du Canada ~ Bellingham Nettoyeurs & Tailleurs ~ Cacharel ~ Collange ~ C.D. Haute Cordonnerie ~ Deli-Vert ~ Donna Kelly ~ Femme Coiffure ~ Georges Rech ~ Hallmark ~ Hugo Nicholson Hommes & Femmes ~ La Compagnie du Panier ~ Lily Simon ~ Ma Maison ~ Nelly Alexander ~ Nicole Miller ~ Pas Comme Les Autres ~ Photo Westmount ~ S.A.Q. ~ Tabagie Westmount Square ~ Voyages Panex

RUE STE-CATHERINE, ENTRE AVENUE GREENE ET AVENUE WOOD

GRATUIT : 2 HEURES DE STATIONNEMENT INTÉRIEUR AVEC ACHAT MINIMUM DE 15,00 \$

WESTMOUNT SQUARE



SUITE DE LA PAGE C2

Dans cette perspective, les couturiers classico-classiques, boudés depuis quelques saisons par le raz-de-marée grunge, réapparaissent tout à coup au sommet. C'est le cas par exemple de Valentino, d'Yves Saint-Laurent, d'Emmanuel Ungaro, de Pierre Balmain, dessiné par Oscar de la Renta, et de Sonia Rykiel. Ils n'ont jamais perdu le nord et ont toujours prôné un style à la fois élégant et portable.

Le culte du corps

Nouvelles influences chez les couturiers de la Ville Lumière: le sportswear et le culte du corps, venant tous deux des États-Unis.

Les Américains l'avaient déjà intégré dans leur prêt-à-porter (notamment Calvin Klein, Ralph Lauren, Donna Karan et Isaac Mizrahi) en coordonnant des souliers de course avec un tailleur, des pantalons stretch à bandes contrastantes avec une veste tuxedo, mais jusqu'ici, les Européens avaient levé le nez sur cette mode, peut-être trop près de la rue.

Les premiers créateurs à jouer la carte sportive dans leur prêt-à-porter de luxe: Karl Lagerfeld pour Chanel, GianFranco Ferré pour Christian Dior et Claude Montana.

Interprétée de façon plus «cuture» à Paris, l'influence sportive était néanmoins présente dans ces collections automne-hiver 94-95.

Christian Dior

Dior, qui présentait depuis quelques saisons une mode ostentatoire et directement sortie du XIXe siècle pour les «Madames de Machin», a pris un sérieux de coup de jeune cette fois-ci. La collection présentée la semaine dernière était effectivement une des plus réussies.

À la fois élégante et moderne, la présentation a débuté avec un thème sportif en crème et noir: leggings à rayures Adidas sur le côté, porté avec une mini-jupe ou un micro-short en cuir noir brillant, un simple pull et des bottillons à talon aiguille. Vinrent ensuite les tailleurs-pantalons: longue veste écriquée en gabardine grise et large pantalon à revers pour un look dandy renouvelé. En finale, on a présenté une série de doudounes en version pailletées ou imprimées serpent python.

Ce n'est pas parce qu'on a envie d'être confortable qu'on ne peut pas être chic pour autant!



Eve Salvail portant une signée Gres.

PHOTOS BRIGITTE BOULANGER collaboration spéciale

Par Christian Dior: la doudoune du soir, imprimé serpent python.



L'élégance intemporelle signée Yves Saint-Laurent.



La collegienne selon Valentino.

RONFLEMENT

TRAITÉ AU LASER

AU CABINET DE CONSULTATION, PAR DES CHIRURGIENS OTO-RHINO-LARYNGOLOGISTES.

CENTRE DU RONFLEMENT DE MONTRÉAL ENR.

Tél.: 327-5060

VOUS ÊTES INVITÉ À PARTICIPER À UNE JOURNÉE EXCEPTIONNELLE À LA BOUTIQUE ANNE KLEIN CHEZ OGILVY, LE JEUDI 17 MARS DE 11H00 À 20H00.

PRÉSENTATION DE LA PREMIÈRE COLLECTION DE RICHARD TYLER POUR ANNE KLEIN

CONSEILS-MODE PAR LES STYLISTES DE CHACUNE DES TROIS COLLECTIONS ANNE KLEIN

CADEAU-SURPRISE AVEC ACHAT

RAFRAÎCHISSEMENTS

TIRAGE AU SORT D'UNE JOURNÉE À NEW YORK POUR ASSISTER À L'AVANT PREMIÈRE DE LA COLLECTION AUTOMNE 1994



ANNE KLEIN COLLECTION ANNE KLEIN II A-LINE DANS UNE MÊME BOUTIQUE TROISIÈME ÉTAGE 842-7711, POSTE 274

OGILVY

STE-CATHERINE ANGLE DE LA MONTAGNE

ANNE KLEIN

Vous perdez vos cheveux?

Alors, ne perdez plus votre temps...

Venez nous rencontrer et nous vous expliquerons les techniques de pointe auxquelles nous avons recours afin d'aider à prévenir et à corriger les problèmes capillaires masculins et féminins.

De plus, vente et service de perruques

EATON

Eaton Centre ville 677, rue Sainte-Catherine-Ouest, Montréal (514) 284-8860

normico CLINIQUE CAPILLAIRE

TOUT LE MONDE PARLE DE...

RITSI PLUS

Mode couturier, dans les tailles 14+ à prix réduits

La nouvelle boutique dernier cri de Westmount pour la femme indéfinissable...

4917, rue Sherbrooke Ouest, Westmount Tél.: 481-4724

GRANDE PREMIÈRE!
SOLDES DE BAS



RÉDUCTION DE 25% SUR NOS DEUX PLUS BELLES COLLECTIONS DE FRANCE. TOUS STYLES, TOUTES COULEURS.

DU 16 MARS AU 26 MARS 1994.

OGILVY

OGILVY ACCESSOIRES, REZ-DE-CHAUSSÉE • 842-7711 POSTE 202 STE-CATHERINE ANGLE DE LA MONTAGNE

Johanne Demers et Christian Chenail, de chez Muse, ont tenté une percée du côté de la Ville Lumière, la semaine dernière au salon le Carousel de la Mode.

PHOTOS BRIGITTE BOULANGER, collaboration spéciale



Les Québécois à Paris: ce qu'ils ont acheté ou vendu

VIVIANE ROY
collaboration spéciale

■ Créer des vêtements, c'est bien. Les vendre, c'est encore mieux. En période de récession particulièrement, diffuser les collections haut de gamme de couturiers européens n'est pas une mince affaire.

Le *grunge*, en vogue l'année dernière, a peut-être été un succès médiatique mais s'est révélé un échec commercial.

«Nous avons eu de la difficulté à vendre les collections de style *grunge*, reconnaît Henriette Lamarre, propriétaire de la boutique Henriette L. Nous les avons mises en solde afin d'écouler la marchandise.»

Pourtant, les affaires sont loin d'aller mal pour madame Lamarre, qui a enregistré une progression de son chiffre d'affaires la saison dernière.

«Lorsqu'on effectue nos achats, il faut savoir dénicher les bons articles, poursuit madame Lamarre. Être en mesure de décoder ce que les Québécoises auront envie de porter... Par exemple, dans les présentations automne-hiver 94-95, qui avaient lieu la semaine dernière à Paris, j'ai vu beaucoup de chaussures à talon aiguille; pourtant je n'en ai pas achetée une paire. Même Sonia Rykiel, qui en avait présenté dans sa collection, m'a dit qu'elle n'en vendait pas. Je ne crois pas plus au tailleur-short. Qu'elle femme voudra bien payer 600\$ pour une paire de shorts!»

L'automne prochain, Henriette Lamarre a misé sur Lolita Lempicka, avec ces minirobes en dentelles et ces jupons ultraféminins. Elle a aussi fait des achats chez Sonia Rykiel, notamment un blouson sport, et des vêtements en laine bouillie, des sacs et des bottillons. Elle a investi dans les robes à impressions peaux de bête de Jean-Charles CastelBajac; la série de pulls et de minijupes à franges de Dorothee Bis (une des plus belles collections, dit-elle); les robes cocktail en velours et dentelle d'Angelo Tarlazzi; et les tailleurs de Thierry Mugler et d'Emmanuelle Khan.

«Je pense que la saison d'automne sera bonne, indique madame Lamarre. Les créateurs ont aussi bien dessiné du long que du court. La mode est redevenue gaie et colorée.»

Même vent d'optimisme chez Holt Renfrew, qui vient d'acheter les boutiques Emmanuel Ungaro et Clubissimo (qui vendaient entre autres Issey Miyake, Thierry Mugler et Sonia Rykiel). De plus, d'ici Noël, une boutique Chanel ouvrira ses portes dans le grand magasin de la rue Sherbrooke.

«Monsieur Barrington, qui est à Paris cette semaine pour faire les achats, se dit très stimulé par les collections d'automne prochain qui proposent à nouveau des silhouettes coquettes et féminines, indique David Lapierre, directeur de la boutique HR. Depuis quelques saisons, le style *grunge* s'est avéré plus difficile à vendre... Lorsqu'une femme achète un vêtement signé, elle veut maintenant faire du millage avec celui-ci.»

«Nous assistons à un nouveau phénomène chez les détaillants, poursuit Micheline Thèberge, conseillère en mode chez Holt Renfrew. Les griffes retournent dans les grands magasins. La mode des petites boutiques semble révolue. Les consommatrices préfèrent maintenant acheter les marques haut de gamme dans les grandes surfaces, comme il y a 25 ans.»

La boutique d'Holt Renfrew diffusera aussi les griffes de Christian Lacroix, Karl Lagerfeld, Chloé, Valentino, Rena Lange



(une marque allemande), Claude Montana, Giorgio Armani (la collection qui se vend le mieux), Sonia Rykiel et une nouvelle acquisition, la ligne de Jil Sander.

Les acheteurs de la boutique Lily Simon ont quant à eux bien aimé la collection de Scherrer, maintenant dessinée par un jeune créateur.

«Leurs tailleurs jupes courtes en lainage sont extraordinaires, a dit Françoise, acheteuse chez Lily Simon. Je trouve que les collections proposent des styles plus confortables, beaucoup de pantalons larges... J'aime aussi la tendance plus habillée qui se dégage des présentations de l'automne prochain. La robe est de nouveau très importante.»

Plutôt que de miser uniquement sur le noir pour les tenues de soirée, les acheteurs de Lily Simon ont introduit, le marron et le caramel.

«Nous avons aussi acheté de la maille chez les Italiens; les pulls de cachemire de Jenny, les tricots d'Umberto Giocchietti, de Max Mara et d'Iceberg.»

Outre ces marques italiennes, Lily Simon offrira la collection Giorgio Armani, «griffe blanche», et la ligne bis de Sonia Rykiel, «Inscription Rykiel», qui est de 30 à 40 p. cent moins chère que la première.

Deux designers québécois à Paris

Christian Chenail et Johanne Demers de chez Muse ont tenté une percée du côté de la Ville Lumière la semaine dernière au salon le Carousel de la Mode, qui se tenait aux Tuileries.

«C'est une première approche, a indiqué Johanne Demers. On voulait tâter le pouls de Paris. Bien qu'on ait pas encore enregistré de ventes, on a toutefois pris contact avec les boutiques Absinthe et Mozaïque et on attend une confirmation d'une boutique au Japon.»

Marie Saint-Pierre, quant à elle, était présente au Carrousel pour la deuxième fois.

«C'est stimulant de venir à Paris, a mentionné la jeune femme. C'est vraiment la cœur de la mode; c'est ici que partent les nouveaux mouvements. Venir à Paris, c'est chaque fois une remise en question, une occasion de se comparer au reste du monde; de voir ses forces et ses faiblesses.»

Marie Saint-Pierre ne s'en cache pas, faire des salons n'est pas chose facile. «Il faut être patient, indique-t-elle, laisser tout le temps et la place aux acheteurs avant de créer des liens.»

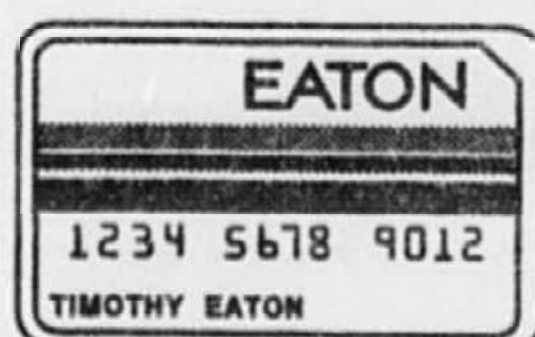
Marie Saint-Pierre, a vendu dans une boutique en Allemagne et au Japon. Hier et aujourd'hui, elle rencontre les propriétaires de boutiques à Paris qui vendent déjà sa collection.

A-LINE

Frissons printaniers

Collection «A-Line» de Anne Klein

Eaton Centre-ville, 3^e étage.



EATON

Argent remis si la marchandise ne satisfait pas



La designer Marie Saint-Pierre était présente au Carrousel de la Mode, pour la deuxième fois.

Le défilé Chanel: encore couru et toujours spectaculaire!

■ N'entre pas qui veut au défilé de Coco. Lagerfeld a même refusé l'entrée à l'équipe de Robert Altman pour son film «Prêt-à-porter». Le designer vedette s'est permis de glisser le programme de sa collection dans une bobine de film en métal et de décorer le podium d'une immense chaise de metteur en scène inscrit Coco dessus. Voilà pour le pied de nez lancé au réalisateur américain qui promet de faire un satire sur le milieu de la mode.

La tension était grande pour ce défilé qui clôturait la semaine des collections. Au compte-gouttes, les gens entraient dans la salle après que les gardes de sécurité avaient dûment vérifié votre carton d'invitation et votre... passeport! Exaspérés d'attendre (le défilé a débuté avec plus d'une heure de retard) et entassés comme des sardines, des photographes ont commencé à se battre sérieusement.

Chanel crée chaque fois l'événement avec un Lagerfeld qui réussit à toujours étonner et n'en finit plus de «lifter» l'image de la maison parisienne. Cette fois-ci, il a utilisé le créneau sportif et humoristique pour y parvenir... avec brio. Aux premiers rangs du défilé Chanel, les membres de l'équipe du *Vogue USA* ont bondi de leur siège pour ovationner le grand Karl.

«Je n'en peux plus d'entendre le mot *glamour* dans le monde de la mode, a dit le couturier en coulisse. J'ai maintenant envie de de fraîcheur et de couleur.»

De la couleur, il y en avait dans cette présentation magistrale et sulvoitée. Des teintes neutres bien sûr, mais aussi des couleurs acides, presque fluos, comme le vert lime, le jaune, le rose, le turquoise. (Après l'influence des années 70, s'installe tranquillement le style de la décennie 80 dans les collections d'automne-hiver). Une série de tailleurs minijupes aux couleurs électriques en fausse-fourrure, effet tapis de bain, a ouvert le bal.

Chez Chanel, le corps est moule, sculpté. Les accessoires, comme ces lunettes de ski, ces étuis pour bouteilles Evian et ces boîtes de pêcheur en caoutchouc, ont remplacé efficacement les traditionnelles chaînes dorées de la maison de la rue Cambon.

Les rayures Adidas, c'est autour de cela que tourne la collection d'automne-hiver 94-95. Aussi bien le jour que le soir. En legging stretch le jour et en jupe de mousseline transparente, le soir.

Vivienne Westwood et Chantal Thomass

Dans le milieu de la mode, on dit souvent que les femmes designers ont tendance à faire des vêtements plus confortables et moins sexistes que leurs confrères, parce que ce sont justement elles qui les porteront. Pourtant, c'est loin d'être le cas de Vivienne Westwood et de Chantal Thomass, qui ont toutes deux dessiné une mode «femme-objet».

«Je veux dessiner une mode de plus en plus spirituelle», avait dit Westwood, la saison dernière dernière.

Il n'y a pourtant pas plus sexy, à certains moments vulgaire, que l'univers de Westwood, qui a misé sur une silhouette en S (à regarder de profil: seins, taille et fesses) et sur le derrière, une bourrure sur les fesses en vogue en siècle dernier, dans sa dernière collection.

Microjupe, string en fausse-fourrure et talons hauts perchés faisaient partie des éléments de cette collection «pour vamp seulement», qui a reçu une ovation du public. Il n'y avait cependant pas que des fans et tous ne partagent pas le même sens de l'humour que Westwood. Un quotidien britannique, le *Daily Mail*, affirmait que la mode de Westwood avait transformé le top model Kate Moss en «enfant prostitué» et Carla Bruni en «pute de bas étages!»

Il y avait du monde aux balcons chez Thomass! Mis à part quelques brefs manteaux, la collection de Chantal Thomass n'évoquait en rien l'hiver.

Directement d'un bordel du début du siècle, la mode de Thomass assujettissait la femme en proposant une série de minirobes noires et blanches, ressemblant à des costumes de bonnes, des bas-jarretelles en dentelle, des mules à talon aiguille, des plumes d'autruches en guise de col, des balconnets, des slips moulants, de la lingerie, de la lingerie et encore de la lingerie!

«C'est une collection dégradante pour la femme», a dit un photographe italien à la fin de cette collection.

Assise au premier rang, la comédienne et chanteuse américaine Cher affichait, quant à elle, un sourire de ravissement.

Décidément, tous les goûts sont dans la nature!



La dernière collection de Chanel était largement inspirée par le sportswear.



La collection de Chantal Thomass tournait autour du thème de la lingerie. Pas chaud, chaud en hiver...

ESPRIT

COLLECTION

BED & BATH

Plus de

50%

de rabais sur toute la marchandise.

Disponible à notre entrepôt Esprit seulement.

1955 Côte de Liesse, St-Laurent 333-0690

AIDER LE MONDE

MOT À MOT



L'autonomie grâce à l'alphabétisation dans le monde en développement

Pour plus de renseignements, composez le 1-800-661-2633



bugatti



Voici une superbe création germanique à moins de 400 \$

Le blouson printanier de Bugatti a été confectionné en Allemagne, à partir de la microfibre «Belseda» procurant un fini doux, qui n'est pas sans ressembler à de la soie lavée à la pierre. De plus, la fibre «Belseda» est résistante à l'eau, contrairement à la soie. Venez tôt profiter de la coupe élégante, du souci des détails ainsi que du bon prix que ce blouson affiche fièrement. Choix de beige pierre et de bleu indigo. 369\$

Vendu chez Eaton Centre-ville seulement. Rayon des manteaux pour hommes, 629.

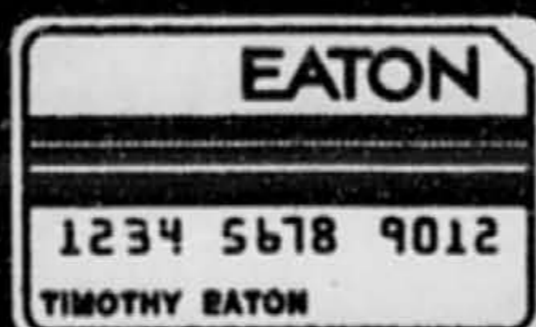
Achats en personne seulement.

Signer sa carte de don d'organes...

c'est pour la vie.



LA FONDATION DIANE HÉBERT (514) 965.0333



EATON

Argent remis si la marchandise ne satisfait pas

SATISFACTION **Zellers** **GARANTIE**

CENTRE VISUEL

Parce que le prix le plus bas fait loi...
Tous les jours!®



Lunettes complètes

À partir de... **59⁸⁴**

- Choix de montures jusqu'à 49,84\$
- Verres en plastique CR-39 simple vision

Ajoutez 40\$ pour double foyer visible
Ajoutez 49\$ pour traitement antireflet

Verres de contact à port quotidien

46⁸⁶ La paire

BAUSCH & LOMB Optima 38
OU... Durasoft 2 par WJ
Nécessaire d'entretien inclus

Les Jardins Dorval 400, av. Dorval Dorval 636-3428
Place Versailles 7275, rue Sherbrooke est Montréal 354-8925
6700, Côte-des-Neiges Montréal 344-2755
Les Promenades St-Bruno 500, boul. Des Promenades St-Bruno 441-0153
Place Alexis Nihon 1500, av. Atwater Montréal 933-8986
Le Faubourg de l'Île 101, boul. Cardinal Léger Pincourt 453-7212

**Examen de la
vue est
disponible**

Zellers **40\$** **de rabais**
CENTRE VISUEL Sur tout achat de
lunettes à 150\$ ou plus

Coupon doit être présenté au moment de l'achat. Ne peut être combiné à aucune autre offre de remise. Ordonnance valide nécessaire. Offre expire le 31/3/94.

Zellers **54\$**
CENTRE VISUEL *Ray-Ban wayfarer*
Lunettes de soleil de Bausch & Lomb

Coupon doit être présenté au moment de l'achat. Ne peut être combiné à aucune autre offre de remise. Ordonnance valide nécessaire. Offre expire le 31/3/94.

Cet offre est valide jusqu'au 31/3/94. Ne peut être combiné à aucune autre offre de remise. Ordonnance valide nécessaire.



L'équipe de tournage de Robert Altman a filmé plusieurs collections, la semaine dernière, au Carrousel du Louvre.

PHOTOS BRIGITTE BOULANGER, collaboration spéciale

Le Prêt-à-porter d'Altman

VIVIANE ROY
collaboration spéciale
PARIS

Le tournage du film *Prêt-à-porter*, de Robert Altman, a perturbé le petit monde de la mode la semaine dernière à Paris, en transformant les salles de défile en véritables plateaux de cinéma. Toute une équipe d'acteurs, de caméramen, de scripts et de machinistes a envahi les lieux de présentation, déjà pleins à craquer.

Les paparazzi, trop heureux de voir Sophia Loren, Kim Kasinger, Anouk Aimée, Lauren Bacall et Chiara Mastroianni assises aux premières loges des défilés, n'en finissent plus d'envoyer leurs «flashes» en direction des stars. Résultat: certains défilés ont débuté avec presque deux heures de retard, ce qui a fini par tomber joyeusement sur les nerfs du public...

De peur de déconcentrer les spectateurs, certains couturiers ont refusé l'entrée à l'équipe de tournage. Au nombre des dissidents, Karl Lagerfeld et Valentino.

«Je n'ai aucune envie d'être acteur, a dit Lagerfeld. Si les spectateurs savent que l'équipe d'Altman est sur place, ils ne seront pas concentrés sur les vêtements mais sur le tournage du film. De plus, j'ai bien peur que le réalisateur dépeigne une vision cauchemardesque du milieu de la

mode... Je fais de la mode pour les gens qui ont besoin d'en voir, pas pour l'industrie du cinéma.»

La maison italienne Valentino, qui présentait sa collection à Paris, abondait dans le même sens que Lagerfeld.

«Premièrement, a dit Giancarlo Giammetti, le président de Valentino, nous n'avons pas besoin d'un film satirique sur le milieu de la mode en ces temps difficiles. Deuxièmement, en tant que maison italienne, nous trouvons incorrect de seulement tourner des séquences à Paris.»

Si l'on se fie à son précédent film, *The Player*, qui traitait de l'industrie du cinéma, *Prêt-à-porter* risque effectivement de jeter un regard assez cynique sur le milieu de la mode. Le film, une étude de moeurs, étudiera les comportements d'une trentaine

de personnages, créateurs de mode, mannequins (Ève Salvail a d'ailleurs décroché un rôle), acheteurs et journalistes.

Assistant il y a dix ans au défile de mode de Sonia Rykiel, Robert Altman y a découvert le microcosme du monde de la mode. Intrigué par cet univers, le réalisateur décide qu'il en fera le sujet d'un film, projet qu'il a mis plus de dix ans à financer et à réaliser.

«À la base de la plupart de ces collections, indique le cinéaste américain, il y a de l'art, une mise en scène, un énorme investissement artistique et financier. L'obligation de réussir si l'on veut continuer; l'histoire d'un film en quelque sorte!»

Le tournage de *Prêt-à-porter*, en décors naturels, se poursuivra encore neuf semaines à Paris et en région parisienne. La sortie du film est prévue pour 1995.



Kim Basinger, lors du défilé de Christian Dior. L'actrice américaine joue le rôle d'une journaliste de mode dans le film d'Altman.

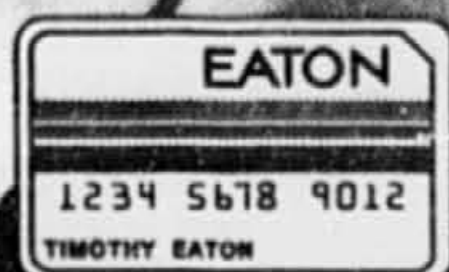
25 % de rabais
sur toute la
collection de
bas-culottes
Cameo!
Dès maintenant!

Tous les bas-culottes Cameo chez Eaton vous sont offerts à 25 % de rabais, jusqu'au 27 mars 1994!

Ne tardez pas afin de profiter d'un meilleur choix.

Vendus à ou par tous les magasins Eaton. Rayon des bas-culottes, 201.

Venez ou composez : 284-8484



EATON
argent remis si la marchandise n'est pas

LE LAIT présente
LE TOUR DE L'ÎLE 10^e édition
5 juin 1994

ON GAGNE À Y ÊTRE BÉNÉVOLE

I voyage pour deux en Floride offert par VOYAGES VACANCES-FAMILLES INC.

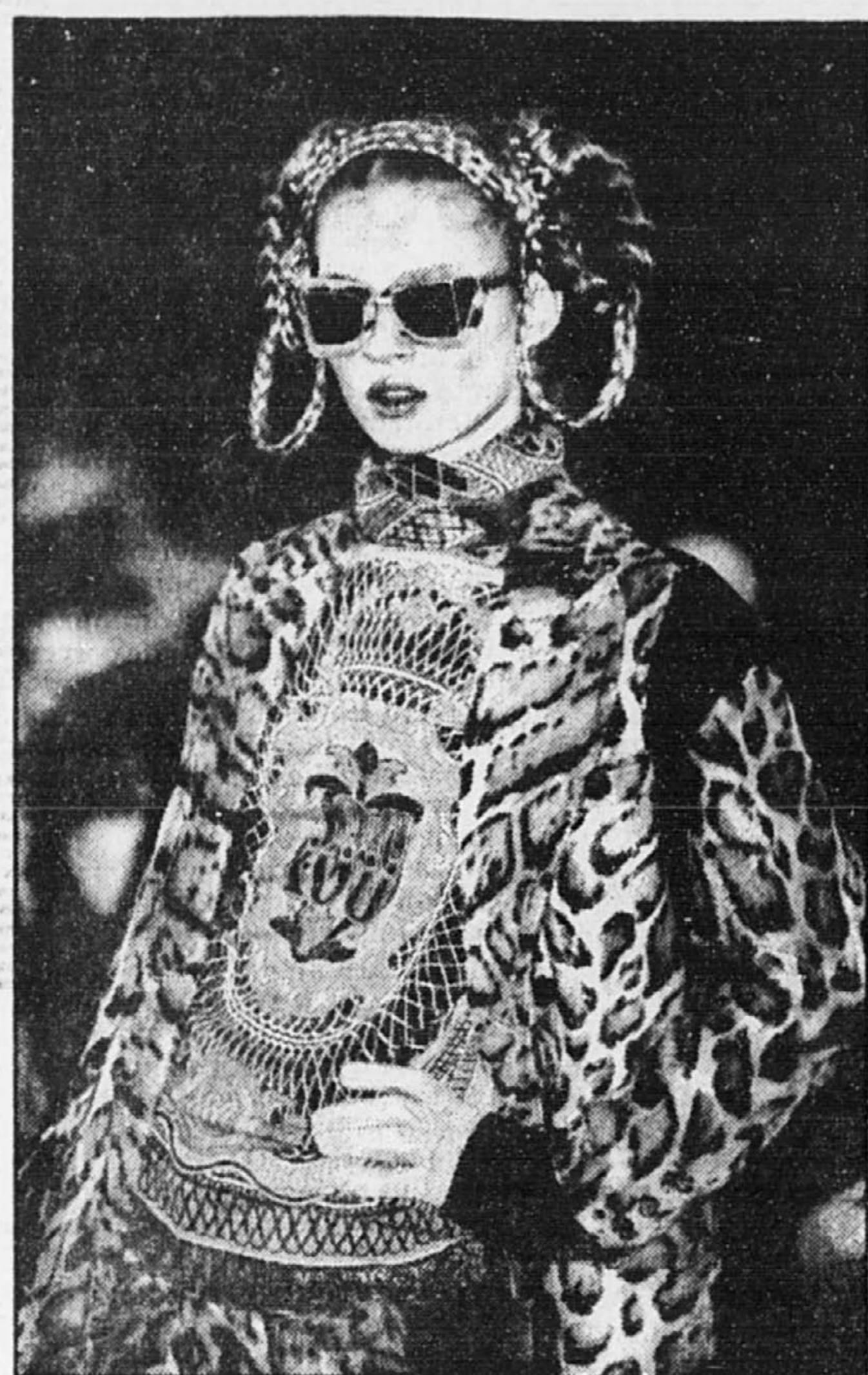
Des accessoires cyclistes et 5 vélos Tour de l'île offerts par CANADIAN TIRE

I powerbook de Macintosh offert par microservé Le centre Macintosh

INSCRIVEZ-VOUS AU (514) 847-VÉLO

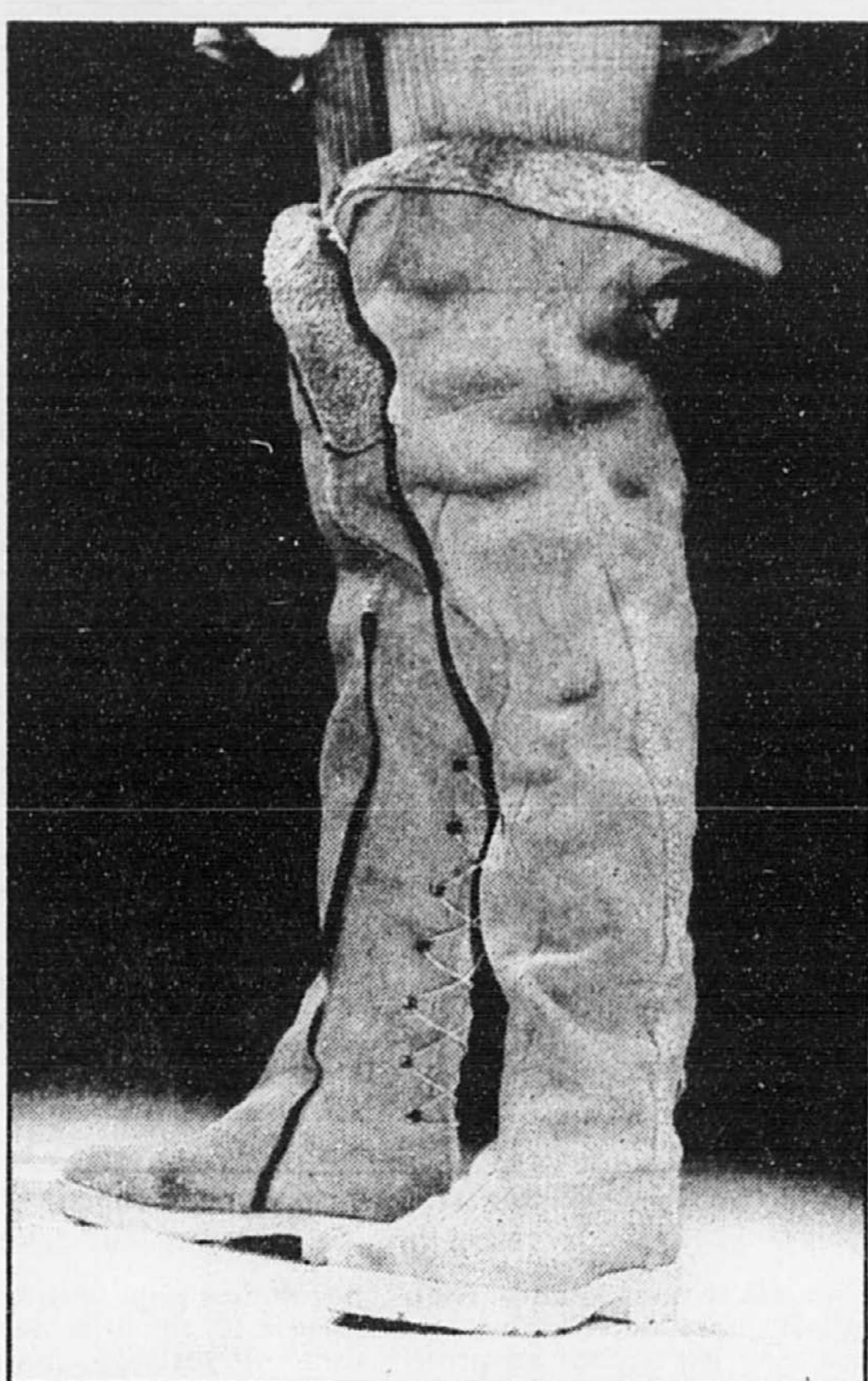
en collaboration avec

RCFGL 105.7 fm La Presse Commanditaire officiel 96.9 FM SRC



Les imprimés sont revenus à la mode, comme on peut le voir dans cette création de Jean-Paul Gaultier. Les cuissardes sont également au nombre des éléments « in ».

PHOTOS BRIGITTE BOLLANÇER collaboration spéciale



IN

- La mode est redevenue à la mode. Dans presque toutes les collections, la mode clocharde est reléguée aux oubliettes pour faire place aux belles coupes et finitions.
- Les imprimés de toutes sortes, particulièrement les floraux et les impressions folkloriques.
- Les matières transparentes portées en superposition.

- Le petit pull en mohair.
- La juxtaposition de tissus de jour et de soirée.
- Le pantalon à jambe large.
- La robe-peignoir.
- Les talons aiguilles.
- Le néo-romantisme, traduit en robe chiffon drapée harmonieusement sur le corps.
- Les folklores du monde entier, qui réaniment la mode avec ces couleurs vives.
- La peau de mouton renversée.

- Les excentricités *made in England*, qui contrastent avec la mode minimaliste et écolo des dernières années.
- Le cache-poussière et la longue redingote.
- Les tresses en guise de coiffure.
- Les manches bouffantes.
- Les couleurs « technicolor » et les tons pastels

OUT

- L'anti-mode, la mode clocharde à prix d'or, du genre Comme des Garçons.
- Porter que du mini
- Porter que du maxi
- Les chaussures à plate-forme qui donnent une démarche d'éléphant
- Le *power dressing*

Un vent de l'Est

■ A en croire Emmanuel Ungaro et Yves Saint-Laurent, les prochains top models viendront de l'Europe de l'Est. « Elles sont belles, fraîches et envoûtantes, a dit Ungaro. De plus, elles ont une élégance na-

turelle et ne jouent pas les divas. » A Paris, Emmanuel Ungaro en a fait défiler sept, dont Julia Lemijova, Miss URSS 1990 et 1991. Dans la présentation d'Yves Saint-Laurent, un mannequin sur trois venait de l'Est.

Tailles 14-26, exclusivement

Pour une haute mode... retouches impeccables, service personnalisé c'est toujours...

SALON JULIETTE

5457, QUEEN MARY 484-3558

STATIONNEMENT GRATUIT
5120, EARNSCLIFFE (ANGLE QUEEN MARY)
11 h à 5 h

OUVERT LE JEUDI JUSQU'À 9 h

LES PRIX INCLUENT LA T.P.S.

ADORABLE CINO-PIECES
pour 595\$

SEULEMENT CHEZ HOLT RENFREW

Pour accueillir le printemps, des coordonnés décontractés confectionnés dans du crêpe georgette de laine toutes saisons. Choisissez la veste chemise souple, 195 \$, le gilet, 115 \$, la petite jupe courte, 85 \$ ou le pantalon fluide, 125 \$, tous disponibles en hûtre ou noir. Puis ajoutez-y notre chemisier en georgette ivoire, 75 \$ et vous avez ainsi l'assortiment vestimentaire idéal pour la saison prochaine - un cinq-pièces adorable, seulement chez Holt.

Gagnez «Une aventure inoubliable!»
Vous pourriez gagner un safari de neuf jours au Kenya pour deux personnes - avec les hommages de Nordic Tours. Le voyage comprend le trajet aérien aller et retour en Classe Club et l'hébergement dans les somptueux hôtels Lonrho. Bulletins disponibles en magasin. Le concours prend fin le vendredi 8 avril.

HOLT RENFREW

Sherbrooke et de la Montagne, 842-5111 • Rockland, 738-3500 • Fairview, Pointe-Claire, 694-6310

ENTREPOSAGE ET NETTOYAGE DE FOURRURES

59\$

Nettoyage et entreposage

- Comprend cueillette et livraison. Téléphone: (514) 284-8820. Télécopieur: (514) 284-8019
- Inspection gratuite
- Offre spéciale à 79 \$ pour cuir, mouton rasé et doublure en fourrure
- Protection de 500.00 à titre gracieux

Tous nos services sont appuyés par la fameuse garantie Eaton

FOURRURES PAR *Vivint*

Eaton Centre-ville, 3e étage et à Anjou, Pointe-Claire, Cavendish, Saint-Bruno, Laval, Rockland, Beloeil et LaSalle.



EATON
Argent remis si la marchandise ne satisfait pas

Consommactualités

Un jeu pour favoriser le développement personnel



DANIELLE BONNEAU

Le 4 mars, dans le cadre des premiers articles que j'ai écrits sur la Foire du jouet de New York, qui a eu lieu du 14 au 23 février dernier, j'ai parlé de quatre manufacturiers québécois qui y ont présenté leurs produits avec succès. Eh bien, une cinquième compagnie était sur les lieux: Créations Earthrise. Elle aussi se trouvait parmi les 1100 exposants réunis au Javits Center, et elle y a exhibé sa toute nouvelle création, le jeu de Networking.

La jeune entreprise, incorporée depuis le 12 février 1993, a lancé son jeu au Salon épargne-placements, à la Place Bonaventure, à la fin de janvier. New York était la prochaine étape sur la liste d'objectifs que s'étaient fixés Gérard Boivin et son fils, Thierry Fortin-Boivin, les deux inventeurs du jeu.

La réaction des acheteurs américains et étrangers a été très positive, révèle Gérard Boivin, professeur de chimie au cégep Édouard-Montpetit et président de Créations Earthrise. Parce que le jeu de Networking est très différent de ce qui existe sur le marché.

Celui-ci, explique M. Boivin, a été principalement conçu pour les personnes faisant de la vente par réseaux, afin de favoriser leur développement personnel. Le jeu simule d'ailleurs ce type de vente et invite les joueurs à se dépasser pour atteindre leurs objectifs.

«Il ne s'agit pas d'un jeu de questions et de réponses, indique-t-il. Le jeu est plutôt axé sur la communication. Par l'intermédiaire de mises en situation, les participants doivent faire certaines activités qui développent, entre autres, une attitude positive. Ils en apprennent plus sur les au-

tres et se découvrent eux-mêmes.»

L'idée lui est venue, il y a environ deux ans, lorsqu'il a commencé à participer à des activités organisées par la compagnie Amway, à l'invitation de son fils.

«J'ai réalisé que plusieurs distributeurs avaient besoin d'améliorer leur façon de communiquer et, surtout, de développer leur écoute.»

Quelque 6000 heures de travail plus tard, effectué par les deux auteurs et une équipe de collaborateurs et amis, le jeu a commencé à être fabriqué en décembre dernier. Selon Gérard Boivin, il s'adresse à tous ceux qui sont à la recherche d'outils pouvant favoriser leur développement personnel. Il les aidera à développer leur confiance en eux et à évoluer, croit-il.

Créations Earthrise est d'ailleurs en pourparlers avec une compagnie torontoise se spécialisant dans la vente de livres, de cassettes et de conférences aidant les gens à augmenter leur confiance en eux, à mieux communiquer et à améliorer leurs relations humaines.

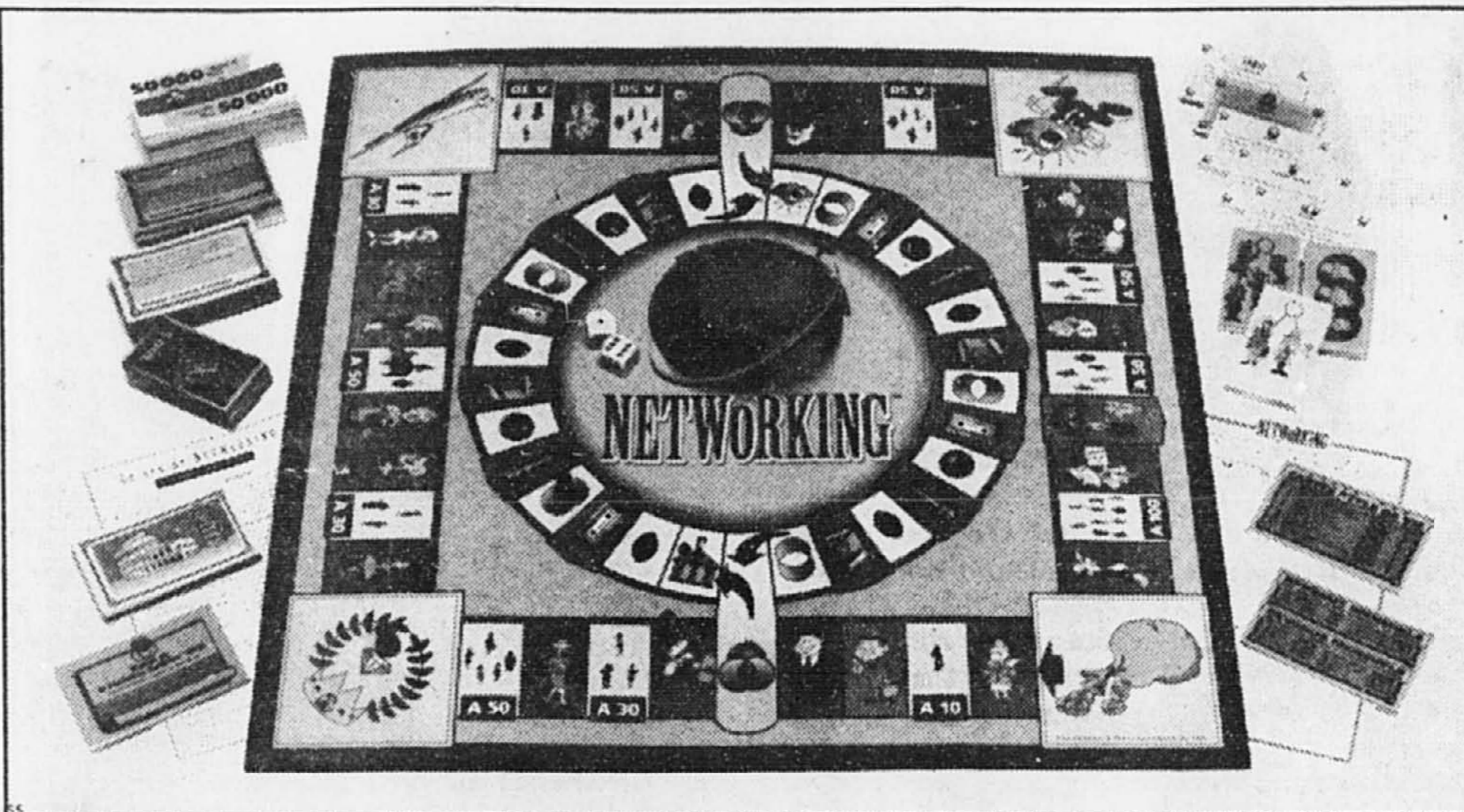
À New York, l'entreprise a notamment établi des contacts avec des entreprises établies aux États-Unis et en Chine. Elle est en train d'y expédier des versions anglaises du jeu.

«Nous avons commencé la traduction et l'adaptation du jeu en espagnol, poursuit M. Boivin. Il y a une très grande demande. Nous travaillons également sur une licence en japonais. La vente par réseau y est en pleine expansion.»

Le jeu de Networking est notamment vendu à la boutique Le valet de cœur, rue Saint-Denis, et à la librairie Garneau. Son prix? 49,95 \$. Renseignements: (514) 353-7518.

Comment devenir "marketpreneur"

■ Robert Goulet, créateur et distributeur de nombreux produits, et professeur de marketing à



Le jeu de Networking a été principalement conçu pour les personnes faisant de la vente par réseaux, afin de favoriser leur développement personnel.

L'École des hautes études commerciales, met depuis plusieurs années son expérience au profit des inventeurs, en les assistant durant le processus de création, de fabrication et de mise en marché de leur nouveau produit. Un processus qui peut s'avérer fort coûteux. À la demande de plusieurs personnes, il a donc décidé d'offrir un séminaire spécialement conçu pour les inventeurs qui veulent savoir comment s'y prendre pour réussir.

«Être inventeur sur papier, ce n'est pas très difficile, explique-t-il. Tout le monde a des idées. Mais plusieurs ne savent pas comment réaliser leur projet et prendre leur place sur le marché.»

«Lors du séminaire, je montrerais aux inventeurs comment passer à l'action et devenir des marketpreneurs. En me basant sur ma propre expérience, je leur indiquerai quels sont les pièges à éviter. Je leur donnerai les outils

nécessaires pour vérifier par eux-mêmes le potentiel de leur produit et le tester, pour voir s'il est viable ou non. Je leur montrerai aussi comment choisir les bons canaux de distribution, planifier la mise en marché de leur invention et préparer les plans de communication et de vente. En tout, ils devront respecter une vingtaine d'étapes cruciales. Si elles sont toutes passées avec succès, le lancement du produit sera réussi.»

Étape par étape, également, les inventeurs auront une bonne idée des coûts à escompter et sauront quand ils devront déboursier de l'argent et comment se financer.

«S'ils présentent un plan structuré, ce sera beaucoup plus facile pour eux d'être financés par une entreprise intéressée à lancer leur produit sur le marché», précise-t-il.

M. Goulet avait une formation

en marketing lorsqu'il a lancé sa première invention, la pâte dentifrice à pompe, il y a une douzaine d'années.

«J'ai tout appris à ce moment-là, dit-il. L'humilité et pleins de trucs pour passer à travers. J'ai tout perdu. Mais j'ai tiré parti de cette expérience et j'ai réalisé qu'il y a des solutions à tout. Il faut regarder les possibilités qui s'ouvrent à nous.»

Le séminaire *Comment devenir marketpreneur* aura lieu les 16 et 17 avril à l'Auberge des Gouverneurs de Laval. Le coût: 240 \$ (taxes non incluses, mais cela comprend les deux repas du midi). Renseignements: (514) 975-2730.

Brunchs pour adolescents

■ Élevés à l'ère des hamburgers et des repas mangés devant la télévision, les adolescents ont désespérément besoin de savoir comment se comporter à table, estime Louise Masson, directrice du service de courtoisie Beaux Gestes.

«Les jeunes mangent la bouche ouverte et ne savent plus ce qu'est une fourchette, dit-elle. S'il y en a deux, ils sont perdus! Plusieurs parents, inquiets à l'approche de la graduation de leur enfant, m'ont demandé d'offrir un cours similaire à celui que je donne aux adultes, à l'intention des adolescents. J'ai donc décidé d'organiser des brunchs.»

Les notions qui y sont abordées sont élémentaires: comment présenter ses parents (pour ne plus dire «Ça, c'est ma mère»), comment s'approcher de la table, comment assigner des places, comment s'asseoir, comment tenir les ustensiles, comment se ser-

vir de la sauce, comment commander (et ne pas dire: «Moi, ça va être ça...»), comment se servir une portion... en laissant suffisamment pour les autres, comment manger des fruits avec une fourchette et se moucher à table, comment remercier, combien laisser de pourboire, etc.

«Ces notions serviraient aux jeunes tout au long de leur carrière, estime Mme Masson. Les gens doivent beaucoup aller au restaurant, c'est là qu'ils bâtissent leur carrière. C'est très important d'avoir des bonnes manières. C'est bien beau de savoir pironner sur un ordinateur, mais un patron ne se fera pas représenter par n'importe qui.»

Mariée à un diplomate pendant 27 ans, elle a voyagé à travers le monde. «C'est l'étiquette qui m'a permis d'avoir confiance en moi et d'être drôle, explique-t-elle. Aujourd'hui, les gens sont trop sérieux lorsqu'ils sont à table parce qu'ils ne savent pas quoi dire et quoi faire. Ils se posent trop de questions.»

Les brunchs du dimanche durent environ deux heures et demie et coûtent 60 \$ (tout est inclus). Renseignements: 278-5230.

Le système Tite N' Tidy

■ W. Ralston Canada, un manufacturier important dans le domaine de la pellicule plastique, vient de lancer un produit qui utilise beaucoup moins de matériel d'emballage: le système *Tite N' Tidy*.

Celui-ci comprend un distributeur de pellicule plastique, en plastique durable, qui se tient dans une main, et des rouleaux de rechange, qui ne sont pas vendus dans une boîte. Ce système vise à éliminer les distributeurs de pellicule en carton actuels, qui sont difficiles à recycler à cause de leur tranchant métallique en dents de scie et utilisent beaucoup plus d'emballage.

Selon l'entreprise, l'emballage des rouleaux de rechange représente moins du vingtième du poids et du volume des emballages précédents. Le diamètre du centre du rouleau est passé de 3,8 cm à 3,2 cm, ce qui réduit encore davantage le gaspillage.

Très facile à utiliser, le distributeur de pellicule a une forme cylindrique et paraît bien. La partie tranchante a été conçue pour résister à un usage quotidien normal et durer longtemps (comme c'est coupant, il serait préférable de le garder hors de la portée des enfants). Le distributeur de pellicule plastique réutilisable coûte environ 10 \$ et est vendu avec deux rouleaux de pellicule. Le rouleau de rechange de 60 m coûte environ 2 \$. Le système est notamment offert dans les Club Price.

LES 100 WATTS ENVAHISSENT LE STADE II!

Un concours superdébilecoeurant de Marc-André!

Samedi le 9 avril, les 100 watts envahissent le Stade et pendant le match des Expos à 13h35 votre enfant pourrait occuper, pour le vrai, l'un des postes suivants:

annonceur-maison, instructeur (pendant la pratique au bâton), préposé aux balles ou aux bâtons, président, journaliste à La Presse ou commentateur (pour une manche) à CKAC! On lui remettra 2 billets pour emmener ses parents! (valeur 17 \$ ch.)

EN PLUS, il pourrait gagner un système SEGA™

Une invitation de Marc-André à ne pas manquer.

- animation pour les enfants sur le terrain dès 11h30
- à 13h Marc-André lui-même sera au Stade pour le spectacle d'avant-match
- le super avant match Sega
- pendant le match, TIRAGE de sept systèmes Sega (valeur approx. 150 \$ ch.)

(aucun achat requis, le règlement du concours est disponible sur demande chez les Expos)

100 WATTS INTERPRÉTÉ PAR ADOLÈS

C'EST VOTRE CHANCE DE VOIR VOTRE ENFANT ÉVOLUER DANS LES MAJEURES!

SEGA SPORTS™

CKAC73AM

La Presse

MONTRÉAL EXPOS

CONCOURS "LES 100 WATTS ENVAHISSENT LE STADE II"

J'inscris mon enfant (nom) _____

au concours "superdébilecoeurant" de Marc-André. Le poste qu'il aimerait occuper pour le match du 9 avril est: _____

Son adresse: _____
(no. rue, app.)

(ville, code postal)

Tél.: _____ son âge: _____

Postez à: Concours "Les 100 Watts envahissent le Stade II" C.R. 500, Succ. "M", Montréal H1V 3P2

ou déposez-le au bureau d'administration des Expos, au Stade, avant le 6 avril 17h.

Dan Howard's MATERNITE "factory outlet"

15% à 50% de rabais sur tout le stock en magasin du 16 au 19 mars

LAVAL 973-2772 2600, boul. Daniel-Johnson
POINTE-CLAIRE 695-4144, Complexe Pointe-Claire 6321, aut. Transcanadienne, pièce 133
lundi, mardi, mercredi 10 h - 18 h
jeudi et vend. 10 h - 21 h, sam. 9 h 30 - 17 h
BELLS CORNERS, OTTAWA 613-596-1912, Barron's Plaza 3710 Richmond Road, 2 km à l'ouest de Bayshore à côté du Barron's Motor Inn
lundi, mardi, mercredi, vendredi, samedi 10 h - 18 h
jeudi 10 h - 21 h, dimanche 12 h - 17 h.

Non valable pour les articles en solde, la lingerie, les crédits du magasin et les articles déjà achetés. Ne peut être combiné à aucun autre rabais.

AVIS DE RAPPEL VOLONTAIRE-FERS À REPASSER TEFAL®

Toronto (Ontario), 11 mars 1994 - SEB Canada Inc. et l'Association canadienne de normalisation (CSA) désirent aviser les propriétaires de fers à repasser TEFAL de modèles 1600, 1607, 1609, 1610 et 1620 qu'ils doivent les retourner en vue de la vérification et du réusinage. Les fers visés portent la marque TEFAL et le numéro de modèle est inscrit sur une étiquette blanche apposée sur le talon d'appui, comme le montre l'illustration.

Selon l'enquête effectuée par SEB Canada, un défaut de raccordement peut provoquer la surchauffe d'un élément interne. Les défaillances signalées n'ont pas provoqué de dommages externes, les dommages étant confinés à la partie interne seulement.

Bien que les fers ne présentent pas de risques, SEB a décidé de les rappeler pour les vérifier, les réparer et au besoin les remplacer.

Si vous avez fait l'achat de votre fer récemment, il est possible qu'il ne soit pas assujéti à ce rappel et que vous puissiez continuer de l'utiliser. Pour cela, il doit remplir l'une ou l'autre des conditions suivantes:

CONDITION 1:
En tenant votre fer avec la semelle tournée vers vous, comme il est illustré, vous pourriez voir si l'un ou l'autre des points noirs ou d'une autre couleur sur ou autour de la plaque signalétique qui se trouve immédiatement au-dessous de la semelle. Si c'est le cas, votre fer n'est pas assujéti au rappel.

CONDITION 2:
Tenez votre fer avec la semelle tournée vers vous et vérifiez la plaque signalétique. Sous le numéro de modèle, indiqué sur l'illustration, voyez si le fer porte le numéro «66» suivi d'une série de 2 ou 3 chiffres directement à la droite. Si c'est le cas, votre fer n'est pas assujéti au rappel.

Si votre fer ne remplit pas l'une ou l'autre de ces conditions, veuillez appeler au numéro sans frais 1-800-269-0970 entre 8 h et 17 h HNE, du lundi au vendredi, afin de connaître le centre de service à la clientèle le plus près de chez vous.

OU

Si vous désirez retourner votre fer à repasser pour une vérification et une réparation, SEB vous demande de l'envoyer par la poste, envoi de première classe, tarif des colis, à:

SEB Canada Inc., 257 Finchdene Square, Unit 1
Scarborough (Ontario) M1X 1B9, Téléphone: 416-297-4131

Veuillez indiquer votre nom, votre adresse de retour et un numéro de téléphone auquel on peut vous joindre durant le jour. Votre fer vous sera retourné dans les 15 à 20 jours. Pour plus de détails, veuillez communiquer avec:

M. Conrad Tucker, Relations avec les médias M. John Forster, Directeur national du service à la clientèle
Association canadienne de normalisation SEB Canada Inc.
(416) 747-2456 (416) 297-4131 poste 236

CRTC Audience publique Canada

Avis d'audience publique CRTC 1994-3. Audience publique du CRTC, le 25 avril 1994 à 9 h, Centre de conférences, phase 4, 140, promenade du Portage, Hull (Qué.), afin d'étudier le renouvellement de licence, et, dans certains cas, des augmentations de tarif et modifications de conditions de licence de:

À TRAVERS LE CANADA: 1. LE RESEAU INTER-RELIGIEUX CANADIEN / CANADIAN INTERFAITH NETWORK (931952600) "Vision TV". Augmenter son tarif mensuel de 0,08 \$ - 0,10 \$; modifier ses dépenses au titre des émissions canadiennes, du matériel publicitaire et de la sollicitation de fonds. EXAMEN DE LA DEMANDE: 315 est, rue Queen, Toronto (Ont.) M5A 1S7. 2. CHUM LIMITED (931949200) "MUCHMUSIC". Augmenter son tarif mensuel de 0,09 \$ - 0,13 \$; modifier la nature du service. EXAMEN DE LA DEMANDE: 299 ouest, rue Queen, Toronto (Ont.) M5V 2Z5. 3. THE FAMILY CHANNEL (931951800). Modifier la programmation, l'investissement dans des émissions canadiennes et pour l'élaboration de scénarios et de concept. EXAMEN DE LA DEMANDE: Place BCE, 200-36, rue Yonge, Toronto (Ont.) M5J 2T3, au 200-5324, Calgary Trail, Edmonton (Alb.) T6H 4J8, au 900-2100 ouest, rue Ste-Catherine, Montréal (Qué.) H3H 2T3, au 1960-505, rue Burrard, Vancouver (C.-B.) V7X 1M6. 4. THE PARTNERS OF "THE SPORTS NETWORK" (931950000) "The Sports Network". Augmenter son tarif mensuel de 1,07 \$ - 1,19 \$; modifier la programmation et l'investissement dans des émissions canadiennes. EXAMEN DE LA DEMANDE: 1155, rue Leslie, Don Mills (Ont.). 5. FIRST CHOICE CANADIAN COMMUNICATIONS CORPORATION (931955900) "The Movie Network". Modifier les dépenses consacrées aux émissions canadiennes et au développement de scénarios et de concept. EXAMEN DE LA DEMANDE: Place BCE, 100-181, rue Bay, Toronto (Ont.) M5J 2T3 et Heenan Blaikie, 2500-1250 ouest, boul. René-Lévesque, Montréal (Qué.) H3B 4Y1. 6. VIEWER'S CHOICE CANADA - A GENERAL PARTNERSHIP (932004500) télévision à la carte. Autorisation d'un service "vidéo sur demande" et modifier ses événements canadiens, sa contribution aux émissions canadiennes et au FUND. EXAMEN DE LA DEMANDE: 100-181, rue Bay, Toronto (Ont.) M5J 2T3 et Heenan Blaikie, 2500-1250, boul. René-Lévesque, Montréal (Qué.). 12. TELELATINO NETWORK INC. (932024300). Modifier le % d'émissions canadiennes, l'investissement dans des émissions canadiennes, proportion d'émissions à caractère ethnique et distribution de publicité locale / régionale en provenance du Québec. EXAMEN DE LA DEMANDE: 5125 ouest, av. Steeles, Weston (Ont.) M9L 1R5. 27. CONSORTIUM DE TELEVISION QUEBEC CANADA (931954200) "TV5 Québec Canada". Augmenter son tarif mensuel de 0,28 \$ - 0,32 \$; modifier la distribution de l'investissement aux émissions canadiennes. EXAMEN DE LA DEMANDE: TV5 Québec Canada, 101-1755, boul. René-Lévesque est, Montréal (Qué.) H2K 4P6. 28. LES ASSOCIÉS DE "LE RESEAU DES SPORTS" (931953400) "Le Réseau des Sports". Modifier l'investissement des émissions canadiennes; augmenter son tarif mensuel de 1,21 \$ - 1,39 \$. EXAMEN DE LA DEMANDE: Le Réseau des Sports (RDS), 300-1755, boul. René-Lévesque est, Montréal (Qué.) H2K 4P6. 29. MUSIQUEPLUS INC. (932205800) "MusiquePlus". Modifier le calcul du % de vidéoclips canadiens et des dépenses pour production de vidéos canadiens de langue française, et la définition de matériel publicitaire. EXAMEN DE LA DEMANDE: 1717, boul. René-Lévesque est, Montréal (Qué.). 30. PELMOREX COMMUNICATIONS INC. (932230600) "MétéoMédia / The Weather Network". Modifier le calcul de ses dépenses au titre des émissions canadiennes et la définition de matériel publicitaire. EXAMEN DE LA DEMANDE: 251-1755, boul. René-Lévesque est, Montréal (Qué.). 31. PREMIER CHOIX: TVEC INC. (932003700) "Super Ecran". Modifier le calcul des dépenses consacrées aux émissions canadiennes, aux émissions dramatiques canadiennes et à l'élaboration de scénario et de concept. EXAMEN DE LA DEMANDE: 800-2100, rue Ste-Catherine ouest, Montréal (Qué.) H3H 2T3. BESOINS INDIVIDUELS SPECIFIQUES: Les intervenants qui désirent présenter oralement leurs commentaires de même que ceux qui requièrent des services d'interprétation gestuelle doivent aviser le CRTC au moins 20 jours avant le début de l'audience. Le texte complet de ces demandes est disponible en communiquant avec la salle d'examen du CRTC, Édifice central, Les Terrasses de la Chaudière, 1 promenade du Portage, Pièce 201, Hull (Qué.) J8X 4B1, (819) 997-2429; et au bureau régional du CRTC à Montréal: Place Montréal Trust, 1800, av. McGill College, Bureau 1920, Montréal (Qué.) H3A 3J6 (514) 283-6607. Les interventions écrites doivent parvenir au Secrétaire général, CRTC, Ottawa (Ont.) K1A 0N2 et preuve qu'une copie conforme a été envoyée à la requérante le ou avant le 5 avril 1994. Pour de plus amples renseignements sur le processus d'intervention, vous pouvez communiquer avec les Affaires publiques du CRTC à Hull au (819) 997-0313, Fax (819) 994-0218.

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes Canadian Radio-television and Telecommunications Commission