

ACTUEL

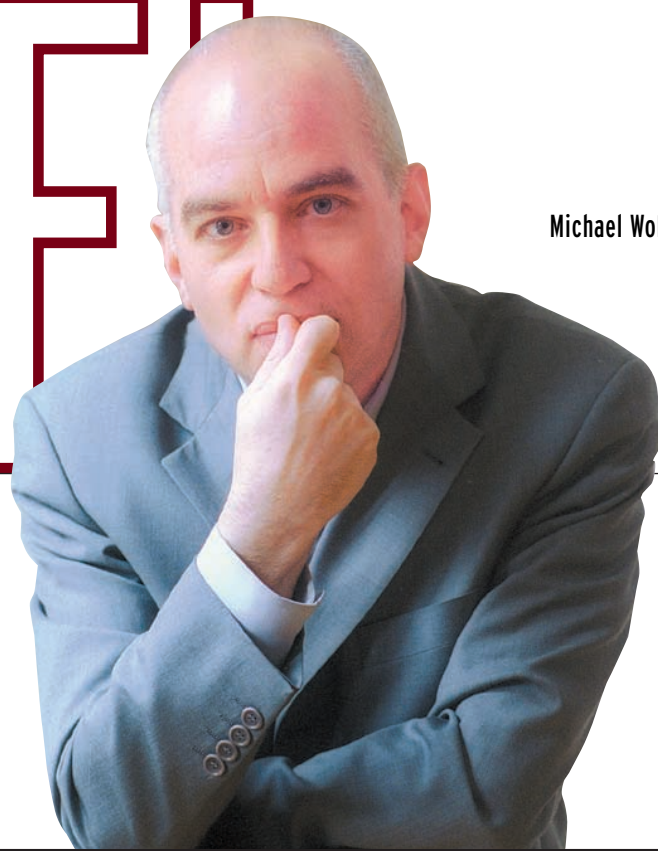


L'Europe
et le Net

Page 5

Médias
Média
maniaque

Page 7



Michael Wolff

La Presse

CAHIER B | LA PRESSE | MONTRÉAL | MERCREDI 5 MARS 2003 •

FEMMES DE GRANDE VOLONTÉ

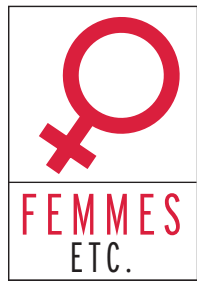


Photo ROBERT SKINNER, La Presse ©

Dominique Anglade, présidente de la jeune chambre de commerce de Montréal.

On entend de plus en plus de récits de femmes de carrière qui abandonnent les horaires de fou, les déjeuners d'affaires et le gros salaire, pour mieux se consacrer à leur foyer et à leurs enfants. Des femmes qui trouvent que l'ambition, l'esprit de compétition et le goût du pouvoir ne sont pas des valeurs qui s'harmonisent avec leur nature féminine. Mais toutes les femmes ne sont pas d'accord. Plusieurs sont aussi ambitieuses et fières de l'être. Quelques jours avant le 8 mars, nous en avons rencontré quelques-unes.

SYLVIE ST-JACQUES



BALANCER PAR la fenêtre projets, ordinateurs, cellulaires, agendas électroniques? Pas pour elles. Artistes, politiciennes, femmes d'affaires, militantes, journalistes, elles ont en commun la volonté de réaliser leurs rêves et de se faire entendre sur la place publique.

L'ambition s'exprime de façon différente, mais tout aussi déterminée, que l'on s'appelle Sheila Copps, Annie Roy, Pauline Marois, Nancy Neamtam, Dominique Anglade, Marie Saint Pierre, Lise Ravary ou Line Beauchamp.

«Ce qui motive mon ambition? Le désir de changer les choses, de faire une différence», énonce Dominique Anglade, chef principale chez Nortel Networks et présidente de la jeune chambre de commerce de Montréal. Avec derrière elle un reluisant parcours de carrière, cette

leader de 29 ans incarne à merveille le profil de la jeune professionnelle qui veut aller loin, au bout de son potentiel. Avec elle, les vieux clichés d'autrefois sont bel et bien morts et enterrés.

Pour Annie Roy, artiste cofondatrice de l'organisme Action terroriste socialement acceptable (ATSA), l'ambition passe surtout par l'engagement social. «L'ambition pour moi, ça veut dire le dépassement de soi. En tant que danseuse interprète, engagée dans mon corps, mon ambition est de partager le plus fortement possible une énergie, une émotion, ma fougue et ma passion. C'est de faire les choses avec cœur.»

«Pour moi, c'est le désir d'avancer, de bouger, de changer les choses, de mieux se comprendre et de mieux comprendre les autres pour mieux évoluer dans la vie et dans la société», résume la créatrice Marie Saint Pierre.

L'accomplissement professionnel au féminin ne va pas sans obstacle, dans notre société pourtant plus progressiste que la moyenne, mais où celles qui occupent des postes de pouvoir et de haute direction sont encore minoritaires. L'ambition, le

pouvoir, ne sont pas des mots avec lesquels toutes les femmes sont particulièrement à l'aise. Pourquoi?

Winnie Frohn, ex-conseillère municipale et professeur au département d'études urbaines et touristiques de l'UQAM, pense qu'il faudra encore quelques années avant d'atteindre une situation plus équilibrée. «N'oublions pas que ça ne fait pas longtemps que nous avons obtenu le droit de vote!» fait-elle remarquer.

«La société dans laquelle nous vivons encourage les gars à gagner et apprend aux femmes à appuyer ceux qui veulent gagner», croit Sheila Copps. Cette déclaration vous rappelle l'époque des Yvettes contre les Lisettes? Elle a pourtant été entendue la semaine dernière, lorsque la plus récente candidate à la direction du Parti libéral fédéral nous a révélé au cours d'un entretien téléphonique son allergie aux «doubles standards», le «deux poids deux mesures» qui continue de sévir.

Voir FEMMES en B2
Suite du dossier en B3



Voyez
céline dion
à Las Vegas
grâce à La Presse et CKOI

Tous les détails à CKOI
et dans La Presse de samedi

La Presse **CKOI 96.9 FM** **vacances AIR CANADA** www.sonymusic.ca

Les règlements sont disponibles chez Sony Music Canada, CKOI et La Presse.



FEMMES

Suite de la page B1

« Des recherches récentes ont démontré certaines différences encore très importantes entre la façon de socialiser les garçons et les filles. Lors d'une étude, des chercheurs ont utilisé un bébé qui a d'abord été habillé en bleu puis ensuite en rose. À la vue du bébé en bleu, les gens réagissaient de façon animée, jouaient avec lui et l'encourageaient à démontrer sa force. Mais quand le bébé était vêtu de rose, les gens étaient plus passifs, disaient qu'elle était belle, *cute* et douce », explique la ministre.

L'ambition, terme péjoratif ?

« Venant d'une femme, l'ambition a des relents de quelque chose de pas correct. On l'associe à une image de la femme sans coeur qui est prête à marcher sur le corps de tout le monde pour atteindre ses objectifs », affirme Lise Ravary, rédactrice en chef du magazine *Châtelaine*.

Un bref coup d'oeil au curriculum vitae de la vice-première ministre du Québec, Pauline Marois, suffit pour comprendre que cette dernière ne manque pas d'ambition. Mère de quatre enfants, celle qui a été à la tête des ministères les plus costauds affiche une confiance qui fait penser qu'aucun doute n'a jamais freiné la réalisation de ses objectifs. Et pourtant...

« L'ambition est souvent perçue de façon négative, pour une femme. D'autre part, je pense que plusieurs femmes ont peur du pouvoir », évoque-t-elle, laissant entendre que le manque de confiance en soi lui est familier, un élément freinant qu'elle croit par ailleurs plus répandu chez les femmes. « Il y a la crainte de décevoir, de se tromper, de ne pas prendre la bonne décision. Au fil des ans, j'ai appris à apprivoiser le pouvoir. »

Sheila Copps pense que l'ambition et le goût du pouvoir sont encore perçus comme des traits de caractère peu féminins. Elle parle en connaissance de cause. « Une femme un peu dynamique qui prend les choses en charge est sou-

vent vue comme une *bitch*. Tandis qu'un homme au comportement semblable sera considéré comme un *leader* », déplore-t-elle.

« Je pense qu'à un certain moment, il y a eu un questionnement chez certaines féministes qui se demandaient si le pouvoir n'était pas une chose à éviter, observe Winnie Frohn. Parce qu'il y a eu, dans l'histoire, beaucoup d'abus de pouvoir. Dans le milieu politique, beaucoup de femmes ont de la difficulté avec l'idée de devoir se conformer à une ligne de parti et de devoir « vendre son âme » pour avoir du pouvoir. »

La bonne nouvelle, c'est que leurs cadettes sont moins enclines à déplorer l'existence de tels « doubles standards ». Dominique Anglade se dit convaincue des progrès accomplis, à cet égard, dans le milieu des affaires où elle chemine. « Les mentalités changent. Contrairement à leurs aînés, les hommes d'aujourd'hui ont toujours eu des filles autour d'eux quand ils étaient à l'école. On évolue et chemine ensemble », croit-elle.

« Quand j'observe les plus jeunes qui travaillent dans les groupes communautaires ou les fédérations étudiantes, je constate qu'il y a beaucoup de jeunes femmes très éveillées, scolarisées et qui ont une vision internationale. Je trouve ça très encourageant », note Nancy Neamtam, présidente du Chantier de l'économie sociale.

Optimiste, Line Beauchamp, députée provinciale de la circonscription de Sauvé, abonde, même si elle hésite à se qualifier d'ambitieuse. « C'est que l'ambition est souvent associée à la réussite financière, et ceux qui me connaissent bien savent que cet aspect n'est pas très important pour moi. Je suis capable d'admettre que si l'on me propose un défi ou une occasion qui ne repassera pas, j'ai de la difficulté à dire non », dit la députée.

Elle trouve même que son statut de jeune femme a joué en sa faveur, depuis ses débuts dans l'arène po-

litique. « Avant de me lancer en politique, j'étais à la tête d'un organisme de développement économique dans l'est de Montréal, raconte la politicienne libérale. Dans certaines situations, il m'est arrivé de penser que si je mesurais 6'2 et que j'avais une moustache, j'aurais été prise plus au sérieux. En politique, je n'ai pas eu cette impression là. Sur le terrain, j'ai plutôt eu la chance de rencontrer des femmes heureuses et fières de voir d'autres femmes accéder à la politique, au pouvoir. »

Le goût de l'ambition

« J'ai eu la chance de naître dans un milieu où l'on ne crevait pas de faim, où il n'y avait pas d'insécurité financière ou physique. Cette liberté d'action m'a motivée à agir au nom des valeurs auxquelles de croyais », lance Nancy Neamtam. Depuis toujours dans le camp des leaders, elle mentionne que ses convictions, plus que son désir d'ascension professionnelle, sont le moteur de son ambition.

« Je n'ai jamais eu de plan de carrière, je ne me suis jamais projetée dans l'avenir. Mais quand il s'agit de défendre des projets ou des valeurs qui me tiennent à coeur, je suis effectivement très ambitieuse et j'ai du front tout le tour de la tête ! » dit cette pionnière d'une cinquantaine d'années, qui est aussi mère de deux jeunes adultes.

Annie Roy, de l'ATSA, a été sensibilisée à l'importance de s'engager socialement, dès sa plus tendre enfance. « Mes parents faisaient beaucoup de coopération internationale, nous avons vécu en Afrique. Quand on a 6 ans et qu'on voit une petite fille transporter son petit frère sur son dos, on reste marqué par de telles images. »

Line Beauchamp dit que ses parents ne l'ont pas encouragée à être compétitive, mais l'ont pourtant fortement incitée à « faire de son mieux ». « Mes parents n'ont pas influencé mon choix d'études, mais ils nous faisaient comprendre que

si on avait un talent, il fallait que ça serve ! » dit-elle.

« Je ne me suis pas levée un matin en me disant que j'allais conquérir des montagnes. Par contre, j'ai toujours voulu relever des défis, même si je n'ai jamais planifié les étapes de ma carrière. Mais, oui, je pense être animée par un désir de dépassement », relate Lise Ravary, qui se rappelle que son père l'a grandement motivée à aller au bout de ses possibilités.

Le pouvoir de changer le monde

« Je me suis fait dire par quelques militants du Parti libéral que le Canada n'était pas prêt pour une femme première ministre. Pendant ce temps, le Bangladesh, la Bulgarie, la Turquie et quelque 30 autres pays ont déjà été dirigés par une femme », affirme Sheila Copps.

Dans ces royaumes grandement masculins, les mentalités prennent du temps à évoluer. « Des études ont démontré que la population était généralement plus ouverte que les partis politiques à accepter une femme comme leader », confirme Winnie Frohn.

Pauline Marois, pour sa part, est convaincue que la société québécoise est prête à être dirigée par une femme, mais que seul le temps

et une plus grande proportion de femmes en politique arriveront à venir à bout de la tradition.

Pour Line Beauchamp qui, à 40 ans, est une « politicienne de la nouvelle génération », investir le domaine politique est moins une affaire de soif de pouvoir qu'une question de sens du devoir. « Quand on m'a invitée à faire le saut en politique, l'une des raisons qui m'ont motivée à dire oui a été de me dire que si je refusais, je n'aurais désormais plus de raison de chialer contre le gouvernement. »

Selon Dominique Anglade, l'équité ne sera possible qu'au moment où le milieu politique sera adapté non pas à la réalité des femmes, mais à celle des familles. « On le constate désormais, en voyant des hommes quitter le monde politique pour des raisons familiales. »

Philosophe, Annie Roy pense qu'il est aujourd'hui plus ambitieux de réclamer du temps pour soi que de se consacrer corps et âme à l'accumulation de possessions matérielles. « On vit, on va vite, ça déboule, on ne se rend pas compte que ce qui est le plus précieux, c'est d'avoir du temps pour profiter de ce qu'on a autour de soi. »



SAQ

RAPPEL

Rappel des flasques contenues dans l'emballage cadeau de rhum Appleton

La SOCIÉTÉ DES ALCOOLS DU QUÉBEC (SAQ) avise sa clientèle de cesser immédiatement l'utilisation des flasques achetées dans un emballage cadeau de rhum de marque Appleton. Ces flasques sont rappelées parce qu'elles peuvent libérer du plomb.

Les produits rappelés sont les suivants :

- 1) Flasque contenue dans l'emballage cadeau de rhum Appleton contenant une bouteille de rhum de 375 ml, une flasque métallique et un sous-verre. Cette flasque porte l'identification *stainless steel 6 onces* en dessous et est recouverte de cuir beige où il est indiqué *Appleton Estate rhum Jamaica*.
- 2) Flasque contenue dans l'emballage cadeau de rhum Appleton contenant une bouteille de rhum de 375 ml, une flasque métallique et un verre à shooter. Cette flasque porte l'identification *stainless steel format 6 onces* et est recouverte d'une cuirette de couleur bourgogne avec un écusson de métal argent où il est indiqué *Appleton estate 250 years celebrating*.

Le code du produit apparaissant sur l'emballage est le 532044.

Les consommateurs sont invités à retourner le produit à la succursale de la SAQ de leur choix pour obtenir un remboursement.

La clientèle qui désire obtenir des détails additionnels est invitée à communiquer avec notre service aux consommateurs :

Par téléphone
Montréal :
(514) 873-2020
Ailleurs au Québec :
1 866 873-2020
ou par courrier électronique info@saq.com

3123677A

Pneus de tourisme Roadhandler^{MD} sont en solde

À l'exclusion des pneus 'Valeur sûre' et sur commande spéciale

En solde pour la première fois!
PNEUS DE TOURISME
ROADHANDLER ESPRIT PLUS
Série n° 38000

Soldé, à partir de **44⁹⁹** ch. P155/80R13

Soldé, à partir de **74⁹⁹** ch. P175/70R13
PNEUS DE TOURISME
ROADHANDLER VOYAGER LX
Garantie de 160 000 km contre l'usure*.
Série n° 63000. Autres formats, soldé **90,94-121,54** ch.



Soldé, à partir de **79⁹⁹** ch. P215/75R15
PNEUS SPORT KING POUR CAMIONNETTES
ET VÉHICULES UTILITAIRES SPOTES
Série n° 67000. Autres formats, **89,99-139,49** ch.



*Détails complets chez Sears

service auto SEARS^{MD}

PRIX EN VIGUEUR JUSQU'AU SAMEDI 8 MARS 2003, DANS LA LIMITE DES STOCKS

NOS SERVICES • PARALLÉLISME • FREINS • SYSTÈME DE REFOUILLAGE • GRAISSAGE • HUILE ET FILTRE
• MISE AU POINT • ET BIEN PLUS!

CENTRE DE L'AUTO	TÉLÉPHONE	CENTRE DE L'AUTO	TÉLÉPHONE
ANJOU*	514-353-7770	LAVAL*	450-682-1200
BROSSARD*	450-465-1000	ST-BRUNO	450-441-6603
LASALLE*	514-364-7310	ST-LAURENT*	514-335-7770

* COMPOSEZ LE POSTE 228

Recherchez ce symbole et appelez, sans frais, le 1-888-607-3277

Tous les articles accompagnés de ce symbole peuvent être achetés à votre magasin Sears ou commandés, sans frais, au numéro ci-dessus. Dans ce dernier cas, vous pouvez venir chercher l'article à n'importe quel magasin Sears ou nous pouvons le livrer à domicile à peu de frais.

SEARS^{MD}

© 2003, Sears Canada Inc.

Cité
NISSAN(514) 739-3175
citenissan.comVague de froid.
Pluie d'aubaines!Louez une SENTRA XE
pour aussi peu que **219\$*** /moisLouez un PATHFINDER CHILKOOT
pour aussi peu que **399\$*** /moisPartenaire du Groupe Cité
Super Centre Nissan Montréal depuis 20 ans3500 Jean-Talon ouest
(Juste à l'est de Côte-des-Neiges)

*Sur approbation de crédit, comptant requis. Sentra modèle XE 2003 (CAL653BK00), Pathfinder modèle Chilkoot 2003 (5CR653A00). Les modèles illustrés sont à titre indicatif seulement. Détails disponibles chez le concessionnaire.

3122608A

3122612

Six styles, seize milieux de vie et quarante sept projets !

Les Week-ends Visites libres à Montréal
1^{er}-2 et 8-9 mars 2003

www.visiteslibresamontreal.com

Découvrez une unité d'habitation neuve
à votre goût et selon votre budget !

Tous les détails, samedi dans le cahier Mon toit!

Une présentation de:



312477



312476A

FEMMES DE GRANDE VOLONTÉ

Mères et femmes accomplies

SYLVIE ST-JACQUES

ELLES ONT GRANDI avec la conviction que les filles et les garçons ont des chances égales. Elles ont été convaincues qu'il est possible de « tout avoir ». Et pourtant, plusieurs femmes disent être tombées de haut quand une tout autre réalité leur a lancé un message différent. Après mûre réflexion, elles considèrent que l'expérience de la maternité leur a donné un recul avant d'être propulsée encore plus loin.

« Les femmes de ma génération, qui ont eu leurs enfants dans les années 70 ou 80, ont ramé fort pour atteindre un modèle qui nous disait qu'on pouvait tout avoir. J'ai tout eu, mais je pense que mes deux filles ont payé pour cela », observe Lise Ravary, rédactrice en chef du magazine *Châteline*. « Nos enfants ont écopé au nom d'une idéologie qui était plus valorisée que des choix personnels. » En regardant évoluer ses deux filles, âgées de 19 et 21 ans, Lise Ravary se dit encouragée par l'évolution de la société.

« Mes filles ne vivent pas avec les préjugés d'autrefois, concernant l'ambition. Pour elles, le choix individuel de faire de longues études en vue d'avoir des jobs stimulants, ça va de soi. Par contre, elles ont aussi des

amies qui ont choisi d'avoir des enfants très jeunes, et personne ne les juge au nom d'une idéologie. » Se trouvant dans une période « réflexive » de sa vie, la créatrice Marie Saint Pierre affirme avoir eu à faire des choix professionnels déterminants, après la naissance de ses deux enfants. Finies les semaines de 90-100 heures, impossibles à concilier avec son autre statut de maman à temps plein. Bref, un revirement de situation assez éloigné de la Marie Saint Pierre d'il y a 10 ans, qui s'apprêtait à conquérir le monde avec ses collections. « Je travaille moins aujourd'hui, mais de façon plus créative et intelligente. »

« À ce moment-ci de l'histoire, nos rôles ne sont pas hyper bien déterminés », observe-t-elle. « On finit par accomplir beaucoup de choses, sans toujours comprendre où on s'en va avec ça. Entre les enfants, la carrière, la vie sociale, c'est parfois difficile d'établir des priorités. Les femmes doivent développer un côté « caméléon » pour arriver à toucher à tout ça et constamment se réajuster. »

Des expériences et la fois traumatisantes et merveilleuses

« J'ai longtemps cru que j'avais des chances égales, que tout était égal entre les hommes et les femmes. Et j'ai eu ma fille, j'ai accouché, j'ai allaité. Pour moi, c'étaient des

expériences à la fois traumatisantes et merveilleuses », évoque Annie Roy, qui est aujourd'hui mère de deux jeunes enfants. Cette artiste engagée, dans la trentaine, traverse aussi une période de bouleversement provoquée par la maternité. « Au départ, j'avais une idée fixe de la réussite, mais j'ai changé mon fusil d'épaule. Au début, quand je suis devenue mère, une grosse part de moi trouvait que ce n'était pas juste ! Je prenais conscience que j'aurais une double et même une triple tâche : celle d'être une bonne mère et de continuer à être la femme que j'étais. »

« De nos jours, les gens ont des enfants plus tard, à 30, 35 ans, après qu'ils se sont forgé une manière de vivre » dit Annie Roy. La jeune femme affirme que son propre rendez-vous avec la maternité fait aujourd'hui partie de son ambition et s'intègre même au projet artistique d'Action terroriste socialement acceptable, l'ATSA, son organisme.

« La poussette est devenue un objet qu'on aime beaucoup utiliser ! Mais notre réflexion se penche peut-être aujourd'hui davantage sur ce qui perdure autour de nous, sur ce qu'on lègue », explique-t-elle.

« Ma fille m'a appris à être une mère et une femme qui inclut la maternité comme un volet faisant partie de mes ambitions, sans que ça dérange le reste de ma vie. »



Photothèque La Presse ©

Marie Saint Pierre affirme avoir eu à faire des choix professionnels déterminants après la naissance de ses deux enfants. Finies les semaines de 90-100 heures, impossibles à concilier avec son autre statut de maman à temps plein.



Pauline Marois



Dominique Anglade

L'union fait l'ambition

SYLVIE ST-JACQUES

WINNIE FROHN, ex-conseillère municipale et professeur au département d'études urbaines et touristiques de l'UQAM, estime que la « reproduction masculine des classes » est le résultat d'un réflexe encore déficient chez les femmes : celui de se créer un réseau de contacts influents. Bref, si les femmes veulent atteindre le pouvoir et mieux fonctionner au pouvoir, elles doivent rechercher les alliances.

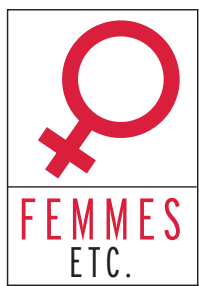
Line Beauchamp, députée de Sauvé, a remarqué que ces réseaux profitaient surtout à ses collègues de sexe masculin. Un exemple concret ? « J'ai constaté que lorsqu'une politicienne se trouvait dans un « mauvais pas », elle y restait plus longtemps qu'un homme. »

Selon M^{me} Beauchamp, les controverses autour de la ministre fédérale Jane Stewart aux Ressources humaines à Ottawa, par exemple, ou de Diane Lemieux, ministre de la Culture à Québec, qui s'est mis les pieds dans les plats avec certaines déclarations dans le passé, ont bien montré cet état des choses. Elles ont plus

souffert que les hommes de ces difficultés. Chez les hommes, le réseau de camarades est large et la solidarité masculine fonctionne activement pour attirer l'oeil des médias ailleurs, vers une autre nouvelle susceptible de faire oublier la bavure.

« Ça commence à changer et il y a eu quelques tentatives où des femmes se sont réunies dans des réseaux. Mais tout ça demeure un peu forcé, en comparaison avec les réseaux de gars naturels qui occupent la sphère du pouvoir », témoigne Pauline Marois.

À la jeune chambre de commerce de Montréal, un réseau nommé le « Cercle des femmes » a récemment été mis sur pied pour encourager les femmes à cultiver le réflexe d'entretenir leurs relations professionnelles. « La réception a été très bonne », indique Dominique Anglade.



En route vers Québec, elle vous dit je t'aime...

À la fin du week-end, vous en êtes sûr !

Forfait charme et gastronomie

189\$*

* À partir de 189\$, par personne, en occupation double

Hébergement pour deux nuits
Petit-déjeuner chaque matin
Dîner gastronomique chaque soir
(restaurants participants au choix)
Stationnement • Taxes • Service (repas)

Bien placé pour être romantique !



1220, place George-V Ouest, Québec

www.vieuxquebec.com

1.877.999.9620

3121786A

31172983

CKAC 730

POUR VIVRE L'INFORMATION



Lamarche

LES IDÉES CLAIRES, dès 9 h 30.



Léveillé

LE GRAND BULLETIN, dès 11 h 30.

3117387A

3117298

| AILLEURS |

Une Afghane qui donne la vie risque fort de perdre la sienne

Agence France-Presse

KABOUL — Le taux de mortalité des femmes qui accouchent dans certaines zones rurales de l'Afghanistan est le plus élevé du monde, selon un récent rapport de l'UNICEF.

Le triste record planétaire est atteint dans la province de Badakshan, une des quatre étudiées par les équipes de l'UNICEF, où 65 femmes meurent pour 1000 naissances.

Dans cette région, sur 100 décès de femmes en âge de procréer, 64 sont dus à des complications à la suite d'une grossesse ou d'un accouchement.

L'Afghanistan en général accuse l'un des taux de mortalité maternelle les plus élevés du monde : 16 pour 1000.

« Depuis plus de deux décennies, l'Afghanistan a connu la guerre, la sécheresse, la famine et l'instabilité civile, ce qui a annihilé les infrastructures nécessaires pour une société en bonne santé, stable et productive », constate l'UNICEF.

De mars à juillet 2002, l'organisation, en liaison avec le ministère afghan de la Santé, a mené une vaste enquête rétrospective sur les causes des morts de femmes entre avril 1999 et mars 2002, dans les provinces de Kaboul, Laghman, Kan-

dahar et Badakshan. Quelque 13 000 familles ont été visitées.

Sur tous les décès recensés, l'UNICEF estime que 87 % auraient pu être évités grâce à une prise en charge sanitaire minimale.

Le rapport cite le cas d'une femme d'un village reculé de Badakshan, mère de quatre filles, dont un nouveau nourrisson s'est présenté en travers au moment de l'accouchement.

Après deux jours de travail, son mari Torab n'a pu qu'appeler le mollah (religieux musulman) pour une séance de prière en attendant la mort de la mère et de son enfant, jamais né. Le premier soignant était à quatre jours de cheval...

Le rapport relate aussi le cas de Mullah, un homme qui a perdu sa première femme en couches, morte d'éclampsie. Mullah a également perdu sa seconde femme, emportée par une hémorragie post-accouchement.

« La ville la plus proche est trop éloignée et il coûte trop cher de s'y rendre », a-t-il expliqué.

Le rapport note que le taux de survie des nouveau-nés de mère morte pendant l'accouchement est très bas. Seul un sur quatre atteindra l'âge d'un an.

À Kaboul, la situation est meilleure, bien que terrible par rapport à celle

d'autres capitales. Environ la moitié des femmes bénéficient de l'assistance d'une personne qualifiée pour accoucher.

Selon l'un des auteurs du rapport, Shanirose Mawji, « souvent, en cas de problèmes obstétriques, la première personne qui sera appelée est le mollah, qui dira que c'est la volonté d'Allah. Nous avons besoin de travailler avec les leaders religieux pour trouver une solution à ce problème ».

Elle a estimé que la situation ne changera pas sans une évolution plus générale du statut de la femme afghane. « Des hommes ont déclaré qu'il coûte trop cher d'emmener leur femme au dispensaire et qu'il est plus facile d'en prendre une seconde », a-t-elle indiqué.

L'UNICEF constate que les Afghanes rencontrent à tous les niveaux des barrières pour accéder aux soins. Et conclut donc qu'il est nécessaire de lancer un vaste programme à la fois d'amélioration de la qualité des soins, de formation de personnels spécialisés en obstétrique et, enfin, d'une campagne d'information ciblée pour les femmes, de préférence à la radio.

En effet, seulement 5 % des femmes qui ont fait l'objet de cette enquête savaient lire ou écrire. Seulement 36 % des familles visitées possédaient une radio.



Photo AFP
Une Afghane doit-elle se compter chanceuse d'avoir survécu à son accouchement ?

« Moi aussi, je veux être excommuniée »

Agence France-Presse

MADRID — Plus de 26 000 personnes ont signé, en quatre jours, la pétition « Moi aussi, je veux être excommuniée », lancée pour soutenir l'enfant nicaraguayenne excommuniée par l'Église catholique pour avoir avorté à la suite d'un viol, a annoncé hier le Réseau féministe espagnol contre la violence machiste.

La pétition, qui dénonce l'ingérence de l'Église catholique dans les affaires de l'État dans les pays où elle est influente, sera remise aujourd'hui à la représentation du Vatican à Madrid, a informé la coordonnatrice du réseau, Angeles Alvarez.

Violée au Costa Rica près de la plantation de café où ses parents travaillaient, la Nicaraguayenne âgée de 9 ans et enceinte de 15 semaines, a pu bénéficier, le 21 février, d'un avortement thérapeutique dans une clinique privée de Managua, capitale du Nicaragua.

L'Église catholique nicaraguayenne s'est opposée officiellement à l'intervention, à la suite de laquelle elle a excommunié l'enfant, ses parents, les médecins et les associations internationales pour l'enfance qui l'ont aidée.

L'affaire, après le soutien apporté par les évêques espagnols au cardinal nicaraguayen, a déclenché la colère des féministes en Amérique latine et en Espagne où, selon les pays, l'avortement est interdit ou dépénalisé dans certains cas.

Une princesse dans l'armée

Agence France-Presse

SOEDERTAELJE (Suède) — La princesse héritière Victoria de Suède a revêtu lundi la tenue militaire au premier jour d'un séjour de trois semaines sous les drapeaux, a rapporté hier le quotidien *Svenska Dagbladet*.

Victoria, âgée de 25 ans, participe à un stage de maniement des armes et de soins médicaux d'urgence à la base d'Almnaes, près de Soedertaelje, à une soixantaine de kilomètres au sud de Stockholm, où les troupes suédoises s'entraînent notamment à des missions de maintien de la paix.

Cette session est avant tout destinée aux volontaires qualifiés — médecins, infirmières, etc. — et, bien sûr... aux têtes couronnées.

Victoria, qui ne bénéficie d'aucun traitement de faveur, est logée dans un baraquement ordinaire, avec ses camarades de régiment, et mange à la cantine. Elle doit notamment participer à un exercice de trois jours sur un « champ de bataille ».

Si elle réussit son stage, elle recevra un certificat d'aptitude à servir dans les forces suédoises à l'étranger.

La fille aînée du roi Carl XVI Gustav et de la reine Silvia a fait des études dans le domaine des activités de maintien de la paix. En août, elle avait rendu visite aux troupes suédoises engagées dans la force multinationale commandée par l'OTAN au Kosovo.

SEARS*

PRIX EN VIGUEUR JUSQU'AU SAMEDI 8 MARS 2003



maintenant
699⁹⁹

CUISINIÈRE KENMORE À ÉLÉMENTS-SERPENTINS ET À FOUR AUTONETTOYANT

Gril pour lèche-frîte. Roulettes blocables. Dessus basculant. N° 62418. Rég. Sears 799,99. RIEN QUE 29,17 PAR MOIS**

RELEVEZ LE
défi
Kenmore^{MD} ...

Achetez cette cuisinière Kenmore à dessus lisse ou à éléments-serpentins et si vous trouvez, dans un délai de 30 jours, une cuisinière d'une autre marque à éléments-serpentins ou à dessus lisse possédant les mêmes caractéristiques et annoncée au même prix ou à un prix inférieur, la cuisinière à éléments-serpentins ou à dessus lisse Kenmore est gratuite*!

*Sears vous remboursera le prix d'achat, y compris les taxes. Il y a des restrictions; renseignez-vous auprès d'un conseiller à la vente.

Offre en vigueur jusqu'au samedi 8 mars 2003



maintenant
899⁹⁹

CUISINIÈRE KENMORE À DESSUS LISSE ET À FOUR AUTONETTOYANT

Gril pour lèche-frîte. Roulettes blocables. Tiroir à ouverture complète. N° 65412. Rég. Sears 999,99. RIEN QUE 37,50 PAR MOIS**

0%
d'intérêt jusqu'en mars 2005**
avec la carte Sears,
pour tous les gros appareils ménagers



Il y a des magasins
Sears près
de chez vous

Gros appareils ménagers
disponibles dans les magasins suivants:

Amos

Magasin-concession d'Amos (819) 732-6451

Deux-Montagnes

Les Promenades Deux-Montagnes (450) 491-5000

Drummondville

Les Promenades de Drummondville (819) 478-1381

Granby

Les Galeries de Granby (450) 375-5770

Joliette

Magasin-concession de Joliette (450) 759-3900

Mont Laurier

Magasin-concession de Mont Laurier (819) 623-4100

Montréal

Magasin de meubles et d'électroménagers d'Anjou

Langelier et Jean Talon (514) 254-4213

Magasin de meubles et d'électroménagers de Brossard

Boulevard Taschereau et boulevard Napoléon (450) 678-9066

Magasin de meubles et d'électroménagers Sears de Lachenaie

Montée des Pionniers et sortie 94 de l'autoroute 40 (450) 654-9966

Magasin de meubles et d'électroménagers de LaSalle

Boul. Newman et Boul. Senkus (514) 365-5070

Carrefour Laval (450) 682-1200

Mail Champlain Brossard (450) 465-1000

Magasin de meubles et d'électroménagers de Laval

Boulevard Curé Labelle et autoroute 440 (450) 682-0495

Les Galeries d'Anjou (514) 353-7770

Place Vertu (514) 335-7770

Promenades St-Bruno (450) 441-6603

Magasin de meubles et d'électroménagers de St-Bruno

Autoroute 30 et autoroute 116 (450) 653-4064

St-Jérôme (450) 432-2110

Pointe Claire

Centre Fairview Pointe Claire (514) 694-8815

Magasin de meubles et d'électroménagers de Pointe Claire

Boul. des Sources et autoroute Transcanadienne

(514) 694-3984

Repentigny

Les Galeries Rive Nord (450) 582-5532

Rosemère

Place Rosemère (450) 433-1001

Rouyn

Magasin-concession de Rouyn (819) 764-5151

Sorel

Les Promenades de Sorel (450) 746-2508

St-Hyacinthe

Magasin-concession de St-Hyacinthe (450) 773-6601

St-Jean

Le Carrefour Richelieu St-Jean (450) 349-2651

St-Jérôme

Le Carrefour du Nord (450) 432-2110

Val d'Or

Magasin-concession de Val d'Or (819) 825-3181

Valleyfield

Magasin-concession de Valleyfield (450) 371-3050

Victoriaville

La Grande Place des Bois Francs (819) 357-4000

**Payez en 24 mensualités égales, sans intérêt, jusqu'en mars 2005. Avec la carte Sears seulement, sur approbation de votre crédit. Achat minimum: 200 \$. Tous les frais et taxes applicables sont payables au moment de l'achat. Les mensualités indiquées ont été arrondies au cent près. Des frais de crédit s'ajouteront au solde de votre compte pour toute portion impayée d'un montant porté sur votre compte Sears, à compter du mois suivant. À l'exclusion des articles de nos magasins de liquidation, des achats par catalogue et sur le site Web. Renseignez-vous. Les formules de paiement et modalités peuvent être modifiées ou supprimées sans préavis. Renseignez-vous au sujet d'autres facilités de paiement.



© 2003. Sears Canada Inc.

INTERNET

Internet bouleverse les comportements des Européens

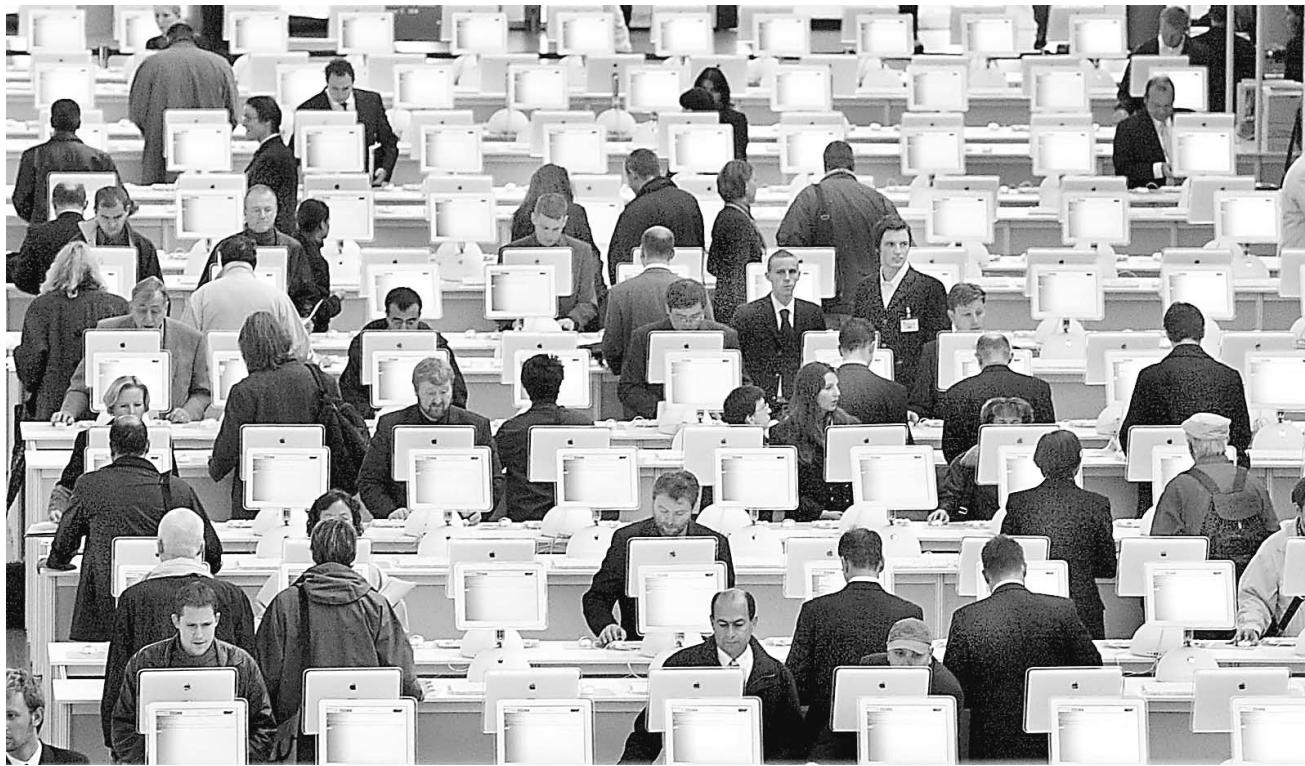
Associated Press

PARIS — La 2^e « Cyberstudy » AOL/RoperASW consacrée à l'Europe sur le Net fait apparaître le rôle social du Web : 41,5 % des internautes européens y ont déjà rencontré de nouveaux amis, voire l'amour. Du reste, 30 % des Européens connectés donnent aujourd'hui plus volontiers leur adresse e-mail que leur numéro de téléphone lors d'une première rencontre.

L'enquête, mise en ligne cette semaine par le fournisseur d'accès AOL (www.aol.fr/presse/cyberstudy.htm), montre également l'influence qu'a le Web sur la personnalité et les habitudes de ses utilisateurs.

L'internaute européen se révèle sans complexe, mais aussi narcissique (34 % des personnes interrogées ont déjà cherché leur nom dans un moteur de recherche) et prosélyte (69 % encouragent vivement leurs amis à se connecter). De plus, 41 % des Européens qui surfent sur le Net ont déjà modifié leur aménagement intérieur en fonction de leur ordinateur.

Le Web devient une affaire de famille avec 2,4 personnes connectées par foyer. Toutes les générations se branchent et les enfants surfent de plus en plus tôt : l'âge de leur première connexion s'échelonne entre 8 et 11 ans. L'étude indique en outre que 49 % des internautes européens sont des parents



Des internautes à une foire internationale sur les technologies de l'information qui s'est déroulée en octobre dernier, à Munich en Allemagne.

Photo d'archives PC

d'enfants de moins de 18 ans. Et même les grands-parents s'y mettent, 8 % des plus de 55 ans surfant sur le Web.

Par ailleurs, les différences culturelles existent aussi en matière de surf sur Internet. Les internautes français se distinguent par le temps

qu'ils passent en ligne chaque semaine : près de neuf heures, contre sept pour les Britanniques et quatre pour les Allemands. Autre tendance à noter, les Français ont désormais acquis le réflexe Internet pour s'informer : 63 % sont des mordus de l'info en ligne, contre

seulement 31 % des Britanniques et des Allemands.

Les internautes français gèrent aussi à une écrasante majorité (91 %) leur portefeuille boursier sur Internet. Ils sont enfin beaucoup plus « accros » aux logiciels de messagerie instantanée que

leurs homologues européens : 61 % placent l'échange de messages instantanés parmi leurs cinq principales « cyber-activités ».

De leur côté, les internautes britanniques s'illustrent par le plus large spectre de générations en ligne : c'est en Grande-Bretagne que l'on trouve les plus jeunes surfeurs (dès 8 ans, contre 11 ans dans les deux autres pays) et que les « seniors » connectés sont les plus importants (13 %). Ils se distinguent aussi par leur forte intention d'acheter sur Internet (63 %), leur conviction que le Web influe positivement sur le travail de leurs enfants (71 %) et leur souhait de pouvoir obtenir... leurs ordonnances médicales en ligne.

Les internautes allemands se remarquent quant à eux par leur passion pour le Net : 60 % ne pourraient plus s'en passer ! Leur avance quant à la connexion haut débit est également notable : 43 % des internautes allemands sont déjà des adeptes du surf rapide par le câble ou l'ADSL. Ils manifestent enfin le plus fort engouement pour les rencontres en ligne : 62 % ont déjà été invités à un rendez-vous galant sur Internet.

Cette étude, commanditée par AOL, a été réalisée du 17 octobre au 2 novembre par l'institut international RoperASW auprès d'un échantillon de 500 personnes par pays, âgés de 18 ans et plus et connectés à Internet de leur domicile.

SEARS*

PRIX EN VIGUEUR JUSQU'AU SAMEDI 8 MARS 2003, DANS LA LIMITE DES STOCKS



Aspirateur Kenmore^{MD} ... record de ventes au Canada

D'après des sondages indépendants dans tout le pays en vigueur au moment de la préparation de la publicité

399⁹⁴

ASPIRATEUR-TRAÎNEAU KENMORE 12 A

Avec tuyau de 7 pi et cordon de 26 pi.
4 réglages de hauteur; brosse pour sols nus et filtre HEPA* 3M^{MC}. N°22600.

*Filtre particulière à haut rendement.

Saddam, Arafat et Castro, des millionnaires selon Forbes

d'après AFP

WASHINGTON — Le président de l'Autorité palestinienne Yasser Arafat et le chef d'État cubain Fidel Castro figurent parmi les dirigeants les plus fortunés de la planète, même si leur patrimoine est bien moins vaste que celui de certains monarques issus de vieilles dynasties, selon le magazine *Forbes*.

Le président irakien Saddam Hussein dispute la troisième place de cette liste au prince du Liechtenstein, Hans Adam II, *Forbes* estimant dans son dernier numéro dans ces deux cas la fortune à plus de deux milliards de dollars.

À la tête de cette liste des chefs d'État les plus riches du monde figure le roi Fahd d'Arabie Saoudite, avec une fortune de plus de 20 milliards de dollars. Il est suivi du sultan de Brunei, Haji Hassanali Bolkiah (11 milliards de dollars).

Le magazine américain crédite le dirigeant palestinien Yasser Arafat de richesses d'un total de quelque 300 millions de dollars. La fortune du père de la révolution cubaine est estimée à quelque 110 millions de dollars.

Forbes admet cependant que « l'estimation de ces fortunes est une affaire compliquée », indiquant notamment que pour évaluer la fortune de Fidel Castro, il a opté pour un pourcentage du produit intérieur brut de Cuba.

Un pigeonnier de la concorde à Paris

Agence France-Presse

PARIS — Un pigeonnier, destiné à favoriser la cohabitation harmonieuse des Parisiens et des pigeons souvent décriés, a été inauguré hier par le maire de la capitale française.

C'est la première fois qu'une rue parisienne accueille un tel édifice qui concentre les populations de pigeons pour mieux contrôler leur état sanitaire, leur démographie et faciliter le nettoyage de leurs fientes.

Les pigeons sont, avec les croques de chiens, les principales sources de doléances des Parisiens, a fait valoir le maire socialiste de la capitale. Les Parisiens leur reprochent surtout leurs déjections, qui maculent les bâtiments, historiques ou pas, et peuvent dégrader la pierre elle-même. Ils s'en défendent à coups de piquets, fils ou filets empêchant les oiseaux de se percher.

Entouré de son adjoint à l'environnement, du maire d'arrondissement et d'un député vert, le maire a été ovationné par des défenseurs des oiseaux. Parmi eux, les militants de l'active Société de protection des oiseaux en ville, qui lutte depuis 1988 contre les procédés « barbares » consistant, en cas de surpopulation, à capturer des pigeons au filet pour les étouffer.

Le pigeonnier a une forme de tourelle perchée sur un mât haut de 3 mètres, avec toit d'ardoise et parois de châtaigniers percées d'ouvertures pour la circulation des volatiles.



maintenant
149⁹⁹

ASPIRATEUR VERTICAL KENMORE 12 A

Cordon 20 pi.
Filtre en mousse.
N°31100. Rég. Sears 179,99.

VACANCES/VOYAGE

Où vont les gens riches et (parfois) célèbres?



ANDRÉ DÉSIRONT
LE POULS DU MARCHÉ

collaboration spéciale

LE MARCHÉ des voyages de luxe est un créneau très étroit. « Environ trois pour cent des consommateurs de voyages achètent véritablement des produits de luxe », estime Francine Prud'Homme, conseillère spécialisée qui travaille exclusivement avec une clientèle fortunée. « Le budget moyen de mes clients se chiffre à environ 25 000 \$ par voyage. Mais parfois je traite des petits dossiers de 5000 ou 6000 \$. Des gens qui vont skier quatre jours dans l'Ouest canadien », par exemple.

Naturellement, à ce prix-là, les « happy few » ne fréquentent pas les « tout-inclus » de Varadero ou de la Riviera Maya, même s'il s'agit de « cinq-étoiles ». Pour eux, d'ailleurs, le nombre d'étoiles arboré par un hôtel n'a pas grande importance. Deux ou trois palaces parisiens, dont le Bristol, qui est considéré comme un des meilleurs hôtels d'Europe, se contentent, pour des raisons fiscales, de quatre étoiles au classement officiel du ministère français du Tourisme. Pour eux, c'est la réputation qui compte.

« La clientèle de luxe recherche surtout des petites propriétés, au cachet très intime, où elle ne risque pas de prendre des bains de foule et où elle est assurée de rencontrer des gens de son milieu »,

remarque Francine Martin, propriétaire de Voyages Régence, une agence montréalaise dont une partie de la clientèle est composée de gens très fortunés.

Lorsqu'ils voyagent dans le Sud, ils fréquentent des petites îles comme Virgin Gorda, Anguilla, Nevis, ou des propriétés très sélectes dans des îles plus grandes comme Sainte-Lucie ou Grand Turk.

Le Cotton House, à Moustique, dans l'archipel des Grenadines, est l'archétype de la propriété qu'ils affectionnent. Moustique, un îlot de quelques kilomètres de pourtour, n'a que 200 habitants. En 1958, il éte racheté par un multimillionnaire britannique, Colin Tennant. La société qu'il a fondée pour gérer l'île, la Mustique Company, a fait construire des villas et un petit hôtel de 19 chambres — des suites pour la plupart — : le Cotton House. Le spa du Cotton House (toute propriété de cette catégorie se doit d'exploiter un spa !) arbore une devise : « Notre philosophie n'est pas seulement de traiter le corps, mais l'être tout entier », ce qui est bien la moindre des choses, puisque son forfait d'une journée de traitement baptisé « pure indulgence » se facture 450 \$ US.

La chambre la moins chère se détaille 800 \$ US par nuit, en demi-pension, alors que pour une suite, il faut compter 1050 \$ et plus. Naturellement, le thé et les scones, servis à 17h, sont très libéralement inclus dans ces tarifs !

On retrouve une quinzaine d'établissements similaires dans les Antilles. Les plus connus sont le Cap Juluca, à Anguilla, le Nesbitt Plantation, à Nevis, le Sandy Lane, à la

Barbade, le Parrot Cay, à Grand Turk, ou, à Sainte-Lucie, le Ladera dont les chambres présentent la particularité de n'avoir que trois murs, le côté qui donne sur la mer étant ouvert aux vents et, parfois, aux pluies. Mais l'hôtel, accroché à la falaise, près du fameux piton qui sert d'emblème à l'île, est orienté de telle manière que, ni voisins ni nageurs ne sont en mesure de voir ce qui se passe entre les trois murs.

Entre autres points communs, toutes ces propriétés présentent au moins deux mêmes caractéristiques : les tarifs moyens flottent autour de 1200 \$ par nuit, en demi-pension, et le nombre de chambre ou de suites n'excède jamais la trentaine.

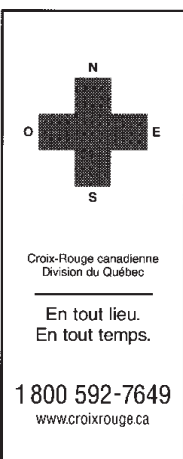
La taille relativement réduite est aussi la caractéristique des resorts (le terme français « centres de villégiature » traduit mal le concept) européens appréciés par la clientèle fortunée. En France, ils fréquentent volontiers la Provence et descendent dans des auberges dont le restaurant est généralement gratifié de

deux étoiles au Michelin, comme la Chèvre d'or, à Eze Village, sur la route de corniche entre Nice et Menton, l'Ousteau de Beaumanière, aux Baux de Provence, ou le Mas d'Artigny, à Saint-Paul de Vence. « En Italie, mes clients aiment séjourner en Toscane, où ils louent habituellement une villa, ou la côte Amalfitaine, où je recommande l'hôtel la Sirenuse à Positano », dit Francine Martin qui indique aussi que Courchevel, Zermatt et St. Moritz sont les stations de sports d'hiver qui ont la cote.

Le Danieli à Venise, le Savoy à Londres, l'Elounda Beach en Crète, l'Essex House ou le Pierre à New York... il serait fastidieux d'énumérer la liste des établissements fréquentés par ceux pour qui, comme dirait Catherine Zeta-Jones, « un ou deux millions ne représentent pas vraiment beaucoup d'argent ». Mais, en général, ces gargotes sont affiliées à l'association des « Leading Hotels of the World » (comme le St-James à Montréal), ou membres de chaînes comme Ritz Carl-

ton, Four Seasons ou les Grandes Étapes françaises.

Du côté des croisières, deux compagnies se démarquent : Silver Seas et Radisson. La première exploite quatre petits navires qui embarquent moins de 400 passagers, en formule « tout-inclus » (y compris les champagnes de la maison Moët & Chandon). Les menus sont élaborés par des chefs de la chaîne Relais & Châteaux, qui sont d'ailleurs régulièrement invités à venir donner des cours de cuisine à bord. Si on paie ses consommations sur les six navires de la compagnie Radisson, le vin à table est quand même inclus. Un de ces bateaux, le *Paul Gauguin*, qui effectue des croisières dans les îles de la Société et les Marquises au départ de Paapeete, dispose d'une plateforme rétractable qui permet à ses passagers de s'adonner aux sports nautiques comme le kayak de mer, la plongée ou la planche à voile, l'équipement étant fourni à bord. Pour une croisière de huit jours, les tarifs de ces deux compagnies varient de 4000 \$ à 11 000 \$, selon le type de cabine.



En tout lieu. En tout temps.
1 800 592-7649
www.croixrouge.ca

AUBAINES À SAISIR

PLUSIEURS belles aubaines de dernière minute, avec des rabais de 30 à 40 % à saisir, cette semaine. Sinon, pour le reste du mois de mars, on trouve quand même de belles réductions. En voici quelques exemples.

> Ixtapa (Mexique), départ le 6 mars (eh oui, demain !) pour une semaine au Fontan Ixtapa : 1097 \$ avec Nolitour (prix régulier : 1719 \$).

> Puerto Plata (République dominicaine), départs les 9 et 10 mars pour une semaine au Casa Marina Reef : 1077 \$ avec Nolitour (prix régulier : 1589 \$).

> San Andres (Colombie), départ le 10 mars pour une semaine au Decameron San Luis : 897 \$ avec Nolitour (prix régulier : 1489 \$).

> Varadero (Cuba), départs de Doral les 15 et 16 mars pour une semaine au Sol Palmeras : 1559 \$ avec Vacances Air Canada (prix régulier : 1939 \$).

> Punta Cana (République dominicaine), départs les 21 et 28 mars pour une semaine au Punta Cana Beach Resort : 1698 \$ avec Vacances Signature (prix régulier : 2079 \$).

> La Romana (République dominicaine), départs les 21 et 28 mars pour une semaine au Iberostar Hacienda Dominicus : 1598 \$ avec Vacances Signature (prix régulier : 1939 \$).

> Holguin (Cuba), départ de Doral le 22 mars pour une semaine au SuperClub Breezes Costa Verde : 1539 \$ avec Vacances Air Canada (prix régulier : 1949 \$). Le départ du 29 mars est proposé à 1519 \$ au lieu de 1849 \$.

> Guardalavaca (Cuba), départ du 17 mars pour une semaine au Playa Pesquero : 1248 \$ avec Tours Mont Royal (prix régulier : 1839 \$).

> Cayo Santa Maria (Cuba), départ du 6 avril pour une semaine au Sol Cayo Santa Maria : 1249 \$ avec Tours Mont-Royal (prix régulier : 1594 \$).

Du côté des croisières, Nolitour propose des réductions intéressantes sur la croisière du *Mistral* (de la compagnie Festival Cruises), au départ de Montego Bay en Jamaïque, le 10 mars ou de Santo Domingo, en République dominicaine, le 15 mars. Le forfait d'une semaine est offert à partir de 1097 \$, incluant l'avion de Montréal et les transferts (prix régulier : 2179 \$). Escales à Grand Caïman, Santiago de Cuba, Grand Turk, Santo Domingo et Ocho Rios (Jamaïque).

D'ICI, ON VOIT BIEN POURQUOI ON DIT MONTAGNE SUR MER!

Unique au monde. 800 mètres au dessus du niveau de la mer, 36 pistes panoramiques en cinémascope sur Charlevoix et un enneigement exceptionnel... Tant que vous ne l'aurez pas descendu, vous n'aurez rien vu !

DESCENDEZ POUR VOIR!

LE MASSIF
Montagne sur Mer!

1 877 536-2774

www.lemassif.com

Conférences

CIRCUITS EN EUROPE ET EN AMÉRIQUE

TOURS CHANTECLERC
la qualité à tous prix

Depuis 33 ans

Information, animation, surprises

Europe

- Italie
- Grèce
- Espagne
- Portugal
- Autriche
- Croisières en Russie
- France

Amérique

- Ouest Canadien
- Provinces Maritimes

Avec vos guides européens et canadiens préférés :

Bernard Hahusseau, Ramon Comes, Rodolphe Chartrand, et Éliane Shafferer et Luciana Nardi

GRATUIT

Montréal **Lundi 10 mars à 19h**

Théâtre du Nouveau Monde (TNM)

Réservation obligatoire. Conférences disponibles à Trois-Rivières et à Québec

Réservez sur www.tourschanteclerc.com ou appelez votre agent de voyages

871-5103

DISTRIBUTEUR ASSURANCE LA CROIX BLEUE

DES PRIX POUR PARTIR
1 SEMAINE EN TOUT INCLUS ESPACE LIMITE

Centre-Ville
www.voyagescentreville.com

PROMO GROUPE DE CÉLIBATAIRES	DEJA DISPONIBLE	VOLS
CAYO LARGO 13 au 20 avril Sol Cayo Largo ★★★★ 1319\$ Contactez Michel (514) 871-2882	PARIS VOLS prix à partir de 699\$ VOITURES ACHAT/RACHAT Citroën-Peugeot-Renault 17 JOURS prix à partir de 729\$ LOCATION National Citer prix à partir de 29\$ par jour	DERNIÈRE MINUTE FORT LAUDERDALE --- 369\$ ORLANDO --- 329\$ LA ROMANA 298\$ 498\$ LA HAVANE --- 548\$ ACAPULCO 298\$ --- IXTAPA --- 398\$ PUERTO VALLARTA 298\$ 398\$ PUERTO PLATA 298\$ 498\$ PUNTA CANA --- 498\$ ST-MARTIN 298\$ 398\$

SUPER SPÉCIAUX 1 semaine	
VARADERO Los Delfines 25* 3 repas/sj 849\$ Coralia Las Palmas 3* 949\$ Sunbeach Varadero 3* 949\$ Club Amigo Varadero 35* 999\$ Arenas Blancas 4* 1049\$ LTI-Varadero Beach Resort 45* 1399\$	IXTAPA Fontan Beach Resort 3* 949\$ Presidente Intercontinental 4* 1149\$
CAYO LARGO Sol Pelicano 4* 1199\$	PUERTO VALLARTA Club Meza del Mar 2* 3 repas/sj+bois 749\$ Costa Club Punta Arena 25* 849\$ Plaza Pelicanos 35* 949\$ Grand Marival Nuevo Vallarta 4* 1049\$
PUERTO PLATA Fun Royale & Fun Tropicale 3* 949\$ Paraiso del Sol 35* 949\$ Casa Marina Reef 35* 1049\$	BAYAHIBE Santana Beach 4* 1049\$
PUNTA CANA Hodelpa Caribe Club 45* 1249\$ Sirenis Tropical & Cocotal 4* 1449\$ Catalonia Bavaro 45* 1549\$	SAINT-MARTIN Les Jardins de Chevrise 2* déjeuner 849\$ Orient Bay Hotel 25* aucun repas 949\$

MEILLEURS PRIX SUR VOLS RÉGULIERS À TRAVERS LE MONDE OUVERT 7 JOURS SUR 7

HÔTEL ACADIA

FORAITS GASTRONOMIQUE À 179\$/PERS pour 2 jours, en occupation double. Chambre de luxe, petit-déjeuner, souper gastronomique 5 services (Choix parmi 5 restaurants), stationnement, taxes et service inclus.

ESCAPADE DANS LE VIEUX-QUÉBEC

43, rue Sainte-Ursule
Vieux-Québec, Québec (418) 694-0280
Télécopieur : (418) 694-0458
Sans frais : 1 800 463-0280

WWW.HOTELACADIA.COM

MÉDIAS

EN BREF

Les futurs fonctionnaires de l'information

LE TITRE du livre de François Ruffin parle de lui-même. Ce jeune diplômé (promotion 2002) du Centre de formation des journalistes de Paris (CFJ) s'attaque à la formation donnée à ses pairs dans un ouvrage caustique : *Les Petits Soldats du journalisme*. Ruffin explique comment les futurs membres de l'élite du journalisme français subissent un lavage de cerveau, au point de devenir des fonctionnaires de l'information, dont l'unique objectif est de coller à l'actualité. L'ouvrage provoque un tollé outre-Atlantique. *Le Monde diplomatique* a accordé deux pages à l'auteur. « Comment l'enseignement du journalisme parvient-il à fabriquer en série et au moindre coût des professionnels disposés ou résignés à faire de l'information telle qu'elle est devenue ? » demande François Ruffin. Selon ce dernier, l'enseignement du journalisme dans les plus prestigieuses écoles s'apparente à un « conformisme à la française » où l'on apprend au journaliste « à s'adapter à la demande du marché ». *Les Petits Soldats du journalisme*, François Ruffin, Éditions Arènes, 2003.

Ludovic Hirtzmann
collaboration spéciale

Le Monde, la suite

LE LIVRE *La Face cachée du Monde*, de Pierre Péan et Philippe Cohen, continue de faire des remous en France. Le livre, qui accuse entre autres le journal et ses dirigeants de pratiques douteuses et de manquements graves à l'éthique journalistique, se vend comme des petits pains chauds.

La semaine dernière, les journalistes du réputé quotidien français ont demandé des explications à leurs patrons. Bien que les employés du quotidien dénoncent les « attaques personnelles et les dénégations calomnieuses » contenues dans ce livre-événement, ils avaient tout de même quelques questions à poser à leurs supérieurs. La rencontre avec le directeur du journal Jean-Marie Colombani et le directeur de la rédaction Edwy Plenel a duré cinq heures.

Vendredi, c'était au tour du public de poser ses questions — parfois très dures — à Jean-Marie Colombani. On retrouve la retranscription de l'échange (un document de plus de 100 pages) sur le site du *Monde* : www.lemonde.fr. Une affaire qui est loin d'être terminée.

Nathalie Collard

Liberté de presse en Chine

À LA VEILLE de l'ouverture des travaux du Parlement chinois, à Pékin, des journalistes et des universitaires ont uni leurs voix pour dénoncer l'absence de liberté de presse en Chine. Selon le quotidien anglais *The Guardian*, on attend beaucoup de l'arrivée au pouvoir de Hu Jiantao nouveau chef du gouvernement, et d'une nouvelle génération de dirigeants. Parmi les signes encourageants : la publication, dans les pages du journal *Nanfang Zhoumo*, d'un texte de deux pages sur les relations entre la presse et le gouvernement chinois.

Jusqu'ici, la politique du gouvernement consiste à supprimer toute nouvelle négative, une approche qui commence à être dénoncée publiquement. Un ancien aide du gouvernement a publié une lettre dans laquelle il exhorte le gouvernement à choisir entre la liberté de presse et la corruption. Selon le correspondant du *Guardian* à Pékin, le débat qui fait rage au sein de la communauté universitaire chinoise sur le conflit États-Unis — Irak — un exemple de débat public qu'on ne voit pas habituellement en Chine — serait un autre signe de début d'ouverture.

Nathalie Collard

Le Téléjournal, plus régional que jamais

NOMMÉ PATRON, à la fin janvier, des bulletins d'information à Radio-Canada, Marc Gilbert promettait que les contribuables en auraient pour leur argent. Un mois plus tard, la facture du *Téléjournal* n'a pas beaucoup changé, comme ont pu le constater ses fidèles téléspectateurs lundi dernier. En regardant le bulletin d'information de fin de soirée de Radio-Canada, on se sentait drôlement débranché du reste de la planète. Pendant que le bulletin *The National* de CBC assurait une couverture complète des faits marquants de la journée (déclaration de l'ambassadeur canadien à l'ONU, explication du compromis canadien, état de la situation en Turquie, le point sur l'arrestation d'un terroriste, etc.), le *Téléjournal* de Stéphan Bureau ouvrait sur un reportage consacré à la flambée des prix de chauffage, reportage diffusé la première fois (et à juste titre) au *Montréal ce soir* de 18 h. Cet élément était suivi d'un gentil topo sur la relâche scolaire et le froid et d'une conversation avec la météorologue Jocelyne Blouin. Bref, il était 22 h 06 et il n'y avait pas encore une nouvelle à ce bulletin. Pendant ce temps, à TVA, on avait déjà réglé la querelle PLQ-PQ-ADQ et on s'attaquait aux derniers rebondissement de la crise irakienne. Ce choix rédactionnel est-il annonciateur de la nouvelle vision de l'information à Radio-Canada ? C'est à suivre.

Nathalie Collard

Rencontre avec un « médiamañiaque »

New York a beau être le lieu de résidence de la plupart des grands médias américains, la ville compte très peu de véritables chroniqueurs médias. Avec David Carr, du *New York Times* et Sridhar Pappu, du *New York Observer*, Michael Wolff, du magazine *New York*, est l'un des chroniqueurs les plus en vue. Ses chroniques, qui lui ont valu un National Magazine Award l'an dernier, dissèquent avec justesse et ironie le monde des médias. *La Presse* l'a rencontré.



NATHALIE COLLARD

NEW YORK — Chaque jour ou presque, vers midi, Michael Wolff quitte son bureau situé dans l'Upper East Side pour aller dîner chez Michael's, restaurant de la 55^e Avenue reconnu pour accueillir tous ceux qui comptent dans le milieu des médias new-yorkais, le genre d'endroit où la table que vous attribue le maître d'hôtel en dit plus sur votre pouvoir et votre place dans la société que n'importe quelle carte professionnelle.

Chroniqueur médias dans les pages de *New York* (magazine qui traite aussi bien de politique, de mode et d'arts visuels que de potins artistiques), Michael Wolff est l'un des journalistes les plus connus aux États-Unis. Chaque semaine depuis plus de quatre ans, il signe *This Media Life*, chronique sur le monde des médias, les hauts et les bas de l'industrie, sans oublier les énormes ego qui gravitent dans ce milieu haut en couleur.

Avant d'atterrir dans les pages de *New York*, cet ex-journaliste du *New York Times* a tenté sa chance en lançant sa propre entreprise Internet. L'aventure s'est soldée par un échec retentissant, mais a donné au journaliste une bonne histoire à raconter. Son livre, *Burn Rate : How I Survived the Gold Rush on the Internet*, compte rendu souvent hilarant des soubresauts de l'économie dot.com, nous apprend entre autres comment le magazine *Wired* a débuté (dans les bureaux de Michael Wolff, ami de Louis Rossetto, fondateur du célèbre magazine consacré à la culture numérique) et décrit les premiers pas d'America Online (AOL), entreprise qui n'est pas sans rappeler la maison des fous dans *Les Douze Travaux d'Astérix...* Michael Wolff a également publié *NetGuide*, le premier ouvrage du genre sur Internet, en plus d'être parmi le groupe de journalistes-fondateurs du défunt magazine spécialisé *The Industry Standard*.

Au cours des dernières années, Michael Wolff a annoncé la mort de plusieurs secteurs de l'industrie des médias. Il a déjà déclaré que le magazine comme produit média était cliniquement mort. Récemment, il a écrit une chronique vitriolique sur l'industrie du livre dans laquelle il énonçait : « Les livres sont nuls. La plupart des livres sont plus ennuyeux que la télévision ou le cinéma, et même que la publicité. (...) La plupart des écrits que l'on veut faire passer pour des livres ne sont pas des livres ; ce sont des dérivés promotionnels ou des extensions d'émissions de télévision. En fait, les appels des livres fait peut-être partie du problème. On leur confère une dignité qu'ils ne méritent pas. »

Rencontré récemment dans un petit café italien de l'Upper East Side, Michael Wolff raconte : « Au lendemain de la publication de cette chronique, mon propre éditeur est passé devant ma table, au Michael's, sans me saluer. Tout le monde l'a vu. Jusqu'au maître d'hôtel, qui est venu me dire : « Oh ! vous avez été snobé par votre propre éditeur. » New York est grand, mais c'est comme ailleurs : tout le monde se connaît. Et le milieu des médias est un petit milieu. »

Ces jours-ci, Michael Wolff rédige un bouquin sur l'échec de la convergence des



Les propos dérangeants de Michael Wolff lui ont valu l'honneur d'être snobé par son propre éditeur dans un resto prisé par la gent journalistique.

médias, sujet brûlant d'actualité des deux côtés de la frontière canado-américaine.

« C'est une histoire extraordinaire, s'exclame Michael Wolff. On a créé une industrie artificielle en réunissant toutes sortes de secteurs — les disques, les livres, les magazines, les journaux, la télévision — alors que chaque industrie fonctionnait différemment. On ne peut pas mettre tous ces modèles d'affaires dans le même panier et dire : voilà, nous avons créé une nouvelle économie. »

Son analyse de la déroute de la convergence n'est pas sans rappeler le constat que faisait le journaliste du *Globe and Mail*, Gordon Pitts, dans nos pages il y a quelques semaines. Comme son collègue canadien, Michael Wolff croit que l'ego démesuré et l'ambition sans bornes des dirigeants de ces grandes entreprises ont joué pour beaucoup dans l'orgie de fusions qui ont eu lieu au cours des dernières années.

« Ces entrepreneurs se sont conduits comme des moutons allant à l'abattoir, dit-il. Le premier est parti, les autres ont suivi. On paye et on paiera encore longtemps le prix de ces fusions. Ceux qui croient que la période de coupes tire à sa fin se trompent. »

Le chroniqueur s'étonne toutefois de la déroute généralisée des médias : l'intérêt de la population pour les médias ne cesse d'augmenter et, pourtant, les gens consomment de moins en moins de télévision, de journaux et de magazines.

Est-on à la veille de voir émerger un nouveau modèle d'entreprise média ? Michael Wolff ne veut pas trop s'avancer.

« Chose certaine, c'est un secteur qui est en train de changer et, d'ici quelques années, il ne ressemblera en rien à ce que nous avons connu, assure-t-il. Pour l'instant, il y a un affrontement entre deux générations : les chefs d'entreprises d'un côté, les Messier, Levine, Diller et compagnie (qui quittent leur poste l'un après l'autre) et les plus jeunes, les investisseurs et les dirigeants intermédiaires, qui veulent mettre fin à cette folie de la convergence. Le FCC (NDLR : l'équivalent de notre CRTC) semble déterminé à favoriser les rêves de grandeur de la vieille génération, mais on connaîtra bientôt l'apothéose et ensuite, on verra apparaître de nouvelles façons de faire. »

L'industrie des journaux doit entre autres se préparer à vivre des changements majeurs. « À mon avis, les journaux qui se lancent dans l'aventure de la télévision se trompent, affirme-t-il. Les journaux doivent se concentrer sur ce qu'ils font de mieux, c'est-à-dire produire des journaux. Aujourd'hui, leur situation est périlleuse. Regardez les chiffres : le lectorat vieillit, il diminue, les jeunes s'informent ailleurs. Je crois qu'au cours des prochaines années, il y aura une sorte d'élimination naturelle et on va se retrouver avec quelques journaux-pivois nationaux, comme le *New York Times* par exemple. La compagnie qui en est propriétaire, la New York Times Company, se spécialise uniquement dans l'industrie des journaux et je crois qu'une partie de la réponse se trouve là, dans ce modèle de propriété qui se concentre dans un seul champ d'activité et qui en fait son expertise. »

REVUE > MAGAZINES

COMPRENDRE LA GUERRE L'ACTUALITÉ

PAS FACILE de trouver une information complète, diversifiée et équilibrée sur la crise irakienne, surtout aux États-Unis où les médias américains n'ont jamais été aussi patriotiques. Le magazine *L'actualité* fait le point sur ce qu'on appelle désormais la guerre de l'info, c'est-à-dire la lutte de pouvoir que se livrent le gouvernement américain et les médias pour déterminer ce qui peut être dit et montré au public dans l'éventualité d'un conflit. Pour des raisons de sécurité, assure le Pentagone, les déplacements des journalistes sont limités et leurs reportages regardés à la loupe. « L'idéal, dit Patrick Brown de Radio-Canada, c'est de se débrouiller seul ou de faire équipe avec des confrères d'autres pays quand c'est possible. » En marge du reportage, le magazine propose aussi une liste de 10 sites à consulter, dont *Le Monde*, le *Guardian* et le *Courier international*. Question de se coucher moins idiot.



RECETTES DU TERROIR AU QUÉBEC

LE FESTIVAL Montréal en lumière est bel et bien terminé, les chefs catalans ont plié bagage et les festivaliers digèrent encore leur foie gras. Des événements comme ceux-là permettent de découvrir de nouveaux talents d'ici qui s'illustrent avec une cuisine de plus en plus créatrice. Parmi les bonnes toques du Québec, le magazine *Au Québec* en a identifié quatre qui proposent des recettes typiquement régionales : Marie-Chantal Lepage du Manoir Montmorency a préparé un filet mignon de veau à la liqueur de Minaki ; Diane Tremblay du resto Le Privilège, à Chicoutimi, réinterprète la poêlée de pétoncles alors que Danny Saint-Pierre, un jeune chef de 25 ans travaillant à Laval, cuisine un magret de canard de... Marieville. Un petit historique de la cuisine québécoise, abondamment illustré, accompagne ces suggestions. Question de passer à travers les derniers jours de froid.



ÉTERNEL TINTIN TÉLÉRAMA HORS-SÉRIE

LES NUMÉROS hors-série de *Télérama* sont toujours bien faits et le dernier, consacré à Tintin, ce reporter qui n'a jamais écrit d'articles, ne fait pas exception. Une vingtaine d'auteurs (parmi lesquels Yann Queffélec, Philippe Delerm, William Boyd et le Québécois Sylvain Trudel) racontent « leur Tintin ». On y trouve des articles sur les liens entre Tintin et la musique (Hergé détestait l'opéra, ce qui explique le détestable personnage de la Castafiore), on décortique l'enquête de Tintin sur Albert Londres dans l'album *Le Lotus bleu* et on passe en revue la galaxie Tintin (les Haddock, Dupont, Tournesol et compagnie). Le magazine aurait été incomplet sans quelques pages consacrées aux savoureuses insultes (les bachibouzouk, tchouk-tchouk nougat et autres concentrés de moules à gaufre) qui ont marqué notre enfance. Un numéro pour collectionneurs.



Nathalie Collard

FUTURE SHOP

Venez voir ce que votre Future vous réserve.

6
Mois

Aucun paiement, aucun intérêt* sur les ordinateurs de table

*Avec votre carte Future Shop. Sur approbation du bureau de crédit. 249\$ minimum d'achats requis. Détail complet ci-dessous.

Incluant moniteur 17 po de Compaq

AMD Athlon xp
CD-RW 40x
ETHERNET 10/100
DVD-ROM

ÉPARGNEZ 350\$
➔ **1299⁹⁹**
APRÈS RABAIS

1649,99\$ - 125\$ rabais instantané
- 225\$ remise postale = 1299,99\$
Remise de: 150\$ US = 225\$ CA environ.

Incluant imprimante tout-en-un HP

Valeur de 199\$ PSC750 CodeWEB: 10007377

Seulement chez FUTURE SHOP

Imprimante à jet d'encre DJ 960

- 2400 x 1200 ppp avec papier photo
- 15 ppm en noir et 12 ppm en couleur
- Plateau d'alimentation acceptant 150 feuilles
- Interface USB

DJ960 NOIR CodeWEB: 10026032

ÉPARGNEZ 20\$
➔ **149⁹⁹**
OFFERT EN NOIR SEULEMENT

Ordinateur de poche de 2 Mo

- Câble USB
- Pile rechargeable
- Système d'exploitation Palm OS 4.1
- Port à infrarouge

P8070/US CodeWEB: 10021296/22376

ÉPARGNEZ 20\$
➔ **149⁹⁹**

Tourelle de 100 CD enregistrables

- Accepte une vitesse d'écriture jusqu'à 40x
- Capacité de 80 minutes / 700 Mo

100PC/CD-R CodeWEB: 10021483

ÉPARGNEZ 15\$
➔ **34⁹⁹**
APRÈS RABAIS

49,99\$ - 10\$ remise postale
- 5\$ rabais instantané = 34,99\$

TOSHIBA

Intel® Pentium® 4 à 2,8 GHz

- Mémoire DDR de 512 Mo
- Disque dur de 60 Go
- Graveur pour DVD enregistrable et ré-inscriptible (brûleur de DVD)
- Écran d'affichage SXGA ACL de 15 po 2450-P40

CodeWEB: 10026034/5718/0

En grande PRIMEUR

LE CERCLE

ÉPARGNEZ 100\$
➔ **399⁹⁹**

Offert dans les succursales sélectionnées et en ligne à www.FUTURESHOP.ca

Pioneer

Graveur interne de DVD ré-inscriptibles

- Vitesse d'écriture de DVD de 4x, de réécriture de 2x
- Vitesse de lecture de DVD jusqu'à 12x • Vitesse d'écriture de CD de 16x, de réécriture de 8x
- Vitesse de lecture de CD de 32x • DWR-A05 CodeWEB: 10023711

ÉPARGNEZ 100\$
➔ **399⁹⁹**

Easy CD & DVD Creator 6

THE DIGITAL MEDIA SUITE

PLATINUM EDITION

Paquet de 50 CD ré-inscriptibles (Valeur de 299\$ - 10024010)

Easy CD & DVD Creator 6

- Capturez, organisez, éditez, gravez et partagez de la musique, des données, des photos et de la vidéo

CodeWEB: 10025621

ÉPARGNEZ 100\$
➔ **99⁹⁹**

14 magasins pour vous servir y compris:

Ste-Dorothée 940, Autoroute Chomedey-Ouest (450) 689-8130	Mascouche 113, Montée Masson (450) 966-9343	Lachenaie 790, Montée des Pionniers (450) 470-9636	Forum Pepsi 2313, Rue Ste-Catherine Ouest (514) 228-0135
--	--	---	---

Notre garantie des plus bas prix*

Nous battons tout prix annoncé.

Voir détails en magasin.

En grande PRIMEUR

LINKSYS

Routeur à large bande sans fil Wireless-G (11/54 Mb/s) avec 4 ports

- Vitesse de transfert des données de 54 Mb/s
- 5 fois plus rapide que les appareils à 11 Mb/s (802.11b)
- Compatibilité rétroactive avec les appareils à 802.11b
- Garantie limitée d'un an

WRT54G CodeWEB: 10025695

ÉPARGNEZ 30\$
➔ **209⁹⁹**
APRÈS RABAIS

239,99\$ - 15\$ remise postale
- 15\$ rabais instantané = 209,99\$

Étui gratuit en remise postale

SONY

Appareil photo numérique

- 2,0 méga-pixels • Mise au foyer automatique multi-points en trois zones
- Format ultra compact • Mode cinéma MPEG

DSL020 CodeWEB: 10022101

ÉPARGNEZ 30\$
➔ **419⁹⁹**

SONY

Caméra numérique Digital8

- Viseur couleur à ACL de 2,5 po • Zoom optique de 20x et numérique de 700x
- Stabilisateur SteadyShot™ • Fonction pour prises nocturnes NightShot™

DKR-TRV250 CodeWEB: 10025727

ÉPARGNEZ 30\$
➔ **699⁹⁹**

Rio AUDIO

Lecteur MP3 de 20 Go avec radio FM

- Disque dur interne de 20 Go
- Syntoniseur FM intégré
- Très grand affichage rétroéclairé
- Piles rechargeables au lithium-ion

R10T CodeWEB: 10014408

Valeur de 500\$

ÉPARGNEZ 100\$
➔ **329⁹⁹**

SONY

Baladeur à mini-disque pour réseau

- Écoutez plus de 5 heures de musique sur 1 seul disque
- Lien USB PC Link pour l'enregistrement de MP3
- Affichage à ACL avec texte
- Piles rechargeables et bureau de recharge

MZNP707s CodeWEB: 10013307
LES COULEURS PEUVENT VARIER SELON LES SUCCURSALES

ÉPARGNEZ 70\$
➔ **329⁹⁹**

Une offre par client, aucun détaillant, ne peut être jumelée à une autre promotion, ne s'applique pas aux achats antérieurs. Voir détails en magasin.

EXPÉDITION GRATUITE tous les jours

➔ **FUTURE SHOP.ca**

Prix et produits en vigueur du 5 au 11 mars 2003.

Une offre par client, aucun détaillant, ne peut être jumelée à une autre promotion, ne s'applique pas aux achats antérieurs. Voir détails en magasin.

*Sur approbation du bureau de crédit pour les achats effectués avec votre carte Future Shop. Les offres de financement prolongé ne s'appliquent pas aux achats effectués à FUTURESHOP.ca. Il faudra effectuer un achat d'au moins 249,00 \$ pour bénéficier de l'offre «aucun intérêt». Pour nos options «aucun intérêt»; l'intérêt est calculé tous les mois au taux de 28,8 % et sera éliminé à condition que: (1) les mensualités minimales soient versées et (2) le solde soit payé d'ici la fin de la période couvrant l'offre sans intérêt. Pour nos options «aucun paiement, aucun intérêt»; l'intérêt est calculé tous les mois au taux de 28,8 % après la fin de la période couvrant l'offre sans intérêt. Pour nos options «aucun intérêt», une mensualité sera débitée sur votre compte jusqu'à la fin de la période couvrant l'offre sans intérêt et celle-ci sera payable au complet avant la date d'échéance mensuelle. Tous les prix et paiements sont sujets aux taxes applicables. Les taxes applicables doivent être payées lors de l'achat, sauf pour notre option «aucun intérêt pendant 90 jours». Le Client convient de verser tous les mois toutes les sommes en souffrance au Compte plus un paiement mensuel minimum (arrondi au dollar supérieur) correspondant soit à 3 % du solde au moment de la facturation, soit à dix dollars (10,00 \$), selon la plus élevée de ces sommes (le «Paiement Minimum»). Le Client peut en tout temps rembourser le solde impayé, en partie ou en entier. **POLITIQUE D'EXACTITUDE DES PRIX:** Si le prix enregistré à la caisse est plus élevé que le prix annoncé, le plus bas prix prévaut. Si cette erreur porte sur un article dont le prix annoncé est de 10 \$ ou moins, nous remettrons au client l'article gratuitement. Pour un article de plus de 10 \$, nous consentirons un rabais de 10 \$ sur le prix corrigé de l'article. Certaines conditions s'appliquent, voir les détails en magasin. **POLITIQUE PUBLICITAIRE:** Là où des rabais ou crédits de programmation sont indiqués, toutes les taxes devant s'appliquer sont calculées et doivent être payées sur le prix avant rabais ou crédit. Les frais d'affranchissement appropriés doivent être payés pour les remises postales. Les remises payables en dollars américains sont sujettes aux fluctuations dans la valeur des devises et peuvent faire l'objet de frais de traitement par les banques canadiennes. Future Shop n'est pas responsable des remises postales des fabricants. La disponibilité des produits varie selon le magasin. © 2002, Future Shop Ltée. Tous droits réservés. Le présent document ne peut être reproduit ni en tout ni en partie, ceci incluant l'information sur les prix, sous quelque forme que ce soit et par quelque procédé que ce soit sans l'autorisation écrite de Future Shop. Les prix, produits et offres annoncés par l'Interboutique de notre site web peuvent différer de ceux offerts dans les magasins Future Shop. **AÉROPLAN:** MD Aéroplan est une marque déposée de Société en commandite Aéroplan. Les achats de certificats et de cartes-cadeaux ne donnent pas droit à des milles Aéroplan; néanmoins, les achats effectués avec ces derniers le peuvent. Les milles Aéroplan sont calculés avant taxes. **INTEL:** Intel, le logo «intel inside», Pentium et Celeron sont des marques déposées ou des marques de commerce de la corporation Intel ou de ses filiales aux États-Unis et dans d'autres pays.