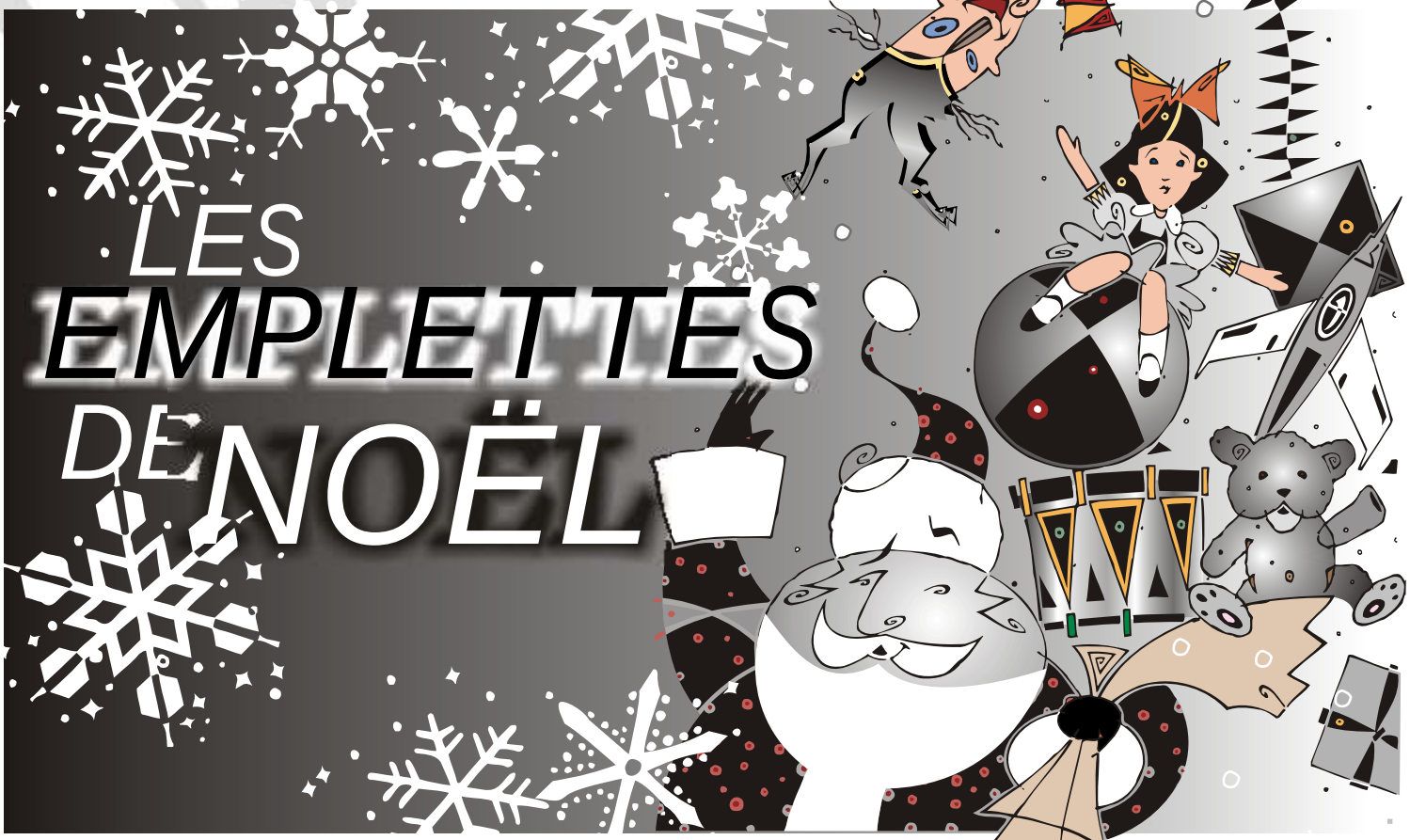
Impératif français
C.P. 449, succ. Aylmer
Gatineau (Québec) J9H 5E7

Ensemble



CE N'EST PAS LE CHOIX QUI MANQUE!

Cette année, tous mes cadeaux sont en français!

Impératif français profite du début de la période des emplettes de Noël pour lancer une vaste campagne de francisation en rappelant qu'il ne peut exister une seule bonne raison d'encourager des fabricants ou des commerçants qui ne respectent pas leurs clients… Pour ce qui est des magasins de détail, ce n'est pas le choix qui manque!

Impératif français rappelle que le père Noël parle très bien français et invite la population, en cette période des emplettes de Noël, à encourager les établissements commerciaux qui offrent un excellent service à la clientèle en français… Dans ces établissements, l'excellence signifie que tout ce qui est important pour le client se passe en français : l'accueil, l'affichage, la raison sociale, les dépliants, les catalogues, les brochures, les sites Web, la musique ambiante et la langue de travail. Tout y est en français!

Vousvoudrez aussi profiter de l'occasion pour acheter des produits d'ici… dont l'étiquetage, les modes d'emploi, les certificats de garantie sont rédigés en français et sans faute.

Dans le domaine de l'informatique et des communications, **Impératif français** recommande de porter une attention particulière à la langue des logiciels, des claviers d'ordinateur, des répondeurs, des jeux vidéo électroniques, des systèmes d'exploitation et autres produits semblables.

Les emplettes de Noël, une occasion d'offrir la langue française en cadeau! Et d'encourager les établissements d'ici qui offrent un bon service (en français) à leur clientèle.

Et une fois parti, aussi bien le faire en tout temps!

Reproduction et diffusion hautement recommandées

GATINEAU, VILLE QUÉBÉCOISE OU ONTARIENNE?

Une campagne promotionnelle du français s'impose!

Jean-Paul Perreault, président

Impératif français demande au gouvernement du Québec et à la Ville de Gatineau de participer à une campagne de promotion de la langue et de la culture d'expression française en Outaouais. Cette campagne est rendue nécessaire afin de contrebalancer les campagnes publicitaires en anglais qui visent à attirer des anglophones à Gatineau.

Le 3 juin dernier, **Impératif français** dénonçait par communiqué les campagnes d'anglicisation et d'*ontarionisation* de Gatineau et de tout l'Outaouais.

Un article récent du journal *Le Droit* du jeudi 30 septembre 2004 nous apprend qu'un regroupement veut remettre ça, en beaucoup plus grand et de surcroît avec votre argent : « un regroupement de constructeurs, de représentants de l'immobilier et de gens d'affaires de Gatineau demandera à la Province et à la Ville de participer à une campagne de promotion de 5 millions $ sur cinq ans. Le but : convaincre davantage d'Ontariens de s'établir au Québec… », sans égard à la fragile situation culturelle de la région!

Le regroupement formé de l'Association provinciale des constructeurs d'habitation du Québec en Outaouais, de l'Association de la construction du Québec, de la Chambre immobilière de l'Outaouais et de la Chambre de commerce de Gatineau va jusqu'à demander à Québec et à la Ville de Gatineau d'investir chacun 300 000 $ par année pendant cinq ans de vos taxes et impôts dans cet effort d'anglicisation et d'*ontarionisation* de la région. Le maire de Gatineau, M. Yves Ducharme, a déclaré pour sa part recevoir « très favorablement la demande » du regroupement.

Aucun souci du fragile équilibre linguistique et culturel de l'Outaouais. Seuls les profits des membres des associations qui font partie de ce regroupement importent. Nulle part, on ne se préoccupe de la situation culturelle particulière de Gatineau et de l'Outaouais.

Il est probable que cette campagne, comme à l'habitude, sera lancée en anglais. Pourquoi ne pas lancer cette campagne uniquement en français afin d'attirer de nouveaux résidents de toutes origines qui viendraient bâtir un Outaouais français, un Outaouais québécois?

Nous vous invitons à vous opposer auprès des élus à ce coup de force contre l'environnement français de Gatineau et de l'Outaouais.

GATINEAU ET L'OUTAOUAIS MENACÉS

Il est pressant d'agir!

Selon un article publié dans *The Ottawa Citizen* du samedi 13 novembre, le gouvernement du Québec envisagerait sérieusement d'utiliser vos impôts et vos taxes pour financer des campagnes de séduction destinées à enrichir quelques promoteurs immobiliers.

Toujours selon le même article, la Ville de Gatineau n'aurait pas encore décidé de sa participation à la campagne. Certains conseillers municipaux hésiteraient à appuyer cette utilisation douteuse des fonds publics et pourraient refuser de financer ces campagnes de séduction si la population le leur indique. À vous de leur dire!

Pour sa part, M. André Levac, le conseiller municipal le plus en faveur d'une anglicisation encore plus poussée de Gatineau, appuie ces campagnes de promotion en anglais destinées aux Ontariens : *« Concillor André Levac said Gatineau should advertise in English… »* et d'ajouter *« In Aylmer, everything is done in both languages* (entendre en anglais!). *That is why a lot of English families come there. »* M. Levac est conseiller municipal de l'ex-Ville d'Aylmer où la communauté anglophone voit son importance s'accroître de 22 % grâce à l'assimilation des francophones et des allophones dont les taux d'anglicisation, respectivement de 6,6 % et 45 %, sont parmi les plus élevés de l'ensemble du Québec.

Les taxes et les impôts des contribuables gatinois et québécois financeraient les deux tiers des coûts de ces campagnes dont les coûts seraient, selon le président de la Chambre de commerce de l'Outaouais, Martin Lacasse, d'un million de dollars annuellement pour les cinq à sept prochaines années : *« Martin Lacasse, President of the Outaouais Chamber of Commerce, said supporters of the campaign expect to spend $1 million a year for five to seven years to persuade people moving to the national capital region to settle in Gatineau. »*

Faites connaître votre opposition à l'utilisation des fonds publics pour financer des campagnes promotionnelles destinées à enrichir quelques promoteurs immobiliers dont les effets seront, de surcroît, de défranciser davantage l'Outaouais.

Et puisque le gouvernement du Québec semble prêt à accompagner aveuglément la démarche mercantile des promoteurs, il ne faudrait pas oublier de signifier notre désaccord aux députés de l'Outaouais au sujet d'une si outrancière utilisation des fonds publics. Non à l'anglicisation de l'Outaouais avec nos impôts!

TROP, C'EST TROP!

À la réunion du conseil municipal de Gatineau du mardi 12 octobre dernier, le maire M. Yves Ducharme a tenu des propos irresponsables, encourageant même l'illégalité et la fraude fiscale. Il a déclaré que la Ville pouvait difficilement agir à l'endroit des Ontariens qui vivent au Québec ayant toujours leur immatriculation et permis de conduire ontariens afin de se soustraire à leur obligation de payer leurs impôts au Québec.

L'obsession du maire à vouloir, peu importe les conséquences, développer la ville de Gatineau au profit de ses bons amis promoteurs immobiliers - ce qui est déjà inacceptable - ne justifie pas pour autant qu'il encourage l'illégalité et la fraude.

Le Code de la sécurité routière est clair. Ils ont jusqu'à 90 jours pour changer leur immatriculation et pour obtenir un permis de conduire du Québec. Pas un an, pas deux ans, pas cinq ans, pas dix ans, mais 90 jours, Monsieur le maire! Pas un jour de plus!

Le Service de police de Gatineau ne fait pas son travail dans ce domaine. Serait-ce parce que le maire et quelques conseillers municipaux ne veulent pas nuire à certains de leurs bons amis promoteurs immobiliers?

Serait-ce toujours la même logique municipale qui les conduit à vouloir financer à l'aide de nos taxes des campagnes promotionnelles en anglais destinées au marché ontarien?

Richard Lalonde

Gatineau

BIENVENUE À TOUS!

Lettre ouverte au journal LeDroit

Jean-Paul Perreault, président

M. Pierre Jury
Le Droit
Editorial@ledroit.com

Bienvenue à tous ceux, sans exception, qui veulent bâtir un Outaouais français…

Dans votre éditorial du 14 octobre dernier, « Welcome, Ontarians! », vous passez sous silence les deux principaux commentaires et la principale demande d'Impératif français concernant les campagnes promotionnelles en anglais lancées dans les médias de langue anglaise pour inviter principalement les anglophones à venir vivre à Gatineau.

Le médium est le message! Nous avons dit à cet égard que ces campagnes promotionnelles destinées à enrichir les promoteurs devaient être en français et diffusées par les médias de langue française. Ces campagnes en français doivent inviter en français tous ceux et toutes celles, sans distinction, qui sont intéressés à venir vivre à Gatineau. Le médium étant le message, si vous invitez tout le monde en français, vous rejoindrez ainsi ceux et celles de toutes origines qui auront davantage le goût de contribuer à développer un Outaouais français. La spécificité culturelle de la région oblige! Vous dites « Welcome Ontarians! », nous préférons être davantage accueillants et ouverts, et dire à l'intention de tous « Bienvenue à tous! »

Nous avons aussi soulevé la pertinence pour la Ville de Gatineau et autres institutions publiques québécoises d'utiliser nos taxes et nos impôts pour subventionner les campagnes promotionnelles en anglais destinées à enrichir les promoteurs privés du secteur immobilier. Si la Ville accepte de subventionner ces campagnes, elle devra demain aussi le faire pour d'autres intérêts privés, par exemple les restaurateurs, les hôteliers, les centres de ski, les terrains de golf, etc. Nous ne croyons pas que ce soit les raisons pour lesquelles nous versons des taxes et impôts.

Nous avons aussi demandé au conseil municipal de participer à une campagne en français de promotion de la langue et de la culture d'expression française en Outaouais, destinée à tous, rendue combien nécessaire afin de contrebalancer les conséquences de toutes ces campagnes publicitaires en anglais lancées depuis quelques années, certaines même financées par nos taxes! Nous sommes toujours en attente d'une réponse!

En bref, nous disons : nos taxes, nos impôts et nos institutions doivent servir au renforcement et au développement du caractère français de Gatineau et non au financement de campagnes promotionnelles défrancisantes destinées à enrichir davantage certains promoteurs.

CONVENTION SUR LA DIVERSITÉ CULTURELLE

« Pour l'instant, des vœux pieux! »

Le libellé de l'article 19 de l'*Avant-projet de Convention sur la diversité des contenus culturels et des expressions artistiques* étudié actuellement à l'UNESCO se lit comme suit :

Article 19 Relations avec les autres instruments

Variante A

1. Rien, dans la présente Convention, ne peut être interprété comme portant atteinte aux droits et obligations des États parties au titre de tout instrument international existant relatif aux droits de propriété intellectuelle auxquels ils sont parties.
2. Les dispositions de la présente Convention ne modifient en rien les droits et obligations découlant pour un État partie d'un accord international existant, sauf si l'exercice de ces droits ou le respect de ces obligations causait de sérieux dommages à la diversité des expressions culturelles ou constituait pour elle une sérieuse menace.

Variante B

Rien, dans la présente Convention, ne modifie les droits et obligations des États parties au titre d'autres instruments internationaux existants.

Impératif français **est donc très inquiet**.

En effet, sans être des experts, il appert qu'à la lecture de cet article crucial de l'instrument juridique international qui doit mettre nos mesures de protection et de promotion culturelles à l'abri des intérêts mercantiles hégémoniques étatsuniens, la Convention sur la diversité culturelle propose la déclaration de principes.

Une belle intention. Or, l'enfer en est pavé.

Il est heureux que le 6 octobre dernier, les ministres québécoises de la Culture et des Communications et des Relations internationales, Mmes Line Beauchamp et Monique Gagnon-Tremblay, nous aient rappelé, dans un texte publié dans *Le Devoir* : « Nous défendons activement le projet d'une convention qui consacrera le droit des États et des gouvernements de soutenir la culture par leurs politiques, grâce à l'élaboration d'un droit applicable en matière de culture, **non subordonné au droit commercial et assorti de mécanismes de règlement des différends** (nous soulignons). Il est également heureux que la ministre fédérale du Patrimoine canadien, Mme Liza Frulla ait **ENFIN** reçu un appui de la part des ministres des Affaires culturelles des provinces canadiennes-anglaises, fin octobre, dans l'effort que mène actuellement les États québécois et canadiens pour obtenir une telle convention.

Mais la course à obstacles que nous devons livrer d'ici décembre 2005, date prévue de l'adoption de la convention par l'UNESCO, requiert des mesures nettement plus énergiques que l'adoption de résolutions favorables.

Où est le plan? Où est l'argent? Où sont les ressources humaines?

Jean-Paul Perreault

BRUSSELS SOUTH CHARLEROI AIRPORT

… accueille deux *low-cost* polonaises!

La Région wallonne finance la construction de l'aérogare de l'aéroport de Bruxelles qui pourtant affiche sa raison sociale « Brussels South Charleroi Airport » uniquement en anglais comme en témoignent la photo et l'article suivants extraits de la revue *W+B* de juin 2004.

Texte extrait de la revue *W+B* (Wallonie/Bruxelles) éditée par la Communauté française de Belgique et la Région wallonne :

Ryanair devra d'ici peu partager la piste de Charleroi avec de nouvelles compagnies low-cost (*sic*) polonaises, qui assureront des vols vers Katowice, Varsovie et Budapest.

Ryanair assure 95 % de l'activité de l'aéroport de Charleroi qui, en 2003, a battu un record de fréquentation de 1,8 million de passagers.

La Région wallonne a décidé de financer la construction d'une nouvelle aérogare, à concurrence de 150 millions d'euros : le nouveau terminal devrait être mis en service en 2007 et devrait doubler la capacité de l'infrastructure.

L'élargissement de l'Europe offre de belles opportunités pour l'aéroport et pour les compagnies en provenance de ces pays.

Brussels South Charleroi Airport
www.charleroi-airport.com et bsca@charleroi-airport.com

ENSEIGNEMENT PRÉCOCE DE L'ANGLAIS

France : De la dignité et de la perspicacité, que diantre!

Concernant l'anglais… (à la suite du rapport Thélot, le gouvernement français envisage de rendre obligatoire l'anglais dès le primaire)

Si l'on veut être respecté, il convient d'abord de se respecter soi-même!

L'efficacité économique, l'ouverture et la curiosité ne seraient pas servies par l'imposition de l'apprentissage obligatoire de « l'anglais de communication » internationale… Bien au contraire, c'est le pire des mépris pour nos voisins et nos interlocuteurs!

Il faut apprendre au plus tôt des langues par tous les moyens. C'est une source de plaisir essentielle, mais svp, n'imposons pas une seule langue! et puis comme le propose Claude Hagège (linguiste, professeur au Collège de France), évitons l'anglais dans le jeune âge… Croyez-vous vraiment qu'un francophone qui maîtrise l'allemand, le russe, l'arabe ou le chinois aura du mal à baragouiner s'il le faut « l'anglais de communication international »?

Bien cordialement,

P.-S. Au-delà du désastre prévisible (une maîtrise de toute façon médiocre d'une langue imposée et la perte d'un temps précieux dans l'apprentissage de langues exigeant un effort plus réel), l'adoption de l'anglais obligatoire et précoce (à la façon du russe dans les pays du Pacte de Varsovie!) serait un message abominable donné au monde. De la dignité et de la perspicacité, que diantre!

Amis de l'étranger, sauvez-nous! Faites part de votre opinion au gouvernement français (par *mail*, lettre…)

Veuillez croire en mon respect le plus grand pour votre peuple qui, dans l'adversité, a su se montrer digne, vigilant et inventif.

De tout cœur dans votre combat,

Régis Présent-Griot
France

BUREAU EN GROS OU BUSINESS DEPOT!

Quand on écrit www.bureauengros.ca, on aboutit à la version anglaise de votre site, comme si on avait écrit www.businessdepot.ca. Est-ce une erreur?

Vous avez choisi un nom d'entreprise en français pour le marché québécois, ce qui est très bien, mais alors pourquoi diriger vers la version anglaise de vos pages Web la clientèle qui choisit de vous visiter à partir de votre site www.bureauengros.ca?
L'intervention d'**Impératif français**, de ses membres et des abonnés à son site Web a conduit à la correction de la situation décrite ci-dessus. Toutes nos félicitations à tous ceux et à toutes celles qui sont intervenus!

LA MESSE EN *FRANÇAIS*

Canada : Le prêtre suspendu de ses fonctions!

« L'aumônier n'a pas accès à la chapelle de la base ainsi qu'à son bureau, de sorte qu'il est confiné à son logement… »

L'article suivant de M. Denis Villeneuve, journaliste, est publié avec la permission du *Progrès-Dimanche* :

Chicoutimi, dimanche 26 septembre 2004 « Il existe des injustices flagrantes pour les militaires et leurs épouses qui séjournent à la Base de Cold Lake et je crois qu'il fait partie de mon ministère de dénoncer ces situations ».

C'est ce qu'a déclaré à *Progrès-Dimanche* le major Louis Turcotte, ex-aumônier de la Base de Bagotville, deux semaines après avoir été suspendu de ses fonctions par l'aumônier général de la base albertaine, Ron Bourque, pour avoir entrepris une bataille destinée à faire respecter la Loi sur les langues officielles.

Confirmant les informations divulguées la semaine dernière, l'aumônier Turcotte a déposé officiellement jeudi matin une plainte à l'ombudsman des Forces armées canadiennes afin de dénoncer la situation des militaires francophones là-bas et le traitement qu'il a eu de la responsable de l'administration de la base, Nancy Ouellet. Depuis la semaine dernière, M. Turcotte n'a pas accès à la chapelle de la base ainsi qu'à son bureau, de sorte qu'il est confiné à son logement.

M. Turcotte mentionne que tout a débuté en juin dernier à la suite de sa mutation à Cold Lake. « À l'époque, on m'a expédié une lettre de nomination et de bienvenue uniquement en anglais. J'ai retourné la lettre au Bureau des langues officielles en indiquant qu'elle aurait dû être adressée également en français. » […]

Le prêtre Turcotte se sent justifié d'intervenir puisque les droits des francophones de recevoir des services en français ne sont pas respectés. Alors que l'affichage indiquant les services est bilingue sur les murs de la base, M. Turcotte note qu'il est impossible de recevoir des services en français pour les personnes qui cherchent du logement, au bureau de poste et ailleurs. « Il n'y a pas de médecin bilingue. La femme de militaire unilingue qui va au bureau de poste pour faire peser un colis ou recevoir d'autres services peut se faire avoir. On dirait que de recevoir des services dans les deux langues officielles, ça se fait uniquement au Québec » […]
Le padre Turcotte rappelle que les forces armées ont produit un document destiné aux militaires intitulé *Notre contrat avec vous* dans lequel il est spécifié que tous les militaires ont le droit d'avoir des services médicaux dans leur langue. […]

Extraits d'un article de *L'actualité* du 15 octobre 2004 :

WAL-MART À LA DÉFENSE DU FRANÇAIS? Oui, et sa politique a eu pour effet d'inciter d'autres chaînes de magasins à faire de même.

Pratiques publicitaires discriminatoires!

Nous publions à la fin de ce texte un extrait d'un article de *L'actualité* du 15 octobre 2004 où il est fait mention des efforts de Wal-Mart pour respecter la diversité culturelle mondiale incluant, bien sûr, la francophonie. Sauf que cet article passe sous silence les pratiques publicitaires aussi dissymétriques que discriminatoires, et en tout état de cause, inacceptables de Wal-Mart.

Selon qu'elle s'adresse au marché canadien ou au marché québécois, la compagnie Wal-Mart recourt à l'unilinguisme anglais ou au bilinguisme, pratiquant ainsi une politique publicitaire du type « deux poids, deux mesures ».

Par exemple, sa publicité commerciale, notamment ses cahiers publicitaires, est unilingue anglaise lorsqu'elle est destinée au marché ontarien et bilingue pour le marché québécois.

Il va sans dire que si Wal-Mart juge approprié de solliciter les consommateurs uniquement en anglais au Canada hors Québec, elle devrait, de la même façon, ne s'adresser aux consommateurs québécois qu'en français. Non, pas du tout, cette société qui semble trouver facilement les ressources humaines et financières pour confectionner des versions bilingues à l'intention des anglophones du Québec, ne trouve plus un cent à dépenser quand vient le temps de desservir les francophones du reste du Canada.

Dans le cadre de ses programmes de francisation des entreprises, l'OQLF devrait intervenir auprès des nombreuses compagnies qui, comme Wal-Mart, adoptent des pratiques de mise en marché « deux poids, deux mesures » afin qu'elles cessent d'angliciser le Québec au moyen de circulaires

Les probabilités de trouver un produit portant une étiquette « Made in Turkey Fabriqué en Dinde » dans un des 44 magasins Wal-Mart du Québec sont bien minces. Car à Wal-Mart, 12 traducteurs s'affairent, entre autres choses, à scruter les emballages des 80 000 produits offerts par la chaîne. Si les inscriptions n'y figurent pas dans un français impeccable ou ne sont pas de la même taille qu'en anglais , l'article est retiré illico des rayons.

« Les fournisseurs sont prévenus : ils sont tenus de soumettre des emballages bien traduits s'ils veulent faire des affaires avec nous », dit Louise Ziliani, chef du Service de la traduction et présidente du comité de francisation.

Les efforts de cette société ont été maintes fois récompensés par l'Office québécois de la langue française (OQLF). Le prix du Mérite du français reçu en 2003 (ex æquo avec Sony Canada) est d'ailleurs bien en vue dans le bureau du grand patron de Wal-Mart Canada, le Québécois Mario Pilozzi, à Mississauga. « Pour l'entreprise, servir les gens dans leur langue s'inscrit dans une logique de fidélisation de la clientèle, explique Louise Ziliani. Partout dans le monde, en Allemagne comme au Mexique, les consommateurs de Wal-Mart ont droit aux mêmes égards en matière linguistique. »

Note d'Impératif français Toutes nos félicitations à Wal-Mart pour ce qui précède, sauf que nous tenons à rappeler à l'OQLF que les pratiques publicitaires « deux poids, deux mesures » sont carrément inacceptables et que, dans le cas des cahiers publicitaires, la politique linguistique de Wal-Mart ne devrait vraiment pas servir d'exemple!

LE FRANÇAIS, LANGUE COMMUNE

Dans une lettre adressée au conseil municipal de Gatineau et publiée dans *Le Droit*, le directeur général des *West Quebecers*, M. Richard Henderson, utilise des sophismes et répand des faussetés pour banaliser le français.

Question de mieux manipuler les cerveaux, il confond intentionnellement les responsabilités linguistiques des institutions fédérales avec celles des institutions québécoises qui ont, pour leur part, le devoir et la responsabilité de faire du français au Québec la langue commune, la langue de partage, la langue de convergence et d'inclusion, qui rassemble tous les citoyens, sans exception, quelles que soient leur origine ou leur langue.

Contrairement à ce qu'il affirme, les concours et jeux-questionnaires à l'occasion du *30e anniversaire de la fondation de la bibliothèque de Hull* s'adressaient justement à tous les citoyens de toutes langues et de toutes origines puisqu'ils étaient offerts et annoncés dans la langue commune des Québécois, le français. Il est évident, sauf pour lui, que ce concours s'adressait à tous sans exception et que tous étaient invités à y participer.

De plus, face à l'hégémonie culturelle anglo-saxonne, l'UNESCO envisage d'adopter une convention pour protéger la diversité culturelle mondiale. À la lumière des statistiques sur l'assimilation et l'acculturation des francophones, les institutions québécoises et davantage celles de l'Outaouais ont le devoir de protéger et de promouvoir la langue française et la culture québécoise, deux grandes valeurs que nous invitons les citoyens de toutes origines à partager, défendre et promouvoir.

PRÉJUGÉS ET RACISME ANTI-QUÉBÉCOIS

Vous trouverez ci-dessous la réponse de Charles Durand aux propos racistes suivants de Sebastian Anders, président du groupe Canadians for Language Fairness.

Propos de Sebastian Anders, Canadian for Language Fairness :

Les Canadiens, c'est-à-dire ceux qui habitent le reste du Canada et les quelques-uns qui n'ont pas encore eu le courage de quitter le Québec, en ont ras le bol des conneries de Bernard Landry, des séparatistes, des nationalistes et des anti-non-francophones (*sic*).

Nous attendons avec impatience un nouveau référendum, parce que la prochaine fois que les « péquistes », les bloquistes et tous les autres Anti-Canadiens se mettront à l'œuvre pour obtenir l'indépendance pour le Québec, nous serons là pour vous aider avec le « Oui ». Nous vous aiderons à devenir indépendants à l'intérieur des frontières que nous vous accorderons.

Nous vous aiderons même à faire vos bagages. Nous serons enfin débarrassés de vos enfantillages, de vos entêtements, de vos crises, de vos exigences, de vos caprices, de vos propagandes […]. Pendant trop longtemps, vous vous êtes comporté (*sic*) comme des vampires en suçant le sang des autres provinces, en exigeant des sommes exhorbitantes (*sic*) pour vous maintenir dans un style de vie auquel vous n'avez pas droit parce que vous n'avez pas la force d'âme pour développer votre propre économie.

Réponse de M. Charles Durand, auteur de *La nouvelle guerre contre l'intelligence*

Ce texte représente bien les dispositions des Canadiens anglais à l'égard du Québec. Depuis des décennies, voire depuis 1760, les mêmes préjugés ont été entretenus par la communauté anglophone vis-à-vis du Québec. Le Québécois est un attardé, un inférieur, un gueulard. Bien que les sociétés industrielles canadiennes phares soient maintenant des sociétés québécoises, dans la psyché canadienne-anglaise, le Québécois ne sait toujours pas travailler. Il vit en parasite sur le reste du Canada, il est paresseux. Grâce aux Canadiens anglais, il a pu s'élever un peu dans l'échelle des sociétés, mais à peine.

Tout cela a été merveilleusement décrit par Normand Lester dans ses trois tomes du *Livre noir du Canada anglais*. Ceux qui ne connaissent pas le Canada ont du mal à croire l'authenticité de ce qui est écrit dans ce livre ou bien ils prennent son auteur pour un fanatique farouchement anti-anglais. Pourtant, tout ce qu'il a dit est rigoureusement exact. Les préjugés et le racisme vis-à-vis des Québécois sont plus vivants que jamais. Comment les Canadiens anglais ont-ils pu rester sur des positions aussi archaïques, aussi contraires à la réalité observable? Comment ce type de disposition mentale a-t-il pu se pérenniser alors que l'on a tendance à croire que les pays anglo-saxons sont les plus perméables aux idées nouvelles et que les sociétés anglophones évoluent mieux et plus vite que les autres?

Les stéréotypes vis-à-vis du monde anglo-saxon demeurent eux aussi. On ne se rend pas compte du décalage immense entre la réalité et la perception que l'on en a. Depuis que les nations anglophones semblent croire que leur idiome est devenu la *lingua franca* de la planète et qu'elles ont dispensé leurs citoyens de l'étude des langues étrangères, des observateurs, anglo-saxons la plupart du temps, ont dénoncé l'isolation progressive de leurs pays respectifs par rapport aux grands courants de pensée mondiaux en dépit d'Internet et des autres moyens de communication instantanée. Malgré l'étendue de leurs réseaux de communication, le déphasage d'opinion et de perception entre les Anglo-Saxons (à quelques exceptions près pour l'Australie et l'Angleterre) et le reste de la planète non anglophone se creuse de plus en plus, comme on peut facilement le constater avec leur interprétation de la situation irakienne. La diffusion internationale de l'anglais a eu pour effet inattendu d'enfermer les États-Unis dans un véritable ghetto à partir duquel ils ne comprennent strictement plus rien aux événements planétaires. Les bourdes, bévues, bavures et inepties qu'ils commettent actuellement en politique internationale en sont la meilleure preuve.

PRIX D'EXCELLENCE LYSE-DANIELS, PRIX CITRON ET PRIX COCO APPEL DE CANDIDATURES

En hommage à sa fondatrice, Mme Lyse Daniels, **Impératif français** décerne chaque année le *prix Lyse-Daniels* à des personnes, des entreprises ou des organismes qui se distinguent par leur contribution à la promotion de la langue française et des cultures d'expression française.

De plus, chaque année, **Impératif français** attribue le *prix Citron* et le *prix Coco* à des organismes ou des entreprises qui ont besoin d'être sensibilisés à la quantité ou à la qualité des services offerts en français.

Les membres du jury choisiront les lauréats et lauréates parmi les candidatures reçues d'ici le 28 février 2005. Afin que ces prix conservent et accroissent la renommée qu'ils ont déjà, il est essentiel que le jury reçoive de bonnes candidatures. Veuillez donc nous faire part des noms, accompagnés des motifs de votre choix, par télécopieur au (819) 684-5902 ou par courriel à Imperatif@imperatif-francais.org.

Impératif français décernera ses prix le dimanche 20 mars 2005 dans le cadre du déjeuner-causerie soulignant la *Francofête* où des invités et des artistes de prestige seront présents pour la circonstance.

Renseignements : **Impératif français**, (819) 684-8460 ou
Laurette Bergeron
Coordonnatrice du jury
Tél. : (819) 684-6347
Imperatif@imperatif-francais.org

LE FINANCEMENT D'IMPÉRATIF FRANÇAIS

Afin de permettre à **Impératif français** d'atteindre ses objectifs, vous êtes invités à contribuer de diverses façons au financement de l'organisme.

Il est maintenant de devenir membre ou de faire un don en ligne à partir de notre site Web à l'adresse www.imperatif-francais.org. Merci!

1. **Adhésion à** Impératif français **:** il suffit de remplir la fiche d'adhésion.

2. **Don en argent :** somme déterminée versée directement à l'organisme.

3. **Don en nature :** biens mobiliers ou immobiliers remis à l'organisme.

4. **Assurance-vie :** à votre décès, le capital assuré sera versé à **Impératif français** si vous nommez l'organisme comme bénéficiaire dans votre police d'assurance ou dans votre testament.

Clause d'assurance au testament : « Je désigne l'organisme **Impératif français** bénéficiaire du produit de la police d'assurance que j'ai prise sur ma vie avec la compagnie…, et portant le numéro… »

5. **Legs testamentaire :** prévoir une clause à votre testament.
N'hésitez pas à communiquer avec nous au (819) 684-8460 ou par courrier électronique à imperatif@imperatif-francais.org pour toutes questions relatives aux dons ou legs que vous désirez faire.

LES INSTITUTIONS FÉDÉRALES

Monsieur Jean-Paul Perreault
Impératif français

La présente donne suite à votre plainte concernant le site Web de Sport Quest Canada qui était en anglais seulement.

Sport Quest Canada, qui était sous la responsabilité du Centre canadien de ressource d'information de sport, n'existe plus. Le site Web officiel de ce dernier, un organisme multisport subventionné par Patrimoine canadien, est cependant accessible dans les deux langues officielles. On retrouve maintenant la version française à www.sportcanadien.com et la version anglaise à www.canadiansport.com.

Je vous remercie d'avoir porté cette plainte à notre attention. Les plaintes que nous recevons du public nous aident à assurer l'égalité des deux langues officielles du Canada dans les institutions fédérales.
Marie-Hélène Rony, enquêteure
Commissariat aux langues officielles

www.imperatif-francais.org
Secretariat@imperatif-francais.org

Fiche d'adhésion (à découper et à retourner)

Fiche d'adhésion (à découper et à retourner)

Nous acceptons des dons

Impératif français
C. P. 449, succ. Aylmer, Gatineau (Québec) J9H 5E7
(819) **684-8460**
www.imperatif-francais.org
Secretariat@imperatif-francais.org

Nom : _____ Prénom : _____

Adresse : _____ Code postal : _____

Téléphone au domicile _____ téléphone au travail _____ télécopieur _____

- ❍ adhésion
- ❍ renouvellement

- ❍ particulier 12 $
- ❍ organisme 40 $

- ❍ don (..... $)
- ❍ total (..... $)

signature _____ date _____ Courriel _____