L'hiver, c'est un plaisir

VIVIANE ROY
collaboration spéciale

Si l'hiver arctique de l'an dernier fut l'un des plus pénibles, il a tout de même permis à certains boutiquiers d'enregistrer des ventes records.

«Les consommateurs sont plus prévoyants, indique Martine Nadeau, de la boutique La Cordée. Les ventes de manteaux d'hiver ont débuté plus tôt, dès le mois d'octobre. Nous avons d'ailleurs connu une augmentation des ventes d'environ 20 p. cent. Les gens ne voulaient pas répéter la mauvaise expérience de l'année dernière quand ils se présentaient à la boutique par des froids de 30 degrés Celcius sous zéro et qu'on n'avait plus rien en stock!»

Les modèles qui se vendent bien à La Cordée sont les manteaux de ville de Chlorophylle, une compagnie québécoise fabriquant presque tous ses articles à Chicoutimi. Pour environ 250$, les styles classiques et unisexes *Avalanche* et *Aventure* pourront vous tenir au chaud jusqu'à -20 degrés Celcius. Et le prix du pardessus augmentera en fonction du froid qu'il pourra affronter.

SUITE A LA PAGE C2

« Les gens sont tannés de geler ! »

SUITE DE LA PAGE C 1

Chez Azimut, on vend particulièrement bien les modèles Kanuk, une autre compagnie québécoise, installée celle-là à Montréal, qui assurent une protection complète jusqu'à -35 degrés Celcius. Ces manteaux, au départ conçus pour les sportifs d'hiver ou les explorateurs du Grand Nord, s'adressent maintenant aussi bien aux hommes et aux femmes d'affaires du centre-ville. D'ailleurs, on a dessiné quelques modèles au look plus citadin à leur attention, il y a quelques années.

« Nous avons intégré dans nos manteaux les techniques que nous avions préalablement développées pour les sacs de couchage d'hiver, explique Louis Grenier, le fondateur de la compagnie. De cette façon, chaque couture est isolée ; c'est-à-dire qu'aucune ne traverse le manteau d'un bord à l'autre, évitant ainsi toute perte de chaleur. »

Des vêtements plus chauds

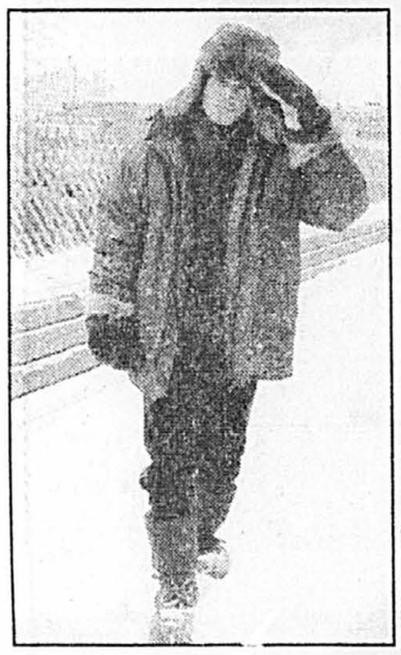
Bizarrement, la récession a avantagé des compagnies de vêtements de plein air québécois comme Kanuk, Louis Garneau ou Chlorophylle, qui, pourtant, vendent des produits assez coûteux.

« Les gens sont tannés de geler avec un petit drap de laine sur le dos, remarque Ghislain Pépin de la boutique Azimut. Ils recherchent de plus en plus des articles qui les tiendront au chaud. Dans notre clientèle, on compte aussi bien des sportifs d'hiver que des gens d'affaires. »

Les tissus luxueux et les belles coupes européennes, c'est bien beau, mais encore faut-il qu'ils tiennent au chaud l'hiver. Ça, les entreprises québécoises de plein air l'ont compris ; c'est d'ailleurs pourquoi elles investissent autant dans la recherche de produits toujours plus performants. Par exemple, avant de lancer un nouveau produit Kanuk sur le marché, ce dernier subit toute une batterie de tests qui, selon le cas, varie de trois mois à trois ans. La compagnie Chlorophylle consacre quant à elle 3,5 p. cent de ses revenus à la recherche et au développement .

« En période difficile, les gens délaissent les produits dits *mode* pour se tourner vers des produits durables et classiques, dit Louis Grenier. Ils veulent garder leurs vêtements plus longtemps. »

Elle et lui : chapeau, 30 $ chacun.



Manteau signé Chlorophylle, 299 $, à la boutique La Cordée. Pull Timberland, 180 $, chez Azimut. Pantalon, chapeau et bottes, 48 $, 30 $ et environ 100 $. Mouffles signées Harricana, 130 $

PHOTOS PIERRE McCANN, *La Presse*

À la une

Grande photo couleur

Elle : manteau signé The North Face et legging signé Louis Garneau, 545 $ et 99 $, en vente à la boutique La Cordée, 2159 rue Sainte-Catherine Est. Bottes Sorel et chapeau, environ 100 $ et 72 $, en vente chez Baron Sport, 932 rue Notre-Dame Ouest. Mouffles signées Harricana, 130 $, au Musée Pointe-à-Callière. Lui : pantalon signé Alizée, mouffles, chapeau et bottes, 48 $, 140 $, 30 $ et environ 100 $, tous en vente chez Baron Sport. Manteau signé Kanuk, 525 $, offerts chez Azimut, rue 1781 rue Saint-Denis.

Petite photo en encadré

Manteau signé Kanuk, 525 $, en vente chez Azimut. Chapeau, 30 $, chez Baron Sport. Mouffles signées Harricana, 130 $.

Elle : manteau Snow Goose et legging Alizée, 350 $ et 67 $, en vente chez Baron Sport. Mouffles signées Harricana, 130 $. Lui : manteau Snow Goose et pantalon Alizée, 350 $ chacun, en vente chez Baron Sport.

• Bally • Clarks • Rockport • Cole Haan • Sebago • Bally • Clarks •

Clarks • Rockport • Cole Haan • Sebago

Rockport • Cole Haan • Sebago • Bally

LIQUIDATION

jusqu'à 75% de rabais

SÉLECTION DE CHAUSSURES POUR HOMMES DE MARQUES RECONNUES!

(Choix de styles, jusqu'à la grandeur 16 • T.P.S. incluse)

Tony

Chaussures de qualité pour toute la famille

1346, avenue Greene, Westmount (Québec) 935-2993

Ouvert du lundi au vendredi de 7 h à 18 h, et samedi de 7 h à 17 h

Fait nº1 sur la SP

L'incidence de la sclérose en plaques au Canada compte parmi les plus élevées du monde.

Société canadienne de la Sclérose en Plaques

1-800-268-7582

donnez sang risque

La Société canadienne de la Croix-Rouge Services transfusionnels

Académie Internationale de la mode et du design

SESSION DÉBUTANT LE 3 JANVIER 1995

PRÉPAREZ VOTRE AVENIR...

• AMÉNAGEMENT D'INTÉRIEURS
• MISE EN MARCHÉ DE LA MODE
• DESSIN DE LA MODE

Approximativement 90% de nos diplômés ont trouvé un emploi

☒ Formation intensive de 16 mois (A.E.C.);
☒ Service de placement (*Montréal, Toronto*);
☒ Programme de stage (*optionnel*);
☒ Professeurs oeuvrant dans l'industrie;
☒ Service d'aide financière;
☒ Cours offerts à temps plein et à temps partiel;
☒ Cours offerts de jour et de soir.

Pour obtenir plus de renseignements, appelez le (514) 875-9777 ou, sans frais, 1 (800) 268-9777

C.P. 55, 36, Dawson, Place Bonaventure, Montréal (Québec) H5A 1A3

• MICRO-FIBRE LOUIS FERAUD (PRIX REG. $695. - $1,395.) MAINTENANT **$399. - $899.**
• MOUTON RETOURNÉ (PRIX REG. $1,695. - $2,995.) MAINTENANT **$999. - $1,999.**
• CASTOR RASÉ (PRIX REG. $4,495 - $7,995.) MAINTENANT **$2,999. - $4,999.**
• VISON FEMELLES ALLONGÉES NATUREL (PRIX REG. $7,500. - $9,500.) MAINTENANT **$3,750. - $4,750.**
• CHAT SAUVAGE (PRIX REG. $2,995. - $3,795.) MAINTENANT **$1,899. - $2,799.**

FÉRAUD • ZUKI • MOSES • MACKIE • TESO

FOURRURES

JUSQU'A 50% EN MOINS

salon ÉLÉGANCE FOURRURES

OGILVY

TROISIÈME ÉTAGE, SAINTE-CATHERINE ANGLE DE LA MONTAGNE, MONTREAL 514-842-7711 poste 222

W2184015

Fourrures à juste prix

Solde

30% et plus

sur articles sélectionnés

Desjardins depuis 1877 FOURRURES

325, boul. René-Lévesque Est, Montréal, Tél.: (514) 288-4151

Stationnement privé à l'arrière du magasin

Service complet sur les lieux: réparations, nettoyage, entrepôt.

W2185771

L'industrie de la fourrure raffole des hivers froids

■ Le retour cyclique d'hivers mordants et enneigés ne plaît pas qu'aux amateurs de ski ; l'industrie de la fourrure prévoit une saison des plus florissantes.

L'actuelle expansion de l'industrie de la fourrure canadienne émerge après quelques années d'une baisse de la demande due à la récession économique, à des hivers plus cléments, à la concurrence internationale et au mouvement dit pour le droit des animaux actif sur certains marchés.

Selon Statistique Canada, l'exportation canadienne des manteaux de fourrure a enregistré une hausse de 24 pour cent en 1993, atteignant une valeur totale de 70 millions de dollars. La tendance à la hausse s'est maintenue au cours des six premiers mois de 1994 (les plus récentes données disponibles), avec une croissance supplémentaire de 15 pour cent, comparée à la même période l'an passé.

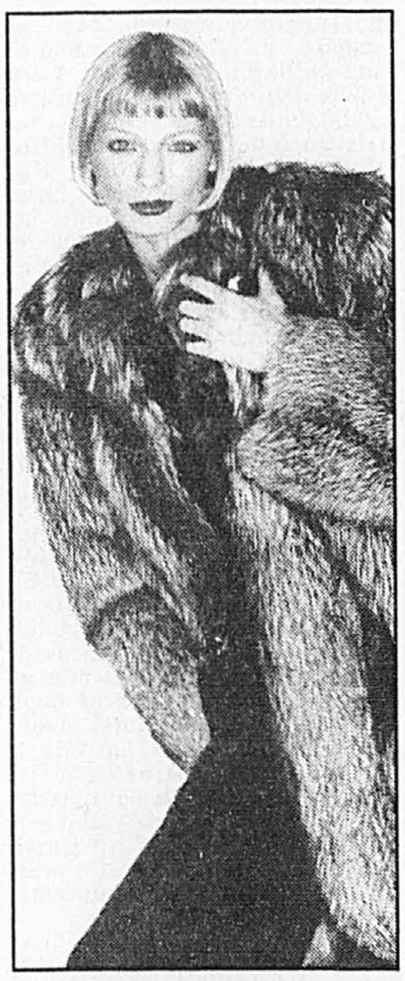
Les États-Unis demeurent le premier marché pour l'exportation canadienne des manteaux de fourrure, suivis par le Japon, Hong Kong, la Suisse, l'Allemagne et la France. Les manufacturiers en fourrure du Canada profitent d'un taux d'échange avantageux et de l'élimination des barrières tarifaires sur les articles de fourrure en vertu de l'Accord canado-américain et de l'ALENA ; les achats effectués par nos voisins américains ont grimpé de 48 pour cent l'an dernier et d'un 21 pour cent supplémentaire au cours des premiers six mois de 1994.

Un flagrant optimisme animait l'Exposition nord-américaine Fourrure et Mode 1994 (l'ENAFM de Montréal), en mai dernier alors que quelque 200 manufacturiers en fourrure et vêtements d'extérieur (dont les deux tiers sont Canadiens) étalaient leur marchandise sur une aire d'exposition élargie de 50 pour cent par rapport à l'année précédente.

Durant les quatre jours d'activités commerciales de l'ENAFM de Montréal, les manufacturiers ont effectué des transactions écrites d'une valeur estimée à plus de 100 millions.

L'ENAFM de Montréal est la foire commerciale de fourrure la plus réputée et influente en Amérique du Nord et l'une des premières en importance au monde pour la vente en gros des articles de fourrure. De ce fait, l'ENAFM de Montréal devient un véhicule de marketing indispensable aux manufacturiers en fourrure du Canada.

« Notre succès commercial est dû à des attributs typiquement



Manteau en renard Majestic Select

canadiens, soit le service, la qualité supérieure et l'innovation dans le design », affirmait Del Haylock, vice-président exécutif du Conseil canadien de la Fourrure.

« L'augmentation de 13,5 millions de dollars au chapitre des exportations l'an dernier entraîne la création de plusieurs centaines d'emplois dans le secteur manufacturier de Montréal et de Toronto. La hausse de la demande pour les articles de fourrure apporte également sa part de bonheur à nos éleveurs d'animaux à fourrure et à nos trappeurs, y compris tous les autochtones qui vivent en régions éloignées », poursuivait M. Haylock.

« Toute la structure de notre industrie doit se mettre au pas de l'émergence de nombreux produits et de la création de divers créneaux commerciaux dans un environnement global des marchés hautement compétitifs », déclarait Jerry Jacob, président du Conseil canadien de la fourrure.

Pour relever avec dynamisme les défis d'une telle envergure, le Conseil canadien de la fourrure a mis sur pied un Comité d'adaptation de l'industrie de la fourrure canadienne (en coopération avec Ressources humaines Canada), regroupant des membres de tous les secteurs de l'industrie, c'est-à-dire les trappeurs autochtones et non autochtones, les éleveurs, les apprêteurs, les designers, les manufacturiers et les détaillants en fourrure. Ainsi réunis, ils ont formulé une stratégie commune dont l'objectif est d'encourager l'innovation vers un design typiquement canadien, d'améliorer les structures traditionnelles de financement et de lancer, avec détermination et énergie, des campagnes de promotion et de marketing.

« Les études sur lesquelles s'appuie notre stratégie nous ont convaincu qu'il est urgent d'informer les consommateurs de la vaste gamme des designs et des prix qui leur est désormais offerte. Une étude sur la productivité a identifié la marchandise, soit les manteaux haut de gamme et la fourrure sauvage, et les créneaux pouvant donner aux manufacturiers en fourrure du Canada un sérieux coup de pouce sur le plan compétitif. Mais surtout, nos études nous font voir comme il est important de promouvoir davantage l'actuel courant de designs dynamiques car il nous faut atteindre les jeunes consommateurs, accroître la plus-value et rehausser la réputation des articles canadiens », a expliqué M. Jacob.

Le Comité d'adaptation a également aidé un groupe de manufacturiers — de petites et moyennes entreprises — à mettre sur pied un projet pilote leur permettant de profiter, de façon plus efficace et moins coûteuse, d'une information sur le crédit, de modes de financement et d'assurances avec les institutions bancaires et la Société d'Expansion de l'Exportation.

Dans la foulée de ce plan dynamique de promotion, une série de vidéos sur les affaires, le design et l'environnement a été produite à l'intention des médias, des détaillants et divers intervenants. De plus, un autre vidéo a été produit à l'intention des acheteurs et des exposants internationaux potentiels les invitant à prendre part à l'ENAFM de Montréal. Ce dernier vidéo a été traduit en plusieurs langues dont l'espagnol, l'italien, l'allemand, le japonais et le chinois.

« Nous prévoyons que la Chine est le grand marché potentiel de l'heure pour les articles de fourrure confectionnés au Canada », ajoutait M. Jacob.

Manteau en vison femelle (type sauvage) Canada Majestic.

SOLDE D'HIVER CORPS ET BAIN

Réduction de 40 %... Holt Renfrew mousse ses luxueuses savonnettes à la française!

Jeu de ***savonnettes pour le bain***
(six pains de 148 g)
15 $ — Était 25 $

Jeu de ***savonnettes de fantaisie***
(six pains de 50 g)
10 $ — Était 18 $

Tirez profit de jolis prix! D'un grain délicat, nos savonnettes parfumées Corps et bain sont fabriquées suivant la méthode française classique. Leur mousse riche et crémeuse nettoie la peau en profondeur, la laissant veloutée, toute douceur... Le bonheur!

Au choix : géranium (rose), *brise océane* (bleu) *ou pluie* (vert).
Offre en vigueur jusqu'à l'épuisement des stocks.

HOLT RENFREW

RUE SHERBROOKE, ANGLE DE LA MONTAGNE : 842-5111 • CENTRE ROCKLAND : 738-3500 • FAIRVIEW, POINTE-CLAIRE : 694-6310
Nos magasins sont ouverts : du lundi au mercredi, jusqu'à 18 h;
le jeudi et le vendredi, jusqu'à 21 h; le samedi, jusqu'à 17 h; et le dimanche, de midi à 17 h.

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

CENTRE DU RONFLEMENT DE MONTRÉAL ENR.
Tél.: 327-5060

CLINIQUE CHEZ OGILVY BEAUTÉ
AVEC TOUT ACHAT DE PRODUITS CLINIQUE,
VOUS RECEVREZ LE SYSTÈME DE SOINS EN 3 ÉTAPES CLINIQUE
(FORMAT VOYAGE):
SAVON FACIAL, LOTION CLARIFIANTE ET
ÉMULSION HYDRATANTE TELLEMENT DIFFÉRENTE.
OFFRE EN VIGUEUR JUSQU'AU 21 JANVIER 1995.
UNE PRIME PAR PERSONNE JUSQU'À ÉPUISEMENT DES STOCKS.

OGILVY
OGILVY BEAUTÉ, REZ-DE-CHAUSSÉE
STE-CATHERINE ANGLE DE LA MONTAGNE (514) 842-7711 POSTE 217

La technologie de pointe au service des bottes d'hiver

■ Garder ses pieds bien au chaud et au sec n'est pas une tâche facile durant l'hiver. Cette partie de notre anatomie est particulièrement vulnérable aux périls du froid et de l'humidité. Voilà pourquoi le choix d'un modèle de bottes dépasse largement le cadre de la mode. Un bon choix peut faire toute la différence entre le confort et l'inconfort. Cet hiver, les consommateurs ont accès à un modèle de bottes haute performance qui assure une protection thermique pour des froids aussi intenses que -74C (-100F). Distribué exclusivement par SOREL, le sytème de chausson amovible s'appelle ThermoPlus 100.

« D'importants progrès dans la technologie calorifuge et dans les matériaux nous ont permis d'effectuer cette percée », a dit Jack Thomas, vice-président marketing. « Le nouveau chausson de feutre procure plus de chaleur, garde les pieds plus au sec et est beaucoup plus léger que n'importe quel autre chausson sur le marché ». En fait, le modèle a été raffiné et mis à l'épreuve lors de l'expédition des explorateurs Weber-Malakhov au Pôle Nord. « Ils n'ont jamais eu froid même après 100 jours consécutifs sous des températures arctiques ».

La conception du nouveau système de chausson amovible permet aux consommateurs de mieux comprendre le fonctionnement des bottes et de savoir exactement ce qu'ils obtiennent. Les bottes ThermoPlus 100 sont un mélange de de différentes technologies de pointe dont :

● un chausson de feutre de 13 mm composé de Radiantex, de mousse à alvéoles fermées réticulées et de polypropylène ; ensemble, ces éléments tirent l'humidité à l'écart des pieds et servent d'isolation ;

● sous le pied, deux semelles internes procurent une autre source d'isolation ;

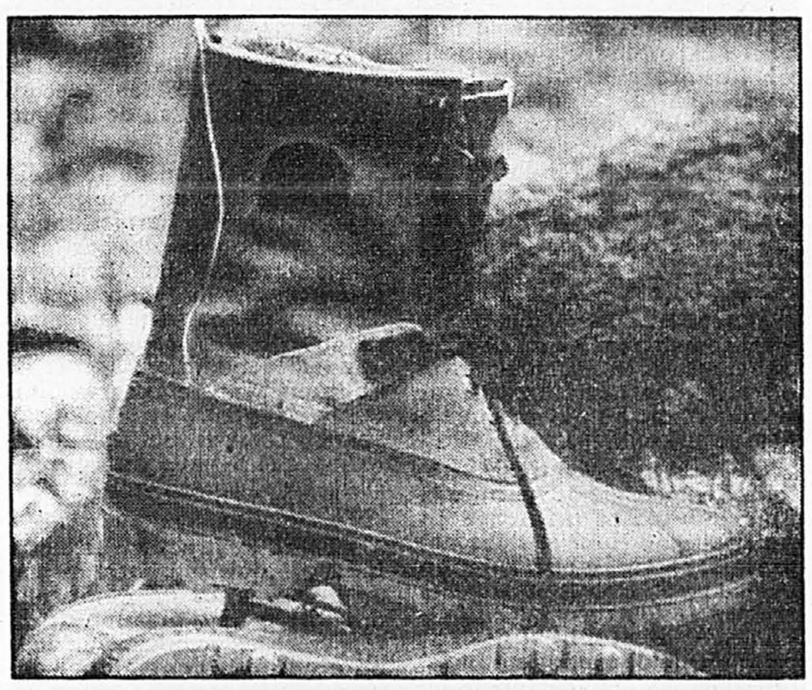
● une semelle mitoyenne absorbe la transpiration et réfléchit la chaleur produite par les pieds vers ceux-ci ;

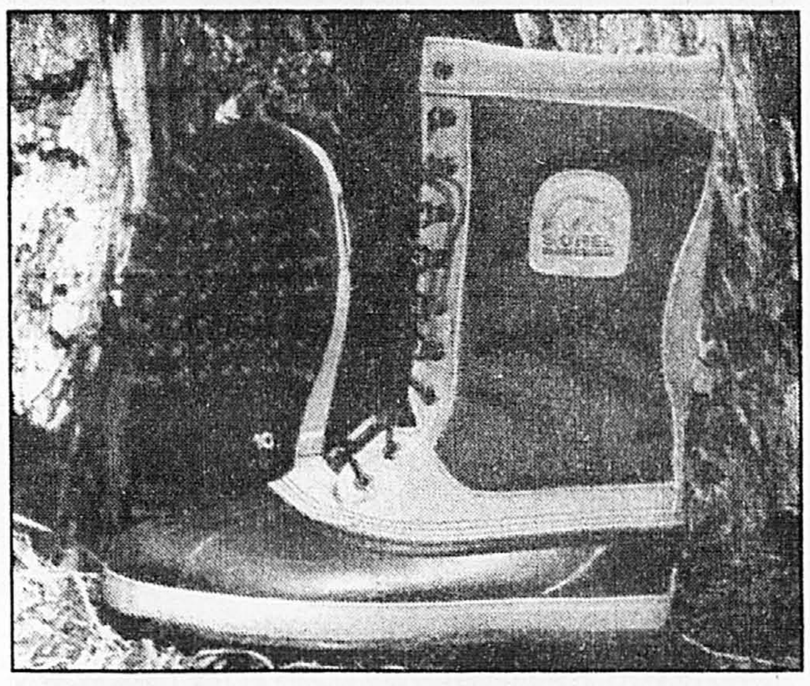
● une semelle intérieure agit comme « fournaise » pour garder le pied bien au chaud ; elle est faite de mousse à alvéoles fermées réticulées qui retient l'air qui, lorsque bien chauffé par le corps, continue de réchauffer le dessous du pied.

● Une épaisseur totale de 2,5 cm de matériaux isolants sépare le pied du sol gelé.

« Ce n'est pas uniquement l'épaisseur qui rend ThermoPlus 100 si efficace, a dit M. Thomas. « Ce sont les matériaux de fine pointe qui procurent un mélange de réflexion de la chaleur, d'absorption et d'isolation ; ce sont aussi le chausson et les semelles intérieures qui, dans leur ordre respectif, isolent, absorbent et créent de la chaleur à l'intérieur de la botte ».

En plus des modèles ThermoPlus 100, plusieurs autre modèles de bottes pour hommes, femmes et enfants sont doublés dans une version légèrement modifiée pour affronter des froids moins intenses. Ils sont tous conçus pour des températures sous zéro.





Quelques conseils pour bien choisir vos bottes d'hiver

■ Lorsque vous magasinez pour des bottes d'hiver, il faut prendre en considération un facteur important : l'isolation. En plus d'offrir des capacités supérieures, comme le système ThermoPlus de Sorel, les meilleurs chaussons sont amovibles. Pourquoi ? Parce que l'humidité est une source de froid et même une toute petite quantité de transpiration provenant de la chaleur naturelle du pied va éventuellement vous faire frissonner. Lorsque les chaussons sont amovibles, vous pouvez facilement les faire sécher pour le prochain usage.

● **La semelle :** le meilleur matériau pour les semelles de bottes d'hiver, et ce pour plusieurs raisons, demeure le caoutchouc. Il est totalement imperméable en plus de procurer de l'isolation contre la neige et la glace. Le caoutchouc garde sa flexibilité dans les températures froides, à l'inverse du plastique qui devient cassant et fragile dans les froids extrêmes.

● **Le semelage :** le semelage est également important ; pensez aux différentes surfaces sur lesquelles vous marcherez. Une semelle possédant un bon semelage assure une traction qui vous évite de glisser et de tomber. Si les conditions sont difficiles, un semelage aux rainures plus profondes vous sera très utile.

● **Imperméabilité :** peu importe la quantité d'isolant dans votre botte, si votre pied est mouillé, il gèlera. Des traitements réguliers au silicone améliorent l'imperméabilité de la plupart des bottes.

● **Les attaches :** dépendant de l'usage que vous ferez de vos bottes et des conditions climatiques prévalant dans votre région, vous choisirez avec soin parmi les divers types d'attaches. Si vous avez besoin d'un support à la cheville, des lacets ajustables feront l'affaire ; pour les enfants, des sangles à élastique ou des attaches en velcro sont très utiles. Si la neige est abondante dans votre région, un collet pare-neige fait de laine ou de fourrure est indiqué. Certains modèles se ferment par un cordon coulissant pour empêcher la neige de s'infiltrer.

● **La qualité de la fabrication :** des coutures bâclées ou des attaches compliquées peuvent devenir des sources de problèmes d'efficacité comme par exemple l'infiltration d'eau ou les déchirures. Vérifiez bien avant d'acheter.

● **Lisez les étiquettes :** elles sont là pour une raison et peuvent devenir une mine d'or d'information sur le contenu de la botte que vous achetez. Les étiquettes peuvent vous informer sur les caractéristiques particulières que vous ne remarqueriez pas autrement. Elles peuvent décrire les garanties, vous indiquer les numéros de téléphone du service après vente et, dans tous les cas, elles démontrent que le fabricant désire que son client soit un client avisé.

On ne choisit pas ses bottes uniquement en fonction du prix. Certaines bottes qui peuvent durer plusieurs hivers coûtent parfois à peine plus cher qu'une botte qui va durer une seule saison. Il est donc important de tenir compte de la réputation de la marque.

Avantages Estée Lauder

Additionnez les avantages pour les soins de votre peau

Fruition +
Complexe protecteur et revitalisant +
le produit nourrissant pour votre type de peau =

Un trio 3 virtuose

ESTÉE LAUDER

Combinez Fruition, le Complexe protecteur et revitalisant et le produit nourrissant Estée Lauder qui convient à votre type de peau. Les bienfaits de chacun de ces produits s'additionnent et se multiplient. C'est la puissance du Trio virtuose.
Crème raffermissante Resilience à l'élastine.
30 mL 45 $; 50 mL 70 $

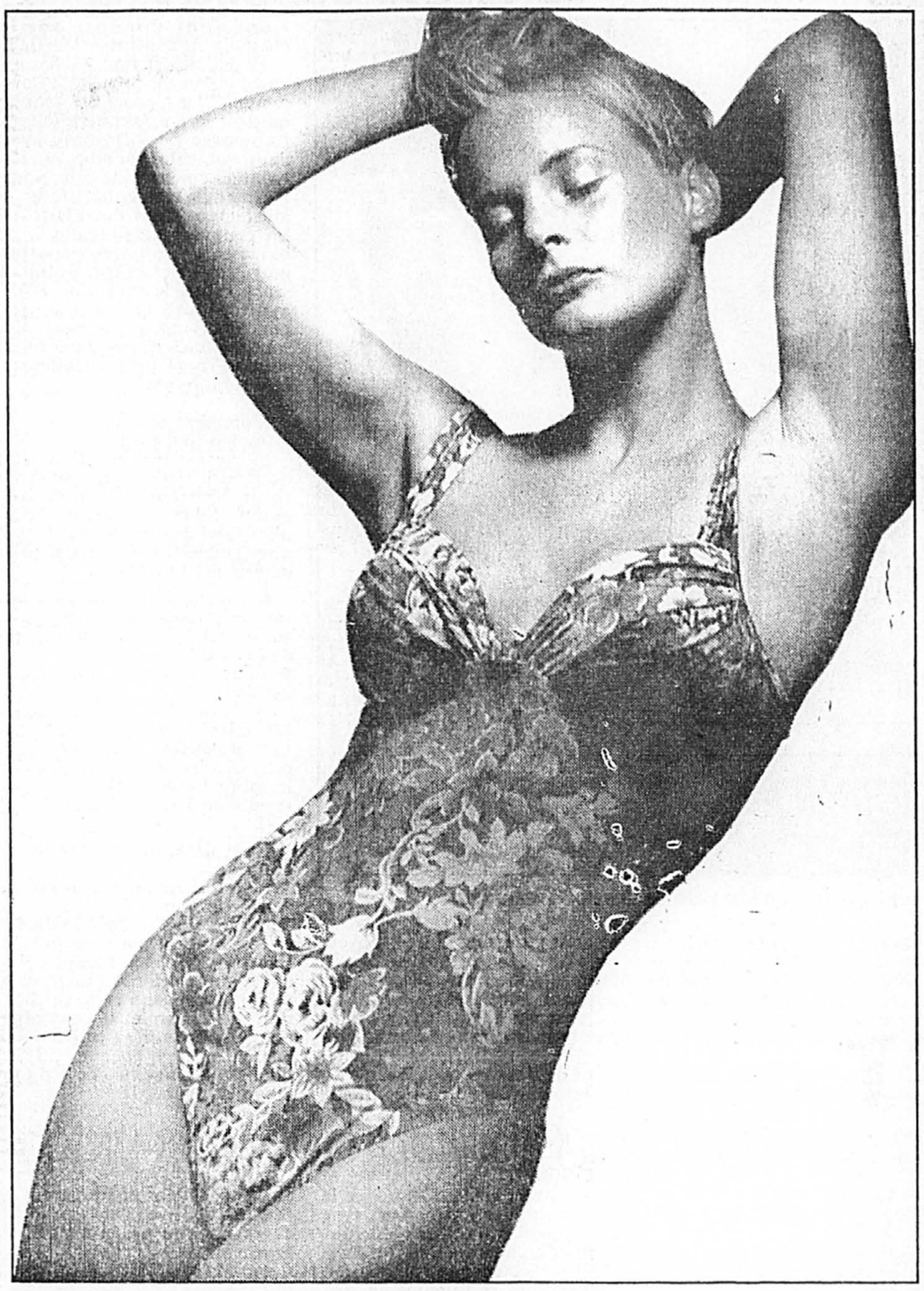
Prime! Avec tout achat du produit nourrissant pour votre type de peau au comptoir Estée Lauder chez Eaton, jusqu'au 15 janvier 1995, vous recevrez une provision de 10 jours de Fruition et du Complexe protecteur et revitalisant, sans autres frais.

Vendus à ou par tous les magasins Eaton.
Rayon des produits de beauté, 313.
Venez ou composez: **284-8484**

EATON
1234 5678 9012
TIMOTHY EATON

EATON
Argent remis si la marchandise ne satisfait pas

In



Après avoir effectué des études de morphologie, la compagnie de maillots de bain Christina Canada a conçu une affiche pour aider les consommatrices à mieux choisir leurs maillots.

LA FONDATION MODE MATINÉE

■ Pour la troisième année consécutive, la Fondation mode Matinée offre une aide financière sous forme de subvention aux créateurs de mode canadiens. C'est un montant total de 600 000 $ que se partageront les couturiers qui auront démontré aux membres du conseil d'administration de la fondation que l'aide financière demandée leur permettra de développer leur carrière et de faire progresser leur chiffre d'affaires. Par exemple, un couturier pourra aussi bien demander une aide financière pour développer ses collections ou son marché que pour embaucher du personnel ou se perfectionner. Sont admissibles les créateurs de mode féminine et masculine qui sont en affaires depuis au moins trois ans et ont présenté six collections. Les demandes doivent être envoyées au plus tard le 15 mars. On peut se procurer les formulaires de demande ou obtenir des renseignements supplémentaires au 1-800-398-1141.

UN MAILLOT POUR CHAQUE SILHOUETTE

■ Après avoir effectué des études de morphologie, la compagnie de maillots de bain Christina Canada a conçu une affiche intitulée : Comment choisir un maillot ? Celle-ci servira de guide d'achat pour les clientes et sera offerte gratuitement dans les réseaux de points de ventes. En tenant compte des différentes silhouettes — petite et forte poitrine, taille prononcée, hanches et cuisses fortes — des maillots vous seront alors proposés. Pour vous aider à choisir votre maillot selon votre silhouette, voici quelques conseils du bureau de stylisme de l'entreprise.

Petite poitrine

Les modèles avec bonnets souples ou à armatures intégrées accentuent joliment la poitrine. Des détails recherchés au niveau du buste tels que des insertions de couleur contrastante, des fronces, des boutons minuscules ou des noeuds donneront plus de galbe à vos formes.

Poitrine forte

Les maillots avec soutiens-gorge structurés, soit à bonnets rigides ou souples, et à armatures apportent un meilleur soutien. Des bretelles larges, des encolures arrondies, un bon ajustement sur le côté du buste et sous les aisselles soutiendront davantage.

Taille prononcée

Des modèles sans bretelle avec des détails attrayants au niveau du buste amincissent la silhouette. Un maillot renforcé d'un panneau minceur et un haut blousant affine aussi la taille. Les insertions de couleur foncée au bas du maillot et les découpes en V au niveau de la taille sont aussi conseillées pour ce type de silhouette.

Hanches et cuisse fortes

Des détails sur le haut du maillot peuvent détourner l'attention des hanches tels que des lisérés de couleur contrastante au corsage, des fronces bien réparties sur le devant et des échancrures moins prononcées sur les cuisses. Des couleurs foncées vers le bas, une culotte couvrante, un effet de jupette volantée atténuent la rondeur des hanches.

CAPTURE LIFT DE CHRISTIAN DIOR

■ Dans le milieu de la beauté — où les mannequins vendent les mérites de crèmes antirides à partir de l'âge de 15 ans — *ménopause* était un mot qu'on osait à peine prononcer. Chez Christian Dior, pourtant, on a spécialement formulé un produit pour les femmes de ce groupe d'âge. Après le produit *Capture* et ses liposomes brevetés, les laboratoires Christian Dior ont créé le *Capture Lift*, un soin raffermissant contenant maintenant un liposome-vitamine A, un nouveau liposome *intelligent* téléguidé par sa tête chercheuse, le rhamnose. D'après les expériences in vitro de Dior, le kératinocyte de la couche basale, qui joue un rôle fondamental dans le maintien de la structure de la peau, conserve toute son activité lorsqu'on lui incorpore un dérivé de vitamine A. Testé auprès de 300 femmes faisant partie du groupe-cible d'âge, *Capture lift* a obtenu des bons résultats : 90 p. cent de femmes ont remarqué son effet tenseur et raffermissant.

La cravate, un accessoire pas si anodin qu'il en a l'air

VIVIANE ROY
collaboration spéciale

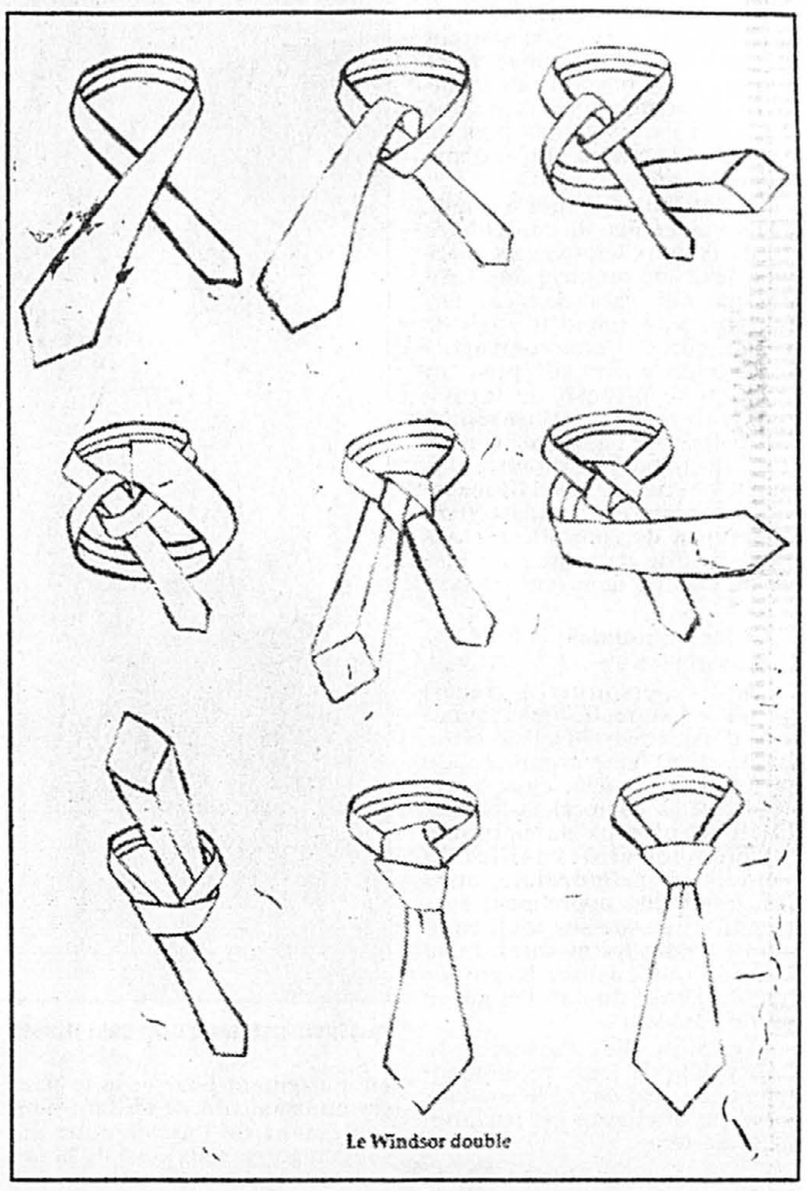
■ Les hommes et les femmes qui se sont intéressés à l'histoire du costume masculin s'accordent à dire que la canne, le parapluie et la cravate représentent autant de symboles érotiques masculins.

Selon l'historien du costume James Laver, peut-on lire dans l'ouvrage *Cravates et accessoires*, de John de Greef, la cravate colorée est le symbole phallique contemporain de la mode masculine. Pour soutenir sa théorie, il cite le cas du prêtre catholique qui doit accomplir sa tâche oecuménique sans cravate. Comme si l'Église l'avait castré !

Bien qu'aujourd'hui la cravate soit souvent remplacée par un polo ou un simple T-shirt, celle-ci demeure toujours indispensable autour d'une table de conférence.

La languette de tissu perdait toutefois de son prestige dans le courant des années 60 et 70, une période de bouleversement des valeurs. À cette époque, la gent masculine a troqué la cravate pour l'ascot ou la pochette à main. Mais ceux qui y restaient fidèles, l'exhibaient haut et fort dans des couleurs criardes ; certaines modèles pouvait mesurer jusqu'à quinze centimètres de large ! Tirez vos conclusions...

En guise de conclusion, voici comment réaliser le noeud windsor double, ce qui vous aidera peut-être à mieux saisir toutes ses subtilités.



Le Windsor double

En cours chez Eaton! Hâtez-vous de profiter du meilleur choix!

Liquidation de fourrures de janvier

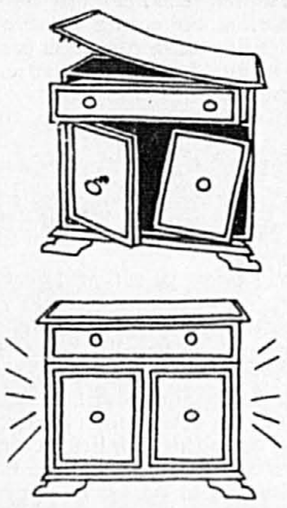
25% à 50% de rabais Sélection de fourrures

Eaton Centre-ville, 3e étage
Salon de la fourrure, rayon 248.
Achats en personne seulement
FOURRURES PAR Vincenzo

Y compris les fourrures mode de : Anne Klein, Valentino, Oscar de la Renta, Nina Ricci et d'autres.

EATON
Argent remis si la marchandise ne satisfait pas

SERVICE EATON DE RÉPARATION DE MEUBLES



Offrez à vos vieux meubles une cure de jeunesse! Il est possible de remettre la plupart des meubles anciens en excellente condition... demandez-le à nos experts. Téléphonez chez Eaton pour prendre rendez-vous afin de vous établir un devis écrit!

Frais de devis 40.00*

*Le coût de ce devis sera déduit du total des frais si vous faites effectuer le travail.

Composez: 340-3364
LUN. AU VEN. 8 h 30 À 16 h 30

EATON
Argent remis si la marchandise ne satisfait pas

Un ajustement parfait, est-ce que ça existe ?

■ Un sondage récent révèle que 70 p. cent des Nord-Américaines ne connaissent pas la taille de soutien-gorge qui leur convient et en conséquence, elles portent un soutien-gorge qui pince, serre ou pire, qui n'offre aucun maintien. Cela semble étrange qu'une chose qui existe depuis plus de 105 ans puisse faire l'objet d'une telle confusion.

Un détaillant, Sears Canada, aidé d'une équipe de conseillères en ajustement hautement qualifiées, tente de montrer aux femmes que, oui, un ajustement parfait, ça existe quand il s'agit de soutien-gorge. Cette compagnie du Canada a mis sur pied un programme intensif de formation, enseignant à son personnel l'art discret de l'ajustement d'un soutien-gorge ; d'ici le printemps, chacun de ses 110 magasins à travers le Canada offrira les services de conseillères dans ses rayons de dessous, pour guider les clientes dans leur choix.

Aussi surprenant que cela puisse paraître, plus de 70 pour cent des femmes ne portent pas la bonne taille de soutien-gorge.

La formation des conseillères

« Notre personnel ne reçoit pas qu'une formation élémentaire, » d'expliquer Martine Goudreau, directrice commerciale nationale, lingerie, chez Sears Canada. « La compréhension des différents niveaux de maintien, des modèles et des tailles de bonnets est primordiale, mais nos conseillères apprennent également, et par-dessus tout, comment prendre les mesures d'une femme pour ensuite la guider dans le choix du soutien-gorge qui lui convient.

« De plus, elles s'assurent de l'exactitude de leurs recommandations et vérifient si le soutien-gorge de la cliente est parfaitement ajusté. »

Avant de pouvoir obtenir le titre de conseillère en ajustement, une préposée à la vente assiste à une séance de formation dispensée par une experte en ajustement pour ensuite passer un examen écrit traitant non seulement de l'ajustement du soutien-gorge mais aussi de la façon dont culottes, gaines, jupons, caracos et combinaisons-culottes doivent convenir. Des suivis annuels sont prévus pour assurer la parfaite compétence de la conseillère.La réaction des consommatrices a été exceptionnelle.

« Les femmes adorent ce service. Certains jours, un magasin a inscrit pas moins de 35 rendez-vous. Et comme la nouvelle se répand comme une traînée de poudre, nous remarquons que les femmes se présentent au magasin et demandent « la personne à la veste blanche, se référant à la tenue que porte la conseillère en ajustement pour se distinguer des autres. »

Les clientes peuvent obtenir une consultation personnalisée en tout temps. La durée moyenne d'une séance est de 15 à 35 minutes. Bien que les clientes puissent faire des réservations, ça n'est pas nécessaire, à moins que le magasin ne fasse la promotion des Cliniques d'ajustement de deux ou trois jours. « La vaste majorité de nos consultations sont données sur-le-champ, » de confirmer Martine.

Et que découvrent les femmes après qu'on ait procédé à l'ajustement ? La plupart des femmes quittent le magasin avec un soutien-gorge de différente grandeur que celui qu'elles portent habituellement », de dire Nancy Herman. « Nos conseillères en ajustement nous dévoilent que bien souvent, une cliente se débarrasse de son vieux soutien-gorge sur place et sort du magasin portant le nouveau. Après avoir enduré un tel inconfort pendant toutes ces années, elles sont étonnées de constater qu'un soutien-gorge puisse réellement être confortable. »

Comment acheter un soutien-gorge

Si vous n'avez pas l'occasion de rendre visite à une conseillère en ajustement, ou si vous commandez un soutien-gorge d'un catalogue Sears, voici quelques conseils sur la façon d'en déterminer la taille.

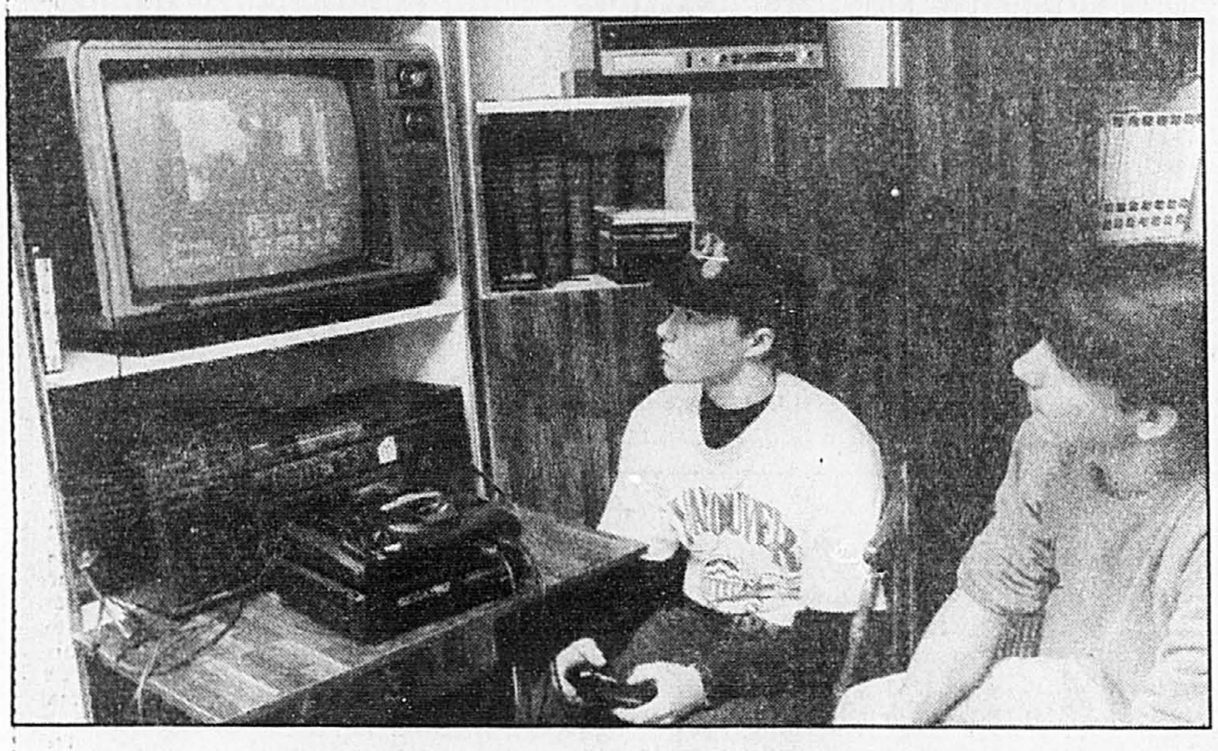
La taille d'un soutien-gorge est déterminée d'après deux mesures : celle des bonnets et celle de la basque.

● Pour trouver la taille de la basque :

À l'aide d'un ruban à mesurer, faire le tour du corps, juste sous la poitrine et ajouter 5 po à cette mesure. Si vous obtenez un nombre impair. (35 F :)). arrondir au nombre suivant, (36 po).

● Pour déterminer la taille du bonnet :

Placer le ruban à mesurer devant, sur la partie la plus forte de la poitrine, et ensuite derrière, en passant sous les bras et sous les omoplates. La différence entre la mesure obtenue et celle de la basque sera celle du bonnet. Par exemple, si vous obtenez 32 po pour la taille de la basque et 36 po pour la taille du bonnet, la différence de 4 po indique un bonnet D.



PHOTOTHÈQUE *La Presse*

Sébastien Côté (à gauche) et Mathieu Lepage portent attention à la qualité du son et des images du Sega-CD apparu sur le marché il y a deux ans.

Le dilemme des fabricants de jeux vidéo

Associated Press

LAS VEGAS

■ Les fabricants de jeux vidéo sont confrontés à un dilemme : faut-il concevoir de nouveaux produits spécialement pour les ordinateurs, ou faut-il se limiter aux consoles vidéo, vite dépassées ?

Un salon professionnel s'est tenu le week-end dernier à Las Vegas, durant lequel les concepteurs entendaient démontrer la supériorité des ordinateurs type PC, capables d'utiliser des disques compacts (CD-ROM) offrant nettement plus de possibilités que les cartouches de jeux vidéo.

« Pour moi, 1995 sera l'année du PC », prédit Brian Fargo, président de Interplay Productions Incorporated, qui imagine des jeux aussi bien pour les ordinateurs que pour les consoles vidéo. Bobby Kotick, PDG d'Activision, s'enthousiasme aussi pour les ordinateurs, pour lesquels il est possible « de concevoir des programmes vraiment irrésistibles » : simulateurs en tous genres — y compris de jeux érotiques — jeux de rôle, de construction, etc.

Les fabricants de consoles vidéo comme Nintendo, Sega ou Sony soulignent eux que l'ordinateur n'est pas très bien adapté aux jeux vidéos et préparent la contre-offensive : leurs produits devraient être présentés l'hiver prochain.

Tom Kalinske, directeur de la filiale américaine de Sega, note ainsi que les jeux sur consoles bénéficient d'un meilleur graphisme et d'une meilleure animation. Toutefois, Sega produira également des jeux adaptés aux PC. « C'est un marché en expansion et Sega publiera des titres sur CD-ROM. »

Nintendo, pour sa part, s'en tiendra aux cartouches de jeu pour son système Ultra 64, piloté par un microprocesseur plus puissant que ceux utilisés dans les ordinateurs. La console devrait coûter moins de 500 dollars. Un PC vaut de 1000 à 1500 dollars de plus, mais offre de plus grandes possibilités, notamment éducatives, rappellent les constructeurs.

Tout, tout, tout

à portée de la main !

Grande VENTE TROTTOIR

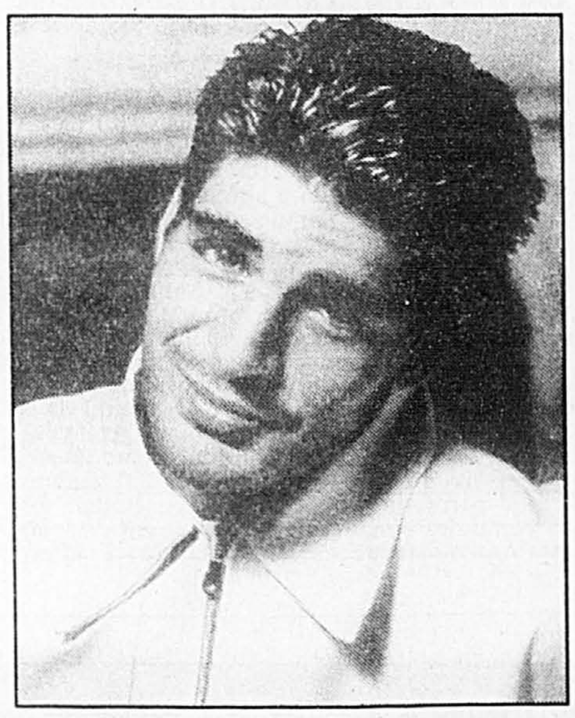
du 9 au 22 janvier

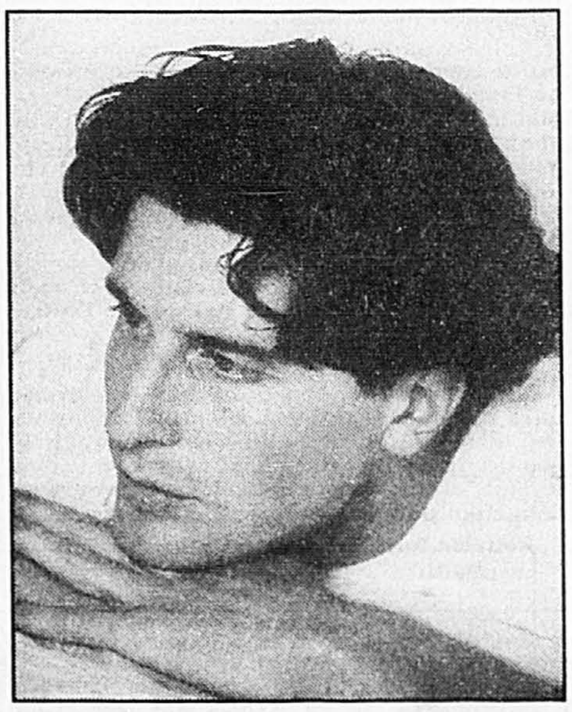
PLACE VILLE MARIE

Le coeur du centre-ville.

TRIZEC

In





Deux coiffures du salon JPL International.

Le couturier montréalais Michel Robichaud

LES COIFFURES POUR HOMMES DU SALON JPL

■ La gent masculine est peut-être plus coquette qu'elle veut bien le laisser croire ! Au salon JPL international, en effet, les hommes démontrent un intérêt grandissant pour les permanentes, les colorations et les défrisants. Le relaxeur, par exemple, est utilisé pour rendre les cheveux plus lisses tout en ajoutant de la brillance et les shampooings colorants permettent de maintenir une couleur ou de rehausser une couleur sans avoir pour autant un changement drastique.

MICHEL ROBICHAUD AU MUSÉE MARSIL

■ Du 18 janvier au 15 avril prochain, le Musée Marsil présente une exposition des vêtements du couturier montréalais Michel Robichaud. Ce pionnier de la mode québécoise, qui évolue dans le milieu depuis 30 ans, a entre autres habillé Elisabeth Taylor et Corinne Côté-Lévesque.

Depuis le lancement de sa première collection en 1963, la haute-couture a été la pierre angulaire de son travail bien que son implication se soit étendue au prêt-à-porter et aux accessoires, sans compter les uniformes conçus pour l'Exposition universelle de 1967, les jeux olympiques de Montréal, Via Rail et Air Canada.

Par la présentation de vêtements, de documents et de photographies, l'exposition démontre le savoir-faire et la diversité du travail de Robichaud. De style sobre et classique, ses vêtements affichent une coupe de qualité et une confection impeccable. Les costumes et accessoires présentés proviennent du Musée de la civilisation et du Musée McCord. L'exposition comprend également quelques vêtements provenant de la collection privée du couturier.

TÊTES D'AFFICHE

Denis Lavoie

■ Les employés de l'hôpital Maisonneuve-Rosemont ont fait preuve d'une grande générosité envers Centraide en donnant 45 p. cent plus que l'an dernier, pour dépasser de 32 p. cent l'objectif qu'on s'était fixé pour la campagne 1994. L'hôpital Maisonneuve-Rosemont a ainsi obtenu l'un des meilleurs résultats dans le milieu hospitalier du Grand Montréal. C'est donc une somme de 32 000 $ que le personnel de l'hôpital a versée à Centraide du Grand Montréal.

○

■ La famille *Campbell-Thibodeau* (*Jacques Thibodeau*, *Claire Campbell* et leurs enfants : *Anthony*, *Raphaël*, *Marie-Ève* et *Anne*), de Brossard, a été choisie « famille de l'année » de la Rive-Sud, dans le cadre d'un concours organisé par la Société historique du Marigot en collaboration avec la Table multisectorielle et *Le Courrier du Sud*.

○

Marc Wayne-Addison

■ Heureuse et courageuse initiative du champion cycliste de Mercier *Marc Wayne-Addison* qui a bravé le froid pour effectuer une randonnée en vélo en plein hiver, afin de recueillir des fonds pour la Fondation québécoise du cancer de Rivière-du-Loup à Mercier. Appuyé par deux amis, *Martin Surprenant* de Mercier et *David Dulude*, de Saint-Isodore, il a donc entrepris sa randonnée cycliste du 23 au 29 décembre. Aux sommes amassées le long du parcours s'ajoutaient des promesses de dons de gens rencontrés le long du périple hivernal. Renseignements : 527-2194 ou 1-800-363-0063.

○

■ Heureuse initiative des 166 employés de Shell de Place Carillon, qui ont choisi pour Noël de ramasser de la nourriture, des vêtements et des jouets pour en faire don à une oeuvre humanitaire. *Diane Malboeuf*, bénévole de Shell auprès du Chainon (qui vient en aide aux femmes en difficulté), a livré ce précieux cadeau, auquel s'ajoute un don de 10 000 $ de la compagnie Shell, à la directrice générale du Chainon, *Fernande Themmens*.

○

Guy Lacroix

■ Vidéotron ne s'est pas fait prier pour participer généreusement à la campagne de financement de la Fondation Cité de la santé (Laval). *Guy Lacroix*, président de Vidéotron et *Jean-Paul Saint-Denis*, président et chef de l'exploitation de Vidéoway multimédia inc. ont donc remis une contribution de 25 000 $ de Vidéotron aux représentants de la Fondation Cité de la santé.

○

■ La Fondation de l'Université du Québec à Montréal a remis récemment, par l'entremise du président de son comité des dons exceptionnels, *Yves Archambault* (président et chef de l'exploitation du Groupe Val-Royal), 172 bourses d'excellence.

○

■ Le spectacle que des humoristes québécois ont donné au profit de la Fondation Olo (qui fournit suppléments alimentaires ou vitaminiques aux femmes enceintes défavorisées) a permis au producteur Premier choix TVEC de remettre 35 000 $ à Olo. *Monique Corbeil*, présidente de la Fondation a reçu le don des mains de *Pierre Caron*, vice-président directeur de Premier choix en présence de *Robert Lecavalier*, président du comité de financement de la Fondation.

○

■ Un petit déjeuner bénéfice agrémenté des prestations d'une quarantaine d'employés (chanteurs, danseurs et amuseurs publics pour l'oocasion) a permis de récolter 22 000 $ chez les 1 000 employés du Groupe Banque Royale qui ont participé à cette célébration du temps des Fêtes.

○

■ L'Association québécoise des amis de la sclérose en plaques (quel barbarisme !), rappelle qu'elle lançait il y a quelques semaines un *Guide de ressources — Accès 1995*. Renseignements : AQASEP, 1012, avenue du Mont-Royal Est, bureau 105, Montréal (Québec), H2J 1X6. Tél. 523-0871.

○

■ La Commission de la capitale nationale invite les familles canadiennes à s'inscrire au concours « Bonjour la parenté » d'Air Canada, d'ci le 13 janvier. Prix : voyage en avion à Ottawa et séjour (pour quatre personnes), du 2 au 6 février, pour participer au festival d'hiver Bal de neige. Inscription : nom, adresse et numéro de téléphone à l'endos d'une photo de famille. Renseignements : 1-800-742-5546, poste 213.

○

■ La Caisse de bienfaisance des employés et pensionnés du Groupe Canadien pacifique vient de faire don de 2 000 $ à l'organisme Le bon pilote inc., un service de dépannage général pour aveugles.

○

■ Élection d'un nouveau comité directeur de la Société pour la conservation du Sault-au-Récollet, ainsi composé de : *Jacques Bertrand*, président et trésorier ; *Michel Lapierre*, vice-président ; *Gloria Testa*, secrétaire ; *André Bernard*, *Alain Lapierre* et *Lucien Serre*. Cet organisme, qui travaille à la mise en valeur du patrimoine du centre-nord de l'île de Montréal, publie des *Cahiers d'histoire*. Coût : 7 $. Renseignements : Société de conservation du Sault-au-Récollet, C.P. 27, succursale d'Youville, Montréal (Québec), H2P 2V2. Tél. 382-3418.

○

■ À la Bourse de Montréal on s'intéresse aussi aux démunis. C'est ainsi qu'en collaboration avec le Montreal Stock Traders Association, on a tenu en décembre des « journées relaxées », sans cravate ou talons hauts. Le port du jeans et d'une tenue vestimentaire détendue était permis contre une contribution à des bonnes oeuvres. On a ainsi amassé plus de 4 000 $ et des denrées non périssables.

○

■ Billets pour le spectacle *Broue*, en vente au profit de la Fondation québécoise du cancer (qui vise à améliorer la qualité de vie des personnes atteintes de cancer et de leurs proches). C'est pour la représentation du jeudi 9 février, au théâtre Olympia. Coût : 35 $. Renseignements : 527-2194.

○

■ La Fondation de l'hôpital Sainte-Justine vient de lancer un nouveau journal à l'intention de ses bénévoles, donateurs et parents qui fréquentent Sainte-Justine. *Petit à petit* veut rendre compte des campagnes de financement de la Fondation, du travail des bénévoles et de ce que l'hôpital accomplit avec les dons reçus. Graphème communication-design, une filiale du Groupe Cossette, signe la grille graphique, et Enigma communications en assure la coordination.

○

■ Formation d'une section anglophone de la Fondation canadienne du syndrome de La Tourette, désordre neurologique qui se caractérise par des gestes involontaires. Une soirée de fondation aura lieu le lundi 23 janvier, à 19 h 30, à l'hôpital Sainte-Justine, aile 1, salle 5149. Renseignements : 1-800-361-3120.

○

Felipe Alou

■ Pour répondre à une situation alarmante qui sévit en République Dominicaine, où le pneumologue *Richard Menzies* (président du comité international sur la tuberculose de l'Association pulmonaire) a recensé pas moins de 4 000 cas de tuberculose, l'Association pulmonaire du Québec mène une campagne de financement pour le compte de la Ligue anti-tuberculeuse de la République Dominicaine gérée par le club Kiwanis local. L'entraîneur-chef et gérant des Expos de Montréal, *Felipe Alou*, originaire de la République Dominicaine, a accepté de parrainer ce projet. Envoyez vos dons à : Association pulmonaire du Québec, 4837, rue Royer, bureau 100, Montréal (Québec), H2J 3E6. Tél. 596-0805.

○

■ L'Université du Québec à Montréal a tenu à rendre hommage à une quarantaine d'étudiants d'origines ethniques et culturelles différentes qui ont complété avec succès un certificat de français pour non-francophones. Deux bourses de 1 500 $ du Fonds interculturel ont été décernées à cette occasion à *Eduardo Jansen* et *Ricardo Penafield*. C'est à l'initiative d'une professeure du département de linguistique de l'UQÀM, *Antje Bettin*, que ce fonds a été créé.

○

■ La Fondation des maladies du coeur du Québec, section Beloeil-Saint-Hilaire, organise un tirage de forfaits-vacances afin de recueillir des fonds pour financer la lutte contre la première cause de décès au Québec, les maladies cardiovasculaires et les accidents cérébrovasculaires. Les prix consistent en des séjours pour deux personnes au Mexique. Tirage, 20 janvier. Coût : 39,99 $. Renseignements : 464-6387.

○

■ Dimanche, de 10 h à 17 h, journée « portes ouvertes » de la section Laval de la Société canadienne du cancer, pour souligner l'ouverture de ses nouveaux bureaux, au 323, boulevard Saint-Martin Ouest. En plus de prendre connaissance de programmes et services offerts, des activités spéciales se dérouleront tout au cours de cette journée organisée en collaboration avec l'Association des jardiniers et maraichers du Québec.

○

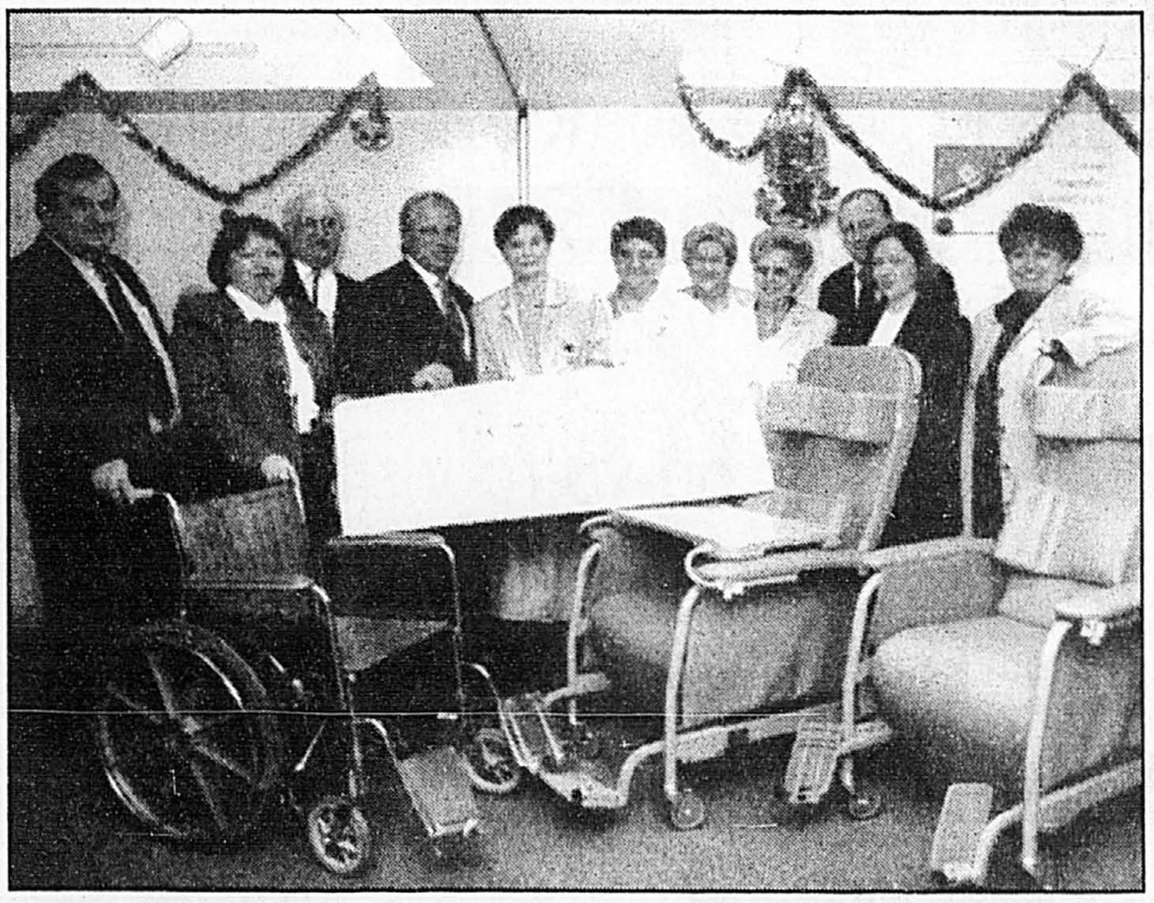
■ La Fondation bonne route, représentée par *Jean Barsalou*, vient de remettre un don de 1 000 $ à la Fondation Cité de la santé de Laval dans le cadre de sa campagne majeure de financement.

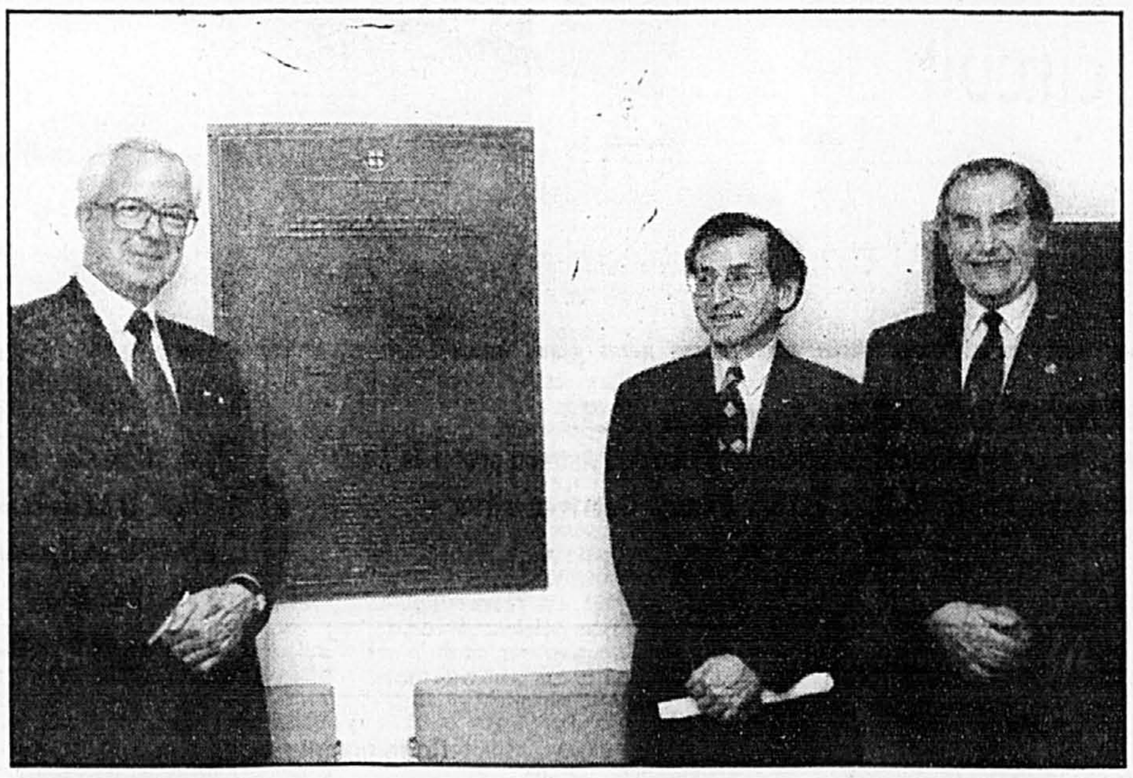
Passe-partout raconte

C'est pour raconter l'histoire du Timbre de Noël que Marie Eykel, alias Passe-Partout, a rendu visite aux élèves de l'école élémentaire Deslandres de Saint-Hubert. La campagne du Timbre de Noël de l'Association pulmonaire du Québec permet de financer des recherches sur les maladies pulmonaires et aussi sur l'asthme.

Un beau geste

Les Auxiliaires bénévoles du centre hospitalier Le Gardeur à Repentigny ont fait don de 150 000 $ à cette institution hospitalière pour l'achat de 27 fauteuils gériatriques, 37 chaises roulantes et un économographe. Dans l'ordre habituel : Renald Boissonneault, Sylvie Pouliot, Gérard Gadoury, Michel Desrochers (président du c.a. du CHLG), Yolande Richard (présidente des Auxiliaires), Gisèle Boyer (directrice de l'établissement), Thérèse Simard, Françoise Lanthier, Raymond Landry, Monique Ménard (directrice des soins infirmiers) et Lise Defoy.





Un hôpital heureux

Le service de cardiologie de l'hôpital Notre-Dame dispose maintenant d'une nouvelle salle d'hémodynamie munie d'une technologie unique, grâce à la générosité de 9 200 donateurs qui ont donné 1,4 million pour cette réalisation. Dans l'ordre habituel : André Bisson, président du conseil d'administration de l'hôpital ; le docteur Roger-Marie Gagnon, chef du service de cardiologie ; Jacques Gauthier, président de la Fondation de l'hôpital Notre-Dame.

Vers les 100 000 $

La campagne de financement de l'Association des paraplégiques du Québec s'est terminée avec une récolte de 85 000 $. On s'attend à recevoir encore des dons pour atteindre l'objectif de 100 000 $. Dans l'ordre habituel : Jeanne Wojas, Richard Lupien, Jocelyn Lozeau, président de l'Association, Georges R. Chartier, Pierre Beauchamp, Michel Durocher, André Bellefeuille, Charles Charette.

LE SALON INTERNATIONAL DE L'AUTO DE MONTRÉAL

12-22 janvier • Stade olympique

VOUS INVITE À VOUS INSTALLER «AU VOLANT DE L'AVENIR»

À VOIR : plus de 650 véhicules.

BRANCHEZ-VOUS sur l'avenir en admirant les tout derniers modèles de véhicules électriques.

DÉCOUVREZ «La légende du taureau furieux» : un hommage spécial à Lamborghini.

CONSULTEZ des experts sur place dans le cadre du nouveau concept ***«Génération 95»*** pour magasiner votre premier véhicule.

PROFITEZ de votre visite en confiant vos enfants à la Halte-garderie Chevrolet (pour les enfants âgés de 2 à 10 ans). **Service gratuit !**

PARTICIPEZ aux compétitions de voitures téléguidées au circuit automobile Esso.

OUVERTURE DEMAIN !

Une initiative de la Corporation des Concessionnaires d'Automobiles de Montréal inc.

En collaboration avec :

HEURES D'OUVERTURE DU SALON :

du 12 au 21 janvier : de 11 h à 23 h
(la billetterie ferme à 21 h)

le 22 janvier : de 11 h à 20 h
(la billetterie ferme à 18 h)

PRIX D'ENTRÉE (TAXES INCLUSES) :

Adultes :	9 $
Étudiants, âge d'or, groupes de 20 personnes et plus, détenteurs de la carte Accès Montréal :	7 $
Enfants de 6 à 12 ans accompagnés d'un adulte :	3 $
Enfants de moins de 6 ans :	gratuit

CONCOURS *«Génération 95»*

Déposez ce coupon dûment complété au Salon de l'Auto ou postez-le à :

***La Presse* Ltée, C.P. 11054 Succ. Centre-ville Montréal (Québec) H3C 4Z1**

Nom : _____

Adresse : _____

Ville : _____ Code postal : _____

Tél. (rés.) : _____ Tél. (bur.) : _____

Âge : _____ Question d'habileté mathématique : 28 + 29 - 30 : _____

Cochez la case du véhicule que vous aimeriez gagner :

- ☐ NÉON de Chrysler
- ☐ ESCORT LX de Ford
- ☐ ACCENT de Hyundai
- ☐ SWIFT de Suzuki
- ☐ TERCEL de Toyota

Le tirage aura lieu à l'emplacement de *«Génération 95»* au Salon International de l'Auto de Montréal, le dimanche 22 janvier à 20 h. Les règlements du concours sont disponibles au Salon de l'Auto de Montréal et à *La Presse*.