



Médias
**The Gazette fait
peau neuve**

Page 7

Société
**De plus en
plus seul**

Page 8

Larry Smith

La Presse

CAHIER B | LA PRESSE | MONTRÉAL | MERCREDI 18 SEPTEMBRE 2002

QUI L'ÊT CRU?

« En servant en parts égales mode et phobie, les crudivores ont peut-être trouvé la nourriture idéale pour notre époque inquiète », notait récemment le *New York Times Magazine*. Les crudivoi ? Les crudivores, des gens qui sont convaincus que ne manger que du cru, comme nos ancêtres les singes, est ce qu'il y a de mieux pour la santé. Portrait d'une nouvelle tendance controversée, à lire sans café, ni pain grillé...



MARIE ALLARD
mallard3@lapresse.ca

Le Rendez-vous avait été fixé à 10h, au Commensal, l'endroit classique, direz-vous, pour rencontrer une végétarienne, crusinière de sucroit. Crusinière, parce que Solange Leroy, 52 ans, ne cuisine que le cru. Oubliez la marguerite, la turbottière, le grill que vous pensiez si sains. « Le régime idéal est un régime végétalien composé uniquement d'aliments crus et biologiques », nous explique M^{me} Leroy sur son site Internet (www.bioperfection.com/cru.htm).

Mais à l'heure dite, une fois sur place, un constat s'impose : le restaurant végétarien est fermé. Il ne reste qu'à attendre M^{me} Leroy sur le trottoir. Est-ce cette femme qui vient, une longue jupe flottant au vent ? Ou cette autre quinquagénaire, à l'air vaguement hippie-granola ? Pas du tout. Solange Leroy arrive, blonde, bronzée, bref resplendissante dans sa petite jupe ajustée... Tant pis pour les préjugés.

« Ma fille de 15 ans m'appelle Super Sexy Mom », dit la crusinière en riant. Son adolescente adhère-t-elle au crudivore ? « Non, pas vraiment. Et son frère de 19 ans mange de la pizza et fume la cigarette, sûrement parce que son père et moi ne le faisons pas. D'ailleurs, le mot cru fait peur. Je préfère parler d'alimentation vivante, d'alimentation sans cuisson — les madames sont ravies, elles se disent plus de chaudrons, plus de caseroles ! — ou même d'alimentation de longue vie. »

Aussi ancrée dans la réalité qu'elle puisse paraître, Solange Leroy affirme qu'elle compte vivre jusqu'à 85 ans (minimum !) sans dépérir d'un poil, grâce à ce régime crudivore pourtant fort contesté par les experts (voir autre texte en B2).

Tout en roulant vers le Club Organic, où elle s'approvisionne, la crusinière lance à la fois des remarques pleines de bon sens (« Regardez cette petite dame qui attend l'autobus, on ne peut exiger d'elle qu'elle se serve d'un extracteur à jus du jour au lendemain », dit-elle au coins des rues Frontenac et Rachel) et d'autres plus... discutables (« Nous avons la preuve que l'homme vivait jusqu'à 950 ans avant le déluge, soit avant de manger du cuit. »).

« Mon alimentation n'est qu'à 85 % crue, admet M^{me} Leroy. Il m'arrive encore de prendre un espresso, de manger du poulet ou une côte d'agneau. » Crus ? « Non, nous n'avons pas les conditions sanitaires qui le permettent. » Le reste du temps, au menu de M^{me} Leroy, c'est jus de légumes frais, amandes fraîches, germinations et fruits, avec quelques incartades du côté du millet ou des petits pois cuits. Et le tofu ? Il est interdit, les fèves de soja le composant ayant été grillées...

M. Burger et le cru

« Il existe différentes écoles de pensée crudivores, certaines étant plus intégrales que d'autres », note Josiane Cyr, nutritionniste.



Photo PIERRE CÔTÉ, La Presse

« On ne peut pas sortir les Nord-Américains du Big Mac pour les plonger aussitôt dans le cru », reconnaît Solange Leroy, crudivore. « Il faut y aller graduellement. »

« La théorie de départ, c'est que nos ancêtres les grands singes ne mangeaient que du cru, et qu'il faut faire comme eux », poursuit Marilyn Manceau, nutritionniste au centre de référence sur la nutrition humaine Extenso, de l'Université de Montréal.

Divers penseurs ont élaboré d'autres régimes sur ce thème, l'un des derniers étant le mal-nommé physicien suisse Guy-Claude Burger, fondateur de « l'instinctothérapie ».

Selon les préceptes de M. Burger, c'est l'instinct qui, seul, doit pousser l'homme à manger — ou pas — les aliments, obligatoirement crus. Après avoir accueilli des centaines d'adeptes dans son château, en France, le gourou a été condamné, en décembre dernier, à 15 ans de prison pour le viol de deux enfants. Sa troisième accusation du genre, en 40 ans.

Mais il n'y a pas que « l'instinctothéra-

pie », dans la famille du crudivore. Jean-Louis Tu, un adepte français, mentionne dans son site Internet (perso.wanadoo.fr/jean-louis.tu/cru) les granivores (« toute personne qui se nourrit principalement de graines germées »), les adeptes de l'alimentation vivante (« centrée sur les graines germées, les aliments crus fermentés et divers aliments composés »), les « frutariens » (« toute personne qui se nourrit principalement de fruits »), les « esséniens » (« régime basé sur l'Évangile essénien de la Paix », omettons les détails), et même les « liquidariens » (« personnes se nourrissant exclusivement de jus ») !

Cocotte-minute meurtrière

« Manger cru est une idée qui paraît incongrue pour la plupart des gens », reconnaît M. Tu, un mathématicien. « Pourtant, combien de cancers, de maladies cardio-vasculaires, d'ulcères, d'allergies ont une origine alimentaire ? »

D'après les crudivores, la chaleur dépose les aliments de leurs vitamines, tout en augmentant leur concentration en produits toxiques. « Plus encore, selon (les crudivores), la cuisson détruit les enzymes naturels des aliments, ce qui fait que le corps doit utiliser ses propres réserves d'enzymes pour les digérer, ce qui entraîne le vieillissement », explique Peggy Orenstein dans le *New York Times Magazine*.

Aussi appelés « les talibans des végétariens », les crudivores atteignent parfois un alarmisme qui frise le ridicule. « La chaleur exigée par une cuisson normale détruit inexorablement les vitamines A, B5, B6, B9, B12, B15, C et F », dit le site Internet Buddhaline.net. « Un passage à la cocotte-minute est encore plus meurtrier et ne laisse à peu près rien en vie. » Heureusement que d'autres sites, notamment celui de France Pratique (www.pratique.fr) précisent que « ce type de régime n'est pas contrôlé par des études scientifiques sérieuses ».

Quoi qu'il en soit, Solange Leroy y croit. « En décembre, janvier et février dernier, je pensais mourir, confie-t-elle. Je n'avais plus d'énergie et j'essayais toutes sortes de produits, sans résultat. Puis, en faisant des lectures, j'ai découvert que je manquais de nutriments vivants, puisque même si je mangeais sainement, c'était presque toujours du cuit. » Qu'est-ce que les médecins en ont dit ? « Rien. J'irai les voir si j'ai un accident de voiture et que j'ai les jambes en bouillie, mais pas pour mon alimentation. »

Peu après être devenue crudivore, l'univers a voulu — c'est M^{me} Leroy qui le dit — qu'elle rencontre Laurent L'Écuyer, un naturopathe, et Vincent Boucher, un stratège. Déjà hypnothérapeute, M^{me} Leroy a décidé de mettre sur pied, avec l'aide de ses deux comparses, un programme anti-âge, qui comprend exercices physiques et crudivore. Une démonstration sera donnée en octobre au Loblaw's de la rue Rachel.

La « crusinière » donne aussi des consultations privées pour tous ceux qui veulent « manger plus, peser moins », comme le dit son programme. « À 60 \$ la séance, c'est beaucoup moins cher qu'une semaine au centre Hippocrates, en Floride, qui coûte 5200 \$ », fait-elle valoir. Surtout quand on calcule tout ce qui est économisé en n'achetant ni pain, ni biscuits, ni pâtes, ni chocolat, ni lait, ni charcuteries, ni riz, ni tofu...

Le goût de Paris
servi à la Rockland.



CENTRE
ROCKLAND
Un monde en soi

Angle L'Acadie et Métropolitain

LE CRUDIVORISME

Les nutritionnistes se prononcent

MARIE ALLARD

« IL EST BIEN de manger les aliments les moins transformés possibles », dit Monique Julien, professeure à la faculté de médecine dentaire de l'Université de Montréal. « Mais de là à ne consommer que du cru, il y a tout un pas ! Ça doit faire partie des mythes qui courent ces temps-ci... »

« Ça », c'est le crudivore, ce régime qui préconise une alimentation crue, et pas que les soirs où l'on fréquente un sushi bar. « Le crudivore fait partie des modes alimentaires qui sont publicisés ou mises en valeur par certains artistes, pour se donner une cause », note Frédéric Blaise, nutritionniste chez Enzyme, une firme de consultants en agro-alimentaire. Demi Moore et Angela Bassett en seraient d'ailleurs des mordues...

« C'est inattendu, ça sort de l'ordinaire, ça défie l'autorité, alors c'est sûrement *in* », poursuit Marilyn Manceau, nutritionniste chez Extenso, le centre de référence en nutrition humaine de l'Université de Montréal. « Il reste que le crudivore apporte son lot d'inconvénients, tant sur le plan social que nutritionnel. Si on ne mange que des fruits, des légumes et un tout petit peu de viande, on risque d'avoir du mal à prendre un repas entre amis, en plus de se retrouver avec un régime hypocalorique, qui causera une perte de poids et des carences en fer, calcium, vitamine B12 et zinc. »

Une nutritionniste essaie

« À mon avis, ce n'est pas le cru qui peut causer un déséquilibre alimentaire, mais le choix des aliments qui sont consommés », poursuit Josiane Cyr, une nutritionniste qui a adopté le régime crudivore pendant un mois. « J'ai mangé un maximum de choses crues, en alternant les tartares de saumon, les tartares de boeuf, les légumineuses germées, etc. Il faut faire attention de bien choisir les endroits où l'on s'approvisionne et être organisé. C'est aussi plus facile à faire l'été que l'hiver, avec nos climats... »



Photo MARTIN CHAMBERLAND, La Presse

« Le crudivore, c'est un mode qui va passer », prédit Marilyn Manceau, nutritionniste au centre de référence sur la nutrition humaine Extenso, de l'Université de Montréal, qui s'est donné pour mission de « remettre les pendules à l'heure ».

Tous s'entendent pour dire que la volaille crue est à proscrire absolument, parce qu'elle est souvent contaminée par la salmonelle. « Nos ancêtres mangeaient crue la viande qu'ils venaient de chasser, fait valoir Marilyn Manceau. Elle n'avait pas passé trois jours en épicerie ! »

Quant à savoir si la cuisson « tue » les aliments, Frédéric Blaise rapporte plutôt des preuves du contraire. « L'assimilation du lycopène de la tomate (un antioxydant) est favorisée par la cuisson, comme celle du bêta carotène de la carotte », note le nutritionniste.

En fait, en cuisant les aliments, on joue souvent à qui perd gagne. Selon des chercheurs de l'Université Cornell, dans l'État de New York, du maïs chauffé à 115 degrés Celsius pendant 25 minutes perd,

par exemple, 25 % de son contenu en vitamine C, mais gagne 44 % d'activité antioxydante...

Restent les enzymes, « qui ne survivent pas plus à l'acidité d'un estomac qu'à la cuisson », fait valoir Marilyn Manceau. « Une fois dans le corps, les enzymes (qui sont en fait des protéines) sont fragmentés pour devenir des acides aminés, et ce, même s'ils sont « vivants ». Puis, le corps prend ces acides aminés pour reformer les protéines dont il a besoin. Les enzymes ne restent donc jamais tels quels. »

Des selles qui triplent de volume

« En fait, moi je dis oui au cru, mais à 100 %, dans la société actuelle, je n'y crois pas, nuance Frédéric Blaise. On ne peut pas vivre d'amour et d'eau fraîche, dans la vraie vie ! Il faut une dose logique et nutritive d'aliments pour que le corps soit performant. Se préoccuper de ce que l'on mange, c'est très bien et ça fait défaut à la population en général, mais ça ne veut pas dire qu'il est bon d'avaler un kilo de fruits au cours d'un seul repas. Or, qui dit crudivore, dit

« C'est inattendu, ça sort de l'ordinaire, ça défie l'autorité, alors c'est sûrement *in*... »

souvent fruits et légumes en (très grande) quantité. « Avec ce type de régime, on peut avoir des ballonnements, des inconforts, des selles qui triplent de volume et de la constipation », énumère Marilyn Manceau. C'est aussi très monotone, si bien qu'on s'en lasse vite. Pourrait-on d'ailleurs penser à de la bouffe-réconfort qui soit crue ? Difficilement, à moins de s'appeler Buggs Bunny ou Jeannot Lapin...

Des inconvénients souvent niés par les adeptes, tel Jean-Louis Tu, crudivore français, qui soutient entre autres dans son site que « la frilosité, comme l'émaciation, ne sont que des faiblesses provisoires » (<http://perso.wanadoo.fr/jean-louis.tu/cru/problems.html>).

Spiritualité alimentaire

Il faut dire que « la sous-culture crudivore est formée d'un mélange de fanas de santé alternative, de gens en quête spirituelle et de personnes accros à toutes les tendances », note le *New York Times Magazine* (1^{er} septembre 2002). Or, « la vie spirituelle des gens ne me concerne pas », admet Frédéric Blaise, qui ajoute aussitôt qu'il s'inquiète « quand ça devient sectaire, fermé à tout partage et à la variété ».

« Le végétarisme, l'anorexie et la boulimie, le crudivore et l'instinctothérapie sont autant de preuves que l'imaginaire des nourritures n'est pas mort, mais chargé d'autres sens », écrit Monique Morval, professeure au département de psychologie de l'Université de Montréal, dans *Mais où sont les repas d'antan ?*, texte paru dans la revue *Religieuses* du printemps 98.

« Tant mieux si les gens veulent améliorer leur état de santé global et que cela passe par un crudivore équilibré », note Josiane Cyr. Je leur conseillerais cependant d'être guidés dans leur démarche, par un nutritionniste qui les aidera dans leurs choix. »

Un nutritionniste ? « Un ami en a vu un, témoigne Solange Leroy, adepte du crudivore, et il lui a laissé manger du pain blanc et boire du Coke diète ! »



CONCOURS EXCLUSIF DE SECOND CUP™ !

Savourez notre café Passion matin™ jusqu'à 11 h, et vous pourriez vous

RÉVEILLER AU SON DES ROLLING STONES À L.A.



© 2002 Les éditeurs Second Cup Inc. Toronto et Montréal.

Commandez un café Passion matin ou tout autre café avant 11 h, participez au concours « Sédusez-moi » de Second Cup et courez la chance de gagner de fabuleux prix, comme notre grand prix : deux billets pour le spectacle des Rolling Stones et deux laissez-passer pour aller dans les coulisses, à Los Angeles, le 31 octobre 2002.

secondcup.com



Ne manquez pas le nouvel album des Rolling Stones, « Forty Licks », qui sortira le 1^{er} octobre 2002. Pour en savoir davantage sur la tournée des Rolling Stones, rendez-vous sur le site www.rollingstones.com.
Aucun achat nécessaire. Un seul bon de participation par personne, par jour. Le concours se termine le 29 septembre 2002. Pour connaître les règlements complets du concours, adressez-vous au personnel de l'un de nos établissements.



Photo PIERRE CÔTÉ, La Presse

C'est à l'hôtel Saint-Paul, dans le Vieux-Montréal, que se trouve le bar Cru, pour quelques jours en-core...

Restos crus

MARIE ALLARD

LA CALIFORNIE a Roxanne's, un restaurant de haute « non-cuisine » crudivore où il faut réserver plus d'un mois à l'avance pour pouvoir goûter aux nouilles de noix de coco fraîche ou à la crème glacée au lait d'amandes. New York a ses Quintessence, une chaîne de restos et de traiteurs crus, où les « pâtes à l'italienne » (des filaments de courge nappés de légumes frais hachés) et les simili-burritos (avec une feuille de laitue en guise de tortilla) coûtent un peu plus de 10 \$ US.

Et Montréal ? Eh bien, la métropole a son bar Cru, au chic hôtel Saint-Paul, dans le Vieux-Montréal. « Au départ, nous n'avions pas pensé au *raw food* », indique Hubert Marsolais, un des copropriétaires. « Par goût personnel, nous cherchions une cuisine aérienne. Nous avions un désir de pureté, que nous avons trouvé dans le cru, qui permet plusieurs variations sur le même thème puisqu'il est présent dans la plupart des civilisations. »

Malgré un nom « plutôt rébarbatif », comme le concède sans détour M. Marsolais, le bar Cru a pris son envol il y a 13 mois, et ses ceviches, tartares et autres crudités semblaient plaire de plus en plus. « Guy Laliberté a organisé, ici, un party cru, relate Hubert Marsolais. On a eu jusqu'à du magret de canard cru paré en cube, accompagné de sauce soya. »

Il reste que les deux tiers de l'espace étaient occupés par des banquettes, ce qui fait qu'il était difficile d'y travailler correctement, précise le copropriétaire. « Nous n'avons pas obtenu la synergie que nous voulions créer entre le lieu et le concept. »

Si bien que le bar Cru tel que vous le connaissez sera « cuit » dans une semaine. « Nous allons le fermer, avant de le déménager dans un local plus grand, toujours dans le Vieux-Montréal, révèle M. Marsolais. Un bar à vins y sera greffé, donnant ainsi un autre sens au mot cru. Quoique nous voulons aussi aller plus loin dans l'alimentation crue, dans le prochain endroit... »

Qui n'ouvrira qu'en février, après qu'Hubert Marsolais aura fait un saut à New York, histoire de voir ce fruit s'y fait avec le dorian, un gros fruit exotique en vogue. « J'y ai aussi une amie artiste qui est complètement *addict* au crudivore, alors on va visiter quelques restos du genre, là-bas... »

J'suis mort de fatigue!

Tomber, tomber de fatigue trop souvent, eh bien, pensez à Bio-Sirum. Bio-Sirum, un diffuseur d'énergie vive contre les grosses fatigues.

Un tourbillon d'atomes, de molécules à comportement énergétique, voilà Bio-Sirum-Énergie-Vive, tout un monde d'ingrédients énergétiques avec la Coenzyme Q-10, l'étincelle qui fait jaillir la production d'ATP qui est la molécule de base bioénergétique de toute cellule humaine.

Aux sources du naturel, Bio-Sirum vous offre deux formules, ou deux formules aux actifs naturels :

- 1- le Bio-Sirum avec coenzyme Q-10;
- 2- et le Bio-Sirum revitalise.

Fatigue nerveuse, fatigue cérébrale, fatigue intellectuelle, Bio-Sirum peut vous aider. Avec Bio-Sirum on ne traîne pas de la patte.

Montréal : (514) 272-1365
Mauricie : (819) 378-7777

Ligne extérieure : 1 800 272-1365
Estrie : (819) 823-3322

Devenez un auteur à succès

Vous avez envie d'écrire? L'École de rédaction vous offre un cours par correspondance qui vous montrera comment écrire de façon professionnelle et faire publier vos textes.

Apprenez à rédiger des articles, nouvelles, romans ou scénarios qui se vendront. Votre tuteur ou tutrice privé vous aidera à écrire des textes clairs, frais et vendables. En fait si, à la fin du cours, vous n'avez pas récupéré vos frais grâce à vos ventes, NOUS VOUS REMBOURSERONS jusqu'au dernier sou!

Écrivez-nous dès aujourd'hui pour obtenir gratuitement notre brochure explicative.

Appelez le 1-800-267-1543
ou par télécopieur le 1-613-749-9551
brochure@qualityofcourse.com

Nom _____ L'ÉCOLE DE RÉDACTION
Adresse _____ 38, ave McArthur
Ville / Prov. _____ Bureau 655
Code postal _____ Ottawa (Ontario) K1L 6R2

Le cours est déductible d'impôt et exempt de TPS

| TENUES DE STARS |

People décerne bons points et bonnets d'âne

Agence France-Presse

LOS ANGELES — Les actrices Julia Roberts, Halle Berry, Nicole Kidman et Cate Blanchett figurent sur la liste des stars les mieux habillées de l'année dressée par le magazine américain *People*, qui décerne en revanche un carton rouge à Pamela Anderson et aux chanteuses Pink et Christina Aguilera.

Dans son numéro daté du 23 septembre, *People* a sélectionné les stars qui ont su choisir la robe de soirée à la fois élégante et audacieuse qui leur a valu couvertures de magazines et louanges des stylistes.

Les couturiers les mieux portés ont été cette année Versace (Catherine Zeta-Jones, Kate Hudson, Charlize Theron), Oscar de la Renta (l'héroïne d'*Ally McBeal* Calista Flockhart, Debra Messing) et Valentino (Halle Berry, Reese Witherspoon, Sandra Bullock).

Les maisons de couture françaises sont représentées grâce à Chanel (Nicole Kidman en rose pâle pour les Oscars) et Christian Dior (Cate Blanchett en soie et tulle blancs à une première à Londres).

Certaines célébrités ont en revanche l'honneur peu enviable d'être reléguées dans la catégorie des « plus mal habillées ». Pamela Anderson, Pink et Christina Aguilera sont épinglées dans cette catégorie pour leurs tenues trop dénudées manquant de style.

L'actrice française Audrey Tautou, qui a fait le tour du monde avec son film *Amélie Poulain*, reçoit aussi un carton rouge pour une tenue « sortie tout droit de la garde-robe de l'actrice Shirley Temple », portée à Londres lors d'une remise de prix. L'actrice Helena Bonham Carter a le redoutable privilège de figurer dans la catégorie encore moins enviable des « stars toujours affreuses » pour ses « chaussures énormes » et ses robes « sorties d'un roman de Dickens ».



Pink : carton rouge !

Photothèque La Presse ©

| CONSOMMATION |

Être cool sans en avoir l'air

VIOLAINE BALLIVY
Le Soleil

LUDIQUES, les nouveaux produits cherchant à séduire les jeunes adultes sont conçus le plus sérieusement du monde par des équipes de marketing. Le secret pour leur plaire : être cool, sans en avoir l'air. Pas facile !

C'est jaune, mais ça goûte les fruits des champs... Noir, mais parfumé à la limonade... Les jeunes en raffolent. Les ventes de sloche ont augmenté de 450 % en trois ans. Difficiles à suivre, les adolescents ?

Tous les agents de marketing et de publicité interrogés s'entendent pour dire que les jeunes — 16-25 ans — dictent les tendances en matière de consommation. Non pas « que ce soit un gros marché, mais c'est un marché fortuné », explique June Marchand, professeur de publicité au département de marketing de l'Université Laval. Les distributeurs ne s'en cachent pas, les nouveaux produits sont directement axés vers cette clientèle.

Pour les rejoindre, des tas d'adultes travaillent fort. Il n'y a pas de place au hasard, pas d'illumination dans ce métier. Le Pepsi bleu n'est pas le fruit d'une envie irrésistible du PDG de Pepsi d'emplir son verre de liquide bleu. Avant qu'il se retrouve sur nos tablettes, pas moins de 100 concepts différents ont été soumis à des groupes-témoins de jeunes. Résultat ? « Les jeunes voulaient une nouvelle boisson bleue », dit Sylvain Charbonneau, de Pepsi. Et on leur a donnée.

Une dizaine de produits ont été créés par les experts de Pepsi et goûtés par les jeunes, avant de mettre le doigt sur la combinaison gagnante. Il aura fallu un an de recherche et quelques milliers de jeunes cobayes.

Ados mis à contribution

Il a fallu aussi un an pour que les analystes de Couche-Tard décryptent le langage et les goûts des adolescents. Une année passée à observer des groupes de jeunes derrière une glace sans tain.

« On a compris que les jeunes aiment quand la couleur du produit n'a aucun rapport avec son goût », explique Michel Bernard, directeur de la commercialisation et du marketing de la chaîne d'alimentation. D'où le jaune pour la saveur aux petits fruits. Il fallait bien ensuite lui trouver un nom. « Il faut parler aux jeunes avec humour et un côté absurde », explique M. Bernard. Son équipe a proposé « Poulet et nouille » ou « Coulis de canari ». « Canari ? Ça nous dit rien ! » ont répliqué les jeunes, avant de lancer « Poussin frappé », qui est resté.

CIBC

CIBC WOOD GUNDY

Mes priorités:

- ✓ Bâtir une maison avec vue sur le lac
- ✓ Être avec mon fils plus souvent
- ✓ Prendre le temps de relaxer
- ✓ Regarder ma famille s'épanouir

Votre conseiller en placement connaît-il vos priorités?

Chez CIBC Wood Gundy, nous croyons que la meilleure façon d'investir pour vous demain est de bien vous connaître aujourd'hui. C'est pourquoi notre priorité sera toujours d'offrir à nos clients une expertise sur mesure.

Pour tous renseignements, composez le 1 866 770-2622 ou visitez www.canada.cibcwg.com/francais

CIBC Wood Gundy est une division de Marchés mondiaux CIBC Inc., société de la Banque Canadienne Impériale de Commerce, et membre du FCPE.

3076261A

25^e

ANNIVERSAIRE

Tout ce qu'il vous faut pour demeurer chaud et sec...
...et épargner !

Pour en savoir davantage, consultez notre circulaire "vente automnale" pour hommes et femmes dans le journal d'aujourd'hui

L'Équipeur



Indicatif 438

SUR LE WEB AUJOURD'HUI

BONNE NOUVELLE pour ceux qui seraient à la recherche d'une luxueuse maison dans les environs du lac Placide dans l'État de New York. Deux entrepreneurs de la région ont rénové une ancienne base de tir de missiles, construites à la fin des années 1950, pour en faire un complexe sécuritaire. On y retrouve aujourd'hui un superbe chalet en bois rond en surface, et à l'intérieur du silo et des salles du sous-sol, une résidence de grand luxe. Après avoir vu la maison sur Internet (www.silohome.com), serez-vous tenté d'investir les 2,1 millions de dollars que les

propriétaires demandent pour l'achat des lieux? J'oubliais, un avion monomoteur est offert en prime avec une piste d'aviation privée et cinq hectares de terrains boisés.

OXFAM LANCE aujourd'hui une nouvelle campagne d'information sur le thème du café équitable. L'opération *Pour un commerce équitable* (www.pouruncommerceequitable.com) veut sensibiliser la population du Nord à la situation des cultivateurs frappés par l'effondrement du cours mondial du café. On cherche à démontrer de façon concrète l'impact de la crise du café sur les cultivateurs. Le site permet d'apprendre que Kraft, Nestlé, Sara Lee et Procter & Gamble domineraient le marché mondial du café et qui distribuent des marques connues telles que Maxwell House et Nescafé. Ces compagnies

achèteraient à elles seules près de la moitié de la production mondiale de café. Si vous désirez ajouter votre voix à celle de Oxfam, le site vous permet d'envoyer une carte postale électronique aux quatre grandes compagnies pour demander un prix décent pour les cultivateurs. On y retrouve également un jeu en ligne pour mieux comprendre la crise du café.

POUR SOULIGNER les 50 ans de la télévision de Radio-Canada, le site *Silence, on court!* (www.silenceoncourt.tv) ajoutera à son répertoire Web, cette semaine et les quatre suivantes, cinq films de Frédéric Back. Pour commencer cette rétrospective du grand maître incontesté du cinéma d'animation, on commence avec un très joli film intitulé *Tarata*.

PETIT RAPPEL à mettre à votre calendrier 2003. D'ici un an, la composition à 10 chiffres pour tous les appels locaux à Montréal sera en vigueur. Avec l'introduction du nouvel indicatif régional — le 438 —, résidents et entreprises de la région 514 doivent commencer à se préparer dès maintenant à la composition locale à 10 chiffres, qui sera en vigueur le 18 octobre 2003. Si vous désirez en savoir plus sur le sujet, je vous recommande une petite visite au site *Indicatif438* (www.indicatif438.com). Vous y trouverez toute l'information sur l'impact de ce changement dans votre vie, mais surtout, dans vos habitudes.

Bruno Guglielminetti
collaboration spéciale
actuel@guglielminetti.com

La météo de l'espace, bientôt sur nos écrans

Agence France-Presse

WASHINGTON — Les avis d'orage magnétique ou d'aurore boréale pourraient devenir aussi courants que les prévisions météo du week-end, selon des scientifiques américains réunis hier dans le nord-est des États-Unis pour le création du premier centre de recherche voué à une science d'avenir : la météo de l'espace.

Pour mieux connaître et prévoir les tempêtes sidérales ou les phénomènes de luminosité atmosphérique, la Fondation nationale

des sciences américaine a créé le Centre pour la modélisation intégrée de la météorologie spatiale (CISM), doté d'un budget de 20 millions de dollars US sur cinq ans et placé hier sous l'égide de l'Université de Boston (Massachusetts). Ce centre a notamment pour mission de modéliser les interactions entre vents solaires et magnétosphère terrestre, des phénomènes redoutés par les astronautes, les propriétaires de satellites ou les géants des télécoms.

Selon certains scientifiques, les effets thermiques et dynamiques de ces particules so-

laires pourraient aussi avoir un effet à long terme sur l'atmosphère terrestre et les climats. Le directeur du CISM, Jeffrey Hughes, s'est engagé hier à rassembler les chercheurs américains autour de ce projet de météo spatiale. « Ainsi, nous ne ferons pas seulement un nouveau genre de science, mais nous construisons un outil de prévision robuste et opérationnel pour les météorologues de l'espace, tant civils que militaires ».

Le Centre national pour la recherche atmosphérique (NCAR) américain a promis le même jour son aide pour la modélisation de

l'ionosphère (zone de la haute atmosphère), à laquelle il consacrera 3,3 millions de dollars. « Les prévisions actuelles sont fondées sur des techniques analogues à celles utilisées par les météorologues il y a 50 ans », a expliqué Charles Goodrich, directeur adjoint du CISM.

Mais « nous sommes convaincus que nos connaissances et les technologies informatiques désormais disponibles nous permettent de créer le premier modèle intégré de prévision météorologique de l'espace dans les 10 prochaines années », a-t-il ajouté.

L'IMMOBILIER TECHNIQUES ET STRATÉGIES D'INVESTISSEMENT ACCESSIBLES À TOUS

DURANT CES 6 HEURES DE FORMATION VOUS APPRENDREZ COMMENT :

- Vous construire un plan et une stratégie d'investissement
- Vous établir un crédit impeccable
- Utiliser les techniques créatives de recherche d'immeuble
- Choisir les bons immeubles
- Déterminer la valeur d'un immeuble
- Identifier des immeubles jusqu'à 50 % de leur valeur marchande
- Faire son profit à l'achat
- Acheter avec un minimum de comptant
- Acquérir des reprises bancaires

- Faire du profit avec les propriétés en détresse
- Négocier les acquisitions
- Identifier les sources d'argent
- Comprendre le financement immobilier
- Maîtriser différentes techniques de profit
- Gérer ses immeubles
- Se construire une fortune avec l'immobilier
- Etc.

**SÉMINAIRE
DISPONIBLE SUR
CASSETTE AUDIO**

**PRIX : 250 \$ + TAXES (MATÉRIEL INCLUS)
Réservez immédiatement : (450) 679-0261**
Conférenciers : Jacques Lépine M.B.A.
Ginette Méroz, Avocate
GROUPE FORSYTHE INTERNATIONAL INC.
www.forsythegroup.com

**LE SAMEDI 21 SEPT. 2002 de 9 h à 16 h
HÔTEL HILTON MONTRÉAL AÉROPORT
12 505, CÔTE DE LIESSE
DORVAL**

3071860

Découverte de trous noirs « intermédiaires »

Agence France-Presse

WASHINGTON — Des astronomes américains ont annoncé hier la découverte d'un type de trous noirs, de taille intermédiaire, qui n'avait jusqu'à présent jamais été détecté, et cela au sein d'amas globulaires d'étoiles autour de la Voie lactée et d'autres galaxies.

Cette découverte, réalisée grâce au télescope spatiale américain Hubble, pourrait permettre de mieux comprendre comment les galaxies et amas globulaires d'étoiles se sont formés il y a plusieurs milliards d'années, ont estimé les astronomes.

Les amas stellaires de type globulaire contiennent parfois plusieurs centaines de milliers d'étoiles, parmi les plus vieilles de l'Univers. Or, si ces amas renferment des

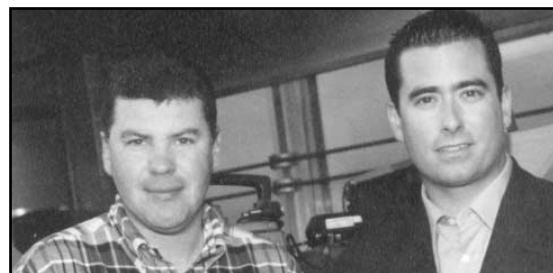
trous noirs, cela pourrait en outre signifier que les trous noirs préexistaient à la formation de ces amas, ont envisagé les chercheurs qui présentaient leur découverte au siège de la NASA à Washington.

« Ces résultats nous racontent peut-être quelque chose de très profond au sujet de la formation des amas d'étoiles et des trous noirs des premiers temps de l'Univers, a commenté Roeland Van Der Marel, de l'Institut du télescope spatial Hubble à Baltimore. » « Ces données nous fournissent des informations sur l'un des plus importants problèmes non résolu de l'astronomie aujourd'hui : comment la structure de la galaxie se forme dans l'Univers », s'est pour sa part réjoui Michael Rich, de l'Université de la Californie à Los Angeles.

PUBLIREPORTAGE

LE PLUS GROS SALON DE L'EMPLOI AU QUÉBEC Palais des Congrès de Montréal • 18 et 19 SEPTEMBRE 2002

Venez rencontrer plus de 300 exposants qui offrent au-delà de 10 000 emplois dans tous les domaines!



Dennis Blackburn, fondateur et promoteur du Salon Emploi-Formation en compagnie du porte-parole du Salon, Benoit Gagnon

La plus importante foire de l'emploi au Canada 160 employeurs offrent près de 10 000 emplois au 19^e Salon Emploi-Formation

Plus de 300 exposants représentant 160 employeurs offriront pour une seconde fois cette année près de 10 000 emplois dans tous les domaines au 19^e Salon Emploi-Formation. Ce salon présenté par monster.ca en collaboration avec le gouvernement du Québec constitue le plus grand rassemblement d'employeurs au Canada. Cet événement aura lieu au Palais des Congrès les 18 et 19 septembre 2002 et l'entrée est gratuite.

Un accès privilégié

La plus grande foire de l'emploi au Canada attire de plus en plus de visiteurs. En mars dernier, 52 322 personnes ont franchi les portes du Palais des Congrès. Selon Dennis Blackburn, président du Salon Emploi-Formation, « Le Salon permet de faire le pont entre les entreprises, les spécialistes des ressources humaines et les candidats qualifiés. » Ce salon offre un accès privilégié aux employeurs et allie la recherche d'emploi à l'information pertinente sur les tendances et la formation disponible.

Guide de l'emploi

Cette année, le Salon procédera au lancement par Septembre éditeur du Guide de l'emploi 2003. Ce dernier est un ouvrage de référence couvrant tous les secteurs d'activité économiques et donnant des renseignements détaillés sur les entreprises, leurs besoins et leurs attentes en matière d'emploi.

ProfileSoft, votre profil de potentiel humain

ProfileSoft s'associe cet automne au Salon Emploi-Formation et met à la disposition des exposants son outil d'évaluation du capital humain, qui fait ressortir les compétences personnelles et les juxtaposent aux compétences professionnelles. Profitez-en pour obtenir gratuitement votre profil personnel, et tous les employeurs présents y auront accès!

Situation de l'emploi

Le Salon Emploi-Formation en fournissant des renseignements pertinents soutient remarquablement le marché de l'emploi qui demeure en constante évolution. Les données actuelles indiquent un faible recul de l'emploi désaisonnalisé (-15 000) au Québec, malgré des gains d'emploi totaux de 113 200 depuis janvier 2002. Le taux d'emploi au Québec a subi une légère chute (0,3%) en juillet 2002, mais reste néanmoins à un des plus hauts niveaux de son histoire (59,6%). La population active a augmenté de 3,8 % ce qui explique en partie une hausse de 0,5% du taux de chômage qui s'établissait en juillet à 8,7 %. Enfin, le secteur des soins de santé est le plus générateur d'emplois suivi de la gestion des entreprises et des services administratifs. (Source : Emploi-Québec)

Le Salon en bref

Le Salon est divisé en cinq espaces : le Pavillon Éducation-Formation, le Boulevard de l'emploi, le Pavillon du gouvernement du Québec, le Pavillon du gouvernement du Canada et le Café Internet. Le Pavillon Éducation-Formation mis sur pied par le ministère de l'Éducation fournit de l'information sur les différentes formations professionnelles pour lesquelles il y a une pénurie de main-d'œuvre.

Les visiteurs qui explorent le Boulevard de l'emploi peuvent consulter près de 1 000 postes affichés. Aux pavillons du gouvernement du Québec et du gouvernement du Canada, différentes perspectives de carrière dans la fonction publique sont détaillées.

De plus, le Café Internet, commandité par monster.ca et par l'Institut supérieur d'informatique, permet aux chercheurs d'emploi de consulter à leur guise les sites des employeurs présents, ou le site de monster.ca qui offre 25 000 postes au Canada, dont environ 20 % au Québec.

Une dizaine de conférences sur divers sujets sont également offertes. Ne manquez pas l'occasion d'en apprendre plus sur le domaine de l'emploi!

La Tête de l'emploi

Les visiteurs pourront se procurer gratuitement au Salon une copie de La Tête de l'emploi. Publié à 50 000 exemplaires, ce journal brosse un portrait du marché, détaille des offres et fournit des conseils judicieux sur la recherche d'emploi. La Tête de l'emploi sera également distribuée dans plus de 1 800 points de ventes (kiosques à journaux, dépanneurs, etc.) partout au Québec. Il sera en vente à partir du 20 septembre au coût de 2,95\$.

Le Salon Emploi-Formation

Le Salon Emploi-Formation est l'une des activités-phases organisées par le Groupe Événements-Ciel. Sa mission est de faciliter la recherche d'emploi et de renseignements sur la formation en créant un lieu de rencontre privilégié entre employeurs et demandeurs d'emploi. Le Salon a lieu deux fois par année, au printemps et à l'automne. On peut obtenir des renseignements supplémentaires à l'adresse Internet suivante : www.emploiformation.com

monster.ca présente

Le Salon Emploi-Formation

en collaboration avec Québec

**Mercredi 18 septembre 2002 de 9 h à 19 h
Jeudi 19 septembre 2002 de 9 h à 18 h
Palais des Congrès de Montréal**

Le plus gros événement
de l'emploi au Québec!

**Plus de 10 000 emplois
disponibles pour tous
les profils de carrières**

**Au-delà de
160 employeurs**

ENTRÉE GRATUITE

**Apportez votre C.V.
Entrevue sur place**

NOUVEAU

**Présentez-vous au Salon et
recevez gratuitement votre
profil de potentiel humain.
Une chance supplémentaire
de trouver un emploi.
(Les exposants y auront accès.)**

ProfileSoft Inc.



Place-d'Armes



Benoit Gagnon, porte-parole
du Salon Emploi-Formation

Un meilleur avenir vous y attend!
Informatique • Finance • Santé • Sécurité
Centre d'appels • Commerce de détail • Restauration
Transport • Assurances • Fonction publique • Autres

www.emploiformation.com

Une réalisation du Groupe Événements-Ciel



Les employeurs de marque ont travaillé fort pour bien accueillir les candidats au Salon.
On vous attend avec impatience!

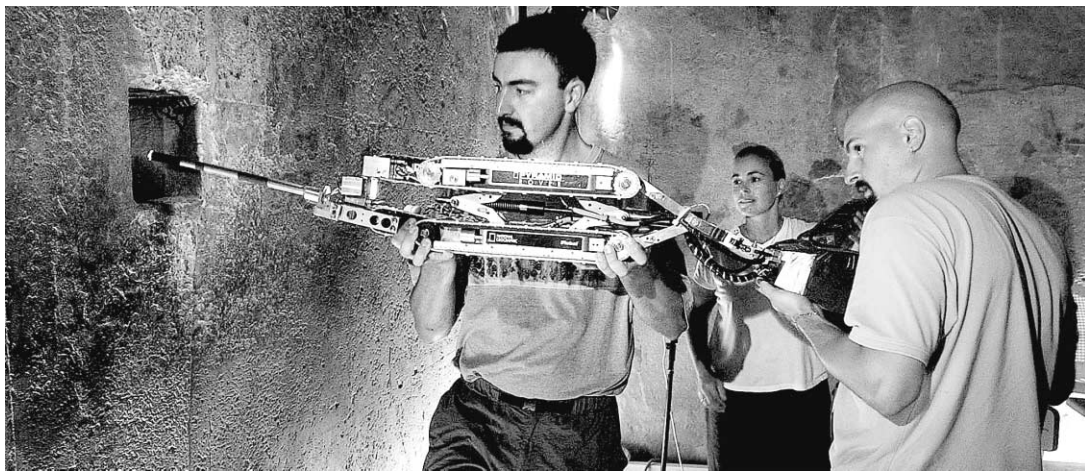


Photo AFP ©

Des ingénieurs introduisent un robot muni de micro-caméras dans un puits de la pyramide de Khéops. Des télédiffuseurs américains étaient sur place et ont transmis des images en direct.

ARCHÉOLOGIE

Le mystère de Khéops reste entier

Agence France-Presse

LE CAIRE — Un robot équipé de micro-caméras, introduit hier dans un puits de la pyramide de Khéops, a révélé en direct à la télévision américaine une cavité encombrée de pierres, une découverte qui laisse cependant entier le mystère de la Grande Pyramide.

Le robot a été introduit dans la nuit de lundi à hier dans un puits très étroit qui donne dans la chambre dite de la reine, dans la plus grande des pyramides de Guizeh.

Il a progressé sur plusieurs dizaines de mètres dans l'étroit tunnel, et a introduit une caméra optique dans un trou pratiqué deux jours plus tôt dans une cloison en pierre qui obstrue le tunnel.

Au delà de cette cloison, la caméra a montré une petite cavité et des blocs de pierre, suscitant la déception des journalistes qui suivaient l'opération sur un écran géant, dans un hôtel qui fait face aux pyramides.

L'opération était télévisée, et retransmise en direct par la chaîne américaine Fox, et devait être montrée quelques heures plus tard par une autre chaîne américaine, National Geographic Channel, qui finance l'expérience.

Le chef des antiquités égyptiennes, Zahi

Hawas, s'est quant à lui enthousiasmé devant la presse, annonçant que la caméra avait découvert « une nouvelle cavité secrète », d'une profondeur d'environ 45 centimètres, et obstruée par des pierres.

« Les recherches vont se poursuivre, à l'aide de la technologie moderne, pour savoir ce que ce nouveau mur recèle de secrets, a-t-il ajouté. La pyramide de Khéops n'a pas encore révélé tous ses secrets. »

Personne ne connaît le rôle que jouaient les puits et conduits des pyramides d'Égypte, mais M. Hawas a rappelé que selon les hypothèses de plusieurs égyptologues, ils servaient à évacuer vers l'au-delà l'âme du souverain défunt.

Les archéologues sont depuis toujours à la recherche d'indices pouvant conduire au tombeau de Khéops, pharaon qui régna plus de 2500 ans avant Jésus-Christ et qui a fait édifier la plus grande pyramide d'Égypte.

La chaîne américaine Fox a également retransmis en direct l'ouverture d'un sarcophage mis au jour en juin sur le plateau de Guizeh, et qui est présenté comme le plus ancien sarcophage intact jamais découvert dans l'époque moderne. Mais le sarcophage ne contenait que des ossements, et non une momie.

Magazines en ligne 24h www.bouclair.com

CRÉÉZ VOTRE GARDE-ROBE D'AUTOMNE!

NOUVELLES COLLECTIONS!

Assortiments de :

- DENIMS
- FOURRURES synthétiques
- ASPECTS SUÉDES
- tissus EXTENSIBLES
- VELOURS CÔTELÉS
- POLYESTERS

30% de rabais

à partir de **TATILLEUR DERNIER CRI 6,99/m**

R.A.B.A.I.S sur TOUT le rayon de **MOLLETON ARCTIC BOUCLAIR**

DÉCOREZ Le plus vaste choix en ville de **TISSUS et D'ACCESSOIRES POUR LA DÉCORATION**, et de **RIDEAUX PRÊTS-À-INSTALLER**

JETÉS et COUSSINS en molleton Seulement **9,99** ch. Rabais de **50\$** sur tous les ensembles de douillette en magasin

Accessoires de DÉCORATION à partir de **3,99** ch.

Collection en fer forgé

VOILAGES à draperie régulières Jusqu'à **60%** de rabais

Un PLUS GRAND choix de nouveaux voilages unis et imprimés

MONTRÉAL		RIVE-NORD		RÉGION DE QUÉBEC		ORLÉANS		SHERBROOKE	
ANOUJ	(514) 355-4858	MASCOCHE*	(450) 474-0577	BEAUPORT	(418) 661-1345	NEPEAN	(813) 834-5357	SHERBROOKE	(819) 569-5989
D.D.G. GALERIES DES SOURCES	(514) 683-4711	REPERTOIR	(450) 694-2019	GAL. DE LA CAPITALE	(418) 628-8780	OTTAWA	(813) 805-6920	SHERBROOKE	(819) 822-1046
PLACE HENRI-BOURASSA	(514) 327-1113	ROSEMÈRE*	(450) 633-9146	LEVIS	(418) 813-1120	ST-HYACINTHE	(813) 744-9982	ST-HYACINTHE	(450) 771-4294
JEAN-TALON	(514) 725-9175	ST-EUSTACHE	(450) 874-7500	NEUFCHÂTEL	(418) 843-9330	AUTRES RÉGIONS DU QUÉBEC		ST-JEAN	(866) 348-1165
LASALLE	(514) 365-7337	RIVE-SUD		PLACE LAURIER	(418) 663-1321	CHICOUTIMI	(418) 549-3535	ST-JÉRÔME	(450) 569-0961
MARCHE CENTRAL*	(514) 384-8856	BELLEVILLE	(450) 446-6634	ST-ROBALD	(418) 659-1014	DRUMMONDVILLE	(819) 474-1988	TROIS-RIVIÈRES	(819) 376-8055
PLACE MILITARY	(514) 388-8020	GREENFIELD PARK	(450) 866-6651	ST-FOY	(418) 639-3006	GRANBY	(450) 378-5999	TROIS-RIVIÈRES	(819) 376-1717
FAUBOURG DEL'LEPERROT	(514) 453-1885	BOUCHERVILLE	(450) 655-5100	ST-JOVITE	(418) 681-0644	JOLIETTE	(450) 733-1144	VICTORIAVILLE	(819) 357-3007
LAVAL	(450) 667-3120	LONGUEUIL	(450) 679-2070	RÉGION OTTAWA-HULL		JONQUIÈRE	(418) 542-1771		
CENTRE LAVAL	(450) 878-7300	ST-BRUNO	(450) 641-3738	GRANDEAU	(819) 243-2147	RIMOUSKI	(418) 723-5151		
ST-DOROTHÉE	(450) 969-0281	ST-CONSTANT	(450) 635-8407	HULL*	(819) 595-2874	RIVIERE DU LOUP	(418) 867-6446		
				NEPEAN	(813) 727-1055	SHAWINIGAN	(819) 539-4471		

*Nouveau magasin. En cas d'erreur lors de l'impression, l'île (anciennement) sera(ont) vendue(s) au bon prix. Les articles peuvent différer des photos et le choix peut varier d'un magasin à l'autre. Héritez-vous pour un meilleur choix. Nous nous réservons le droit de limiter les quantités. Tous les prix de vente s'appliquent à la marchandise en inventaire seulement et non aux commandes sur mesure et au service à domicile. Pas de déballants.

Plus de minutes dans votre journée

40\$* par mois = **350** minutes de semaine + **illimités** soirs et week-ends

• 20 ¢ par minute supplémentaire • Mise en attente, renvoi d'appel, renvoi sur non-réponse ou sur occupation et appel de groupe inclus.

L'OFFRE SE TERMINE LE 30 SEPTEMBRE.



Prime de 25 minutes/mois, en souscrivant à un plan de paiement préautorisé.

● Un nouveau monde s'ouvre aux entreprises. ●

ÉPARGNEZ ACHÉTEZ EN LIGNE

CONSULTEZ LE WWW.ROGERS.COM/SANS-FIL, COMPOSEZ LE 1 800 IMAGINE OU RENDEZ-VOUS CHEZ NOS DISTRIBUTEURS ROGERS^{MC} AT&T^{MD} PARTICIPANTS.

ROGERS AT&T COMMUNICATIONS SANS FIL

- MONTRÉAL**
- 732, rue Ste-Catherine O. (514) 877-0090
- 3573, boul. St-Laurent (514) 288-0600
- Centre Easton (514) 844-6242
- 2360, rue Notre-Dame O. (514) 983-1666
- Place-Ville-Marie (514) 394-0000
- 8984, boul. de l'Acadie (514) 387-9999
- 1201, avenue Greene (514) 933-8000
- 5150, rue Jean-Talon O. (514) 341-2221
- 5954, boul. Métropolitain E. (514) 257-8826
- 6224A, rue St-Jacques O. (514) 369-4000
- Centre Rockland (514) 735-4086
- Place Alexis-Nihon (514) 865-5949
- Place Versailles (514) 355-0003
- Les Galeries d'Anjou (514) 356-0356
- 997, rue St-Antoine O. (514) 866-3226
- BOUCHERVILLE**
- Promenades Montarville (450) 449-9988
- BROSSARD**
- 7005, boul. Taschereau, bur. 150 (450) 926-3111
- Mail Champlain (450) 671-3300
- Place Portobello (450) 671-4744
- CANDIAC**
- 878-4, boul. Marie-Victorin (450) 444-2100
- CHATEAUGUAY**
- 129, boul. St-Jean-Baptiste (450) 692-2201
- DOLLARD-DES-ORMEAUX**
- 3339L, boul. des Sources (514) 683-1333
- DRUMMONDVILLE**
- 1565, boul. Lemire (819) 478-0951
- 965, boul. St-Joseph (819) 478-9977
- Promenades Drummondville (819) 475-5024
- GATINEAU**
- 360, boul. Maloney O., bur. 1 (819) 663-8580
- Promenades de l'Outaouais (819) 561-3031
- GRANBY**
- 575, boul. Boivin (450) 777-6612
- ÎLE-PERROT**
- 15, boul. Don-Quichotte (514) 425-5905
- JOLIETTE**
- 517, rue St-Charles-Borromée N. (450) 755-5000
- KIRKLAND**
- 2758, boul. St-Charles (514) 428-9006
- LASALLE**
- 8457, boul. Newman (514) 368-4000
- Carrefour Angrignon (514) 368-4230
- LAVAL**
- 2142, boul. des Laurentides (450) 629-6066
- 379, boul. Curé-Labelle (450) 622-0303
- Centre Laval (450) 978-1081
- 3364, boul. St-Martin O. (450) 682-2640
- 241C, boul. Sanson (450) 969-1771
- Carrefour Laval (450) 687-5386
- 1273, boul. Curé-Labelle (450) 680-1234
- LONGUEUIL**
- 1490, chemin de Chambly (450) 442-1566
- MAGOG**
- 221, rue Principale O. (819) 843-4455
- POINTE-CLAIRE**
- Fairview Pointe-Clair (514) 695-1554
- RENTIGUY**
- 110, boul. Industriel (450) 581-4666
- Les Galeries Rive-Nord (450) 581-7756
- ROSEMÈRE**
- 209, boul. Curé-Labelle (514) 971-0707
- Place Rosemère (450) 971-2000
- SAINT-BRUNO**
- Promenades St-Bruno (450) 653-1472
- SAINT-EUSTACHE**
- 360, boul. Arthur-Sauvé (450) 974-2586
- SAINT-HYACINTHE**
- Les Galeries St-Hyacinthe (450) 261-5991
- SAINT-JEAN-SUR-RICHELIEU**
- Carrefour Richelieu (450) 359-4941
- SAINT-JÉRÔME**
- Carrefour du Nord (450) 436-5995
- 108, boul. du Carrefour (450) 431-2355
- SAINTE-LAURENT**
- Place Vertu (514) 745-0745
- 2100, boul. Marcel-Laurin (450) 854-1884
- 438, rue Bay, bur. 108 (514) 340-1161
- SAINTELEONARD**
- 4282, boul. Métropolitain E. (514) 853-3333
- SHERBROOKE**
- 2980, rue King O. (819) 566-5555
- Carrefour de l'Estrie (819) 822-4650
- SOREL**
- 2605, chemin Saint-Roch (450) 742-9600
- TERRÉBONNE**
- 1270, boul. Mosley, bur. 10 (450) 964-1964
- Les Galeries de Terrebonne (450) 687-5386
- TROIS-RIVIÈRES**
- 5335, boul. des Forges (819) 372-5005
- 5635, boul. Jean-XXIII (819) 372-5005
- Centre Les Rivières (819) 694-6812
- VALLEEFIELD**
- Centre Valleyfield (450) 373-0519
- VICTORIAVILLE**
- 495, boul. des Bois-Sud (819) 758-8840

RadioShack

CELLULAND

FUTURE SHOP

Dumoulin

LA CABINE TELEPHONIQUE

CENTRE HI-FI

Certains appareils ne sont pas offerts dans tous les magasins. * Les frais mensuels de 40\$ par mois représentent un coût de 55\$ par mois moins la réduction de 15\$ par mois. La réduction de 15\$ sera appliquée sur la facture chaque mois. Offre applicable à toute nouvelle entente de deux ans. Les frais d'accès au système et au service d'urgence 911, les frais d'itinéraire et de déplacement, ainsi que les taxes associées à ces services sont également facturés mensuellement. L'offre prend fin le 30 septembre 2002. Les heures de soirée commencent à 18 h et se terminent à 8 h. Les week-ends commencent à 18 h le vendredi et se terminent à 8 h le lundi. Cette promotion ne peut être combinée à aucune autre offre, à l'exception des offres sur les appareils. *Handspring, Inc. Tous droits réservés. Handspring, Treo et le logo Treo sont des marques de commerce de Handspring, Inc. et peuvent être déposées dans certaines juridictions. **Rogers Communications inc. Utilisé sous licence. *AT&T Corp. Utilisé sous licence.

| VACANCES/VOYAGE |

Soleil garanti pour les feuilles à Tremblant



ANDRÉ DÉSIRONT
LE POULS DU MARCHÉ

collaboration spéciale

MICHEL AUBIN, président de Station Mont-Tremblant ne se lasse pas de répéter que Tremblant n'est pas un centre de ski, mais une station quatre saisons. Sur 2 300 000 visiteurs qui fréquentent les lieux annuellement, les skieurs ne sont que 750 000. Avec sept terrains de calibre international, la station est devenue une des principales destinations estivales de golf en Amérique du Nord. Pendant l'automne, naturellement, elle attire des dizaines de milliers de touristes venus admirer l'embrasement des feuillages.

Ce sont des étrangers (Américains, Ontariens, Britanniques et Japonais composent 45 % de la clientèle de skieurs), mais aussi des Québécois qui, pendant les saisons plus chaudes comptent presque pour les deux tiers de la clientèle. En 2010, lorsque les phases III et IV des travaux seront complétées, c'est-à-dire lorsqu'on aura réalisé les projets immobiliers prévus sur les versants « soleil » et « nord », près de trois touristes sur quatre devraient être des étrangers. Plus de la moitié de la clientèle viendra des États-Unis et 15 % d'Europe et d'Asie. D'ici là, le défi sera de les acheminer rapidement.

Michel Aubin parle de trois heures pour la majorité des Américains, à partir du moment

où ils embarquent dans l'avion à Boston, New York ou Philadelphie, jusqu'à leur enregistrement à l'hôtel. Actuellement, c'est impossible. Les touristes étrangers débarquent à Dorval et il faut compter deux bonnes heures de route de l'aéroport à la station. De plus, l'infrastructure routière est devenue inadéquate. Le vendredi soir, par exemple, il se forme des embouteillages non seulement sur les autoroutes 13 et 15 en direction Nord, mais aussi sur le tronçon qui relie Saint-Jovite à la station.

Avec l'appui d'Intrawest, un ancien cadre de Tremblant, Serge Larivière, a lancé un projet de liaison aérienne jusqu'à l'ancien aéroport militaire de La Macaza, qui est situé à une quinzaine de minutes de route de la station. Désaffecté depuis le début des années 1960, il dispose d'une piste assez longue pour accueillir des gros porteurs. Le gouvernement fédéral a consenti un bail emphytéotique à l'organisation de Serge Larivière, Mont-Tremblant International. Celui-ci se prépare à lancer une liaison Toronto/Tremblant, en association avec un transporteur et un grossiste dont il refuse de révéler les noms. « Les détails du projet seront dévoilés à la fin de septembre, dit-il. Mais il s'agit effectivement d'un service aérien. Nous commencerons avec Toronto, avant de nous attaquer au marché des États-Unis. »

En attendant, les Québécois forment encore le gros de la clientèle de Tremblant, notamment en automne, puisque l'excursion d'une fin de semaine « aux feuilles » est maintenant ancrée dans les habitudes des familles montréalaises. Presque tous les établissements moyen et haut de gamme des Laurentides, des Cantons-de-l'Est, de Char-

levoix et du Bas-Saint-Laurent affichent complet les fins de semaine, jusqu'à la mi-octobre.

À Tremblant, où on dénombre 4600 logements, il reste de la place. La station a lancé un forfait « Soleil garanti » qui permet aux intéressés de reporter leur séjour, si la météo annonce une fin de semaine pluvieuse. « Sous la pluie, les couleurs ne sont pas aussi éclatantes et nous voulions donner aux clients la possibilité de bénéficier d'un séjour ensoleillé », explique Lyne Lortie, directrice des communications de Station Mont-Tremblant.

Le forfait, offert à 49,95 \$ par personne, par nuit et par appartement (une chambre et un salon) doit être réservé avant le 30 septembre, pour deux nuits minimum pendant les fins de semaine. Il inclut une remontée en gondole jusqu'au sommet du Mont-Tremblant et d'où la vue embrasse l'immense tapis de couleurs qui panache toute la région. Les clients qui reportent leur séjour à une date ultérieure pour cause de pluie doivent le « consommer » avant le 15 novembre.

Comme c'est le cas, à Tremblant, toute l'année, plusieurs événements sont prévus sur place pendant les semaines « des feuilles ». Cela commence par le Grand prix des couleurs Merrell, qui aura lieu les 21 et 22 septembre. Il s'agit d'un défi sportif qui consiste à gagner le plus haut sommet des Laurentides (875 mètres d'altitude) le plus rapidement possible. Du randonneur chevronné au sportif d'occasion, en passant par les enfants, plusieurs catégories sont prévues.

Le Festival du gibier battra son plein dans le village, pendant les deux premières fins de semaine d'octobre, avec des dégustations, des démonstrations de chefs invités, des conférences, des cours de cuisine, etc... Le 26 octobre, enfants et parents sont conviés à une grande chasse aux sorcières (qui est en fait une chasse au trésor) dans le village et à un bal costumé.

Informations :
www.tremblant.com



Aller voir les feuilles de Tremblant en automne constitue maintenant une excursion qui fait partie des habitudes des familles montréalaises.

Montréal-Québec en 4 heures

Forfaits disponibles avec
KILOMETRE VOYAGES
contactez votre agent de voyages

99\$ ALLER-RETOUR
Jusqu'au 14 octobre 2002

(514) 288-4499 • 1-877-648-4499 • www.dauphins.ca

Les dauphins
du Saint-Laurent

TREMBLANT
Mont-Tremblant, Québec

VIVRE
(soleil garanti)

ASSUREZ-VOUS LE BEAU TEMPS

VENEZ VIVRE LA MAGIE D'AUTOMNE ET DE CHANGEMENTS DE COULEURS. RÉSERVEZ VOTRE SÉJOUR AUX SUITES TREMBLANT AVANT LE 4 OCTOBRE 2002 ET SI LE SOLEIL SEMBLE VOULOIR SE CACHER OU LA PLUIE SEMBLE VOULOIR TOMBER 48 HEURES AVANT VOTRE ARRIVÉE, VOUS POURREZ REPORTER VOTRE SÉJOUR!

forfait soleil garanti

LES SUITES À partir de **50\$***
/pers./nuit

* En occ. dble dans une chambre d'hôtel. Le séjour doit être complété avant le 15 nov. 2002. 48 heures de préavis requis avant la date d'arrivée pour reporter votre séjour. 2 nuits min. les weekends. Certaines conditions s'appliquent.

PAR INTRAWEST

1 888 857-8170 WWW.LESSUITESTREMBLANT.COM

AUBAINES À SAISIR

LES GROSSISTES soldent beaucoup de départs en fin de semaine et les réductions sont assez intéressantes. En voici quelques exemples.

> La Romana (République dominicaine), départ du 21 septembre pour une semaine au Coral Canoa Beach Resort : 938 \$ avec Vacances Air Transat (prix régulier : 1299 \$).

> Riviera Maya (Mexique), départ de Dorval le 21 septembre pour une semaine au Barcelo Maya Beach Resort : 1289 \$ avec Vacances Air Canada (prix régulier : 1629 \$). Le départ du 28 septembre

est proposé à 1359 \$ au lieu de 1629 \$.

> Cayo Guillermo (Cuba), départ du 22 septembre pour une semaine au Melia Cayo Guillermo : 898 \$ avec Vacances Air Transat (prix régulier : 1279 \$).

> Varadero (Cuba), départs des 22 et 29 septembre pour une semaine au Villa Cuba : 878 \$ avec Vacances Signature (prix régulier : 1139 \$).

> Cayo Coco (Cuba), départ du 22 septembre pour une semaine au El Senador : 998 \$ avec Vacances Signature (prix régulier : 1239 \$).

Clinique Santé-Voyage Saint-Luc

Une vision santé-voyage à 360°...

- ✦ Vaccins pour voyageurs (sans rendez-vous)
- ✦ Conseils pertinents selon votre destination
- ✦ Suivi au retour de voyage (sur rendez-vous)
- ✦ Médecin toujours présent sur place
- ✦ Clinique Santé-Voyage la plus achalandée au Canada
- ✦ Seule clinique dont les profits sont versés à une Fondation (CHUM)

1001, rue Saint-Denis, 6^{ième} étage (Métro Champ-de-Mars)
Montréal (Québec) 514 890 8332
www.santevoyagesaint-luc.com

Charlevoix
200 ans de tradition touristique

Rêves d'automne

Festival paysages en peinture
Du 27 septembre au 6 octobre 2002

Terre chérie des artistes et des amateurs de la nature, la région de Charlevoix est riche de plus de deux siècles de tradition touristique. Savourez l'automne dans la plus belle des régions du Québec!

Demandez la brochure Forfaits automne 2002 de la région de Charlevoix

Association touristique régionale de Charlevoix

1 800 667-2276
www.tourisme-charlevoix.com



Québec
Les vacances dans Charlevoix, c'est idéal!

Canada

MÉDIAS

EN BREF

La BBC critiquée

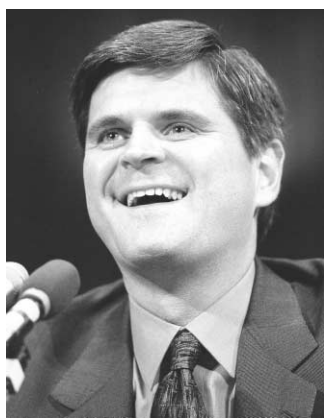
DANS UNE LETTRE publiée dans les pages du quotidien londonien *The Times*, un groupe d'ex-patrons de la BBC reproche à leur ancien employeur d'avoir permis à une de ses journalistes, la correspondante Jacky Rowland, de témoigner au procès du criminel de guerre Slobodan Milosevic. Les auteurs de la missive accusent les actuels dirigeants de la BBC de n'avoir aucune notion d'éthique journalistique et ajoutent que leur attitude compromet l'indépendance de la BBC. Ils ajoutent : « Depuis quand la BBC accepte-t-elle que ses employés soient des informateurs ? » De son côté, la BBC précise que c'était le souhait de la journaliste et que son employeur l'a appuyée. Selon le quotidien *The Guardian*, un autre journaliste, Jonathan Randal du *Washington Post*, a pour sa part refusé de témoigner, alléguant que cela pourrait compromettre la sécurité de ses sources et des journalistes en général.

Guerre des magazines à potins

COMME SI LA guerre entre *People* et *US* n'était pas assez féroce, un troisième titre fera son apparition dans les kiosques à compter du mois prochain. La nouvelle publication, *In Touch*, publiée par la compagnie Bauer Publishing USA, semble être un véhicule de plus au service de la grande machine promotionnelle d'Hollywood. Inspirée par le magazine anglais *Heat*, ainsi que par les publications *Hello!* et *OK!*, *In Touch* promet d'être positif et enthousiaste, contrairement à *US Weekly*, beaucoup plus fonceur depuis l'arrivée de la Canadienne Bonnie Fuller au poste d'éditrice. Parmi les signatures qui composent l'équipe de départ, on retrouve des journalistes du *London's Daily Mail* et de *Heat*. Quant au nouveau rédacteur en chef, il était récemment aux commandes de la publication *Soap Opera Update*.

AOL Time Warner : Steve Case près de la sortie ?

LA PRESSION s'intensifie sur Steve Case, président de AOL Time Warner, plus grande entreprise média au monde et symbole par excellence de l'échec de la convergence aux États-Unis. Au cours des derniers jours, dans ce qui semble être une campagne médiatique plutôt bien orchestrée, les journaux américains ont rapporté les propos de plusieurs « sources anonymes » qui affirment que les jours du président sont comptés. AOL est accusé d'avoir gonflé ses profits avant la fusion (un recours collectif a d'ailleurs été déposé lundi par la banque Amalgamated) et les actionnaires de Time Warner sont plus qu'insatisfaits. Le sort de Case devrait être connu demain à l'issue d'une réunion du conseil de direction de l'entreprise.



Steve Case

Photothèque Reuters

Télévision dans le trafic

LA TÉLÉVISION, omniprésente dans les espaces publics, repousse encore les frontières de son territoire et se prépare à envahir le parc de taxis new-yorkaise. Dans le cadre d'un projet pilote auquel sept compagnies participent, la compagnie Global Vision Interactive a installé cinq appareils dans les célèbres taxis jaunes. Si tout se passe bien, ce nombre pourrait passer à 350 au cours de l'année. Les courses de taxi n'étant pas très longues à Manhattan — 13 minutes en moyenne — ce ne sera pas l'occasion de regarder le dernier épisode de *Sopranos*. Le client du taxi se fera plutôt bombarder par des manchettes d'actualité — fournies par NY1 et Fox News — des publicités ou encore, des vignettes touristiques sur la vie à New York. On ne dit pas si le passager du taxi aura le choix de fermer l'appareil.

Journal écolo

Le *Christian Science Monitor* offre à ses lecteurs de faire un geste écologique en lisant leur journal préféré à l'écran, évitant ainsi le gaspillage de ressources naturelles. Cette version sans papier est disponible la veille de la publication de la version papier et il en coûte 8 \$ par mois pour s'abonner. Le téléchargement peut durer entre 10 et 20 secondes (Internet haute vitesse) et aller jusqu'à cinq à six minutes si on est équipé d'un modem 56 K.

— Nathalie Collard

The Gazette veut attirer les lecteurs francophones. Armé d'une nouvelle maquette et d'une pile d'études de marché, l'éditeur du quotidien anglophone veut convaincre les Montréalais qui savent lire l'anglais d'acheter son journal. Réussira-t-il à courtiser les francos sans faire peur aux anglos ?



NATHALIE COLLARD

Demain matin, les abonnés de *The Gazette* découvriront un nouveau quotidien sur le pas de leur porte. « Un journal plus facile à lire, avec plusieurs niveaux de lecture, davantage de sous-titres et une présentation générale qui permettra au lecteur de s'informer rapidement quand il n'a pas le temps de lire tout le journal », explique Roland-Yves Carignan, directeur de l'information visuelle à *The Gazette*.

M. Carignan a revu et modernisé une maquette conçue en 1999 par Lucie Lavaca (présentement sous contrat avec *La Presse* pour revoir la présentation visuelle du quotidien que vous tenez entre les mains, elle est également l'auteure de la maquette du *Devoir* et du *National Post*). Il a également retouché légèrement le logo au style gothique du quotidien de la rue Saint-Antoine. Et comme le produit fini sera dévoilé ce matin seulement, il nous a été impossible de le voir.

La refonte graphique de *The Gazette* est un des éléments de la nouvelle stratégie mise en oeuvre par Larry Smith, l'ancien président du club de football Les Alouettes, nommé au poste d'éditeur il y a un peu plus de sept mois avec pour mandat d'élargir le bassin de lecteurs du quotidien de langue anglaise.

Ce changement de cap, entrepris au cours des derniers mois, est une question de survie quand on sait que la communauté anglophone montréalaise est en déclin.

Au lendemain de sa nomination, Larry Smith a déclaré à *La Presse* qu'il voulait établir un pont entre les deux communautés. Aujourd'hui, assis dans son bureau avec vue imprenable sur le chantier de construction du Palais des congrès, Larry Smith répète que l'époque où le boulevard Saint-Laurent était un couloir entre les deux communautés est révolue. Montréal a changé, croit-il, et *The Gazette* voudrait bien incarner cette transformation.

Les premiers signes du changement de personnalité de *The Gazette* se sont manifestés cet été, aux abords des voies rapides de Montréal. « Sceptique ? Curieux ? » pouvait-on lire sur des grandes affiches destinées aux automobilistes qui savaient lire le français. Ce *teaser* (pour employer le jargon du milieu publicitaire) précédait une campagne qui sera lancée officiellement aujourd'hui et qui vise à convaincre les allophones et les francophones bilingues — « Tous ceux qui peuvent lire une nouvelle en anglais », précise Larry Smith — de lire *The Gazette*. Un virage à 180 degrés si on compare cette approche à l'ancienne campagne : *The English language. Daily*.

« C'est un défi qui correspond à la réalité », commente Sheila Anagnostou, pro-

The Gazette refait sa toilette



Photothèque PC

La refonte graphique de *The Gazette* est un des éléments de la nouvelle stratégie mise en oeuvre par Larry Smith.

fesseuse adjointe au département de journalisme de l'Université Concordia et auteure du livre *The English Fact in Quebec*.

« Je ne crois pas que *The Gazette* va s'aliéner qui que ce soit. Aujourd'hui, la communauté anglophone a changé, les vieux anglophones qui ne reconnaissent pas que nous sommes une société multiculturelle qui vit officiellement en français sont soit dans un centre d'accueil, soit à Toronto. Mes étudiants parlent tous français et maîtrisent aussi une troisième langue », ajoute-t-elle.

Pour s'assurer d'être à l'écoute des attentes et des besoins de ce nouveau marché à conquérir, *The Gazette* a donc créé un nouveau poste, celui de responsable du développement du lectorat. « Je serai à l'écoute des lecteurs, de leurs besoins et de leurs attentes », explique Lucinda Chodan, anciennement responsable des reportages à la section *Arts & Life* et titulaire du poste depuis le mois d'août. Je vais travailler en collaboration avec la salle de nouvelles afin de réfléchir aux façons de présenter l'information pour répondre à ces besoins. »

Par exemple, les nombreuses études réalisées auprès des lecteurs de quotidiens de Montréal ont démontré que les francophones qui lisaient *The Gazette* (ils représentaient 18 % du lectorat il y a 10 ans, ils comptent pour 14 % des lecteurs aujourd'hui) appréciaient sa couverture des nouvelles économiques en provenance des États-Unis. Résultat ? « Il y en aura davantage, question de répondre à cette attente », affirme Lucinda Chodan. Autre exemple ? L'ajout d'une chronique sur le milieu du spectacle francophone au Québec, afin que les lecteurs de *The Gazette* connaissent aussi bien Lynda Lemay que Rufus Wainwright.

The Gazette veut également attirer les communautés culturelles. « Lors de la Coupe du monde, nous avons publié un cahier avec des textes en 11 langues », lance Larry Smith qui a récemment demandé à ses journalistes d'enrichir leur carnet d'adresses en se rapprochant des communautés culturelles et de leurs porte-parole.

« Ce n'est pas en organisant un événement une fois par année qu'on va convaincre les gens de nos intentions », poursuit Larry Smith. Il faut établir des ponts, parler avec eux et à plus long terme, recruter des journalistes qui proviennent de ces différentes communautés. Il faut être crédible à leurs yeux. »

Influencée par les recherches réalisées au Readership Institute de la Northwestern University à Chicago, Lucinda Chodan doit également penser à l'aspect pra-

tico-pratique du contenu présenté aux lecteurs de *The Gazette*. « Par exemple, le mercredi, on retrouvera *La solution* de 18h, une recette qu'on pourra réaliser en 30 minutes et qui aidera les parents à la course. On proposera aussi une liste d'endroits où l'on peut acheter des repas préparés pour ceux qui sont vraiment très pressés. »

Mais Lucinda Chodan demeure prudente. « Pas question d'abandonner notre force qui est de rapporter les nouvelles. »

Cette déclaration n'est pas innocente. Elle fait écho à la réaction plutôt hostile de certains journalistes qui voient sa présence comme l'intrusion du marketing dans la salle de rédaction. « Ce n'est pas nouveau que le marketing s'intéresse au contenu du journal, observe Judith Dubois, responsable du programme de journalisme à l'UQAM. Il faudra voir le poids qu'auront les opinions de cette personne dans la salle. »

Une petite révolution

C'est donc une véritable petite révolution qu'a entrepris Larry Smith et son équipe de direction, révolution qui ne se fait pas sans heurt. « Tout le monde n'est pas enchanté », confirme un journaliste qui préfère garder l'anonymat. C'est une période de tension, les journalistes craignent de nouvelles mises à pied dans la salle. Les gens sont nerveux. »

Le mécontentement s'explique par d'autres raisons parmi lesquelles une série de départs et de mises à pied qui ont fait suite à l'arrivée de Larry Smith et surtout, l'épineuse question des éditoriaux uniques en provenance du siège social de CanWest, à Winnipeg. Ces éditoriaux sont arrivés comme un cheveu sur la soupe peu de temps après l'achat des journaux de la chaîne Southern par la famille Asper, à un moment où l'actualité internationale (le conflit au Proche-Orient) était on ne peut plus explosive. Les éditoriaux vont continuer, mais peut-être pas à une fréquence aussi régulière. Et les journaux locaux auront toujours la possibilité de publier une opinion contraire le même jour, en page *op-ed*.

« Cette affaire est derrière nous », conclut Larry Smith avec assurance.

REVUE > MAGAZINES

LA MATERNITÉ VUE PAR PHILIPS EVERY BABY

DRÔLE de publication que ce magazine *Every Baby* conçu en collaboration avec la compagnie Philips (principal annonceur du magazine) mais dont le contenu est sous la supervision de l'American College of Nurse-Midwives. Petit guide de la grossesse et de la première année de bébé, le magazine ratisse large: des douleurs reliées à la grossesse à la quête du pédiatre parfait en passant par des expériences personnelles d'accouchement et les précautions à prendre avec les produits naturels, *Every Baby* est le genre de magazine qui risque de traîner sur le comptoir de cuisine des nouveaux parents pendant au moins un an. Avertissement: de médecine, le comité de la rédaction est composé d'infirmières et de médecins, le rôle des infirmières-sages-femmes est très valorisé dans les pages de la publication et vous ne trouverez pas grand contenu critique à l'endroit de l'establishment médical. Il n'en demeure pas moins un bon guide pratique et un chouette cadeau à offrir à une copine enceinte.

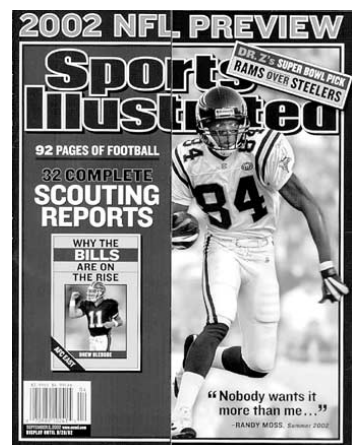


POUR SES 30 ANS, le magazine créé par Claude Imbert et d'autres dissidents de *L'Express*, en 1972, propose un supplément dans lequel on retrouve 30 portraits d'individus qui font la France, 30 dates marquantes et 30 objets qui ont marqué notre vie quotidienne. L'exercice nous laisse un peu sur notre faim quand on sait que *Le Point*, du moins à ses débuts, avait la réputation d'être le plus impertinent des trois newsmagazines français. On s'attendait à plus. Aujourd'hui, le tirage du *Point* le place au troisième rang derrière le *Nouvel Observateur* et *L'Express*. *Le Point* est la propriété du groupe PPR (Pinault-Printemps-Redoute) dont le fondateur, François Pinault, est parmi les 100 fortunes les plus importantes au monde. Parmi ses chroniqueurs, le philosophe Bernard-Henri Lévy. Une lecture hebdomadaire quasi incontournable.



FOOTBALL AMÉRICAIN POUR LES NULS SPORTS ILLUSTRATED

POUR LES MANIAQUES de football, voici 92 pages entièrement consacrées à la prochaine saison de la NFL. Une orgie de prédictions, de statistiques, de portraits de joueurs ainsi qu'un classement des entraîneurs... À la lecture de ce spécial, on réalise toutefois qu'on nous présente la prochaine saison de football comme si c'était la nouvelle saison des *Sopranos* avec ses personnages typés (Randy Moss, le controversé joueur des Vikings ou Butch Davis, l'entraîneur des Browns, un homme avide de pouvoir), ses montées dramatiques et son suspense. Bref, le coffre à outils parfait qui vous assurera des conversations passionnantes lors de votre prochaine soirée de sportifs.



Nathalie Collard

SOCIÉTÉ

Les Canadiens de plus en plus seuls

ANDRÉ NOËL

LES GENS SONT de plus en plus seuls, un phénomène qui ne les rend pas plus heureux, bien au contraire, selon une recherche parue hier dans *Tendances sociales canadiennes*, une publication de Statistique Canada.

Selon cette agence du gouvernement fédéral, les Canadiens âgés de 15 ans et plus passaient 5,9 heures seuls par jour en 1998, comparativement à 4,4 heures en 1986. Cela exclut bien sûr les heures consacrées aux activités personnelles comme le sommeil et l'hygiène.

Les données sur le temps passé seul sont tirées de l'Enquête sociale générale de 1986, de 1992 et de 1998 sur l'emploi du temps. Les enquêteurs ont demandé aux répondants d'indiquer qui les accompagnait pour chaque activité le jour de référence.

Les personnes qui passent beaucoup de temps seules se disent en moyenne moins heureuses que celles qui passent beaucoup de temps avec une ou plusieurs autres personnes. Seulement le tiers des personnes qui passent huit heures et plus seules chaque jour ont déclaré être très heureuses. Par comparaison, la moitié des personnes qui passent moins de deux heures seules pendant un jour moyen ont déclaré être très heureuses.

Le nombre de personnes vivant seules a augmenté en flèche au cours du dernier demi-siècle. Depuis 1951, la proportion de Canadiens de 15 ans et plus vivant seuls a plus que quadruplé, passant de près de 3 % à un peu plus de 12 %. Cette progression s'explique, mais en partie seulement, par le vieillissement de la population. Les gens, en parti-

culier les femmes, survivent plus longtemps au décès de leur conjoint.

Cependant, les jeunes gens de 15 à 24 ans aussi connaissent beaucoup plus la solitude que jadis : ils sont six fois plus nombreux à vivre seuls que les jeunes du même âge il y a un demi-siècle.

Le temps passé seul s'est accru dans presque tous les groupes d'âge, mais surtout chez les hommes de 45 à 64 ans. Les Canadiens passent plus de temps seuls tant au travail (plusieurs travaillent désormais à la maison) que durant leurs loisirs. L'avènement d'appareils de loisirs et d'ordinateurs personnels a pu contribuer à ce phénomène.

Le nombre d'heures de solitude le moins élevé a été observé chez les mères d'enfants de cinq ans et moins. Les femmes au travail sont moins seules que les hommes au travail. Cet écart pourrait être attribuable au fait que les femmes travaillent en plus grand nombre dans les professions liées à la santé et à l'enseignement ainsi que dans les secteurs de la vente et des services, emplois où les interactions sociales sont fréquentes. Les personnes qui souffrent le plus de solitude sont, bien entendu, les plus âgées.

La solitude est largement associée à la tristesse. En revanche, bien des gens qui se sentent pressés par le temps aspirent à un peu de solitude. Le quart des Canadiens aimeraient passer plus de temps seuls.

Parmi les personnes très pressées par le temps, 60 % déclarent vouloir passer plus de temps seules, comparativement à seulement 8 % des personnes peu pressées. Les femmes âgées de 25 à 44 ans ayant des enfants de moins de cinq ans constituent le groupe le plus susceptible de manifester ce besoin, soit 58 % d'entre elles.



Les personnes âgées sont celles qui souffrent le plus de solitude.

L'Allemande la plus vendue au monde est une Américaine.



La Focus, de conception et de technologie allemande, est la voiture la plus vendue au monde[†].

0%^{††} de taux d'intérêt jusqu'à 48 mois, à l'achat de la plupart des modèles Focus 2002 neufs en stock.



ACHAT*

0 \$ Mise de fonds
Paiement pendant 90 jours
Intérêt pendant 90 jours

LOCATION**

0 \$ Mise de fonds
Dépôt de sécurité
1^{re} mensualité payée par Ford

À l'achat ou à la location de la plupart des modèles Focus 2002 neufs en stock.

FAITES VITE. CES OFFRES SE TERMINENT LE 30 SEPTEMBRE.

VOTRE CONSEILLER FORD



ford.ca

*Achat: cette offre s'applique uniquement à un financement de 36 mois ou plus de Crédit Ford, sur approbation de crédit et ne peut être jumelée à l'offre 0% de taux d'intérêt à l'achat. Frais de transport et taxes applicables en sus. **Location: cette offre s'applique uniquement à la location pour des termes allant de 24 à 48 mois de Crédit Ford, sur approbation de crédit. †Focus est la marque de voiture la plus vendue dans le monde selon Top Three Global Car Sales by Nameplate de janvier 2002. ††L'offre de 0% de taux d'intérêt à l'achat ne peut être jumelée aux autres offres mentionnées dans cette annonce. Ces offres s'adressent uniquement à des particuliers. Immatriculation, assurances et frais d'inscription au Registre des droits personnels et réels mobiliers en sus. Ces offres ne peuvent être jumelées à aucune autre offre, à l'exception de la remise aux diplômés pour laquelle certaines conditions s'appliquent. Ces offres de durée limitée peuvent être annulées en tout temps sans préavis. Voyez votre conseiller pour obtenir tous les détails.