

ACTUEL



Crever l'écran

Page 7

Michel Bissonnette

Le vin, remède et poison

Page 3



La Presse

CAHIER B | LA PRESSE | MONTRÉAL | VENDREDI 4 JANVIER 2002

Des événements mode signés Montréal

Une nouvelle génération de leaders prend sa place dans tous les domaines: culture, affaires publiques, économie, éducation, sport, sciences. Quelques-uns n'ont pas encore 20 ans; les plus âgés dépassent à peine 30 ans. Ils sont francophones, anglophones, mais aussi ouverts aux influences de la planète entière. Pour mieux les faire connaître, *La Presse* et *The Gazette* présentent à leurs lecteurs les portraits de 30 leaders de demain.

BERNARD PERUSSE
The Gazette

> NOMS: CHANTAL DURIVAGE ET JEAN-FRANÇOIS DAVIAU
> ÂGE: 31 ET 30 ANS
> OCCUPATION: CRÉATEURS D'ÉVÉNEMENTS

IL N'Y AVAIT pas de plan B pour Chantal Durivage. Sa carrière dans la mode, dit-elle, tenait davantage de la vocation. «C'était la voie sine qua non», dit la jeune femme de 31 ans.

Cette conviction a poussé Durivage à abandonner la production de spectacles pour organiser des défilés de mode. Il y a deux ans, elle a mis sur pied la société Sensation Mode avec Jean-François Daviau, son cadet d'un an.

Lutteur depuis près de 20 ans, Daviau détenait un emploi en communications au Cirque du Soleil et avait brièvement occupé un poste au bureau des affaires publiques de la Caisse de dépôt.

«Nous avons remarqué que les mêmes personnes se retrouvaient toujours aux défilés de mode, et nous avons eu l'idée de développer un nouveau concept où les défilés seraient plus divertissants en y insérant des éléments de danse, de théâtre ou de musique, par exemple», raconte Durivage.

«Tout le monde nous a dit de monter des défilés comme à New York ou à Paris, de rajouter Daviau, mais nous voulions vraiment une signature Montréal, avec toute la créativité de la métropole.»

«Nous avons voulu faire descendre la mode dans la rue», précise Durivage, et la rue a bien accueilli le projet. Lors du premier défilé réalisé par les deux associés, L'Événement Sensation Mode 2000, les mannequins posaient en tableaux vivants, dans des décors rappelant aussi bien le kitsch des années 1950 qu'une vision futuriste. Chaque décor correspondait à un créateur particulier.

Loin d'assister passivement à l'événement, le public y participait. «Les gens pouvaient marcher d'un tableau à l'autre, un peu comme des voyeurs, comment s'ils regardaient la scène par un trou de serrure, explique Durivage. L'ambiance était fantaisiste.»

C'est la mode-théâtre, dit Durivage, où le spectateur fait partie de l'expérience au complet — la musique, la beauté des mannequins, toute la mise en scène. Nous voulons aller toujours plus loin, jusqu'à ce que le spectateur fasse partie du spectacle.»

Ayant qualifié de «formidable» la réaction du public à leur premier défilé, Durivage et Daviau ont voulu se surpasser en organisant l'Événement Sensation Design 2001 durant la fin de semaine du Grand Prix, afin de présenter des créateurs locaux à un vaste public. Mais il fallait d'abord trouver un partenaire d'affaires.

Voir ÉVÉNEMENTS en B4



Photo: The Gazette



Les sessions d'information pour une carrière dans la GRC sont de plus en plus populaires.

Photo: RÉ MI LEMÉE, La Presse

BONJOUR LE CONTRE-ESPIONNAGE

Depuis le 11 septembre, la sécurité de l'État préoccupe les citoyens comme jamais. À un tel point que les professions d'agents de renseignements et de policiers reprennent fortement du galon. Les demandes d'emploi au Service canadien du renseignement de sécurité (SCRS) et à la Gendarmerie royale du Canada (GRC) connaissent une hausse spectaculaire. Et ceux qui ont le profil recherché ont de bonnes chances de trouver un emploi puisque le gouvernement fédéral vient d'ajuster ses budgets pour mieux lutter contre le terrorisme du 21^e siècle. Regard sur la nouvelle popularité de ces métiers très post-11 septembre.

MARIE-FRANCE LÉGER

Dans le secteur du contre-espionnage, on constate depuis les tragiques événements de septembre une augmentation de 35% des candidatures, tandis que chez les policiers fédéraux, on frôle les 15%.

Ce regain d'intérêt pour l'ordre et la sécurité intérieure, palpable déjà depuis quelques années, s'est clairement accélérée après la tragédie de New York. La nette tendance à la hausse du nombre de candidatures enregistrées au SCRS est significative. Pour Roger Hamel, chef des ressources humaines pour toute la région du Québec, trois facteurs expliquent cette nouvelle attirance pour le métier d'agent secret.

«Les événements du 11 septembre ont fait prendre conscience de l'importance pour le Canada de se prémunir contre d'éventuelles attaques et de faire la lutte contre le terrorisme. Ensuite, il y a eu les annonces de 1,6 milliard dans le cadre du dernier budget pour tous les

organismes dans les domaines de la sécurité et donc les possibilités d'embauche. Enfin, il faut dire que depuis trois ans, nous avons été très "pro-actifs" dans notre recrutement», souligne M. Hamel dans une entrevue accordée à *La Presse* dans les bureaux du SCRS à Montréal. Inutile de préciser que les photographes n'étaient pas admis...

Le métier pique de nouveau la curiosité. Désormais, les agents recruteurs se pointent dans les cégeps et les foires d'emplois. M. Hamel est très clair, il ne faut pas confondre une carrière d'agent de renseignements au SCRS avec une carrière d'espion. Inutile de rêver de James Bond ou aux voyages à Istanbul. Ici le *From Russia with Love* ressemble plutôt à *Gros baisers de Winnipeg*. En outre, les agents de renseignements ne sont pas armés. Ces enquêteurs de l'ombre jouent d'abord un rôle défensif et n'iront pas espionner les Chinois. Car c'est la Loi sur le SCRS qui veut ça. «On parle plutôt de contre-espionnage

et d'antiterrorisme. L'organisation comme telle n'est pas secrète. Mais c'est évident que les agents doivent être très discrets car ce qui rend le travail spécial, c'est le caractère confidentiel ou ultrasecret des informations recueillies.»

Au quartier général de la GRC à Montréal, on a mis sur pied des sessions d'information supplémentaires, compte tenu de la demande. Seulement pour le mois de décembre on a rajouté six sessions d'information, soit le double du nombre habituel. Selon le sergent Robert Boivin, la liste des inscriptions s'est allongée de façon marquée depuis le 11 septembre.

«Avec le dernier budget, on s'attend à obtenir de 800 à 1000 postes de plus. On aura des air marshal, plus de patrouilles à la frontière, dans les aéroports et le long du fleuve», de préciser le sergent. Il reste que pour entrer à la GRC, comme agent régulier — agent de la paix — ou comme membre civil — toutes les formations techniques — il faut montrer patte blanche et passer par un processus de recrutement rigoureux.

L'an dernier par exemple, sur 3000 inscrits aux sessions d'information, 1700 ont passé l'examen, 500 ont été sélectionnés et, en bout de piste, 100 candidats ont été engagés. Et depuis quelques semaines, les candidats se bousculent. «Plus de gens sont intéressés à faire carrière à la GRC depuis le 11 septembre. On entend de plus en plus des gens dire qu'ils veulent aider le Canada contre le terrorisme», de préciser le sergent Boivin.

Suite du dossier en B2

Alerte d'emplois : jardinière d'enfants

Osez rêver
workopolis.com
LE PLUS IMPORTANT SITE D'EMPLOIS AU CANADA

BANDE À PART



Gendarme recherché (e)

MARIE-FRANCE LÉGER

- > Goût du travail policier;
- > Dynamique;
- > Bonne forme physique;
- > Volonté de maintenir l'ordre et la sécurité
- > Connaissance des deux langues officielles;
- > Connaissance de l'arabe, un atout.

En ce 12 décembre, au quartier général de la GRC, à Montréal, la session d'information pour les futurs candidats bat son plein. Le caporal Alain Babineau explique aux 28 personnes présentes qu'elles ont raison de vouloir entrer dans cette grande famille qui fait régner l'ordre et la sécurité, mais qu'il faut être particulièrement motivé.

Une demi-heure plus tôt, ces jeunes, pour la plupart dans la vingtaine, étaient confinés dans l'entrée principale du 4225, boulevard Dorchester. Le flot des visiteurs est considérablement ralenti, car depuis les événements du 11 septembre, il faut désormais franchir des détecteurs de métal.

On ne compte que deux jeunes femmes parmi ces recrues potentielles. La majorité des candidats ont dans la vingtaine. Mais quelques-uns espèrent visiblement entamer une deuxième carrière. Les plus intéressés posent des questions sur le test d'aptitudes physiques essentielles (TAPE) et l'obligation d'accepter un poste n'importe où au Canada.

Il faut avoir bonne réputation et le petit jeune de la première rangée devra attendre pour passer l'examen de culture générale parce qu'il s'est vu retirer son permis. Parmi tous les candidats présents, Elias El-Kesserwani, 23 ans, semble

vraiment très intéressé. D'origine libanaise, le jeune homme avait pris congé quelques jours de la Bosnie. « Je suis réserviste dans l'armée. Je suis en Bosnie avec la mission de paix depuis le mois de septembre », a expliqué le jeune homme.

Il croit que ses chances sont bonnes, surtout depuis le 11 septembre puisqu'il parle arabe. On sait que depuis les attentats de New York les candidats parlant arabe ont, comme qui dirait, une longueur d'avance. Et pas seulement dans le renseignement et la police. « Je veux aider à la sécurité du monde », affirme le jeune Elias à la carrure imposante.

S'il est retenu, il suivra, en tant que cadet, une formation de 22 semaines à l'Académie de la GRC à Regina, en Saskatchewan. Au programme : cours de droit, de police communautaire, de conduite avancée, de maniement des armes à feu, d'autodéfense et de formation tactique. Une idée du salaire ? 37 000 \$ à l'embauche. Après six mois, le nouveau policier reçoit 48 346 \$ jusqu'à un maximum de 60 294 \$.

Une jeune femme présente était évidemment intéressée à savoir si elle aurait droit à un confortable congé de maternité. On lui répond que le congé est de 26 semaines. Sur un écran, un narrateur résume sur un ton dithyrambique les défis qui attendent la future recrue. Ce qui semble inquiéter particulièrement les participants, c'est ce fameux test d'aptitudes physiques, car après tout il faudra peut-être courir pour rattraper des terroristes, des trafiquants ou de simples bandits dans des chemins de montagne enneigés...



Le sergent Robert Boivin de la GRC en compagnie d'une recrue potentielle, Elias El-Kesserwani, 23 ans.

Photo RÉMI LEMÉE, La Presse ©

Profession : agent de renseignements

MARIE-FRANCE LÉGER

- > Grand jugement et bonne faculté d'analyse ;
- > Goût pour l'enquête sur le terrain ;
- > Bonne connaissance de la politique nationale et internationale ;
- > Langues parlées : français et anglais ;
- > Connaissance d'une troisième langue, dont l'arabe, un atout.

Imaginons ceci. Un agent secret non armé, rédigeant ses rapports dans un petit bureau à Ottawa, carburant à l'eau plutôt qu'au dry martini. C'est la réalité.

Un espion en smoking, le poing serré sur son revolver à silencieux,

les yeux louchant vers le décolleté de la secrétaire. C'est de la fiction. C'est aussi l'image romantique et inexacte que le Service canadien du renseignement de sécurité essaie par-dessus tout de casser.

Le caractère terre à terre de l'emploi d'agent de renseignements ne décourage pas pour autant les jeunes aspirants, qui ont entre 25 et 30 ans. Bien au contraire. Rien que cette année, si la tendance se maintient, le nombre de candidatures aura fait un bond de 35 %. « C'est beaucoup. Les événements du 11 septembre ont eu un impact assez significatif », constate Roger Hamel, chef des ressources humaines pour tout le Québec.

Le SCRS envoie des agents de recrutement dans les cégeps, sur les

campus universitaires et dans les foires d'emplois. Ça, c'est pour la fonction d'agent de renseignements qui nécessite un diplôme universitaire. Mais pour la catégorie agents de filature, le Service va jusque dans les écoles secondaires. À quant, la mobilisation au service de la patrie dès le cours primaire... ?

Depuis le 11 septembre, les stands qui arborent le blason du SCRS sont pris d'assaut par une foule ébahie de constater que les agents secrets sont recrutés comme n'importe quel travailleur. « Notre kiosque suscite de la curiosité et de l'intérêt. Les gens nous disent qu'ils pensaient qu'il fallait être policier pour travailler chez nous. C'est vrai que ça peut paraître drôle. Mais il faut démythifier l'organisation et nous afficher comme

n'importe quel employeur », de dire M. Hamel.

Pour démythifier, il démythifie. Toutes nos illusions sur la vie follement aventureuse de l'émule de James Bond sont en train d'en prendre un sacré coup. En quelques minutes, nous apprenons que les agents de renseignements ne sont pas des espions, mais des enquêteurs spécialisés qui doivent prévenir quatre types de menaces : l'espionnage et le sabotage, la violence politique et le terrorisme, les activités influencées par l'étranger et la subversion.

Quant à savoir pourquoi le SCRS n'a pas d'espions qui sillonnent le pays du globe à la recherche d'informations, voici la réponse de M. Hamel : « Au SCRS, on parle de contre-espionnage et d'antiter-

rorisme. À la différence des journalistes et des policiers, notre travail, c'est de réagir avant les faits. C'est un choix de société qui a été fait de ne pas nous ingérer dans les affaires étrangères des autres pays. »

Avec 1,6 milliard de dollars dégagés par le ministre Martin pour le renseignement et la police en 2002-2003, les effectifs des travailleurs de l'ombre vont sensiblement augmenter. D'autant plus que les salaires vont de 36 000 \$ à 58 000 \$ pour un simple agent et de 61 000 \$ à 76 000 \$ pour un superviseur.

« On dirait que les événements du 11 septembre ont fait prendre conscience aux gens de l'importance d'avoir un bon service de renseignement », conclut M. Hamel.

Liquidation Spéciale

Tapis persans

EMBARGO COMMERCIAL IRAN — États-Unis
En raison de l'embargo commercial, une grosse cargaison de tapis destinée normalement aux collectionneurs de New York et Los Angeles a été confiée à Heriz Persian Rugs pour liquidation immédiate au public. Tous les genres (Kum soie, Tabriz, Nain, Kashan, tapis tribaux, etc.) et toutes les dimensions, de 2 pi x 3 pi à 12 pi x 16 pi et tapis de passage jusqu'à 22 pi de longueur.

Tous les tapis vont de 100 \$ à 1 800 \$

Tapis persans et orientaux
100 % tissés à la main

Premiers arrivés, premiers servis

VENDREDI 4 JANVIER — 13 H À 19 H

SAMEDI 5 JANVIER — 11 H À 18 H

Hôtel Ruby Foo's

7655, boul. Décarie

Montréal QC (514) 731-7701

EN VOYAGE AVEC NOUS

Les mercredis et samedis dans

VACANCES VOYAGE

3913
BLEU
NUIT

SOLDE

DU 6 AU 26 JANVIER INCLUSIVEMENT

20 jours à 20%

sur tous les produits que vous aimez...
et des fins de séries à 30% et à 50%

Arthur Quentin

ARTHUR QUENTIN 3960 RUE ST-DENIS MONTRÉAL TÉL. 843.7513
BLEU NUIT 3913 RUE ST-DENIS MONTRÉAL TÉL. 843.5702

Buddy, le chien des Clinton, est écrasé par une voiture

Associated Press

CHAPPAQUA — Buddy, le labrador de l'ancien président Bill Clinton, est mort après avoir été écrasé par une voiture, a annoncé hier Bruce Cathie de la police de New Castle. Il a précisé que le chien avait été percuté mercredi après-midi non loin du domicile des Clinton à Chappaqua, près de New York.

Julia Payne, porte-parole des Clinton, a précisé que Bill et Hillary ne se trouvaient pas dans la maison lorsque le chien a été tué. « Nous sommes très attristés par la mort de Buddy. Il a été un compagnon loyal et nous a procuré beaucoup de joie. Il nous manquera vraiment », a affirmé le couple.

La police, qui a disculpé l'automobiliste, n'a su dire si le chien était en promenade lors de l'accident ou s'il s'était échappé de la maison. « Buddy a simplement bondi devant une voiture », a précisé le policier Larry Green. L'incident a eu lieu sur la route 117, très fréquentée, qui passe devant la rue



Photothèque La Presse ©
Bill Clinton et son chien Buddy.

dans laquelle se trouve la maison des Clinton.

Buddy avait été offert par un ami au président, en 1997, quelques semaines avant le début du scandale Monica Lewinsky. Le labrador couleur chocolat a été baptisé en l'honneur du défunt grand-oncle de Bill Clinton, Henry Oren Buddy Grisham.

Lorsque le couple présidentiel a quitté Washington l'an dernier, son chat socks a été confié à l'ancienne secrétaire particulière du président, Betty Currie.

SAVEURS



Photos MARTIN CHAMBERLAND, La Presse ©

SUR LE POUCE | Tapas et bonne compagnie

PHILIPPE RENAUD
collaboration spéciale

À L'ABRI DE LA FRÉNÉSIE de l'avenue du Mont-Royal, mais grâce à sa vitrine côté est, exposée au grand soleil, le petit troquet Le Marquette attend que ses nouveaux clients aient la piqure des tapas et deviennent des habitués. Ouvert depuis à peine deux semaines, le petit café-restaurant de Sylvain Lafleur, Marc-André Roy et Luce Meunier sera certainement un havre de tranquillité qui séduira les amateurs de bonne bouffe et de bonne compagnie du Plateau.

« On a ouvert à une période difficile, juste avant Noël, et on n'a pas eu le temps de faire de publicité », confiait Marc-André lors de notre passage, le jour des soldes d'après Noël. Qu'importe : ce chaleureux secret ne se gardera pas longtemps dans ce quartier toujours à l'affût de fraîcheur.

Rue Marquette, juste au nord de l'avenue du Mont-Royal, dans cet ancien casse-croûte dont il ne subsiste que l'affiche et la hotte, le jeune trio a pendu la crémaillère. À l'entrée, des photos accrochées au mur témoignent des deux mois et demi de raffistolage — avec l'aide des copains — qui ont complètement transformé l'endroit. « On voulait trancher avec la binerie grasse qu'il y avait avant », indique Sylvain. Trancher par la cuisine comme par le décor, aujourd'hui tout en bois peint de couleurs pastel.

Les deux ardoises présentent aux nouveaux clients le menu — et l'esprit — du Marquette : l'une affiche les plats, la table d'hôte et les tapas, l'autre les cocktails. « On a 48 drinks différents, et souvent des recettes inédites ou peu connues — mais approuvées par les barmen ! » insistent-ils. Et en plus il y a du café, servi à l'aide d'une authentique machine Conti qui fait la fierté des propriétaires.

La spécialité de l'endroit, ce sont les tapas, une découverte que Sylvain a faite lors de son dernier séjour en Espagne. Les « hors-d'oeuvre » de la place — dont les prix varient entre 0,75 \$ et 6 \$ — s'inscrivent dans l'esprit de ce nouvel établissement : « La « philosophie tapas », c'est d'avoir du bon temps pour pas trop cher », explique Sylvain.

Les teneurs croient néanmoins qu'il faudra habituer la clientèle à cette tradition espagnole qui, curieusement, n'a pas encore eu beaucoup d'impact chez nous. Ils sont encore rares, les endroits où l'on sert des tapas — ces petits plats qui nous accompagnent en prenant un verre ou deux, ou trois... — et souvent assez chers. Les tapas du Marquette sont bons et très abordables ; on peut aussi les commander séparément ou en plat principal (une combinaison de trois tapas, avec soupe, salade et café, pour 10 \$, taxes incluses).

Ouvert dès 10 h, Le Marquette accueille les gens jusqu'à environ 22 h. L'endroit peut contenir jusqu'à une trentaine de clients et le menu — les plats comme les tapas — varie selon l'humeur des cuisiniers.

Le Marquette, 4515 rue Marquette, (514) 223-8523.



Photo MICHEL GRAVEL, La Presse ©

Les petits plaisirs d'Espagne, c'est leur idée : Marc-André Roy, Luce Meunier et Sylvain Lafleur.

Amélioration de thaï

FRÉDÉRIC CHABOT
collaboration spéciale

Outre les ouvertures et les fermetures, le paysage de la restauration évolue au rythme du départ et de l'arrivée de chefs appréciés ou détestés. Le début de l'année se prête bien à l'examen des menus de ceux qui sont maintenant installés dans leur nouvelle cuisine. Que nous réservent-ils pour 2002 ? Au cours des prochaines semaines, cette chronique s'efforcera de dresser de nouveaux points de repère pour leurs établissements.

Au Thaï Grill, le changement de chef date d'un peu plus d'un an, mais il aura fallu tout ce temps pour remonter la pente. Les commentaires étaient peu élogieux : portions trop petites, cuisine bâclée, authenticité discutable, service négligé, prix exagérés, etc. Mais tous étaient d'accord pour louer la beauté des lieux.

Tout comme les autres restos thaïs, le Thaï Grill présente un menu chargé, mais l'a agrémenté de quelques découvertes. Il offre en plus une sélection d'arrivages marins préparés à la vapeur ou sur le grill et accompagnés d'une garniture au choix. Avec l'aide des icônes de piment (de 1 à 3), on choisit les plats selon la résistance de son palais.

Pas de risque de s'enflammer la bouche avec l'entrée de « kung sarong », une assiette de crevettes entortillées de nouilles avant d'être passées à la friture. Au risque de piéger l'huile, cet enchevêtrement croustillant permet de capter la sauce d'accompagnement. Malheureusement, cette sauce, semblable à une banale sauce aux prunes délayée à l'eau, rate l'occasion de nous éveiller les papilles.

Préparées à base de chair de crevettes pilée (thod man kung) ou de poisson (thod man pla), cette entrée de galettes déclenche quant à elle la réaction de notre bulbe olfactif. Les feuilles de lime « ca-

THAI GRILL
5101, boulevard Saint-Laurent
(514) 270-5566
www.thaigrill.ca
Entrées : 6,95 à 8,95 \$
Plats : 11,95 à 24,95 \$
Dimanche à mardi : 11 h 30 à 23 h
Mercredi à vendredi : 11 h 30 à 24 h
Samedi : 17 h à 23 h
★★★½

fre », telles que présentées au menu y sont pour beaucoup. Les Anglais, et certains de nos chefs, diraient qu'il s'agit de feuilles de lime « kaffir », alors que la littérature française parle de celles du limettier hérissé. Le palais semble s'adapter à toutes ces nouvelles saveurs plus rapidement que la langue. Contrairement à l'entrée précédente, ces galettes sont très grasses en surface, mais la fine dose de piment mêlée à la chair prévient le haut-le-cœur. Selon la sensibilité des papilles de chacun, l'intensité du piment peut être ajustée avec la sauce d'accompagnement composée d'un trio de saveurs. Dès de concombre dans un fin sirop pour rafraîchir la bouche, sauce aux arachides pour oindre les muqueuses surchauffées et sauce pimentée pour exciter les plus virils.

Les Thaïlandais ont le chic pour nous préparer des salades qui ont la vertu de se savourer été comme hiver. Attention, il ne s'agit pas ici de salades de feuilles, mais plutôt d'un amalgame de menus morceaux qui se mangent habituellement à la température de la pièce. Emincé de canard rôti, citronnelle, feuille de citron, feuilles de menthe, piment et jus de lime composent le « laab ped ». Des lanières de poivron rouge passées à l'eau glacée pour leur donner plus de croquant ajoutent couleur et texture.

Ajouter le mot « grill » à son nom implique certaines responsabilités. À l'exception d'un filet mignon et de quelques petites pièces de poulet et de bœuf pour sate et salades, le menu soutient bien faiblement le concept. Seuls les arrivages de poissons et fruits de mer permettent de mesurer le mérite des grillades. Parmi le choix de garnitures, la salade de mangue a été retenue pour accompagner le vivaneau qui arrive, hélas!, beaucoup trop cuit. Dommage, car les tranches de mangue encore un peu vertes et bien pimentées, le jus de lime, la coriandre et les arachides auraient parfaitement accompagné la chair de ce poisson.

Parmi les plats sautés, le Thaï Grill donne l'occasion d'expérimenter les feuilles de balsamine, de la famille des impatièntes, une rareté dans nos cuisines plus que dans nos plates-bandes. Si ses fleurs sont colorées, la saveur de ses feuilles se fait moins remarquer, surtout lorsqu'elles sont en présence de haricots fermentés. La déception est accrue par un émincé de poulet trop cuit et desséché.

En Thaïlande, comme dans bien des pays de l'Asie, les desserts font plus souvent l'objet de gâteries entre les repas que d'une finale après. Cela explique en partie les banalités servies dans les restaurants de ce coin du monde, et peut-être le banana split du Thaï Grill. Mais par un mercure sous zéro, les morceaux de banane dans le lait de coco chaud sont fort appréciés pour leurs parfums riches, soulignés de l'odeur des brisures d'arachide. Mais une fois l'arachide croquée, sa saveur prend malheureusement le dessus, ce qui laisse bien peu d'espace pour le morceau de feuille de pandanus qui, par contre, colore joliment cette composition aux teintes hivernales. Une dernière lampée de Momokawa Pearl, un sake américain d'importation privée, non filtré, au doux parfum de coco, vous donnera le courage d'affronter l'hiver.

Remède et poison...



JACQUES BENOIT
LE VIN

« Dans le vin, fais attention, il y a remède et poison. »

N'est-ce pas bien dit ? En quelques mots, ce proverbe de Touraine décrit effectivement le vin, et ses effets, sous toutes leurs facettes. Ou presque.

Car le vin, et c'est un autre des multiples motifs qui rendent cette boisson si fascinante, a des effets absolument contraires selon la quantité prise, les circonstances où on le boit, les gens avec qui on le boit, etc.

Bu en très petite quantité (un seul verre, par exemple), il ne change à peu près rien à notre comportement.

En quantité plus importante, cependant, soit qu'on monte tout doucement au ciel, soit qu'on plonge en enfer !

Pris en compagnie agréable, sans excès, il délie l'esprit. Il active la conversation, qu'il rend aisée, fluide.

C'est l'inverse lorsqu'on en boit trop... Le buveur s'embrouille dans ses pensées, il ne sait plus où il en est. Au pis-aller, il ne sait plus comment s'exprimer, il verse dans l'incohérence — aussi grand et réussi que puisse être le vin bu.

Cette boisson aux visages multiples a aussi la propriété de rendre aimable. Car



le vin détend, il incite à s'intéresser aux autres.

Mais trop de vin et, trop souvent, le buveur verse dans l'agressivité. Il lance alors ses quatre vérités à son vis-à-vis, la tension monte. Et les choses, parfois, se gâtent terriblement.

Il arrive même qu'il dresse l'homme et la femme l'un contre l'autre, d'où le nom de « brouille-ménage » dont on l'affuble en France en pareil cas.

Le vin a aussi la précieuse faculté de calmer, il chasse les soucis, il amène le dégustateur à faire la part des choses, à la condition qu'il s'en tienne à la quantité raisonnable.

Tout au contraire — et comme pour la conversation —, trop de vin et on devient confus, souvent irritable.

Autrement dit, il y a de tout dans le vin, comme le dit ce proverbe de Touraine.

Veut-on enfin à la fois s'instruire et s'amuser (ce ne sera cependant pas la première fois que j'en parle !), enrichir son vocabulaire et scruter le vin sous bon nombre de ses coutures, il faut lire absolu-

ment *Les Mots du vin et de l'ivresse*, de Martine Chatelain-Courtois (Belin).

Elle y explique ainsi l'origine du mot brosse, « peut-être du vieux français *broce*, tétin, ou *breusse*, coupe, tasse ».

Un vin de pays

Vin tout simple, tout en fruit, avec le Merlot qui, m'a-t-il semblé, domine au nez et en bouche en raison de ses arômes de fruits rouges, moyennement corsé, velouté, le **Vin de pays Cité de Carcassonne 2000 L'Orangerie de Pennautier**, nouvellement inscrit au répertoire général, et qui a un petit quelque chose de sucré (ce n'est pas désagréable) est à boire bien frais, sans façon. C, 605261, 10,15 \$, ★(★) \$, à boire.

Demain : debout ou couchés ?

Dégustés pour vous

>Coteaux du Languedoc 99 Pic Saint-Loup Château La Roque : De la couleur, un bouquet de très bonne amplitude, bien Languedoc, passablement épicé et boisé sans que ce soit excessif. La bouche suit, corsée, avec de la matière, tannique quoique sans dureté. Très beau vin du Languedoc, mais il est cher. S, 881938, 25,15 \$, ★★★ \$\$\$, à boire, 2-3 ans environ.

>Madiran 96 Domaine de Mourchette : Vin rouge à la couleur soutenue, son nez est compact, sans nuances, et la bouche dans le même style : passablement dense, tout d'un bloc, tannique. Et, comme on dit, rustique. S ou C, 738427, 15,85 \$, ★ \$(S), 2-3 ans également.

>Central Coast Pinot Noir 98 Calera : La couleur est très bourgogne, rouge clair à reflets orangés, le bouquet de volume moyen, de fruits rouges et cuits, avec des notes de cuir. Plutôt léger en bouche, ses saveurs sont néanmoins relevées, ses tannins lisses et soyeux. Très bon, et très cher. S, 898320, 44,50 \$, ★★★ \$\$\$\$, à boire, 1 an.

>Saint-Émilion Grand cru 98 Château Chauvin : D'un grand millésime pour Saint-Émilion, c'est un vin qui offre tout en abondance : couleur, bouquet très mûr de petits fruits noirs à l'eau de vie, et une bouche dense, concentrée, sur des tannins substantiels. Mais il est bien cher lui aussi. S, 914465, 56 \$, ★★★(★) \$\$\$\$(S), 6-7 ans environ.

★	Vin correct	★★★★	Excellent
★★	Bon	★★★★★	Exceptionnel
★★★	Très bon	(★)	Égale une 1/2 étoile

La règle
- Plus d'étoiles que de \$, le vin vaut largement son prix; autant d'étoiles que de \$, il vaut son prix; moins d'étoiles que de \$, il est cher ou même très cher.
- C indique qu'il s'agit d'un vin « courant », vendu dans la plupart des succursales, et S désigne les vins de « spécialité », en vente uniquement dans un nombre limité de succursales. Le nombre d'années figurant après la note indique le potentiel de garde approximatif à partir de maintenant.

ÉVÉNEMENTS

Suite de la page B1

Décrocher une commandite de Jaguar fut à la fois un éclair de génie et le moment le plus angoissant de leur carrière d'entrepreneurs. Les deux associés se sont rendus à New York pour tenter de convaincre les hauts dirigeants de Jaguar que les voitures du fabricant et les concepts de Sensation Mode constituaient le mariage parfait.

« Pour deux jeunes personnes qui cherchent à réaliser un rêve, ce fut toute une aventure », dit Durivage. « C'était très intimidant d'essayer de vendre notre idée à des gens qui ont probablement déjà tout vu, dit Daviau, mais une fois cette étape franchie, nous étions vraiment en voiture. »

Le résultat ? Une foire de trois jours qui a entraîné la fermeture du boulevard Saint-Laurent entre Sherbrooke et l'avenue des Pins durant le Grand Prix, au mois de juin. « La touche théâtrale y était toujours, de dire Durivage, mais le spectacle était plus complet, avec encore plus de musique. »

Au-delà des séances de photos, défilés, ateliers de beauté et vitrines vivantes, le clou de l'événement fut incontestablement le remarquable défilé mettant en vedette 16 créateurs québécois et réalisé par le producteur Dick Walsh, un ancien Montréalais qui vit maintenant à New York.



Photo ALLEN McINNIS, The Gazette ©

Chantal Durivage et Jean-François Daviau: deux jeunes en voie de réaliser leur rêve.

Selon Daviau, Walsh a été l'un des premiers à apprécier leur travail, et il leur a permis de nouer des liens importants avec plusieurs créateurs. Viviane Roy, ancienne chroniqueuse de mode à *La Presse* et qui tra-

vaille maintenant à son compte, et David Gilmour, ancien directeur des commandites au Cirque du Soleil, ont aussi aidé, dit-il.

Gilmour travaillera avec Sensation Mode l'an prochain. Glen Ellen Brown, vice-présidente (développement des marques de commerce) pour les magazines Hearst, viendra aussi se joindre à l'équipe en janvier, dit Daviau. « Nous voulons que le nom de notre entreprise devienne une marque de commerce connue, avec tous les dérivés éventuels de mise en marché, tels MTV ou le Festival de jazz, dit-il. À cette fin, M^{me} Brown constitue un atout merveilleux. »

Les vieux amis de Daviau au Cirque du Soleil lui ont donné un coup de main lors de l'organisation de l'événement du Grand Prix. « Tout le monde ici aime Jean-François, dit Renée-Claude Ménard, porte-parole du Cirque du Soleil. Il est très intense et il imagine des choses vraiment originales. C'est rare chez un jeune homme de son âge. »

Les deux associés préparent déjà l'événement Sensation Design 2002, avec la ferme intention de surpasser les spectacles présentés lors du dernier Grand Prix. L'événement durera quatre jours au lieu de trois, dit Daviau, avec davantage de représentations en salle. Certains créateurs hors Québec seront invités cette fois. « Nous avons aussi reçu

d'excellents commentaires en provenance de Vancouver et Toronto. »

Est-ce le début d'un empire de la mode ? Durivage et Daviau s'entendent pour dire qu'au cours des cinq prochaines années, ils aimeraient proposer leurs concepts à d'autres villes du globe. « C'est (la mode) est une forme de communication qui transcende les barrières linguistiques », dit Jean-François. Les attentats du 11 septembre ont forcé l'annulation de l'événement Québec-New York 2001 auquel ils devaient participer, mais leur spectacle *Québec Fashion Theatre* ira de l'avant le 25 février prochain à New York. « Nous croyons que Montréal peut devenir un pôle de la mode pour le Canada », ajoute Daviau.

Interrogé sur les frustrations liées à l'emploi, Daviau répond : « Autant il y a des gens extraordinaires dans ce domaine, autant il existe une pression constante. » Mais il a toujours l'âme d'un lutteur : « Il faut toujours maintenir les plus hautes normes de qualité, dit-il. Il ne faut pas montrer de signes de faiblesse. » Chantal Durivage acquiesce, mais nuance : « Pour moi, ça reste une joie totale. »

cyberpresse.ca Retrouvez tous les articles de la série sur les nouveaux leaders à www.cyberpresse.ca/leaders

Le nombre de jeunes gays suicidaires est moins élevé que l'on croyait

d'après USA Today

LES ADOLESCENTS gays, garçons et filles, ont un taux de tentatives de suicide légèrement plus élevé que les jeunes hétérosexuels de leur âge, révèle une étude récente d'un psychologue de l'Université Cornell. Des études précédentes suggéraient un taux de tentatives de suicide trois fois plus élevé chez les adolescents homosexuels.

Les résultats d'études passées, qui laissaient entendre que 30 % des adolescents gays avaient tenté de se suicider, étaient exagérés parce qu'ils ne sondaient que les jeunes les plus perturbés et ne distinguaient pas entre l'intention (ou la pensée) et l'action, dit Ritch Savin-Williams.

Presque toutes les recherches dans ce domaine puisaient leurs échantillons dans les groupes d'appui ou les refuges, là où les plus troublés se rassemblent et là où les témoignages sur les tentatives de suicide sont le plus nombreux, ajoute-t-il.

Les deux études de Savin-Williams, publiées dans le *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, portent sur 349 élèves et étudiants âgés de 17 à 25 ans. Quand un répondant déclarait avoir tenté de se suicider, on lui demandait selon quelle méthode. Le chercheur a aussi isolé la petite minorité qui avait participé à des groupes de soutien.

Voici quelques-unes de ses conclusions :

> plus de la moitié de ceux et celles qui avaient rapporté des tentatives de suicide n'avaient en réalité que « songé » au suicide ;

> son étude auprès de 83 femmes a révélé un taux de tentatives de suicide réel de 13 % pour les adolescentes qui n'avaient pas fréquenté de groupes de soutien. (Entre 7 et 13 % de tous les adolescents ont tenté de se suicider.) Dans la minorité ayant participé à des groupes de soutien, 45 % avaient tenté de s'enlever la vie ;

> dans l'autre étude réalisée auprès de 266 collégiens et collégiennes, le chercheur démontre que les gays et les hétéros ont des taux de tentatives de suicide assez semblables. Encore là, les homosexuels avaient davantage tendance à interpréter leurs pensées comme de réelles tentatives.

Études mal conçues

« Les jeunes essaient de nous dire qu'ils font face à des difficultés dans leur vie », explique Savin-Williams. « Mais la plupart des jeunes gays sont en santé et capables de rebondir. » Les études mal conçues qui exagèrent les risques de suicide « pathologisent les jeunes gays, et ce n'est pas équitable à leur endroit ».

Une autre étude récente réalisée auprès de 12 000 ados a conclu qu'environ 15 % des jeunes gays et lesbiennes avaient tenté de se suicider, contre 7 % de jeunes hétérosexuels. L'étude portait sur une population scolaire, et ne se limitait donc pas aux groupes de soutien.

Mais les chercheurs n'ont pas demandé aux jeunes de décrire la méthode employée ou envisagée. Des témoignages peu crédibles ont donc pu se glisser dans les résultats, reconnaît le directeur de l'étude, Stephen Russell, directeur du

4-H Center for Youth Development à l'Université de Californie (campus Davis).

Par ailleurs, les jeunes homosexuels semblaient davantage porté à faire des abus d'alcool et aussi plus sujets à la dépression, rapporte l'étude. Les programmes scolaires de santé mentale s'adressent rarement aux besoins particuliers des jeunes gays, précise Russell. Tout en avouant que les études passées ont pu exclure « des jeunes qui fonctionnent très bien ; mais il ne faut jamais oublier qu'il y en a qui ont de sérieux problèmes ».

Harcèlement à l'école

Dans un sondage national récent tenu auprès de 1000 conseillers et infirmières dans des écoles secondaires, 63 % ont affirmé avoir eu à conseiller un jeune gay ou bisexuel à la suite de harcèlement par ses pairs. Mais seulement 39 % des adultes avaient parlé aux personnes coupables de harcèlement.

Même si le nombre de jeunes gays suicidaires est moins élevé que l'on croyait, « personne ne réfute le fait qu'il n'est pas très plaisant d'être gay ou lesbienne dans une école secondaire », déclare David Smith, de l'organisation Human Rights Campaign, la plus importante association de défense des gays aux États-Unis.

« Le coeur du problème, ce sont les préjugés et le harcèlement qui ont cours trop facilement dans le milieu scolaire, dit Smith. Les personnes en autorité ne font rien. Nous devons confronter ce problème sans détour. »

Science!

on joue

Activité du jour :
Venez vivre l'expérience *Espace Vital* :
transportez-vous en 2020
sur une station spatiale
en orbite autour de la
planète Mars.

Jusqu'à dimanche !

**le Centre des Sciences de Montréal
au Vieux-Port
se transforme en terrain de jeu !**

En exclusivité à Montréal

Participez à la construction de la mosaïque géante



Demandez le forfait famille.

Tous les jours, de 11 h à 16 h 30

(514) 496-4724 ou 1 877 496-4724

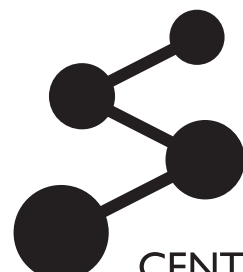
www.CentredesSciencesdeMontreal.com

Partenaires média :

La Presse



BOMBARDIER



CENTRE
DES SCIENCES
DE MONTRÉAL
Canada

La Presse
5 janvier 2002

Page B5 manquante

LES NOUVEAUX LEADERS

> SPORTS > ÉDUCATION > SCIENCES > AFFAIRES PUBLIQUES > AFFAIRES > CULTURE

Entrepreneure, épouse, bénévole et sportive

« Elle est mince parce qu'elle ne s'arrête jamais »



Photo PHIL CARPENTER, The Gazette

Rien n'est impossible pour Erica Mintz, 26 ans.

DON MACDONALD
The Gazette

> NOM : ERICA MINTZ
> ÂGE : 26 ANS
> OCCUPATION : CHEF D'ENTREPRISE

TOUTES LES pages du volumineux agenda sur le bureau d'Erica Mintz sont noircies de rendez-vous écrits à la main et surlignés de couleurs différentes. À lui seul, il nous donne une idée de la vie trépidante de cette entrepreneure de 26 ans.

Avec des économies de 5000 \$ (dont la moitié a servi à créer un site Web), Mintz a fondé sa propre entreprise de cadeaux pour entreprises à la maison de ses parents à l'automne 1999. Sa société, Unique Corporate Gifts, a maintenant un bureau rue de la Savane, sept employés et des ventes annuelles de plus de 750 000 \$.

Elle propose une collection de 60 000 cadeaux et services que les entreprises achètent et utilisent à des fins promotionnelles ou pour récompenser leurs employés et leurs meilleurs clients. On y retrouve de tout : de l'habituel — tasses, casquettes et stylos — à l'inhabituel — des tableaux sur mesure, un massage pour la secrétaire travailleuse, ou même des billets pour le Super Bowl.

Mintz, une svelte brune, débordante d'enthousiasme et de confiance, avoue être « quelque peu obsédée par sa compagnie ».

« Si vous me dites que je ne peux pas obtenir quelque chose, je ne vous croirai pas, disait-elle récemment dans le cadre d'une interview. On doit être passionné dans ce qu'on fait. » Mais elle insiste pour dire que sa carrière ne dominera pas sa vie personnelle. Au-delà du travail, elle poursuit un horaire chargé d'activités sociales, charitables et athlétiques.

Au cœur de sa vie, il y a la famille. En août 2000, elle a épousé Hilly Diamond, un homme d'affaires, et affirme que ses liens avec ses parents, Gary et Rosalie Mintz, sont « étroits au point d'être malsains ». Son père occupe un poste de vice-président à la société American Iron and Metal (marchands de ferraille) et sa mère est psychothérapeute. « Si j'ai un problème pressant, c'est à ces trois personnes que je parle. À personne d'autre », dit Mintz, enfant unique qui a grandi à Mont-Royal et à Westmount.

Le soir, M^{me} Mintz fréquente les restaurants à la mode du boulevard Saint-Laurent, au nord de Sherbrooke, avec son mari et des amis. En fin de semaine, elle préfère les Laurentides, où sa famille possède un chalet à Sainte-Agathe. À l'été, on la retrouve sur un terrain de golf ou sur des skis nautiques, à l'hiver sur les pentes de ski. Elle a étudié et enseigné le ballet pendant 15 ans, et aime aussi voyager, notamment en Europe.

« C'est difficile de s'éloigner de l'entreprise, mais j'aime bien me libérer de temps

en temps », dit Mintz tout en avouant qu'en vacances, elle garde son ordinateur portable et téléphone au bureau au moins trois fois par jour.

En ville, elle se rend tous les matins au YMHA où elle s'entraîne avec des poids et haltères et fait de l'aérobic. Elle trouve aussi le temps de réduire son niveau de stress en pratiquant le yoga durant la semaine.

Toutes les deux semaines, elle travaille comme bénévole aux urgences de l'Hôpital général juif. Elle reconforte les patients en bavardant avec eux, en leur apportant des couvertures ou en les accompagnant pour différents tests. Elle s'est intéressée au bénévolat hospitalier après que son grand-père malade fut transporté aux urgences. Mintz travaille aussi comme bénévole auprès de plusieurs organisations charitables et associations d'affaires juives.

Diplômée en psychologie de l'Université McGill, Erica Mintz avait songé à faire un MBA, mais a choisi de faire le saut dans le vrai monde des affaires. Après deux ans en marketing à la société Future Electronics, elle a fondé sa propre entreprise à l'âge de 24 ans.

Sa famille lui a donné un coup de pouce. Des commandes d'American Iron and Metal et de l'entreprise de son mari, Custom Diamond International, un fabricant de cuisines commerciales en acier inoxydable, l'ont aidée à démarrer. Mais bientôt, des géants comme Charles Schwab, America Online et la banque ABN Amro ont découvert son site Web et placé des commandes.

M^{me} Mintz continue de solliciter au hasard des entreprises. Elle a le don de bien se présenter et de promouvoir les produits de son entreprise. Elle estime que dans l'industrie très compétitive des cadeaux corporatifs, sa compagnie se donne un avantage sur ses concurrents en étant créative, énergique et débrouillarde. « Quand j'ai un rendez-vous, dit-elle, j'en retire habituellement une commande. »

Françoise Cadigan, amie et aussi agente commerciale à Unique Corporate Gifts, s'émerveille devant l'énergie et la volonté de Mintz. « Elle est mince parce qu'elle ne s'arrête jamais », dit Cadigan, 27 ans, en désignant M^{me} Mintz qui tourbillonne sans cesse dans le bureau. « C'est une brasseur d'affaires, extrêmement concentrée. »

M^{me} Mintz croit que l'entreprise atteindra le seuil du deux millions de chiffre d'affaires d'ici quelques années. Mais elle affirme vouloir maintenir l'entreprise à une taille qu'elle peut administrer tout en élevant des enfants.

« Mon objectif n'est pas d'avoir une entreprise de plusieurs millions de dollars, mais une entreprise qui se gère bien, dit-elle. Je veux que tout reste en équilibre. C'est le complexe de la super-femme. Ils disent que c'est difficile (avec des enfants) mais je franchirai ce pont quand j'y arriverai. »

Un entrepreneur lettré

> NOM : PASCAL LÉPINE
> ÂGE : 24 ANS
> OCCUPATION : PRÉSIDENT DE MÉDIACCÈS

HÉLÈNE BARIL
La Presse

QUI A DIT que littérature et entrepreneurship ne vont pas ensemble ? Pour Pascal Lépine, le jeune président de Médiaccès, il y a toujours un lien entre la littérature et le reste, que ce soit son entreprise, le scénario de film qu'il veut écrire, ou l'équipe de basketball qu'il a déjà entraînée au cégep de Joliette.

« Le chemin qu'on prend n'est pas si important finalement », dit le diplômé en littérature française. L'important, selon lui, ce serait plutôt de trouver des solutions aux problèmes qui se présentent. Faire quelque chose qu'on aime. Vivre, quoi.

C'est un travail d'été dans une boîte de relations publiques qui a donné naissance à Médiaccès. Pascal Lépine s'est aperçu qu'il était long et pénible pour les communicateurs de trouver les bonnes personnes dans les médias.

Il a trouvé un moyen de réaliser des listes de presse complètes et mises à jour constamment, qu'il vend maintenant à ses anciens employeurs et à tous ceux qui en ont besoin. Médiaccès offre des tarifs spéciaux aux organismes sans but lucratif et aux organismes de charité. « Ce n'est pas nécessaire d'être une multinationale pour faire du bénévolat », dit Pascal Lépine.

Il arrive aussi que le bénévolat ouvre des portes. Pascal Lépine est un membre actif de la Jeune Chambre de commerce du Québec, ce qui lui apporte des tas de précieux contacts.

Grâce à ces contacts, Médiaccès sera responsable du portail de l'action bénévole du Québec, le plus gros contrat de l'histoire de la jeune entreprise. Pour le réaliser, Médiaccès créera une filiale et aug-

mentera son effectif qui est actuellement de 10 personnes. « Ça va super vite », résume-t-il.

Et ce n'est qu'un début, semble-t-il. L'entreprise a déjà une antenne à Paris. S'il n'en tient qu'à son président, Médiaccès deviendra la référence mondiale dans sa spécialité dans un avenir pas très éloigné, soit cinq ans.

D'ici là, Pascal Lépine sera passé à autre chose. À 30 ans, il voudrait écrire un roman et peut-être aussi le scénario d'un film. « Ce qui est le plus motivant, c'est démarrer quelque chose, dit-il. Je pense que ce que j'aime, c'est avoir le contrôle. »

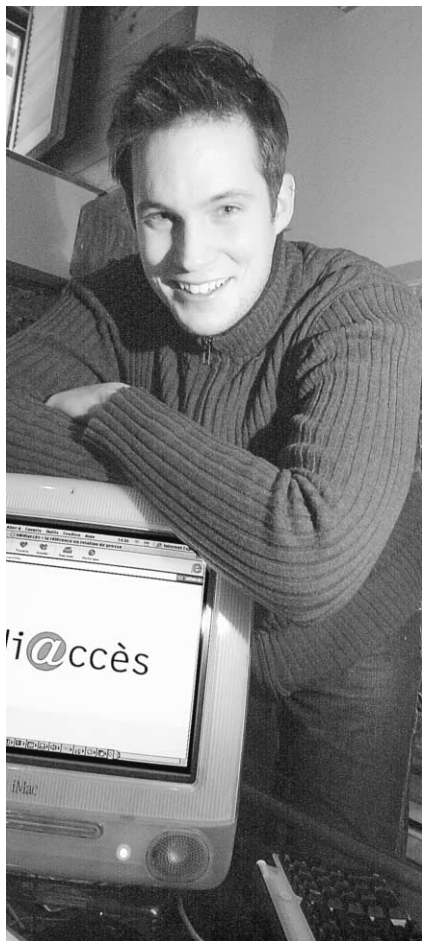
Photo ROBERT MAILLOUX, La Presse ©
Pascal Lépine : à la tête d'une entreprise mondiale dans cinq ans ?

Photo ALAIN ROBERGE, La Presse ©

L'avenir est prometteur pour Paul-André Savoie, président de Datacom.

Une course pleine d'obstacles

> NOM : PAUL-ANDRÉ SAVOIE
> ÂGE : 28 ANS
> OCCUPATION : PRÉSIDENT ET CHEF DE LA DIRECTION DE DATACOM

HÉLÈNE BARIL
La Presse

DANS SON bureau, il y a une immense photo encadrée du coureur automobile Jacques Villeneuve et de sa Bar Honda. Paul-André Savoie est un fan, un vrai. Il est aussi président et fondateur d'une entreprise qui se spécialise dans la gestion informatisée des parcs de véhicules. À 28 ans, c'est la deuxième entreprise qu'il lance. Et peut-être la dernière. « Je pense avoir maintenant le véhicule qu'il me faut pour faire ce que je veux », dit-il.

Paul-André Savoie veut faire aboutir ses idées et aider les autres à faire aboutir les leurs. C'est ce qu'il a fait avec sa première entreprise de recherche informatisée de voitures volées, Boomerang, dont l'idée lui est venue le 31 octobre 1994 très précisément, le jour où il s'est fait voler sa moto.

Avant, il a voulu être flic, a plutôt été ambulancier. « Adolescent, j'étais un peu rebelle », confesse-t-il. Pour l'assagir, sa famille l'a mis en contact avec un policier. Jacques Duchesneau, l'ancien chef de police de la Communauté urbaine de Montréal, est maintenant vice-président à la direction et chef des opérations de Datacom. Le mentor est devenu le bras droit du vice-président, qui lui avait même emprunté son veston le jour de l'entrevue.

Dans quelques années, Datacom sera devenue une grande entreprise multinationale, croit Paul-André Savoie. Plus qu'une entreprise de gestion informatisée des parcs de véhicules, Datacom est une entreprise qui se spécialise dans les applications de la technologie sans fil, ce qui donne des possibilités à peu près illimitées. « Avec nos technologies, on risque de déranger le monde », dit la publicité de Datacom.

En attendant d'être une multinationale, le jeune président travaille très fort à gérer une croissance très rapide et une équipe de 38 personnes qui ne cesse de grossir. En même temps, il poursuit un MBA par correspondance et pilote un avion ultraléger pour s'amuser. Pour cet autodidacte qui a vu le jour à Pointe-Claire, il n'y a encore rien d'impossible.

LES NOUVEAUX LEADERS

> SPORTS > ÉDUCATION > SCIENCES > AFFAIRES PUBLIQUES > AFFAIRES > CULTURE



Michel Bissonnette dirige avec ses associés l'une des plus florissantes compagnies de production privée du Québec.

Photo ALAIN ROBERGE, La Presse ©

Crever l'écran

Le producteur télé veut faire voir du pays aux concepts d'ici

SÉBASTIEN RODRIGUE
La Presse

> NOM : MICHEL BISSONNETTE
> ÂGE : 34 ANS
> OCCUPATION : PRODUCTEUR DE
TÉLÉVISION

À 34 ANS, MICHEL Bissonnette donne l'impression d'en avoir vécu le double si l'on se fie à son expérience. Le jeune producteur de télévision garde toutefois la tête froide et il caresse maintenant l'ambition d'exporter des concepts d'émissions québécoises partout dans le monde.

Son associé, Vincent Leduc, le décrit tout simplement comme « un des « smattes » de sa génération ». Michel Bissonnette a toujours joué dans la cour des grands, depuis ses années au Parti libéral du Québec (PLQ), alors qu'il n'avait même pas 20 ans, jusqu'à aujourd'hui, avec la maison de production Zone 3.

Il travaille dans l'ombre d'émissions comme *Fun noir* à TQS ou *Le Grand Blond* avec un *show sournois* à TVA. Il s'occupe de la vice-présidence à la création de Zone 3, qu'il a fondé avec Vincent Leduc, Paul Dupont-Hébert et André Larin. « Ma « job », c'est de réunir des talents pour que le rêve de quelqu'un puisse se réaliser », résume-t-il.

Les quatre comparses ont acheté les activités de production locales de leur employeur

de l'époque, Motion International, en mai 2000. Après 18 mois d'activité, ils ont produit une trentaine d'émissions et récolté 12 prix Gémeaux. Leur maison de production s'occupe également de spectacles, et bientôt de disques ainsi que de cinéma.

De la politique à la publicité

La rocambolesque carrière de Michel Bissonnette débute en 1985 lorsque des amis l'entraînent au PLQ, lui dont la famille n'était pas particulièrement politisée. « C'était d'abord un « trip de gang » », se souvient-il. Cet engagement tourne toutefois au sérieux et le pousse même à abandonner ses études universitaires en marketing.

Le *drop-out* devient alors organisateur en chef des jeunes libéraux en 1987. Il se frotte aux communications, aux relations publiques et organise les congrès. « Je trouvais l'action plus amusante que les études », dit-il.

Deux ans plus tard, il accède à la présidence de la Commission des jeunes libéraux. Il a 22 ans et se déniche en même temps un travail à l'agence de publicité BCP. Il passe ses journées à Montréal et ses soirées à Québec à faire de la politique. « Ce devait être

un mandat calme jusqu'à ce que l'accord du lac Meech échoue », raconte-t-il.

Il participe ensuite à l'élaboration du rapport Allaire, mais le sort réservé au document par le parti de Robert Bourassa le laisse amer. Il quitte définitivement le parti en 1993 parce qu'il aime trop la liberté pour devenir un député, conclut-il aujourd'hui.

Il se concentre ensuite sur son travail chez BCP. Il rencontre alors Guy Crevier, qui finira par l'embaucher chez TVA et l'amener avec lui chez Vidéotron, puis chez Télé-globe. À 26 ans, il se retrouve donc chez TVA à la tête d'une équipe de 30 personnes à diriger les communications de l'entreprise. « On dirait que dans ces situations, tu te découvres des talents. Il y a un bout de naïveté », dit-il.

Il retourne toutefois à la publicité en 1998, toujours chez BCP, et finalement chez Motion International. « Il connaît bien la publicité, la télévision, mais il est aussi un homme de rigueur au plan administratif », constate son associé, Vincent Leduc.

Après beaucoup de détours, Michel Bissonnette estime avoir trouvé son créneau. « La beauté de vieillir, c'est de réaliser dans quoi on est bon. Je sais que je suis bon pour réunir des talents, convaincre des gens et or-

ganiser le financement », note-t-il.

Dans son bureau, une douzaine de scénarios sont éparpillés en attendant qu'il les lise. Michel Bissonnette s'émerveille autant en parlant de Bruno Blanchet que des projets d'émissions pour enfants. Il jongle avec une trentaine d'émissions, et l'absence de monotonie le garde en vie. « La beauté de la télévision, c'est que tu rentres dans le foyer des gens. Tu as la capacité d'offrir des petits bonheurs quotidiens, de pouvoir changer les mentalités, informer, éduquer et faire rire », confie-t-il.

Selon son entourage, il a pas mal de pif. Après plusieurs productions en sol québécois, le jeune producteur souhaite maintenant tâter davantage le marché du Canada anglais, des États-Unis et du reste du monde. « Il y a plein de talents québécois qui ont envie de sortir du Québec, remarque-t-il. C'est aussi pour assurer la pérennité de Zone 3 si nous regardons pour d'autres marchés. » C'est tout à fait lui, à la fois rêveur et rationnel, commente Vincent Leduc.

Michel Bissonnette complète présentement une coproduction en Grande-Bretagne et ce n'est qu'un début, selon lui. « Il y a une richesse de talents au Québec qu'on ne retrouve pas partout dans le monde. Il faut qu'ils réussissent à rayonner encore davantage à l'international. » Avec un tel partenaire, gageons qu'ils feront bien du chemin.

« Il y a une richesse de talents au Québec qu'on ne retrouve pas partout dans le monde. »



Photo ROBERT SKINNER, LA PRESSE

Competia n'aurait pas aussi bien marché en Europe, estime Estelle Métayer.

Vol autour du monde

> NOM : ESTELLE MÉTAYER
> ÂGE : 31 ANS
> OCCUPATION : PRÉSIDENTE
DE COMPETIA

HÉLÈNE BARIL
La Presse

LE RISQUE, ESTELLE Métayer connaît ça. Elle en vit. L'entreprise qu'elle a fondée il y a trois ans, Competia, fait de la veille stratégique. En d'autres termes, elle essaie de prévoir l'avenir pour ses clients.

Des risques, Estelle Métayer en prend aussi. Quand elle a quitté son emploi confortable chez CAE pour démarrer son entreprise, elle ne savait pas trop à quoi s'attendre. « On est toujours surpris quand les premiers clients arrivent », dit-elle.

Les clients sont venus, et pas n'importe lesquels. Bombardier, Télé-globe et Bell ont fait appel aux services de Competia qui, en plus de la veille stratégique, offre aussi des services de formation et un magazine en ligne pour se tenir au courant de ce qui se passe dans tous les secteurs d'activités.

Française d'origine, Estelle Métayer est arrivée au Québec il y a neuf ans. Pour y rester, assure-t-elle. Jamais Competia n'aurait pu voir le jour en Europe, souligne la présidente. « En Europe, les grandes entreprises n'accepteraient jamais de faire des affaires avec une

petite compagnie comme la mienne. »

Avant Competia, Estelle Métayer a beaucoup voyagé; pour les études d'abord, décrochant un MBA aux Pays-Bas, puis avec son premier employeur, la banque néerlandaise ING. Elle a appris plusieurs langues — cinq en tout. Son entreprise, qui offre ses services uniquement en anglais, ajoutera le français et l'espagnol dans la prochaine étape de son développement.

Competia emploie 12 personnes à Montréal et un réseau de pigistes un peu partout dans le monde. L'avenir de l'entreprise, c'est probablement de joindre à un grand groupe, croit Estelle Métayer. Mais si ça arrive, elle ne sera plus là. « Quand on est entrepreneur, c'est démarrer des choses qui nous intéressent. »

Après Competia, Estelle Métayer prendra probablement d'autres risques. Elle aimerait faire de la photo — en vivre même. Dans ses temps libres, la présidente de Competia pilote des petits avions et emmène avec elle les enfants de la Fondation Rêves d'enfants.

La peur ne fait pas partie de la vie d'Estelle Métayer. « La seule chose qui me fait peur, c'est de passer à côté de ce qui est important, la famille, les amis. »

Vive les aubaines lève-tôt! Durant 2 heures seulement...

Le samedi 5 janvier, de 8 h à 10 h

60 % de rabais

- SERVIETTES EXCALIBUR
SERVIETTE DE BAIN,
SOLDE 5,59 \$
Essuie-mains et débarbouillette aussi soldés.
- OREILLERS
HEALTHY LIVING

50 % de rabais

- PORTEFEUILLES À PRIX ORDINAIRE POUR ELLE
Exception : Outline
- CARAFE À VIN
MANTLES^{mc}
ORD. 30 \$ **SOLDE 14,99 \$**

40 % de rabais

- MODE FÉMININE
ALIA ET ALIA SPORT
Tailles courantes, petites et fortes.
- LITERIE EN SAC

30 % de rabais

- TOUTE LA LITERIE UNICOLORE
sauf Nautica, Ralph Lauren, Market Square et articles « Aubaine la Baie »

39⁹⁹ \$

- JEANS 501[®]
DÉLAVÉS DE
LEVI'S[®] POUR LUI
ORD. 74,99 \$

Les aubaines lève-tôt sont offertes tant qu'il y en aura et excluent les articles « Aubaine la Baie », Outline et « Nouvellement réduit ». Sur nos prix ordinaires, sauf avis contraire.

liquidation du WEEK-END

Vendredi, samedi et dimanche
4, 5 et 6 janvier

14⁹⁹ \$

TEE-SHIRTS
AUTOMNAUX
TOGO^{mc} POUR ELLE
PRIX ORIGINAL 25 \$

34⁹⁹ \$

CHEMISIERS
AUTOMNAUX
TOGO^{mc} POUR ELLE
PRIX ORIGINAL 49 \$

À PARTIR DE **19⁹⁹ \$**

CHOIX DE BLOUSES
MANTLES^{mc}
POUR ELLE
PRIX ORIGINAL 29,99 \$

24⁹⁹ \$

CHOIX DE PULLS
MANTLES^{mc} ET
TOGO^{mc} POUR ELLE
PRIX ORIGINALS 39 \$ À 55 \$

29⁹⁹ \$

PANTALONS
HAGGAR[®] POUR ELLE,
EN COTON MARINE
*sans repassage au sortir
du sèche-linge*
PRIX ORIGINAL 59,99 \$

29⁹⁹ \$

CHOIX DE PULLS
POUR LUI
PRIX ORIGINALS 50 \$ À 70 \$

9⁹⁹ \$

TEE-SHIRTS DE
SPORT REEBOK,
ADIDAS ET
BROOKS POUR LUI
PRIX ORIGINAL 19,99 \$

19⁹⁹ \$

CHOIX DE CHEMISES
TOUT-ALLER
TOGO^{mc} POUR LUI
PRIX ORIGINALS 45 \$ À 50 \$

49⁹⁹ \$

CHOIX DE PANTALONS
TOUT-ALLER
MANTLES^{mc} POUR LUI
PRIX ORIGINAL 65 \$

59⁹⁹ \$

PEIGNOIRS
MANTLES^{mc}
POUR LUI
PRIX ORIGINAL 99,99 \$

50 % de rabais

SERVIETTES, LINGE DE TABLE
ET DE CUISINE ET COUSSINS
EN TAPISSERIE
À THÉMATIQUE DE NOËL

60 % de rabais! TOUS ces articles des fêtes :

- VAISSELLE, VAISSELLE À THÉ, VERRERIE, ARTICLES-CADEAUX EN CRISTAL OU PLAQUÉS ARGENT
De notre rayon des articles ménagers.
- PANIERS D'ALIMENTS, ENSEMBLES-CADEAUX, GÂTEAUX ET FRIANDISES
De notre rayon des friandises. Exception : rayons concédés.

- ARBRES, LUMIÈRES ET DÉCORATIONS CHRISTMAS STREET[®], EMBALLAGES-CADEAUX, ARTICLES DE TABLE JETABLES, DIABLOTINS ET DAVANTAGE!
- BOUGIES ET CADRES

un aperçu des nombreuses aubaines en magasin

jusqu'à 60 % de rabais

MEUBLES DE FIN DE SÉRIE
Sur le prix original.

50 % à 55 % de rabais

TOUS LES DUOS-SOMMEIL!
ET LA LIVRAISON EN PRIME!
**Achetez un duo-sommeil, faites-le livrer et nous vous accorderons un rabais équivalent au coût de la livraison locale standard.*

50 % de rabais

- SERVIETTES UNICOLORES
Exceptions : articles Royal Velvet, Ralph Lauren et Calvin Klein
- OREILLERS
Exception : articles Calvin Klein

50 % de rabais

TOUS LES ENSEMBLES DE
VAISSELLE ROYAL ALBERT
ET JOHNSON BROTHERS,
5 PIÈCES

40 % de rabais

SOUTIENS-GORGE ET SLIPS
WONDERBRA, WARNER'S
ET VOGUE BRA EN BOÎTE
Exception : modèles Plus de WonderBra.

40 % de rabais

TOUS LES VERRES À PIED
EN CRISTAL
sauf les articles Waterford

25 % de rabais

MONTRES BULOVA,
CARDINAL, SEIKO,
TIMEX[®] ET AUTRES
Exceptions : montres Expedition et Ironman de Timex

10 % de rabais

TOUS LES PETITS ÉLECTROS DE
CUISINE ET D'HYGIÈNE PERSONNELLE,
RASOIRS, FERS À REPASSER,
PURIFICATEURS D'AIR
ET HUMIDIFICATEURS

jusqu'à 300 \$ de rabais

TÉLÉVISEURS

jusqu'à 300 \$ de rabais

GROS ÉLECTROS DE MARQUE

**3 ou plus : 30 % de rabais
2 : 25 % de rabais
1 : 20 % de rabais**

TOUS LES COLLANTS FINS DIM,
WONDERBRA, SILKS, MANTLES^{mc}
ET SECRET

30 \$ à 50 \$ de rabais

TOUTES LES CHAUSSURES DE
VILLE FLORSHEIM[®], NUNN BUSH[®]
ET BOSTONIAN[®] POUR LUI

la **Baie**
J'aime, j'achète!

Tous les rabais sont sur nos prix ordinaires, sauf avis contraire. Le choix et les marques varient selon le magasin. Exceptions : articles « Nouvellement réduit », « Achat spécial », « Aubaine la Baie », Outline et Market Square et ceux des rayons concédés.



Primes HBC

TRANSFORMEZ VOS ACHATS DE TOUS LES JOURS EN RÉCOMPENSES.
Amassez des points dans tous les magasins de la Compagnie de la Baie d'Hudson : la Baie, Zellers, Déco Découverte ou hbc.com

AMASSEZ RAPIDEMENT DES POINTS EN UTILISANT VOTRE CARTE LA BAIE, HBC OU ZELLERS. OBTENEZ 25 POINTS ADDITIONNELS POUR PRESQUE CHAQUE DOLLAR DÉPENSÉ.

