



ACTUEL

Internet
et les devoirs

Page 8

Anatole et
le paysagiste

Page 7



La Presse

CAHIER B | LA PRESSE | MONTRÉAL | MARDI 11 SEPTEMBRE 2001

DE LA TÊTE AUX PIEDS

Chantal Gagnon

ÈVE DUMAS

«Promouvoir la beauté du monde, créer un monde de beauté.» Voilà la devise de Chantal Gagnon et, par extension, celle de Fashionlab. La grande prophète des tendances qui décortique, analyse, distille et anticipe les courants sociaux depuis une dizaine d'années vient tout juste d'accoucher de son plus ambitieux projet de carrière, une agence de création jumelée à un laboratoire de design qui pourrait bien donner à l'industrie de la mode québécoise une dose de tonus très bienfaisante.

Avec l'incroyable force vitale qui l'anime, son incomparable passion pour la création sous toutes ses formes, sa propre expérience de designer, son expertise en marketing et toutes sortes d'autres talents et qualités que vous découvrirez en cours de lecture, Chantal Gagnon est une visionnaire de la mode avec qui il faut compter.

La devineresse a toujours été en avance sur son époque. Dans les années 1980, après des études en administration et marketing puis en design de mode au collège Marie-Victorin, elle lançait sa griffe de vêtements audacieux, Caboché, et fondait la boutique du même nom, dans le Vieux-Montréal. L'ascension fut fulgurante, le succès commercial quasi immédiat et l'engouement des médias tout aussi encourageant. En peu de temps, le prestigieux *Woman's Wear Daily* lui faisait une couverture élogieuse et Caboché était catapultée sur le marché new-yorkais, dans les boutiques d'avant-garde comme Charivari et If. Un parcours précurseur de celui que connaîtrait Marie Saint Pierre quelques années plus tard. Malheureusement, encore une fois, la fin de cette histoire est aussi démoralisante que les débuts furent prometteurs. «Je n'ai pu trouver un producteur pour me permettre d'aller plus loin. J'avais trois possibilités: devenir productrice moi-même et ouvrir une usine, rester une petite entreprise ou changer de cap complètement. J'ai donc choisi d'éteindre ma compagnie moi-même alors que j'étais au sommet de la gloire.»

Après avoir mis la clé dans la porte de sa boutique, Chantal Gagnon a accepté en 1986 la présidence de l'Association des designers de mode du Québec. C'est à la faveur d'un voyage de recherche en France qu'elle découvre, émerveillée, le fonctionnement des bureaux de style européens. Inspirée, elle fonde en 1988 un bureau-conseil en design et marketing, Chantal Gagnon Concept, qui offre à l'industrie des services de création taillés sur mesure. Pour partir le bal, elle tombe sur un contrat de rêve: la coconception, le design, la scénarisation et la réalisation de l'exposition d'ouverture du Musée de la civilisation à Québec, *Souffrir pour être belle*.

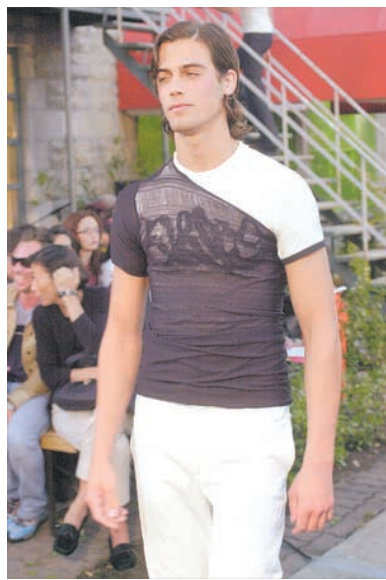
Au cours des 10 années qui suivront, la polyvalente passionnée se fait consultante en marketing, analyste de tendances (possédant une licence exclusive pour le Canada du bureau international Promostyl), conférencière spécialiste des courants socioculturels et communicationnels de la mode, référence incontournable dans le domaine de l'évolution des formes, matières et couleurs.

Au fil des ans, elle inscrit à son Rolodex plus de 400 clients qui débordent du milieu mode-beauté et couvrent les secteurs de l'habitation, du tourisme et de la culture, entre autres. Depuis plus de huit ans, on la cite sans relâche dans les médias dès qu'une nouvelle tendance émerge et que, perplexe, l'on cherche à en retracer les origines. Chantal Gagnon est fascinée par le grand paradoxe que pose la mode: «On veut être à la fois différent et semblable. On a autant besoin d'unicité et de distinction que de reconnaissance et d'acceptation.»



Photo RÉMIL LÉVÉE - La Presse ©

Voir GAGNON en B2



YSO VOLE LA VEDETTE !

Ça s'est confirmé lors de la première Semaine de mode de Montréal: la nouvelle star de la mode québécoise s'appelle Yso. Comment a-t-il réussi le pari? En présentant une collection époustouflante pour femmes, ainsi qu'une première incursion dans le domaine du vêtement masculin, qui ont laissé son public bouche bée.

YASMIN GROTHÉ
collaboration spéciale

Tout cela s'est passé sur un trottoir en fin de journée mercredi dernier dans la poussiéreuse avenue du Mont-Royal. Un défilé ultradémocratique où invités et passants se sont massés devant la passerelle (en l'occurrence, l'humble trottoir, complètement dégarni) pour voir déambuler des filles filiformes vêtues de pièces raffinées à l'extrême composées de dentelles arachnéennes, de voiles de soie et de toile de coton frais, dans une palette couleur sorbet où le vert menthe, le jaune tendre et le blanc pur étaient ponctués d'entrelacs de guipure noire. À noter absolument: les tout petits chapeaux en accents circonflexes signés France Rousseau qui rappelaient les meilleures années de la modiste émérite Anita Pinneault.

«Génial! Plus qu'un designer, Yso est véritablement un artiste à part entière», entendait-on chuchoter dans l'auditoire. L'esprit de la collec-

tion printemps-été 2002 de Yso vole maintenant du côté de Klimt et de Egon Schiele, deux peintres de la Vienne de l'époque Art nouveau, où romantisme et décadence se côtoyaient allègrement. Bien entendu, la nudité est de mise, mais toujours élégante, sans même un seul petit atome de vulgarité. «J'adore ces années et toute la nostalgie qui s'en dégage. Pour moi, cette collection évoque la sensualité des bordels pour aristocrates du début du siècle dernier», affirme Yso qui s'est amusé à jouer avec les matières comme un sculpteur avec de la glaise, en les modulant, les rapiécant et les recousant à souhait. Résultat: quelques robes minimalistes étaient essentiellement composées de mètres de ruban de dentelles. Mais il était fort facile d'imaginer ces vêtements dans leur contexte approprié (en l'occurrence, le boudoir et non en pleine rue!) grâce à la trame sonore lumineuse et aérienne du défilé créée par le génial compositeur montréalais Patrick Watson.

Si les créations pour femmes de

Yso évoquent un passé imaginaire, celles pour hommes (créées avec la complicité de Patrick Pépin, l'assistant de Marie Saint Pierre) sont résolument actuelles. Pantalons à taille basse dépourvus de toute extravagance (donc très vendables et portables par la gent masculine) et t-shirts avec empiècements de dentelles et de tissus contrastants composaient la nouvelle griffe Ysotrick.

Quelques minutes plus tard, au club Aria, rue Saint-Denis (centre névralgique de la Semaine de mode de Montréal), débutait le tant attendu défilé de Lük, griffe reconnue et adulée par les hommes sexy. Gays et hétéros confondus. Car, voyez-vous, Lük est le spécialiste du sous-vêtement ultra-érotique, notre Calvin Klein national, en somme. Autre look, autre ambiance. Musique techno, maquillages criards et lumières kaléidoscopiques pimentaient les torsos huilés des Adonis qui paraient en petites tenues pour le plus grand plaisir de la salle comble.

Pour le printemps 2002, Lük lorgne du côté des stations balnéaires où la chair fraîche est reine (lire: South Beach, Ibiza et compagnie) et propose une panoplie de slips, maillots et «g-strings» aux détails colorés tels des surpiques orange ou lime sur des tissus unis.

Voir YSO en B2
Suite du dossier en B3

Photos DENIS COURVILLE - La Presse ©

Gagnez un week-end de rêve

à l'Auberge du Lac Taureau

et deux laissez-passer pour assister à la soirée Gala VIP du Salon International de l'Auto de Montréal 2002.

Tous les détails dans le nouveau cahier mensuel La Presse de l'auto, lundi prochain

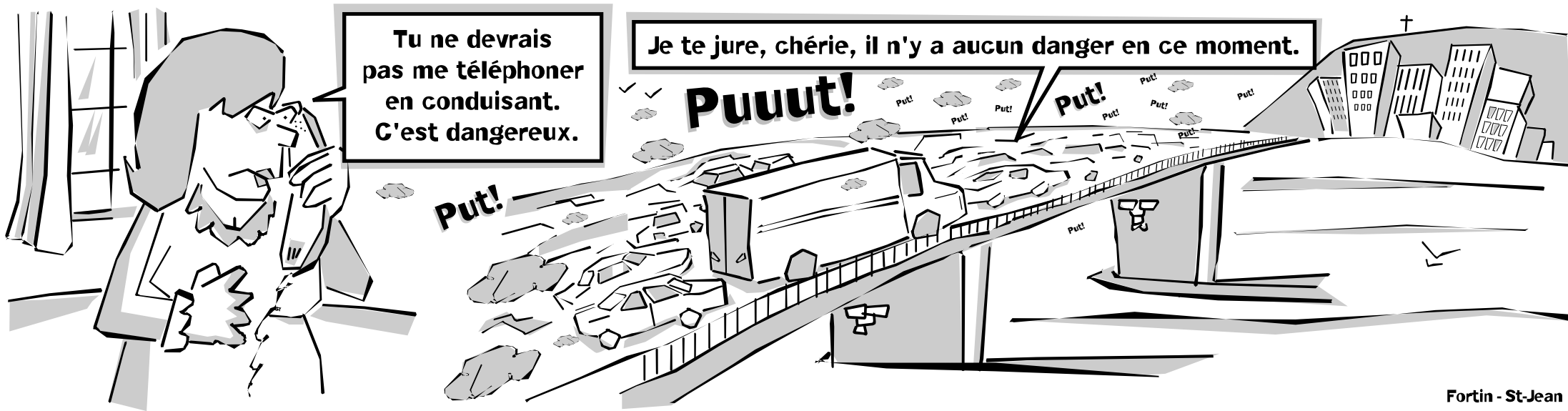


LA CORPORATION
DES CONCESSIONNAIRES
D'AUTOMOBILES
de Montréal inc.

La Presse

2386358A

BANDE À PART



Fortin - St-Jean

YSO

Suite de la page B1

Pour sa finale, le designer Luc Laroche s'est tout de même permis quelques extravagances dignes de Las Vegas avec un groupe de vêtements de soirée incrustés de strass rutilant.

Bref, tout était en place pour accueillir Martha Walsh, diva de la musique *dance*, qui a entonné son célèbre hymne *It's Raining Men*. En effet, il en pleuvait des beaux mecs ce soir-là...

Toujours chez l'homme, Montréal accueille une toute nouvelle griffe : Kamkyl, créée par Douglas et Yvonne Mandel, un couple en affaires et dans la vie. Lui a fait ses dents chez Donna Karan et Hugo Boss, tandis que Yvonne, la plus cérébrale des deux, est spécialisée dans la prévision de tendances.

Pour le printemps 2002, Kamkyl est très inspiré par l'esprit « bobo », celui des consommateurs rebelles et individualistes de l'ère de la mondialisation, mais la collection est de confection impeccable. Bref, l'esprit « punk-couture » y est à son meilleur.

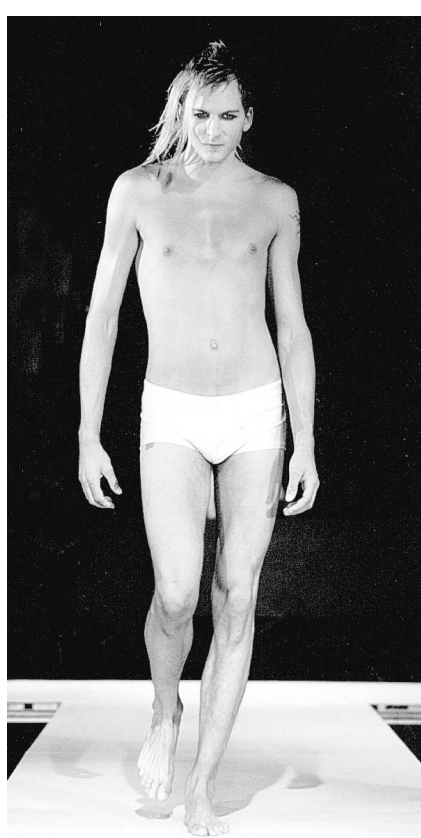
Résultat : ourlets non finis, pantalons d'inspiration militaire et chemises à rayures obliques, sans oublier le tailleur. « Nous offrons une mode en marge des corporations qui veulent tout uniformiser », clame haut et fort le tandem qui a recruté deux jeunes *squeegee*s pour distribuer le programme de la soirée à la porte, à la grande sur-

prise de quelques invités ! Avec sa nouvelle boutique dans le Vieux-Montréal, à deux pas de la Cité du multimédia et son effervescence de créativité, tout est en place pour attirer la faune médiatique qui veut oser la différence.

Signalons au passage que Kamkyl a raflé le premier prix, catégorie Hommes, à New York au printemps dernier lors du concours GenArt/Nokia Styles 2001.

Marisa Minicucci, elle, a présenté sa collection dans son loft MM, un concept de magasinage ultrapersonnalisé où la cliente est accueillie en solo dans une immense salle de montre. « Les clientes sont très contentes et la réponse à notre concept est très positive », affirmait Barry Bly, président de la griffe, tout juste avant la présentation de la nouvelle collection Marisa Minicucci printemps 2002. On y a vu une pléiade de pantalons capris dénudant élégamment la cheville, des pantalons larges très plage, des robes près du corps en crêpe *stretch*, quelques tailleurs sobres, question de satisfaire la femme d'affaires friande de la griffe Minicucci. Le tout était réalisé dans une palette classique de tons mastic, sable et noir.

« J'ai voulu créer une collection plus jeune, un brin frivole et des pièces simples mais réalisées dans des matières très luxueuses », a expliqué M^{me} Minicucci. La meilleure



Photos CHRISTOPHER SCHULTZ, collaboration spéciale
Maillot Lùk

preuve de cette affirmation : un duo pantalon-chemisier tout simple soie-coton et cuir d'agneau.



Tenue de Marisa Minicucci

Bref, les basiques sous le ciseau Marisa Minicucci n'auront jamais été aussi élégants et tentants...

GAGNON

Suite de la page B1

Pour cette philosophe et sociologue des courants, on ne peut réduire la mode à un beau vêtement. « Il s'agit d'une véritable forme d'expression qui part de l'intérieur. Comme designer, j'allais puiser mon inspiration en moi-même et non à l'extérieur, dans ce qui se faisait autour de moi. À un moment donné, mon rapport avec cette forme de création est devenu collectif. Je me suis mise à observer les mouvements qui expriment les humeurs d'une collectivité. »

Un brin scientifique, aussi, la *superwoman*. Après toutes ces années, elle en est venue à très bien connaître tous ces petits codes secrets qui agissent sur la psyché et le comportement du consommateur.

« Ce n'est pas gratuit que je porte du rouge aujourd'hui. J'avais besoin d'énergie et de capter l'attention de l'auditoire. C'est pour ça que j'ai porté du rouge. Les couleurs et les matières ont leur vibration, leur langage, leur énergie. »

« Énergie ». S'il y a un mot qui revient souvent dans la conversation de Chantal Gagnon — et qui décrit à merveille la pétulante personne qu'elle est — c'est bien celui-là. Car la dame, mère d'une « *trimbalée* » d'enfants (18, 14, 7 et 2 ans), se définit comme spirituelle avant tout. « Je vais puiser mon énergie en moi, dans le silence. »

Mais aussi chez les tout-petits, qu'elle adore et aimerait encourager, en faisant du droit des enfants la cause de Fashionlab. « Ce sont de vraies boules d'énergie ! » La touche-à-tout puise également ses forces dans la musique ; elle a fait du dessin et de la danse. « Ma mère m'a apporté ce rapport privilégié que j'ai avec la création. » Quand on connaît son lignage, bien des choses s'expliquent.

Fille d'une artiste contemporaine et d'un homme d'affaires, elle est un être hybride, une créatrice qui a la bosse des affaires. « Dès ma naissance, j'ai été en présence de ces deux choses que l'on dit si opposées. Moi, comme enfant de ce couple, je ne pouvais pas me diviser. Et de toute manière, la créativité sans moyens et les moyens sans créativité, ça ne sert à rien. »

Tout est question d'équilibre dans la vie de Chantal Gagnon. Si elle travaille à Montréal et se dit très urbaine, elle vit dans une petite ville, Saint-Hyacinthe, et passe ses vacances loin de l'action. « Même une station balnéaire, c'est trop stimulant pour moi ! Il faut que je me trouve une île déserte, une cabane au fond des bois, un endroit où je n'aurai aucune distraction qui pourrait se rapporter au travail. »

La famille, l'amour, les réalisations personnelles, les projets de carrière sont les éléments de sa vie fort occupée qu'elle tente au jour le jour d'harmoniser, avant un grand talent pour le bonheur.

« Je crois qu'on peut avoir tout dans la vie : l'amour, la beauté du monde, les enfants, la carrière », déclarait-elle sur une note très personnelle lors de la conférence de presse annonçant l'ouverture officielle de Fashionlab, vendredi dernier. Le superbe joyau vertical et tout blanc de la rue Sherbrooke fut pensé en 1919 par l'architecte Ernest Cormier puis rénové en 2001 par Paul Laurendeau.

En plus d'y offrir les sept « sphères de services » que sont la recherche, le marketing, le design, la communication, les relations publiques, la planification d'événements et la personnalisation (*focus groups* et autres suivis), on y tiendra ponctuellement boutique le temps d'un événement thématique. On accueillera la création d'avant-garde : accessoires, bijoux, objets de design, mobilier et autres articles de consommation, expositions, conférences, le tout inscrit dans une programmation dont le premier événement devrait avoir lieu à la fin octobre. Esprits inventifs de ce monde, vous voilà enfin chez vous !

OUVERTURE
MERCREDI 12 SEPTEMBRE À MIDI

LES 300
PREMIERS CLIENTS
RECEVRONT

35\$

EN BON D'ACHAT
MERCREDI ET JEUDI*

* utilisable la journée même, pour l'achat de vêtements seulement, aucun achat minimum requis.

HOMME
mezzanine

FEMME
rez-de-chaussée

COIFFURE
sous-sol



Tristan & AMERICA
METCALFE STE-CATHERINE

www.tristan-america.com

cyberpresse.ca Pour commenter un des sujets du cahier Actuel ou discuter

avec les lecteurs, tapez
www.cyberpresse.ca/actuel

MODE

Style

DALI SANSCHAGRIN
collaboration spéciale

L'OBJET DU DÉSIR

Un «Drôle de sac?» C'est ainsi que la compagnie de maroquinerie française Lamarthe, fondée en 1931 par Alfred Lamarthe, a baptisé son nouveau cabas. Pourquoi? Parce que ces pièces de cuir décoratives se changent au gré de notre humeur. Trèfles à quatre feuilles pour les jours où l'on veut que la chance nous sourit, papillon lorsque l'on se sent frivole ou feuille de chêne quand vient l'automne. D'une dimension parfaite pour la mode de la saison, ce sac est muni d'une grande poche intérieure amovible avec fermeture éclair. À 260 \$ ce «Drôle de sac» s'offre ou s'achète sur un coup de coeur, une petite folie! En exclusivité chez Ogilvy, 1307, rue Sainte-Catherine Ouest.



LE JEANS BLACK SLUDGE

Lancé l'an dernier, le jeans Engineered de Levi's a tout de suite plu aux branchés qui souhaitent une solution de rechange au fameux Levi's 501. Qu'a-t-il de spécial ce jean? Un design ergonomique qui suit les courbes du corps, des coutures de côté obliques qui donnent un effet 3D, des revers que l'on roule et qui sont finis à l'intérieur comme à l'extérieur et finalement, des poches arrière inclinées et plus basses «pour faire cool». La grande nouveauté c'est que l'on trouve maintenant le Engineered en velours côtelé de style «boue noire» ou «Black Sludge», un fini au look encore plus «vieilli». Engineered, c'est un peu la griffe laboratoire de Levi's qui développe actuellement une collection encore plus complète pour 2002. Coup de foudre aussi pour les robes Engineered en toile brute qui allie féminité et allure rock'n'roll. Dans les boutiques Levi's partout au Canada.

FREELANCE

Vous aimez les pompes «différentes», les chaussures qui se distinguent? Vous connaissez alors déjà la marque française Freelance qui ose les bottillons de patchwork multicolore, les escarpins en cuir verni façon «banc banane» et les bottes à talons vertigineux d'allure Moulin Rouge. Que vous penchiez pour le style équestre ou le look ultra-sexy, Freelance propose des modèles que vous ne croirez pas à tous les coins de rue. À preuve cette haute botte de cuir imprimé (notre photo) avec une rose brodée sur la semelle, marque de commerce du fabricant. Avec plus de 30 boutiques en Europe, Freelance est un des leaders dans le domaine. Depuis six mois, une boutique Freelance a ouvert ses portes en cachette au 4102, rue Sainte-Catherine Ouest près de Greene. (514) 935-1588.



LE SUMMUM DU LUXE

Quelque peu délaissées depuis quelques années de vaches maigres, les collections de vêtements de croisière sont de nouveau au goût du jour. La plus exceptionnelle est sans aucun doute celle de Karl Lagerfeld pour Chanel. Présentés à la Ménagerie de verre à Paris en mai dernier, les modèles du talentueux créateur à l'éventail étaient inspirés du ballet classique et rendaient hommage à *La Sylphide*, ballerine mythique. D'une élégance sans précédent, les jupes de mousseline plissée, les robes à volants et les variations autour du tutu défilaient dans un décor qui évoquait l'arrière-scène d'une production de ballet. On a présenté ainsi 57 tenues qui mettent en évidence la finesse de la taille. Enrubannés telles des chaussons de danse, mais à talons hauts, les escarpins hallucinants de cette collection seront à coup sûr copiés par de grands fabricants. Nous pourrions donc nous rabattre sur les copies faute de pouvoir s'offrir les vrais. Une collection qui donne envie de prendre le large! Le tout sera offert à la boutique Chanel du 1300 rue Sherbrooke Ouest à partir du mois d'octobre. Mais en attendant ces tenues dont les prix se baladent entre les quatre et cinq chiffres, on peut se délecter, rêver, au www.chanel.com



Enfin ensemble!

DALI SANSCHAGRIN
collaboration spéciale

Entre Yso et Marisa Minicucci, en passant par Luc Laroche et compagnie, on a vu bien des choses intéressantes durant les quatre jours de défilés de la Semaine de mode de Montréal qui s'est déroulée la semaine dernière. Mais on n'a pas pu voir les collections des Marie Saint Pierre, Philippe Dubuc et autres Rudsak si bien que les journalistes et acheteurs du Canada et des États-Unis qui sont venus à Montréal la semaine dernière pour voir «notre» mode devront probablement revenir pour se faire une idée réelle du talent créatif d'ici.

«Bien des designers ne sont pas prêts en ce moment, explique Lynda Brault, coordonnatrice du projet de la Semaine de Mode Montréal et de Liaison Mode Montréal. Plusieurs travaillent très tard dans la saison et ne peuvent donc pas présenter leur collection à l'avance. Toutefois, je suis très contente du nombre et de la qualité des designers qui ont présenté leurs collections et ce n'est qu'un début. L'idée est d'amener les designers à avoir le réflexe de travailler plus à l'avance et aussi de leur retirer la peur qu'ils ont de d'avoire défilé ensemble.»

Contrairement à New York, Paris ou Milan, Montréal n'a pas de tradition côté défilés de mode. Il y a eu entre 1994 et 1998 les «Sessions Mode Montréal» mais celles-ci n'ont jamais réussi à emballer les créateurs. Les designers devaient défilé dans une seule et même salle. Le choix des mannequins, des coiffures et des maquillages devait, dans plusieurs cas, se faire en groupe. Comme les designers ont chacun leur style et désirent régler

générale rester très personnels, cela n'avait pas plu. «Pour moi, il est impératif que chaque designer fasse son propre show, dans l'esprit qu'il désire, dit M^{me} Brault. Mais nous leur avons demandé de se placer à l'intérieur de ces trois journées afin de pouvoir attirer plus d'acheteurs et de journalistes nationaux et internationaux.»

S'il veut avoir du succès à long terme, l'événement devra réussir à convaincre le public, les journalistes et les gens de l'industrie d'aller à des événements durant toute la journée (comme à Paris ou New York) pas juste le soir. Pour l'instant, seuls les défilés de soir semblent attirer les foules, pas ceux de jour. Le jeune designer pour hommes Renaud Bélanger peut vous en parler. Il a présenté sa collection à 15h mardi dernier devant une salle pratiquement vide. «Je ne ferai plus jamais de défilé le jour», lançait-t-il dans les coulisses, à la fin de l'événement.

«Il y a plusieurs petits points à régler mais je trouve que pour une première, les résultats sont excellents, dit M^{me} Brault. Nous avons mis sur pied un système de navette pour aller d'un défilé à l'autre et nous avions installé une salle de presse à l'entrée du club Aria, rue Saint-Denis, où se déroulaient plusieurs shows.»

La salle était effectivement parfaite, tant au niveau du look que de l'ambiance, tout comme les endroits choisis par quelques designers désireux de présenter leur collection dans leur propre univers. Ainsi, le show de Marisa Minicucci était à la hauteur de son magnifique atelier-boutique le MM Loft et le jeune créateur Yso Syphay Southidara qui a choisi pour décor le restaurant Souvenir d'Indochine de l'avenue du Mont-Royal, a offert à tous un moment sublime comme un rêve éveillé.

«J'ai eu de l'aide de toute l'industrie, l'ambiance était super, et je suis certaine que c'est le début d'une nouvelle destination mode obligatoire», conclut M^{me} Brault, confiante.



Le designer Mélissa Lacombe fait de derniers ajustements à une tenue de sa ligne Maïa présentée au défilé Designer Début, à la Semaine de mode de Montréal.

BEAUTÉ

DALI SANSCHAGRIN
collaboration spéciale

Le grand ménage de l'automne est terminé, voilà le temps parfait pour parfumer notre intérieur de fraîcheur! Comme on ne peut plus laisser le grand air entrer par la fenêtre, on se tourne vers les odeurs artificielles mais parfois encore plus exquises que les naturelles. Voici quelques nouveautés dans le domaine des parfums d'intérieur.



INSPIRATION MAROCAINE

Azzemour est le nom de la nouvelle fragrance de Crabtree et Evelyn. Une fragrance aux notes florales et épicées qui évoque les odeurs des souks marocains. La collection Azzemour comprend 17 produits dont plusieurs pour la maison (Bougies parfumées, Huile environnementale, Coffret cadeaux Senteurs pour la maison). Saluons surtout le grand retour des trucs de grand-mère, de ces petits «sent-bon» que l'on glisse dans les valises et les tiroirs. On retrouve aussi le parfum Azzemour dans des petits sachets de soie et dans une version de papier parfumé pour les tiroirs. À 100 % dans la tendance ethnique, ces feuilles sont décorées d'un motif de tissu marocain et embaument durant environ trois mois. Les petits sachets «Safran», «Figue» et «Cardamome» sont idéals pour parfumer les vêtements et les grands coffres de bois, mais ils sont si mignons qu'on aurait presque envie de les porter en sac du soir! Entre 7 \$ et 45 \$ dans toutes les boutiques Crabtree et Evelyn.



LE BOUQUET!

Beaux comme des vrais, les bouquets de fleurs de soie à parfumer de la gamme française Hervé Gambis proposent une belle façon d'embellir et d'embaumer nos salons et chambres à coucher. Il existe une quinzaine de modèles mais on peut aussi opter pour une création originale que l'on composera soi-même en choisissant chaque fleur comme chez le fleuriste. Arum, gerbera, orchidées, lotus et roses (notre photo). Ensuite, on choisira une odeur parmi les trois fragrances de Hervé Gambis: «Herbes coupées», «Fleurs d'oranger» ou «Vanille-Pamplemousse». À découvrir aussi dans la même collection: les «Bombes de Table». Qu'est-ce? Un feu d'artifice de pétales de rose de tissu. On allume la mèche et s'envolent des centaines de pétales de rose qui viendront se poser sur les épaules et les couverts de nos invités éblouis. Le tout coûte entre 35 \$ et 69 \$. Hervé Gambis, en exclusivité chez Ogilvy, 1307, rue Sainte-Catherine Ouest.



HUILE EUPHORIC

Si on parle de parfums d'intérieur, les huiles aromatiques de la marque américaine Aveda fondée en 1978, sont dures à battre. Naturels, à base d'huile essentielle, les cinq différents parfums sont tout simplement envoiés. Une simple goutte de l'huile Euphoric (mon odeur préférée!) déposée sur un de leurs diffuseurs de céramique et hop, voilà que le bonheur entre dans la pièce. Tout aussi séduisantes, les fragrances «Katmandou», «Madagascar», «Valencia» et «Rain Forest» sauront vous charmer. (huile 32 \$ et diffuseur 8 \$) Aveda, 880, rue Sainte-Catherine Ouest (514) 868-1414

BOUGIE ROYALE

Voilà le luxe total! La plus magistrale bougie parfumée qui soit! Avec un délicieux et subtil parfum d'authentique macération d'iris, cette bougie, entièrement confectionnée à la main, a été créée par les moines dominicains de Santa Maria Novella à Florence en l'honneur de Catherine de Médicis et de la famille royale française. Les moines avaient réalisé ce chef-d'oeuvre afin de souligner l'union entre Catherine et Henry II, c'est pourquoi on grave encore le lys de la royauté française sur les bougies. Pour 115\$ (ouille!) on peut brûler de plaisir des heures durant. En exclusivité au Canada à la boutique Sérénité, 2148, rue de la Montagne (514) 288-8457.



La cryptozoologie a perdu son père

Le zoologiste des bêtes ignorées, Bernard Heuvelmans, ami d'Hergé, est mort

PIERRE LAGRANGE
Le Figaro

LE MONSTRE du loch Ness et le yéti sont orphelins. Bernard Heuvelmans, l'inventeur de la cryptozoologie, la science des animaux cachés, est décédé le 24 août dernier à l'âge de 84 ans.

C'est avec la publication en 1955 d'un épais ouvrage en deux volumes intitulé *Sur la piste des bêtes ignorées* que Bernard Heuvelmans devient pour le public le plus célèbre chasseur de monstres, le Sherlock Holmes de la zoologie. L'ouvrage est un best-seller traduit dans de nombreux pays. Heuvelmans reçoit des courriers enthousiastes de savants renommés comme le biologiste Jean Rostand ou le philosophe des sciences Gaston Bachelard. À côté de vedettes comme l'abominable homme des neiges, dont Heuvelmans dit qu'il n'est ni abominable ni « des neiges », ou le serpent de mer, son livre passe en revue une faune qui s'étend du Nittaewo, un homme sauvage de Ceylan, au lémurien géant de Madagascar en passant par le paresseux géant de Patagonie.

L'intérêt de Bernard Heuvelmans pour les créatures énigmatiques remonte loin. Né le 10 octobre 1916, au Havre d'une mère hollandaise et d'un père belge, il se passionne dès son plus jeune âge pour les énigmes de la zoologie. Le tracé de sa carrière a emprunté souvent les chemins de la science buissonnière. La guerre vient d'éclater lorsque Heuvelmans achève sa thèse consacrée à la dentition de l'oryctérope, « cochon de terre » africain tellement étrange qu'on pourrait être tenté de refuser de croire à son existence.

Le zoologiste se fait journaliste. Esprit éclectique, il s'intéresse aussi bien au jazz qu'à la bande dessinée,



Bernard Heuvelmans se passionnait aussi bien pour les créatures fantastiques, comme le monstre du loch Ness, que la mystérieuse photo ci-haut, prise en 1934, a rendu célèbre, que pour les animaux réels mais étranges tel le calmar géant.



Photothèque La Presse ©

autant à la place de l'homme parmi les étoiles, pour reprendre le titre d'un de ses livres parus en 1944, qu'aux *Secrets des Parques*, titre d'un autre de ses ouvrages sur les mystères de la longévité humaine.

En 1948, la lecture d'un article du zoologiste américain, Ivan Sanderson paru dans le *Saturday Evening Post* à propos de dinosaures survivants en Afrique, le pousse à ressortir ses dossiers sur les énigmes de la zoologie. Ses portraits-robots du yéti inspireront son ami Hergé pour la créature de *Tintin au Tibet*. Quelques années plus tôt, Heuvelmans a collaboré à l'écriture de *On a marché sur la Lune*. Le chercheur américain Loren Coleman, dans un hommage diffusé sur Internet rappelle aussi que Heuvel-

mans se trouve à l'origine des grandes expéditions organisées dans les années 50 par le milliardaire américain Tom Slick pour chercher le yéti.

Après son best-seller de 1955, le zoologiste consacre en 1958 un deuxième livre au calmar géant et à la pieuvre géante à l'existence controversée. Puis en 1965, il publie un pavé sur le serpent de mer. Il recense méticuleusement les témoignages, procède à l'examen critique des indices, etc.

Mais ces dossiers ne sont rien ou presque à côté de l'histoire de « l'homme pongoïde », l'une des plus formidables controverses de l'histoire de la zoologie. En décembre 1968, Heuvelmans examine, en compagnie de son ami, le zoolo-

giste américain Ivan Sanderson, un être de 1,80 m, figé, inaccessible dans un énorme bloc de glace qui est trimballé et exhibé comme monstre de foire. Au départ très sceptiques, les deux zoologistes sont rapidement convaincus d'avoir affaire à un être humain véritable, et non pas à une maquette de cire ou de latex. De retour en France, Bernard Heuvelmans publie une note sur la découverte dans le *Bulletin de l'Institut royal des sciences naturelles de Belgique*. Il baptise l'être Homo Pongoïdes (homme à aspect de singe anthropoïde). Le scepticisme est quasi général. Dans un ouvrage publié en 1974, en collaboration de l'historien soviétique Boris Porchnev, il range la créature parmi les néandertaliens. Il pense

que l'être a été capturé au Vietnam, puis introduit clandestinement aux États-Unis dans un des cercueils servant à rapatrier les corps de militaires tués au combat. Cette sombre affaire reste non élucidée à ce jour.

La réussite de Bernard Heuvelmans est incontestable. Ses livres ont suscité de nombreuses vocations de zoologistes. En 1982, un réseau international de scientifiques réuni à Washington, pour fonder la Société internationale de cryptozoologie, a tout naturellement élu comme président. En octobre 1999, sentant ses forces décliner, il fait don de sa collection au Musée de zoologie de Lausanne qui inaugure alors un département de cryptozoologie à son nom.

SEARS*



ÉPARGNEZ À L'ACHAT DE 2!

Chemises habillées Monsieur by Givenchy

En polyester et coton. Rég. Sears 29,99 chac. 2 pour 45 \$
À fort pourcentage de coton et polyester. Rég. Sears 39,99 chac. 2 pour 60 \$
Dans la limite des stocks



Photo REUTERS

Le nom de Khufu n'avait jamais été découvert sur un site autre que celui de Gizeh, célèbre pour ses pyramides, avant samedi dernier.

Découverte du tombeau d'un pharaon égyptien

Associated Press

LE CAIRE — Des archéologues japonais ont découvert une tombe égyptienne vieille de plus de 2500 ans, qui révèle un pan jusqu'alors inconnu de la vie d'un ancien pharaon, a annoncé dimanche un archéologue.

Les experts estiment que cette tombe, découverte samedi à Saqqarah, au sud du Caire, appartient à la 26^e dynastie de l'Ancien empire égyptien (664-625 avant J.-C.).

« Cette découverte est d'autant plus importante que nous avons trouvé le nom de Khufu sur un cartouche. Son nom était précédé du titre de roi de la Haute et de la Basse Égypte », a expliqué Zahi Hawas, un éminent archéologue égyptien.

C'est la première fois que le nom de Khufu est découvert sur un site autre que Gizeh, le site des Pyramides et du Sphinx, prouvant ainsi que le pharaon était vénéré dans toute l'Égypte et durant une longue période, a ajouté l'archéologue.

Khufu a régné lors de la période de l'Ancien empire (2613-2181 avant J.-C.), plus de 1500 ans avant que la tombe de Saqqarah ne soit construite.

La sépulture est composée de trois chambres et contient plusieurs statues, dont une représentant Sekhmet, la déesse à tête de lionne qui personnifiait les « pouvoirs cruels » du soleil. La statue est en mauvais état mais sera restaurée.

Les archéologues japonais, qui poursuivent leurs fouilles dans la zone de Saqqarah, espèrent découvrir d'autres tombes datant de l'Ancien empire.

P.D.S.F. 24 000 \$*



Nouvelle Acura RSX 2002

Incluant : moteur 2,0 litres i-VTEC de 160 chevaux • freins à disque aux 4 roues • roues de 15 po • groupe électrique • climatiseur automatique • radio AM/FM avec lecteur CD • système d'entrée sans clé et tellement plus...

Contentez-vous.
Venez l'essayer.

ACURA vos concessionnaires fiables



*P.D.S.F. de 24 000 \$ pour l'Acura RSX (modèle DC5362PB) 2002 neuve. Transport et préparation (900 \$), taxes, immatriculation et assurance en sus. Le prix de vente des concessionnaires peut être inférieur. Garantie Acura limitée de 5 ans/100 000 km. Le modèle offert peut différer de la photographie. Voyez votre concessionnaire pour plus de détails. Les deux premiers services d'entretien sont compris. Assistance routière 24 heures Acura.

ACURA GABRIEL
4648, boul. Saint-Jean, Dollard-des-Ormeaux
(514) 696-7777

ACURA BROSSARD
9100, boul. Taschereau O., Brossard
(450) 659-1616

ACURA PLUS
255, boul. de la Seigneurie, Blainville
(450) 435-4455

LUCIANI ACURA
4040, rue Jean-Talon O., Montréal
(514) 340-1344

ACURA DE LAVAL
2500, boul. Chomedey, Laval
(450) 682-4050

GALERIES ACURA
7100, boul. Métropolitain E., Anjou
(514) 354-8811

OPPEN'S

Spécialiste de mode pour tailles fortes 14 à 24

L'automne est arrivé... Spéciaux en magasin

Studio J., Jones New York, Spanner, Conrad C Designers canadiens, etc.

4828, boul. St-Laurent (coin Villeneuve)
Montréal **844-9159**

mar. au ven. 10 h à 17 h
sam. 10 h à 16 h
Fermé les 18, 19 et 27 septembre

Samedi 15 septembre

Défilé de mode

Symphonie d'automne

12 h 30 et 14 h
à la Cour centrale

CENTRE
ROCKLAND

Plein de
BONNES IDÉES!

- Plus de 170 magasins et services, dont : la Baie, Holt Renfrew, Linen Chest et Chapters
- Stationnement intérieur gratuit. Angle l'Acadie et Métropolitain
- Station de métro Acadie, autobus n° 179
- Station de métro Crémazie, autobus n° 100 Ouest
- Service à la clientèle : (514) 342-2872

L'univers personnel de Catherine Deneuve

WWW SUR LE WEB AUJOURD'HUI

LES CINÉPHILES qui aiment le cinéma français et en particulier l'actrice française Catherine Deneuve ont un nouveau site Web à se mettre sous la dent. Il existait déjà quelques sites de fans par-ci par-là mais là, on nous présente un site Web (www.cdeneuve.com) que l'on présente comme le site officiel de cette belle de Chanel. Mais attention, ce site n'est pas complet, elle-même le mentionne dans un mot qui sert de page d'accueil. On y trouve quelques textes, quelques extraits d'entrevues, quelques photos de tournage pour illustrer certains films dont elle garde un excellent souvenir.

Le site ne s'arrête pas au cinéma, on propose des rencontres avec des personnalités que la dame aime, on y présente également des oeuvres d'artistes que la dame apprécie. Bref un site généreux, mais pas nécessairement facile à découvrir.

Ou comme me le décrivait quelqu'un hier matin : « Un voyage dans un univers très personnel, un voyage un peu exigeant mais qui comble ». Voilà qui résume très bien l'expérience, merci M^{me} Plourde.

AUTRE TRUC pas banal, mais cette fois en musique, avec le chanteur britannique Sting. Le site Sympatico diffuse sur le Web l'enregistrement du nouveau disque *On Such a Night* de Sting depuis la Toscane en Italie. À compter de 14h, on pourra suivre en direct l'enregistrement d'un prochain album qui doit sortir le 6 novembre. Pour l'occasion,

Sting a réuni 200 fans et amis. Entouré de son groupe habituel et de quelques musiciens invités, Sting revisitera des pièces extraites de son album *Brand New Day*, en plus évidemment de refaire quelques grands succès de sa carrière. Bon spectacle !

SI VOUS aimez les chats, je vous conseille d'ajouter à vos signets le site Félinomania (www.felinomania.com). Le nom du site décrit très bien ce qu'on y trouve, de tout pour tous ceux aiment les chats. Et lorsque je dis de tout, c'est vraiment de tout : du conseil en passant par des nouvelles du monde félin, sans oublier de la littérature à leur sujet. Si vous aimez les chats, vous devriez passer un moment agréable.

Bruno Guglielminetti
collaboration spéciale



Catherine Deneuve





2885527A

2885527

1

Michel Rivard reçoit **Daniel Boucher** ainsi que **Edgar Bori** et **Mara Tremblay**

Enregistrement devant public au **Spectrum** le **13 septembre** à 20h
Diffusion à TV5 le **27 octobre** à 20h30



2

Michel Rivard reçoit **Luce Dufault** ainsi que **Kate & Anna McGarrigle** et **Catherine Durand**

Enregistrement devant public au **Spectrum** le **14 septembre** à 20h
Diffusion à TV5 le **24 novembre** à 20h30



Pour obtenir une paire de billets, découpez cette annonce et présentez-vous les 6, 7, 10, 11 et 12 septembre inclusivement entre 9h et 17h à CITÉ Rock Détente, 1411 rue Peel, 6^e étage.

Premier arrivé, premier servi. Le détenteur du billet doit s'assurer d'être disponible le 13 septembre et/ou le 14 septembre à 20h pour assister au spectacle présenté au Spectrum et doit accepter de faire partie de la captation qui sera diffusée à TV5 le 27 octobre et le 24 novembre respectivement à 20h30.






Reportage publicitaire

Le condo-hôtel Le Saint-Sulpice : un placement sûr dans le quartier le plus effervescent de Montréal

Les marchés financiers hésitent, l'inflation aussi... Dans ce contexte, peut-on rêver meilleur placement que les bonnes vieilles valeurs traditionnelles, en l'occurrence l'achat d'un condo-hôtel signature dans l'un des quartiers les plus en vue de Montréal, le secteur historique du Vieux-Montréal?

Les Américains Ava et Neil J. Penkower l'ont compris. Littéralement tombés en amour avec le Québec, ils ont prévu s'installer pour leur retraite près du mont Tremblant certains mois de l'année et passer le reste du temps au centre-ville, dans l'appartement-terrasse qu'ils viennent d'acquérir au condo-hôtel Le Saint-Sulpice. " Nous partagerons notre temps entre la montagne et la ville ", dit Neil J. Penkower, conseiller financier principal d'une importante firme internationale de gestion de capitaux privés établie à New York. Son épouse enseigne dans

une école de Long Island.

" J'ai toujours aimé l'idée d'être associé à l'hôtellerie, poursuit M. Penkower. Dans ce contexte, le condo-hôtel Le Saint-Sulpice est l'occasion idéale, d'autant plus que le regain de construction, de restauration et de rénovation actuel dans le Vieux-Montréal me rappelle l'effervescence immobilière qui a revigoré le Lower Manhattan, à New York. Nous avons d'ailleurs été très impressionnés par le concept du Saint-Sulpice. Après vérification, nous avons donc acheté un grand appartement-terrasse. Deux chambres, deux salles de bain, un salon, une salle à manger et un foyer. C'est vraiment très bien."

Le Saint-Sulpice comprend 108 suites hôtelières, la majorité des lofts et une chambre, aménagés par un designer réputé, Camdi International. L'établissement offre le meilleur des deux mondes : la copropriété de luxe et l'hôtellerie de grande classe.

Le principe du condo-hôtel est relativement simple : avec une mise de fonds de 35 %, l'investisseur devient propriétaire d'une unité qu'il peut occuper jusqu'à concurrence de 67 jours par année. " Il ne s'agit pas de temps partagé, mais bien de pleine propriété, explique Hélène Béique, directrice des ventes de Resort One, l'entreprise affiliée avec le groupe des Hôtels Concorde, qui sera responsable de la gestion du Saint-Sulpice. Nous louons les unités inoccupées dans un environnement d'hôtel de luxe et nous partageons les revenus avec les propriétaires. " En effet, la moitié des recettes provenant de l'hôtel est redistribuée aux propriétaires au prorata de la superficie détenue. Ainsi, l'unité se paie d'elle-même en 10 à 12 ans.

Le Saint-Sulpice est actuellement en construction : il présente des façades de pierre, un intérieur luxueux et sophistiqué et une magnifique cour intérieure donnant sur les jardins des Sulpiciens. L'hôtel offre un service cinq étoiles, un spa, un restaurant et un centre d'affaires complet.

Monique Simard, une autre copropriétaire très au fait de

l'industrie du tourisme, croit elle aussi au potentiel du Vieux-Montréal. Elle y vit avec ses enfants depuis 1995 et y a ouvert récemment C'est *mirifique*, un commerce comprenant des salles de réception et une boutique de souvenirs et de cadeaux corporatifs.

" Je suis entrée visiter la salle de montre et j'ai acheté, dit-elle simplement. Il faut dire que je connaissais bien les promoteurs québécois et les autres réalisations du groupe Resort One. Quant au groupe européen Concorde Hôtels, il exploite plus de 70 établissements cinq étoiles, dont le de Crillon à Paris et le Martinez à Cannes et possède un excellent réseau de réservation. Je n'ai pas à me soucier de la gestion de mon unité."

Incorporée au Nevada, Resort One est dirigée par des actionnaires montréalais, dont André Verdier, fondateur des restaurants Pacini et Pierre Parent, fondateur de Promexpo. La Caisse de dépôt et placement est également partenaire du projet.

Le prospectus d'investissement prévoit un taux d'occupation moyen de 69 % dès la deuxième année. " Une projection que je trouve très raisonnable compte tenu du fait que Montréal est une destination touristique de plus en plus prisée depuis quelques années ", souligne Monique Simard. Elle note que les établissements cinq étoiles de Montréal affichaient l'année dernière un taux d'occupation de 75%.

Le Saint-Sulpice est situé entre le Vieux-Port et le Palais des Congrès, à quelques pas des principaux points d'intérêt de Montréal. L'ouverture est prévue pour janvier 2002. Près de 80% des unités sont déjà vendues. ■



FIGURES

Anatole le porc-épic et Gilles Clément le prince jardinier



Gilles Clément à Métis-sur-Mer

Photo SOPHIE GIRONNAY

Le paysagiste le plus aimé de France parcourt le jardin planétaire et jardine l'écosystème, depuis la Creuse jusqu'en Chine, en passant par Métis-sur-Mer. Notre Terre aurait-elle trouvé son Le Nôtre du XXI^e siècle?

SOPHIE GIRONNAY
collaboration spéciale

Ce qui préoccupait beaucoup Gilles Clément, pendant les deux jours de colloque *L'Usage du paysage* auquel il participait à Métis-sur-Mer, les 31 août et 1er septembre derniers, c'était le porc-épic qu'il avait croisé au sortir de la maison où il séjournait. Il l'avait appelé Anatole. Mais était-ce bien un porc-épic? «Il ressemblait à un glouton. Il était énorme.» Et voilà qu'en plein exposé, le paysagiste le plus célèbre de France (auteur du *Jardin en mouvement*, de l'exposition *Le Jardin planétaire* et du parc André Citroën) saisi par le doute et très intrigué par la grande nature «du Canada», interrompait le défilé de diapos qu'on montre toujours en ces occasions pour interroger l'assistance, de sa voix charmeuse genre Alain Souchon: «Est-ce que quelqu'un pourrait me dire s'il y a des gloutons, par ici?»

Comme dirait un autre «colloqueur», l'écrivain fameux Jean-Christophe Bailly, professeur à l'École de paysage de Blois, citant Héraclite de mémoire: «La nature aime à se cacher.» Anatole le porc-épic aussi.

Les mystères de la nature et la manière de les apprêter esthétiquement, mais sans les brusquer,

voilà ce qui compte pour Gilles Clément. Les créateurs contemporains se passent volontiers de «végétaux», comme ils disent, pour animer un parc de ville. Lui parle de «plantes» — avec quelle tendresse! — et n'envisage pas l'existence sans elles... ni sans les taupes, les pucerons, les ronces et ces herbes qu'on dit mauvaises. Fabuleux créateur au langage moderne mais fleuri, paysagiste consulté jusqu'en Chine, aménagiste d'immenses étendues, Gilles Clément fonde sa pratique (et son enseignement, puisqu'il est professeur à l'École de paysage de Versailles) sur la connaissance scientifique approfondie «des êtres vivants et de leurs relations». Lui jardine sur l'écosystème.

En 1977, il s'achetait un petit domaine de six hectares non loin du pays de son enfance, en Creuse. C'est là qu'il put mettre au point ce qu'il appelle «le jardin en mouvement», qui est une technique de jardinage en même temps qu'une philosophie. Cela consiste à laisser les plantes vagabondes surgir où elles veulent, à laisser faire, à «faire avec», à profiter des surprises, en évitant les pesticides et les machines. La taupe, par exemple, ennemie des gazons, est la bienvenue chez Clément parce qu'en remuant la terre, elle favorise l'éclosion des grandes molènes, des coquelicots... «Le jardin en mouvement, reconnaît-il dans un sourire, est un éloge de la paresse, c'est vrai. Mais cela suppose une grande maîtrise esthétique aussi.» *Le Jardin en mouvement*, publié en 1991, fut un succès immédiat. Ainsi vint, sur le tard, la célébrité à Gilles Clément, homme de goût raffiné dont la démarche est si authentique et les jardins si magnifiques, qu'il fait, autour de lui, l'unanimité.

Et ce n'est pas facile! Je l'ai constaté en suivant de près *L'Usage du paysage*, ce colloque voulu à la fois comme le volet scientifique du Festival de jardins contemporains de Métis et comme l'un des coups d'envoi de la Saison de la France au Québec. En compagnie de quelques Québécois, tout ce que compte la France d'intellectuels ayant peu ou prou publié, créé, discuté sur «le paysage» se trouvait là (citons Anne Cauquelin, Jean-Pierre Le Dantec,



Alain Roger). Vous vous dites: ouais, le paysage, les petites fleurs, les doux vallons, c'est mignon. Tu parles!

Croyez-le ou non, le paysage est le sujet de débats les plus sanglants de l'heure. Entre collègues praticiens ou directeurs d'école de paysage, tous les coups bas étaient permis: et que je te convoque les mânes de Cézanne. Et que je te jette une citation de Cicéron ou d'Augustin Berque (qui que soit le bonhomme) à la figure...

C'est que sous les belles théories se cachent les enjeux du pouvoir. Les paysagistes ne font pas que des jardins, ils aménagent les territoires. On ne rit plus! Au ministère du Territoire et de l'Environnement français, il existe une Direction de la nature et des paysages (dont le directeur, Jean-François Séguin, était invité à Métis). Nulle intervention à grande échelle, comme par exemple le tracé d'une route ou le dessin d'une ligne haute tension, ne peut se faire, dans l'Hexagone, sans le concours d'un paysagiste. Il y a des lois à cet effet. «Notre tâche est de faire advenir le pays idéal des habitants», clamait à Métis Isabelle Auricoste — Grand Prix du paysage 2000 pour l'ensemble de son oeuvre et restauratrice du jardin de George Sand à Nohant — élargissant, du même coup, la mission de sa profession à une dimension quasi messianique.

Au milieu de cette tourmente, Gilles Clément, d'un calme olympien dans ses tenues de baroudeur chic et jolis polars de plein air («Je suis très frileux») navigue comme le prince jardinier qu'il est. La politesse incarnée, gentil, inattaquable, aimé du public et respecté de tous. À vue de nez (et à vue de photos) on aurait envie de le considérer comme un Le Nôtre du troisième millénaire, un Le Nôtre non plus au service du roi, mais au service de l'écosystème, y incluant les êtres humains.

Depuis l'exposition de l'hiver 2000 par laquelle, au parc de la Villette, il initiait le grand public à ce qu'il appelle *le jardin planétaire*, Gilles Clément défend la thèse que la Terre est un seul et même grand jardin, et que chacun de nous est son jardinier. Air connu des écologistes. Que ce soit dans un pot ou sur toute la Terre, les principes d'aménagement devraient être les mêmes: faire avec et non pas contre. «Il y a une urgence pour sauver la vie», affirme-t-il. À ses yeux, un jardin pollueur est forcément laid, comme peut l'être, aussi, le plus beau des jardins, s'il est mal inscrit dans le tissu social: «À quoi sert de priver des résidents maghrébins du terrain où ils font leur méchoui pour le remplacer par un beau jardin, sans usage pour eux? On ferait mieux d'y planter une tente! Chaque fois qu'on me confie un site, moi ce qui m'intéresse, ce que je recherche, bien plus encore que la beauté, c'est la justesse.» Tous les Parisiens vous le diront: la justesse est belle au parc Citroën... tout comme au pays d'Anatole.



Le jardin personnel de Gilles Clément où il a expérimenté et mis au point sa technique du Jardin en mouvement: une souche retravaillée, des massifs surprises mis à profit. L'art consommé d'accommoder esthétiquement l'écosystème sans le brusquer.

Photo gracieuseté de GILLES CLÉMENT

À l'école d'Internet

LUDOVIC HIRTZMANN
collaboration spéciale

S'IL EST UN secteur dans lequel l'intérêt pour les nouvelles technologies est toujours grandissant, c'est bien l'éducation. Si l'on en croit une étude du cabinet américain Pew Internet parue le 3 septembre dernier, les adolescents américains utilisent Internet avant de se rendre à la bibliothèque de l'école lorsqu'ils travaillent sur un projet scolaire. Il faut dire que le réseau des réseaux a vraiment beaucoup à offrir aux élèves et aux professeurs.

Que vont devenir les bibliothèques dans les écoles? Leur avenir semble fortement compromis par Internet, à en croire une étude de Pew Internet. L'enquête, réalisée

auprès d'écoliers âgés de 12 à 15 ans, révèle que 71% d'entre eux utilisent le Web comme source première d'information pour leurs travaux. Les écoliers utilisent le courriel et le clavardage pour joindre les autres élèves et les professeurs, et un tiers d'entre eux téléchargent de l'aide pédagogique sur le réseau des réseaux. Partout dans le monde, les élèves dévorent la Toile. En Grande-Bretagne, seulement un pour cent d'entre eux ne se sont jamais servis du Net. En Chine, les autorités estiment que, d'ici 2005, plus de cinq millions d'élèves seront reliés à des services d'éducation en ligne.

Des ressources insoupçonnées

Les ressources actuelles sur le réseau sont souvent insoupçonnées. Parmi les toutes dernières : les portails [education.com](http://www.education.com) ou en-

core [arfe-cursus.com](http://www.arfe-cursus.com), qui commentent une vaste sélection de sites pédagogiques. Ah! Si Internet avait existé à votre époque, le baccalauréat et la maîtrise auraient été une simple formalité! Jugez par vous-même! Votre petit dernier ne trouve pas la solution à son équation. Vous savez que ce ne sont pas vos connaissances en mathématiques qui pourront l'aider. Envoyez l'adolescent sur le site d'Allô Prof. Un professeur l'aidera à résoudre son problème d'algèbre.

Attention, Allô Prof aide les élèves dans toutes les matières, mais ne leur fournit pas les réponses toutes faites. « Allô Prof permet à l'élève de rattraper les retards, d'obtenir plus d'explications sur les notions comprises, d'être plus autonome et organisé. » Cyberpapy (<http://www.cyberpapy.com>) est un forum de discussion où d'anciens profes-

seurs donnent un coup de main aux plus jeunes. Vous posez une question et vous obtenez généralement une réponse dans les heures qui suivent.

Deux autres sites peuvent aider les écoliers à devenir de futurs diplômés. Le site Prof en ligne propose de nombreux exercices. Zone éducation suggère des dictées en ligne pour les enfants du primaire ainsi que des ressources pédagogiques pour les élèves du secondaire et du collégial. Comme son nom l'indique, Lire et aimer lire « est consacré à la didactique de la lecture au cours des premières années de scolarisation, soit du préscolaire à la sixième année, ciblant plus spécifiquement les jeunes lecteurs de 5 à 12 ans » (<http://www.aimerlire.quebec.qc.ca/>).

Les profs aussi

Bien souvent, les sites mentionnés plus haut s'adressent aussi aux professeurs. C'est par exemple le cas pour le site Zone Éducation, dont la section « Contenu pédagogique en ligne » comporte de nombreux liens pour les enseignants. Les profs réfractaires ou dépassés par les NTIC iront pour leur part consulter Ntic.org (<http://www.ntic.org/>). Ils y trouveront des cours sur les nouvelles technologies destinés aux enseignants.

Si vous ne savez pas quelle formation choisir, allez sur School Finder (<http://www.schoolfinder.com>). Le site dénichera l'établissement et le programme qui vous conviendront le mieux. Le site est en anglais mais recense les formations en français au Québec. Mieux, le site de l'incontournable ministère de l'Éducation inventorie tous les établissements d'enseignement du Québec. La formation à distance devrait s'intensifier dans les années 2000. Le site de la Télé-Université (<http://www.teluq.quebec.ca>) propose ses programmes et ses cours, classés par secteurs d'activité. Enfin, si malgré tous ces bons conseils, vous trouvez toujours que votre enfant est brouillon, envoyez-le sur le site Cherchez pour trouver (<http://www.fas.umontreal.ca/ebsi/jetrouve/>) grâce auquel il devrait acquérir de la méthode.

Quelques sites pour mieux réussir l'école :

Le Ministère de l'Éducation :
<http://www.meq.gouv.qc.ca>

Prof en ligne :
www.cssh.qc.ca/coll/profenligne/

Prof-Net :
www.csiaval.qc.ca/prof-net/index.asp

Zone éducation :
www.zoneeducation.com/

Allô Prof :
www.parentsaujourd'hui.com/html/education/allo-prof/index.htm

L'Agence universitaire de la francophonie :
www.aupelf-uref.org/

Vente étoile

- ★ FINANCEMENT SUR PLACE
- ★ MODÈLES EN INVENTAIRE SEULEMENT
- ★ TOUS LES PRIX AFFICHÉS
- ★ POUR UN TEMPS LIMITÉ



L'atTraction intégrale^{MD}

www.subaru.ca

Subaru Auto Centre
Montréal
(514) 937-4235

Subaru de Laval
ADM Automobiles
(450) 668-6041

Subaru des Sources
Dollard des Ormeaux
(514) 683-3880

John Scotti Subaru
Saint-Léonard
(514) 725-6777

Subaru Rive-Sud
Greenfield Park
(450) 465-3200

Carrefour Subaru Auto
Sainte-Rose, Laval
(450) 625-1114

Subaru Repentigny
Repentigny
(450) 585-9950
(514) 891-9950

Caron Subaru
Valleyfield
(450) 371-8511

Concept Automobiles
Granby
(450) 372-2007

Subaru Ste-Agathe
Ste-Agathe-des-Monts
(819) 326-1600
1 800 463-1600

Lachute Subaru
Brownsburg
(450) 562-0262

Subaru St-Hyacinthe
Saint-Hyacinthe
(450) 773-5262
(514) 332-0062

Subaru St-Jérôme
Saint-Jérôme
(450) 476-6165

Joliette Subaru
Joliette
(450) 755-1055

ASSOCIATION NATIONALE DU CANCER DES OVAIRES

Vaincre le cancer des ovaires, c'est notre mission

Écouter les murmures...

Une soirée éducative sur le cancer des ovaires
Le panel sera composé de :
Dr Gérard Battist, Hôpital Général Juif
Dr Cleve Ziegler, Hôpital Général Juif
Dr Diane Provencher, Hôpital Notre-Dame
Dirigeante de la soirée : Gwen Vineberg
Organisatrices de l'événement :
Gloria Shapiro et ses amies

Le mardi 11 septembre 2001 de 19 h à 21 h 30

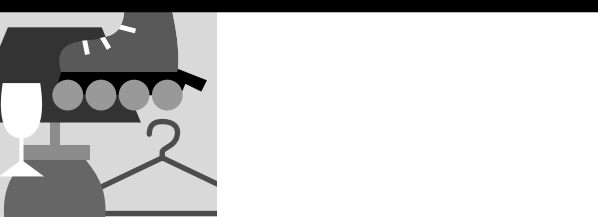
Centre de conférence Gelber
5151, chemin de la Côte-Sainte-Catherine
Montréal QC H3W 1M6
Entrée libre, ouvert au public
Conférence en anglais

1 877 413-7970
www.ovariancanada.org

commandité par :



2986630



MARCHÉ AUX PUCES

7 jours consécutifs

pour seulement
24,99 \$*
pour 3 lignes

1,19 \$* par ligne additionnelle par jour
*taxes en sus

LES PETITES ANNONCES



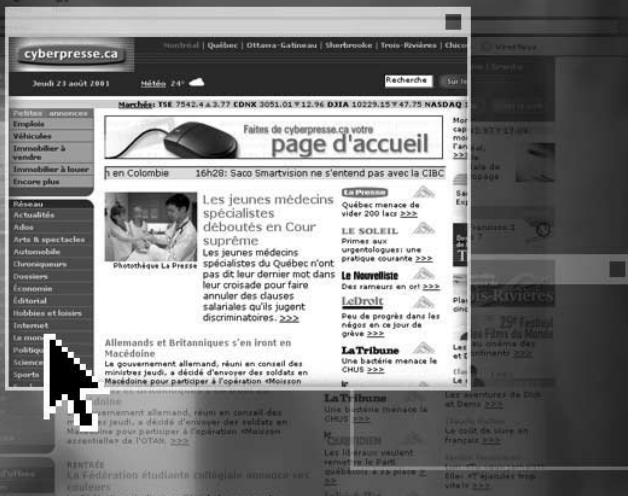
cyberpresse.ca

(514) 285-7111
sans frais 1 800 361-5013

Pour cette offre spéciale, aucun changement ne peut être apporté au texte original en cours de publication. On peut annuler après la première parution, cependant la facturation s'établira obligatoirement pour le nombre de jours de parution demandé lors de la réservation. Payables avant publication. Cette offre s'adresse uniquement aux particuliers.

OUVREZ UNE FENÊTRE SUR CYBERPRESSE

- NOUVELLES
- ANNONCES CLASSÉES
- CHATS ET FORUMS
- HOROSCOPE
- MÉTÉO
- MOTEURS DE RECHERCHE



cyberpresse.ca

CHAQUE MINUTE COMPTE

www.cyberpresse.ca