



LA SCIENCE AU SERVICE DES CONSOMMATEURS

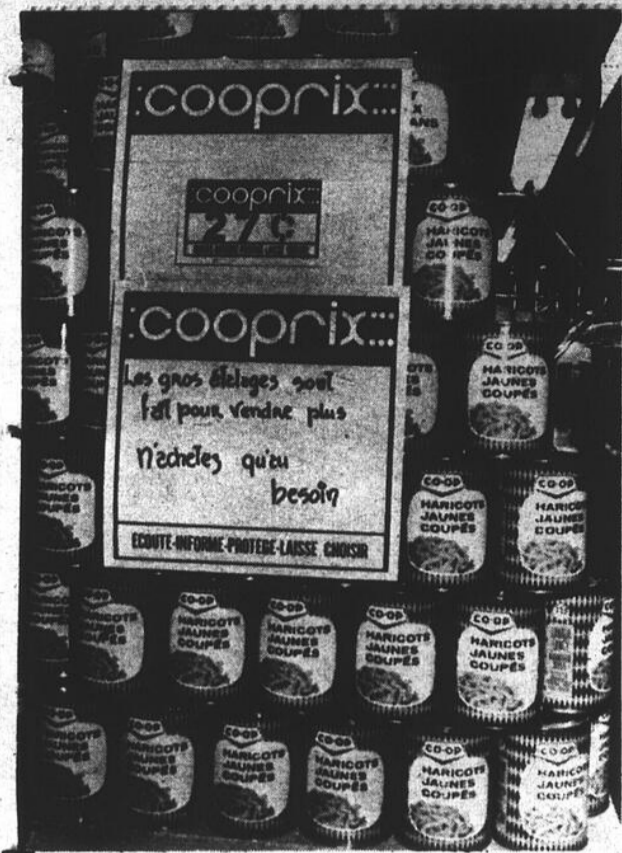
Ils ne représentent bien sûr qu'une pierre dans la marre de Steinberg's et de Dominion. Ils ne sont que trois dans la région métropolitaine alors qu'on trouve les autres à tous les centres commerciaux.

Les Epicerie Cooprix sont toutefois en excellente santé, viennent d'ouvrir un nouveau magasin à Ville Lasalle et mettent en pratique les principes les plus modernes de la commercialisation... pour aider les consommateurs à acheter le moins possible et à meilleur compte.

Dans le but de permettre aux

consommateurs de la banlieue sud-ouest de faire connaissance avec ce nouveau concept d'épicerie, des laissez-passer ont été distribués dans la région. On peut ainsi se présenter trois fois chez Cooprix pour faire ses emplettes avant de décider si la coopération en alimentation c'est pour soi ou pas.

Quelle est la réaction des consommateurs devant des affiches qui déconseillent l'achat de tel ou tel produit après s'être abreuvés si longtemps à la fontaine des grandes chaînes où l'on mousse systématiquement la vente de tous les produits, utiles ou pas.



Des affiches comme ça, on n'en trouve que chez Cooprix.

Textes Jean Racine
Photos Pierre La Salle

UN NOUVEAU COOPRIX

La commercialisation à contre-pied

La consommation est devenue une science que les commerçants étudient de façon à augmenter leur chiffre de vente et leurs profits. Si dans un étalage d'épicerie, les asperges se trouvent à côté des tomates et voisines des petits pois, n'en doutez plus, ce n'est pas par hasard, c'est que les tomates, produit d'usage courant, et les petits pois entraînent la vente des asperges. Le hasard dans la distribution des produits à l'intérieur d'un supermarché c'est un facteur qui n'existe plus. Rien n'est laissé à l'imagination de l'épicier, c'est une science qui règle maintenant dans ses moindres détails l'ordre dans lequel vous verrez apparaître chacun des produits.

On peut penser à première vue que le désordre le plus complet règne dans un super-marché. Pourquoi n'a-t-on pas regroupé les produits selon un ordre logique qui permettrait au consommateur de faire plus vite ses courses en évitant d'arpenter chacune des allées. Pourquoi les viandes sont-elles à une extrémité, les produits laitiers au centre et les légumes à l'autre bout? Parce que les comptoirs réfrigérants sont conçus ainsi? Oui, mais si les comptoirs sont conçus pour être de préférence installés le long d'un mur, c'est que les bonzes de la commercialisation ont décidé qu'il devait en être ainsi pour forcer les consommateurs à faire le tour du magasin.

Le consommateur moyen désire consacrer le moins de temps possible à faire ses achats: de 30 à 45 minutes par semaine pour choisir parmi quelques milliers de produits et de formats. Pour vendre plus, il faut ralentir la marche du consommateur dans les allées. Chaque arrêt c'est une vente.

La contre-commercialisation

Ces mêmes principes qui stimulent la vente, la Coopérative des consommateurs de Montréal les utilise pour faciliter les déplacements de sa clientèle à l'intérieur des magasins, les aider à acheter le moins possible et de préférence des produits utiles.

Ça peut sembler particulièrement futile, mais le simple fait que dans ces magasins les produits soient présentés de façon horizontale plutôt que verticale, les formats les plus économiques au début de la série et à hauteur des yeux, représente dans le domaine de l'épicerie une innovation considérable.

Le directeur de l'information de Cooprix, M. Jean-Charles Goude, nous explique une expérience qui s'est faite récemment au Cooprix du boulevard Saint-Joseph: en changeant la disposition des produits à l'intérieur de la section des biscuits, on a d'un jour à

l'autre chambardé complètement les habitudes de consommation des clients. Les gros vendeurs traditionnels qui étaient placés à la hauteur des yeux ont été relégués aux tablettes du bas et les biscuits des tablettes inférieures ont été promus de quelques pieds. Conséquence, les bons vendeurs sont passés inaperçus et les biscuits autrefois ignorés ont accédé au statut de célébrités. Pas étonnant que les manufacturiers de produits alimentaires consacrent des sommes considérables pour obtenir une bonne position dans un étalage.

Avec l'ouverture la semaine dernière d'un troisième magasin dans la région métropolitaine, situé boulevard Shevchenko à Ville-Lasalle, la Coopérative des consommateurs a eu l'occasion de mettre en pratique les principes de la commercialisation dans le but d'en renverser l'effet.

Ici, tout est mis en oeuvre pour permettre au consommateur de sortir le plus rapidement possible de magasin en ayant acheté tous les produits dont il avait besoin et en choisissant les formats et les marques les plus économiques. Comme s'il n'était pas suffisant de placer au début d'une séquence de produits le format le plus économique, on a pris la peine d'ajouter un point rouge à côté du prix de ces produits. Chez Cooprix, comme dans toutes les grandes chaînes alimentaires, on trouve des marques maison qui sont fréquemment les

moins chères. Lorsque ce n'est pas le cas, ces produits se retrouvent à la fin de la séquence, le point rouge à côté d'un produit concurrent.

Information et IPIC

De tout temps, les coopératives ont mis l'accent sur l'information des consommateurs. Parfois du bout des lèvres seulement, mais dans certains cas, comme Cooprix, d'une façon fort active.

À l'entrée du magasin, un comptoir d'information ou des membres militants de la Coopérative, des agents d'information et des hôtes d'accueil expliquent aux consommateurs les structures, le fonctionnement et les avantages d'une épicerie coopérative. Pourquoi tenter de convaincre des clients de l'utilité d'un magasin dans lequel ils viennent faire leurs achats? Parce qu'une coopérative ne sert en principe que ses membres. Dans un premier temps, la coopérative est ouverte à tous les consommateurs désireux de faire l'essai de cette nouvelle formule. C'est en quelque sorte le spécial d'ouverture de Cooprix, les autres spéciaux qui ne sont à un degré ou un autre que des attrape-nigauds étant systématiquement interdits dans ces épiceries coopératives. Au début de l'an prochain, le magasin fonctionnera de façon normale et il faudra être membre de la coopérative pour y avoir accès. La dépense n'est pas très grande pour acheter une part de Co-





En inventant des nouvelles coupes, les magasins Cooprix sont parvenus à vendre autant de devants que de derrières de boeuf. Conséquence: une baisse des prix de vente au détail de tous les morceaux de boeuf.

prix et est facilement effacée par les économies réalisées lors des emplettes.

Tout comme dans les autres magasins de la Coopérative des consommateurs de Montréal, l'Institut pour la promotion des intérêts des consommateurs joue un rôle important au niveau de l'information. Un peu partout à travers le magasin, des indications sur la valeur des produits sont affichées. Des chips profitent-ils d'un étalage spécial à l'extrémité d'une rangée, une affiche signée IPIC prévient les consommateurs qu'ils sont en vente au même prix qu'à l'habitude et que, de toute façon, "c'est cher la patate".

Le personnel d'une épicerie coopérative a des tâches qui débordent celles que leurs homologues assument normalement dans les établissements concurrents. Chaque gérant de département doit informer les consommateurs sur la structure et la fluctuation des prix, et la provenance des produits en vente dans son département. L'efficacité d'un employé de la Coopérative des consommateurs n'est pas seulement évaluée en fonction de la réalisation des objectifs économiques mais également sur les méthodes d'information et de protection qu'il développe pour aider les membres.

Une réaction favorable

Lors des deux premières journées d'ouverture du Cooprix de Ville Lasalle, les clients faisaient la queue à l'entrée dans le but d'obtenir un des 300 paniers à provision. Durant toute la période d'ouverture, il fallait attendre pour pouvoir à son tour parcourir les allées de ce super-marché

nouvelle manière. Succès de curiosité, peut-être, mais il s'est tout de même vendu une cinquantaine de cartes de membres la première journée sans qu'aucune pression ne soit mise sur les consommateurs. Bien au contraire, on distribue des laissez-passer bons pour trois visites à tout consommateur qui en fait la demande.

Pour le gérant Noël Beaulieu, c'est un succès inespéré. Le Cooprix de Ville Lasalle attire beaucoup plus de monde dans ses premières journées d'existence que le magasin du boulevard Saint-Joseph. Les gens attirés jusqu'à maintenant sont différents de la clientèle des deux autres épiceries, alors qu'ailleurs les membres sont presque exclusivement francophones, Ville Lasalle et la région environnante étant un milieu plus cosmopolite, un grand nombre d'anglophones et d'Italiens se familiarisent ces jours-ci avec la coopération dans l'alimentation. La signalisation exclusivement française utilisée dans le magasin ne semble pas les rebuter. Un bon point pour la loi 22...

Malgré tout, les principes mis en application dans le Cooprix sont parfois difficiles à digérer au premier coup. Deux dames à la sortie se consolidaient mutuellement en affirmant que "chez Steinberg, il y a beaucoup plus de choix" et que "Dominion nous fait bien mieux manger".

A l'intérieur, cependant, il y avait foule et chacun marquait consciencieusement les prix avec un crayon bleu sur les produits de son choix comme c'est la tradition maintenant dans les Cooprix.



Le panier à provision

Viande et substituts			
Rôti de palette	1 lb	\$0.87	4 lb \$3.48
Boeuf haché	1 lb	0.79	4 lb 3.16
Foie de boeuf	1 lb	0.99	4 lb 3.96
Jambon dans la fesse (avec l'os)	1 lb	1.29	11/4lb 1.61
Poulet	1 lb	0.93	5 lb 4.65
Dinde (congelée)	1 lb	0.99	31/2lb 2.97
Bâtonnets de goberge	2 lb	2.09	2 lb 2.09
Filets de sébaste	1 lb	0.74	1 lb 0.74
Fricadelle de poisson	12 oz		4 lb
Thon (en morceaux)	13 oz	1.10	21/2btes 2.75
Sardines	31/4 oz	0.20	4 btes 0.80
Saucisson de bologne	1 lb	0.72	1 lb 0.72
Saucisse fumée	1 lb	0.79	1 lb 0.79
Fèves au lard	28 oz	0.59	4 lb 1.28
Beurre d'arachides	3 lb	2.10	32 oz 1.47
Oeufs	1 dz	0.87	5 dz 4.35
Lait et produits laitiers			
Lait 2%	3 p.	1.41	36 p. 16.92
Lait écrémé en poudre	8 lb	5.00	1 lb 0.62
Fromage Cheddar	1 lb	1.59	1 lb 1.59
Fromage fondu	2 lb	2.42	1 lb 1.21
Crème glacée	1 gal	2.96	6 ch. 2.22
Fruits			
Oranges	1 dz	0.59	32 oz. 1.60
Pommes Cortland	1 lb	\$0.89	18 lb 16.02
Bananes	1 lb	0.20	12 lb 2.40
Jus d'orange congelé	61/4 oz	0.35	2 b. 0.70
Jus de pommes vitaminé	48 oz	0.54	21/2b. 1.35
Compote de pommes	19 oz	0.39	168 oz. 3.51
Pêches en conserve	28 oz	0.65	6 b. 3.90
Tomates en conserve	28 oz	0.58	4 b. 2.32
Pruneaux en conserve	27 oz.	0.75	40 oz. 1.12
Légumes			
Légumes de terre	10 lb	0.83	25 lb 2.07
Laitue	1 p.	0.47	4 p. 1.88
Carottes	5 lb	0.44	4 lb 0.35
Oignons	2 lb	0.36	3 lb 0.54
Chou	1 lb	0.10	8 lb. 0.80
Pois en conserve	19 oz	0.37	8 b. 2.96
Crème de maïs	19 oz	0.43	8 b. 3.44
Légumes mélangés congelés	11 oz	0.42	11 oz. 0.42
Pois congelés	32 oz	0.95	32 oz 0.95
Haricots verts congelés	32oz	0.94	41/2 lb 2.11
Soupe aux tomates	19 oz	0.35	1 b. 0.35
Pain et céréales			
Pain blanc enrichi	24 oz	0.39	20 p. 7.80
Avoine roulée	5 lb	1.40	8 oz 0.14
Céréale Corn Flake	24 oz	0.94	64 oz 2.56
Farine	20 lb	3.28	5 lb 0.82
Riz étuvé	2 lb	0.73	2 lb 0.73
Macaroni coupé	32 oz	0.70	40 oz 0.88
Biscuits à la farine d'avoine	24 oz	0.97	160 oz 6.30
Matières grasses et huiles			
Beurre	1 lb	1.07	6 lb 6.42
Shortening	5 lb	1.40	8 oz 0.14
Huile à salade	128 oz	4.27	32 oz 1.07
Vinaigre	80 oz	0.47	20 oz 0.12
Autres produits			
Sucre	10 lb	2.59	10 lb 2.59
Confiture de fraises	48 oz	1.98	48 oz 1.98
Café	1 lb	1.49	2 lb 2.98
Thé	120's	1.47	120 s. 1.47
Divers (épices, catsup, levure)			
Total pour 1 mois			\$146.17
pour 1 semaine			\$36.54

Le coût du panier à provision pour une famille de quatre personnes était à \$146.17 pour une période de quatre semaines. Le coût hebdomadaire s'élevait à \$36.54. Ces données ont été recueillies au Cooprix de Ville Lasalle, vendredi le 28 novembre.

Si l'on compare le montant obtenu cette semaine à notre relevé précédent effectué au début du mois de septembre, on obtient une hausse de \$1.11.

- Disperser pour rendre plus

Disperser pour vendre plus

De 23 à 28% du panier de provisions hebdomadaire est constitué par des produits d'usage et de nécessité courants dont l'achat est décidé avant même que le consommateur ne se présente à l'épicerie. Les marchands profitent de ce fait pour vendre plus: ces produits (pain, farine, sucre, etc.) sont répartis dans toutes les allées de manière à

obliger le consommateur à parcourir les moindre coins et recoins du magasin.

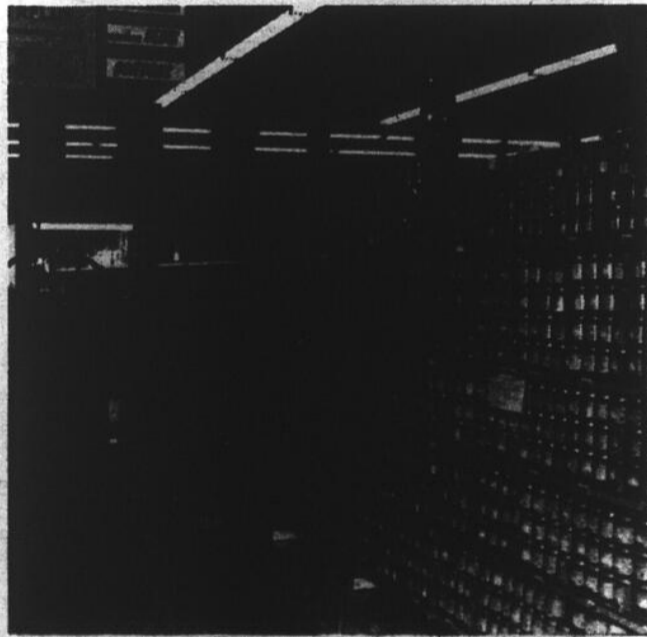
Chez Cooprix, les produits essentiels sont concentrés dans les premières allées du magasin de façon à aider le consommateur à trouver rapidement les produits dont il a besoin. Plus vite le magasinage se fait moins on achète des produits inutiles.

La verticale vend plus

Un consommateur ne consacre en moyenne que 30 à 45 minutes par semaine à son marché. Le marchand ne dispose donc en moyenne que de 5 à 8 secondes pour faire voir un produit. Pour parer à ce manque d'intérêt manifeste du consommateur, on a mis au point des techniques de ralentissement.

Le commerçant étale verticalement sa marchandise pour qu'elle se situe dans le champ de vision du consommateur, les petits formats sur les tablettes du haut (ce sont les plus payants), les gros formats sur les tablettes du bas (ce sont les plus économiques). De cette façon, la ménagère doit s'arrêter pour trouver le produit et le format qu'elle désire, elle trouverait trop rapidement si les produits étaient étalés horizontalement. De plus, elle passerait devant plusieurs produits sans les voir trop occupée qu'elle serait à chercher le produit qui l'intéresse. Cette méthode permet également au marchand de placer ses produits dans un espace aussi réduit que possible de façon à étaler à côté et de la même façon un autre produit.

Plus on s'arrête, plus on achète. C'est à se demander si les gens qui parcourent les allées des supermarchés à contre-sens ne sont pas payés par les épiciers pour se comporter ainsi...



Les achats impulsifs

Il y a des produits que les consommateurs considèrent comme étant essentiels. Leur achat est constant et se fait pratiquement à toutes les semaines.

Il y a aussi, et c'est même le cas le plus fréquent des produits à impulsion dont l'achat est décidé sans préméditation à l'intérieur du

magasin lorsque le consommateur voit le produit. Ce sont des produits alimentaires ou non-alimentaires qui servent principalement à maximiser les profits du commerçant.

Chez Cooprix, ces produits sont regroupés dans les dernières allées du magasin, une affiche les signale, conseillant aux membres de la coopérative de passer outre.

Alternance et opposition

Une bonne méthode pour obliger les consommateurs à s'arrêter devant les produits et donc à acheter plus consiste à placer face à face des produits à haut taux de roulement. Sur les tablettes de gauche, le pain, à droite, le lait, par exemple. De chaque côté des produits à haut roulement, étaler un produit à impulsion.

De cette façon, on force le consommateur à regarder des deux côtés de l'allée à la fois pour remplir sa commande et à stationner en face de produits à impulsion.

C'est une autre méthode que se refuse à employer la Coopérative des consommateurs de Montréal. Elle est une coopérative dont le but n'est pas de vendre plus, mais mieux et le moins possible.

FAUCHER a ses problèmes... mais il les règle!

Les détaillants qui agissent toujours comme intermédiaires entre les manufacturiers et la clientèle ne sont pas sans problème, loin de là. Ces dernières semaines, nous avons souligné quelques cas qui concernaient la maison Faucher.

Comme tous les autres détaillants, Faucher de Laval n'est pas exempt de ces petits problèmes. On peut même croire qu'il n'en a pas plus que les autres, mais qu'étant donné qu'il est un géant dans le secteur du meuble, il est clair qu'à première vue, il peut paraître avoir plus de cas difficiles. Ceci est cependant moins vrai lorsqu'on tient compte de la moyenne des cas difficiles, compte tenu de son volume d'affaires de près de vingt millions de dollars par année.

Il faut cependant dire à la décharge d'une majorité de détaillants, qu'ils font généralement leur possible pour donner satisfaction à la clientèle! Là-dessus Faucher fait le maximum possible. A ce chapitre, non seulement sa moyenne de résultat est-elle plus que satisfaisante, mais on y fait même quelquefois "l'impossible" comme dans le cas qui suit.

Faucher utilise son pouvoir d'achat pour satisfaire un client

Un lecteur, M. J.-F. P. de Laval-des-Rapides, nous a écrit au début d'octobre dernier dans l'espoir d'obtenir la réparation d'un ensemble de salon acheté au montant de \$600 en avril '74 au magasin Faucher de Laval. La cuvette de ces deux meubles, affirmait ce consommateur, n'avait pu résister à plus de quelques mois d'utilisation.

Après des démarches auprès d'un représentant de la maison Faucher, nous avons annoncé à M. P. que tel qu'il avait été entendu au moment de l'achat de ces meubles, le tissu de recouvrement n'était en aucune façon garanti par le vendeur ou par le manufacturier.

Nous écrivions alors que les consommateurs doivent s'informer de la garantie qui leur est offerte avant de faire un achat et que ce n'est pas un an plus tard qu'il faut tenter d'obtenir une telle protection.

La semaine dernière, cependant, la compagnie Faucher se servant du poids de son chiffre d'affaires annuel de \$20 millions a réussi à obtenir de la compagnie Sklar un crédit de \$600 au bénéfice de M. J.-F. P. Samedi dernier, ce consommateur a utilisé ce crédit pour se procurer un nouvel ensemble de salon de nouveau au magasin Faucher.

Ni Faucher, ni le manufacturier Sklar n'étaient tenus de poser ce geste étant donné que les meubles achetés par M. P. n'étaient couverts par aucune garantie.

Faucher acquitté aux petites créances

La semaine dernière, la compagnie Faucher de Laval a été acquittée en Cour des petites créances d'une accusation de ne pas avoir respecté un contrat de service intervenu lors de l'achat d'un réfrigérateur de marque Roy. Selon le jugement prononcé à cette occasion, le marchand de meubles n'est qu'un intermédiaire entre le consommateur et le manufacturier lors de la signature d'un tel contrat. Son rôle n'est que de transporter le contrat qui assure la réparation de l'appareil par le manufacturier lorsque survient un bris ou une panne.

Selon le juge de la Cour des petites créances, c'est le manufacturier qui est responsable de l'exécution du contrat de service. Dans ce cas précis, la compagnie Roy assume cette responsabilité. La cause contre le marchand, la maison Faucher, a donc été rejetée.

Tous les appareils électro-ménagers vendus par Faucher le sont avec un contrat de service dont l'exécution est assurée par le fabricant de ces appareils.

Faucher: le cas des meubles annulés

Mme R. L. de Terrebonne a tenté d'obtenir le remboursement d'un dépôt de \$50.00 pour des meubles commandés chez Faucher puis annulés à la fin du mois de juin. Bien que Mme L. ait pris soin de se faire accompagner d'un témoin au moment de l'annulation verbale de sa commande, aucune correspondance n'a été échangée à ce sujet. Les transactions ayant toutes été faites verbalement soit en personne, soit par téléphone, le magasin Faucher est toujours en possession des meubles commandés par Mme L., qui sont entreposés depuis le mois de juillet dernier à grand frais, et du dépôt de \$50.00 laissé en preuve de bonne foi au moment de l'achat.

Il semble s'avérer, dans ce cas, qu'il y a eu mésentente totale entre la consommatrice et les représentants de la compagnie Faucher et ce, dès qu'il fut question de annuler la commande. En fait, les versions qui nous sont fournies par les deux parties sont complètement contradictoires.

Dans le but de régler ce problème de façon définitive et à la satisfaction des deux parties, nous recommandons à Mme L. de communiquer directement avec le président de l'entreprise de Laval, M. Gilles Faucher.



BOURSES D'EXCELLENCE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR

POUR L'ANNÉE SCOLAIRE 1976/1977

- **Bourses de maîtrise:** 600 bourses de \$4 000 chacune; toutes disciplines y compris les sciences de l'administration.
- **Bourses de doctorat:** 500 bourses de \$4 500 ou \$5 000 chacune.
- **Bourses de recherches post-doctorales.** 20 bourses de \$8 600 chacune.
- **Bourses « Jeunes administrateurs »:** maîtrise en administration des affaires; 50 bourses de \$8 000 chacune.
- **Bourses d'échanges « Québec-Ontario »** pour études au niveau du doctorat ou recherches post-doctorales; 7 bourses de \$7 500 ou \$9 000 chacune.
- **Bourses d'études ou de perfectionnement en arts:** 30 bourses d'un montant maximum de \$4 000 chacune.

Ces bourses sont accordées par voie de concours aux seuls candidats recommandés par les jurys de sélection.

Date limite pour soumettre un dossier complet de candidature: 29 février 1976.

Annnonce des résultats des concours: **31 mai 1976.**

Les candidats éventuels peuvent obtenir la formule de demande de bourses en s'adressant à:

Secrétariat de la D.G.E.S.
Ministère de l'Éducation
1035 de Lachevrotière
Québec G1R 5A5

ou
Service aux étudiants des universités du Québec



**GOVERNEMENT DU QUÉBEC
MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION**

Direction générale de l'enseignement supérieur

**ENRICHISSEZ
VOTRE HÉRITAGE
QUÉBÉCOIS**

Avec un nécessaire
d'horloge grand-père
Colonial Times
précoupé




*Toutes les pièces sont entièrement précoupées, jointes à onglet, goujonnées et sablées.
*Noyer massif de 3/4" séché au four choisi avec soin - aucun fini plaqué.
*Mouvements et cadrans importés de la Forêt Noire - livrés entièrement assemblés.

ACHETEZ DIRECTEMENT - FAITES-LE VOUS-MÊME - ET ÉPARGNEZ!
Examinez toute notre gamme 1976 à

**COLONIAL TIMES
CLOCK COMPANY**
9422, chemin de la Côte de Liesse, Lachine, Québec (631-5516)

PIASTRO LISTE

VOICI LES NUMÉROS DES
PIASTRES GAGNANTES
CETTE SEMAINE

CE NUMÉRO VAUT \$100
2928898

CES NUMÉROS VALENT \$50

0688093 8822216

CES NUMÉROS VALENT \$25

**0241946 6058956
1077336 7248522
2985424 7791367
3228421 8730643
4970658 9451077
5371613 9556728**

CES NUMÉROS GAGNANTS
SONT ENCORE EN CIRCULATION

CES NUMÉROS VALENT \$100
**3635758 4543821
9215600**

CES NUMÉROS VALENT \$50

**1592045 5606624
3914738 7090638**

CES NUMÉROS VALENT \$25

**0062798 2908252 5626125
0874933 2974824 6800379
0922164 3127087 6932329
0936187 3148030 6990367
1044524 3308916 7081444
1137493 3938456 7142565
1139286 4190378 8625144
1405351 4526465 8927436
1826500 4579692 9545260
2017631 4827419 9751015
2674369 5015806
2705813 5182574**

LA SUPER «PIASTRE» DE LA SEMAINE

CE
NUMÉRO
9515906
VAUT

1000.00

Ce numéro est valable jusqu'à 5.00 P.M. vendredi prochain. Son détenteur doit communiquer au plus tôt par téléphone, à nos frais, avec Dimanche-Matin (514) 274-2501 et s'engage à accepter d'être photographié pour fins de publication.

PIASTRO MANNIE

EN PLUS CONTINUE SON GRAND JEU HEBDOMADAIRE DE \$500.00

UNE DES «PIASTRES» VAUT \$100.00. DEUX DES «PIASTRES» VALENT \$50.00. DOUZE DES «PIASTRES» VALENT \$25.00.

COMMENT JOUER

Vérifiez chaque «piastre» qui vous passe par les mains. Si le numéro de série de l'une d'elles correspond à l'un dont la liste est publiée chaque dimanche, votre fournisseur habituel, camelot ou dépositaire vous paiera dans la même semaine.

AUX GAGNANTS

Nous rachetons vos «piastres»... C'est très simple! Remettez votre piastre à n'importe quel dépositaire de Dimanche-Matin, kiosque marchand ou camelot, qui vous l'échange contre un reçu officiel.

LES PIASTRO-BONIS DE LA SEMAINE

SI VOUS AVEZ UNE «PIASTRE» DONT LE NUMÉRO DE
SERIE CORRESPOND A CELUI D'UN ITEM CI-JOINT
VOUS LE GAGNEZ

TOUT DÉTENTEUR D'UN BILLET DE \$1.00 PORTANT
UN DES NUMÉROS CI-CONTRE EST GAGNANT DE
L'ARTICLE CORRESPONDANT. IL DOIT COMMUNI-
QUER AVANT 5 H VENDREDI PAR TÉLÉPHONE
AVEC DIMANCHE-MATIN (514) 274-2501 EN AC-
CEPTANT D'ÊTRE PHOTOGRAPHIÉ POUR FIN DE
PUBLICATION.

LAVEUSE
MODÈLE BL-2686



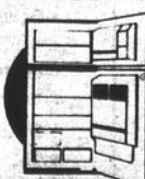
0794726

SÈCHEUSE
MODÈLE BS-2686



2014193

RÉFRIGÉRATEUR
MODÈLE BF-1687



3254895

CUISINIÈRE
MODÈLE 4888C



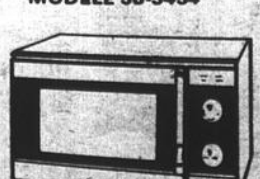
6897737

LAVE-VAISSELLE
MODÈLE 61-0174



8397669

FOUR MICRO-ONDES
MODÈLE 66-3454



9405539

CES APPAREILS PORTENT FIÈREMENT LA MARQUE BÉLANGER



médailles dijonnaise

12 oz de filet mignon (rouge)
2 c. soupe moutarde de Dijon
3 échalottes vertes

4 champignons
5-6 oz de sauce brune
1 1/2 oz de cognac

Trancher le filet en médaillons d'un demi-pouce. Mélanger la moutarde et une échalote hachée (le blanc et le vert) et en badigeonner la viande. Faire fondre du beurre dans une poêle à feu vif, saisir les filets des deux côtés, baisser le feu. Prendre les champignons hachés, l'autre échalote et les faire revenir dans la poêle et laisser cuire une minutte. Déglacer avec le cognac, laisser réduire un peu et rajouter la sauce brune. Servir avec haricots verts, carottes ou brocolis ou asperges.

Suggestion du chef: une bouteille de Châteauneuf-du-Pape Bichot ou un Beaujolais Pisse-Dru ou Brouilly.

Le chef Alex a également donné la recette des bananes flambées pour compléter le menu.

Eplucher et couper 3 bananes sur la longueur. Les faire dorer dans la poêle des deux côtés. Dans une autre poêle, pour la sauce, faire chauffer le sucre jusqu'à ce que doré, rajouter très prudemment (il arrive que ça saute et brûle) un jus de citron, un jus d'orange avec un peu de beurre. Laisser réduire, y déposer les bananes, faire bouillir et ajouter, au goût une once de Grand Marnier ou de Curaçao ou de cognac et flamber. On dépose les bananes dans les assiettes, on laisse bouillir la sauce une minute à feu vif et on en nappe les bananes.



Coût pour
deux
personnes \$6.50



**Le chef Alex
au restaurant
La Barrique
1345 est,
rue Fleury**

Le chef Alex Torianyk, Ukrainien d'origine, est au pays depuis 24 ans, c'est dire qu'il connaît bien les coutumes et les goûts du public québécois. Tout jeune, il quitte son pays, passd quelque temps en Allemagne avec sa famille puis 5 ans en France. En 1951, dit-il, c'était dur de trouver du travail et j'ai dû même accepter de laver la vaisselle dans un restaurant. C'est de là, sans poute, qu'il a appris à connaître et à aimer le métier. Il devient commis dans un restaurant qui n'existe plus, rue Peel, c'est son apprentissage. On y faisait de la cuisine française. Quatre ans après, il s'engage au Thorncliffe, à Rosemere, comme garde-manger, puis devient chef de nuit, il y reste 5 ans. Il désire ensuite apprendre l'anglais et s'exile une nouvelle fois, en Ontario, du côté d'Elliot Lake. Revenu à Montréal, il devient chef au Bocage, à Brossard, où on fait de la cuisine générale. Il fera encore 2 1/2 ans à Roxboro, comme chef exécutif, dans un steak House, revient au Thorncliffe, comme chef du jour avant de faire l'ouverture de La Barrique où il est depuis 1970. Parlant de cuisine slave, il dit ne pas la connaître beaucoup et n'y croit pas tellement. « Il faudrait, dit-il, avoir une clientèle vraiment spéciale et connaisseuse pour en faire une réussite, ça ne m'intéresse pas beaucoup, j'adore la cuisine française. Ici, ce qu'on demande c'est des fruits de mer à soixante pour cent et pour le reste, de la cuisine traditionnelle. »



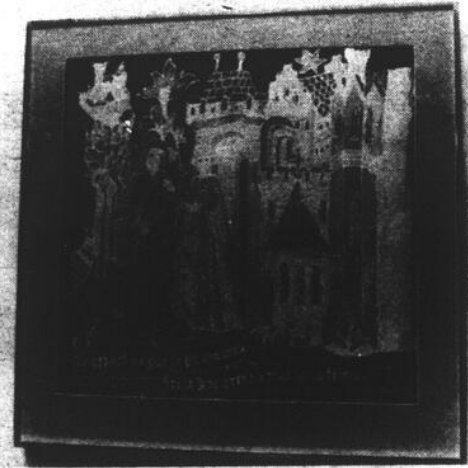
Paravent reproduisant les moissonneurs de Brueghel par Claire Sarrazin: mélange des techniques de batik et de peinture sur soie.

par
Josette
Bourbonnais

photos
André
Hébert



Claire Sarrazin et ses jupes peintes sur lainage.



Murale reproduisant une miniature moyennéageuse.

Au Salon des Métiers d'art

DES ARTISANS

QUI FONCENT...

C'est hier que le 8e Salon des Métiers d'art du Québec ouvrait ses portes pour deux semaines à la Place Bonaventure. Source inépuisable de cadeaux pour les indécis, bien sûr, mais aussi occasion de connaître davantage cette jeunesse artisanale valeureuse qui, non seulement, se préoccupe de ne pas laisser disparaître les traditions et le patrimoine mais sait aussi mettre à contribution la technique moderne et qui cherche, découvre et n'est pas avare de son temps ni de la richesse de ses expériences.

Une spécialiste en teinture et peinture sur tissus nous a vivement intéressés. Mlle Claire Sarrazin avec une amie, Lise Tremblay, ont exécuté, entre autres choses, de ravissants paravents faits de soie peinte à la main de reproductions de chefs-d'oeuvre (comme celui de Brueghel par Claire) ou de fleurs stylisées imaginées par Lise.

Claire Sarrazin se consacre entièrement à son art, soit la technique des teintures qu'elle fabrique toutes elle-même. Comment est venue cette idée. D'abord, Claire a appris la haute couture chez Cotnoir Caproni, excellente base, mais elle a aujourd'hui délaissé la couture, du moins cela lui a fait connaître et aimer les textiles. Son père est peintre, professeur de dessin, les deux tendances cohabitent en elle. Elle voyage en Europe, fait divers stages chez des couturiers (Dior à Londres), chez Estérel, à Paris, puis suit aussi un cours de décoration intérieure, aux Arts appliqués.

Mais c'est à François Baribeau, décorateur-costumier au Théâtre du Rideau Vert, qu'elle doit son initiation à la couleur et à la teinture sur tissus. Elle explique: "Le décorateur en théâtre doit tout imaginer et réaliser lui-même car il est impossible de

trouver les tissus, les collants, les diverses étoffes harmonisées avec l'ensemble, alors, il doit se lancer dans la teinture. Elle a ainsi collaboré à des réalisations comme l'Opéra Carmen (costumes), puis à Kamouraska (encore pour les costumes) et aussi à quelque réalisations des Grands Ballets canadiens.

Claire prend son métier à cœur et on la retrouve trois fois par semaine dans l'autobus Montréal-St-Hyacinthe où elle se rend suivre des cours de chimie-teinture à l'Institut des textiles pour s'y familiariser avec la teinture des textiles modernes: nylons, orlons, polyesters.

Claire Sarrazin se compte chanceuse ayant reçu deux bourses du Conseil des arts et une du gouvernement provincial pour aller faire des recherches en Europe, voir ce qui se fait dans les divers ateliers de théâtre, Comédie-Française, etc. Finalement, c'est elle qui donne des cours de teinture à Paris! Elle con-

tinue d'en faire profiter les jeunes (cours d'une semaine) de l'École nationale de théâtre, des cégeps Vieux Montréal et Sainte-Thérèse. Elle leur communique un résumé des possibilités de teinture, elle les fait travailler avec des teintures professionnelles.

Ce qu'elle expose au Salon avec Lise Tremblay? Des murales (qui vont de \$75 à \$200), reproductions de miniatures moyennéageuses, compositions, des foulards de soie (de \$20), des jupes peintes à \$45 et des paravents, mélange des techniques du batik et de la peinture sur soie.

Projets?

Mais le dada de Claire, c'est la recherche en teinture et spécialement ces méthodes de nos ancêtres qu'elle veut retrouver et perpétuer. Elle veut parler de teintures végétales comme on utilisait même les artisans des Gobelins et que de vieilles femmes connaissent encore ici, au Québec. Elle a aussi entendu parler de centres d'artisanat en Colombie britannique, elle a fait des stages en Suisse et désire, dès janvier, s'y consacrer. Ramasser le plus de documentation possible, contacter le plus de gens intéressés comme elle à ces techniques, centraliser et divulguer, avec l'aide des services du ministère des Affaires culturelles le fruit de ses recherches.



Paravents de Lise Tremblay à fleurs stylisées d'influence asiatique, peinture sur soie.



Deux manteaux de chat sauvage, à droite, modèle teint Pékan, peaux descendues, à gauche, chat sauvage naturel, collection Labelle fourrures, chapeau également de chat sauvage.



Lynx d'Alaska, col tailleur, ceinturé, ne grossit pas comme le lynx canadien, Labelle Fourrures. Loup canadien travaillé peaux descendues avec chapeau assorti.

ILLE
 PLUS
 BIEN
 DIE
 TRIDUS ILIES
 CAIDIEAUX...



Martre de roches, col tailleur, coupe ample, classique avec chapeau cosaque assorti. Labelle fourrures.



Pour les grands soirs, les fourrures Labelle ont créé cette cape majestueuse de vison Dark Ranch, Canada majestic, avec col châle de zibeline de Russie, et ce manteau de loutre à col de zibeline également.



Cette merveille de renard blanc naturel (non-teint) est travaillée avec peaux descendues.

Par
 Josette
 Bourbonnais

Photos
 André
 Hébert

Depuis que l'hiver s'est réinstallé chez nous, il nous apparaît de plus en plus évident que la fourrure est une nécessité et non seulement un luxe, quoique ces deux éléments puissent très bien coexister...

Qui dit nécessité pour un manteau de fourrure dit aussi durabilité, confort. L'embarras est grand quand il s'agit de choisir ce qui conviendra à la fois à notre budget et aussi à l'usage qu'on veut en faire. S'il s'agit d'un premier manteau (dans sa garde-robe) pour tous usages ce n'est pas la même chose que si l'on désire un manteau ou une cape du soir. Nous avons rencontré une spécialiste en fourrure qui, malgré son jeune âge, possède une vaste expérience et le bénéfice de celle de ses parents et grands-parents, Caroline Labelle, des Fourrures Labelle.

Caroline insiste sur l'importance d'acheter sa fourrure chez un marchand respectable même s'il faut payer un peu plus cher, mais qui offre une garantie d'un an et assure un service après-vente, les réparations et l'entreposage, en un mot qui fait tout pour garder sa clientèle longtemps.

Elle explique la différence entre la clientèle européenne qui recherche surtout les fourrures du soir ou de sport alors que la femme canadienne a besoin d'un manteau très chaud, de tout aller, résistant et "passe-partout". Aussi, dit-elle, faut-il choisir un modèle très simple en même temps qu'élégant, sans gadget, l'excentrique n'étant plus de mise et même considéré comme vulgaire, et coupé dans de belles et bonnes peaux. Chez un marchand sélect, les peaux sont choisies, solides, les plus faibles étant rejetées, et, de plus, elles portent l'inscription de la licence fédérale du magasin, lisible aux rayons ultra-violet par la police en cas de perte...

Quoi choisir?

D'après sa silhouette, son type, son âge, son genre d'activités, le vendeur-conseiller peut suggérer certaines fourrures en tenant compte aussi des prix.

La femme qui travaille, emprunte les transports en commun, l'étudiante, peuvent choisir un poil court, et peu dispendieux, un rat musqué, un raton laveur, en long ou en veste à porter sur un pantalon, avec les jupes rallongées ou encore en opossum, un vison chinois, plus fragile, une chèvre des montagnes, du renard des prairies.

Un bon vendeur, remis à la mode depuis quelques années, est le chat sauvage qui va de \$900 à \$1,400. Il convient à la silhouette élancée mais n'avantage pas les petites femmes potelées. Un autre revenant, à peu près dans les mêmes prix, le loup, taillé dans des formes fluides, droites, sans recherche, ceinturé ou non.

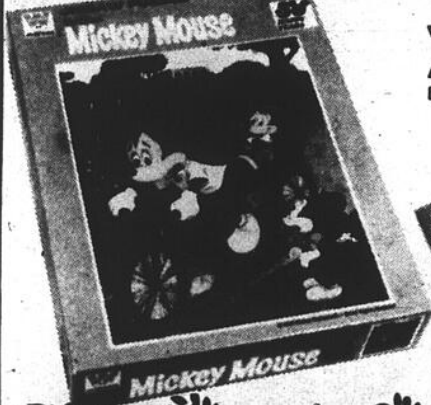
Le castor, si doux, rasé, a baissé depuis quelques années et se retrouve dans la catégorie de \$1,000 à \$1,600, comme la loutre, cette dernière plus fine, plus fragile mais souple et qui se prête admirablement bien à la haute couture, tel le manteau de la photo, à la jupe à godets nombreux.

Il faut être grande et mince pour arborer avec classe un renard, surtout comme le blanc de notre photo qui est un pur rêve, il va généralement, dans des coupes simples de \$1,000 à \$1,500.

On a toujours trouvé que le lynx grossissait mais nous avons fait connaissance chez les fourrures Labelle avec le lynx d'Alaska, beaucoup plus amincissant (de \$2,100 à \$2,500) et c'était une merveille de souplesse. Les visons restent toujours un cadeau des dieux surtout quand il s'agit du premier vison de sa vie! Selon les couleurs, le travail, les catégories, ils vont chercher entre \$1,000 et \$3,000.

Nous avons beaucoup appris dans le livre de Caroline Labelle "la Fourrure", Editions de l'Homme (\$4.00) qui est promu au rang de manuel scolaire à la Commission des Ecoles Catholiques de Montréal et au Protestant School Board, c'est peut-être le premier pas vers l'achat d'un bon manteau, en toutes connaissances de cause.

SUGGESTIONS "ÉCLAIR" DE CADEAUX DE "DERNIÈRE MINUTE"



"CASSE-TÊTE"

Avec personnages préférés des enfants: Patof, Mickey Mouse, Pluto, Donald Duck, etc.

de 79¢ à \$7.25



LIVRES À COLORIER

Très instructifs pour les enfants. Personnages connus; Robino, Astérix, etc.

de 19¢ à 99¢



AUTO MINIATURES

A MONTER ET COLLER — VOS MODÈLES PRÉFÉRÉS

de \$2.89 à \$18.98



CRAYONS À COLORIER

de 19¢ à \$1.79



4 DISQUES POUR ENFANTS

Reliés en "chapelet" — Contes préférés: Le Chat Botté, Blanche-Neige, Cendrillon, Pinocchio, etc.

\$1.99

SPECIAL



JEUX

Grand choix: dames, échecs, parchesi, bingo, etc.

de \$2.19 à \$4.69



POUPÉES

Pour s'amuser à les découper et les habiller.

Spécial 98¢



ALBUMS

DE BANDES DESSINÉES

Collections les plus populaires: Dargaud-Rossel-Héritage-Pif Gadget-etc.

\$3.95

EN VENTE DANS TOUS
LES KIOSQUES A JOURNAUX

Cadeaux à déguster...

Dans le livre Le cidre, à boire et à manger, nous relevons cette recette de bonbons-cachettes, facile à réaliser et qui, dans

une jolie boîte, constituera le plus joli des petits cadeaux.
1 1/2 tasse de dattes hachées

2/3 de tasse de noix de coco

2 tasses de cidre doux

1/4 c. à thé de zeste d'orange

1 c. à table de farine

2 douz. de noix de pacanes

2 douz. de cerises au marasquin

Mélanger les dattes, la noix de coco, le zeste d'orange et une tasse de cidre et laisser macérer pendant 12 heures. Saupoudrer la préparation de farine et ajouter 1/2 tasse de cidre. Cuire à feu vif pendant 10 à 12 minutes en brassant continuellement pour obtenir une pâte épaisse. Laisser refroidir. Réfrigérer pendant une nuit.

Faire macérer les cerises pendant une nuit dans 1/2 tasse de cidre. Façonner de petites boulettes avec la préparation et y cacher au centre soit une noix, soit une cerise. Enrober les boulettes de chapelure de maïs (corn flakes émiettés). On peut également en faire des carrés aux dattes.



Il l'aime autant qu'elle

L'Eau de Floride de Murray & Lanman conquiert tout le monde par son odeur fraîche qui marie le piquant du citron à la séduction des épices. L'Eau de Floride est pour lui une lotion tonifiante après rasage, ainsi qu'une eau de toilette dont il aime s'asperger. Pour elle, c'est la friction vivifiante qui suit le bain, l'eau de cologne qui rafraîchit et détend.

Utilisez l'Eau de Floride... sa fraîcheur et son prix vous conviendront.

AUTRES SUGGESTIONS ÉCLAIR

POUR TOUS...



LONG-JEUX ET CASSETTES

POUR ÉGAYER VOS RÉCEPTIONS

SOIRÉE QUÉBÉCOISE
DU TEMPS DES FÊTES
LE FAN CLUB DE MOZART

LONG-JEUX

\$6.99

CASSETTES

\$7.99



"DOODLE DARTS"

UN JEU
DE DARTS
SÉCURITAIRE
POUR TOUS

\$3.99



SUPER 45-TOURS

LES MEILLEURS
SUCCES
POPULAIRES
ET WESTERN

4 CHANSONS

\$1.49



PEINTURES À L'HUILE

POUR PEINDRE VOS PAYSAGES
ET IMAGES PRÉFÉRÉS

DE 99¢ À \$15.98

EN VENTE DANS TOUS LES KIOSQUES A JOURNAUX

Recevez au cidre!

De plus en plus de gens reçoivent au cidre tant le prix des vins a monté certaines maîtresses de maison font des petits chefs-d'oeuvre en cuisine en substituant au vin blanc dans les recettes. Il faut, par contre, bien le choisir, le plus souvent un cidre sec ou demi-sec, non pétillant. Ce qui est nouveau chez-nous relève de traditions centenaires en Normandie surtout où l'on trinque plus souvent avec un bon petit cidre bouché de derrière les fagots qu'avec le vin blanc mais où les ménagères ont appris depuis belle lurette à en voler quelques verres à leur mari pour les verser dans la cocotte... Les Anglaises, soucieuses de bonne cuisine, ont aussi recours au cidre qui est différent du nôtre tout comme celui des Normands.

La variété étant très bonne maintenant, il convient de faire sa propre sélection soi-même et, comme pour le vin, de servir le même cidre à table que celui qui est entré dans la cuisson. Les volailles, le gibier, le lapin, le rôti de porc et surtout le jambon, le veau s'accommodent très bien d'un cidre sec (St-Antoine-Abbé, Pomoselle, Rapide-Blanc) et en comptant 1/2 bouteille par convive, on est sûr de ne pas se ruiner. Vous recevez beaucoup de personnes entre Noël et le Jour de l'An, des collègues de travail et vous êtes un peu fatiguée? Pourquoi ne pas organiser un "cidre et fromages"? Cinq ou six sortes de bons fromages, en évitant peut-être les pâtes fortes qui appellent un vin de Bourgogne (comme les pâtes persillées, les bleus, Roquefort, les Oka, etc...) et deux ou trois genres de cidre parmi les neuf catégories.

Voici une recette de **fraises en coupe, fraises en coupe**, préparée par la spécialiste culinaire Suzanne Leclerc, du ministère de l'agriculture. Couper les fraises en deux, saupoudrer de sucre, parfumer de cognac, déposer dans une coupe à champagne et remplir de cidre mousseux.

Et le **cocktail doré**? Placer un cube de sucre dans une coupe, imbiber avec une cuillerée à table de Grand Marnier. Remplir de cidre mousseux froid et garnir d'un zeste d'orange.

Et voici un **cocktail 3 parties**: 1/3 de Pineau des Charentes, 1/3 de cidre pétillant sec, 1/3 de Martin rouge, frapper et servir avec une cerise.

Pour d'autres recettes: LE CIDRE, à boire et à manger, d'Angèle Landry-Day, Editions du Pélican, fait le tour de toutes les possibilités de cette boisson.

Les cadeaux de couture Singer... une tradition de Noël



Quand on pense offrir des cadeaux-couture à Noël, on pense à Singer évidemment! Quel que soit votre budget, Singer peut vous aider à trouver le cadeau utile qui saura plaire...

1. LA ZIGZAG FASHION MATE* conviendra à la maman qui coud pour toute sa petite famille. La Fashion Mate* possède la fameuse canette à l'avant Singer, les points droit, zigzag et invisible à-même et le règle-point.

\$139

(mallette ou meuble en sus)

2. OFFREZ LA "JUNIOR MISS" à la jeune demoiselle qui aimerait tant apprendre à coudre! Conçue pour la couture simple et sûre, elle possède le pied presseur et un vrai cadran de tension. Elle effectue le point noué courant. Offerte avec un couvercle. Elle fonctionne à manivelle, à piles sèches ou à l'électricité.

\$29⁹⁵

(piles sèches et adaptateur AC en sus)

3. LA REMARQUABLE "FLIP & SEW" conviendra aux besoins de la couturière émérite. Elle appréciera la surface de travail normale qui se transforme instantanément en bras libre permettant ainsi de coudre les pièces tubulaires. La "Flip & Sew" à point extensible lui servira beaucoup et longtemps.

\$374

(mallette ou meuble en sus)

4. SOYEZ SON BON GÉNIE! Offrez-lui la très jolie machine à coudre portable Génie*. La mallette se glissant sur la machine, la fameuse canette à l'avant Singer et un grand choix de points à-même permettant de coudre dans tous les tissus d'aujourd'hui, en font une machine très pratique. La Génie* fera de ce Noël, un Noël inoubliable!

\$229

SINGER

Centres de couture et concessionnaires autorisés participants

MENUS ARTICLES DE COUTURE
Remplissez les bas de Noël avec ces petits cadeaux si pratiques.

5. PANIERS DE COUTURE: Peu importe votre budget, Singer a le panier qu'il faut! En bois, en plastique, en osier ou en paille, en toutes tailles, formes et teintes. Remplissez-les de menus articles de couture!

de **\$7⁹⁸ à \$29⁹⁸**

6. ASSORTIMENTS DE CISEAUX: En plus de notre gamme complète de ciseaux, nous vous proposons 3 assortiments de ciseaux, un cadeau pratique qui saura plaire.

Assortiment no 15—2 ciseaux **\$11⁵⁰**
dans une boîte-cadeau
Assortiment no 18—3 ciseaux **\$19⁰⁰**
dans un étui en cuir (tel que montré)
Assortiment no 19—4 ciseaux **\$30⁰⁰**
dans un étui en cuir

Pour Noël, Singer vous offre l'emballage-cadeau, la livraison à domicile et les instructions de couture **SANS FRAIS SUPPLEMENTAIRES.**

Facilités de paiement.

*Marque de commerce de La Compagnie Singer du Canada Ltée.

Pour connaître l'adresse du centre **SINGER** le plus près de chez vous, consultez les pages jaunes à la rubrique: **MACHINE À COUDRE.**

Centre-ville 878-9351
*Ogilvy's 288-8481
Plaza Alexis-Nihon 935-9492
*Plaza Côte-des-Neiges 731-9429
*Les Galeries d'Anjou 353-6010
*Centre d'achat Fairview 697-3380

*1. Place Longueuil 679-4870
Verdun 769-4541
Centre Laval 681-6442
Le Carrefour Laval 681-9185
Place Vertu 336-2881
*St-Jean, Québec 1-348-4305

Centre d'achat Boulevard 729-1809
Sherbrooke ouest 488-0887
Rue St-Hubert 270-1196
Centre d'achat St-Martin 681-6475
Montréal-Nord 322-3705
Lachine 637-3765

Plaza Ontario 526-1694
Centre commercial Domaine 253-0426
Centre de couture Champlain 672-1434

*Tissus disponibles à ses magasins.

UN ESPOIR POUR
TOUTES LES FEMMES
CAUSES / TRAITEMENTS

LA CELLULITE

Dr GERARD J. LEONARD



La cellulite et l'obésité un seul traitement

corriger l'alimentation

Par la force des choses et par raisonnement sans doute, les médecins en reviennent au seul traitement réellement efficace et absolument indolore et inoffensif pour traiter l'obésité et cellulite: régenter son alimentation!

Un médecin, le Dr Gérard J. Léonard, dans son volume "LA CELLULITE" aux Editions de l'Homme (\$4.00) fait nettement la différence entre ces deux affections. La cellulite est une affection localisée, du tissu conjonctif aux causes nombreuses et souvent locales: mauvaise alimentation ou mauvaises habitudes alimentaires, compressions circulatoires (vêtements, gaines), qui engendrent un dérèglement dans le débit sanguin, affections gynécologiques, constipation et autres lésions (cellulites traumatiques). Il fait une différence aussi entre les cellulites dures et fermes et les cellulites flasques et molles.

Le Dr Gérard J. Léonard se déclare carrément contre la culture physique en traitement de cellulite.

Il vante les bienfaits d'une alimentation rationnelle: restriction du sel, consommation d'eau, de la nécessité des protéines et des vitamines et sels minéraux. Deux autres médecins québécois, les Drs Pagé et Marineau, publient cette semaine, un mini-poche éclair (\$0.75): Manger pour maigrir: On sait qu'ils traitent depuis quelques années l'obésité et cellulite. Cette fois, ils insistent particulièrement sur l'alimentation. Tout d'abord dans un petit chapitre expliquant la description et les causes de la cellulite, ils ajoutent aux causes déjà précitées: la pilule anti-conceptionnelle, le stress par son action indirecte sur les ovaires et autres glandes, les causes mécaniques (mauvaises postures) et la mauvaise hygiène de vie (surmenage, manque de sommeil, pollution).

Comme première forme de traitement, les Drs Marineau et Pagé insistent sur le traitement médicamenteux par la bouche. En d'autres termes, absorption de vitamines supplémentaires: vitamines A qui permet le bon état fonctionnel de la peau et améliore la vision), E (qui favorise la

nutrition des cellules nerveuses, favorise la combustion des graisses et augmente la résistance des petits vaisseaux) C (active la respiration des cellules, participe à l'élaboration des collagènes, substance importante pour l'intégrité de la peau). Ils recommandent encore des extraits de sels biliaires (important dans le traitement anti-cellulitique), l'ingestion de beaucoup de protéines (augmentent la résistance et diminuent l'enflure), de magnésium (diminution de l'enflure et bénéfique à la peau.)

2 semaines de volonté

En plus de conseils judicieux concernant l'obésité, les repas pris à l'extérieur du foyer et d'une liste d'aliments permis (côté hydrates de carbone, bases de restrictions de ce régime), ils ont établi des menus typiques pour deux semaines. Pas question de "crever de faim", mais de supprimer irrémédiablement tout ce qui est contraire au succès (boissons alcoolisées) et de manger à sa faim. On y donne ainsi une quarantaine de recettes agréables et faciles à exécuter. Cela vaut le coup d'essayer: 2 petites semaines de volonté!

POUR UN MEILLEUR CHOIX A
DES PRIX SI INTERESSANTS

MONTREAL ET ENVIRONS SUD-EST

ROGER SIRARD
6560, Joseph-Renaud
Anjou
CLAUDE CHAMPAGNE
5921 est, Jean-Talon
CLAUDE CHICOINE
3683, Hochelaga
GUY CLÉROUX
2297 est, Ontario
JULES FERRON
1871 est, Mont-Royal
RAYMOND DANIEL
526, George-V
ERNEST RIGASSIO
2496 est, Bélanger
GILLES LAPLANTE
Place Versailles
SYLVIO LATELLA
6907, boul. St-Laurent
ROGER LAUZON
2501, Frontenac
RENÉ MARION
2101, boul. Rosemont
F. FAVRETTO
1580 est, Jean-Talon
JEAN-GUY MORIN
5955 est, Sherbrooke
JEAN-MARIE TÉREAULT
3195, Granby
ROBERT JUNEAU
12956 est, Notre-Dame
P.-A.-T.
ANDRÉ PLOUFFE
14081 est, Dorchester
Pointe-aux-Trembles
C. ROBERGE
2213 est, Mont-Royal

SUD-OUEST

HUBERT MONTPETIT
5683, Monkland
LÉO RATNER
7576, Centrale, LaSalle
Y. BISSONNETTE
65-90e Avenue, LaSalle
J.-P. LALIBERTÉ
2495, Provost, Lachine
C.-A. CHARETTE
3819, Wellington, Verdun
LOYALA CHARTIER
2415, Jolicoeur, Ville Emard
LEONARD CLAYMAN
4795, Van Horne
J.-G. ROY & J. LAMARCHE
102, Ste-Anne,
Ste-Anne-de-Bellevue
D. LANDRY
1727, Schevchenko, LaSalle
PAUL LAVIGNE
398, Lakeshore, Dorval
HENRI LECAVALIER
1198, Notre-Dame, Lachine
JEAN MAILLET
4401, Wellington, Verdun
J. LÉO MIRON
5480, Côte-des-Neiges
258, St-Jacques,
Ville St-Pierre
NORD-EST
G. BLAIS
9178 est, Gouin
YVON FILTEAU
11826, Langelier
A. LAJOIE
9135, boul. Pie-IX
A. GENDRON
2380, Charland
GUY MILLETTE
9240, boul. Lacordaire
CENTRE DE BEAUTÉ ROBERGE
5286 est, Henri-Bourassa
RONALD RONDEAU
2875 est, Henri-Bourassa
JACQUES MILETTE
8500, boul. Lacordaire

NORD-OUEST

J. & P. BELANGER
237, Côte-Vertu,
St-Laurent
JACQUES BELANGER
1610, Barré, St-Laurent
JACQUES BERTHIAUME
430 puest, Fleury
DAVID, LEGAULT, TATLOCK
4603, Des Sources,
Dollard-des-Ormeaux

LAVAL

P. CARBONNEAU
Laval Ouest
J.-R. CARON
CHOMEDEY
ANDRÉ HAMEL
Duvernay
JACQUES DOYON
Fabreville
PIERRE TOUPIN
Pont-Viau
C. PHANEUF
Pont-Viau
ARMAND DESMARAIS
St-François
JACQUES NUCKLE
Chomedey
R. POITVIN
Laval Ouest
JACQUES LALANDE
Ste-Dorothee
C. FILIATREAU
Vimont

RIVE-SUD

J.-J. BOUCHARD
Brossard
DESSUREAULT, GARIÉPY,
LAROSE
Camille
GILLES LAPLANTE
Place Desormeaux
Place Jacques-Cartier,
Longueuil
Place Grande-Allée
Brossard

Galerias Taschereau,
Greenfield Park
LAROSE & GRATTON
Laprairie
TABAGIE WILLIAMS
Châteauguay
YVON BEAUDOIN
Longueuil
CHÉNEVERT & GRÉGOIRE
Longueuil
SUCC. J.-M. PELLETIER
Longueuil

HORS DE MONTREAL

ACTON VALE
J.-M. LAVIGUEUR
ALEXANDRIA
PH. ALEXANDRIA
BAIE COMEAU
SUCC. L. LEVESQUE
BEAUHARNOIS
HUBERT LAROSE
BERTHIERVILLE
GUY BARRETTE INC.
BOUCHERVILLE
MARCEL PANNETON
CHARLEMAGNE
JEAN BELHUMEUR
COATICOOK
LOUIS ABDALLA
COWANSVILLE
L. CORRIVEAU
DONNACONNA
J.-Y. HOULE
DORION
BERNARD BOYER
DRUMMONDVILLE
SERGE DIONNE
FERNAND DUMONT
LEO JONCAS
LEVAC & LEVAC
YVON PEPIN
PAUL BEDARD
JEAN VANASSE
GRANBY
MARCEL CHABOT
HAWKESBURY
M. A. DUMONT
HUNTINGDON
JACQUES LECUYER
ILE PERROT
MAURICE BOUCHAT
JOLLETTE
JACQUES LAFOND
LACHUTE
LARIVIERE & THIBEAULT
LAC MEGANTIC
CLAUDE CHARRON
L'ASSOMPTION
M. A. GAGNON
LOUISVILLE
MICHEL GIARD
ROGER LEMAY
MAGOG

FORMACENTRE ESCOMPTÉ
J.-P. SAVARD
GUY TURGEON
MALARTIC
ROCH LACHANCE
MARIEVILLE
LARIVIERE & THIBEAULT
MONT-JOLI
HENRI LEVESQUE
MONTMAGNY
ROGER BLANCHET
PIERREVILLE
BENOIT HOUDE
PINCOURT
JACQUES NUCKLE
REPENTIGNY
JEAN BELHUMEUR
SEPT-ILES
JACQUES FILION
SHAWINGAN
GUY CHRÉTIEN
SHERBROOKE
JEAN-PAUL THIBEAULT
JEAN-PAUL SAVARD
ESCOMPTÉ J.-P. SAVARD
PHILIPPE ROY
FERNAND GROLEAU
ST-ANTOINE-DES-LAURENTIDES
HECTOR BLAIS
ST-EUSTACHE
BERNARD LUSSIER
ST-GABRIEL-DE-BRANDON
BRUNET & CHAMPOUX
ST-GEORGES-DE-CHAMPLAIN
YVON MILETTE
ST-HILAIRE
BERNARD LEFEBVRE
ST-HYACINTHE
BEAUREGARD & LEMONDE
JEAN RAVENELLE
ST-JACQUES
JEAN MASSICOTTE
ST-JÉRÔME
HECTOR BLAIS
GERARD VARIN
ROBERT THIBAUT
ST-JOSEPH (BEAUCE)
J. MARCEAU
ST-PAMPHILE
ROGER BLANCHET
ST-PASCAL-DE-KAMOURASKA
ROGER BLANCHET
ST-PAUL-L'ERMITE
HAROLD LALONGE
ST-RÉMI-DE-NAPIERVILLE
ANDRÉ NADEAU
STE-ADÈLE
J.-G. PRUD'HOMME
STE-AGATHE
ARMAND FLEURY
STE-CLAIRE
MÉDI-CENTRE STE-CLAIRE
STE-JULIE
PIERRE MARCOUX
STE-MARIE
MÉDI-CENTRE LAROCQUE
SOREL
MARIUS BEAUMONT
TERREBONNE
YVES MATHIEU
TROIS-RIVIÈRES
CLAUDE HOUDE
VARENNES
GUY HÉBERT
VERCHÈRES
GILLES TURGEON

PAGE C 12 - DIMANCHE-MATIN - 7 DÉCEMBRE 1976



89-2236



89-2230



83-773

PROCUREZ-VOUS
LE DIAMANT
DE VOS RÊVES

BIJOUX OR:
DRELOQUES:
ZODIAQUES:
MONTRES:
SEIKO,
BULOVA ET
GIRROU
BIJOUX DE NOUVEAUTÉ

AVANT D'ACHETER VOS BIJOUX, VENEZ NOUS CONSULTER
FAITES UN CHOIX JUDICIEUX
VOUS OBTIENDREZ: QUALITÉ, BON GOÛT,
LES MEILLEURS PRIX

LE PLUS GRAND CHOIX DE
CRISTAL, HORLOGES, CADRANS, CAMÉRAS
A DEUX PAS DE LA VOIE RAPIDE DÉCARIE

LES IMPORTATIONS C.M. LTÉE

5975, BOUL. MONK, VILLE-ÉMARD

TÉL: 769-8815

*Au comptoir avec ce coupon jusqu'au 31 décembre

TOUT LE MONDE MAGASINE CHEZ ATLAS

ADORN

Fixatif
doifteur
13 oz

ORD. \$3.29
PRIX ATLAS

1.66
*

Limite de 3 par client

RIGHT GUARD

Antisudorifique
Rég. poudre
9 oz

ORD. \$2.39
PRIX ATLAS

1.19
*

Limite de 3 par client

CONFIDETS

Serviettes
féminines
48's

PRIX ATLAS

2.29
*

Limite de 3 par client

BROMO SELTZER

Format
familial
150 g

ORD. \$1.92
PRIX ATLAS

1.18
*

Limite de 3 par client

RES DAN

Shampooing
contre les pellicules
6 oz

ORD. \$1.88
PRIX ATLAS

1.08
*

Limite de 3 par client

UNIVERSELLES

Boules absorbantes
300's

ORD. \$1.19
PRIX ATLAS

***74c**

GILLETTE

Super-lames inoxydables
5's

ORD. \$1.09
PRIX ATLAS

***66c**

ENO

Sel de fruits
7 oz

ORD. \$1.90
PRIX ATLAS

1.14
*

ANTALGINE

Anti-douleur
50's

ORD. \$1.85
PRIX ATLAS

***98c**

VASELINE

Sels de bain
16 oz

ORD. \$2.25
PRIX ATLAS

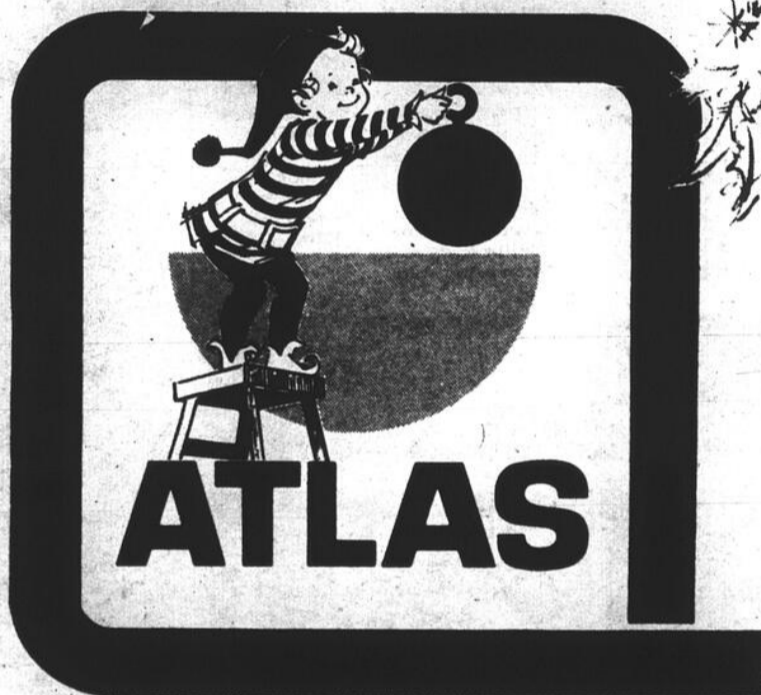
1.36
*

RIGA

Eau purgative
10 oz

ORD. 85¢
PRIX ATLAS

***52c**



Q-TIPS

Coton-tiges
stérilisés
270's

ORD. \$1.93
PRIX ATLAS

1.09
*

Limite de 3 par client

POND'S

Cold cream
crème démaquillante
Spécial 3.89

PRIX ATLAS

2.71
*

STAYFREE

Maxi serviettes
48's

ORD. \$4.09
PRIX ATLAS

2.63
*

SCHICK

Super-lames inoxydables
5's

ORD. \$1.09
PRIX ATLAS

***74c**

HERBAL ESSENCE

Shampooing avec
protéines.
8 oz + 25% = 10 oz

ORD. \$1.98
PRIX ATLAS

***99c**

SOFTIQUE

Sels de bain
32 oz

ORD. \$3.95
PRIX ATLAS

1.93
*

Limite de
3 par client

CUTEX

Dissolvant à vernis
6 oz

ORD. \$1.05
PRIX ATLAS

***64c**

NEW FREEDOM

Mini-serviettes
30's

ORD. \$1.64
PRIX ATLAS

1.29
*

ANACIN

Comprimés analgésiques
100's

ORD. \$1.89
PRIX ATLAS

1.17
*

JOHNSON'S

Huile pour bébés
450 ml.

ORD. \$3.24
PRIX ATLAS

1.76
*

FLUSHABYES

Nouveau-né Moyennes Grandes
60's 60's 60's

2.96 3.32 3.43
* * *

NIVEA

Crème de beauté
4 oz

ORD. \$1.89
PRIX ATLAS

1.07
*

NICE'N EASY

Shampooing colorant
100's

ORD. \$3.10
PRIX ATLAS

1.66
*

NO MORE TANGLES

Crème-rinse. En
vaporisateur, 12 oz.

ORD. \$2.62
PRIX ATLAS

1.64
*

FACELLE ROYALE

Mouchoirs
100's

PRIX ATLAS

***55c**

NIVEA

Lait de beauté
6 oz

ORD. \$1.99
PRIX ATLAS

1.23
*

ULTRA BAN

Désodorisant antisudorifique
14 oz

ORD. \$3.10
PRIX ATLAS

1.62
*

JOHNSON & JOHNSON

Cure-oreilles
400's

ORD. \$3.18
PRIX ATLAS

1.46
*

SOFT & DRI

Antisudorifique non brûlant
7 oz

ORD. \$2.19
PRIX ATLAS

1.16
*

LISTERINE

Rince-bouche antiséptique
6 oz

ORD. \$1.20
PRIX ATLAS

***79c**

HERBAL ESSENCE

Crème de rinçage
avec protéines.
455 ml.

ORD. \$2.45
PRIX ATLAS

1.31
*

K-Y

Lubrifiant stérile
4.25 oz

ORD. \$1.63
PRIX ATLAS

***81c**

CLAIROL BALSAM COLOR

colorant revitalisant

ORD. \$3.10
PRIX ATLAS

1.58
*

Limite de 3 par client

GRANDE OUVERTURE

Le Salon de l'UNIFORME

Le plus grand choix au Québec

Grandeurs: 3 ans à 24 1/2
20 couleurs différentes



- White Cross
- White Sister
- La Cross
- Mode Muguet
- Uniformes modernes
- Harras
- Gréboille

POUR ELLE:

Uniformes d'infirmières
Uniformes de serveuses
Uniformes de coiffeuses
etc...

POUR LUI:

Uniformes de médecins
Uniformes de pharmaciens
Sarraux de laboratoire
etc.

ACCESSOIRES

- Souliers White Cross
- Bas support
- Jupons anti-statique
- Coiffes
- Etc.

6996 est Sherbrooke, Mtl. 253-1640

(à l'opposé du centre d'achats Versailles)

755 Boul. Ste-Foy, Longueuil 670-5660

(coin Joliette)



Charles Lamy démontre sa technique "léno" de tissage "debout" et modèle une veste-chemise tissée en catalogue.



des
tisserands
modernes

par
Josette Bourbonnais

photos
André Hébert



La bataille des sourcils commence!

Et comme c'est frustrant pour l'adolescente! La plupart du temps, elle s'épile les sourcils trop hauts, trop bas, trop étroits, trop minces, trop gros, trop quelque chose. A mesure qu'elle prend de l'expérience en épilation, les poils poussent plus dru. Car l'épilation tend à stimuler la croissance de poils dans la partie environnante.

C'est le meilleur temps pour elle, pendant qu'elle est jeune, de se faire épiler les sourcils de façon radicale à la clinique Gregory System.

C'est le temps approprié, avant la forte pousse des poils et la distortion des follicules pileux causées par un pincage continu. C'est le temps, tandis que le traitement radical par la thermolyse Gregory requiert le minimum de temps et d'argent—et le minimum de désagréments.

Emmenez-la aujourd'hui se faire donner un traitement échantillon de la nouvelle thermolyse Gregory et une estimation de la durée et du coût. Téléphonez pour prendre rendez-vous. C'est sans obligation.

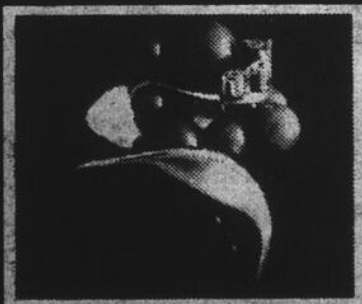
Lun., mar., mer., 10-7; jeu., ven., 10-8

CENTRE-VILLE: 1010 ouest, rue Ste-Catherine
301, Edifice Dominion Square 661-0741
PLACE CREMAZIE: 50 ouest,
Place Crémazie, Suite 330 381-5651

pour un
sourire



pensez



SIEGE SOCIAL
3855 est, boul. METROPOLITAIN
Suite 200 - MONTREAL
374-3228

SUCCURSALE
4, rue PAIEMENT
STE-GENEVIEVE, P.Q.
620-1000

SUCCURSALE
461, rue NOTRE-DAME
REPERTORY
681-0000

Autrefois, on ne voyait chez nos artisans-tisserands que de la grosse laine du pays et à peu près toujours les mêmes jupes, écharpes de lainage mais les jeunes qui prennent la relève ont une gamme de textiles autrement plus avant-gardiste!

Pascale Galipeault et Charles Lamy qui exposent pour la seconde année au Salon des Métiers d'art ont placé leur kiosque sous le signe de l'oiseau. Pascale utilise beaucoup de fils d'or, d'argent, de soie, du mohair et de la chenille. Charles a lancé, cette année, un nouveau thème l'oiseau-rideau, gros oiseau coloré à longues franges, intermédiaire entre le mobile et le voilage mais qui, en fait, remplit les deux fonctions.

Pascale a aussi collaboré avec un couturier, Alain Croteau, de la boutique Beige en Ville, rue Prince-Arthur, pour réaliser des robes dont elle a imaginé les plastrons, les empiècements, garnitures tissées et brodées.

Il est intéressant de voir l'étroite collaboration de ces jeunes artisans qui, tous, savent "partager" et se refusent bien à prendre la vedette. Ainsi, Charles et Pascale parlent de leurs amis et collaborateurs qui sont absents mais vantent leurs travaux, naturellement. Il faut dire qu'ils avaient lancé leur atelier, Québécois, où une dizaine d'artisans se sont initiés. Nous connaissons ainsi par ouï-dire, François Alacoque, un spécialiste du tissage avec le fil à coudre, Lorraine Mathieu qui réalise avec la chenille des vêtements, des marinières, etc. Puck Kasma, une autre tisserande et Louis Hains qui fait aussi des vêtements couture en chenille.

Charles explique qu'il utilise une méthode spéciale de tissage, la "léno", unique technique réalisée debout, et dont les fils sont tordus au lieu d'être croisés, c'est une très vieille méthode québécoise.

Pascale parle avec reconnaissance et affection quasi filiale de son professeur en tissage, Soeur Cécile Auger, qui lui a donné l'amour de ce métier et qui, paraît-il, réalise de vraies merveilles d'ingéniosité et d'habileté.

SURPRISE

**Vente Surprise de Noël Eaton
lundi seulement
15% à 30% de rabais
sur plusieurs articles —
"Vente Surprise"**

Rendez-vous tôt! C'est la dernière Vente Surprise de l'année... de la femme! Venez profiter de toute une série de rabais avantageux qui feront des cadeaux intéressants. Pourquoi pas? Noël, c'est le temps des surprises. Et c'est dans cet esprit qu'Eaton a spécialement préparé sa **Vente Surprise de Noël. Pour un jour seulement, lundi 8 décembre. Achats en personne seulement. À vous l'honneur, mesdames. Pourquoi pas? Eaton Centre-ville, Anjou, Pointe-Claire, Cavendish, Laval, ainsi qu'à ou par Sherbrooke, Ottawa et Ste-Foy, Place Ste-Foy. Utilisez votre carte-comptable Eaton.**



EATON



L'enfant Terrible

MEUBLES ET
APPAREILS
ELECTROMENAGERS

DERNIÈRE JOURNÉE!

DEMAIN, LUNDI DES PRIX TERRIBLEMENT BAS!
LA VENTE SE TERMINE À 18 HEURES.

CHAQUE CANAPÉ-CHAQUE FAUTEUIL-CHAQUE
CAUSEUSE-CHAQUE ENSEMBLE SECTIONNEL
DE 3 OU 4 PIÈCES ET PLUS...

LA PLUS
GRANDE
VENTE
AU MONDE

MAINTENANT
EN **VENTE**

Nous combattons l'inflation. Nous avons coupés les
prix sur toutes nos marchandises dans nos magasins
de Montréal et d'Ontario.



VOUS NE POUVEZ MANQUER CETTE OCCASION UNIQUE!
DIVAN ET CAUSEUSE À PRIX D'ÉCONOMIE
DEMAIN SEULEMENT DES CENTAINES D'AUBAINES!

**ACHETEZ
DÈS MAINTENANT**
Aucun paiement
avant le 15 février.
Pas de frais de fi-
nancement si ac-
quitte 30 jours sui-
vant la date d'a-
chat.

PAS DE PROBLÈME!
Commandez dès
maintenant et l'EN-
FANT TERRIBLE
vous garantit la li-
vraison pour Noël!
Soyez assurés que
vous ajouterez beau-
té et confort à votre
FOYER.

ENSEMBLE ÉLÉGANTE 2 PIÈCES CANAPÉ ET FAUTEUIL

ÉCONOMISEZ
\$811

Cet ensemble de canapés dont un fauteuil
de 93" avec coussins réversibles, bras
rembourrés de 5" de polyfoam sera d'une
longue durée. Construction solide en bois
franc avec ressorts. 2 coussins supplémen-
taires inclus. Toutes les pièces sont fabri-
quées en tissu herculon polypropolene
résistant aux taches. Couleurs attrayantes
d'un brun doré.

TANT QU'IL
Y EN AURA

**VENTE CANAPÉ &
FAUTEUIL**
\$278⁸⁸
NOTRE PRIX DE DÉTAIL SUGGÉRÉ: \$359.99

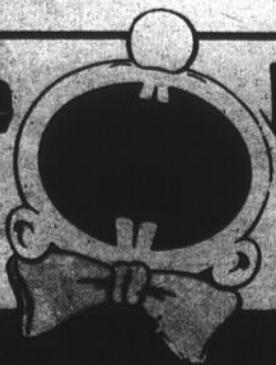
PAGE C 16 - DIMANCHE-MATIN - 7 DÉCEMBRE 1976



L'enfant Terrible



**AUCUN
COMPTE**



Bad Boy

MEUBLES ET APPAREILS
ELECTROMENAGERS

1875, PANAMA - 6875 EST, JEAN-TALON - 3400, CÔTE VERTU
À BROSSARD À ST-LÉONARD À ST-DURÉNT
465-1410 254-9306 334-9304

HEURES D'OUVERTURE: LUNDI À MERCREDI, 9 h à 18 h
JEUDI ET VENDREDI, 9 h à 21 h - SAMEDI, 9 h à 17 h

PERSONNE NE SURPASSE L'ENFANT TERRIBLE!