

Inspirés par les efforts des commerçants (photo du haut), certains résidents de Knowlton se donnent beaucoup de mal.

# d'Un air Halloween



Les marchands de Knowlton décorent leur devanture de façon toute spéciale pour l'Halloween.

PHOTOS PIERRE MCCANN,  
La Presse

DANIELLE BONNEAU

Les sorcières et les petits monstres de tous acabits envahiront les rues lundi soir prochain, mais l'Halloween est dans l'air depuis déjà un petit moment.

Dans les quartiers où habitent beaucoup de jeunes familles, il y a une atmosphère de fête. Les fenêtres sont enjolivées de dessins d'enfants et des sacs décorés de motifs de citrouilles et de fantômes, emplis de feuilles, mettent de la couleur sur les terrains. Plusieurs se donnent aussi beaucoup de mal en installant de beaux bonhommes rembourrés devant leur maison.


À l'intérieur des demeures, cette fête de l'automne est également à l'honneur. Ce qui est relativement nouveau.

«Depuis trois ou quatre ans, il y a une effervescence particulière à l'occasion de l'Halloween, indique Marc Dionne, responsable de l'artisanat et des fleurs artificielles chez W.H. Perron. Cette fête semble avoir remplacé le Mardi gras de notre enfance, que l'on ne célèbre plus.



Luc Senay  
Robert Gravel  
Martin Drainville  
Johanne Fontaine  
Germain Houde  
Sylvie Legault  
et les autres...

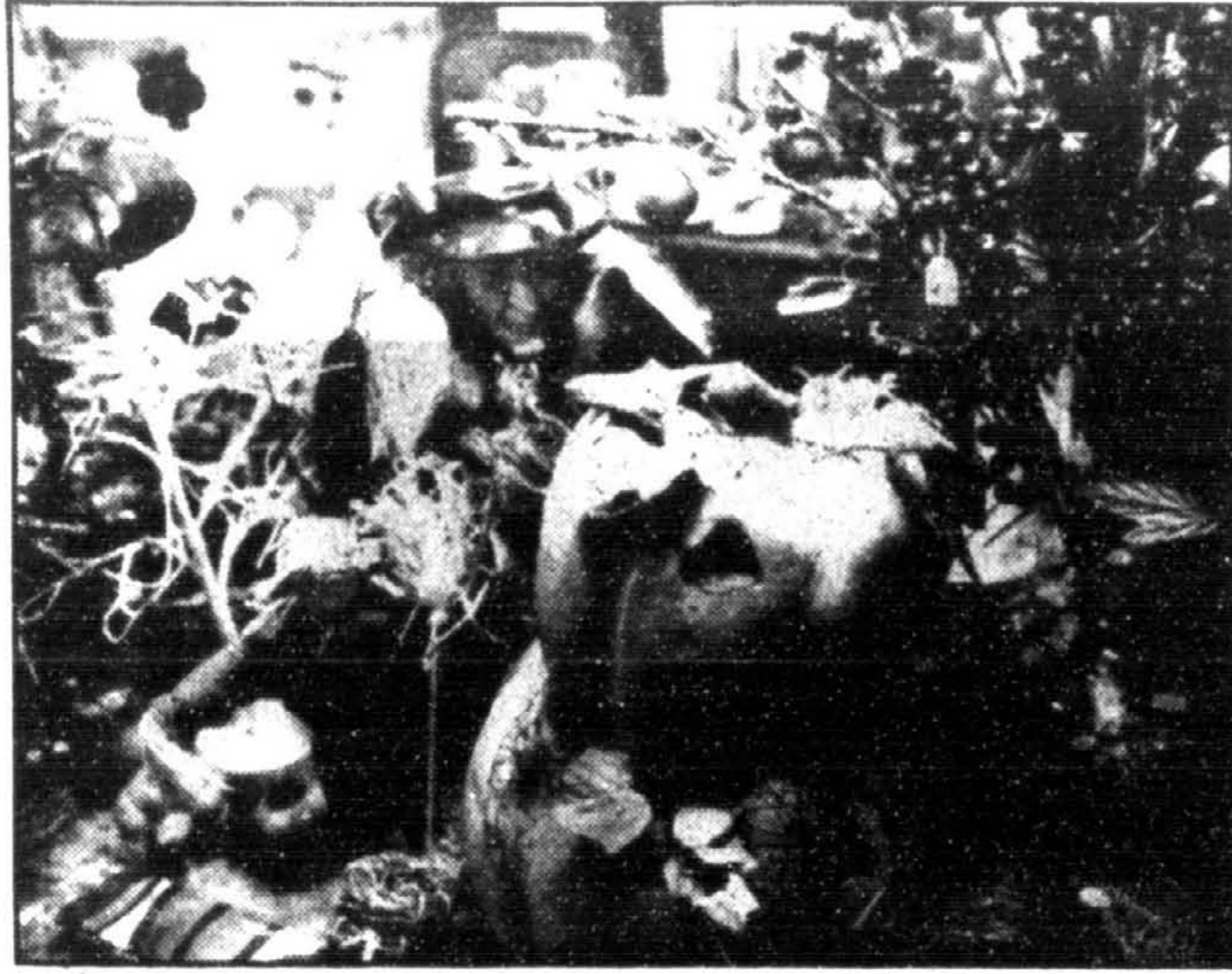
...sont de retour  
**TOUS LES LUNDIS À 20H**

 Cinquième salle  
Place des Arts

Billets en vente à la PdA: 514 842 2112  
et Réseau Admission: 514 790 1245  
Redevance et frais de service



# Les produits d'artisanat gagnent du terrain



A la boutique Camien, située à Knowlton, la sélection de produits décoratifs pour l'automne a été augmentée de 25 p. cent, et le choix d'articles pour l'Halloween est en hausse de 15 p. cent.

DANIELLE BONNEAU

■ Ayant remarqué que de plus en plus de gens aiment faire des choses de leurs mains, certains commerces ont commencé à offrir des produits d'artisanat. C'est le cas notamment de W.H. Perron et Bouclair.

Depuis l'acquisition des magasins W.H. Perron par la chaîne ontarienne White Rose, en juin dernier, les commerces spécialisés en horticulture ont en effet subi une transformation majeure pour ressembler davantage aux succursales du réseau ontarien.

Les fleurs et les plantes occuperont toujours une place prédominante chez W.H. Perron pendant la haute saison, assure Marc Dionne, responsable de l'artisanat et des fleurs artificielles. Mais l'intégration des articles d'artisanat, des fleurs séchées et des produits saisonniers (comme les décorations pour l'Halloween et, sur une plus grande échelle, pour Noël), permettront aux magasins de rester ouvert 12 mois par année.

« Il y avait un besoin, dans la région de Montréal, explique Mario Limoges, directeur général adjoint des magasins W.H. Perron. Peu de magasins tenaient des articles pour ceux qui aimaient faire de l'artisanat.

« Depuis que nous offrons également ce type de produits, nous atteignons une nouvelle clientèle, dit-il. Nous obtenons un gros succès. Avec le phénomène du *cocooning*, les gens demeurent davantage à la maison et apprécient les choses faites à la maison. Il y a une nouvelle vague de personnes qui découvrent l'artisanat. »

Les magasins Bouclair, de leur côté, ont commencé en août à offrir davantage de produits d'artisanat. Ils y vont toutefois beaucoup plus doucement, la vente de tissus et de patrons demeurant leur principale activité.

« Plus de gens font leurs propres décorations, indique Shari Gordon, acheteuse de produits d'artisanat et d'accessoires de couture chez Bouclair. Cet automne, les petites citrouilles et les feuilles d'automne montées sur une broche, qui peuvent être placées sur une couronne ou dans un arrangement floral, sont très populaires. Nous vendons aussi beaucoup de petits légumes. »

Les magasins situés aux Promenades Saint-Bruno, sur le boulevard des Sources, à Dollard des Ormeaux, et aux Galeries de la Capitale, à Québec, offrent la collection complète de produits d'artisanat (peinture acrylique, stencils, perles, articles pour faire des bijoux, ensembles pour faire de la broderie, accessoires pour faire de la courtpointe, etc.) Vingt des 50 magasins, par ailleurs, vendent des petits fruits et les citrouilles sur des broches. Des fleurs artificielles aux couleurs de l'automne sont offerts partout.

Le magasin L'Oiseau bleu artisanat, qui vend des produits d'artisanat depuis 42 ans, vient, de son côté, d'agrandir sa superficie de 25 p. cent. Le commerce situé rue Sainte-Catherine a maintenant 1000 pieds carrés de plus, indique Benoît Bergeron, gérant du magasin.

« La demande est plus forte, dit-il. Cela nous permet d'offrir plus de produits et un meilleur service. »

Helen Brown, propriétaire avec son mari de la boutique de cadeaux et de décorations de Noël Camien, située à Knowlton, estime qu'elle a augmenté de 25 p. cent sa sélection de produits pour l'automne et de 15 p. cent son choix d'articles pour l'Halloween.



PHOTOS PIERRE MCCANN, La Presse

Plusieurs se donnent beaucoup de mal en installant de beaux bonshommes rembourrés devant leur maison.

SUITE DE LA PAGE C 1

« L'Halloween arrive à l'automne, qui est une période un peu triste, poursuit-il. Il n'y a rien vraiment entre la fin de l'été et Noël. Cela ajoute un élément de gaieté à la veille du moment où on change l'heure. Cette fête est très populaire chez les Américains. On la récupère de plus en plus, mais en l'adaptant à nous. »

Selon Helen Brown, propriétaire avec son mari de la boutique de cadeaux et de décorations de Noël Camien, située à Knowlton, l'Halloween est l'une des premières fêtes non religieuses que l'on célèbre. Tous peuvent donc participer, indépendamment de leurs croyances.

« L'Halloween est encore principalement une fête d'enfants, dit-elle. Mais à compter du mois de septembre, les gens décorent

plus qu'avant. Au moment où ils recommencent à passer plus de temps à l'intérieur, ils désirent entrer quelques éléments de l'extérieur.

« L'automne, c'est tellement terne, poursuit-elle. L'herbe commence à jaunir, il fait noir plus tôt. Il faut mettre de la couleur quelque part. C'est pourquoi les citrouilles et les fleurs aux couleurs orangées sont très populaires. Les gens font également de très beaux arrangements avec des grappes de raisins et des gourdes. »

Depuis quelques années, les marchands de Knowlton font un effort pour décorer leur devanture de façon toute spéciale pour l'Halloween. C'est une initiative qui remporte beaucoup de succès : plusieurs centaines de personnes se déplacent les samedis et les dimanches pour se tremper dans l'atmosphère de fête.

## Étonnamment abordable

Définitivement différent

Venez découvrir la nouvelle boutique Literie Fine chez Design Louis George.

En plus d'y trouver des meubles uniques et de distinction, vous y verrez une gamme complète d'accessoires pour le lit et le bain.

Pour votre confort, nous vous offrons une gamme complète de produits judicieux pour la maison. Pour mieux vous servir, nous avons un service de confection sur mesure.

Nos designers vous assisteront dans la réalisation d'une maison qui reflètera votre mode de vie.

• Couettes • Coussins • Draps • Papiers peints • Oreillers • Tissus • Serviettes



Louis George

Literie fine

842-7711, poste 294 ou 347

OGILVY

DEPUIS 1866

CINQUIÈME ÉTAGE

Sainte-Catherine

angle de la Montagne



2157231 - A26

## BOUTIQUE Raffinati

La richesse des tissus Italiens Cachemire et Laine

Se retrouve dans notre superbe collection de manteaux d'hiver. Disponibles en tailles habituelles ou petites.

Une vaste sélection de modèles offerts dans une large gamme de couleurs. Créé par le maître tailleur...

Raffinati

A partir de \$395. seulement.

BOUTIQUE, 3<sup>e</sup> ÉTAGE



## VISON

D'ELEVAGE, DE DESIGNER

- De Campobasso
- Allure européenne classique
- Vison d'élevage foncé
- Peaux allongées, avec col cassé ou col châle

Offre spéciale du fabricant

Seulement chez Eaton

1999.00

FOURREZ VISON

Vinson

Eaton Centre-ville seulement, 3<sup>e</sup> étage. Rayon 248.



EATON

Argent remis si la marchandise ne satisfait pas

OGILVY

STE-CATHERINE ANGLE DE LA MONTAGNE TELEPHONE: (514) 842-7711 POSTE 219

# L'Halloween, une fête de plus en plus populaire

DANIELLE BONNEAU

Mme Monique Potvin, qui demeure à Sainte-Dorothée, ne prévoyait pas décorer sa maison pour l'Halloween. Ses enfants ne demeurant plus à la maison, elle en ressent moins le besoin. Mais ses voisins lui ont donné le goût de faire quelque chose de spécial.

« Quand un décore et que tout le monde embarque, c'est amusant, dit-elle. Les maisons, dans mon coin, sont décorées une semaine à l'avance. Ce n'est pas comme avant. »

Ses petits-enfants ayant 9 ans, 5 ans, 3 ans et 7 mois, elle les fait participer. Ce sont eux, ainsi, qui décorent sa citrouille. Joignant l'utile à l'agréable, elle en a également profité pour remplir de feuilles, des sacs ayant l'air de citrouilles.

Habile de ses mains, elle récupère beaucoup de choses. Elle ramasse notamment des cocottes et fait sécher les vignes poussant sur sa clôture, ce qui lui permet de confectionner, à peu de frais, des couronnes pour l'Halloween et Noël.

« Avec un peu d'imagination, on peut faire beaucoup de choses sans que cela coûte cher, dit-elle. Je suis pas mal astucieuse. »

Les consommateurs décorent beaucoup à l'Halloween, à l'intérieur autant qu'à l'extérieur, a remarqué Benoît Bergeron, gérant de L'Oiseau bleu artisanat, un magasin spécialisé dans la vente de matériel servant à faire de l'artisanat.

« C'est très fort depuis trois ou quatre ans, dit-il. C'est devenu une tradition, presque comme à Noël. »

Plusieurs achètent des jeux de lumières avec des crânes, des citrouilles ou des fantômes, des fils d'araignées, des banderoles ou des grands sacs décorés de citrouilles. D'autres se procurent des accessoires comme du rafia, des balais ou des couronnes pour confectionner leurs propres décorations. Un grand nombre vont chercher un élément particulier, qu'ils agenceront avec des choses qu'ils ont à la maison.

« Ceux qui veulent faire un épouvantail grandeur nature, par exemple, achètent du rafia pour faire les mains et les pieds, mais ils vont l'habiller avec des vieux vêtements qu'ils ont déjà, explique M. Bergeron. On vend aussi beaucoup d'accessoires comme des plumes, des pierres ou des paillettes qui seront utilisées pour compléter des costumes. Il se fait beaucoup de récupération. »

M. Bergeron, qui donne 60 p. cent des cours offerts au maga-

sin, est constamment sollicité pour donner des conseils. En octobre, ses ateliers avaient réellement un air d'Halloween : il a notamment montré comment faire des sorcières en papier mâché avec des cheveux en rafia et des petits épouvantails en rafia. Dans son cours mensuel d'arrangements floraux, par ailleurs, plusieurs personnes avaient choisi un thème automnal.

Les gens jumellent l'automne et l'Halloween, indique Suzanne Caron, conseillère en artisanat, spécialisée en art floral, chez W.H. Perron. Elle donne des démonstrations au magasin situé à Laval trois fois par semaine, pour donner des idées et montrer quoi faire avec les produits disponibles.

« Les consommateurs commencent par décorer pour l'automne, puis, à l'approche du 31 octobre, ils incorporent des décorations plus spécifiques à l'Halloween. Cela leur permet de profiter plus longtemps de leurs créations. »

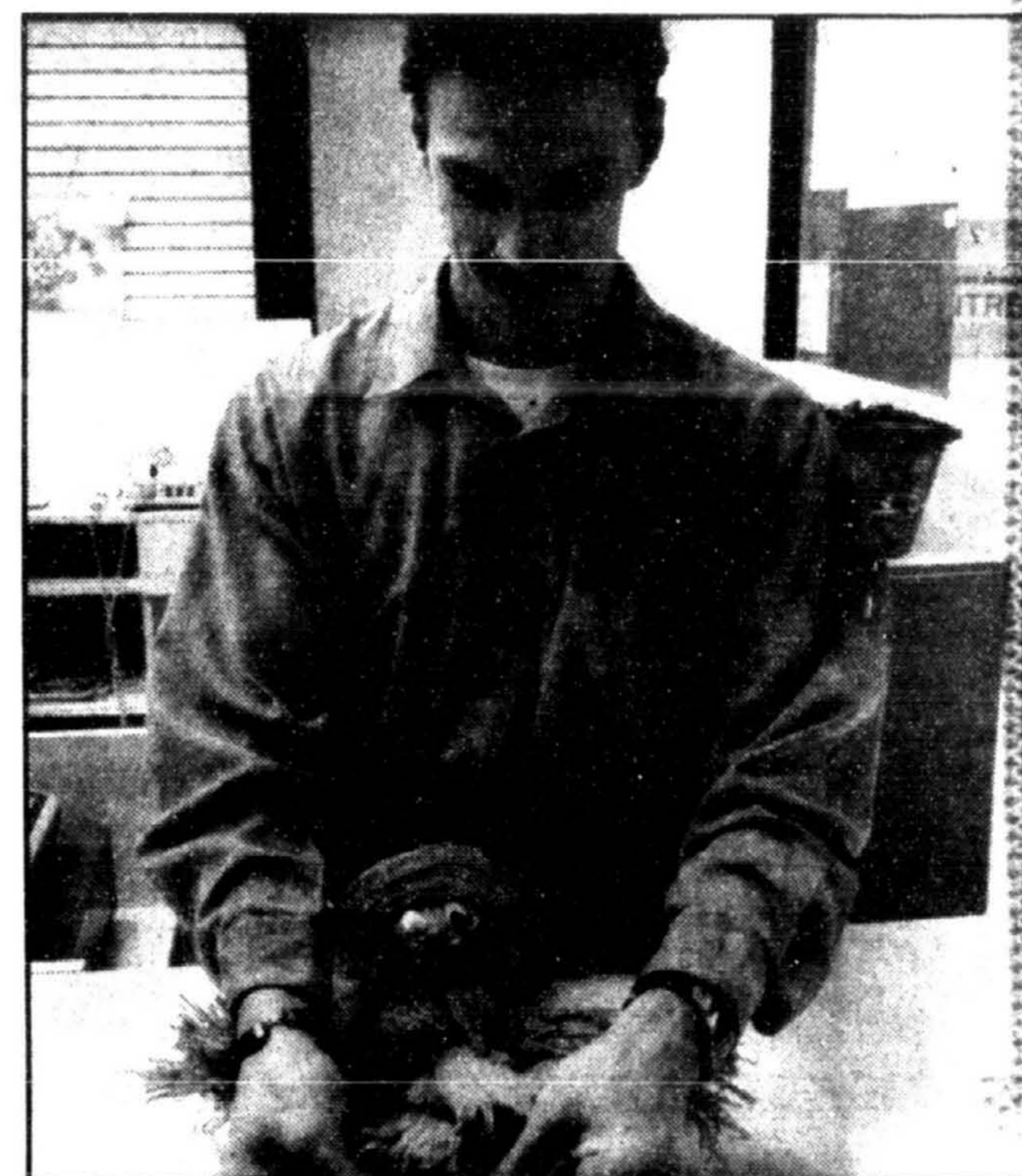
Les gens suivent les saisons, précise-t-elle. En ce moment, plusieurs décorent une couronne de vignes ou font un arrangement floral aux couleurs de l'automne. Un grand nombre, par ailleurs, élaborent des décors autour d'épouvantails ou de bonhommes rembourrés.

« Nous avons vendu beaucoup de plants de maïs, révèle Marc Dionne, responsable de l'artisanat et des fleurs artificielles chez W.H. Perron. Les gens les placent tout bonnement à côté d'épouvantails assis sur une boîte de foin. »

L'Halloween est pour les enfants, mais en s'improvisant décorateurs, les adultes participent, poursuit-il. Ils s'amuse, mais parce qu'ils font les décorations de leurs mains, cela prend une toute nouvelle dimension. Et c'est tellement plus amusant pour les petits ! »

PHOTOS PIERRE MCCANN, La Presse

Suzanne Caron (photo du haut) fait des démonstrations trois fois par semaine pour inspirer des idées. Dans un cours qu'il a donné en octobre, Benoît Bergeron (photo de droite) a montré comment faire un petit épouvantail en rafia. Monique Potvin (photo ci-contre) ne prévoyait pas décorer sa maison pour l'Halloween. Mais ses voisins lui ont donné le goût de faire quelque chose de spécial.





## GLACIER

**La force du lait, une force de chez nous**

**Le bon choix pour vous**

Glacier, de Natrel, c'est la marque de friandises glacées qui a le don de faire plaisir à tout coup aux petits et... aux grands petits ! Il y en a toute une variété de formats et de saveurs irrésistibles. Natrel les produit avec le même extrême souci de fraîcheur et de qualité que son lait des marques Québon et Laval.

**Le bon choix pour tous**

Avec Natrel, vous favorisez notre région et le Québec ! Natrel emploie près de 950 personnes dans ses usines, ses centres de distribution, ainsi qu'à son siège social de Longueuil. Elle est de loin le plus grand acheteur de lait des producteurs du Québec.

**C'est la grande force de notre industrie laitière.**

*Conservez cette annonce pour participer !*

**Participez au jeu-concours « Pourquoi Natrel ? », du lundi au vendredi, sur les ondes de CFGL 105,7 et gagnez un des nombreux prix de Natrel !**

Soyez la première personne à répondre correctement à la « question de la semaine », au moment désigné par l'animateur, et vous gagnerez sur-le-champ un ensemble de coupes à dessert offert par Natrel ! De plus, tous les vendredis, Natrel fera tirer un prix surprise parmi les gagnants de la semaine. Pour en savoir davantage, écoutez CFGL 105,7 du lundi au vendredi.

Les bonnes réponses aux questions du jeu-concours se trouvent dans des annonces de Natrel diffusées à CFGL et dans ce journal ! Liste des règlements sur demande à CFGL.

Question de la semaine se terminant le vendredi 28 octobre :  
Nommez 3 marques de produits Natrel.

Natrel Inc. 101, boul. Roland-Therrien, Bureau 600, Longueuil (Québec) J4H 4B9  
Téléphone : 1 800 501-1150 Télécopieur (514) 646-4778



## LES DOUCEURS DE L'AUTOMNE DE LANCÔME, PARIS

HYDRATIVE, RESSOURCE PERMANENTE D'HYDRATATION

Une crème fluide légèrement rosée qui, chaque jour, inonde votre visage de douceur.



HYDRATIVE  
pot de 50 ml 45 \$  
tube de 30 ml 30 \$



**VOTRE PRIME LANCÔME**

Grâce d'automne, une jolie pochette contenant cinq merveilleux produits Lancôme, vous est offerte gratuitement avec tout achat de 20 \$ ou plus de produits Lancôme.



Offre valide jusqu'au 29 octobre ou jusqu'à épuisement des stocks. Une seule prime par client.

Rez-de-chaussée, rue Sainte-Catherine, angle De La Montagne, 842-7711, poste 218

**SUPER SOLDE**

**Pour Une Soirée** vous offre

une rare occasion de posséder une garde robe de gala à des prix incroyables.

**100 robes à 100 \$ chacune**

Robes longues ou robes cocktail, un rendez-vous avec le style à chaque saison.

**POUR UNE SOIRÉE**

Le spécialiste en location de tenues de soirée

4060, rue Ste-Catherine Ouest, local 850 Tel.: 939-1706  
Lun.-ven., 10 h à 17 h 30; sam., 10 h à 14 h

**SUPER BAISS**

## UN PETIT ACCENT ANGLAIS AVEC BURBERRYS DE LONDRES.

Venez découvrir la collection d'accessoires Burberrys exclusive à Ogilvy dans notre boutique de maroquinerie fraîchement rénovée au rez-de-chaussée

Également offerts : sacs à main, articles en cuir, écharpes, parapluies, gants de laine, bérêts, accessoires pour les cheveux et autres trouvailles inédites

Sac à main style « sac camera » 300 \$

Portefeuille 200 \$

Parapluie télescopique 155 \$



Ne manquez pas la collection de prêt-à-porter d'automne 1994 de Burberrys, au deuxième étage. Une autre exclusivité Ogilvy



OGILVY ACCESSOIRES



Rez-de-chaussée, rue Sainte-Catherine, angle De La Montagne, 842-7711, poste 241



Une tenue signée Hervé Léger, la nouvelle Boqueluche à Paris.



La collection Chanel sera vendue chez Holt Renfrew à partir de février prochain.



Claude Montana célèbre le retour du glamour dans sa collection du printemps prochain.



Le top model Linda Evangelista dans une tenue tirée de la collection Chloé.

## Des collections commerciales pour le printemps-été 95 à Paris

VIVIANE ROY  
collaboration spéciale

■ S'ils ont l'habitude d'être plus fantaisistes que leurs confrères américains, les designers de la Ville lumière ont néanmoins changé leur fusil d'épaule la semaine dernière à Paris en proposant des collections commerciales pour le printemps-été 95.

Les plus heureux dans cette histoire sont les acheteurs qui reprennent confiance en la mode et envisagent une hausse de leur chiffre d'affaires.

« Je suis revenu emballé des collections, indique Pierre Bournival, directeur et acheteur chez Henriette L., qui a misé sur les griffes Sonia Rykiel, Jean-Charles de CastelBajac, Emmanuel

Khan, Thierry Mugler et Lolita Lempicka. Enfin, les designers proposent des collections vendables avec des tissus légers ou non-froissants. De plus, les collections sont beaucoup moins stéréotypées qu'auparavant, on peut mettre tout le monde là-dedans. Je crois que les ventes vont progresser au printemps prochain. On sentait déjà la tendance à l'automne, mais là je crois que ça va exploser au printemps 95. »

### La fin du grunge

Le succès de cette mode d'après crise, se dessine avec des lignes plus structurées, plus près du corps et une gamme de couleurs diversifiées.

La femme androgyne est une espèce en voie de disparition dans les collections printemps-été 95. En effet, la robe

occupe une place importante dans les défilés. Celle-ci remplacera souvent le sacro-saint tailleur. La mode revient donc à ses anciennes amours, c'est-à-dire embellir, non plus enlaidir, comme c'était le cas avec le grunge.

Fait nouveau, avec ce vent d'optimisme qui insuffle la mode printanière, les imprimés réapparaissent tout à coup. Dans un groupe plus classique, on retrouve le Prince de Galles, les pois et le motif léopard et plus colorés ou même isolites, les impressions de photos représentant des poissons exotiques, des fleurs et des dentelles.

Pierre Bournival se réjouit entre autres de la quantité de robes et de tenues deux pièces qu'il a vues pour la saison estivale.

« Depuis quelques temps, nous avons

une grande demande pour les robes mais pas de modèles disponibles sur marché, poursuit le directeur acheteur. Nous aurons enfin des choses à leur proposer. Ce qu'il y a de bien aussi dans ces nouvelles collections, c'est qu'elles sont adaptées pour le quotidien; les nouveaux deux-pièces ne sont pas nécessairement des tailleurs, mais des chemisiers légers et des jupes, des liquettes et des pantalons. »

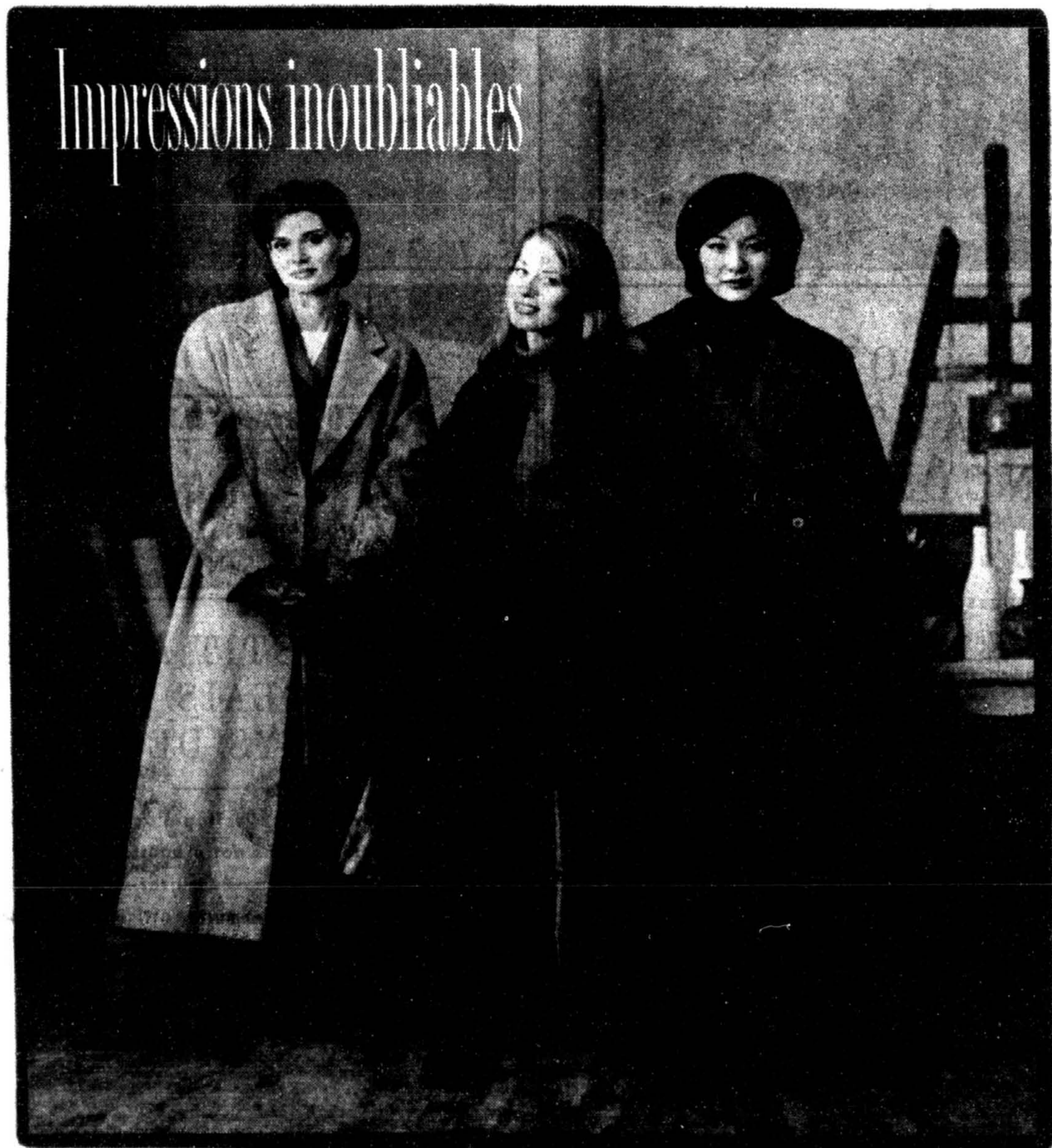
Même vent d'optimisme du côté de chez Lili Simon.

« La mode est plus portable et plus commerciale qu'auparavant, dit Françoise Lelostec, gérante acheteuse pour les boutiques Lili Simon. On retrouve beaucoup moins de noir et plus de couleurs, les pastels en particulier... J'ai été subjuguée par le défilé de Jean-Louis

Scherrer dessiné par Bernard Perris, une collection élégante et féminine. » David Barrington de chez Holt Renfrew, qui a acheté les collections de Sonia Rykiel, Emmanuel Ungaro, Hervé Léger, Claude Montana, Karl Lagerfeld, Chloé, Christian Lacroix, Valentino, John Galiano, Issey Miyake, Thierry Mugler et ouvrira une boutique Chanel en février prochain est aussi du même avis.

« Je suis tellement content de cette saison, indique M. Barrington. La mode du printemps prochain est à la fois belle et vendable. Il y a beaucoup de couleurs, le noir peut aller dormir! »

Son coup de coeur pour la saison estivale va à Hervé Léger, le plus moderne des designers à l'heure actuelle, dit-il.



Enrobées de luxe 1994

Un mélange de laine et de cachemire allie la chaleur de la laine à la souplesse du cachemire. C'est pourquoi nos luxueux manteaux en laine et cachemire doublés de chamois sont à prix d'aubaine à 398 \$. Ces manteaux de coupes classiques, offerts dans les tailles régulières et petites, offrent la qualité, la souplesse et le style nécessaires pour vous protéger des intempéries. Nous vous offrons le manteau droit dans la couleur chameau ou marine, avec encolure convertible; le balmacaan avec boutonnage sous patte en vert forêt ou noir ou encore le caban croisé en rouge ou noir avec encolure en velours noir. Vous les trouverez tous en exclusivité chez Holt Renfrew.

Sherbrooke et de la Montagne, 842-5111 • Rockland, 738-3500  
Fairview, Pointe-Claire, 694-6310

# HOLT RENFREW

Des chefs-d'œuvre de la peinture française, de Cézanne à Matisse

La Collection Barnes

Musée des Beaux-Arts de l'Ontario

La première fois. L'unique fois.



Commanditaire de l'exposition Barnes

Du 17 septembre au 31 décembre

ACHÉTEZ LES VÔTRES PAR TÉLÉPHONE! • Servez-vous de votre carte Holt ou de toute autre carte de crédit reconnue pour acheter des billets pour l'exposition Barnes en nous appelant au 1-800-670-5464.

**VENTE**

PLAN MISE DE CÔTÉ  
NOUVEAU NOUVEAU  
CUIR et SUEDE  
LE PLUS BEAU EN VILLE

Le club des  
convertis  
1994  
du  
Service de l'entretien

FOURRURE-IMITATION

TÉLÉPHONEZ-NOUS POUR RECEVOIR NOTRE CATALOGUE

• VENTE • LOCATION • NETTOYAGE • RÉPARATION

**SIRBAIN** Tél.: 499-1144  
435, MONT-ROYAL EST, MONTRÉAL  
ainsi que chez nos distributeurs participants.

2148830-412

METRO MONT-ROYAL

L'authentique pull court (le court qui en dit long), long, court, bon, il est court mais il a le bras long, il se porte sur une jupe longue (le court sur long) ou une mini-jupe (le tout court), mais peu importe votre décision, n'oubliez pas de retrousser vos manches avant de passer à table.

pull court à manches repliables, environ 109 \$, pour connaître nos adresses, composez le 800 535 4491.



UNITED COLORS OF BENETTON



Dans sa collection printemps-été 95, Jean-Paul Gaultier reprend les principales silhouettes du siècle qui s'achève. Voici une de ses créations inspirée des années 40.



Chantal Thomas a présenté sa meilleure collection depuis des années. La designer a réussi à intégrer le prêt-à-porter dans la lingerie et vice versa.

## Les collections en pièces détachées : Jean-Paul Gaultier

La collection de Gaultier est une des plus pertinentes pour le printemps-été 95, puisqu'elle est à l'image de la mode actuelle, c'est-à-dire multiple, polyvalente et souvent nostalgique.

En effet, depuis plusieurs années, les designers piquent leurs idées dans le répertoire rétro. Plutôt que de se projeter dans l'avenir, les créateurs de mode préfèrent le répertoire des Piaf, des Beatles et des Village People.

Jean-Paul Gaultier, l'enfant terrible de la mode française, s'est ainsi livré à un exercice de style dans son défile retraçant les principales silhouettes du siècle qui s'achève.

Devant l'entrée du Musée des arts forains, la foule excentrique (travelos à perruque, fashion victims, etc) qui bloquait la rue annonçait une présentation à sensation forte, comme le couturier a l'habitude de nous en servir depuis quelques saisons. Mais, contrairement à ses habitudes, Gaultier a misé sur des looks vendables et faciles à porter.

Dans sa nouvelle collection, Gaultier a réussi à superposer sur une même silhouette des influences des années 10, 40 et 70.

En vêtement qu'est-ce ça donne ?

Un chemisier de dentelle à collet monté de style élisabéthain porté sur une mini-jupe ; le tout décoré d'une coiffure montée aux rouleaux de style après guerre.

Dans sa rétrospective, Gaultier a aussi accordé une part importante au jeans. Thème qu'il a exécuté en version *New Look*, sixties, granola et disco. D'une époque à l'autre, l'ourlet jouait au yoyo, plus court façon 70 et rasant le sol en version 1900. Les épaulettes reprennent aussi une place importante dans cette collection. Le couturier les place bien sûr dans ses vestes mais aussi dans ses chemisiers blancs transparents.

## Chantal Thomas

La reine de la lingerie revient en force le printemps prochain avec une collection plus raffinée et moderne que les saisons précédentes. La coupe s'est aussi précisée chez Thomas; les lignes sont désormais plus nettes et les détails inutiles ont été supprimés.


Bien sûr, la designer donne toujours dans le look aguichant et sexy et toute la collection se déroule en talons aiguilles. Mais, cette fois-ci, Chantal Thomas a réussi à intégrer le prêt-à-porter dans la lingerie et vice versa. Le résultat est donc moins choquant comme en témoigne, entre autres, une robe combinaison en mohair dentelle de couleur saumon, cet ensemble robe à bretelle en coton noir rebrodé et boléro tricoté fushia ou cette tenue composée d'une brassière, d'un gilet en mohair rose et d'un pantalon en satin saumon.



Enfin, une grande librairie francophone au centre-ville.

# RENAUD-BRAY

RENAUD-BRAY centre-ville,  
15 000 p.c. de LIVRES, REVUES,  
DISQUES COMPACTS et  
CASSETTES VIDÉO.

RENAUD-BRAY centre-ville, Peel, coin de Maisonneuve,  MÉTRO PEEL

*Mariées 95*

Enfin le solde que vous attendiez ! Les merveilleuses robes de mariées

## FRANCE B. PRONUPTIA

réduites à des prix de rêve

Rabais de **30%** **40%** **50%** et plus encore

payer et emporter • pas de mise de côté





Une tenue signée Chloé



De la collection signée Karl Lagerfeld



La dernière présentation Chanel

## Les trois Karl : la griffe Chloé, Lagerfeld, Chanel

■ Karl Lagerfeld, l'un des designers les plus prolifiques de la planète, présentait trois collections à Paris la semaine dernière.

Tout d'abord, la griffe Chloé proposait l'image d'une femme fleur et poétique dans les teintes de dragées et des pastels. Dans cette collection, presque pas de tailleurs ou de pantalons. Chloé ne s'adresse décidément pas aux femmes de carrière.

Au début du défilé qui mettait en vedette Claudia Schiffer, Lagerfeld donnait tout de suite le ton de cette collection nostalgique. Bien que ses robes de tricot (qui ont l'air d'être crochétées) inspirées de la lingerie soient tout à fait ravissantes, personne n'oserait les porter au bureau. Trop soir disaient la plupart des rédactrices.

En fait, la collection Chloé se déroulait sous nos yeux comme un film d'époque. Un joli long métrage, certes, mais pas adapté aux besoins des femmes d'aujourd'hui.

### Lagerfeld

La seconde présentation du grand Karl était celle qui porte sa griffe, Lagerfeld. Dans cette collection, nettement plus moderne et agressive, le designer allemand poursuit l'élaboration de sa *skindress*, cette robe seconde peau qu'il a si bien vendue aux États-Unis. Le printemps prochain, Lagerfeld taille ses robes stretchs en banderoles horizontales ou diagonales qui s'enroulent sur les côtes.

Une collection taillée près du corps, donc, et aussi colorée. Jusqu'ici fort entiché de la mode en noir et *black*, Lagerfeld s'intéresse aujourd'hui au monde des couleurs : rouge, marron, banane, vert lime, rose pâle, orange, etc.

Fidèle à son habitude, Lagerfeld, le roi du gadget, a truffé sa collection d'accessoires excentriques. Au programme pour la saison estivale, des immenses postiches-toupets qui remontent en l'air, des sandales à talons aiguilles en plastiques transparents, des bracelets aux pieds, du vernis à ongles de couleurs différentes sur chaque doigt, des longues boucles d'oreilles et des sautoirs.

Dans le communiqué, tout en rimes, on parle ainsi de cette collection rappelant à plusieurs égards les belles années de *Saturday night fever*.

« La mode redevient plus aigüe, comme le montre l'épaule pointue qui ressemble à l'accent aigu. Le galbe de la poitrine est doux, moins de structure et plus de flou. Les découpes restent savantes donnant une expression à la fois sévère et galante. »

### Chanel

Le clou des collections à Paris, c'est toujours Chanel. Avant même de franchir la première barrière, on sentait déjà la fébrilité dans l'air. Les gens se bousculaient à l'entrée en brandissant d'une main leur carton d'invitation et, cachée sous l'autre bras, leur caméra afin de copier quelques modèles. Tous les paparazzis s'étaient braqués devant la chaise réservée à Madonna, mais celle-ci a préféré briller par son absence.

Pour le printemps 95, Karl Lagerfeld a fait un astucieux mélange entre ancien et nouveau, business et showbusiness. Il y avait effectivement pour tous les goûts dans cette collection pleine de rebondissements. On retrouvait aussi bien le look classique Chanel pour les madames bien comme il faut (tailleur tweed et chaînette) que le style dynamique et sexy qui a relancé la maison il y a plusieurs années. Toutes les longueurs étaient au programme du défilé, histoire de plaire à tout le monde et de diversifier la clientèle.

« Cette collection se veut un hommage à Monte Carlo », a dit le designer en coulisse.

Lagerfeld, qui a le sens du spectacle, a mis cette fois-ci l'emphase sur le G-string, qu'il intègre à toutes les saucés sous des jupes fendues très haut sur la cuisse ou encore ouvertes sur le devant. Pour habiller ses petites culottes, le designer les décore de paillettes ou, en version plus classique, les taille dans le même tissu que le tailleur.

Pour la saison estivale, Lagerfeld a souvent coupé ses vestes sous les seins pour en faire ainsi des spencers puis a remonté la taille en haut du nombril, ne laissant qu'un filet de peau entre les deux pièces de vêtement.

Toujours dans la même ambiance dénudée, on retrouvait aussi beaucoup de micros maillots de bain dans une gamme de couleurs pétaradantes. Des tenues seconde peau adressées spécialement aux top model.

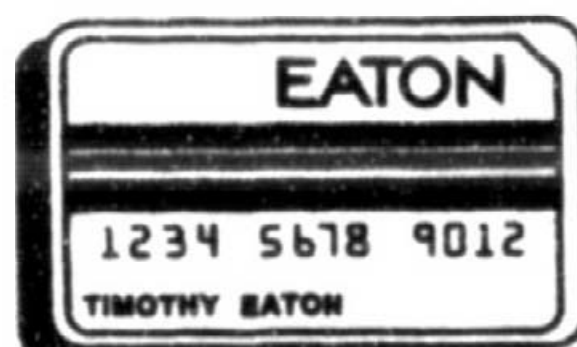
L'événement  
plein air  
Eaton

SEULEMENT  
5  
JOURS!

20%  
DE RABAIS\*  
VÊTEMENTS  
D'EXTÉRIEUR,  
bottes d'hiver et gants  
pour hommes, femmes et enfants

\* Sauf pour les modèles de la Solderie des manufacturiers, les vêtements Towne et London Fog, les articles du rayon des sports ainsi que la marchandise déjà offerte à prix réduits. La sélection peut varier d'un magasin à l'autre.

En vigueur jusqu'au dimanche 30 octobre.



EATON

Argent remis si la marchandise ne satisfait pas

# Une des plus importantes collections de fourrures au Québec

- Styliste sur place
- Manufacturier établi depuis 35 ans
- Cuir ■ Agneau renversé
- Pelisse ■ Cachemire

**Gérard Samuel**  
FOURRURES

1460, boul. Le Corbusier, Laval  
Tél.: 681-1618



# L'ACQ passe en revue 322 jouets

DANIELLE BONNEAU

L'Association des consommateurs du Québec lançait hier sa revue *Jouets 95*, dans laquelle elle présente 322 jouets. Parmi les quelque 200 nouveautés se trouvent 19 cassettes vidéo.

Chaque jouet a été testé par quatre ou cinq familles et a été évalué selon des critères bien précis. Huit jouets ont remporté un sceau d'excellence et trois, des prix poubelle.

Les jouets qui ont eu la cote d'amour : Gourmand de Fisher-Price (10 mois et plus), Animateur/grenouille de Fisher-Price (2 à 7 ans), Duplo/Toooolo-camion à benne basculante de Lego (3 à 6 ans), Bizzy/Wikki Stix de Chieftain (4 à 10 ans), Smart Start Basic de VTech Electronique (4 à 7 ans), Crayola/Sceau à moulage (5 ans et plus) et Crayola/Jazzy/joyaux scintillants de Binney & Smith (8 ans et plus) et Quarto! de Gigamic (8 ans et plus).

Les valeurs sûres « Ce sont toujours des valeurs sûres qui remportent des sceaux d'excellence, constate Guyline Bergeron, rédactrice de la revue. Il y a des jeux de bricolage, des jeux de construction, un jeu de société et un ordinateur. Celui-ci est un peu plus pédagogique, mais les enfants se sont beaucoup amusés avec lui. Ce qui est très important. »

Les parents ne devraient pas s'arrêter uniquement aux jouets



PHOTO PIERRE MCCANN, La Presse

Ce sont toujours des valeurs sûres qui remportent des sceaux d'excellence. Des jeux de bricolage, des jeux de construction, un toutou, une lampe de poche, un jeu de société et un ordinateur ont ainsi été primés cette année.

qui ont gagné un prix d'excellence, insiste Mme Bergeron.

« Il faut considérer les goûts de nos enfants. Les jouets qui

ont une cote 4 ou 5 représentent quand même d'excellents achats. »

Trente-quatre p. cent des nou-

veautés ont obtenu la cote 5 (recommandé), 29 p. cent, la cote 4 (bon), 22 p. cent, la cote 3 (moyen) et 9 p. cent, la cote 2 (faible).

Vingt-cinq p. cent de tous les jouets évalués coûtent moins de 15 \$, 40 p. cent sont vendus entre 16 \$ et 30 \$, et 35 p. cent coûtent plus de 31 \$.

Le Power Morpher & Power Gun/Sword des Power Rangers fabriqué par Bandai (4 à 10 ans), Bral 450 de Bres (8 ans et plus) et la cassette vidéo Genesis/Skatin' Skitchin' Hitchin' d'Electronic Arts, de leur côté ont obtenu des prix poubelle.

Les figurines d'action Power Rangers inspirées de la série télévisée du même nom sont hyper populaires, indique Mme Bergeron. En général, elles ont obtenu une cote moyenne.

Six jouets québécois se sont distingués par leur qualité : la poupée Caillou des Éditions Chouette (9 mois et plus), le jeu pédagogique Découvertes de Kédik, des Éditions carrés futes (2 ans et demi à 4 ans) et les jeux de société Safari Yum (Bô-jeux, 5 à 8 ans), Super Bowling (Vari Jeux, 8 ans et plus), Hockey stratégique (Magic Love, 10 ans et plus) et Bobards (Patrick Ovrard, 14 ans et plus).

La revue *Jouets 95* est disponible au bureau de l'ACQ au prix de 3,47 \$ (avec taxes). Elle est également encartée dans l'édition de novembre de la revue *Protégez-Vous*. Renseignements (514) 278-5514.

## IL FAUT LE VOIR POUR LE CROIRE



Fait presque disparaître les bouffissures...les cernes foncés...et même les vilaines petites lignes sous les yeux.

### DÉCOUVREZ LE GEL POUR LE DESSOUS DES YEUX DE CAMOCARE THERAPY®

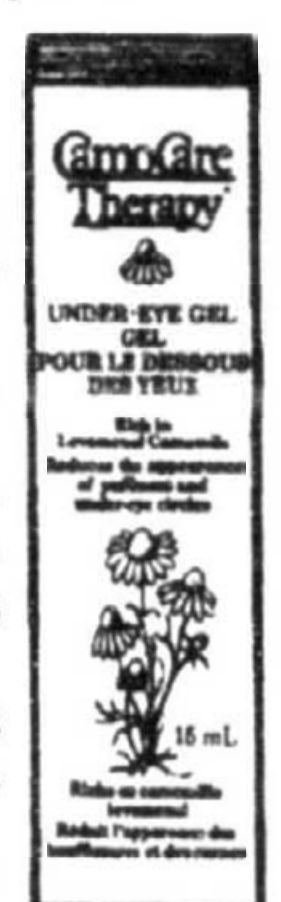
Les gens qui en ont fait l'essai affirment qu'il est plus efficace que les autres marques vendues dans les magasins à rayons...côté moins cher et...contient des ingrédients naturels- aucun produit chimique dur.

Il réduit tellement l'apparence des bouffissures, cernes foncés et rides...vous n'en croirez pas vos yeux!

Il contient un ingrédient exceptionnel breveté, notre camomille le-vomenol qui a la capacité unique d'adoucir et comme par magie, de lisser la peau. Vous sentirez la délicate peau sous vos yeux devenir plus ferme, d'apparence plus lisse et rayonnante d'un air de jeunesse.

Le Gel Pour Le Dessous des Yeux de CamoCare Therapy est disponible dans tous les bons magasins d'aliments naturels suivants.

Pour connaître celui le plus près de chez vous, appelez au 1-800-CAMOCARE poste 106.



- |   |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|
| <p><b>Montréal-Centre</b><br/>Rachelle Béry<br/>505, Rachel E.<br/>524-0725<br/>2510, Beaubien E.<br/>727-2327<br/>Bio Et Cetera<br/>4660, St-Laurent<br/>849-4118<br/>Tau<br/>4238, St-Denis<br/>843-4420<br/>Optimum<br/>630, Sherbrooke O.<br/>845-1015<br/>Kilo Vrac<br/>1366, Ontario E.<br/>525-2215<br/>Le Tournesol<br/>1251, Beaubien E.<br/>274-3629<br/>Aliments IHA<br/>1332, Fiery E.<br/>386-5793<br/><b>Montréal-Ouest</b><br/>Vogel-Normandie<br/>2848, de Salaberry<br/>331-0849<br/>Terra Aliments<br/>naturels<br/>5840, Gouin O.<br/>745-7262</p> | <p><b>Montréal-Ouest</b><br/>Croc Sante<br/>12209, Gouin O.<br/>Pierrefonds<br/>684-2888<br/>Teva<br/>5209, Décarie<br/>486-5542<br/>Santé Nature+<br/>Carrefour Angrignon<br/>LaSalle<br/>595-3437<br/>Optimum<br/>Vogel<br/>337-6853<br/>Vogel<br/>Centre Rockland<br/>739-3441<br/><b>Rive-Sud</b><br/>Tau<br/>6845, Taschereau<br/>Brossard<br/>443-9922<br/>La Miche<br/>e t la Quiche<br/>450, de Montagne<br/>Boucherville<br/>655-6536<br/>Santé Nature<br/>Place Lanquar<br/>463-1804</p> | <p><b>Rive-Sud</b><br/>L'Arti Bouffe<br/>530, Victoria<br/>St-Lambert<br/>465-7010<br/>Au Tournesol<br/>1255, Périgny<br/>Chambly<br/>658-0218<br/>Pleine Lune<br/>145, boul.<br/>St-Joseph<br/>348-8238<br/>St-Jean<br/>348-8238<br/>Centronature<br/>434, Victoria<br/>St-Lambert<br/>923-5720<br/>Santé Nature+<br/>50, Taschereau<br/>La Prairie<br/>659-6451<br/>Le Panier Vert<br/>25, Principale<br/>Châteauguay<br/>699-9769<br/>Kilo Bouffe<br/>390, St-Jacques<br/>Granby<br/>375-6446</p> | <p><b>Rive-Sud</b><br/>Epicerie<br/>Tournesol<br/>511, Sud<br/>Cowansville<br/>263-7857<br/>Naturivrac<br/>420, 2e Avenue<br/>Iberville<br/>358-1151<br/><b>Laval</b><br/>Vogel-Carrefour<br/>Laval<br/>681-0484<br/>Source<br/>de la santé<br/>de la Corcorde O.<br/>667-9729<br/>Le Jardin des Fées<br/>200, boul. Ste-Rose<br/>Sainte-Rose<br/>622-0776<br/>Au Coin Naturel<br/>967, Hôtel-de-Ville<br/>Sainte-Dorothée<br/>889-0416<br/>Clair Matin<br/>1754, des Laurentides<br/>Pont-Viau<br/>975-7696</p> | <p><b>Mère Nature Laval</b><br/>Marché public<br/>Concorde<br/>Duvrigny<br/>975-7564<br/><b>Basses-Laurentides</b><br/>Vogel Place<br/>St-Eustache<br/>473-3891<br/>Boutique Naturiste<br/>du Nord<br/>600, St-Georges<br/>St-Jérôme<br/>438-6666<br/>Santé Soleil<br/>28, de la Gare<br/>St-Sauveur<br/>227-3343<br/>Vogel<br/>St-Jérôme<br/>2112, Labelle<br/>Lafontaine<br/>432-3388<br/>Marché Santé<br/>408A, Principale<br/>Lachute<br/>819-562-1994<br/>Mère Nature<br/>920, Maloney O.<br/>Gatineau<br/>819-561-5036</p> |
|---|--|--|--|--|

## Le restaurant Le Latini présente le "Prêt-à-manger"



Spécialisé en gastronomie italienne pour réceptions au bureau et occasions spéciales à la maison

Lundi, mardi, mercredi et samedi, de 10 h à 19 h  
Jeudi et vendredi, de 10 h à 20 h

Téléphone: 393-3456

Télécopie: 861-8294

Marché gastronomique

Plats prêts au comptoir ou sur commande pour servir au bureau et à la maison.

205, av. Viger Ouest (à côté du Palais des Congrès)

## La boutique Elizabeth

fête l'halloween avec vous

C'est elle qui paiera les taxes du 27 au 31 octobre.



80, av. Laurier Ouest, Montréal 270-0218

## LA JOIE DE L'HIVER GROSVENOR CANADA

présente sa collection 1994-1995

Moderne, distinguée, luxueuse Reconnu mondialement pour sa qualité et ses styles.

Tel que paru dans Vogue de novembre 1994.

Exclusif chez

# GROSVENOR

390-400, boul. de Maisonneuve Ouest, Montréal - (514) 288-1255  
Cartes de crédit acceptées. Lundi au vendredi de 9 h à 17 h - Samedi de 10 h à 16 h.



## Opéra Chang



Natalie Choquette



Simon Chang

en présence du designer de mode Simon Chang avec la participation de la soprano Natalie Choquette

Le mercredi 2 novembre 1994 à 18 h 30  
Musée Juste pour Rire  
2109, boulevard Saint-Laurent

Au bénéfice d'Opéra 18-35, une association créée par La Guilde de l'Opéra de Montréal, afin de faciliter l'accès des 18 à 35 ans à l'opéra

Billets vendus sur réservation seulement

50\$

Renseignements et réservations : 985-2259

La Presse

ARIS ISOTONER

A l'impression

Loca-Musique

TOYOTA

SIMON CHANG

Agence Giovanni

Location Party Time

L'autre façon de s'habiller!

Nos MANTEAUX Loden sont là et nos MICRO LUXE aussi. Importés d'ALLEMAGNE, longs, courts, avec ou sans capuchon.

**RABAIS 20%**  
SUR MANTEAUX SÉLECTIONNÉS

**Miriam Taybak**  
234, av. Laurier Ouest, Montréal 274-7293

Services de massothérapie disponibles

**MAXICOLOR ALAIN CHARBONNEAU**  
1143, boul. de Maisonneuve O. (près de la station de métro Peel)  
Tél.: 288-5275

mon coiffeur coloriste et les avantages du club Maxicolor.

- Entretien de la coloration toutes les 4 semaines à partir de 125 \$ l'an
- Spécialistes de la coloration Produits L'Oréal

Quest de Montréal Plaza Zellers Pointe-Claire 697-9210 Galeries Kirkland 694-2303 Plaza Centennial 684-4541 Plaza Pizza Hut 694-4732

Galerias des Sources 683-3375 Carrefour Dorion 424-0189 Centre de Montréal 1143, boul. de Maisonneuve O. 288-5275 Est de Montréal Place Versailles 493-4662

Laval Promenades Bellefleur 975-1105 Rive-Sud de Montréal Place Greenfield Park 465-9757 Place Jacques-Cartier 442-4816 55, boul. St-Jean-Baptiste Châteauguay 691-8200

## Denis Lavoie

■ Collecte de sacs de couchage pour les sans-abri de Montréal, opération lancée par les magasins Canadian Tire du Grand Montréal et grâce aux concours de nettoyeurs et du Service de police de la Communauté urbaine de Montréal. Pareille opération a déjà été menée à Toronto par le club Rotary, qui participe aussi au ramassage, au nettoyage et à la distribution de sacs de couchage en prévision de la saison froide. La population est donc invitée à apporter ses vieux sacs de couchage aux magasins Canadian Tire. Chatel votre Nettoyeur, les nettoyeurs Daoust et les nettoyeurs Michel Forget feront cause commune pour nettoyer gracieusement les sacs de couchage. Par la suite, les bénévoles des clubs Rotary et les policiers, verront à la distribution aux sans-abri. Ont participé au lancement de cette opération d'entraide, hier : **Robert Blanchard**, porte-parole des marchands Canadian Tire ; **Jacques Duchesneau**, directeur du Service de police de la Communauté urbaine de Montréal ; **Louis Dionne**, président du Club Rotary de Montréal.

vous méfier des gens qui utiliseraient le nom du Réseau enfants retour pour recueillir des fonds. Il est recommandé de téléphoner à la police. Par ailleurs, c'est le 29 octobre, à Place Vertu que se tiendra le Radiothon annuel de cet organisme qui vient en aide aux enfants portés disparus. Le tout sera diffusé à MIX 96.



Constant Nucci

■ Le centre hospitalier de St. Mary célèbre cette année son 70<sup>e</sup> anniversaire de fondation, tout comme l'Association des auxiliaires du centre hospitalier St. Mary, qui a demandé au directeur général de l'hôpital, le docteur **Constant Nucci**, d'agir avec **Elizabeth Nucci**, comme président d'honneur du bal de St. Mary. Cet événement est l'occasion d'assister à la traditionnelle valse père-fille. Le tout aura lieu le vendredi 12 novembre, à l'hôtel Sheraton de Montréal. Renseignements : 345-3031.

commissaires industriels du Québec. Pour décerner cet honneur, le ministre de l'Industrie, du Commerce, de la Science et de la Technologie devait faire son choix entre trois candidats finalistes, les deux autres candidatures retenues étant celles de : **Vincent Alarie**, commissaire au développement économique de la ville de Gatineau, et **Sylvain Thiboutot**, agent de développement rural de la Corporation de développement économique de Kamouraska.

■ Présentation d'une séance exclusive du *Festival international des films publicitaires de Carnes*, par l'Association marketing de Montréal. C'est pour le jeudi 27 octobre, au cinéma Odeon du Complexe Desjardins. Cocktail suivi d'une allocution à 18 h 15, de **Paul Lavoie**, juré canadien catégorie presse et affichage. Coût : 15 \$. Renseignements : 499-1391.

■ L'écrivain québécois **Michel Tremblay** a accepté d'être le président d'honneur du souper-bénéfice du Resto Plateau, restaurant populaire du quartier du Plateau Mont-Royal. Un repas multiethnique sera servi, le tout accompagné de la musique tzigane du trio Pascu Nelu. Il s'agit bien sûr d'une activité au profit du Resto Plateau, et c'est pour le vendredi 28 octobre, 19 h 30, au 5075, rue Rivard. Coût : 25 \$. Renseignements : 287-1949.

■ Soirée-bénéfice de la Fondation pour les enfants diabétiques, qui nous propose de voir la comédie musicale *Guys and Dolls*, du Théâtre lyrique. On nous promet beaucoup de plaisir à retrouver des airs connus. Une réception suivra. C'est pour le jeudi 10 novembre, au Théâtre Centaur. Coût : 36 \$. Renseignements : Fondation pour les enfants diabétiques, 785, rue Plymouth, local 210, Mont-Royal (Québec) H4P 1B3. Tél. 731-9683.

■ Coup d'envoi de la campagne de financement de l'Association de paralysie cérébrale du Québec, en prévision du Téléthon des 4 et 5 février 1995. C'est en effet par la nomination comme président d'honneur du Téléthon d'**André Laveau**, président et directeur général de Krispy Kernels, que la machine vient d'être mise en branle. **André Laveau** doit entreprendre sous une tournée régionale pour sensibiliser la population aux objectifs du Téléthon de la paralysie cérébrale. Il sera en quelque sorte l'ambassadeur de l'Association. Le comédien **Gil-**



André Laveau

■ Le Centre régional d'archives de Lanaudière vient d'élire comme président **Normand Therrien**, qui est également recteur du collège de l'Assomption. Le Centre régional d'archives de Lanaudière invite la population à profiter des services qu'il lui offre. Renseignements : Centre régional d'archives de Lanaudière, 270, boulevard l'Ange-Gardien, L'Assomption (Québec) J0K 1G0. Tél. 589-0233.

■ Le citoyen au coeur de l'environnement estrien, tel est le thème du premier colloque régional « Estrie zone verte », devant avoir lieu le samedi 29 octobre, dans le cadre de la Quinzaine des sciences. Le cinéaste **Frédéric Back**, réalisateur de *L'homme qui plantait des arbres*, est le président d'honneur de cette activité. Comme conférencier, on a invité l'auteur des *Géants des ordures*, **Harold Crooks**, à parler des multinationales des déchets. D'autres conférenciers prendront également la parole, abordant différents aspects de la problématique d'ensemble. Coût : 25 \$. Renseignements : (819) 821-4357.

■ **Daniel Mignault**, directeur général de la Société de développement économique régionale de Granby-Bromont, s'est vu attribuer le titre bien mérité d'Agent de développement économique de l'année. C'est le ministre responsable du développement technologique et des sociétés Innovatech, **Daniel Paillé**, qui lui a décerné ce titre lors du banquet de clôture du congrès de l'Association des

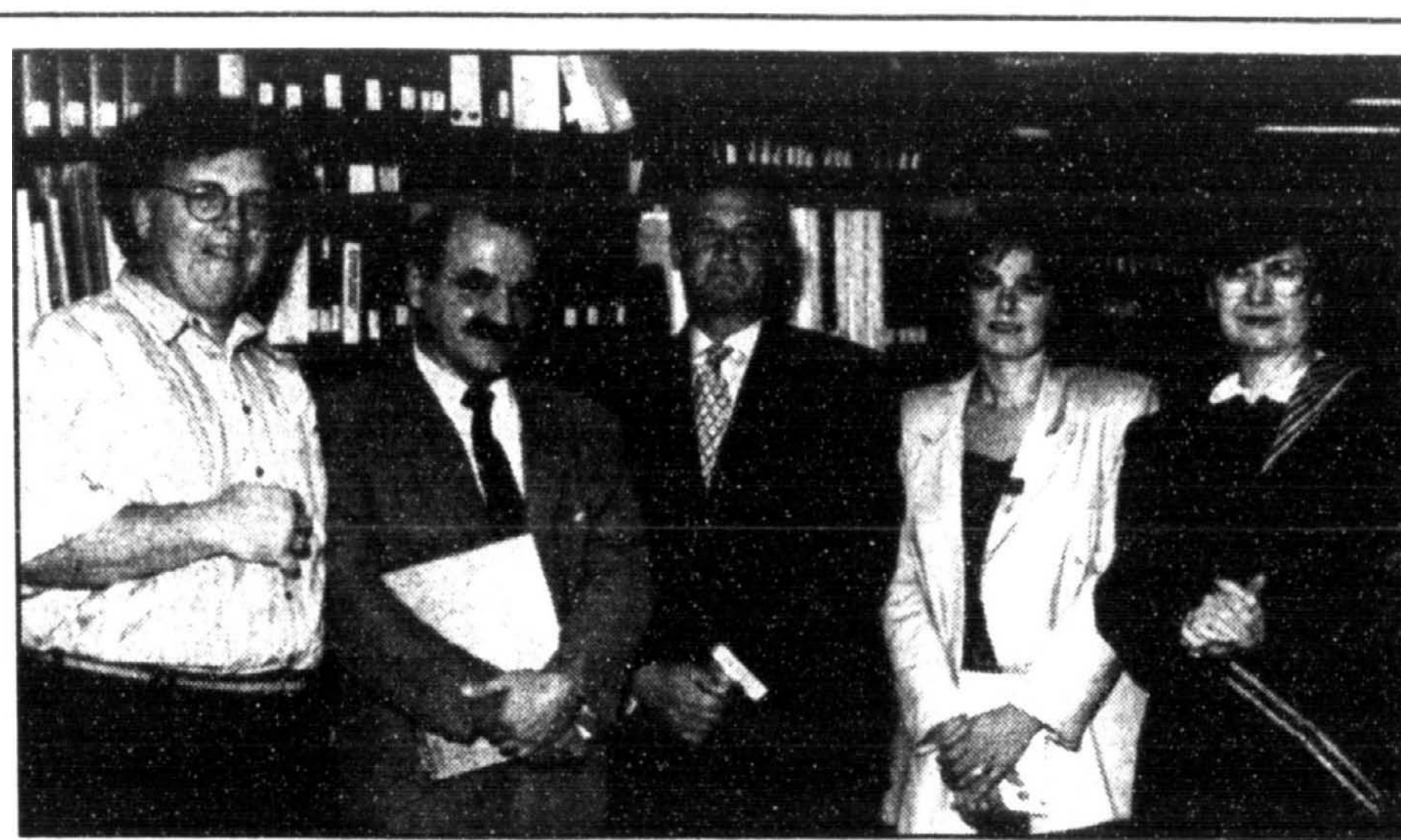


Yves-Marie Morissette

■ C'est un professeur de l'université McGill, qui fut doyen, à 35 ans, de la faculté de droit de cette réputée université montréalaise, **Yves-Marie Morissette**, qui a été choisi pour recevoir cette année la médaille Montpetit. C'est en témoignage de son rôle dans le domaine social, que les Fiduciaires de la Fondation Montpetit ont choisi d'honorer **Yves-Marie Morissette**.

■ Oxfam-Québec a pu accomplir beaucoup grâce à la générosité de donateurs québécois, dont l'un des plus importants est la Fondation Marcelle et Jean Couture. L'équipe d'Oxfam-Québec (dont **Michel Verret**, directeur de projets, **Ginette Forgues** et **Jean-Pierre Charbonneau** du conseil d'administration) a tenu à remercier tout particulièrement la présidente de la Fondation Marcelle et Jean Coutu, **Marie-Josée Coutu**, pour le soutien tangible accordé à l'oeuvre d'Oxfam-Québec.

■ Le Réseau enfants retour Canada avise la population qu'aucune sollicitation, de porte à porte n'est faite en son nom. Des plaintes auraient été faites par des citoyens de Saint-Laurent, Notre-Dame-de-Grâce, Montréal-Ouest, Westmount, Côte-Saint-Luc, et les environs. L'organisme vous avise donc de



## 50 000 \$ pour le cégep du Vieux-Montréal

La Fondation du cégep du Vieux Montréal vient d'attribuer 50 000 \$ à une douzaine de projets. Le montant le plus considérable a été accordé pour l'achat de micro-ordinateurs pour permettre aux élèves de réaliser leurs travaux. Dans l'ordre habituel : **Daniel Fiset**, responsable du projet travail-étude ; **Victor Sheltoyan**, attribution de fonds ; **Laurent Genest**, président de la Fondation ; **Francine Godin**, projet de Jardin d'enfants ; **Suzanne Giroux**, projet micro-ordinateurs.

**bert Lachance** (Chambre en ville) a par ailleurs accepté d'agir comme porte-parole du Téléthon de la paralysie cérébrale. Les compagnies Nabra et Messageries Dynamiques vendront, du 10 novembre au 5 février, des poignées de sac de provision en plastique, au coût de 1,75 \$, et donneront pour chaque vente, 25 cents à l'Association pour son téléthon. Le journal d'arts martiaux *Dragon noir* donnera de même 10 cents pour chacun des exemplaires vendus. Et les Publications La Roche international remettront 75 cents pour chaque vente de jeux de sociétés qui doivent bientôt se retrouver sur le marché.

■ La chanteuse **Marie Carmen** a accepté spontanément d'être la porte-parole de la campagne de financement de Jeunesse j'écoute, un service téléphonique qui bénéficie de l'appui de quatre grands commanditaires nationaux, dont Nestlé Canada. Plus qu'une simple collecte de fonds, la présente campagne commanditée constitue un appel aux jeunes à faire preuve d'authenticité et d'originalité en inscrivant sur un T-shirt ce qui leur trotte pas la tête. L'instigatrice est **Pierrette-Anne Boucher**, psychothérapeute et fondatrice du mouvement jeunesse les Fiers actifs. La compagnie Ault, la Banque de Montréal, Coca-Cola, Pratt & Whitney, Delisle, la Fédération des producteurs de lait, Markel et l'eau de source Naya garantissent le versement de 10 \$ à Jeunesse j'écoute pour chaque T-shirt remis dans les Provi-soir.

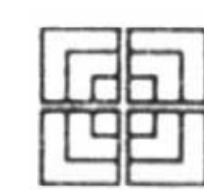


## Centraide

■ De Sainte-Agathe, Val-David, Saint-Jovite et Saint-Donat, les appels fuseront dimanche prochain, alors qu'une soixantaine de bénévoles viendront prêter main forte aux gens de Centraide Hautes-Laurentides, pour recueillir les dons du public lors d'un blitz téléphonique d'une journée. Les caisses populaires Desjardins appuient Centraide Hautes-Laurentides, lui fournissant des locaux dans chacune des municipalités où se déroulera le blitz téléphonique. Cette activité s'inscrit dans le cadre de la campagne de souscription de Centraide Hautes-Laurentides, dont l'objectif est de 50 000 \$. Centraide Hautes-Laurentides finance 22 organismes communautaires.



■ Chez Hydro-Québec, on a plus d'une raison de mettre toutes ses énergies au service de la campagne de financement de Centraide. Le lancement de la campagne dans l'entreprise a donc été un vif succès pour la directrice de cette campagne, **Marie-Lise Beaudoin**, tout comme pour le président et chef de la direction de la société d'État, **Richard Drouin**, qui est au surcroît coprésident de la campagne Centraide du Grand Montréal. Cette année on mise gros à l'Hydro, ou on compte recueillir 1 380 000 \$ auprès du personnel. Le don corporatif sera du même ordre, pour doubler le don des employés et porter à 2 760 000 \$ la somme totale des dons d'Hydro-Québec. **Louis Champagne**, président du Syndicat professionnel des ingénieurs de l'Hydro-Québec et **Jean-Marc Pelletier**, président du Syndicat professionnel des scientifiques de l'IREQ, ont assuré qu'ils contribueraient au succès de la campagne Centraide d'Hydro-Québec. Tout le long du mois d'octobre, 25 chefs de campagne et plus d'un millier de solliciteurs s'activeront pour que soit confirmée à nouveau la générosité notoire des employés d'Hydro-Québec.



## AETERNA-VIE

COMPAGNIE D'ASSURANCE

■ **Claude M. Genest**, président et chef de la direction d'Aeterna-Vie, assure Centraide de son plein concours pour amener les employés de l'entreprise à contribuer généreusement à Centraide. Sous la direction de **Denise** et **Caroline Champoux**, et avec le comité du club social, il a pu organiser un ambitieux projet de campagne pour récolter 5500 \$ chez les 92 employés auquel s'ajouterait un don corporatif de 4000 \$. Pour susciter la participation des employés, on a organisé un concours comportant le tirage d'une semaine supplémentaire de vacances.

## GREENBERG

■ Les magasins Greenberg et Met n'ont pas attendu le début de la présente campagne de financement de Centraide, pour se préoccuper du mieux être des plus démunis. En effet, dès cet été, en juillet, l'entreprise offrait à ses employés la possibilité de porter une tenue décontractée les vendredis en échange d'un don pour les pauvres. Qui plus est, l'entreprise a offert aux employés de renouveler leur garde-robe en achetant des échantillons provenant des magasins. Le tout a rapporté 3735 \$ pour Centraide.

■ L'union fait la force, savent très bien les syndicats, qui font tous cause commune à l'occasion de la campagne Centraide. En effet, les principales centrales syndicales du Québec (Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec - FTQ ; la Centrale de l'enseignement du Québec - CEQ ; la Confédération des syndicats nationaux - CSN ; la Fédération des infirmières et infirmiers du Québec - FIIQ ; et la Centrale des syndicats démocratiques - CSD) appuient la campagne Centraide, et ce sans aucune équivoque. **Clément Godbout** et **Henri Massé**, respectivement président et secrétaire général de la FTQ ; **Lorraine Pagé**, présidente de la CEQ ; **Pierre Paquette**, secrétaire de la CSN ; **Jennie Skene**, présidente de la FIIQ ; et **Claude Gingras**, président de la CSD, ont invité leurs membres à accueillir favorablement la campagne Centraide et à diffuser cet appui par l'intermédiaire de leurs bulletins d'information.

## Natrel

La force du lait

■ Natrel multiplie ses efforts pour aider Centraide à atteindre l'objectif de sa campagne de financement. À sa contribution pécuniaire, l'entreprise ajoute les services d'un des ses employés retraités, **André Poupart**, qui agit comme représentant délégué auprès des différentes entreprises pour la campagne Centraide. De plus, les contenants de lait Québécois de 3,25 pour cent (en format de deux litres) arborent la publicité de Centraide pendant tout le mois de novembre. Quant à la campagne auprès des employés, elle bat son plein jusqu'au 28 octobre. L'équipe de solliciteurs dirigée par **Lucie Gilbert** vise à amasser 15 200 \$ auprès des employés et agents distributeurs de Natrel.

■ Les organismes soutenus financièrement par les dons du public qui sont redistribués par Centraide participent très activement à la campagne Centraide. C'est ainsi que **Lise Larin-Demers** a dû planifier la visite de plus de 350 conférenciers d'organismes du réseau de Centraide dans les milieux de travail, pour expliquer l'oeuvre qu'ils accomplissent. Les donateurs sont ainsi à même de connaître les organismes humanitaires qui bénéficient de leurs dons. On apprend aussi quelle est la clientèle des organismes de Centraide ; quels sont les problèmes qu'ils visent à solutionner, etc.

## 100 000 \$ des employés de la Banque de Montréal

Les employés de la Banque de Montréal viennent de remettre leur contribution annuelle au Téléthon de la recherche sur les maladies infantiles : 100 000 \$. De gauche à droite : **Nicole Ménard-Pérusse**, directrice de la région de l'Est de MasterCard ; **François Cérrin-Lajole**, président du Téléthon ; **Gilles Jarry**, vice-président, Banque de Montréal ; **Maryse Lafleur**, présidente du Comité de la campagne de souscription des employés de la Banque de Montréal.

## Don de 10 000 \$ à Centraide

Le tournoi de golf annuel du Centre d'affaires de l'Est de Montréal de la Banque Royale a permis de recueillir 11 200 \$, somme donnée à Centraide-Lanaudière. On a ainsi fait des dons totalisant 50 000 \$ (à différents organismes) depuis sept ans. De gauche à droite : **J.J. Lachapelle**, Banque Royale ; **André Serurier**, président, Centraide-Lanaudière ; **Simone Éthier**, directrice Centraide-Lanaudière ; **Miville Deschênes**, Banque Royale.

