



ENTREVUE EXCLUSIVE AVEC MICHAEL KORS

Des dizaines de boutiques dans le monde, de Manhattan à Tokyo, de Milan à Dubaï. Des collections de vêtements pour hommes et femmes, sans compter des chaussures, bijoux, sacs à main, montres et parfums. Aujourd'hui, rares sont ceux qui ignorent ce qui se cache derrière les initiales MK. Alors que le designer Michael Kors inaugure sa cinquième boutique au Québec, *La Presse* vous présente un portrait de la vedette américaine. **PAGES 6 ET 7**

SIGNÉ



Purs. Traçables. Canadiens.
LA COLLECTION BIRKS 1879^{MC}



BIRKS

#DIAMANTSCANADIENSBIRKS | BIRKS.COM |   

EXCLUSIF



PHOTO OLIVIER PONTBRIAND, LA PRESSE



SYLVIE ST-JACQUES

Véronique Cloutier est une très belle femme. Cela s'impose comme une évidence objective, quand on la repère brillant de tous ses feux, au milieu d'une fourmilière de modeuses. Le prétexte de ce thé d'après-midi féminin avec assiettes de macarons aux teintes pastel et petits sacs cadeaux? Le lancement de la collection de parfums Jouviance à laquelle elle prête son image et ses souvenirs olfactifs.

Ultraglamour dans une robe noire cintrée d'or, blonde platine et élancée, chaussée de bottes au style du moment, sa personnalité de «fille d'à côté» prend vite le dessus.

«Je sais que je ne suis pas un "pichou", que je projette une image correcte. Mais je me disais aussi: il n'y a pas une entreprise de beauté qui va m'appeler pour faire de la pub. Je suis *cute*, là, mais pas un mannequin!»

Photographiée côte à côte avec l'ex-mannequin Ruby Brown – parfumeuse diplômée de Grasse qui a concocté les trois volets des «Eaux magistrales» –, la muse de Jouviance est d'une jolie toute féminine.

On sait que l'animatrice des *Enfants de la télé* et artisanne de nombreux *Bye Bye* possède un redoutable sens de la répartie, un enthousiasme de meneuse de claqué et un solide talent d'imitatrice. Les auditeurs des *Midis de Véro* (à Rythme FM) ont quant à eux droit à ses confidences quotidiennes sur sa vie de mère et de blonde de Louis.

Mais celle que la télé québécoise a vue grandir et évoluer depuis ses débuts comme VJ à Musique Plus nourrit aussi une passion pour les chiffons, paillettes, escarpins et autres coquetteries.

«J'ai un côté glamour et féminin que j'exploite surtout dans les galas et les émissions de télé. Mais là-dessus, je me situe un peu comme la majorité des femmes: pas une fashionista hyper audacieuse, mais en même temps, je me tiens au courant des grandes tendances», confie cette fidèle aux marques Scotch and Soda et Robert Rodriguez.

Parfum de Véro

On la présume chaleureuse et amicale. Ce qui n'est pas faux, même si la populaire animatrice arrive armée d'un aplomb qui suppose que rien n'est laissé au hasard. Autour d'elle, une garde rapprochée veille à ce que tout se déroule rondement.

«Véro inc.» est une femme d'affaires aguerrie. C'est d'ailleurs le nom du docu-feuilleton sur les coulisses de sa vie professionnelle qui prendra l'antenne de Canal Vie à l'automne. Mais elle rejette en bloc le titre de *superwoman*.

«Je n'aime pas ce mot-là! Ça met une pression qui n'est pas nécessaire. Au cours des dernières années, c'est quelque chose qui a été valorisé, alors que le taux de *burnout* est plus élevé que jamais. On devrait toutes lâcher ça: on fait notre possible, un point c'est tout!»

Pas bionique, mais bien organisée, c'est ainsi que se décrit la plus populaire des animatrices québécoises. «J'ai une super adjointe qui gère mes horaires et répond aux courriels. Et j'ai la même gardienne depuis la naissance de mon premier enfant, il y a 10 ans, qui est carrément un membre de la famille. Et c'est sans parler de Louis, qui est un père et un mari extraordinaire. Si j'arrive à me partager dans diverses activités, c'est parce que j'ai la tête tranquille.»

Il y en a qui, pour décrocher, s'offre un spa ou un cours de yoga. Véro, elle, préfère le magasinage. «Je n'achète pas chaque fois. Mais juste marcher dans les boutiques, ça me fait décrocher. C'est un moment où je suis seule avec moi-même.»

TRIOLOGIE PARFUMÉE



L'ex-mannequin et fondatrice de la parfumerie Essence Workshop, Ruby Brown, s'est inspirée des souvenirs olfactifs de Véronique Cloutier pour composer les trois Eaux magistrales de Jouviance: *Intense*, *Sensuelle* et *Vive*. Voici nos impressions.

Intense

Pommes et patchouli sont les éléments dominants du parfum. Comme le suggère son titre, le résultat est un arôme puissant, chaud et sucré.

Sensuelle

Un bouquet floral de tubéreuses et de violettes compose cette fragrance très printanière. À la fois subtile et très classique.

Vive

Pimpant et dynamisant, cet accord allie la bergamote et le galbanum dans une composition qui entend évoquer l'orange et l'herbe fraîchement coupée.

LE CHIC SELON...

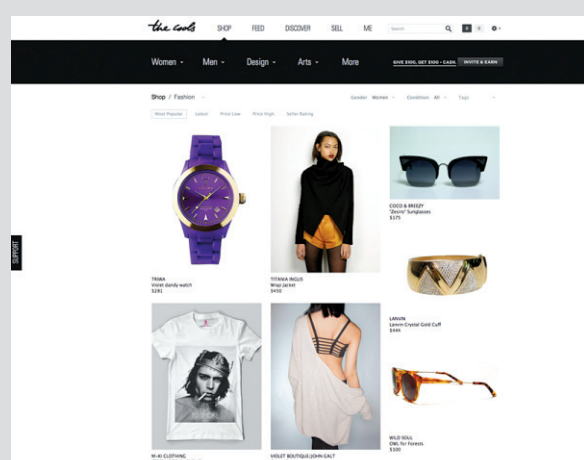
VÉRO

«Une attitude, une façon de porter le vêtement, quelque chose de très assumé. Chez les personnalités d'ici, Andrée Lachapelle est un modèle de beauté, de grâce et d'élégance.»



Techno, mais pas trop

Joëlle Paquette, collaboration spéciale



SERVIR LE CULTE DU COOL

Vitrine pour les marques émergentes, The Cools est un site au design épuré dont les pages sont remplies de (très) jolis objets. En devenant membre, on devient comme un conservateur de musée: on peut découvrir et faire découvrir des designers à la communauté. The Cools, lancé il y a moins d'un an, n'a qu'un seul mandat: servir le culte du cool.

Ce réseau social new-yorkais, imaginé par l'entrepreneur français Olivier Van Themsche, met en contact les designers et leur clientèle, un peu à la manière de son

homologue Fancy. Regroupant des centaines de vêtements, d'accessoires, d'articles déco et d'œuvres imprimées, photographiées ou peintes, The Cools nous invite à contempler pendant des heures les créations des derniers venus qui font du beau.

Tous les articles sont accompagnés de deux pastilles: *cool* et *buy*. En cliquant sur la première, on partage automatiquement notre trouvaille sur notre mur... Et le *cool* se répand comme une trainée de poudre. Un petit plus: tous les vendeurs sont triés sur le volet par l'équipe de

The Cools. On évite ainsi de nager en plein océan d'objets à l'esthétisme parfois douteux.

Pour mieux connaître les artistes derrière les marques, on se rend dans la section «magazine». Et si on souhaite être accompagné dans notre exploration du *cool*, on parcourt les profils des «conservateurs» invités, majoritairement des blogueurs venant des quatre coins de la planète.

thecoools.com

CHIC! AILLEURS

ARCHITECTURE/ZAHA HADID

MODIFIER
L'HORIZON
DE LA CHINE

renseignez-vous sur
le seul
et unique

BOTOX
Cosmétique

(onabotulinumtoxinA injectable)

BOTOX COSMÉTIQUE® est un produit unique en son genre et une marque déposée. Pour vous assurer qu'il s'agit bel et bien de BOTOX COSMÉTIQUE®, demandez-le par son nom, tout comme des millions de gens le font.

Pour rechercher un médecin qualifié, visitez le site botoxcosmetique.ca.

BOTOX COSMÉTIQUE® est une marque déposée d'Allergan inc. Tous droits réservés. © 2013 Allergan inc.

Depuis quelques années, Zaha Hadid redessine la Chine de demain. Après l'Opéra de Canton, le centre d'art de Chengdu et des centres commerciaux à Pékin et Shanghai, la « starchitecte » d'origine irakienne a récemment posé sa marque sur le Galaxy SOHO, un vaste complexe au design futuriste qui semble tout droit sorti d'un film de science-fiction.

EMILIE LAPERRIÈRE
COLLABORATION SPÉCIALE

Même selon les normes de Pékin, le complexe de béton a de quoi impressionner. Lors de l'inauguration en octobre dernier, Zaha Hadid a dit s'être inspirée des dunes, rivières et autres caractéristiques naturelles du paysage chinois pour concevoir le projet. Le résultat? Quatre bâtiments fluides en forme de dôme, tout en courbes, reliés par des ponts aux formes organiques.

Pour Zaha Hadid et son armada d'architectes – elle en emploie plus de 350 –, la complexité résidait dans les dimensions du bâtiment: 330 000 mètres carrés d'aluminium et de verre isolé. Il fallait « trouver une nouvelle façon de créer une grande masse, puis de la briser. Un peu comme prendre un rocher et le découper, avec des strates et des lignes de contour comme une chaîne de montagnes », a expliqué la maître d'œuvre du projet. Pari gagné puisqu'en regardant rapidement l'édifice composé de volumes distincts, on pourrait croire la façade en mouvement.

Au rez-de-chaussée, les grandes cours intérieures sont le reflet de

l'architecture chinoise traditionnelle, avec des espaces ouverts en continu. Puis, les commerces occupent les trois étages inférieurs, tandis que les espaces de bureaux sont aux suivants. Au sommet, bars et restaurants permettent de profiter d'une vue panoramique sur la ville.

L'édifice de 15 étages a reçu la certification LEED Argent pour ses différentes caractéristiques vertes, comme l'utilisation de l'éclairage naturel et son enveloppe étanche qui retient la chaleur.

Entre Hadid et la Chine, c'est l'amour

L'architecte irakienne n'en est pas à ses premières armes en Chine – ni dans le reste du monde d'ailleurs. Le pays occupe une place importante dans le cœur de Zaha Hadid depuis son premier voyage en 1981. Sa firme est ainsi engagée dans plus de projets en Chine que nulle part ailleurs.

En octobre, devant plusieurs milliers de Chinois, elle a affirmé: « Nous avons toujours pensé que nous pouvions faire quelque chose d'extraordinaire ici. Maintenant, c'est le bon moment, et c'est le bon endroit. »

PRÉCISION

Contrairement à ce que nous avons écrit dans l'article « Tailles plus: vêtements stylés recherchés » (cahier Chic! du 16 mars dernier), la maison Chanel offre des tailles qui vont jusqu'à 20 ans pour certains modèles de sa collection ordinaire, mais la maison de couture n'a pas lancé de collections spécialement conçues pour les tailles fortes. Toutes nos excuses.

Photo principale:
Le Galaxy SOHO, composé de 330 000 mètres carrés d'aluminium et de verre isolé, a été conçu de telle façon qu'on pourrait croire la façade en mouvement

Photo encadrée:
Le bâtiment de 15 étages regroupe des commerces, espaces de bureaux, bars et restaurants.



PHOTO IWAN BAAN

Portrait de Zaha Hadid



Une femme parmi les grands

A 62 ans, Zaha Hadid est l'une des seules femmes à figurer au panthéon des architectes. D'origine irakienne, elle travaille aujourd'hui à Londres, sur des dizaines de projets à la fois.

On lui doit certaines des réalisations les plus audacieuses des dernières années, comme le Centre aquatique des Jeux olympiques de Londres en 2012, le musée Guggenheim de Taïwan, les tours Signature de Dubaï ou encore le musée Riverside de Glasgow.

En 2004, elle a été la première femme à recevoir le prestigieux prix Pritzker (l'équivalent du Nobel pour l'architecture). La reconnaissance couronne l'une des plus grandes architectes du déconstructivisme, un mouvement qui refuse la trop grande rationalité et l'ordre linéaire de l'architecture moderne.

Bien qu'elle ait longtemps été dédaignée, plus rien ne semble pouvoir arrêter Zaha Hadid, qui a le vent dans les voiles et toujours plus de projets dans ses cartons. *La Presse* l'a questionnée au sujet de son parcours.

Quels sont les défis d'être une femme architecte? C'est un métier très ardu. Peut-être que c'est mon caractère flamboyant plutôt que le fait d'être une femme qui m'a donné une telle détermination à réussir. J'ai toujours été extrêmement déterminée. Maintenant, j'ai un certain succès, mais ça a toujours été un combat. On voit de plus en plus de femmes

architectes établies et respectées, et 50% des étudiants en première année d'architecture sont des femmes. Cela ne signifie pas que c'est facile. Mais au cours des 15 dernières années, il y a eu d'énormes améliorations.

Quel type de projets préférez-vous? Quelle question difficile! Je suis incapable de choisir. Chacun de mes bâtiments représente un nouveau défi. C'est comme demander à un parent qui est son enfant préféré! C'est toujours très gratifiant de voir un projet ambitieux devenir réalité. Après de nombreuses années de travail sur un projet, j'en connais tous les détails. Mais ce qui demeure stimulant, c'est que peu importe combien de temps je dessine et redessine un bâtiment, il y a toujours des moments fascinants et inattendus en cours de projet. Je ne peux pas tout prévoir et j'ai chaque fois un sentiment de découverte.

Vous avez créé des bâtiments partout dans le monde. Avez-vous déjà travaillé au Canada? Oui, j'ai déjà participé à plusieurs concours d'architecture au Canada. J'aimerais beaucoup y construire un projet, un jour.

— Photo Simone Secchetti

ALIEN

Thierry Mugler

www.thierrymugler.com

CHIC! MODE



Le fourre-tout

Totalement *jet-set* et appelant au voyage, ce sac arbore une des tendances fortes de la saison, les rayures.

Fourre-tout Jet Set Saffiano
328\$

LE PHÉNOMÈNE

M I C H A E L

Michael Kors, designer réputé mondialement, vedette incontournable de la mode, ne cesse d'épater et de se diversifier, tout en demeurant simple et accessible. Portrait d'un créateur au style indémodable.



IRIS GAGNON-PARADIS
COLLABORATION SPÉCIALE

Personnalité glamour au mode de vie jet-set, designer acclamé, vedette américaine, Michael Kors a réussi à s'imposer et à durer, depuis les années 80, grâce à un style classique indémodable et un sens aiguisé du marketing.

On est en 1964. Michael Kors, 5 ans, accompagne sa mère, qui se remarie, dans une séance d'essayage. La robe de mariée qu'elle enfle est couverte de petites boucles. « Ce n'est pas si joli, dit-il, c'est trop chargé. » Sentant que l'instinct de son fils est le bon, sa mère demande au couturier d'enlever toutes les boucles sur sa robe. Le jeune Kors venait de signer son premier « design ».

Cette anecdote illustre bien le flair de MK pour la mode et semble précurseur d'une esthétique qui a toujours cherché à faire plus avec moins. « Ce n'est pas un designer qui jette de la poudre aux yeux, contrairement à Marc Jacobs, par exemple, constate Denis Desro, rédacteur en chef mode pour *ELLE Québec* et *ELLE Canada*. Kors a toujours été très fidèle à son style, qui a peu changé au fil des années. Et ce n'est pas un défaut: il propose des coupes simples et classiques, fabriquées avec des tissus luxueux. Sa mode vieillit très bien. On ne fait pas de faute de goût en portant du Michael Kors! »

Les priorités de Kors sont toujours restées les mêmes: créer des vêtements d'une qualité irréprochable mettant la femme en valeur. « Toutes

les femmes qui viennent me voir veulent être élégantes et sexy, et c'est exactement ce que Michael Kors leur offre », illustre Isabelle Gauvin, styliste, qui a déjà habillé plusieurs vedettes québécoises comme Mariloup Wolfe et Anne Dorval. « C'est un designer universel, qui parle autant à la fashionista de 20 ans qu'à la dame élégante de 50 ans. C'est une marque haut de gamme prestigieuse, mais qui est plus accessible que Gucci, par exemple. »

Plus de trois décennies après la fondation de sa société, le designer semble avoir évité les faux pas et son succès ne se dément pas. Seule ombre au tableau: son entreprise s'est placée sous la protection de la Loi sur la faillite en 1993. Si Kors aurait pu en profiter pour réduire ses coûts, il a plutôt préféré rester fidèle à son esthétique. Résultat, il n'a jamais cessé de produire et de créer, et sa société s'est vite remise sur pied.

Icône du mode de vie jet-set, élevé au rang de vedette américaine, MK a su s'imposer en créant une marque de commerce forte, dont il est lui-même l'égérie. « Kors est un phénomène intéressant. Il n'est pas un designer de mode au sens traditionnel, remarque Yin Gao, designer et professeure à l'École supérieure de mode de l'UQAM. Il a un sens très aigu de la mode et il fait un travail formidable concernant le développement de ses produits. Ce n'est pas nécessairement un créateur dont on attend quelque chose de spectaculaire, mais il propose à sa clientèle des classiques et une grande variété, dont des accessoires plus accessibles. Il est déjà le prochain Tommy Hilfiger de la mode américaine. Et il est là pour rester! »

Q et R avec MK

Q: Votre nouvelle boutique, située au DIX30, vient d'ouvrir juste à temps pour accueillir votre collection printanière MICHAEL Michael Kors. Quelles sont vos inspirations pour cette saison?

MK: Le côté *glamour* et décontracté de la côte Ouest. Les couleurs rappellent les terres verdoyantes, le ciel bleu et le soleil rayonnant de la Californie. Ce printemps, la femme californienne est la muse de ma collection.

Q: Quels sont les essentiels de cette collection?

MK: Les rayures, les bracelets et les formes structurées. Si vous me demandiez de choisir cinq pièces incontournables, je dirais: un pantalon à imprimé, des sandales grecques, un fourre-tout blanc ou vert structuré, ainsi qu'un morceau avec des rayures – un sac, une robe ou un haut.

Q: Encore une fois, cette saison, votre collection comprend plusieurs modèles de chaussures, tant plats qu'à talons. C'est important pour vous de proposer une option de rechange au talon haut?

MK: Je crois qu'il y a un temps, un endroit et une personne pour chaque type de chaussure. Ce ne sont pas toutes les femmes qui veulent porter des talons. J'ai toujours dit que c'est possible d'être chic et confortable à la fois... Le printemps et l'été sont les saisons idéales pour être un peu plus *relax*. Une sandale grecque peut être parfaite avec des shorts et un haut, mais elle peut aussi donner un souffle estival à un caftan ou une robe longue.

Q: Lorsque vous créez vos collections, quelle femme avez-vous en tête?

MK: Je ne pense jamais à un seul type de femme. Je crée des vêtements qui peuvent être portés autant par une femme dans la vingtaine que par une dame de 80 ans. J'ai toujours en tête la « vraie » femme, celle qui travaille, a une famille et court d'un endroit à l'autre: de quoi a-t-elle besoin dans son garde-robe? Puis, je m'assure que la qualité est au rendez-vous et que la pièce est facile à porter. J'appelle ça du « luxe pragmatique ».

Q: Vous avez été juge pendant 10 saisons pour l'émission de télé-réalité

Project Runway, un concours de designers. Est-ce que cette expérience vous a influencé?

MK: Mon passage à *Project Runway* m'a appris à être plus empathique et à suivre la règle suivante: édite, édite, édite! L'émission m'a aussi montré qu'il ne sert à rien de douter de soi-même.

Q: Vous avez annoncé à l'hiver votre association à Watch Hunger Stop, une campagne pour contrer la faim dans le monde. Pourquoi cette cause?

MK: Le problème de la faim est une cause qui me tient à cœur depuis longtemps, notamment par l'entremise de l'organisation new-yorkaise God's Love We Deliver. Au cours des dernières années, j'ai voyagé dans le monde et j'ai vu à quel point il était nécessaire d'internationaliser nos efforts. Avoir et montrer de la compassion est une part importante de l'identité d'une personne. J'ai été choyé dans la vie et j'ai les moyens d'aider les autres; je ne peux m'imaginer faire autrement...



Robe soleil

Une robe longue vaporeuse et asymétrique parfaite pour le beau temps, assortie d'un fourre-tout structuré, un des essentiels de la collection printemps-été.

Robe 250\$

Fourre-tout Deneuve Straw 348\$



Tenue tout en confort

Un ensemble qui ose la couleur sans être trop tape-à-l'œil et qui couvre le haut mais dévoile les jambes, pour un look sexy mais élégant.

Haut 125\$

Shorts 125\$

KORS



PHOTOS FOURNIES PAR MICHAEL KORS

Les lunettes Aviateur

Ce sont les lunettes fétiches du designer : il les a toujours sur le nez ! Pas étonnant qu'il en propose plusieurs variations dans ses collections, année après année. Tout simplement indémodables.

Lunettes Aviateur 110\$

Les sandales grecques

Cette sandale d'inspiration grecque donnera un air d'été à vos looks préférés.

Sandales Joséphine 198\$



Le bracelet

Les bracelets occupent une place de choix dans la nouvelle collection printanière. À la fois raffiné et discret, il ajoute une touche chic à n'importe quel look.

Bracelet Tortoise 165\$



MK au DIX30

Ouverte fin mars dans la nouvelle destination chic du DIX30, Le Square, la boutique Lifestyle de Michael Kors propose un amalgame de vêtements et accessoires portant la signature du designer. S'y côtoient des accessoires de la collection luxueuse Michael Kors, une sélection de parfums ainsi que plusieurs collections de la marque plus accessible MICHAEL Michael Kors, tels les sacs à main, chaussures, lunettes de soleil, montres et, bien sûr, la collection de prêt-à-porter. Campée dans un local de plus de 3000 pieds carrés, la boutique évoque la culture *jet-set*, *glamour* et sophistiquée véhiculée par le designer, avec ses meubles arborant l'imprimé zébré et d'imposantes photos à l'esthétique *vintage*.

MK en 10 dates

1959

Naissance de Karl Anderson Jr à Merrick, Long Island, New York, de Joan Krystosek, mannequin, et de Karl Anderson, étudiant.

1964

Remariage de sa mère à Bill Kors, entrepreneur, qui adopte le jeune Karl. Comme il change son nom pour Kors, sa mère lui permet aussi de changer de prénom. Il choisit Michael.

1977

Entrée au Fashion Institute of Technology de New York, qu'il quittera neuf mois plus tard pour devenir designer au Lothar's.

1981

Création de sa société, Michael Kors.



PHOTO NORMAN WONG, MK

1984

Premier défilé.

1997

Entrée dans le radar de la mode européenne, en devenant le premier designer de prêt-à-porter féminin pour la maison française Céline.

2000

Ouverture d'une boutique sur Madison Avenue et lancement de sa première fragrance, Michael.

2004

Lancement de MICHAEL Michael Kors, collection de vêtements à prix abordables. MK devient juge pour la télé-réalité américaine *Project Runway*.

2008

Ouverture de sa première boutique européenne à Milan.

2011

Célébration des 30 ans de son entreprise.

MK et les stars : une histoire d'amour

Pour Kors, un vêtement est réussi s'il met celle qui le porte en confiance. Pas étonnant que les célébrités revêtent souvent ses créations sur le tapis rouge. « Les gens diront que les vedettes sont toujours bien dans leur peau, mais soyons sérieux : lorsque les caméras pourchassent nos moindres mouvements, c'est pire que tout ! J'ai vu beaucoup de femmes porter du Michael Kors dans des moments de vulnérabilité », a-t-il déjà déclaré.



PHOTO AFP

Aux Golden Globe Awards de 2004, Jennifer Lopez a porté une robe jaune vaporeuse à dos ouvert Michael Kors.



PHOTO AP

Heidi Klum, hôtesse de *Project Runway*, alors enceinte, a porté une robe rouge drapée MK aux Emmy en 2006.

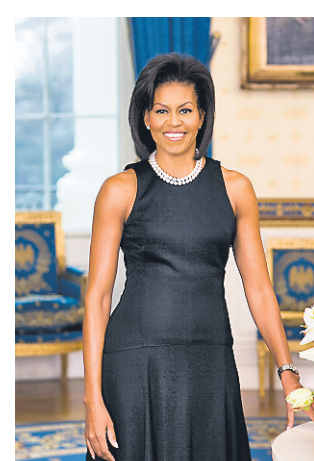


PHOTO AP

Est-ce que Michael Kors a volé le cœur de Michelle Obama ? Pour son premier portrait officiel à la Maison-Blanche, en 2009, la première dame a revêtu une robe noire rehaussée d'un collier de perles. Cette année, lors de la réception pour célébrer l'investiture du président Obama, elle portait une robe noire à paillettes créée par le designer.



BEAU TEMPS MAUVAIS TEMPS

ELLE EST À L'AISE
SUR TOUTES LES ROUTES.

Caractéristiques

DE SÉRIE

- Traction intégrale symétrique à prise constante Subaru
- Système de traction intégrale symétrique à prise constante Subaru
- Moteur BOXER SUBARU de haute performance
- Système de contrôle de la dynamique du véhicule et système de contrôle de la traction
- Jantes en alliage d'aluminium de 17 po
- Longérons surélevés pour galerie de toit
- Connectivité pour téléphones mobiles Bluetooth®, à activation vocale

EN OPTION

- Transmission CVT Lineartronic® (transmission à variation continue) avec mode manuel, pour un rendement énergétique remarquable.

XV CROSSTREK 2013

À l'achat au comptant à partir de

26 205\$*

Transport et préparation inclus, taxes en sus
Financement et location disponibles



JAPONAIS ET PLUS ENCORE!

Association des concessionnaires Subaru du Québec | www.quebec.concessionsubaru.ca



XV CROSSTREK
Économie d'essence (l/100 km)^Δ
CVT Lineartronic[®] | Ville 8,2 / Route 6,0
5MT | Ville 8,9 / Route 6,7
Indice d'octane recommandé : 87
Données estimatives

MEILLEUR CHOIX SÉCURITÉ*



Subaru est le seul constructeur à recevoir une mention « Meilleur choix sécurité » de l'IIHS pour tous ses modèles, et ce, pour une quatrième année consécutive.

XV CROSSTREK 2013



SUBARU

Confiance et évolution

* À l'achat au comptant à partir de 26 205 \$, taxes en sus, pour la XV Crosstrek 2013 (DX1-TP), à transmission manuelle. À l'achat, les frais de transport et de préparation (1 595 \$) ainsi que les taxes sur le climatiseur (100 \$) et sur les pneus neufs (15 \$) sont inclus. Le concessionnaire peut offrir un prix moindre. Δ Cote de consommation d'essence établie par Ressources Naturelles Canada de 6,0/100 km (route) pour la XV Crosstrek 2013 équipée de la transmission automatique à variation continue et dotée d'un réservoir d'essence d'une capacité de 60 litres. Les données de consommation de carburant devraient être utilisées à seule fin de comparer des véhicules. La consommation de carburant réelle variera selon les conditions routières, les habitudes de conduite et la charge du véhicule. † Une cote « Bien » constitue la meilleure cote possible aux quatre tests de collision frontale à chevauchement modéré, latérale, arrière et de capotage réalisés par l'Institut des assureurs américains (IIHS) (www.iihs.org). Pour mériter la mention « Meilleur choix sécurité 2013 », un véhicule doit obtenir la cote « Bien » aux quatre tests. Pour plus d'information sur ces offres, voyez votre concessionnaire Subaru participant. Photo(s) à titre indicatif seulement. Les spécifications techniques sont sujettes à changement sans préavis.