

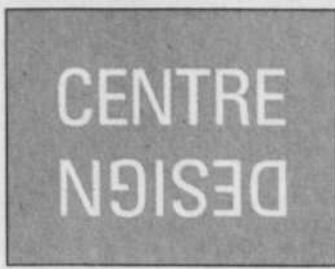


# SAMEDI



## BOUFFE ET MALBOUFFE

Les paradoxes de la modernité  
Page 4



## DESIGN

Le voyeurisme conceptuel  
Page 5



## SAVEURS

Les étoiles filantes de Holbox  
Page 6

## T O U R I S M E



Le jacuzzi intérieur au Spa détente du manoir du Lac William.

SPAS RELAIS SANTÉ

# Spa l'évasion détente

En Belgique, la ville de Spa vit depuis longtemps de ses eaux thermales. Elle doit son nom aux Romains qui s'y connaissaient en la matière : *sanitas per aqua*, ou « la santé par l'eau ». Décliné de diverses façons autour du globe, le phénomène des spas gagne sans cesse en popularité. Qui, en effet, n'aime pas se faire dorloter, quand au surplus la santé y gagne au change ?

NORMAND CAZELAIS

**S**elon une étude réalisée par la firme Pricewaterhousecoopers en 2002, les spas représentaient le segment de marché accusant la plus forte croissance au Canada et y constituaient le premier choix pour les dépenses en loisir. Rien n'indique que la tendance ait changé. À la même époque, les spas en Amérique du Nord devançaient les centres de ski et les propriétés en temps partagé (*time-sharing*) pour les revenus générés (5,3 milliards de dollars), se classant aux États-Unis juste derrière les salles de cinéma qui enfournaient, elles, 7,5 milliards de dollars.

Le Québec n'est pas en reste. Il y aurait aujourd'hui une centaine d'établissements qui dispensent ce type de services. Un sondage mené au tournant du millénaire par l'Association des relais de santé confirmait un intérêt grandissant, notamment auprès des consommateurs les plus instruits (42% de la clientèle détenait un diplôme universitaire) et des mieux nantis (30% avaient des revenus annuels supérieurs à 50 000 \$).

Fait qui a son importance, le secteur des vacances-santé est celui qui crée le plus d'emplois par rapport aux investissements consentis : dans un relais santé, les salaires absorbent en moyenne entre 40 et 50% des dépenses reliées aux opérations.

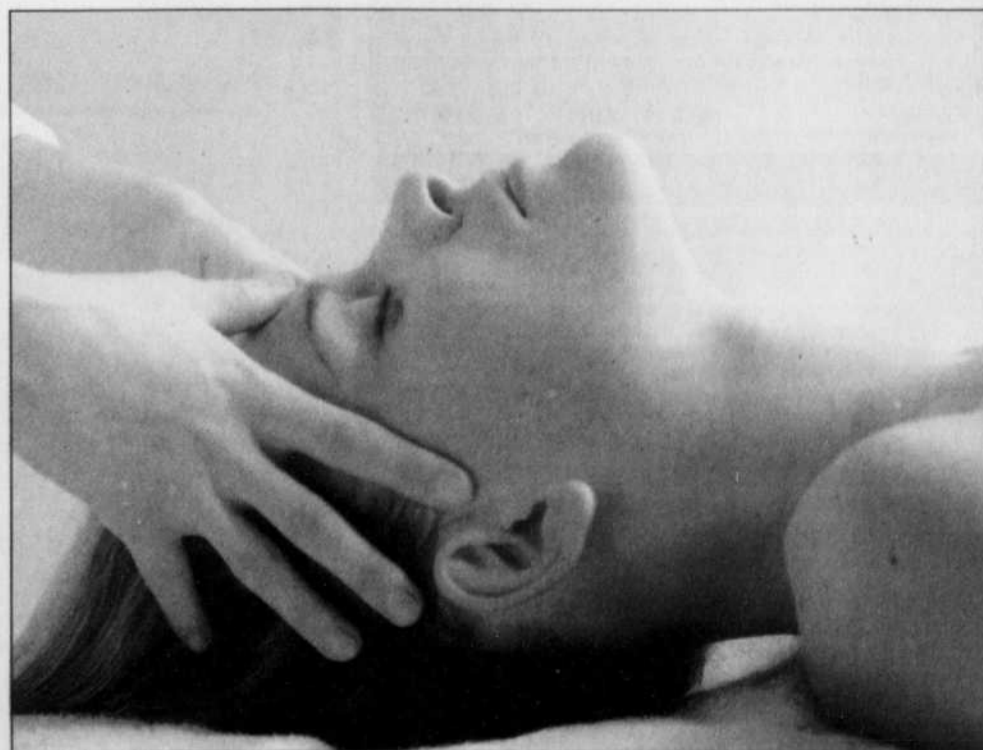
En quelques décennies, l'évolution s'est accélérée. On est loin aujourd'hui des lieux de cure traditionnels à l'européenne qui ont eu, eux aus-

si, à s'adapter pour satisfaire l'émergence de nouvelles attentes. Aux États-Unis, les spas ont confirmé la dominance de la remise en forme, ou du *fitness*, même si celui-ci s'est tempéré par des activités davantage alignées sur la relaxation.

Le Québec, pour sa part, se situe entre ces deux univers. Entre la volonté thérapeutique et le diktat de la minceur, il a plutôt privilégié, observe Claire Levasseur, directrice générale de Spas Relais Santé, « une approche axée sur la détente, plus personnalisée en fonction des besoins et des goûts des clients ».

Né en 1993, ce regroupement a cherché, dès le départ, à donner un sceau de qualité à une sphère d'activité en plein essor, où il était difficile de séparer l'ivraie du bon grain. Une tâche qui reste largement à accomplir, si l'on en croit Claire Levasseur : « Ce secteur demanderait d'être mieux structuré, plus réglementé. Sauf pour l'esthétique, où il existe un programme de formation en collaboration avec le ministère de l'Éducation, il n'y a rien du genre pour les massothérapeutes et autres professionnels. Pourtant, c'est un minimum pour donner un réel sentiment de sécurité aux clients. »

D'où le vaste effort de l'organisme pour valoriser la certification, une « question très importante ». Et de poursuivre : « Il est significatif que la Commission canadienne du tourisme ait récemment mis sur pied un comité de travail pour assurer le développement et la commercialisation du tourisme de santé. Cette reconnaissance, en quelque sorte, demande à chacun de resserrer les exigences. Chez nous, pour obtenir la certification,



Un massage à l'auberge du Lac Taureau.

AUBERGE DU LAC TAUREAU

il faut avoir du personnel diplômé. La qualité des services est à ce prix. »

Les temps changent. Les influences vont en tous sens et s'interpénètrent. Pendant des millénaires en Chine et en Inde, la médecine séculaire a valorisé le massage pour à la fois soigner et détendre. En Thaïlande, le massage des pieds est resté un art : dans les rues, il n'est pas rare de trouver des échoppes où, pour quelques bahts,

une personne familière avec les méridiens du corps affluant vers la plante des pieds remettra d'aplomb un passant.

Massage suédois, fangothérapie, techniques énergétiques, réflexologie, douche affusion : les voies du bien-être, surtout en vacances, sont multiples, n'est-ce pas ?

VOIR PAGE D 3 : DÉTENTE

## SAMEDI

## TOURISME

DEPUIS PLUSIEURS ANNÉES DÉJÀ, TOURISME MONTRÉAL TENTE DE VENDRE LA VILLE SOUS L'ANGLE DE L'EXPÉRIENCE TOURISTIQUE. MAIS COMMENT ÉVALUER CETTE EXPÉRIENCE ?

VOYAGES

## L'expérience touristique

Fondamental en tourisme, le concept d'expérience évolue beaucoup par les temps qui courent. À preuve, une toute récente étude qu'a lancée Tourisme Montréal en collaboration avec quelques partenaires.

Mais, avant d'aller plus loin, revenons sur l'incendie qui a ravagé le cœur de Pointe-du-Lac, près de Trois-Rivières. Le feu, la mort y ont pris leur lot de victimes. Ils ont aussi rayé de la carte un patrimoine bâti qui avait ses qualités. Parmi les bâtiments détruits figure la boulangerie Guay.

Ironie du sort? Les médias nous ont appris que ses propriétaires avaient procédé, il n'y a pas si longtemps, à d'importants travaux pour lui redonner son lustre d'antan. Si vous avez quelque peu fréquenté cette région, vous avez sans doute connu l'établissement: ses fêtes au lard, ses tartes et beignets avaient largement dépassé les limites de la paroisse, comme on disait naguère. De partout, on s'y arrêtait, «même des États-Unis», m'avait un jour confié un pâtissier.

Car, au-delà des vertus culinaires des produits qu'on y vendait, ce commerce valait le détour à cause de l'expérience qu'on y vivait. Devant le fleuve, il avoisinait quelques belles maisons ancestrales, de vieux édifices appartenant à des communautés religieuses, une église et une chapelle, un moulin seigneurial transformé en musée.

Quand on y entrait, c'était par l'arrière, c'est-à-dire par la porte donnant sur le stationnement. À l'intérieur, des photos sur les murs, un simple comptoir et une vue directe, immédiate, sur des gens à l'œuvre, tout de blanc vêtus, de pied en cap.

Sans façons, l'un d'eux venait vous saluer en souriant et demandait: «Qu'est-ce qu'on peut faire à votre service?» La personne en question — femme ou homme — pouvait passer de longues minutes à prendre votre commande, à vous décrire les produits exposés à la vente ou à vous parler de son métier. Sans prétention, avec bonhomie et modestie. Ces gens aimaient ce qu'ils faisaient. Et prenaient un plaisir manifeste à ce que leurs clients soient aussi des visiteurs, eux qui se déplaçaient parfois d'assez loin pour faire une halte à la boulangerie.



Normand Cazalais

Dirigeons-nous maintenant vers la métropole, où Tourisme Montréal a annoncé au début de janvier la réalisation, grâce au soutien financier de Tourisme Québec et de la Commission canadienne du tourisme (CCT), d'un «important» projet de recherche portant sur «l'évaluation de l'expérience touristique». Menée par la firme Secor, l'étude veut développer une méthodologie permettant d'évaluer à quel point, aux yeux de ses visiteurs, Montréal correspond, comme destination, au produit à la fois promis et attendu.

«La mesure qualitative et quantitative de l'expérience touristique constitue l'un des aspects techniques de pointe en matière de recherche touristique», a déclaré Michele McKenzie, p.-d.g. de la CCT.

Pour sa part, le directeur général de Tourisme Montréal, Charles Lapointe, a souligné qu'on se doit «de mesurer les résultats des efforts de vente à l'étranger de l'expérience touristique unique» que représente la principale agglomération du Québec: «Il importe de prouver la valeur ajoutée et le retour sur l'investissement de cette démarche pour les partenaires de l'industrie touristique.»

L'étude, d'une durée de trois ans, comporte trois phases. La première, amorcée au printemps 2004, a consisté en une revue de la littérature liée à l'expérience touristique et à l'identification de projets similaires.

La deuxième phase, en cours, devrait permettre l'élaboration de la méthodologie recherchée qui sera testée dans un troisième temps.

Depuis plusieurs années déjà, Tourisme Montréal tente de vendre Montréal sous l'angle de l'expérience touristique. Mais comment évaluer cette expérience? Certes, l'organisme dispose

de certains outils pour mesurer la performance de la destination. Mais, convenons-en, le concept d'expérience réfère à d'autres notions plus difficiles à soulever. D'où l'intention d'en arriver, au terme de l'étude, à un «index d'expérience», baptisé pour ce faire l'Index d'expérience, «exportable» à d'autres destinations canadiennes et apte à calibrer l'expérience touristique selon notamment quatre champs (le divertissement, l'éducation, la relation avec le beau et l'évasion).

Une telle approche s'inspire d'un concept, celui dit de l'économie d'expérience, mis de l'avant par deux États-Uniens, Joseph Pine II et James H. Gilmore. Tant son objectif que sa démarche pourraient se résumer dans cette réflexion de sir Colin Marshall, ex-président du conseil de la société aérienne British Airways: «Ce que fait notre compagnie, c'est d'offrir un produit qui dépasse la compétition en proposant une expérience allant plus loin que sa fonction de base, à savoir de transporter des passagers.»

En effet, selon Pine et Gilmore, l'expérience est, de nos jours, une façon différente et particulière d'offrir un service. Dans ce contexte, tout prestataire offre donc davantage qu'un service, toute destination devient davantage qu'une destination: la promesse d'un souvenir qui restera gravé dans la mémoire.

Plus que le produit lui-même, les clients choisissent, croient-ils, l'expérience que la consommation de ce produit leur amènera à vivre. Les termes eux-mêmes changent: les employés deviennent des acteurs, les clients des invités, alors que les entreprises et leurs équipements se transforment en scènes pour que les invités se sentent impliqués et participent activement à l'expérience. Hollywood n'est pas loin...

On comprend qu'il est alors essentiel de bien identifier et comprendre les besoins et attentes des invités, afin de leur proposer une expérience qui soit conforme, sinon supérieure à ces besoins et attentes.

Ce qui n'est pas une mince affaire, surtout si l'on se rappelle que la qualité d'une expérience touristique peut correspondre à l'odeur du pain frais et au sourire d'une boulangère...



GASPÉSIE

## Le berceau et le tombeau de la Nouvelle-France

THIERRY HAROUN

N'en déplaise aux Acadiens et aux gens de Québec, la Gaspésie a été à la fois le berceau et le tombeau de la Nouvelle-France, soit de l'arrivée de Jacques Cartier à Gaspé, en 1534, jusqu'à la déposition de la colonie à l'issue de la bataille de la Ristigouche, en 1760, dans la baie des Chaleurs.

La Gaspésie «occupe une place dans l'histoire de la Nouvelle-France marquée sous le signe de l'indifférence et de la marginalité», écrit l'historien Jean-Marie Fallu, l'auteur d'*Une histoire d'appartenance: la Gaspésie, dernier-né d'une vaste collection traitant des régions du Québec, qui vient de paraître aux éditions GID.*

Cet ouvrage, illustré de 325 épreuves en noir et blanc (plâtoles pour nombre d'entre elles, mais qu'importe) invite le lecteur à voyager au cœur des quelque 6000 ans d'histoire de cette «lèvre inférieure de la bouche du Saint-Laurent», pour reprendre l'expression de l'abbé Maurice Proulx, c'est-à-dire de l'époque du Paléolithique récent à la timide relance de Murdochville en 2003, par le biais de 39 municipalités s'inscrivant dans une logique de découverte du territoire qu'entreprendrait un visiteur contemporain.

M. Fallu note dans son livre qu'au cours du Régime français, les noms de lieux continuent de se rapporter à des éléments de la topographie péninsulaire, ce qui ne manque pas de capter l'attention d'Arthur Buies: «Aucun endroit ne tire son nom d'un village ou d'un saint auquel il est consacré; mais d'une configuration de terrain, d'une petite rivière, d'un souvenir

fortuit, d'un accident et même d'un hasard.»

En outre, Arthur Buies consignera sur papier une réflexion sur l'identité gaspésienne: «On dirait que l'homme est arrivé sur cette terre comme une paille emportée par le vent, qu'il s'est arrêté tout à coup et a planté sa tente sans s'occuper de ce qui l'entourait, ni de son passé désormais perdu dans l'oubli. Dans une pareille contrée, les mœurs sont nécessairement quelque peu dures. Chacun renfermé dans une individualité semi-barbare, a peu de notions de la réciprocité sociale, des égards mutuels.»

Pour sa part, le docteur Jacques Ferron, de passage dans le nord de la Gaspésie dans les années 1940, se liera d'affection avec ce peuple aux mains de labeur: «Il est impossible d'être révolutionnaire dans une riche campagne. [...] La Gaspésie est différente; la misère y est endémique. Je pourrais faire quelque argent, payer mes dettes, mais il faudrait que j'exploite les gens tout comme mes prédécesseurs l'ont fait. Je m'en épargne la bassesse et je demeure du côté des misérables.» Avis aux médecins qui rechignent à l'idée d'aller travailler en région...

Fermons la marche avec une citation (page 70) du prêtre-éducateur Jules Bélanger: «En Gaspésie, la lutte est de rigueur, pour tout et partout. [...] Il faut toujours lutter. Il faut même recommencer des luttes pour des causes déjà gagnées.»

Ce livre est sans prétention, c'est d'ailleurs ce qui fait toute sa richesse. Il parle des vraies choses (la bataille du Saint-Laurent, l'affaire Coffin, l'incontournable grève de Murdochville en 1957, le passage à Percé en 1969 des felquistes et de Jacques Mesrine, notamment), s'adressant ainsi à un large public. À consommer sans retenue.

## HÉBERGEMENT EN RÉGION

POUR ANNONCER, CONTACTER JEAN DE BILLY AU (514) 985-3456 ou 1-800-363-0305 • jdebilly@ledevoir.com

## CHARLEVOIX

**AUBERGE DES EAUX VIVES** Venez vivre au rythme du fleuve et du ruisseau qui bercent l'Auberge. Trois chambres magnifiques avec s.d.b. privées, déjeuners savoureux... un bouquet de délicatesses, d'authenticité, de simplicité. 39 rue de la Grève, La Malbois, Secteur Cap-à-l'Aigle.

www.charlevoix.qc.ca/eauxvives 1-888-565-4808

## SAGUENAY LAC ST-JEAN

**AUBERGE DES CEVENNES \*\*\***  
À l'Anse St-Jean. Aussi classée \*\*\* au guide Voir 2005, cuisine service et décor. Ski au Mont-Édouard. Hautes-Gorges en motoneige, Raquettes, traîneaux à chiens. PAM 55 \$ p. pers.

www.auberge-des-cevennes.qc.ca 1-877-272-3180

## VIEUX-QUÉBEC

**AUBERGE DU TRÉSOR**: La plus vieille auberge en Amérique du Nord, au coin de la célèbre rue du Trésor et face au Château Frontenac. Forfait «romantique» (pour 2 pers.) 1 chambre pour 1 nuit, 2 soupers (table d'hôte gastronomique) accompagnés d'une bouteille de vin, 2 digestifs au choix, 2 petits déjeuners, 1 stationnement pour 1 nuit, 175 \$ pour 2 personnes taxes et pourboires en sus. Forfait «Week-End» aussi disponible.

www.aubergedutresor.com Fax: 1-418-694-0563 • 1-800-566-1876

## CANTONS de L'EST

**AUBERGE QUILLIAMS\*\*\*\***  
Auberge de charme 4 étoiles face au lac Brome, pour des moments magiques et inoubliables. Complètement rénové, 38 chambres et suites, 22 avec foyer. Cuisine raffinée. Carte des vins recherchée. Piscine inf. saunas, bain tourbillon. Nouveau: «Salon des vins» et salon V.I.P. Boutiques et antiquaires à Knowlton à 6 km, un des plus beaux villages du Québec. Près des centres de ski. Plusieurs forfaits disponibles dont: Forfait romantique, ski, Forfait St-Valentin tous les jours de février. Rabais de 20% sur la chambre la 2<sup>e</sup>, 3<sup>e</sup>, 4<sup>e</sup> et 5<sup>e</sup> nuit en forfait sur semaine. Rabais Âge d'Or. Certificats cadeaux. Salles de réunions. C.A.A. 572 Lakeside, Lac Brome, aut. 10, sortie 90, rte 243 sud, 50 minutes du Pont Champlain

www.aubergequilliams.com Réservations: 1-888-922-0404

## RÉGION DE QUÉBEC

**UNE ESCAPADE QU'ON DOIT S'OFFRIR**  
La Chaumière Juchereau Duchesnay à 20 minutes de Québec, un environnement enviable, pour le ski de randonnée, une visite à l'hôtel de Glace produit unique en Amérique du Nord, une table reconnue par le Guide restos Voir.  
\*\*\* UN SÉJOUR BIEN MIJOTÉ \*\*\*  
Forfait à partir de \$ 77.50 par personne en occ: double souper, coucher, déjeuner.  
6050, Rte Fossambault, Ste-Catherine-de-la-Jacques-Cartier, sortie 295 sur la 40, 13 kilomètres de l'autoroute  
Renseignement & réservation: 1 877 875 2751

## La fine fleur des maîtres hôteliers

Caractère Cuisine Charme Calme Courtoisie

**La Pinsonnière | Cap-à-l'Aigle**  
Profitez de notre offre irrésistible 5 pour 3! En effet, séjournez 5 nuits pour le prix de 3. Certaines conditions s'appliquent. Aussi forfait Saint-Valentin Porto et Chocolat valide tout février: 2 nuitées, un petit déjeuner continental servi au lit, un petit déjeuner américain servi en salle, un repas Tentation de 5 services incluant un verre de porto et un fabuleux dessert au chocolat. La grande finale: un massage au chocolat de 50 min. par personne 1 À compter de 315\$/couple/nuit. Autres forfaits sur www.lapinsonniere.com 1-800-387-4431

**Hôtel-restaurant L'Eau à la Bouche | Ste-Adèle**  
Relais & Châteaux de 25 magnifiques chambres - Restaurant Relais Gourmands à Ste-Adèle. Rabais de 50\$ par nuit sur tous nos forfaits jusqu'au 27 janvier 2005. À quelques minutes de toutes les activités hivernales.  
(450) 229-2991 ou 1-888-828-2991.  
www.lesauvalabouche.com

**Hostellerie Les Trois Tilleuls | St-Marc sur le Richelieu & Spa Givenchy**  
www.lestroistilleuls.com  
www.spagivenchy.com

## LANAUDIÈRE

**AUBERGE AUX QUATRE MATINS \*\*\***  
Découvrez une perle dans Lanaudière au cœur de la station de ski VAL-ST-COME. (-15% sur forfait ski journée). En semaine 1 nuit, déj, ski, souper... 108 \$/pers.occ.dble. Pour la détente spa, cinéma, massothérapie et cuisine française... Suites avec bain thérapeutique et foyer. Forfaits romantiques à partir de 220 \$/coup. et certificats cadeaux disp. Auberge en exclusivité pour réunions d'affaires etc...

www.auxquatremins.ca 1-800-929-1932

## LAURENTIDES

**LA SAUVAGINE: Auberge et restaurant / fine cuisine**  
www.lasauvagine.com 1-800-787-7172

## MAURICIE

**AUBERGE LE FLORES\*\*\*\*** Situé à la campagne dans un site enchanteur, offrez-vous un séjour romantique là où la gastronomie, le confort et l'ambiance se côtoient. Profitez d'un forfait «Fin de semaine détente» 297 \$ p.p. en occ. double incluant sauna, massage, enveloppement, bain thérapeutique, pressothérapie, relaxation, 2 couchers, 2 petits-déjeuners, 1 dîner et 2 soupers. Forfait «Galerie» à 201\$/2 pers. incluant souper gastronomique, 1/2 bouteille de vin mousseux, coucher, déjeuner. Lauréat national du prestigieux prix de l'entreprise touristique. Forfait golf et plusieurs autres forfaits dont réunion d'affaires.

www.leflores.com 1-800-538-9340

**AUBERGE SANTÉ LAC DES NEIGES**  
Située sur une presqu'île, ce site en pleine nature vous offre des soins corporels et esthétiques par des thérapeutes professionnels. Nous disposons d'un salon avec foyer, une grande piscine intérieure chauffée, un sauna, un spa extérieur. Nous servons une fine cuisine champêtre. Lauréat régional en Restauration-cuisine, Grand Prix du Tourisme 2002. Salle de réunion équipée. Plusieurs forfaits.

www.aubergesantelacdesneiges.qc.ca 1-800-757-4519

**AUBERGE ST-PIERRE**  
Distinctif... À deux pas de Vieux-Québec et au cœur du Vieux-Port, l'Auberge St-Pierre vous accueille avec ses planchers de bois, murs de pierres et de briques, baignoires à remous, couvertes de duvet et bien plus... Vous y vivrez une expérience unique où le charme d'antan s'allie à la distinction d'un service haut de gamme! Tarif à partir de 129 \$ (petit déjeuner gourmet inclus). Forfaits disponibles.

www.auberge.qc.ca 1 888 268-1017

**HÔTEL MANOIR VICTORIA**  
Situé au cœur du Vieux-Québec, cet hôtel 4 étoiles au cachet européen unique a été complètement rénové en 2003-156 chambres et suites-Restaurant fine cuisine «La Table du Manoir» - Resto bistro «Le St-James» - piscine intérieure-sauna-centre de conditionnement physique - Salon internet-Stationnement intérieur- NOUVEAU - LE SPA DU MANOIR!  
À partir de 105\$ par nuit, en occ. double.  
RENSEIGNEZ-VOUS SUR NOS FORFAITS

www.manoir-victoria.com 1-800-463-6283

## Chalets &amp; Condos

## LANAUDIÈRE

**CHALET D'ÉMÉLIE**  
Lac Piémont à St-Alphonse-Rocheville, chaleureux, confortables, foyer, sur place 50 km de sentier de ski randonnée; raquette 100 hectares de forêt patinoire sur le lac, accès au réseau de motoneige, à proximité ski alpin, super glissade. Promo hiver 05: 2 c.c., dim. à ven., 5 nuitées, randonnées-raquettes/ski à volonté: 400\$

www.chalets-emelie.com 450-883-1550/514-214-1550

**AUBERGE JEAN CYPHOT**  
JOLIÈTE (près de), domaine privé baré par lac Priscout, classé 4 étoiles, tout équipé, 12 c.a.c. et s.d.b., foyer, piano, Week-end 1 200 \$, 2 nuitées semaine 1 000 \$. Ski alpin, de fond et motoneiges à proximité. Pour fêtes ou affaires.

www.aubergejeancyphot.com (514) 973-9242

## MAURICIE

**NOUVEAU EN RÉGION:**  
Chalet 4 saisons grand confort, aux abords du lac St-Pierre, à Trois-Rivières. Activités disponibles: paraski, voile, kitesurfing.

www.multivoile.com 1.866.343.5454

Pour annoncer dans ce regroupement, contactez Jean de Billy au 514-985-3456 : : : : : jdebilly@ledevoir.com

## SAMEDI

## TOURISME

ON EST LOIN AUJOURD'HUI DES LIEUX DE CURE TRADITIONNELS À L'EUROPÉENNE QUI ONT EU À S'ADAPTER POUR SATISFAIRE L'ÉMERGENCE DE NOUVELLES ATTENTES. AUX ÉTATS-UNIS, LES SPAS ONT CONFIRMÉ LA DOMINANCE DE LA REMISE EN FORME, OU DU FITNESS, MÊME SI CELUI-CI S'EST TEMPÉRÉ PAR DES ACTIVITÉS D'AVANTAGE ALIGNÉES SUR LA RELAXATION. LE QUÉBEC, POUR SA PART, SE SITUE ENTRE CES DEUX UNIVERS.

## DÉTENTE



SPAS RELAIS SANTÉ

Le Relaxarium de l'hôtel Le Georgesville, à Saint-Georges-de-Beauce.

## SUIITE DE LA PAGE D 1

## Deux regroupements

■ Spas Relais Santé (211, place d'Youville, bureau 04, Montréal H2Y 2B3, ☎ 514-842-1556, 1 800-788-7594, [www.spasrelaisante.com](http://www.spasrelaisante.com), [info@spasrelaisante.com](mailto:info@spasrelaisante.com)): comprend 15 membres distribués en plusieurs régions du Québec et répartis en trois catégories (relais santé de jour, d'auberge-hôtel, de destination). Obligation d'être certifié, d'adhérer au code de déontologie. Vend *L'ABC* (20,70 \$, y compris les taxes et frais d'expédition), un guide pratique des vacances santé au Canada qui décrit soins et techniques et fait des mises en garde selon les divers états de santé.

■ Destination Spagroup (☎ 1 888-772-4363, [www.destination-pas.com](http://www.destination-pas.com)): un réseau fort exclusif — et habituellement cher! — comptant 23 membres en Amérique du Nord dont trois au Canada, à savoir The Hills Health Ranch (B.P. 26, 108 Mile House, Colombie-Britannique V0K 2Z0, ☎ 250-791-5225, [www.spabc.com](http://www.spabc.com), [\[ls@bcinternet.net\]\(mailto:ls@bcinternet.net\)\), le Mountain Trek Fitness Retreat & Health Spa \(B.P. 1352, Ainsworth Hot Springs, Colombie-Britannique V0G 1A0, ☎ 1 800-661-5161, \[www.hiking.com\]\(http://www.hiking.com\), \[info@hiking.com\]\(mailto:info@hiking.com\)\) et, bien sûr, le Spa Eastman.](mailto:thehil-</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

## Au Québec

■ Auberge du Parc (68, boulevard Gérard-D.-Levesque Ouest, Paspébiac G0C 2K0, ☎ 1 800 0890, [www.aubergeduparc.com](http://www.aubergeduparc.com)): soins de thalassothérapie administrés dans une eau de mer (celle de la baie des Chaleurs) chauffée à la température du corps pour permettre la pénétration optimale des minéraux et des oligo-éléments dans l'organisme. A 100 mètres au-dessus du niveau de la mer et à 1400 mètres du rivage, l'établissement est dans une position propice pour capter embruns et aérosols marins. « Sans la mer, y répète-on, il n'y a pas de thalassothérapie... »

■ Auberge du Lac Taureau (1200, chemin Baie-du-Milieu, Saint-Michel-des-Saints J0K 3B0, ☎ 1 877 822-2623, [\[reau.com\]\(http://www.lactau-reau.com\)\). Un palais de bois rond en Haute-Matawinie: traitements dorsaux, enveloppements, exfoliations, sablage sous la pluie, pressothérapie. Forfaits santé, tels « Au masculin », à partir de 255 \\$ en occupation double, comprenant une nuitée, deux repas et deux soins, et « Cigogne »... en attendant l'arrivée de bébé.](http://www.lactau-</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

■ Auberge Ripplecove (700, rue Ripplecove, Ayer's Cliff J0B 1C0, ☎ 819-838-4296, [www.ripplecove.com](http://www.ripplecove.com), [info@ripplecove.com](mailto:info@ripplecove.com)): oasis de calme devant le lac Massawipi; massothérapie, hydrothérapie et soins de beauté au spa, jacuzzi extérieur et salle d'exercice.

■ Euro-Spa (455, rue de l'Église, Saint-Ignace-de-Stanbridge J0J 1Y0, ☎ 450-248-0666, 1 800 416-0666, [www.euro-spa.com](http://www.euro-spa.com), [euro-spa@sympatico.ca](mailto:euro-spa@sympatico.ca)): fondé dans les Cantons-de-l'Est en 1994 par Josef Bilher et Christine Muhlbauer, il est l'un des rares centres en Amérique du Nord à proposer une gamme aussi vaste de soins orientés sur les bienfaits de l'eau (bains hydrothérapeutiques, saunas, bai-

gnaires d'eau chaude et d'eau froide, piscines intérieure et extérieure), en plus des enveloppements de boue, d'algues, de plantes, d'argile ou de foïn.

■ Hostellerie Les Trois Tilleuls & Spa Givenchy (290, rue Richelieu, Saint-Marc-sur-Richelieu J0L 2E0, ☎ 514-856-7787, [www.les-trois-tilleuls.com](http://www.les-trois-tilleuls.com), [www.spagivenchy.com](http://www.spagivenchy.com)): l'ensemble des traitements offerts a été conçu par les gens de Givenchy Paris qui ont aussi équipé les cabines, sélectionné et formé le personnel affecté aux massages et aux soins esthétiques. Le matériel figure parmi le plus sophistiqué au monde. Et les prix s'en ressentent. Forfait spécial de la Saint-Valentin (365 \$, taxes en sus) incluant trois soins et une table d'hôte au midi.

■ Le Baluchon (3550, chemin des Trembles, Saint-Paulin J0K 3G0, ☎ 1 800-789-5968, 819-268-5234, télécopieur; [www.baluchon.com](http://www.baluchon.com)). Une *success story* peu commune. Exemples de forfaits: « Énergisant » (à partir de 160 \$ par personne, taxes non comprises) et « Harmonie » (deux nuits, tous les

repas, trois traitements, 420 \$).

■ Spa Eastman, ☎ (450) 297-3009, 1 800 665-5272, [www.spa-eastman.com](http://www.spa-eastman.com), [courrier@spa-eastman.com](mailto:courrier@spa-eastman.com). Le pionnier: né en 1977, gagnant de nombreux prix, seul membre au Québec de Destination Spasgroup et répertorié, pour la troisième année consécutive, dans le guide *100 Best Spas of the World*.

## Au Canada et ailleurs

■ Wickanninnish Inn (Osprey Lane, Tofino, Colombie-Britannique, ☎ 1 800-333-4604, [www.wickanninn.com](http://www.wickanninn.com)). Programme élaboré de traitements relaxants dans l'ancien Cedar Spa (traitements Kahi Loa et Lomilomi inspirés des techniques hawaïennes). Ce membre des Relais & Châteaux propose à ses clients « *élégance rustique et nature sauvage* ». En raison de la dépression atmosphérique des Aléoutiennes qui crée en permanence, d'octobre à février, de violentes collisions frontales entre les masses d'air arctique et subtropical, le Pacifique se déchaine

littéralement devant l'auberge. Chaque chambre dispose d'une fenêtre sur l'océan, d'un bain-tourbillon de format géant, d'un âtre... et d'un chauffage plus qu'adéquat. ■ Golden Door (PO Box 46077, Escondido, Californie 92046-3077, ☎ 1 800 424-0777, [www.golden-door.com](http://www.golden-door.com), [gdres@adnc.com](mailto:gdres@adnc.com)): une référence depuis 1958 qui ne cesse de se renouveler. Membre éminent de Destination Spagroup. Tarifs sur demande...

■ Bliss Spa Soho, à New York (☎ 212-219-8970): très, mais vraiment très tendance, au voisinage des galeries d'art. Et tout de même à des prix abordables.

■ Les Prés d'Eugénie (☎ 33 5 58 05 05 05): chez Michel Guérard, à Eugénie-les-Bains, au cœur des Landes françaises. Pour goûter également sa cuisine minceur.

■ Four Seasons Sayan ([www.four-seasons/sayan](http://www.four-seasons/sayan)): en Indonésie, à Ubud, au milieu des rizières. ■ Sukothai Hotel (à Bangkok, en Thaïlande, [www.sukothai.com](http://www.sukothai.com)): discret, minimaliste et fort chic. Très bonne table.

## Bon voyage

## VOYAGES CULTURELS

Circuits exclusifs en petits groupes pour découvrir une autre Amérique latine

ART, HISTOIRE, AVENTURE ET MYSTÈRES DES INCAS  
Prochain voyage: Argentine, août 2005

Galerie Lilian Rodriguez

372, RUE SAINT-CATHERINE OUEST, ESPACE 405, MONTRÉAL H3B 1A2  
TÉLÉPHONE: (514) 395 2245



Contactez Marie Johanne  
au 514-844-0840

**ARGENTINE « ENVOÛTANTE »** - 16 jours À partir de  
Le Tour classique Buenos Aires - Iguassu - Mendoza - Terre-de-Feu **3729,00 \$**  
Vols - Hôtels - visites - petits déj. tx inclus, occ. double

**PÉROU « MYSTÉRIEUX »** - 10 jrs  
Lima - Cuzco - Macchu Picchu - Puno **3179,00 \$**  
Vols - Hôtels - Visites - petits déj. tx inclus, occ. double  
Circuit guide privé français

**TURQUIE « AUTHENTIQUE »** - 14 jrs **2779,00 \$**  
Départs garantis. tx inclus, occ. double  
Vols + Hôtels 4\* 13 repas/jours +

D'autres circuits disponibles sur demande

## PRAGUE ET LA BOHÈME...



Claude Julien,  
accompagnateur

## VOYAGE EXCLUSIF DU 14 AU 28 MAI 2005

- Pour son festival de musique classique «Le printemps de Prague»
- Pour ses somptueuses églises et palais baroques
- Pour ses stations thermales réputées

RABAIS RÉSERVEZ-TÔT AVANT LE 31 JANVIER ET CADEAUX-SURPRISES 15<sup>e</sup> ANNIVERSAIRE



RENSEIGNEMENTS: Marie-Paule  
au 274-5056 ou 1-877-274-5050  
Permis du Québec

## VOYAGES CULTURELS

(Filiiale de Voyages d'une Vie inc.)

La culture, notre préoccupation quotidienne

## VIP

## CHINE

DU 30 AVRIL AU 27 MAI: 5 949 \$

Avec escales à Vancouver (1 jr), Tokyo (3 jrs) et Hong Kong (2 jrs)

TURQUIE  
D'EST EN OUEST

DU 7 AU 31 MAI — DU 6 AU 30 OCTOBRE

25 jours 4 581 \$ tt inclus

## INDE

Inde du Nord et du Sud combinés. Possibilité de 23, 30 ou 45 jours.

Départ de groupe (min. 4 pers.)

3 NOVEMBRE: Prix spécial 5 990 \$

Renseignements: (514) 844-0407

LE FIL DE CUIR  
CENTRE DE VALISES

Vente et réparation Samsonite, Delsey Victorinox (Swiss Army) Andiamo, French, Zero Halliburton, Briggs & Riley etc.

Service rapide après vente

3852 boul. Taschereau

Greenfield Park, Québec J4V 2H9

TÉL: 450-671-6904 ou sans frais 1 868 671-6904

550 Sherbrooke Ouest, Montréal

TÉL: 514-849-0136 ou sans frais 1-888-849-0005

## CHINE ET MINORITÉS - 21 avril / 20 jours

Départ garanti à 10 passagers - Accompagné par Mme Louise Demontigny

LONDRES et PARIS + TGV - 22 avril / 14 jours

Seulement 8 places disponibles - Départ garanti et accompagné par M. Yves Petit

TRANSIBÉRIEN ET MONGOLIE - 28 mai - 18 juin

Présentation: jeudi 27 janvier à 19 h - RSVP

TRÉSORS ET TRADITIONS DE BULGARIE - 31 mai / 15 jours

En collaboration avec les Belles Soirées de l'Université de Montréal

Accompagné par Mme Christiane Gosselin

Présentation: mercredi 26 janvier à 19 h - RSVP

clubvoyages 514-376-5910  
Rosemont 1-800-661-2743

Pour annoncer dans ce regroupement, contactez Jean de Billy au 514-985-3456

..... jdebilly@ledevoir.com .....

SAMEDI

BOUFFE ET MALBOUFFE

LE VIÊT NAM EST UN PAYS EN COURS DE MODERNISATION ET D'EXPANSION QUI, COMME TOUS LES PAYS INDUSTRIALISÉS QU'IL REGARDE ENCORE AVEC CONVOITISE, COMMENCE LENTEMENT À REMETTRE EN QUESTION SES TRADITIONS. ENTRE 2001 ET 2003, LE MARCHÉ VIETNAMIEN DE LA BOUFFE TRANSFORMÉE A GRIMPÉ EN FLÈCHE, PASSANT DE 152 À 252 MILLIONS DE DOLLARS.

Les paradoxes de la modernité



Fabien Deglise

Ho Chi Minh-Ville — Aux quatre coins du Viêt Nam, la scène se reproduit désormais à l'infini: la commande d'un thé chaud dans un des innombrables cafés qui rythment la vie des rues vietnamiennes signifie qu'apparaîtra bientôt sur la table une théière d'eau bouillante accompagnée d'un... sachet de thé Lipton Yellow Label, au goût normalisé et sans relief.

Etranglement, à des kilomètres à la ronde pousse une quantité époustouflante de ces feuilles qui aromatisent l'eau, aux tonalités subtiles variant selon les régions (anisées ou au lotus au sud, râpeux au centre, herbeux et corsé dans le nord) et à la qualité surpassant sans ambages celle des thés mis en sachet dans d'autres pays par les multinationales de l'agroalimentaire. Laisant perplexé toute personne qui s'y frotte.

À l'exception peut-être des habitants du coin, qui voient derrière l'étiquette jaune de ce thé, vendu plus cher que le thé local, le symbole évident d'une modernité durement gagnée mais aussi un signe extérieur de richesse qu'il est de bon ton d'afficher pour impressionner la visite.

L'anecdote peut paraître futile. Et pourtant, à lui seul, ce sachet

de thé Lipton — qu'on voit de plus en plus dans les garde-manger des résidences privées, sur les marchés publics, dans les hôtels, lors des réunions officielles, dans les avions de la compagnie nationale, etc. — résume parfaitement le Viêt Nam d'aujourd'hui: un pays en cours de modernisation et d'expansion qui, comme tous les pays industrialisés qu'il regarde encore avec convoitise, commence lentement à remettre en question ses traditions. Sans peur du lendemain.

Un passage dans un des deux Metro Cash & Carry, supermarchés à grande surface et à capitaux allemands que compte la mégapole vietnamienne, suffit d'ailleurs pour saisir rapidement l'ampleur du phénomène. Près de 15 000 produits s'y déclinent aujourd'hui devant les yeux gourmands des Vietnamiens sur près de 29 000 m<sup>2</sup>: téléviseurs, lessiveuses, lecteurs DVD, robes d'été, certes, mais aussi céréales à déjeuner, nouilles à cuisson rapide, tartinade au chocolat, biscuits en tout genre et aux gras trans, beignes à longue durée de conservation, légumes en conserve, sous cellophane ou en soupe, yogourts, pain congelé cuit sur place... Alouette!

Pendant un instant, entouré d'une ribambelle de marques de commerce connues des Occidentaux, le voyageur voit disparaître son impression d'être ailleurs. Et il pourrait en être tout autant du sourire des centaines de milliers de petits épiciers à l'inventaire limité, des restaurateurs offrant beignets de banane ou de crevettes et plats de riz au porc caramélisé au coin des rues mais aussi des vendeurs de pâtisseries à



FABIEN DEGLISE

Un restaurant de la chaîne poulet frit Kentucky en plein cœur de Ho Chi Minh-Ville, au Viêt Nam.

la sauvette dont la date de péremption semble, elle, approcher à grands pas, du moins dans les grandes villes du Viêt Nam, où richesse et croissance s'affichent

plus clairement qu'ailleurs au pays. «Les comportements changent rapidement chez près de 15 millions de consommateurs vivant

dans les centres urbains», résume Ralf Matthaes, un Torontois qui travaille depuis plusieurs années pour l'institut de sondage et agence de communication Taylor, Nielsen, Sofres (TNS) à Ho Chi Minh-Ville. «Et les milieux ruraux, bien qu'en retard sur le développement économique, commencent aussi à suivre lentement la tendance.»

Les chiffres sont sans équivoque. Entre 2001 et 2003, le marché vietnamien de la bouffe transformée a grimpé en flèche, passant de 152 à 252 millions de dollars, selon une analyse du ministère canadien de l'Agriculture et de l'Alimentation, grugeant des parts de marché des produits ultrafraîs à transformer soi-même, à la base de l'alimentation vietnamienne.

Autre indice: la grande métropole du sud du Viêt Nam compte aujourd'hui 170 supermarchés, contre dix en 1995. Et les marques étrangères de l'agroalimentaire, attirées par un marché dynamique de 82 millions de bouches à nourrir, ne cessent de s'y multiplier. Et le phénomène va s'accroître, indique le Vietnam Animal Products Import-Export (VISSAN pour les intimes), en raison d'une demande croissante de produits alimentaires induite par la diversification de l'offre, par l'urbanisation, par la quête de meilleurs emballages mais aussi par une distribution qui assure fraîcheur et salubrité des produits.

Thème central du salon de l'alimentation, Vietnam Bestfood, qui a eu lieu à Hanoi du 19 au 24 décembre dernier, le concept de sécurité alimentaire est d'ailleurs aujourd'hui sur toutes les lèvres. Ou presque. «La sécurité alimentaire joue un rôle important entre les consommateurs et les producteurs et offre aux entreprises une occasion d'échanges avec des partenaires étrangers», explique Truong Dang, directeur du service vietnamien de la sécurité et de l'hygiène alimentaires.

Protection de la production traditionnelle

Même si, au passage, elle pourrait aussi bouleverser des comportements séculaires, comme le laisse présager la rencontre d'un groupe de Vietnamiens savourant, un soir de janvier, sur le trottoir de la rue Pham Ngu Lao, quelques morceaux de poulet frit d'une grande chaîne américaine du même nom... à quelques mètres à peine d'une marchande de soupe (pho, comme on l'appelle ici) aux nouilles, aux herbes aromatiques et aux fines lamelles de bœuf précuit.

Mais dans le premier cas, la compagnie assure sur sa devanture, en anglais et en vietnamien, que la salubrité de ces plats en pâte respectée les normes internationales alors que, dans l'autre, cela dépend de la température extérieure et du jour de la semaine...

Reste qu'au milieu de cette ratatouille à saveur globalisante, les irréductibles commencent eux aussi à se faire entendre. Timide ment, Comment? En mettant de l'avant des fruits et légumes biologiques pour contrer la montée de l'agriculture intensive et des pesticides qui, en valeur, ont été le deuxième produit le plus importé au Viêt Nam en 2004.

Ailleurs, les maraichers du village de Trà Quế, près d'Hoi An, dans le centre du pays, exigent quant à eux du gouvernement un encadrement des produits du terroir pour protéger leur production traditionnelle, qui remonte à la nuit des temps. Des élans de lucidité qui donnent un avant-goût de ce à quoi le Viêt Nam de demain, qui aspire à devenir un pays industrialisé d'ici 2020, pourrait bien ressembler.

Le Devoir

Fabien Deglise est actuellement en reportage au Viêt Nam.

ANNONCEZ-VOUS GRATUITEMENT en composant le (514) 985-2507 RÉPONDEZ aux annonces RAPIDEMENT 1-900-451-6528

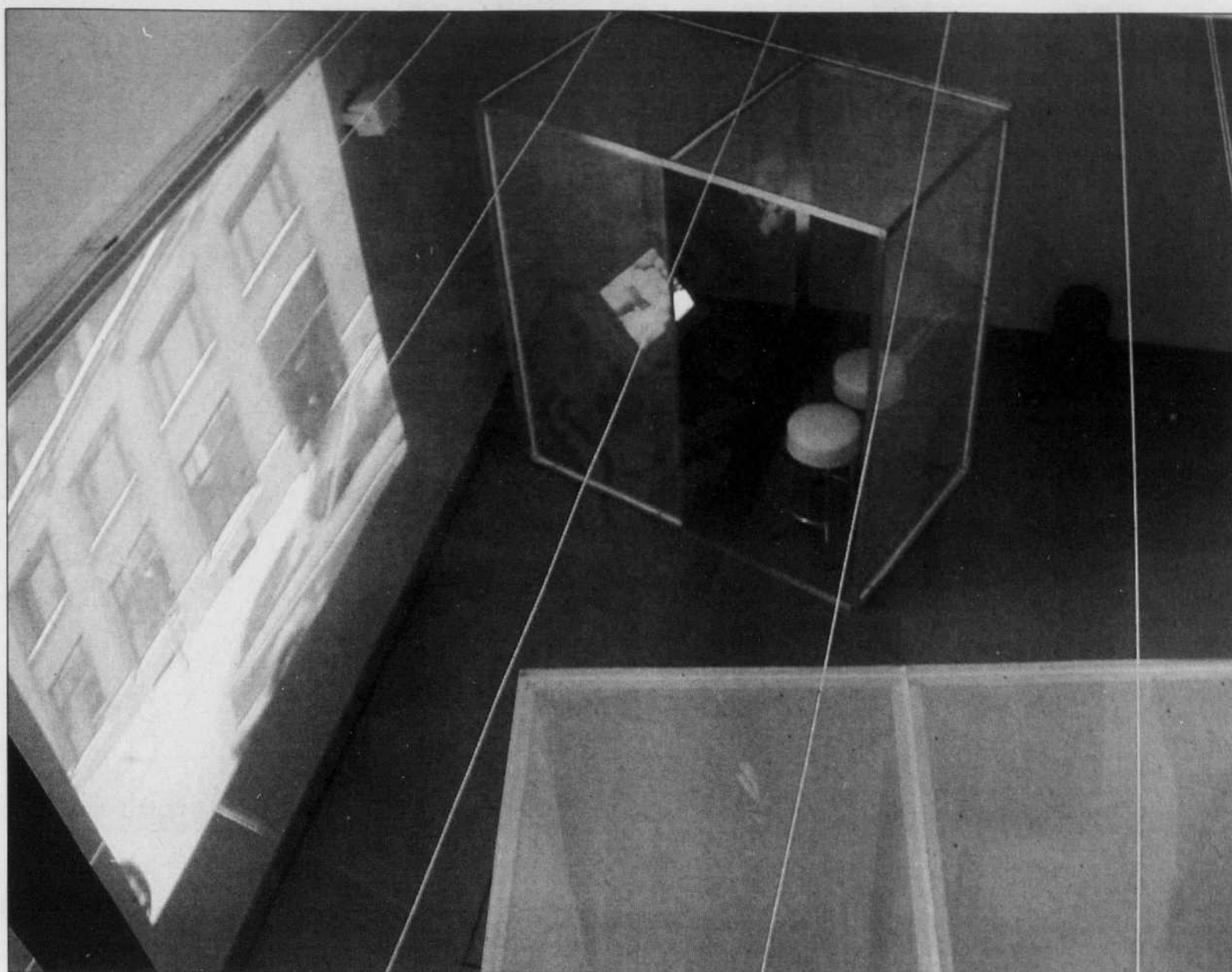
Grid of dating ads with various categories like 'FEMME CHERCHE HOMME', 'HOMME CHERCHE FEMME', 'SÉRIEUX', 'DÉTACHÉ', etc.

Advertisement for Energizer batteries, featuring the text 'La lampe caméléon' and 'Une nouvelle lampe introduite récemment sur le marché par Energizer...'.

## SAMEDI

## DESIGN

MAIN DESIGN 04 EST UNE INVITATION À DÉCOUVRIR LES DERNIÈRES TENDANCES QUÉBÉCOISES AU CENTRE DE DESIGN DE L'UQAM. LA DÉMARCHÉ EST ORIGINALE: ICI, ON REGARDE LA TÉLÉ OU LES ÉCRANS LIMITROPHES. CE SONT EN FAIT SIX STATIONS DE VERRE OÙ SONT POSÉS DES ÉCRANS TÉLÉ REPRÉSENTANT SIX THÉMATIQUES. SIX CABINES RAPPELANT LES PEEP SHOWS. ON EST DANS LE VOYEURISME TEXTUEL OU CONCEPTUEL.



L'exposition *Main Design 04*, ce sont six stations de verre où sont posés des écrans de télé abordant six thématiques.

PHOTOS MAIN DESIGN

## Le voyeurisme conceptuel

Couleurs et objets du temps. Temps qui passe, températures extrêmes, temps pour se reposer, mélanges et métissages, objets en pointillé, cabines pour tout visionner, balustrade avec publicité sauvage... Les designers se racontent, intimement. La création se délie à travers la Main et le design, celui des clins d'œil d'hier et d'aujourd'hui.

LIO KIEFER

L'exposition *Main Design 04* au Centre de design de l'UQAM est une invitation à découvrir les dernières tendances en matière de design au Québec avec, en toile de fond, la Main, artère mythique, historique, hystérique, héroïque, défective, refaite, surfaite, imparfaite... mais irrésistible.

Si on voulait montrer à un étranger ce qu'est Montréal avec ses mixités et ses métissages, il faudrait l'envoyer tout de suite voir cette expo. Et ce n'est pas par hasard puisque *Main Design 04* est une commande faite à l'Université du design à Montréal par la Ville de Lille, en France, quand cette dernière était capitale culturelle de l'Europe, en 2004.

L'idée de départ était de montrer le multiculturalisme du design au Québec, aussi bien au niveau des étrangers qui s'installent ici que des Québécois de

souche non locale ou aux Québécois qui vont aux antipodes prendre de l'inspiration. L'expo à Lille, qui devait durer quelques jours seulement, se retrouva à l'affiche pour d'autres semaines et voyagea plus tard du côté de Saint-Étienne pour la Biennale de design, ainsi qu'à Paris, à la Galerie 15. Succès à tous les étages, à toutes les étapes.

En effet, l'exposition, même si elle a pour but de démontrer la richesse et la diversité du design québécois des dernières années, est basée sur une notion très simple, celle de la découverte des objets à travers les personnes et les lieux. De la vraie culture populaire, celle qui s'adresse aussi bien aux néophytes qu'aux initiés.

Ici, pas d'objets à toucher. Pas d'arrêt obligatoire devant une œuvre circonscrite par un bas de vignette difficile à assimiler. Pas de révélation sensorielle de la matière face à la lumière ou de purgatoire techno pour meuble réhabilité.

Ici, on regarde la télé ou les écrans limitrophes. Ce sont en fait six stations de verre où sont posés des écrans de télé représentant six thématiques. Six cabines rappelant les *peep-shows* de grand voyeurisme sexuel. On est ici dans le voyeurisme textuel ou conceptuel. Pour chaque cabine se retrouvent les thématiques suivantes: mode, graphisme, design industriel, design d'intérieur, objets d'art et lieux d'exposition s'y côtoient.

Et c'est à travers ses créateurs, leurs ateliers, leur techniques et leurs créations que l'exposition télévisuelle se rassemble. Des entrevues menées à partir d'émissions réalisées par Musique Plus, véritable bible des entrevues en design au Qué-

bec. Les personnes d'abord, les objets ensuite ou tout autour. Cela donne un véritable kaléidoscope de ce qui se réalise au Québec, les personnes côtoyant les objets. On comprend mieux les talents, les volontés, les errances, les solutions à des idées créatrices.

Ce qui est également intéressant, c'est la dimension artisanale des créatifs d'ici. De petites structures qui arrivent à exporter quelques pièces au bout de l'Asie, de Paris et de New York. Le design s'humanise alors et n'est plus l'apanage de quelques sensibilités à la mode.

Chaque cabine comporte deux sièges pour les visionnements en boucle.

On en ressort avec le sourire et avec une vision de Montréal qui frôle la justesse.

Un *peep-show* du design qui entretient le vice d'aller s'y rasseoir et de revoir des flashes, des séquences et un fauteuil qu'une «robineuse» a pris comme quartier général temporaire.

Une expo qui se laisse voir sans tristesse ou prise de tête.

### MAIN DESIGN 04

Centre de design de l'UQAM  
1440, rue Sanguinet (angle Sainte-Catherine)  
Montréal (métro Berri-UQAM)  
Du mercredi au dimanche de midi à 18h  
Entrée libre  
☎ (514) 987-3395  
centre.design@uqam.ca  
www.unites.uqam.ca/design/centre



Les cabines de visionnement de l'exposition *Main Design 04* rappellent les *peep-shows* du grand voyeurisme sexuel. Mais on est ici dans le voyeurisme textuel ou conceptuel.

### SANTÉ



Carole Vallières

## Aide-toi...

Le mouvement américain qu'on a appelé *self-help* fait rouler tout un pan du marché du livre. Dorénavant, il fera partie du monde de certains médecins, en Grande-Bretagne, qui trouvent que l'énorme quantité d'antidépresseurs consommés n'a pas rendu les gens plus heureux. Ils devraient nous inspirer.

Ces médecins britanniques ont été recrutés dans le Devon, une région du sud-ouest de la Grande-Bretagne. L'expérience vient de commencer. D'ici le milieu de l'année, le chercheur de l'université de Plymouth qui lance l'aventure espère avoir recruté 70 ou 80 cliniques où cinq médecins en moyenne à chaque endroit ont accepté de participer au projet.

Si les Britanniques n'ont pas davantage le temps de parler avec leur clientèle mentalement malade que les médecins d'ici, les chercheurs ont suggéré qu'une bonne solution de rechange serait... la lecture! Tous ces livres-conseils qui encombrant les tablettes ont finalement du bon... en plus de ne pas faire attendre six mois le début d'une solution.

Je reçois ces ouvrages à hauteur de, oh!, peut-être une vingtaine entre septembre et décembre, la grosse saison de mise en marché jusqu'au Salon du livre. Beaucoup de traductions de l'américain, tendance côte Ouest. Ça va de l'agriculture biologique aux émotions troubles, c'est lié à la santé et... ça explique, illustre, propose.

Le mouvement *self-help* est une extension de la recherche du bonheur, d'une spiritualité incarnée dans la vie contemporaine. D'un volontarisme aussi, qui conteste les institutions pour trouver des voies personnalisées, ce «*small is beautiful*» qui ne se dit plus mais qui se manifeste dans la vie communautaire.

Depuis le Collectif des femmes de Boston avec son livre *Notre corps nous-mêmes* jusqu'aux livres publiés ici par les Éditions du Remue-Ménage, l'offre s'est élargie, diversifiée, étoffée. Il y en a pour l'estime de soi aussi bien que pour les crises de panique. Les affirmations positives y sont à l'honneur; ça ne fait pas dans l'analyse sociale: ça donne des trucs. Des conseils. On nous explique comment atteindre... tout!

### Un mouvement populaire

Avec sa cohorte de maîtres à penser — y compris des gens d'ici — qui rayonne plus ou moins jusqu'à nous, cette mouvance ne se retrouve guère dans les médias de masse. Elle rejoint pourtant un nombre étonnant de personnes, et peut-être surtout des femmes. Je serais d'ailleurs curieuse d'en connaître la portée véritable. Je me demande si un sociologue se serait penché sur le sujet.

Il serait intéressant de savoir combien de gens suivent des cours de croissance personnelle, de guérison énergétique et autres méthodes (par curiosité, allez voir le calendrier d'*alchymed.com*: les yeux vont vous sortir des orbites). Ça va des relations mauves à l'argent par droit divin... à condition d'y croire et de suivre la voie. Et ne croyez pas que je dénigre la démarche: la distance ne rend pas myope.

Les ouvrages de *self-help* sont écrits par des gens qui ont pratiqué ce qu'ils professent ou par des savants qui ont étudié leur sujet, auquel cas ils ajoutent des histoires de gens qui ont réussi pour bien montrer que leur approche est valide. Ces livres accompagnent, inspirent et peuvent certainement aider à passer au-delà d'un épisode de tristesse, de pertes d'enthousiasme ou d'énergie. Ces désenchantements sont présentés comme une occasion de découvertes.

C'est sans doute la plus grande différence quand on met la psychothérapie à côté de ces livres. Un psy ne vous conseille pas: il vous amène à découvrir votre chemin, vos motivations, vos nœuds. Vous faites le travail, accompagné, guidé. Le livre de *self-help* peut vous faire travailler sur les mêmes enjeux, mais vous êtes seuls et pouvez lire bêtement, inefficacement... ou vous pouvez l'utiliser comme un outil — c'est ce à quoi il prétend. On ne le lit pas d'un trait, on le déguste par petits morceaux. C'est un manuel, pas un roman!

### Comment choisir

Mais parmi toutes ces propositions, comment choisir? C'est sans doute ce que s'est dit le professeur Farrand, en Grande-Bretagne, car il s'inspire d'une liste d'ouvrages mise au point par une autre équipe à Cardiff, dans le pays de Galles. Là-bas, ils appellent ça la bibliothérapie! Ils ont choisi 35 ouvrages appartenant à l'approche comportementale, ont passé des ententes avec les bibliothèques locales pour s'assurer d'un stock de livres et ont écrit des prescriptions avec des noms d'auteurs plutôt que de médicaments... Ça roule depuis mars 2003 et, au cours des six premiers mois, 1600 livres ont été empruntés. On peut consulter cette liste à l'adresse suivante: [www.research.plymouth.ac.uk/pei/projects/selfhelp-bookspress/booklist.htm](http://www.research.plymouth.ac.uk/pei/projects/selfhelp-bookspress/booklist.htm).

L'argumentaire de ces équipes est simple: 90 % des gens souffrant de dépression — de légère à modérée — ne sont pas traités. Ceux qui consultent des généralistes bouffent des pilules à qui mieux mieux; pourtant, les sondages montrent qu'ils souhaiteraient avoir une aide psychologique. Mais les besoins sont supérieurs à l'offre de psychothérapie. Comment résoudre ce problème?... Proposer des lectures grand public quand on est un savant, il fallait y penser!

J'ajouterais en terminant que les effets secondaires de la lecture sont plus positifs que, mettons, le Prozac chez les ados. Que lire idiot, comme disent les Français, est néfaste si on se nie pour adopter les idées du jour, le positivisme à tout prix par exemple. Mais pour en avoir beaucoup lu, dont d'excellents, pour avoir été influencée, certainement, par les idées que j'y ai trouvées, je sais que ces livres peuvent nous aider. Ils ne prennent pas de vacances et sont disponibles même au milieu de la nuit.

Cependant, ils ne font pas d'efforts pour nous et ne nous changent pas! Et, tiens, si vous êtes néophyte dans le domaine, Louise Hay, une pionnière du mouvement, prolifique auteur et editrice, vient d'être traduite. Son petit livre *Oui, je peux* est accompagné d'un CD (Éditions AdA). Vous aurez un aperçu de ce que le *self-help* professe et peut faire pour vous... si vous vous y mettez!

◆ ◆ ◆  
Pour en savoir plus sur l'étude britannique: [www.research.plymouth.ac.uk/pei/projects/selfhelp-bookspress/index.htm](http://www.research.plymouth.ac.uk/pei/projects/selfhelp-bookspress/index.htm), ... et sur ce qui l'a inspirée: [www.wales.nhs.uk/sites/cfm?orgid=405&pid=4651](http://www.wales.nhs.uk/sites/cfm?orgid=405&pid=4651).

vallieca@hotmail.com

## SAVEURS

HOLBOX EST UNE ÎLE CHARMANTE PROCHE DE LA PROVINCE DU YUCATÁN. LA DESTINATION EST ALLÉCHANTE: PAS DE VOITURES SUR CETTE ÎLE QUI COMPTE 1500 HABITANTS, DONT LA PLUS GRANDE PARTIE VIT DE LA PÊCHE ET DU PEU D'ARTISANAT LOCAL. MAIS ATTENTION: LA RÉALITÉ NE CORRESPOND PAS TOUT À FAIT À CE QUI EST ANNONCÉ PAR LE GROSSISTE. IL AURAIT FALLU VENDRE L'ENDROIT COMME UNE DESTINATION SAUVAGE ET INUSITÉE AVEC UNE SIMPLICITÉ VOLONTAIRE ENVIABLE DANS UN TEL COIN DE PAYS.

## Les étoiles filantes de Holbox



Philippe Mollé

Pour une première fois, j'avais décidé de transformer le Noël blanc du Québec en Noël sablonneux du Mexique. Pas de tourtière ni de pâté à la viande. Pas de bûche mais des embûches. Pas de dinde mais une farce difficile à digérer pour un 25 décembre! Voilà ce qui m'attendait.

Tiens, toi, ça t'apprendra à vouloir quitter la famille dans l'temps de Noël. T'avais juste à rester là, tranquille, et à faire comme tout le monde, ou presque: recevoir la visite.

## Premier acte : la découverte

Comme bon nombre de citoyens, je fais confiance à mon agence de voyages ou au grossiste lorsqu'ils annoncent une nouvelle destination. C'est donc en me fiant à la réputation de ces professionnels du tourisme et du voyage que j'ai acheté presque les yeux fermés un p'tit coin de paradis pour une semaine de répit. Holbox est une île proche de la province du Yucatán, à trois heures de Cancún.

La destination est alléchante: pas de voitures sur cette île qui compte 1500 habitants, dont la plus grande partie vit de la pêche et du peu d'artisanat local. Un sanctuaire d'oiseaux se trouve à quelques encablures de Holbox, et le sable blanc crème est d'une finesse qui rappelle celui de Bora Bora.

L'agence me suggère, avant de prendre ma décision, d'aller sur le site du grossiste qui vante la destination et le complexe comme un quatre-étoiles. C'est un petit complexe de 36 bungalows avec minibars, restos, animation, etc. On présente de façon attrayante, tant dans la brochure que sur le site du grossiste, un petit restaurant et

deux tables installées au bord de l'eau. Le tour est joué, j'achète.

## Deuxième acte : la surprise

Une semaine avant mon départ et après avoir payé, mon agence de voyages me fait part d'un changement au programme. Le vol, qui devait être direct de Montréal à Cancún, fait subitement escale à Québec. Cela a pour conséquence de faire perdre trois heures à l'aller et deux au retour. Sur une semaine, ça compte. Mais peu importe: la vie est belle, c'est le temps des vacances!

En quelques années, le Mexique est devenu un pays de prédilection pour les touristes québécois. Après un vol de quatre heures, on se retrouve les deux pieds dans l'eau de la mer, dans des resorts toujours plus grands, toujours plus hauts, qui dérangent parfois.

En quittant Cancún en autocar avec d'autres amateurs de nature, la traversée de villages enguirlandés de lumières de Noël rappelle avec joie que nous sommes le 24 décembre, en fin de soirée. À l'arrivée au port de Chiquila, vers 18h, un bateau rapide nous amène vers Holbox, à l'abri des foules, près de la civilisation maya et du peuple mexicain. L'air tiède de la nuit berce un ciel pur chargé d'étoiles qui laisse goûter un bonheur d'occasion.

## Troisième acte : la vraie vie et la déception

Au réveil, de petits et charmants bungalows égayent de leur jaune soleil un environnement tropical où cocotiers nains, bougainvillées et plantes vertes s'essayaient à poindre au grand jour. En voulant déjeuner, je m'aperçois vite qu'il n'y a pas de petit resto au bord de l'eau mais plutôt un médiocre buffet qui s'apparente plus à un mélange de fast-food où la saucisse à hot-dog règne en maître. Je ne m'attendais pas à trouver ici la nourriture d'un palace ni d'un resort digne de Playa del Carmen mais simplement une nourriture constituée de produits locaux, de poissons grillés ou de spécialités mexicaines.

Il faudra attendre quatre jours, plusieurs départs de touristes italiens et québécois mécontents et un défilé au bureau du directeur absent pour qu'on réagisse à la demande des clients. Le problème demeure entier puisque le grossiste en voyages offre au départ une destination quatre étoiles avec un certain nombre de services et des attentes qui ne correspondent en



Un sanctuaire d'oiseaux se trouve à quelques encablures de Holbox, une île proche de la province du Yucatán, à trois heures de Cancún.

rien à cette classification. Il aurait tout simplement suffi de déclasser un tel établissement et de lui attribuer trois étoiles, puis de vendre l'endroit comme une destination sauvage et inusitée avec une simplicité volontaire enviable dans un tel coin de pays. Pourquoi existerait-il un classement hôtelier spécifique à certains endroits du monde et qui serait alors régi par les agences ou les hôteliers?

Oubliez les minibars, qui sont en fait de simples réfrigérateurs, oubliez l'animation, qui se résume à la charmante et dynamique présence pour un soir d'une chanteuse canadienne volontairement égarée sur l'île. À Holbox, les étoiles sont filantes. Dans le petit village, la vie continue, la vraie, celle du boulanger qui fabrique les tortillas, celle d'une piñata en lambeaux, vestige de la soirée du 24 décembre, témoinnant de la fiesta de la veille. Petit à petit, les étoiles disparaissent pour laisser place au soleil, celui des enfants. Ce sont eux, les vraies étoiles de Holbox.



Dans le petit village de Holbox, la vie continue, la vraie, celle du boulanger qui fabrique les tortillas.

## J'ai testé pour vous

## Les nouveaux jus Wilde de l'Afrique du Sud



Ces tous nouveaux jus regorgent de soleil et de vitamines. Ces jus 100% naturels sont un coup de cœur. Pressés de façon naturelle et livrés en Tetra Pak, ils conservent leur eau sans l'ajout de liquides ou de concentrés. A déguster: les jus de mangue, de pêche ou de canneberge, en provenance d'ici, avec pomme et gingembre. Disponibles dans les épiceries et les supermarchés au prix de 2,99 \$ le litre.

## La fleur de merlot : pour mettre son grain de sel

Le sel prend de plus en plus des allures d'épice, des saveurs aromatiques et, comme ici, des saveurs de vin. Le sel gris de l'île de Ré, auquel on a ajouté le merlot du propriétaire du Château Belair, à Saint-Émilion, des épices et des

aromates, est parfait pour assaisonner des grillades comme l'agneau ou encore un foie de veau à la poêle avec des champignons. En vente dans les épiceries fines et chez Gilles Jourdenais, à la fromagerie Atwater, au prix de 22,95 \$.



## BIBLIOSCOPIE

## SOUK FOOD

Aymeric Mantoux  
Photographies d'Érick Bonnier  
Agnès Viénot  
2004, 177 pages

Tout simplement génial que de commencer l'année gourmande avec un livre inventif qui nous fait voyager dans la caverne du goût, celle des souks. De talentueux chefs du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord, comme Gilles Choukroum, nous font partager leurs connaissances de la datte de Bassora, de l'orange verte d'Alep ou d'un tajine de plus en plus convivial. Les magnifiques photos nous laissent croire un instant que nous sommes en tournée olfactive à Damas ou à Marrakech.



## La recette de la semaine

## Tajine de joues de bœuf braisées aux haricots tarbais

## Recette pour quatre à six personnes

- 10 joues de bœuf\*
- 45 ml d'huile d'olive
- 1 oignon émincé
- 8 gousses d'ail hachées
- 2 carottes épluchées en dés
- 1 blanc de poireau émincé
- 250 ml de bouillon de bœuf
- 500 ml de vin rouge
- 500 g de haricots secs tarbais
- Épices: ras-el-hanout, poivre, deux feuilles de laurier
- 30 ml de beurre
- Fleur de sel au goût

\* Les joues de bœuf sont disponibles chez certains bouchers, comme la Boucherie du Marché, au marché Jean-Talon.

Faites tremper les haricots tarbais dans de l'eau froide pendant une heure. Disposez-les dans un faitout avec trois gousses d'ail hachées, du poivre du moulin et un peu de sel. Couvrez d'eau et

laissez cuire ainsi 45 minutes. Ajoutez de l'eau froide pour couvrir, baissez le feu et faites cuire une heure de plus. Finissez en assaisonnant. Ajoutez le beurre. Laissez reposer.

Faites chauffer l'huile d'olive et faites revenir les joues de bœuf des deux côtés. Assaisonnez de sel et de poivre. Disposez les joues dans un plat allant au four et ajoutez les légumes, les épices et l'ail restant. Versez le bouillon et le vin rouge, puis laissez cuire à feu doux pendant deux heures. Disposez les haricots dans un tajine et répartissez les joues déjà cuites sur le dessus. Ajoutez le jus de cuisson et les légumes, puis saupoudrez de chapelure. Gratinez au four à 400 °F pendant dix minutes et servez tel quel.

Ce plat est encore meilleur une fois réchauffé. Les haricots tarbais sont disponibles dans les épiceries fines.

ARTISANS DE LA TABLE

LES TOUILLEURS

POUR LA CUISINE

152, rue Laurier Ouest, Montréal  
(514) 278-0008

Pour annoncer dans ce regroupement, contactez Micheline Ruelland au 985-3322 ou à mruelland@ledevoir.com