

ACTUEL



La Presse

CAHIER B | LA PRESSE | MONTRÉAL | VENDREDI 29 DÉCEMBRE 2000



HUGO DUMAS

Plus que deux jours avant la grande nuit du 31 décembre. Où serez-vous à 23h59, à quelques secondes des fatidiques 12 coups de minuit? Ah, non. Oubliez ça. La question fait tellement 1999.

Cette année, on fête sans se casser la tête. On trinque à la nouvelle année et au bogue oublié. Et on se réveille avec un mal de ciboulot, de Laval à Roxboro. Survol des boums de la Saint-Sylvestre dans la région de Montréal.

Pour les technos

Un incontournable : le rave Celebration des productions 514 au Centre Molson. De 22h à midi, les DJ Anthony Pappa, Dave Ralph, Stacey Pullen, Onionz, de même que les fiertés locales Lallèche, Luc Raymond et XL, contrôleront les tables tournantes sans relâche. Pour une nuit mouillée de sueur et de musique house. Billets en vente (65\$ et plus) sur le réseau Admission (514) 790-1245.

Un peu plus à l'est dans la ville, le promoteur Ray Junior concocte la fête Apocalypse 2001 pour les ravers accros à la musique transe. Les premiers vinyles tourneront dès 20h au Centre du Plateau (2275, boul. Saint-Joseph Est). Et on tire la plogue des haut-parleurs à midi trente. Les tickets pour ce long réveillon (55\$) sont disponibles sur le réseau Admission. Infogline : (450) 625-7000. A la porte, on vous soutirera 65\$.

Chaud devant. L'afterhours Stereo reçoit, le temps d'une nuit, le DJ new-yorkais Frankie Knuckles, surnommé le parrain de la musique house. Il en coûte entre 50\$ et 75\$ pour festoyer en compagnie de ce maître de l'aiguille. Les portes ouvrent exceptionnellement à 22h et on récolte toutes les infos au (514) 282-3307.

Pour les gigueux

Cirez vos souliers de danse et sortez les ruine-babines : « Ah que c'est bon, bon, prendre un verre de bière avec la Bottine Souriante dans un p'tit coin noir! ». Pour un rigodon entre joyeux lurons, faites confiance à la bande folklorique d'Yves Lambert. Les membres de la Bottine Souriante feront vrombir le Centre Pierre-Charbonneau les 30 et 31 décembre afin de bien accueillir 2001. Pour le prix des billets et l'heure des spectacles, on compose le (514) 872-6644.

Pour les stars d'un soir

Pointez-vous au Café Campus, où le tapis rouge sera déroulé aux pieds des noctambules. Si, vous avez bien lu. Le palace des étudiants se donne un petit air *jet set* avec sa boum du Nouvel An intitulée « Le gala de étoiles ». Toute la nuit, des prix seront remis dans plusieurs catégories, dont « meilleur client » et « meilleure performance sur une piste de danse ». Déguisé en superstars, le personnel du bar risque d'être méconnaissable. C'est 10\$ à la porte.

Au Jello Bar, la chic maison du martini à Montréal, place au « Diva party » avec la chanteuse Michelle Sweeney. Une ambiance feutrée, teintée de disco, de soul et de funk, assure le gérant. Le prix d'entrée a été fixé à 20\$ à la porte (15\$ en pré-vente) avec un martini gratuit. Porte-cigarettes non compris.

Pour les nostalgiques

Goût de franco-rétro-kitsch? On se rue au Cabaret du Musée. Juste pour rire pour les très courues soirées C'est Extra! Aux platines, MC Champagne et ses 33 tours dépoussiérés de Joe Dassin, Jacques Dutronc, Charles Aznavour et Dalida. Le billet (25\$ en pré-vente) donne droit à une coupe de champagne pétillant et quelques canapés. Infos : (514) 845-2014 ou le réseau Admission.

Au coeur du Vieux-Montréal, le Grand Bal du Nouvel An de la place Jacques-Cartier servira de prétexte pour se déhancher (avec classe, évidemment) sur deux pistes de danse chauffées. Bienvenue aux frileux. La musique? Un Big Band. Les organisateurs attendent près de 70 000 noceurs à la belle étoile. Et c'est gratuit pour se coller tout en se souhaitant la Bonne Année.

Voir PARTY en B2

Illustration et graphisme André Rivest

LES VINS ET LES RESTAURANTS
TOUS LES VENDREDIS ET SAMEDIS DANS **La Presse**

BANDE À PART



L'élitisme porte ses fruits

Roederer et Bollinger ont contingenté les bouteilles en 1999 pour mieux gérer l'avenir

NADÈGE FORESTIER
Le Figaro

« IL FAUT savoir choisir : faire rouler les caisses, c'est-à-dire encourager les volumes à coups de promotions, ou alors faire un produit de luxe », lance Ghislain de Montgolfier, président du champagne Bollinger. C'est parce que sa maison a opté depuis toujours pour cette seconde approche que Bollinger, comme les autres « très grands » de la région, Roederer et Krug, a mieux résisté à l'an 2000 que les autres. En France, les ventes de Roederer dépasseront cette année celles de l'an dernier (plus de

900 000 bouteilles contre 865 000), et à l'étranger elles seront légèrement inférieures (1,9 million contre 2 millions). Quant à Bollinger, il table sur 1,8 million de bouteilles au total contre 2 millions l'an dernier. « À 2 % près ce que nous avions prévu », affirme Ghislain de Montgolfier, l'un des rares patrons de la région à avoir anticipé une baisse dès cette année.

Cette stabilité dans une époque troublée n'est pas due au hasard, mais à une politique délibérée menée de longue date. Elle passe d'abord par la conviction que face à une production mondiale de mousseux en forte expansion et à bas

prix, la défense de la Champagne, qui ne compte que 30 000 hectares et produit du raisin cher, doit être l'élitisme.

C'est ainsi que, dès 1992, Bollinger a édité une charte de qualité qu'il a rendu publique et s'est engagé à respecter. Dans le même temps, il a choisi de produire un vin très personnalisé et reconnaissable qu'il fait déguster à des grands connaisseurs et lors d'événements sélectifs.

La qualité s'accompagne d'une politique de prix élevés, mais sans hausse exagérée liée à la conjoncture. C'est ainsi que Roederer n'a pas bougé ses prix en France et

que les 3 % à 4 % de hausse enregistrés à l'étranger ne sont liés qu'à l'effet devise. Même pratique chez Bollinger qui n'a pas changé ses tarifs en 1999 mais a augmenté certains prix de 1 % à 2 % début 2000.

Cette sagesse s'est également retrouvée dans les prévisions. Les deux maisons ont contingenté les bouteilles en 1999 pour mieux gérer l'avenir.

Autre point fort : l'exportation. Le début de l'année a été difficile en Grande-Bretagne, où les droits d'accises très élevés mettent les bouteilles à un prix record. Mais les États-Unis restent le premier marché à l'exportation. Quant au

Japon, après avoir été un débouché anecdotique, il se développe régulièrement. Pour une raison étonnante : les femmes ont mis à la mode un verre de champagne à l'heure du déjeuner. Pour mener à bien leur stratégie, Roederer comme Bollinger bénéficient de deux atouts supplémentaires. Ces maisons familiales n'ont de comptes à rendre à personne et maîtrisent leur approvisionnement en raisin. Bollinger possède 153 hectares les mieux placés. Roederer assure aussi la quasi-intégralité de ses besoins avec ses vignes. Et cette année, malgré les pluies de juillet, la vendange a été d'excellente qualité.

Les grandes marques sauvées par l'exportation

NADÈGE FORESTIER
Le Figaro

QUE CE SOIT Moët et Chandon, Veuve Clicquot, Pommery, Mumm, Piper ou Charles Heidsieck, les grandes marques, cette année, ont été sauvées par l'exportation. Moins par la tenue des ventes que par l'effet devise. « L'Asie va moins mal que l'Europe » souligne Yves Bénard. Même si 10 % à 15 % seulement des ventes sont réalisées en Extrême-Orient, la consommation progresse et les Japonais boivent des qualités chères. Des marques comme Pommery y sont très présentes.

Ailleurs, la situation est plus contrastée. Les ventes ont augmenté en Europe du Sud (Espagne et Italie), elles marquent le pas aux États-Unis et en Grande-Bretagne et ont franchement régressé en Allemagne. Mais la faiblesse de l'euro par rapport au dollar a rattrapé la situation.

Les marques du groupe LVMH (Moët et Chandon, Veuve Clicquot, Pommery) ont été les premières à en bénéficier. Si les volumes sont en retrait par rapport à l'année dernière (63,4 millions de bouteilles vendues en 1999), le chiffre d'affaires (1,5 milliards de dollars en 1999) ne devra que légèrement baisser, voire rester stable cette année. Mumm et Perrier-Jouët, qui ont été rachetés la semaine dernière par le britannique Allied Domecq, sont également très présents à l'étranger (40 % des ventes pour Mumm, 85 % pour Perrier-Jouët). En outre, ils ont bénéficié d'un double phénomène. D'une part, de grandes campagnes de promotion et la décision de commander la Formule 1 ont stimulé les ventes, notamment en Australie. D'autre part, l'année fiscale qui se termine fin juin a permis de niveler les difficultés de l'année 2000. Au total, sur l'année civile, les ventes auront fléchi de 20 % à 25 %, ce que le président de Mumm et Perrier-Jouët, Jean-Marie Barillère, considère néanmoins comme un « très bon résultat » par rapport à la profession.

De fait, les baisses de ventes de l'année 2000 ne semblent pas préoccuper les investisseurs. Allied Domecq, en effet, n'a pas hésité à dépenser 575 millions d'euros (1 milliard de dollars) pour racheter Mumm et Perrier-Jouët, soit 275 millions d'euros de plus que le fonds texan Hicks Muse Tate and First avait mis sur la table 18 mois plus tôt pour racheter les deux marques à Seagram.

Cette année, les grandes marques de champagne ont été sauvées par l'exportation. Moins par la tenue des ventes que par l'effet devise.



PHOTOTHÈQUE, La Presse ©

Pour les pantoufflards, il reste toujours la bonne vieille télé. Véronique Cloutier anime une émission spéciale à Radio-Canada.

PARTY

Suite de la page B1

Pour les traditionnels : Avec un décompte sur écran géant en direct de Times Square, des ballons, du mousseux, des flûtes, des serpents et tout le bataclan, le Métropolis vous invite dès 20h pour son « Mega party » du Nouvel An. Deux salles, deux ambiances. Les plus grands succès des discothèques de l'année contre du rythm'n'blues. Au coût de 49 \$, les billets se vendent sur le réseau Admission.

Au Medley, le concept est quasi identique à celui du Métropolis, sauf pour un point : bar ouvert de 22h à 3h. Évidemment, le prix du billet grimpe à 65 \$ (80 \$ à la porte). Les couche-tard risquent de fêter fort. Toujours sur le réseau Admission.

Pour les gourmets : Envie d'un repas sept services pour la Saint-Sylvestre ? Kir royal, foie gras, bouillon de langoustine, granité au

champagne et pavé de flétan ? C'est ce que propose, pour 95 \$ (sans les taxes et le service), le restaurant Opus II de l'hôtel Omni. Le tout se met en branle vers 19h30 avec toast et ballons à minuit. Un trio de musiciens égayera les convives. Il faut réserver au (514) 985-6252.

Au chic Beaver Club du Reine-Élizabeth, la fête sera jazzée avec le réputé Charlie Biddle et ses musiciens. Le repas du réveillon comprendra sept services. Coût : 295 \$ par personne, tout inclus. Avec une bouteille de champagne par couple. Nuit pétillante en perspective au (514) 861-3511.

Pour les 4-5-0 : Vous craignez les barrages sur les ponts ? Solution : le Studio 54 de Brossard, qui ne bougera pas de son boulevard Taschereau. Promis. Mélange de musique disco, latine, house et commerciale. On vous accueillera au

champagne et 2000 \$ en prix seront tirés parmi la foule de fêtards. Le portier exige 20 \$ à l'entrée. En pré-vente, on débourse seulement 12 \$. Détails supplémentaires : (450) 923-7350.

Au nord, le Red Lite de Laval hébergera les oiseaux de nuit de banlieue dès 22h et les chassera à midi. La fête du bar afterhours s'appelle Kissing 2001. Coût : 45 \$. Information : (514) 990-0672.

Pour les boys : Le Bad Boy Club de Montréal (BBCM) revient à la charge avec le Bal des Boys au Spectrum. Les plus ponctuels esquisseront des pas de danse à partir de 21h. Les autres auront jusqu'à 6h pour s'exécuter. À l'avance, les billets sont offerts à 45 \$ dans les points de vente habituels du BBCM. On suggère aux participants de se vêtir en noir et blanc. Avec les DJ Davey Gold et Mat Ste-Marie.

Pour les pantoufflards : Il restera toujours cette bonne vieille télé, amie fidèle toujours au poste. Radio-Canada fera fureur avec Véronique Cloutier et sa bande qui s'époumoneront sur des cantiques du temps des Fêtes. À regarder en famille ou entre copains.

Pour les indécis : Notez bien. Le traditionnel « bar hop » a lieu le 30 décembre. Voilà l'occasion idéale pour magasiner un endroit où défoncer l'année. Vendu 12 \$, le bracelet du « bar hop » permet de monter à bord de six navettes, qui voyageront entre une dizaine de bars de Montréal, dont le Métropolis, le Medley, le Limelight, le Planet Hollywood, le Peel Pub, le Groove Society, le Jet Club, le Club Extreme et le Vocalz, un bar karaoké. Les bracelets sont disponibles dans les établissements participants.

Allez hop, c'est parti !

Après le boom du passage à l'an 2000, les ventes de champagne sont en très fort recul, revenant à leur niveau d'il y a dix ans. Certaines marques tirent quand même bien leur épingle du jeu.

Champagne : des lendemains qui déchantent

NADÈGE FORESTIER
Le Figaro

La crise est-elle passagère ou sera-t-elle durable? Les Champenois sont divisés. Mais une chose est sûre, elle est bel et bien au rendez-vous en Champagne au lendemain de l'an 2000. Après l'envolée de 1999, due à l'euphorie du millénaire, personne ne prédisait une année 2000 exceptionnelle. « On attendait une baisse en 2001, reconnaît Yves Bénard, président de l'Union des maisons de Champagne, elle est arrivée plus tôt que prévu. » De là à ce que la chute soit aussi brutale... Les ventes se sont en effet effondrées. Selon Philippe Feneuil, président du Syndicat des vignerons, elles ne dépasseront pas cette année le niveau de 1989, soit 250 millions de bouteilles contre 327 millions en 1999 et 292 millions en 1998.

Toutefois, rien n'est joué avant fin décembre. Comme le fait remarquer Paul-François Vranken, président de Vranken Monopole, la profession travaille de plus en plus en flux tendu et il est fréquent désormais que 25 % des ventes de l'année se fassent, comme cela a été le cas il y a deux ans, au mois de décembre. Il n'en reste pas moins qu'à la fin octobre, les expéditions avaient baissé de 28 % par rapport à l'année dernière. Même s'il y a un rattrapage en cette fin de trimestre, la baisse globale sera très probablement de 25 % ou 20 % dans le meilleur des cas. Tous ne sont pas touchés de la même façon. Le marché français, le plus important avec près de 60 % d'un chiffre d'affaires total de 5 milliards de dollars, est le plus atteint : 30 % à 35 % à fin octobre, alors qu'au même moment l'export avait baissé de 20 % à 25 %.

Ces turbulences sont dues à l'accumulation des stocks. Le réveillon de l'an 2000 a déçu. En 1999, la peur de manquer avait fait exploser les ventes à 327 millions de bouteilles : du jamais vu, mais 250 millions seulement ont été bues. À l'étranger, les importateurs avaient vu trop large. Les bouteilles sont donc restées dans les rayons des grandes surfaces, dans les caves des restaurateurs et des particuliers. Au point que, selon la profession, le « surstock » atteint désormais 50 millions de bouteilles.

La politique de prix a accentué le phénomène. À la veille de l'an 2000, les grandes marques prônant la sagesse ont très peu augmenté leurs tarifs (de 2 % à 3 % en moyenne). Conséquence, les consommateurs ont délaissé les petits champagnes au profit des grands, guère plus chers.

Toute la question aujourd'hui est de savoir si les stocks seront écoulés après le prochain réveillon ou si, au contraire, ils continueront à augmenter, signe que les consommateurs délaissent le champagne. Yves Bénard reste « assez confiant » pour 2001. « La consommation de champagne est le baromètre du moral, dit-il. Pour le moment, les restaurants sont pleins, les gens sortent et boivent du champagne. » Yves Dumont, directeur général de Laurent Perrier, va même plus loin. « Il n'y a pas d'autre raison aux problèmes actuels que les surstocks », affirme-t-il. Pour lui, la crise n'a rien à voir avec celle de 1992 qui avait véritablement traumatisé la région. Il voit trois différences. D'abord, au début des années 90, l'environnement économique était mauvais. La guerre du Golfe avait entraîné une crise mondiale, aujourd'hui, au

contraire, la prospérité est au rendez-vous, surtout aux États-Unis.

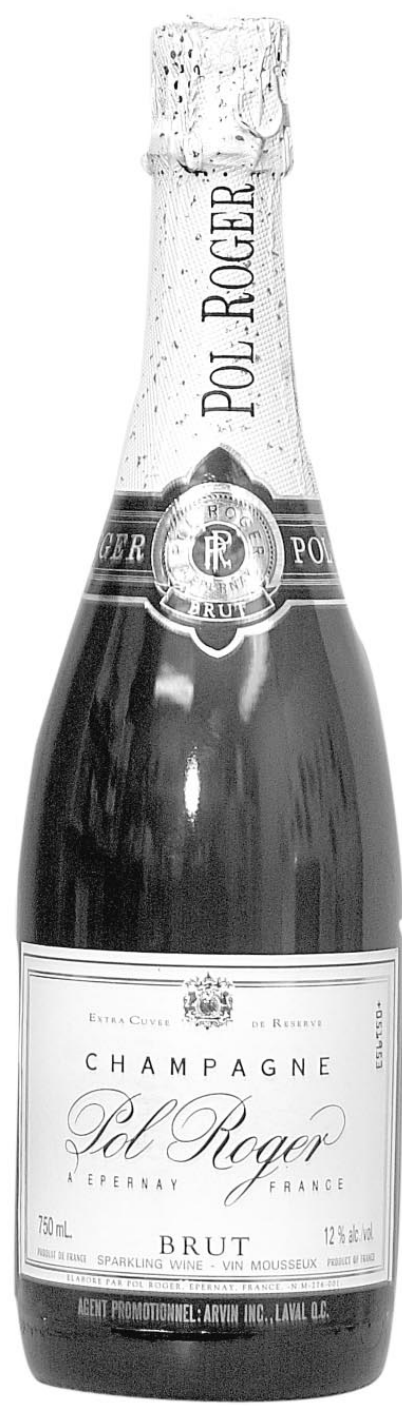
Ensuite, il y a huit ans, le prix du raisin avait flambé (+33 % en deux ans) entraînant une hausse des coûts de production pour les producteurs. Désormais, les prix sont négociés entre le vignoble et le négociant. Les hausses sont plus modérées (+2,8 % cette année), même si les vignerons demandent souvent des primes allant de 2 % à 4 % pour accepter de vendre, primes que la plupart des producteurs acceptent de payer. Enfin, et c'est la troisième raison d'espérer d'Yves Dumont, « les champagnes de marque restent de très grands vins à prix abordables ». En effet, alors qu'en 1992, les prix avaient flambé, huit ans plus tard, ils n'ont augmenté que de 3 %.

Tous ne partagent pas cet optimisme. À commencer par Claude Taittinger, président de la maison qui porte son nom. « Certains voient les ventes repartir à 300 millions de bouteilles en 2001, je les mets en garde, dit-il, il faudra attendre au moins deux ou trois ans pour retrouver ce niveau. »

Carole Duval-Leroy est plus pessimiste encore. « Les stocks ne sont pas la seule explication des difficultés, affirme-t-elle. Je ne comprends pas pourquoi la situation s'est dégradée à ce point. En juin, j'ai cru que cela allait repartir, mais les foires au vin ont été décevantes avec 20 % de baisse. » La jeune femme qui se bat pour sa maison familiale n'exclut pas une désaffection des consommateurs : « Les modes de vie ont changé, dit-elle, on se reçoit de moins en moins et on dépense son argent pour les vacances. On boûde les bulles pour le vin rouge. »



Charles Heidsieck. Ample, nuancé. Élégant. Très beau champagne. 47,25 \$.



Pol Roger. Beaucoup de classe, de finesse. 41,50 \$.



Pommery. Champagne délicat, d'un style qui a ses amateurs. 46,75\$.



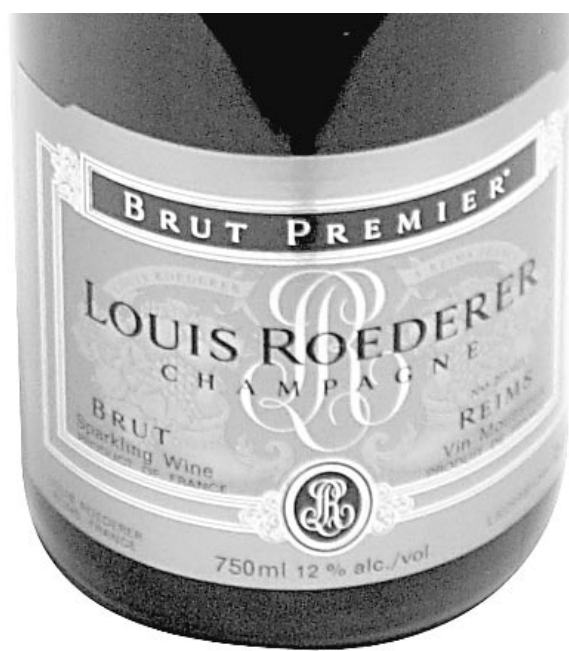
De Saint Gall. Champagne peu corsé, fin. 42,75 \$.



Lanson Black Label. Un champagne qui a du corps et du caractère. Un peu austère. 42,75 \$.



Laurent-Perrier. Élégant, distingué, chic. 47,50 \$.



Roederer Brut Premier. Distingué, complexe. Et sperbe, mais bien cher. 52,25 \$.



Veuve Clicquot Carte Jaune. Finesse, distinction. Cher, toutefois. 51,50 \$.

«BOXING WEEK» jusqu'à 50% de rabais

Le spécialiste du ski de fond au Québec

Touring • Course • Hors piste

- Cliniques de fartage
- Vêtements et accessoires
- Rabais sur équipement complet

Grand choix de raquettes à neige

TUBBS - MSR - ATLAS

André Jac Sport

5520, boul. des Laurentides, Laval

4 km au nord de la 440 / 6 km au sud de la 640

(450) 622-2410 / Sans frais 1 800 997-2410

REPORTAGE PUBLICITAIRE

EDUCATION 2001

Ne manquez pas ce cahier spécial mercredi dans

La Presse

Boom économique? Quel boom?

Les sans-abri américains sont victimes de la prospérité

IAN JAMES
Associated Press

NEW YORK — L'Amérique a vécu jusqu'à tout récemment le plus long boom économique de son histoire. Les revenus grimpent, le chômage est à son plus bas niveau depuis 30 ans, les immeubles de bureaux et d'appartements de luxe poussent comme des champignons à New York. Mais, non loin des rutilants gratte-ciel de Manhattan, George Brown, assis sur le trottoir, se prépare un maigre repas sur un réchaud de fortune.

Il est l'un des 2,3 millions de sans-abri du pays, laissés-pour-compte de la prospérité. La journée, il ramasse les boîtes de conserve en aluminium que le recyclage récupère cinq cents la pièce. La nuit, il s'enveloppe dans de vieilles couvertures et dort à même le béton.

« Cela fait huit ans que je suis dans la rue, huit ou neuf ans, quelque chose comme ça », dit l'ancien employé dans la construction, âgé de 62 ans. « On dirait que je deviens accro à la rue. »

La question des sans-abri reste

un problème social lancinant aux États-Unis. Pourquoi tant de gens sont à la rue, oubliés par l'économie florissante? Cela reste une question complexe.

Maladies mentales, alcoolisme et drogue jouent un rôle important, soulignent la plupart des experts américains. Mais d'autres, à la conscience sociale plus aiguisée, mettent en avant un autre phénomène : l'absence de logements bon marché.

Certes, George Brown reconnaît qu'il a des problèmes avec l'alcool et qu'il a fumé du crack. Mais il ajoute qu'avec le peu d'argent qu'il gagne avec ses boîtes de conserve, il pourrait payer un loyer, si seulement ce n'était pas si cher et s'il y avait des logements sociaux : « Je pourrais payer au moins 20 dollars par jour », dit-il. Un rêve improbable à New York. « Vous ne pouvez rien trouver de bon marché maintenant », dit-il en levant les yeux sur les hauts immeubles environnants.

Car à Manhattan, ce ne sont que des appartements de luxe qui sont construits pour répondre à la demande, vague de prospérité oblige. Selon les chiffres officiels, le loyer moyen dans la Grosse Pomme a

grimpé de 27 % entre 1984 et 1999 : de 549 dollars US à 700 dollars US par mois.

La hausse des loyers est un des effets les plus pervers du boom économique. « La plupart des itinérants sont en fait des gens qui ont juste besoin d'aide au logement », estime Patrick Markee, analyste de la Coalition pour les sans-abri de New York.

On ne construit pas pour les moins riches, et selon les chiffres du recensement, le nombre d'appartements new-yorkais à moins de 500 dollars par mois s'est réduit comme peau de chagrin : de plus de 920 000 à moins de 420 000 aujourd'hui. Il faut désormais débours des sommes aberrantes pour avoir le droit d'habiter la moindre surface minuscule. Beaucoup des appartements les plus petits de la ville se louent désormais à 1500 dollars US par mois, ou plus...

Une étude datant de 1998 de l'université de New York considère l'absence de logements abordables comme le facteur numéro un dans le phénomène des sans-abri. Quels que soient les problèmes sociaux par ailleurs, 80 % des familles à l'origine sans domicile fixe ayant

bénéficié d'une aide au logement étaient dans le même appartement un an plus tard. Parmi celles n'ayant eu droit à aucune subvention, seules 18 % avaient trouvé un domicile permanent, la plupart en s'installant chez des amis ou des parents...

Pour Brendan O'Flaherty, professeur d'économie à l'université de Columbia et auteur de « Faire de la place : l'économie du phénomène SDF », la meilleure solution serait « l'accès généralisé à des fonds pour des logements sous réserve de conditions minimales ».

Mais il y a encore beaucoup de chercheurs qui ne sont pas d'accord avec cette lecture. Comme Dirk Early, économiste à l'université du Sud-Ouest de Georgetown, au Texas : il cite une enquête selon laquelle sur 4000 sans-abri, 86 % faisaient état de problèmes mentaux, alcoolisme ou drogue dans le courant de leur vie. « Certains de ces gens ont besoin d'être admis dans des institutions spécialisées », les aides au logement n'étant pas susceptibles, selon lui, de régler leur problème.

Brendan O'Flaherty a un peu été voir ailleurs. À Toronto, où le pro-

blème semble nettement moins grave, à Londres où dire qui était sans-abri lui a paru difficile car nombre de ceux qui vivent la rue le jour se retrouvent dans des squatts la nuit... Quant à Hossain Saadat, directeur du Programme pour le Pain et la Vie à Brooklyn, il compare avec son pays natal, l'Iran. Là-bas, la pauvreté la plus extrême est compensée par la solidarité familiale et quasiment personne ne se retrouve à la rue.

George Brown, lui, a bien une fille vivant à New York... Mais il ne la voit jamais. Elle refuse de le laisser entrer chez elle et ne supporte pas qu'il boive. Souriant, George Brown dit qu'il aimerait bien voir plus souvent ses sept petits-enfants.

Pour en savoir plus sur les sans-abri

à New York :

U.S. Department of Housing and Urban

Development :

[http://www.huduser.org/](http://www.huduser.org/publications/homeless.html)

[publications/homeless.html](http://www.huduser.org/publications/homeless.html)

.

The Urban Institute :

<http://www.urban.org>.

Réalisez le prochain vidéo-clip de Johnny Halliday

WWW SUR LE WEB AUJOURD'HUI

MERCREDI, je vous parlais du site suisse Netsurf (www.netsurf.ch) qui publie sa revue de l'an 2000. Il y a, sur ce site, une autre tradition suisse, celle du jeu des prédictions. Évidemment, bien peu de ce que les experts y disent va se réaliser, mais qui sait? Et puis, c'est surtout l'occasion de voir la perception de tous et chacun sur le développement du Net en 2001. Cette année, on a demandé à neuf personnalités d'Internet de se mouiller avec leurs trois prédictions. Au nombre des invités, le patron de la compagnie Logitech, Daniel Borel, le chroniqueur Jean-Pierre Cloutier des *Chroniques de Cybérie*, Rémi Fièvre de *Libération*, et monseigneur Jacques Gaillot, évêque du diocèse virtuel de Partenia.

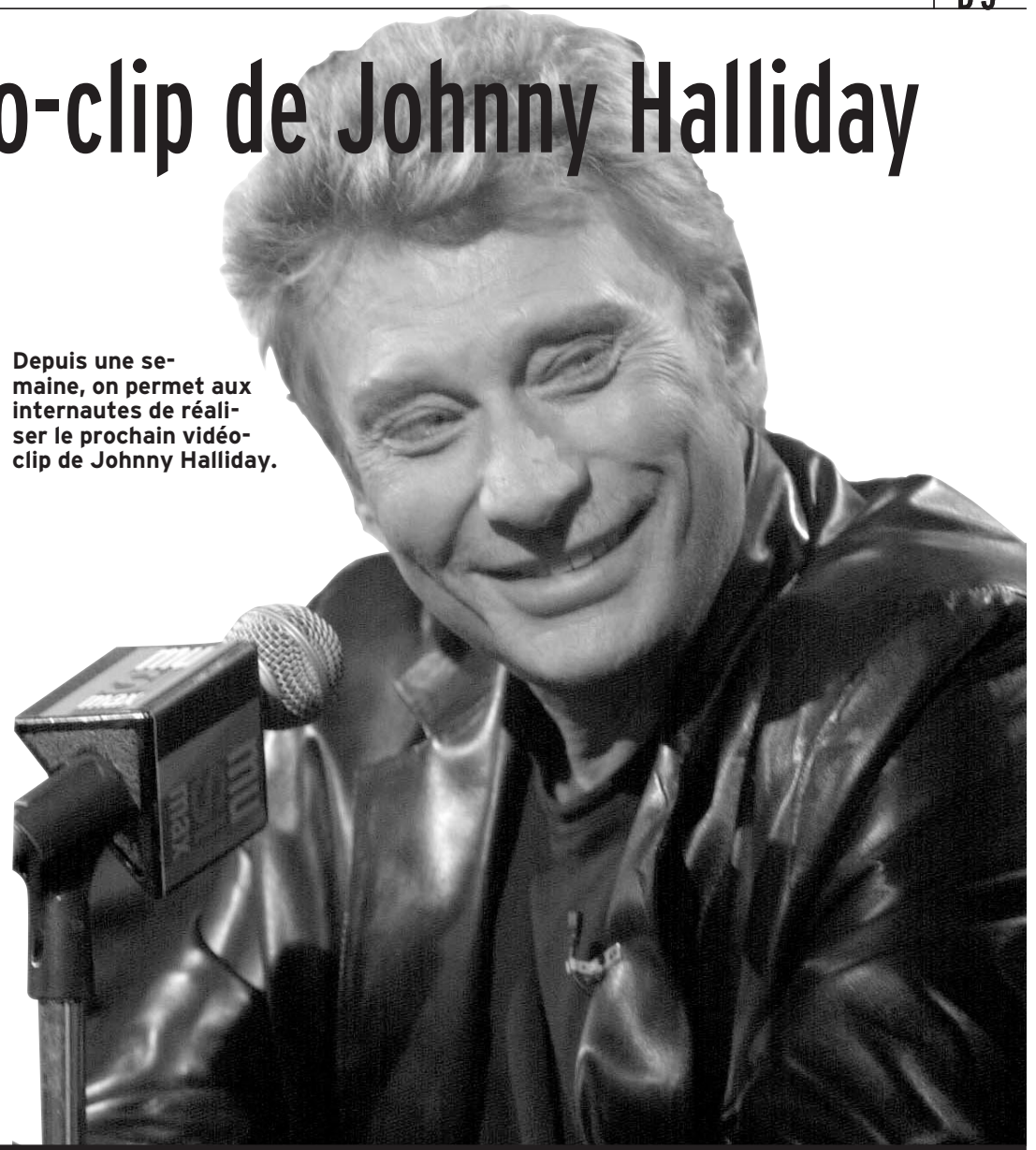
CONCOURS ASSEZ inusité sur le site de TF1 (www.tf1.fr/evenements/johnny/accueil.htm). Depuis une semaine, on permet aux internautes de réaliser le prochain vidéo-clip de Johnny Halliday. Le meilleur vidéo sera diffusé sur TF1 le 12 janvier et son réalisateur gagnera un caméscope numérique d'une valeur de 1900 \$. Pour tenter votre chance, vous devez vous brancher au site de TF1 et visionner au préalable 10 photos et 10 vidéos tournés lors d'un concert. Alors vous serez prêt à réaliser votre vidéo-clip en illustrant un extrait de 90 secondes de la chanson

Je te promets. Tout ça est possible grâce à un petit logiciel, le Mix'Net, que l'on télécharge gratuitement du site de TF1. Essayez-le et vous m'en donnerez des nouvelles. Dans le genre, c'est encore ce que j'ai vu de mieux sur le web, toutes langues confondues. Un beau coup!

LA TÉLÉ DE la francophonie TV5 offre maintenant son bulletin d'information *TV5 le journal* et de l'actualité internationale à partir de son site web (www.tv5.org/info). Cinq fois par jour, on y remet l'info à jour en présentant un flash vidéo de deux minutes, 30 secondes. Et puis, on présente également l'édition du jour de *TV5 l'invité*. Bref, il n'y a plus de raison de rater le bulletin de TV5.

PARLANT DE télé et du Net, le logiciel de navigation RapidBrowser permet maintenant de marier les deux. RapidMedia Network (www.rapidmedianetwork.com) vient de sortir la version 2.0 de son fureteur qui permet de naviguer sur le web tout en regardant un segment vidéo à partir d'une petite fenêtre située dans la barre de navigation du logiciel. On peut même présélectionner une programmation, ce qui permet de regarder des reportages de MSNBC, CNet, Bloomberg, Filmspeed tout en naviguant sans se préoccuper du contenu vidéo. Et tout ça, gratuitement.

Bruno Guglielminetti



Depuis une semaine, on permet aux internautes de réaliser le prochain vidéo-clip de Johnny Halliday.

Une Saint-Justin-Grenadine s'il vous plaît !

MICHEL BELLEMARE
collaboration spéciale

A priori, rien ne devait révéler l'existence du petit village de Saint-Justin de Maskinongé au reste du monde, si ce n'est son eau. Non, pas l'eau de l'aqueduc municipal, plutôt l'eau de sa source la plus connue : la source d'eau minérale pétillante Saint-Justin située à l'entrée du village, à une heure de Montréal. Il a fallu tout de même un peu plus que la simple source, exploitée depuis une centaine d'années, pour mettre Saint-Justin sur la « carte ». Il a fallu un catalyseur, un visionnaire, Paul Dagenais-Pérusse.

Médecin, pédiatre, sensible aux bénéfices que peut apporter la consommation d'une eau de qualité, Paul Dagenais-Pérusse voulait investir dans une « entreprise d'eau » : il s'est porté acquéreur de la petite usine d'embouteillage et du terrain de Saint-Justin. C'était en 1971.

En 1973, son épouse, Nicole Lelièvre, infirmière de formation, s'implique dans l'entreprise familiale et après le décès du docteur, en 1994, en prend complètement la charge.

« Lorsque nous avons acheté, l'eau Saint-Justin n'était vendue que localement, au mieux à Montréal. Maintenant, nous sommes dans presque toutes les grandes surfaces d'un bout à l'autre du pays », lance Nicole Lelièvre, assise, souriante, derrière son bureau de Montréal. Ces grandes surfaces dont parle madame Lelièvre sont les chaînes Loblaw's, Provigo, Maxi, IGA, Sobey's, Métro-Richelieu, Loeb, Super C, Groupe Jean Coutu et Uniprix. « Nous produisons, embouteillons pour eux, leurs marques « sans nom », et President's Choice dans le cas de Loblaw's, ajoute-t-elle. Loblaw's a d'ailleurs été notre premier client au début des années 1970. »

Des milliers de consommateurs à travers le pays connaissent donc l'eau Saint-Justin, une eau minérale pétillante, sans vraiment la connaître, principe du « sans nom » oblige. L'Office général des eaux minérales, nom légal de l'entreprise de Mme Lelièvre, sacrifie ainsi jusqu'à un certain point sa propre marque de commerce, Saint-Justin, qui est aussi disponible, mais cela risque de changer. La présidente est fière de la position de sa compagnie auprès des chaînes d'alimentation, mais voudrait bien percer du côté institutionnel et de la restauration, c'est-à-dire du côté des hôtels, des restaurants, des cafés, etc.

« Mon rêve, ce serait qu'aux terrasses des cafés au Québec, les gens commandent une Saint-Justin plutôt que des eaux minérales européennes connues. » Au siège de sa compagnie à Montréal, il n'est d'ailleurs pas question d'appeler un papier-mouchoir autrement qu'un papier-mouchoir : « Les noms comme Frigidaire, Kleenex, etc... Perrier, sont bannis de notre vocabulaire », lance-t-elle.

« Nous avons affaire à des géants. Ces compétiteurs sont puissants. Je crois qu'à une époque où nos produits du terroir sont de plus en plus valorisés, nous devons aussi être fiers de nos eaux minérales d'ici », ajoute-t-elle. Nicole Lelièvre ne désespère pas. Au contraire, elle est convaincue de la qualité de son eau et caresse des projets : « Je veux doubler le nombre d'employés de la compagnie ; il faudra agrandir l'usine. Nous avons même une autre source qui reste encore à exploiter sur le terrain. Et notre eau est pure, et cela est très important à une époque où la qualité des aliments est devenue un souci de tous les jours. »

Pour gagner son pari de sortir de l'ombre du « sans nom », Nicole Lelièvre a besoin de visibilité. La commande d'événements culturels et artistiques est dans ses plans. D'ailleurs, elle est déjà très sollicitée. En octobre dernier, des bouteilles d'eau Saint-Justin étaient sur toutes les tables à la sélecte soirée gala du Concours du meilleur sommelier du monde, à Montréal. Durant la grande finale du concours, dans l'épreuve de service, le gagnant, Olivier Poussier, candidat de la France, avait vanté (en anglais, selon les règles du concours) les mérites de la Saint-Justin auprès de ses clients fictifs, Jean-Pierre Ferland et son épouse : « *Should I propose you a mineral water? We are in Canada. There's a lot of mineral waters here. We have Montclair, Saint-Justin. Saint-Justin is a very good choice...* ». Un clin d'oeil à un commanditaire très réceptif.



Nicole Lelièvre : « Mon rêve, ce serait qu'aux terrasses des cafés au Québec, les gens commandent une Saint-Justin plutôt que des eaux minérales européennes connues. »

Des milliers de consommateurs à travers le pays connaissent l'eau Saint-Justin, une eau minérale pétillante, sans vraiment la connaître, principe du « sans nom » oblige.

loto-québec résultats

6/49	Tirage du 2000-12-27	GAGNANTS	LOTS
06 09 17 33 43 45		6/6 2	1 000 000,00 \$
Numéro complémentaire: 37		5/6+ 4	124 127,80 \$
		5/6 232	1 712,10 \$
		4/6 11 970	63,60 \$
		3/6 222 484	10,00 \$
		Ventes totales: 12 299 812 \$	
		Prochain gros lot (appr.): 2 000 000 \$	

Quebec 49	Tirage du 2000-12-27	GAGNANTS	LOTS
11 19 21 33 34 40		6/6 0	1 000 000,00 \$
Numéro complémentaire: 01		5/6+ 2	25 000,00 \$
		5/6 25	500,00 \$
		4/6 859	50,00 \$
		3/6 17 657	5,00 \$
		Ventes totales: 549 813,50 \$	

Promotion Double Jeu*

6/49 + Quebec 49	Tirage du 2000-12-27	GAGNANTS	LOT
		19 23 33 38	243,90 \$
		*Seules les sélections participant au Loto 6/49 et au Québec 49 sur le même billet sont admissibles à la promotion.	

PANCO	Tirage du 2000-12-28	GAGNANTS	LOT
01 06 13 14 21		41	243,90 \$
24 25 28 31 32			
38 39 41 43 44			
50 55 58 59 60			

Extra	Tirage du 2000-12-27	GAGNANTS	LOT
291152		100 000 \$	

Extra	Tirage du 2000-12-28	GAGNANTS	LOT
620 4921		713258	100 000 \$

Le jeu doit rester un jeu.

Les modalités d'encaissement des billets gagnants paraissent au verso des billets. En cas de disparité entre cette liste et la liste officielle de L-Q, cette dernière a priorité.

TVA, le réseau des tirages

Besoin d'aide ?
Composez l'un de ces numéros d'urgence

5 jours\sem.	Centre de référence du Grand Montréal	☎ 527-1375
24 hrs\7 jrs	S.O.S. Violence conjugale	☎ 873-9010 (Ext. 1-800-363-9010)
24 hrs\7 jrs	Protection de la jeunesse (urgence sociale)	☎ 896-3300 ou 896-3100
8 - 24 hrs\7 jrs	Déprimés anonymes	☎ 278-2130
24 hrs\7 jrs	Drogue : aide et référence	☎ 527-2626 (Ext.: 1-800-265-2626)
24 hrs\7 jrs	Parents anonymes	☎ 288-5555 (Ext.: 1-800-361-5085)
24 hrs\7 jrs	Suicide -Action Montréal	☎ 723-4000
24 hrs\7 jrs	Tel-Jeunes	☎ 288-2266 (ext.: 1-800-263-2266)
24 hrs\7 jrs	Tel-Aide	☎ 935-1101
24 hrs\7 jrs	Grossesse-Secours	☎ 271-0554
6 jours\sem.	L'Association G.R.A.N.D. (Aide aux grand-parents)	☎ 846-0574
24 hrs\7 jrs	Agression sexuelle (centre pour victimes)	☎ 934-4504
24 hrs\7 jrs	Jeunesse J'écoute	☎ 1-800-668-6868
24 hrs\7 jrs	Jeu: aide et référence	☎ 527-0140 (Ext.: 1-800-461-0140)
11 - 23 hrs\7 jrs	Gai Écoute	☎ 866-0103 (Ext.: 1-888-505-1010)
5 jours\sem.	CLSC de votre quartier ou votre région	
24 hrs\7 jrs	CLSC Info-Santé de votre quartier ou votre région	

CENTRE LA MER

Pour le poisson le plus frais

Plus de 200 variétés provenant des quatre coins du monde

Impressionnez vos invités en leur servant le meilleur de La Mer : Langoustines géantes, caviar importé, omble chevalier d'Islande, saumon fumé frais.

- Service d'apprêt de poisson
- Service d'emballage sous vide
- Service de cuisson d'homard

Ouvert les 25 décembre et 1er janvier dès 17 h

Plateau pour emporter

CERTIFICAT CADEAUX DISPONIBLES
www.lamer.ca

Ouvert tous les jours

Stationnement • Papineau / coin René-Lévesque Est

Un cahier spécial à ne pas manquer demain dans **La Presse**

Les bébés de L'année 2000

SAVEURS



Simplicité chaleureuse

FRÉDÉRIC CHABOT
collaboration spéciale

Alors que le boulevard Saint-Laurent aux abords de Jean-Talon réussit à préserver son caractère italien, il en est tout autrement pour les rues adjacentes où le paysage commercial évolue rapidement avec l'établissement d'une multitude de petites entreprises sud-américaines. C'est le cas du Las Americas. Aujourd'hui, ce restaurant fait bien plus pour nous aider à traverser l'hiver avec sa cuisine colombienne que le traiteur qui autrefois occupait l'espace avec ses plateaux de sandwiches écroulés.

Tout cela commence par des murs recouverts de patine aux chauds tons de terre, de simples rideaux de jute, un mobilier de bois teinté et de petites lampes à huile sur chacune des tables. Un décor qui aurait pu mal tourner, mais une juste dose de sobriété a permis d'éviter la catastrophe. Ça se poursuit avec une ambiance réchauffée par une musique aux couleurs locales, de grandes tablées familiales et des midis toujours occupés. Et contrairement à certains de ces voisins, Las Americas nous a épargné la télévision à écran géant diffusant des telenovelas.

Au menu, une section platos típicos qui regroupe sancocho (soupe repas), bandeja (assiette garnie) et ragoûts à base de manioc, pomme de terre et plantain. Dans une autre section appelée platos nuevos, du porc mariné à l'orange et au citron, du poulet tropical et quelques autres apprêts, eux aussi servis avec haricots rouges, riz et salade.

Dans tous les cas, la maison vous offre l'arepa en entrée. Si, sous nos latitudes, les tortillas mexicains à base de blé sont bien connus, et ceux de maïs un peu moins, ce n'est pas encore le cas des arepa. Pain quotidien de la Colombie et du Venezuela, cette galette à base de maïs blanc offre en surface le croustillant du tortilla de maïs frit et l'intérieur rigide d'un tortilla de blé vieillot. Cette raideur en fait un support idéal pour écraser le quartier d'avocat qui l'accompagne. Arrosé d'une fine salsa vi-

LAS AMERICAS
6700, rue Clark, (514) 274-7303

Entrées : 2 \$ à 6 \$
Plats : 9\$ à 14,50\$
Mardi et mercredi : 12h à 21h
Jeudi au samedi : 12h à 22h
Dimanche : 12h à 19h

★★★



naigrée qui contrebalance le gras de l'avocat, chaque bouchée cache de fines notes de maïs grillé. Si l'expérience vous plaît, la carte offre en entrée d'autres arepa garnis de viande ou de poulet.

Maintenant que vous voilà en appétit, offrez-vous une dose rapide de réconfort hivernal avec une des soupes de poissons. Servies bouillantes, elles regorgent de chairs marines baignant dans un savoureux bouillon tomate riche en ail et légèrement brûlant, parfumé à la dernière minute de quelques feuilles de coriandre.

En Amérique du Sud, la viande est rarement hachée avant d'être cuite, contrairement aux instructions dictées par les kits à tacos Old El Paso. Les pièces de viande sont plutôt cuites jusqu'à l'effondrement des tissus avant d'être effilochées en lon-

gues fibres pêle-mêle. Ne vous fiez pas à la traduction de la « carne desmechada » qui se lit sur le menu « viande émincée ». Ce concentré de viande « démanchée » sert de base à une multitude de plats sud-américains.

Pour les carnassiers aux mâchoires d'acier, la basique bandeja accompagne cette viande de chicharron, une bande de flanc de porc frit découpé en dentelle, mais dont la couenne raidie lui en interdit toute la finesse. À cette généreuse portion de protéines s'ajoute un oeuf frit. Pour ceux dont le taux de cholestérol grimpe à un niveau alarmant à la seule lecture de ces mots, il est toujours possible d'opter pour la bandejita, qui bannit l'oeuf. Dans les deux cas, les assiettes sont complétées par les habitués riz, haricots rouges, plantain et salade.

La salade se choisit avec tomate ou betterave, qui couronne une laitue émincée et nappée d'une vinaigrette crémeuse tout à fait passe-partout. On note avec regret l'absence d'acidité dans la vinaigrette qui, autrement, aurait allégé ces assiettes riches en lipides.

Las Americas a aussi pensé aux mâchoires plus fines en proposant un choix de paellas. Sans maîtriser toute la finesse de ce plat aussi bien qu'un conquistador, le chef prépare sa paella avec une abondance de fruits de mer et de poisson mélangés à un riz quelque peu bourbeux assaisonné à la tomate et l'annatto. Une macédoine de légumes malheureusement sortie du congélateur tente d'égayer un tant soit peu ce plat. C'est alors que le citron intervient. Pressé entre les doigts, quelques gouttes suffiront à raviver cette spécialité hispanique.

Certes cette cuisine est simple. Mais ce n'est pas pour l'orchestration des saveurs qu'elle se fait remarquer. En offrant la rusticité de la viande et la délicatesse de la mer dans des assiettes qui rayonnent de chaleur, cette nourriture du sud devient salvatrice dans un climat nordique. Une nourriture qui se fait nôtre, parce qu'elle est offerte à tous avec générosité, même si depuis des générations vous avez grandi les deux pieds dans la neige.

LE P'TIT PLATEAU, 330, rue Marie-Anne Est, (514) 282-6342
Habitée par une patronne plutôt sympathique mais qui impose ses règles. Ce resto de quartier désormais populaire offre une table d'hôte qui ne se démarque pas par sa soupe et sa salade verte, mais dont les entrées à la carte ne vous feront pas regretter le léger supplément.

Pour > Les riches palettes de saveurs qui composent chacune des assiettes et l'excellent travail de la cuisine qui se fait remarquer même au dessert.
Contre > Les services à heures fixes (18h et 20h30) le jeudi, vendredi et samedi, les serveuses pressées, les départs forcés pour laisser la place au deuxième service et la boîte vocale qui ne confirme pas votre réservation.

☞ \$\$ ★★★ 1/2

UNIKA, 6700, boulevard Saint-Laurent, (514) 277-6444
Italien tout en élégance, à la cuisine et à la musique bien ancrée dans ses racines, mais qui ne se refuse pas quelques escapades du côté de la nouveauté.

Pour > Le pain passé sur le grill et arrosé d'huile d'olive, le service tout en beauté et la terrasse qui met en sourdine l'activité envahissante de Saint-Laurent.
Contre > Les cuissons parfois mal maîtrisées et les accidentelles modernités qui dérapent. Le raisonnement qui pousse le personnel de service à conclure que les buveurs de vin ne sont pas intéressés à boire de l'eau.

☞ \$\$ ★★★

AZUMA, 5263, boulevard Saint-Laurent, (514) 271-5263
Havre de paix où il fait bon décompresser et oublier les tracas du quotidien avec une cuisine qui réchauffe l'âme dans un décor sobre inspirant la tranquillité.

Pour > Le retour au menu du réconfortant chawan mushi, surtout les journées où le climat vous transperce les os. Les dunburi, une solution rapide mais savoureuse, pour ces moments où la vie ne vous permet pas de reprendre votre souffle.
Contre > Les sushis plutôt ordinaires et la vapeur emprisonnée sous le couvercle des dunburi qui ramollit le croustillant des fritures qui s'y cachent.

☞ \$\$ ★★★

PIZZERIA NAPOLETANA, 189, rue Dante, (514) 276-8226
Pâtes costaudes et pizzas rustiques dans une ambiance de trattoria où tous et chacun se voisinent sans vraiment se connaître. Sans prétention mais authentique.

Pour > L'ambiance très animée, parfaite pour les repas en groupe. La maîtrise du tiramisù : doigts de dame bien imbibés de café, crème riche et épaisse juste assez persistante qui insiste pour rester dans votre bouche un peu plus longtemps.
Contre > Le paiement en argent comptant seulement et le service indifférent. La salade sans personnalité à base de laitue iceberg qui ferait mourir de honte la mamma de n'importe quel chef italien.

☞ ☾ ☞ ☞ \$\$\$ ★★★

Notre chroniqueur se présente toujours au restaurant de façon anonyme et La Presse assume toutes les dépenses encourues pour le repas. Les étoiles accordées reflètent la qualité de la nourriture, du service et de l'ambiance en fonction du prix et des attentes que le restaurant suscite. Le symbole du sourire (☺) est donné lorsque le chroniqueur a été ravi par l'expérience. Le signe de \$ reflète le prix des plats principaux à la carte.

★	Sans intérêt	\$	En bas de 10 \$
★★	Passable	\$\$	Entre 10 - 20 \$
★★★	Bon	\$\$\$	Entre 20 - 35 \$
★★★★	Très bon	\$\$\$\$	Plus de 30 \$
★★★★★	Exceptionnel	☞	Mangez en terrasse
☾	Sortez tard	☞	Apportez votre vin

Gadgets & Cie



JACQUES BENOIT
LE VIN



Il a un nom en quelque sorte... prédestiné. Sommelier de métier, il s'appelle en effet Lavigne — Raymond de son prénom — et a inventé il y a quelques années un outil curieux, qu'il a baptisé le *cueille-bouchon*.

Gadget comme il en existe tant en vue de mettre en valeur cette merveilleuse boisson qu'est le vin ? Sans doute.

N'empêche, c'est un gadget qui s'avère précieux lorsqu'on a le malheur de faire tomber un bouchon dans une bouteille. Et surtout s'il s'agit d'un vin réputé, qu'on tient à servir dans sa bouteille, et non dans une carafe.

L'outil inventé par Raymond Lavigne est tout simple et fonctionne adéquatement.

Il se présente comme une longue tige en métal de quelque 20 centimètres de long, avec à un bout une poignée en forme de petite bouteille, et à l'autre extrémité un petit crochet. Crochet avec lequel on agrippe le bouchon par un bout (mais il faut parfois s'y reprendre à quelques reprises) et qu'une fois accroché on fait glisser le long du goulot et retire de la bouteille. Il fallait y penser !

Il en existe trois modèles. L'un en étain (le prix suggéré est de 19,95 \$), le

deuxième aussi en étain, mais avec une poignée en forme de grappe de raisins, (39,95 \$) et le troisième également en étain, mais... plaqué or (39,95 \$). Dans les boutiques spécialisées. (Informations, 514-729-4979.)

Michel G. Morin, lui, n'a rien inventé, contrairement à Raymond Lavigne, puisque c'est sous licence d'une entreprise du Danemark, Consumer Products, qu'il fabrique et commercialise le bec verseur dit le Sans Goutte.

Morin prédit que, d'ici trois ou quatre ans, le Sans Goutte sera devenu quelque chose d'aussi familier que le couteau et la fourchette. Peut-être...

L'objet en question, déjà d'usage courant dans le milieu du vin, et qui est réutilisable, est d'une simplicité déconcertante. Il s'agit simplement d'une rondelle en polyester métallisé, d'environ cinq centimètres de diamètre, auquel on donne la forme d'un cylindre et qu'on glisse dans le goulot dans la bouteille.

Son utilité, comme le dit son nom : ainsi, il n'y a pas de gouttes qui coulent lorsqu'on verse le vin. Également dans les boutiques spécialisées, 4,95 \$ pour deux. (Informations, VinoFlex, 450-447-5505, ou 1-888-VinoFlex.)

À noter enfin qu'on peut en faire fabriquer avec un logo, à des fins promotionnelles.

Pour protéger ses vins

Ce sont des objets à offrir ou à s'offrir, surtout, bien sûr, en cette période de l'année.

Même chose pour cette petite bouteille de trois gaz inertes, le *Wine Preserver*, vendue par les boutiques spécialisées et à la SAQ, qui est sans doute la meilleure façon de protéger contre l'oxydation la bouteille de vin entamée. On injecte un peu de gaz dans la bouteille de vin, on la rebouche en enfonçant à demi le bouchon, et le tour est joué. Prix : 12,50 \$ avant taxes.

Un porto

Porto très connu au Québec, le **LBV Taylor** vient d'apparaître dans le millésime 95, lequel succède au 94. Grenat foncé, il est égal à lui-même, avec son bouquet profond, généreux, offrant une bonne palette de notes odorantes. Corpulent, concentré, onctueux, il ne décevra pas ses nombreux admirateurs, dont je suis ! Produit courant (C), 19,35 \$, ★★★ \$ 5-6 ans aisément.

Dégustés pour vous

>1^{re} **Côtes de Bordeaux 98 Château Puy Bardens**. Bien en chair, relativement corsé, et assez tannique. Bon bordeaux, mais sans distinction particulière. Produit de spécialité (S), 912196, 18,85 \$, ★★(*) \$ 2-3 ans.

>**Graves 98 Château Saint-Jean-des-Graves**. Moyennement corsé, peu tannique, avec une note de tabac au nez. Un peu plus distingué que le précédent. S, 896621, 18,65 \$, ★★(*) \$ 2-3 ans.

>**Châteauneuf-du-Pape 97 La Bernardine Chapoutier**. Un Châteauneuf rouge clair un peu grenat, au joli bouquet de fruits rouges bien mûrs, nuancé (cuir, fruits cuits, etc.). Et au goût tout aussi mûr, sur des tannins qui se sont assagis. Très bon, mais cher. S, 323170, 37,75 \$, ★★★ \$\$\$\$ 1-2 ans, à boire.

>**Coteaux du Languedoc 97 Château Valoussière**. Une note végétale au nez, et mieux en bouche, sans trop d'astringence. Vin qui a du corps sans être très concentré, tannique, mais pas trop. Toutefois, il y a mieux à ce prix. S, 567339, 13,20 \$, ★ \$(S) 1-2 ans.

★	Vin correct	★★★★	Excellent
★★	Bon	★★★★★	Exceptionnel
★★★	Très bon	(★)	Égale une 1/2 étoile

La règle
- Plus d'étoiles que de \$, le vin vaut largement son prix; autant d'étoiles que de \$, il vaut son prix; moins d'étoiles que de \$, il est cher ou même très cher.
- C indique qu'il s'agit d'un vin « courant », vendu dans la plupart des succursales, et S désigne les vins de « spécialité », en vente uniquement dans un nombre limité de succursales. Le nombre d'années figurant après la note indique le potentiel de garde approximatif à partir de maintenant.

Syndrome de la classe économique : 25 décès en 8 ans à l'aéroport de Tokyo

Agence France-Presse

TOKYO — Un total de 25 décès répertoriés au cours des huit dernières années à l'aéroport international de Tokyo-Narita sont considérés comme ayant été provoqués par le « syndrome de la classe économique », accident vasculaire résultant d'une position assise prolongée pendant les vols de longue durée.

Les 25 personnes, parmi lesquelles un pilote américain, sont toutes mortes peu de temps après avoir débarqué de vols de longue durée.

« J'ai ouvert ma clinique dans le bâtiment de l'aéroport en 1992 et j'ai vu le nombre de cas augmenter d'année en année parce que de plus en plus de gens voyagent par avion », a indiqué Toshiro Makino, directeur de la clinique Nippon Medical School basée à l'aéroport de Tokyo-Narita.

Rester assis immobile des heures durant dans un espace réduit en respirant de l'air sec continuellement recyclé entrave la circulation sanguine des membres inférieurs augmentant le risque de thrombose ou de formation de caillots de sang dans les veines.

« Les caillots sanguins commencent à cir-

culer dans le sang quand les passagers quittent l'avion. En cinq ou dix minutes, ils peuvent se déplacer vers le cœur ou les poumons et provoquer des difficultés respiratoires », a expliqué M. Makino.

Il a estimé que les personnes âgées ou souffrant d'obésité sont celles le plus à risque. L'âge moyen des victimes répertoriées par ce médecin était de 64 ans. La personne la plus jeune était un Américain de 46 ans et la plus âgée un Philippin de 84 ans.

Cependant il a averti que le syndrome peut toucher un large spectre de personnes, en citant le cas d'un commandant de bord américain de 65 ans, qui s'était évanoui dans

la cabine de pilotage après un vol de huit heures en provenance d'Asie du Sud-Est et était mort de difficultés respiratoires.

« Il ne faut pas sous-estimer le danger de ce syndrome. Cela peut arriver à n'importe qui, qu'il soit assis en classe économique ou en première classe et même dans la cabine de pilotage. C'est pourquoi, je préférerais l'appeler syndrome de l'avion », a-t-il précisé.

Selon ce médecin, entre 50 et 60 personnes sont hospitalisées chaque année à Narita pour des problèmes imputés au syndrome et 100 à 150 par an consultent un spécialiste de sa clinique pour des difficultés respiratoires mineures.

Des légumes, mais pas de viandes, à la carte du chef Alain Passard

Agence France-Presse

PARIS — L'un des plus célèbres chefs français, Alain Passard, ne proposera plus de viande à partir du printemps 2001 à la carte de son restaurant Arpège, situé dans le 7^e arrondissement de Paris, qui sera consacrée intégralement aux légumes.

« À partir du printemps, ma carte sera intégralement consacrée aux légumes. Moi-même, cela fait longtemps que je ne consomme plus de viande », déclare, dans une interview au quotidien *Libération*, Alain Passard, 44 ans, trois-étoiles au Guide rouge depuis 1996, distinction suprême de la « bible » de la gastronomie.

Inquiet « de la tournure prise par notre alimentation », il avoue avoir « de plus en plus de mal à trouver l'inspiration de (sa) création culinaire dans l'animal ».

« Je souhaite être le premier trois-étoiles à ne faire que des légumes, être un moteur dans le domaine de la cuisine des légumes et des fleurs », a-t-il précisé.

Reconnaissant qu'il existe d'excellents producteurs de bœuf ou d'agneau, il affirme que son choix est plus lié à « un confort de vie ». « C'est avant tout un choix d'homme, car je ne trouve plus d'inspiration dans un bout de barbaque alors que le légume est tellement plus coloré, plus parfumé. » « On joue sur les harmonies de couleurs, tout est lumineux », ajoute-t-il.

Ce rôtisseur dans l'âme, qui « ne supporte pas que d'un animal ruminant herbivore, on ait fait un carnivore », gardera une volaille à sa carte car il « aime trop cuire pour oublier la volaille ».

Concernant les poissons et les crustacés, le choix devrait être plus restreint : « uniquement en suggestion du jour, selon l'arrivage » et « à la rigueur, quelques bars, si je suis sûr qu'ils ont été pêchés dans la nuit au large de Noirmoutier, mais ils ne seront pas inscrits à la carte », dit-il encore, car il « ne veut pas être obligé de s'approvisionner dans les viviers de RunGIS », le marché de gros, pour le homard.

Autre avantage, selon Alain Passard : « Les légumes étant une matière première moins chère, nous pourrions diminuer les prix. Si cela peut permettre de proposer des repas gastronomiques à un coût raisonnable, pourquoi s'en priver ? »

Léa et David sont populaires en Suisse

Associated Press

NEUCHÂTEL — Les prénoms « Léa » et « David » ont la cote auprès des Suisses Romands et arrivent en tête du hit-parade des prénoms. L'an dernier, 169 petites Léa et 156 David ont vu le jour en Suisse romande. « Laura », « Sarah », « Nicolas », « Alexandre » et « Luca » restent également des prénoms en vogue. Les parents allemands ont donné leur préférence à « Laura » et « Luca ».

En 1999, 78 408 naissances ont été enregistrées en Suisse, dont 38 152 filles et 40 256 garçons. Depuis 1998, « Léa » est le prénom le plus attribué en Suisse romande, devant « Laura », « Sarah » et « Marie », selon les chiffres publiés par l'Office fédéral de la statistique (OFS). Les parents fribourgeois, valaisans et genevois ont donné leur préférence à « Laura », tandis que les Neuchâtelois, les Juraissiens et les Vaudois ont préféré « Léa ».

Chez les garçons, c'est toujours « David » qui caracole en tête du hit-parade. Depuis 1994, il n'a été détrôné qu'une seule fois de la première place du classement. C'était en 1998, qui fut l'année de « Nicolas ». En 1999, « David » a à nouveau précédé « Nicolas », « Alexandre », « Luca » et « Loïc ». À noter que le prénom « Maxime » a chuté dans les statistiques, passant de la troisième place en 1998 à la dixième en 1999. « David » n'arrive pourtant en tête que dans le canton du Valais.



ACCENT GS 3 PORTES 2001

0% FINANCEMENT À L'ACHAT*
Sur tous les modèles Accent. Jusqu'à 36 mois.

OU **0\$** DE COMPTANT

LOUEZ À PARTIR DE **169\$*** PAR MOIS/48 MOIS
TRANSPORT ET PRÉPARATION INCLUS
AUCUN DÉPÔT DE SÉCURITÉ



PDSF à partir de 12 195 \$**

OFFRE D'UNE DURÉE LIMITÉE. PROFITEZ-EN!

ÉQUIPEMENT DE SÉRIE

INTÉRIEUR

- Carillon de rappel de clé au contact
- Rétroviseur jour/nuit
- Miroir de courtoisie aux deux pare-soleil
- Télécommande d'ouverture du volet de réservoir
- Ceintures de sécurité réglables en hauteur à l'avant
- Sellerie tout tissu
- Essuie-glace avec balayage intermittent

- Dossier arrière rabattable 60/40
- Cache-bagages amovible
- Porte-verre double
- Tachymètre
- Dégivreur de lunette arrière
- Désembumeurs de glaces latérales
- Montre à affichage numérique

SÉCURITÉ

- Coussin gonflable du côté conducteur (puissance de déploiement réduite)
- Point d'ancrage pour siège d'enfant
- Pneus radiaux toutes saisons ceinturés d'acier
- Freins assistés
- Poutrelles latérales de renfort
- Zones déformantes avant et arrière

EXTÉRIEUR/ÉLÉMENTS FONCTIONNELS

- Deux rétroviseurs extérieurs télécommandés
- Moteur multisoupape de 1,5 litre à SACT et injection multipoint
- Freins assistés à disque ventilé à l'avant, à tambour à l'arrière
- Direction à pignon et crémaillère
- Transmission manuelle surmultipliée à 5 rapports
- Baguettes latérales de protection... et beaucoup plus!

www.hyundaicanada.com

Des voitures garanties pour longtemps : Garantie globale limitée de 3 ans/60 000 km • Garantie de 5 ans/100 000 km sur le groupe motopropulseur • Garantie de 5 ans contre les perforations • Assistance routière 24 heures de 3 ans/60 000 km comprenant livraison d'essence, changement de roue en cas de crevaison, déverrouillage, remorquage et autres services. Un simple appel sans frais suffit à toute heure.



UN ESSAI VOUS CONVAINCRA

*Programme de location de Les services financiers Hyundai pour une Accent GS 3 portes 2001 neuve, PDSF à partir de 12 195 \$, taux d'intérêt annuel de 3,84 %, mensualités de 169 \$ pour 48 mois, sans obligation au terme du contrat de location. Coût total de location : 8112 \$. Option d'achat : 6107 \$. Comptant de 0 \$, première mensualité exigée, dépôt de sécurité de 0 \$. Frais de transport et de préparation inclus. Taxes, frais d'immatriculation et frais d'administration de 350 \$ en sus. Kilométrage annuel de 20 000 km, 10 ¢ par kilomètre supplémentaire. **PDSF de l'Accent GS 3 portes 2001 à partir de 12 195 \$. Frais de transport, d'immatriculation, de préparation et taxes en sus du PDSF. Le concessionnaire peut vendre à prix moindre. †Taux annuel de financement à l'achat de 0 % disponible pour tous les modèles Accent 2001 pour une période de 24 ou 36 mois. Exemple de financement : 10 000 \$ à un taux annuel de 0 % équivalent à des mensualités de 277,80 \$ pour 36 mois. Coût de prêt de 0 \$, pour une obligation totale de 10 000 \$. Les offres de location et de financement à l'achat sont d'une durée limitée, sur approbation du crédit, et ne peuvent être combinées à aucune autre offre. Voir le concessionnaire pour les détails.

Metro Hyundai
5008, rue Decarie
Montréal (514) 485-0001

Hyundai Président
4600 "B" boul. St-Jean
Dollard-des-Ormeaux
(514) 624-7777

Ulsan Hyundai
1625, boul. Hymus
Dorval (514) 683-5702

Vaudreuil Hyundai
125, Aimé-Vincent
Vaudreuil (450) 455-3677

Seray Auto Inc.
730, boul. Périgny
Chambly (514) 875-1959

Longueuil Hyundai
1680, boul. Marie-Victorin
Longueuil (450) 670-2080

Les Automobiles Cloginer
359, rue Laberge
St-Jean-sur-Richelieu
(450) 348-6817

La Prairie Hyundai
1055, boul. Taschereau
La Prairie (450) 659-2500

Hyundai Casavant
200, rue Johnson, Est
St-Hyacinthe
(450) 774-6344

Hyundai Granby
1196, rue Principale
Granby 1-888-549-8632

Hyundai de Châteauguay
77, boul. St-Jean-Baptiste
Châteauguay
(450) 699-8555

Hyundai Varennes
1855, route 132
Varennes (450) 652-4979

Hyundai Valleyfield
450, Chemin Laroque
Valleyfield (450) 370-3330

Desmeules Hyundai
1237, boul. Des Laurentides
Vimont (450) 668-6393

Hyundai Auto St-Jérôme
1180, boul. Des Laurentides
St-Antoine (450) 432-4252

Chomedey Hyundai
2480, boul. Curé Labelle
Laval (450) 682-6000

Hyundai Blainville
1053, boul. Curé Labelle
Blainville (450) 434-5484

Houle et Frères Hyundai
401, boul. Des Seigneurs
Terebonne
(450) 471-4647

Hamel Hyundai
130, rue Dubois
St-Eustache (450) 974-0440

Performe Hyundai
1453, boul. Paquette
Mont-Laurier
(819) 623-4844

Hyundai de Lanaudière
1165, rue de Lanaudière
Joliette (450) 759-7669

Coiteux Hyundai
5235, av. Papineau
Montréal (514) 521-3201

Hyundai Repentigny
845, rue Notre Dame
Repentigny
(450) 582-3182

Hyundai Sorel-Tracy
1864, rue Marie-Victorin
Sorel (450) 743-1244

Hyundai Gabriel
7020, boul. Henri-Bourassa, Est
Montréal (514) 329-7777

Hyundai Victoriaville
445, Bois-Francis, Nord
Victoriaville
(819) 758-5775

Hyundai N. Paquin Auto
51, 10^{ème} Avenue, Ouest
Amos (819) 732-5995

Dynastie Automobile Ltée
494, Avenue La Rivière
Rouyn (819) 762-1741

Maryvo Hyundai
1940, 3^{ème} Avenue
Val d'Or (819) 874-2886

2919990