



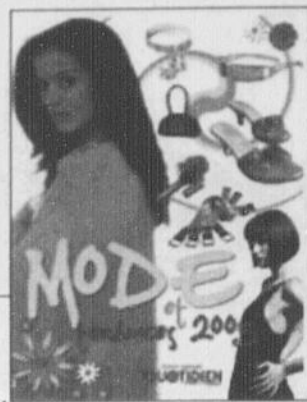
MODE

et tendances 2005



Édition spéciale
QUOTIDIEN
du Saguenay - Lac-Saint-Jean

Préoccupation majeure des ados



Les étudiants sont plus que jamais préoccupés par leur look et raffolent des vêtements de marques. Ce phénomène, coûteux pour les parents, ravit les professionnels qui rivalisent de techniques marketing pour séduire les ados. Vrai besoin d'intégration pour une majorité d'entre eux, les 11-14 ans ont du

mal à résister à cette dictature de l'apparence. Du coup, la moitié des parents verraient plutôt d'un bon oeil le retour de l'uniforme à l'école. En France, une enquête réalisée par l'Union des familles auprès de 539 collégiens et 472 parents au cours de l'année scolaire 2003-2004, révèle les points suivants.:

La marque d'abord

Le look des ados ne doit rien au hasard, il est même codifié, et gare à ceux qui ne sont pas dans



le coup, menacés du rejet de leurs condisciples. «Celui qui n'a pas les vêtements qu'il faut est rejeté, isolé dans la cour de récréation», confirme la présidente de l'Union des Familles en Europe. Mais c'est surtout au collège (secondaire) que règne cette crainte d'être mis au banc. L'espadrille de marque représente le premier signe de reconnaissance chez les jeunes. C'est en tout cas l'avis de 96 % des garçons et 76 % des filles. Nike est la marque préférée pour les chaussures derrière une dizaine d'autres griffes. Le reste vient très loin derrière. Mais le plus terrible, c'est que les jeunes ont du mal à reconnaître leur obsession pour les marques. Seuls 11 % disent choisir un vêtement pour son logo, alors que les autres parlent d'abord de style, de coupe et de couleur. Un discours que ne partagent pas les parents qui, à 62 %, assurent que leur rejeton privilégie avant tout la marque. Selon les adultes, les ados sont 99 % à avouer porter des marques la plupart du temps (38 %) ou de temps en temps (55 %). Et ceux qui admettent porter des marques jurent à 55 % que c'est parce que ces vêtements sont «beaux», contre 8 % qui avouent qu'il s'agit d'être bien accepté.

Dès l'entrée au secondaire, les ados deviennent de plus en plus accros aux marques: 59 % des parents de sixièmes estiment que leurs enfants sont touchés par ce phénomène.

Un look pour se construire

Pourquoi le look est aussi important à cet âge? Avoir le choix de porter les vêtements qu'on aime ou d'avoir un piercing est important pour un jeune. Il en a besoin pour se construire. En portant ce qu'il veut, il peut ainsi s'identifier à une star qu'il aime, par exemple. Cela lui permet de se présenter aux autres. En plus, telle ou telle tenue permet de se recon-

naître. C'est un phénomène naturel. L'habit peut entraîner un choix amoureux ou amical. En grandissant les marques et l'apparence prendront moins d'importance. L'enfant apprendra à faire abstraction de ce qu'il porte. Il comprendra alors qu'il n'y a pas de rapprochement à faire entre ce qu'on porte et ce qu'on est.

Des clients difficiles à cerner

Les adolescents sont des clients aux comportements difficiles à cerner. C'est une cible diverse, contradictoire, et versatile. D'autre part, les études montrent qu'à partir de 15 ans, les jeunes deviennent critiques vis-à-vis des marques, sans toutefois pouvoir s'en passer.

Ils veulent être considérés comme des individus indépendants et à la fois se fondre dans un groupe.

Autre difficulté : les changements de mode sont très rapides dans cette cible. Ils ne se souvien-

nent même plus de l'objet qui les faisait rêver l'année précédente! Certaines marques s'en accommodent très bien mais les stratégies des fabricants sont de plus en plus difficiles à élaborer. Mais pourquoi font-ils tant d'efforts? D'abord parce que le pouvoir d'achat des ados avoisine les 100 \$ par mois pour les 11-15 ans et 500 \$ par mois pour les 18-24 ans. Une somme qui cumule argent de poche, cadeaux des parents, des grands-parents et petits boulots. De plus, la notion de prix n'a pas cours chez les jeunes. Ils oscillent entre deux extrêmes: économiser au maximum et faire des folies. Leur budget les force parfois à se serrer la ceinture, mais quand ils aiment, ils dépensent sans compter. Les professionnels savent aussi très bien que les marques qui touchent les jeunes séduisent aussi le reste de la population. Enfin, les ados d'aujourd'hui sont les adultes de demain: on estime que sur dix marques consommées par les 25-35 ans, sept ont été portées dès l'adolescence.

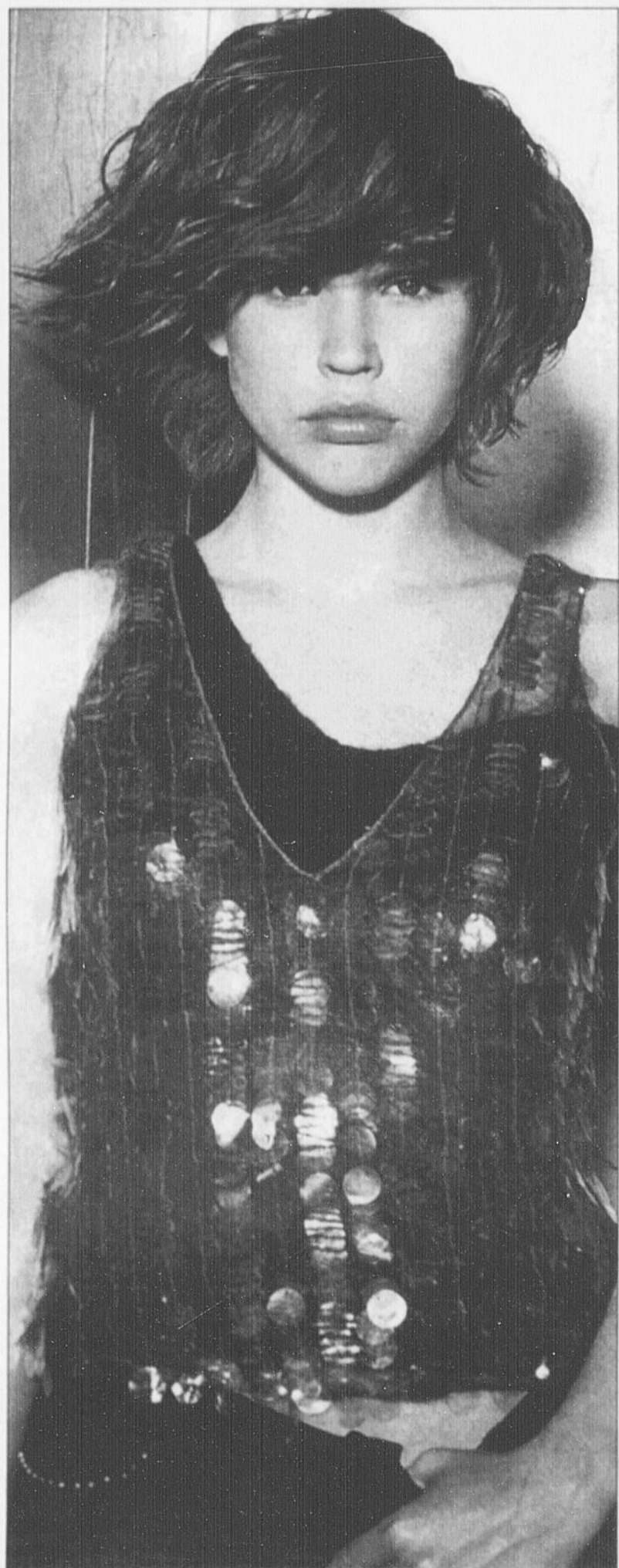
Teint doré ou teint rosé

(SOP) De façon générale, si votre teint est plutôt doré, que vous bronziez facilement et que l'or vous va mieux que l'argent, les couleurs chaudes s'harmoniseront mieux à votre peau. Si votre teint est rosé ou porcelaine, que vous ne bronziez presque pas et que l'argent vous va mieux que l'or, les couleurs froides sont pour vous.

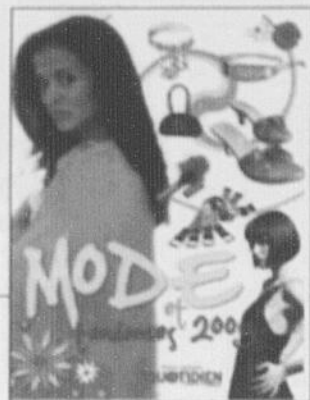
Devez-vous privilégier les tons soutenus ou plutôt doux? Pour le

savoir, approchez de votre visage une même teinte de tissus en version pâle et foncée, et comparez!

Pour connaître les couleurs qui vous avantagent, ainsi que les coupes, matières et motifs de vêtements qui mettent le plus votre silhouette en valeur, magasinez chez les détaillants qui embauchent un personnel qualifié ou recourez aux services d'un(e) consultant(e) en image.



Quel décolleté vous avantage le plus?



PUBLICITÉ

(SOP) Saviez-vous qu'en choisissant la bonne encolure d'un vêtement, vous pouvez donner

avantage les petites poitrines tout en donnant l'illusion qu'une forte poitrine est plus menue.

court, il le sera davantage. Non, si on a un double menton, un cou court ou large.

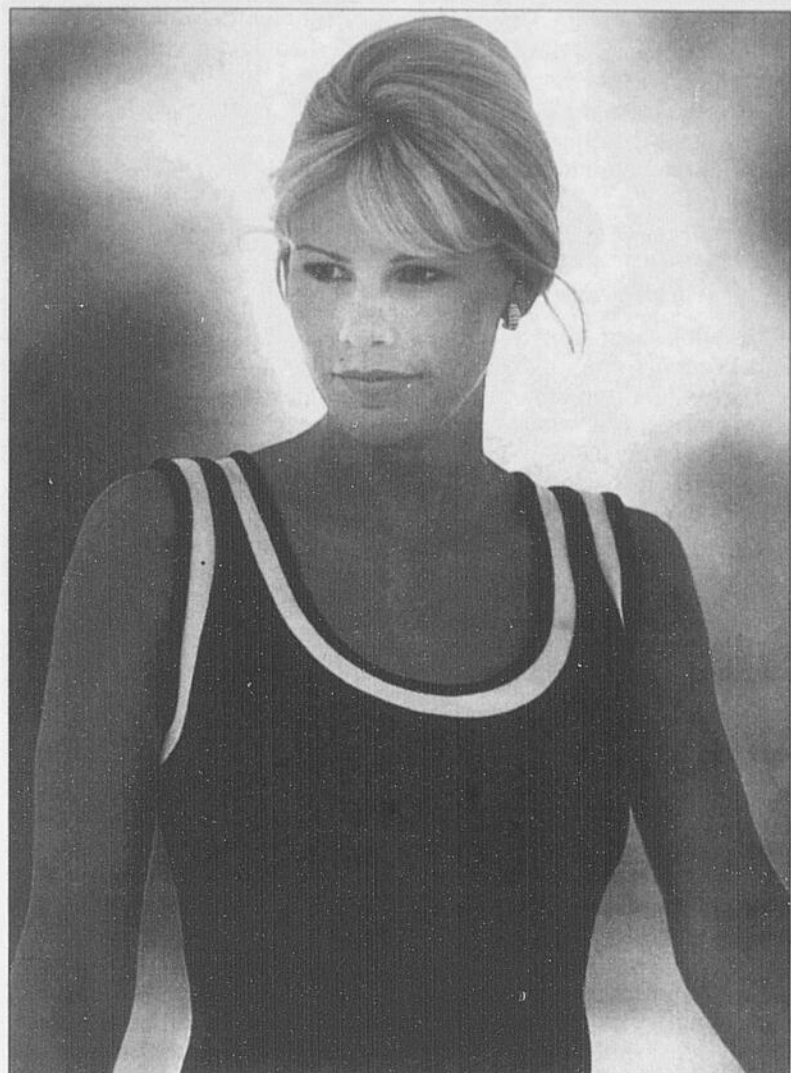
Le cache-cœur croisé. Cette encolure offre les mêmes avantages que l'encolure en V en plus d'ajouter du volume aux poitrines trop menues. Idéal pour

détourner l'attention de la taille et attirer le regard des autres vers le haut.

Attention car le décolleté et le surplus de tissu à la poitrine peuvent donner l'illusion que les seins sont plus lourds.

Le col chemisier. Il s'adapte à

toutes les silhouettes. Déboutonné, il devient une encolure en V et allonge la ligne du cou. Boutonné, il a les mêmes avantages que le col monté. Une poche ou un appliqué à poitrine ajoute du volume aux plus menues. Non si on a le menton très pointu.



Encolure ronde.

l'illusion que vous êtes plus mince et même plus jeune? Le col d'un vêtement allonge ou raccourcit le cou, dissimule un double menton ou affine un visage trop rond, etc. Voici un petit détail vestimentaire, de rien du tout mais, qui change tout!

L'encolure en V. C'est l'encolure idéale! Elle se porte aussi bien par les silhouettes filiformes que par les plus enrobées. Idéale pour allonger et amincir le cou, elle met les épaules en valeur. Elle

Grande et mince : misez sur une courte encolure en V. Courte et ronde : choisissez une encolure en V plus profonde. On l'évite si on a un long cou de cygne ou les os des clavicules trop saillants.

L'encolure bateau. Ce type d'encolure accentue la largeur des épaules. Idéale pour les épaules étroites, l'encolure bateau sert ainsi à rééquilibrer le haut du corps lorsqu'on a les hanches ou les cuisses fortes. Non, si on a le visage rond, un double menton ou le haut du dos dodu.

L'encolure carrée. L'encolure préférée des longues et minces ou des grandes et costaudes. Parfaite pour les petites poitrines ou pour arrondir un visage trop angulaire. Cette encolure est beaucoup moins avantageuse pour les visages carrés ou les cous épais.

L'encolure ronde. Pour toutes celles qui sont grandes et minces. Lorsque la poitrine n'est pas trop lourde, on peut bien porter ce type d'encolure, sinon, on l'évite. On l'évite également si on est rondelette, le visage en forme de lune ou un double menton.

Le col chinois (ou Mao). Avec son col montant, il souligne le menton, dissimule un cou ridé ou raccourci un cou trop long. Puisque cette encolure met l'accent sur le cou, s'il est large, il paraît



Col chemisier.

encore plus large, s'il est

VENEZ FÊTER PÂQUES AU NOUVEAU CENTRE QUI BOUGE... LES GALERIES DE LA BAIE!

LES 24, 25 ET 26 MARS (JEUDI, VENDREDI ET SAMEDI)



Venez en famille voir de près la «MARMAILLE» de notre ferme de Pâques. Tout plein de petits animaux, tels que: chèvres, poules, poussins, lapins et bien d'autres sont au rendez-vous!

COUREZ LA CHANCE DE GAGNER UN PRIX DE

500\$

en certificats-cadeaux avec tout achat dans nos boutiques et grands magasins... (Tirage le 26 mars)

CONSTRUCTION RÉNOVATION

AGRANDISSEMENTS

Suivez de près le renouveau des Galeries de La Baie amorcé avec les nouveaux Canadian Tire et Maxi. D'autres gros noms et belles nouvelles s'en viennent!

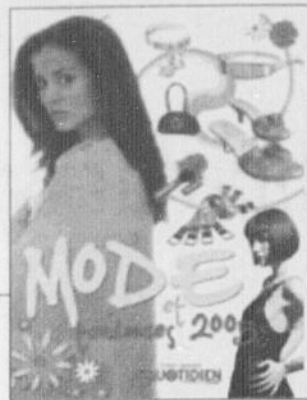
Vous vous sentirez chez-vous avec

Les Galeries de La Baie

Au cœur de votre vie!

Tendance mode Grande-Bretagne

Êtes-vous chav?



PUBLICITÉ

(SOP) En Angleterre, les «chavs» sont devenus une réalité sociale, un terme sociologique, une obsession nationale. Les «chavs» se définissent par leur style vestimentaire et leurs origines modestes. À l'image de ce qu'a connu la France avec le phénomène «bo-bo» (bohème-bourgeois), les Britanniques blancs de



tous âges et de toutes classes sociales s'interrogent: sont-ils eux aussi «chavs», ont-ils des comportements dignes d'un(e) jeune de banlieue? À la différence du «bobo» aisé, sophistiqué et ayant un avis sur tout, le «chav» ne revendique pas beaucoup, sinon d'avoir les derniers accessoires à la mode, suivre son équipe de football favorite pour les hommes, aller régulièrement chez la manucure pour les femmes.

Un «chav» et son équivalent féminin, la «chavette», se doivent de porter au moins un accessoire Burberry (casquette, foulard, sac ou ceinture). Chez les messieurs, le survêtement, les chaussures de sports immaculées et une acné mal soigné sont de rigueur.

Les «chavettes» sont reconnaissables à leurs bijoux dorés les plus voyants possibles, les créoles géantes étant le must. Ils sont partout dans les centres-villes, dans les galeries commerciales, à la télévision, sur l'Inter-



net et dans les magazines. Les hebdomadaires féminins publient régulièrement des tests intitulés «Êtes vous chav?»: répondre par oui aux questions «Avez-vous déjà acheté des produits Burberry?» ou «Possédez-vous une imitation d'un sac à main Louis Vuitton?» assure un maximum de points.



Le mot «chav» a même fait son apparition en 2004 dans le dictionnaire de référence de la langue anglaise: selon l'Oxford Dictionary, le «chav» est «un(e) jeune personne, souvent sans niveau d'éducation très élevé, qui suit une certaine mode vestimentaire». Tiré apparemment du mot tzigane du 19e siècle «chavi» (enfant), la culture «chav» désigne les bandes des quartiers blancs déshérités des grandes villes, les clubs de hooligans ou les jeunes chômeurs.

Ces jeunes Britanniques de 16 à 25 ans, issus des classes populaires, ont fait de la casquette Burberry ou des polos Ted Baker leur signe de ralliement, au grand désespoir des marques concer-



nés qui voient leur image dévalorisée par cette clientèle. C'est le rêve de toute entreprise: que sa marque et ses produits deviennent synonymes de phénomène social, dépassant le simple effet de mode. Pourtant, pour Burberry et plus largement pour le secteur britannique du luxe, ce soudain intérêt d'une nouvelle clientèle prend des allures de cauchemar marketing. Les casquettes, sacs à main et autres accessoires Burberry frappés du tartan beige, rouge, blanc et noir, les t-shirts du créateur britannique Ted Baker ou le polo style rugby frappé de la marque Hackett,

sont le nec plus ultra pour les «chavs». Ces Britanniques, des banlieues et cités ouvrières, souvent sans grands revenus, veulent copier les classes aisées en s'appropriant leurs signes extérieurs de richesse les plus évidents. Mais ils se ruent uniquement sur les produits les moins chers des prestigieuses marques de luxe. Les «chavs» sont de jeunes Britanniques sans culture et sans style qui se raccrochent à des marques facilement reconnaissables pour trouver une identité et un sens d'appartenance.

Vous avez des questions sur le maquillage permanent ?
Visitez mon site Internet

www.
**maquillage
permanent**
.ca

Vous y trouverez des :

- Informations sur le maquillage permanent
- Réponses aux questions fréquemment posées
- Photos témoignage

• Contour des yeux
• Création de lignes de sourcils
• Contour des lèvres et voile de couleur

Et plus encore...

« Au cours des dernières années, le maquillage permanent a évolué. L'amélioration de la tenue des pigments et la nouvelle génération d'appareils permettent beaucoup plus de précision et de confort. »

Vous êtes indécise ?
Vous avez des questions ?
Consultez mon site Internet
ou appelez-moi au 548-2001

Sylvie Côté

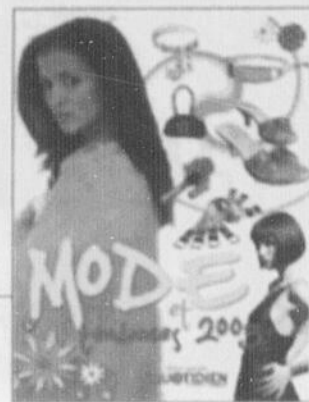
Electrolyste et
Technicienne en micro-pigmentation diplômée
Formation certifiée par
le Ministère de l'Éducation du Québec

Esthétique
Deux mille et un visages

2001, Davis, Arrondissement Jonquière, (secteur Arvida) 548-2001

Le pouvoir des couleurs

Des coloris avantageant votre silhouette



PUBLICITÉ



(SOP) En renouvelant une garde-robe, on est influencé par la mode, nos goûts personnels, les coupes des vêtements et bien sûr, par les couleurs. La couleur exerce beaucoup de pouvoir visuel. Elle amplifie, elle efface, elle attire l'attention ou exprime un état d'esprit. Connaître le pouvoir des couleurs, c'est être capable de jouer de celles-ci. Avant d'acheter un vêtement, vous êtes-vous déjà demandé si vous faisiez les bons choix de nuances et de motifs pour votre type de silhouette? Voici, cas par cas, les meilleurs coloris pour paraître à votre avantage.

Les tailles fortes

On a souvent conseillé aux femmes plus enveloppées d'opter pour le noir ou le marine dans le choix de leurs vêtements afin d'obtenir un effet amincissant, mais le beige, l'écru ou le rouge, par exemple, sont des teintes qui peuvent également être très avantageuses : optez pour une combinaison ton sur ton, une silhouette habillée d'une seule tein-

te en différentes nuances sera allongée et amincie. Il est également important de choisir des matières fluides qui tombent bien, sans souligner les rondeurs. En ce qui a trait au motif, privilégiez les fines rayures verticales, le pied-de-coq et le pied-de-poule, très tendance cette saison. Évitez les carreaux et les imprimés extravagants. Pour les motifs fleuris, on recommande de choisir des fleurs de grosseur moyenne ne proposant pas trop de couleurs contrastantes dans le dessin.

Les silhouettes filiformes

À l'inverse, les femmes dont la silhouette est très mince ou dont la taille ou les seins sont peu définis auront avantage à porter des couleurs très vives, des imprimés audacieux et des juxtapositions des vêtements contrastés. En faisant des coupures marquées entre les couleurs et les motifs, du haut et du bas du corps, la silhouette prendra de l'ampleur. La règle d'or pour ce type de taille: osez!

Cacher les défauts

Les femmes qui ont une silhouette en forme de pomme seront mises en valeur par les pastels.

Elles choisiront pour le haut un ensemble coordonné de couleur douce agencé avec un pantalon neutre ou une jupe foncée, qui rétablira l'équilibre entre le haut et le bas du corps.

Ce printemps, les pastels mariés avec le gris et l'écru ont la vedette.

À l'opposé, les femmes qui ont des cuisses et des fesses plus fortes (silhouettes en forme de poire) devraient opter pour les couleurs sobres et monochromes.

Touche de couleurs

En matière de couleur et de silhouette, l'important est d'optimiser nos atouts par des punchs de couleurs et de dissimuler nos défauts par les nuances neutres ou le noir. Par exemple, vous pouvez souligner la taille par une ceinture colorée, de jolies jambes par un bas à motif original. De nos jours, il n'y a plus d'a priori concernant les couleurs: on peut porter du blanc ou des pastels l'hiver, du noir l'été, les couleurs vives comme le rose ne sont plus réservées aux plus jeunes. L'erreur la plus fréquente en matière d'habillement reste encore de choisir des vêtements trop petits qui ne font pas bien.

Connaissez-vous le pashmina?

(SOP) Le pashmina a été découvert au XIIe siècle par les Moghols qui s'aperçurent que lorsqu'elle paissait en altitude, la chèvre tibétaine «Capra-hircus», produisait sous son poitrail un duvet d'une extrême douceur, qu'ils nommèrent «pashm» qui signifie «extrêmement fin». Joséphine de Beauharnais en possédait une magnifique collection et en avait lancé la mode à l'époque.

Idéal entre deux saisons, ce

vêtement nous enveloppe de sa douce chaleur et se marie en toute occasion à une foule de tenues. Et quel look il leur donne! On n'ose pas ou on ne sait pas comment le porter?

Voici quelques suggestions et les raisons pour lesquelles on ne voudra plus s'en passer!

- Au bureau, on peut s'en envelopper quand on a froid. Bonne idée de le laisser traîner sur notre chaise!

- Sur le divan, il nous tient au

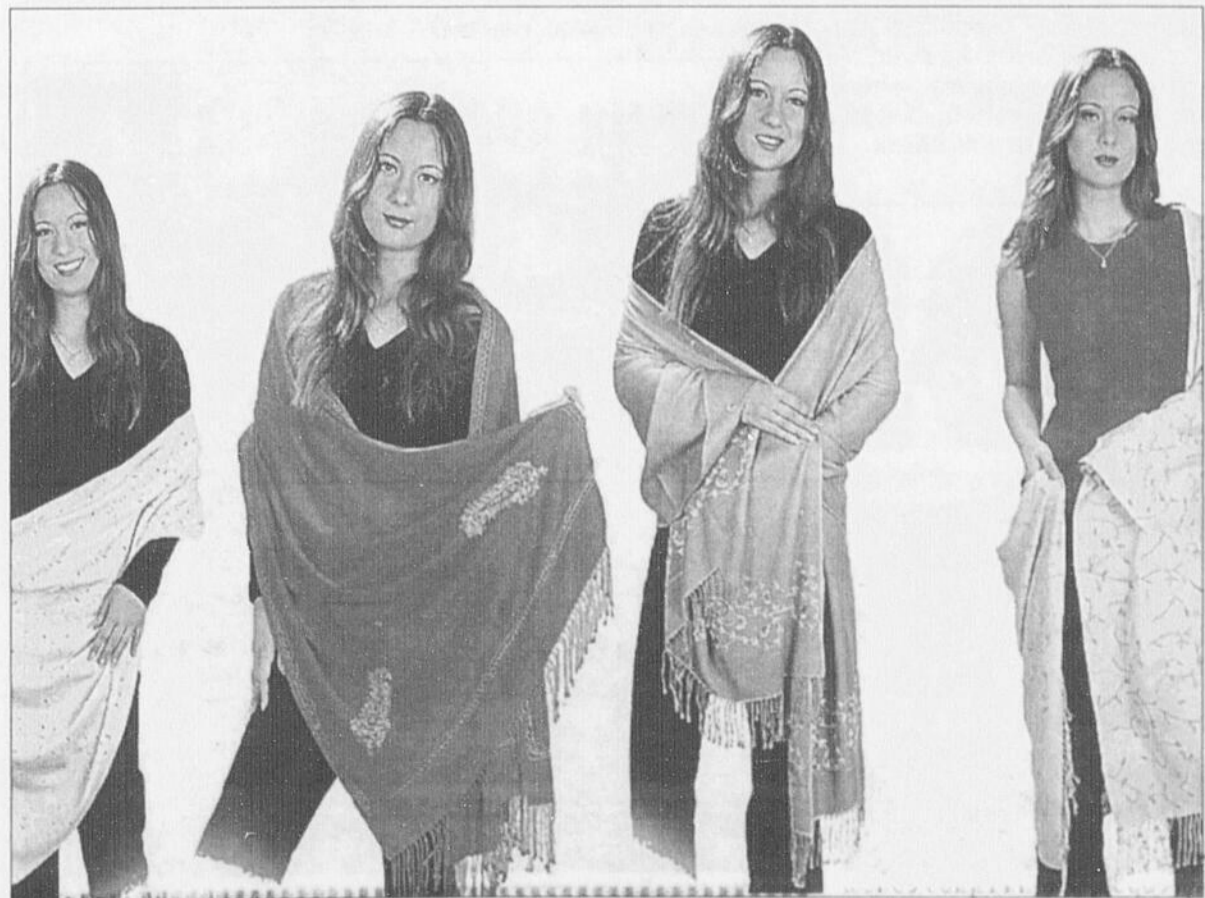
chaud pour une petite soirée de cocooning devant la télé.

- Sur un manteau d'hiver ou de printemps, il ajoute une couche supplémentaire. Et quel style!

- Il donne de la couleur et beaucoup de classe à une tenue monochrome.

- Pour une soirée, on le porte sur nos épaules dénudées pour un look remarquable.

- On en trouve en laine, en coton ou en polyester: il s'adapte donc à toutes les saisons.



MARCEL PARÉ, L'ÉQUIPE CHAMPIONNE DE LA MODE PRINTEMPS-ÉTÉ

...Yoland C. Lamode

Les amateurs de mode masculine dans la région seront heureux d'apprendre que Louis Tremblay n'accroche pas ses gants et Steven Desmeules ne lance pas la serviette. Ils sont déterminés à conserver leur «ceinture toutes catégories»!



Tout en découvrant la plus belle sélection de vêtements de grandes marques, informez-vous sur notre prochaine

Journée «Portes ouvertes»

incluant une exposition de photos des années 30 et 40.

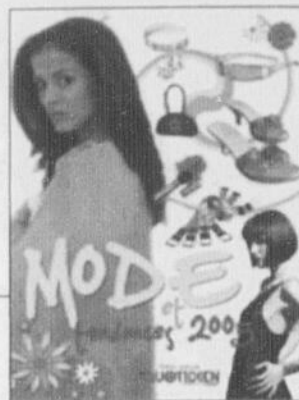
Leur défi: «Vous étourdir avec le plus beau choix de nouveautés et leurs prix mettant l'inflation... hors de combat!

Mercerie
Marcel Paré inc.

752,
Victoria
La Baie
544-1943

Chaussures de l'été 2005

Étalez vos orteils au grand air!



PUBLICITÉ

(SOP) Les chauds rayons du soleil ne se montrent que timidement en ce printemps tardif, mais déjà vous n'avez qu'une envie: étaler vos orteils au grand air! Voici un aperçu des grandes tendances en matière de sandales cet été.

Chassez le naturel et il revient au galop.

Cette saison, le look -naturel- est très présent. Les tons de terre, les cuirs bruns ou tan et les matières brutes (paille, bois, liège) dominent. Côté textures, on voit beaucoup de patchwork, de suède et des surpiqûres. Les tongs, ces sandales à talon plat qui retiennent le pied avec une bride en V, et les mules à semelle compensée, sont aussi très en vogue.

Les blancs de l'été.

C'est le grand retour du blanc cet été. Le blanc pur, qui se décline dans des matières comme le cuir, le suède et le lin, mais aussi le blanc vanille, le blanc rosé et le bleuté. On le retrouve dans des modèles ultra-féminins d'allure romantique, qu'il s'agisse de tongs ou de sandales du soir. Les sandales se déclinent aussi dans des tons de sable et de beige rosé. On les retrouve dans des matières comme le lin et le cuir. Bref, l'inspiration ethnique est omniprésente.

Chic, du noir pour le soir!

Le noir est toujours présent dans les tendances de l'été 2005, mais surtout pour le soir. Toutes en talons, parfois même ornées de laçages montant vertigineusement sur le mollet, les sandales noires se font élégantes et intemporelles.

Le parfait complément à vos petites robes du soir cet été!

Pantacourts et chaussures: le dilemme

Ils sont confortables, polyvalents mais ne collent pas à n'importe quelles chaussures. Voici quelques indications pour assortir adéquatement trois types de pantacourts à différentes chaussures.

Le pantacourt classique, coupe droite

Avec cet indémodable à la coupe irréprochable, on évite les chaussures à talons très hauts (des talons mi-hauteur peuvent convenir) afin de conserver l'allure classique qu'il confère. On leur préfère les mules et les tongs, les ballerines ou tout soulier à talon plat.

Le pantacourt sport, poches latérales et taille coulissante

Le pantacourt sport se porte autant lors d'activités physiques modérées que pour flâner l'été. On peut l'agencer à des chaussu-



res de sport couvertes ou à tout soulier ouvert d'allure sport à talon plat.

Le pantacourt ample, style «jupe-pantalon»

Avec cet entre-deux de ville, ni

trop classique ni trop sport, on privilégie un soulier ouvert. On le porte avec une mule un peu plus sport ou un flâneur ouvert au talon.

On évite les tennis.

Enfin, on s'abstient évidem-

ment de porter des bas dans nos chaussures lorsqu'on porte des pantacourts. D'abord, ce n'est pas très esthétique, d'autre part, en ajoutant un élément visuel au niveau du mollet, on crée un effet rapetissant.

Problèmes de chaussures?

Taches laissées par des chaussures

On peut nettoyer les taches noires, laissées par les chaussures en les frottant avec une éponge imbibée d'eau et de dentifrice.

Taches de chaussures au bas des canapés

Ce sont des taches de cirage. Très difficiles à nettoyer, on peut tout de même tenter de les éliminer en les gommant avec une gomme en crêpe pour daim.

Cuir qui déteint

Le cuir de vos chaussures ne déteindra plus si vous passez dessus un chiffon imbibé d'alcool à brûler.

Assouplir des chaussures

On assouplit les chaussures en cuir en les frottant avec un chiffon imbibé de quelques gouttes de glycérine. On peut également les bourrer de chiffons imbibés d'alcool à 90 % et de les laisser ainsi toute une nuit.

Chaussure dont le cuir a durci

Il faut les enduire d'un peu de pétrole et surtout ne jamais les mettre près d'une source de chaleur.

Chaussures qui grincent

Elles ne grinceront plus si vous les enduisez d'huile de lin.

Chaussures mouillées

Si vos chaussures sont mouillées, pas question de les laisser sécher sans rien faire, elles risquent de se déformer. Il est conseillé de les bourrer de papier journal roulé en tampon et de les faire sécher en les accrochant par les talons aux barreaux d'une chaise. Dès que le papier aura bu toute l'humidité,

endiguez les chaussures de vaseline.

Sandales à lanières qui blessent les pieds

Quand les pieds s'échauffent, les lanières en cuir se tendent. Afin d'éviter qu'elles ne blessent les pieds il faut les assouplir en les massant avec de l'alcool à friction puis en les enfilant immédiatement.

Protéger les talons des chaussures

Il est conseillé de protéger les talons des chaussures neuves par une couche de vernis à ongle incolore, ainsi ils ne marqueront et ne

s'érafleront pas.

Lacets

Si vos lacets commencent à s'effiler au bout, n'hésitez pas à les enduire de vernis à ongle incolore.

LE PLUS GRAND CHOIX
DANS TOUTE LA RÉGION
SOULIERS

Printemps et été

- Couleurs
- Modèles
- Marques



RODRIGUE LE BOTTIER

337, rue Racine, Chicoutimi
543-8538

Pour un avant-goût de la mode printanière



Passez voir madame Lucie Boudreault

chez *Lingerie*
Charme et Intimité
2000



DÉJÀ PLUSIEURS NOUVEAUTÉS

de grandes marques telles Ariane, Blush, Dim et autres, sont disponibles en magasin

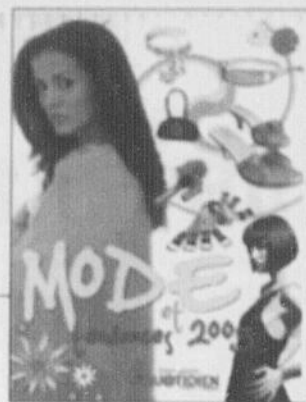
PROFITEZ DE RABAIS JUSQU'À 70%

sur toute une belle sélection de lingerie et sous-vêtements de saison encore en stock

1123, Bagot, La Baie 544-4817

Les salons Escompte Coiffe

En tête d'affiche



■ P U B L I C I T É

Sur le marché depuis plus de 26 ans, les salons Escompte Coiffe occupent la «position de tête» dans le domaine de la coiffure au Québec. Au nombre de 11, les salons Escompte Coiffe ont à cœur la satisfaction de leur clien-

tèle, en leur offrant un service de qualité par leurs équipes de stylistes professionnels qui reçoivent constamment de la formation sur les nouvelles techniques et tendances.

Pour la mode et le style

Escompte Coiffe est toujours à l'affût des nouvelles tendances. Et pour ce faire la compagnie n'hésite pas à faire le tour du monde pour apprendre les nouveaux styles, les nouvelles techniques, bref, les primeurs en coiffure.

D'ailleurs, nous avons sélectionné plusieurs coiffeurs élités qui font bénéficier de leur savoir à toutes les équipes Escompte Coiffe.

Des connaissances extraordinaires dont tous nos coiffeurs et coiffeuses bénéficient et qui se retrouvent dans chaque coup de ciseaux.

L'expertise au bout des doigts

Tous les coiffeurs et coiffeuses doivent être diplômés et expérimentés pour être embauchés

chez Escompte Coiffe. Par la suite, ils reçoivent une formation continue pour parfaire leur art. Pensons entre autres à des cours de coupe et des techniques de mise en forme ainsi que les dernières techniques d'extension capillaire.

C'est sous la supervision de Madame Marie-Josée Dupuis, présidente et directrice artistique de la compagnie, que la formation est donnée. Mentionnons que madame Dupuis est diplômée des écoles de coiffures les plus réputées dans le monde telles que Vidal Sassoon, Tony & Guy d'Angleterre, Alexandre de Paris, Jean-Louis David de France et de Vincente Nobile d'Italie, pour ne nommer que ceux-là.

Chaque coiffeur et coiffeuse bénéficie donc de cette expertise et d'un support technique que l'on ne retrouve nulle part ailleurs.

Un service au poil!

Professionalisme, loyauté, ultra confort et accueil chaleureux: voilà en quatre mots la définition de service à la clientèle

pour les salons Escompte Coiffe.

Tous les efforts sont orientés vers un seul but: VOTRE SATISFACTION.

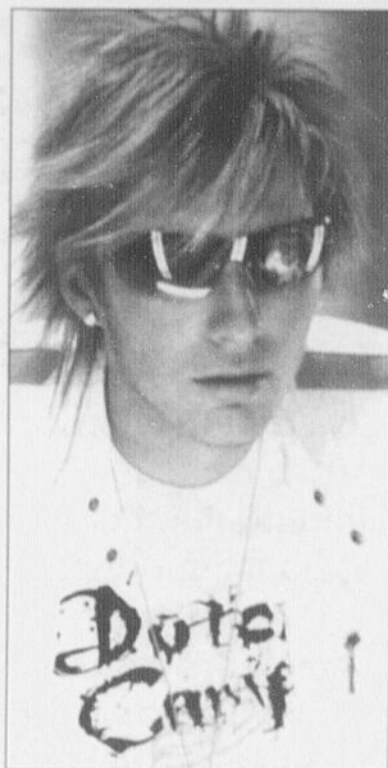
C'est pourquoi l'entreprise ne fait aucun compromis en ce qui a trait à la qualité de ses produits, utilisant ainsi que les meilleurs marques comme L'Oréal Professionnel.

De plus, soyez assuré d'être accueilli par un personnel souriant et courtois qui est toujours à l'écoute de vos moindres besoins afin de vous offrir la qualité que vous méritez.

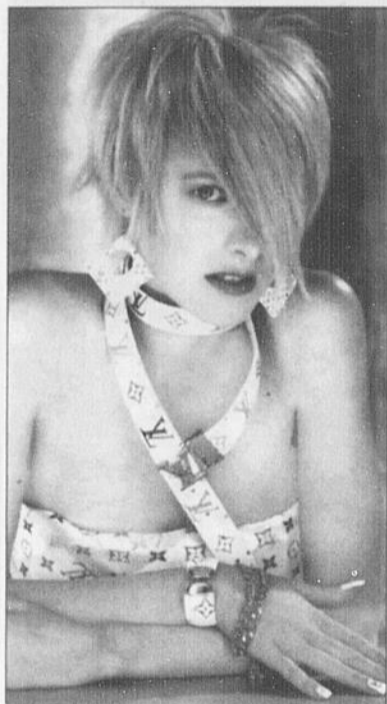
Tout ça et bien plus à un prix super économique

C'est reconnu, la philosophie des salons Escompte Coiffe est d'offrir un service complet, rapide et de très bonne qualité à des prix économiques avec les meilleurs produits sur le marché, tel que L'Oréal Professionnel. Ainsi, il devient possible d'avoir de beaux cheveux à l'année longue sans pour autant faire un «trou» dans votre portefeuille.

Escompte Coiffe comprend la réalité économique actuelle et



vous offre le meilleur rapport qualité-prix sur le marché pour vous et toute votre famille et ce, autant pour les services que pour les produits.



E S C O M P T E

Coiffe

La coiffure est notre profession

"MARS EN COULEUR"

Offrez-vous une

MÉTAMORPHOSE COULEUR

par nos stylistes professionnels

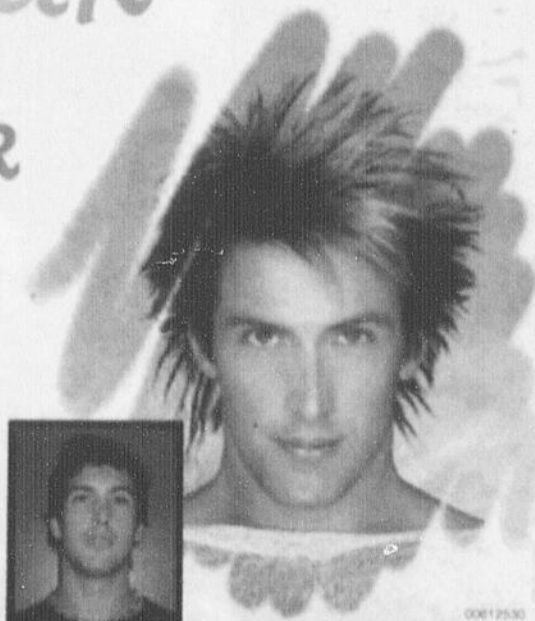
à partir de

26.95

+taxes

L'ORÉAL

nous utilisons les produits de coloration



CHICOUTIMI
PLACE DU SAGUENAY
696-3589

JONQUIÈRE
PLACE CENTRE-VILLE
547-6695

ALMA
CARREFOUR ALMA
662-9959



SUPER SPÉCIAL

Shampooing Vitamino Color rég 500ml

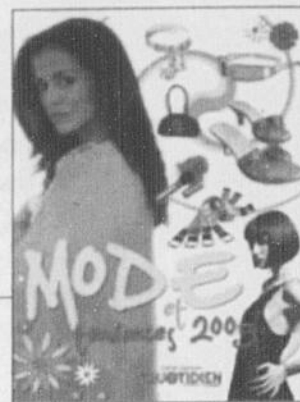
13.95\$ +taxes
Prix sug. 19.50\$

QUÉBEC CHARLESBOURG LIMOILOU SAINTE-FOY LORETTEVILLE LÉVIS RIMOUSKI

valide du 28 fev au 2 avril 2005

Le jean

Une légende toujours d'actualité



PUBLICITÉ

(SOP) Cette toile denim, peu salissante et infroissable, cultive son succès. Le jean, ce fameux pantalon né de la toile de Nîmes, porté par les pionniers, les chercheurs d'or et les cowboys de l'ouest et du Sud américain, désignait à l'origine le pantalon taillé dans une épaisse toile de coton des marins de Gênes.

Si le jean poursuit sa progression, c'est tout simplement que le consommateur veut avoir plusieurs jeans, qui répondent à plusieurs looks

Depuis sa création, il y a 150 ans, le jean a collé à toutes les époques et toutes les tribus. Symbole au départ du vêtement de travail,

des mineurs aux chercheurs d'or américains, aux cow-boys et paysans, le jean s'est offert, au tournant du XXI^e siècle, une nouvelle jeunesse sur les podiums de mode, devenant ce qu'il n'avait jamais été auparavant: un produit de luxe.

La créativité des marques autour des coupes se poursuit (plus de liberté de mouvement, des coupes plus féminines pour s'adapter à la morphologie des femmes qui réclament, désormais, du denim dans la totalité de leur garde-robe) pour multiplier les formes proposées (pattes d'eph, bas trompette, braguette zippée ou boutons...). Le jean devient ergonomique avec des coutures qui suivent les mouvements du corps, les articulations préformées, les plis d'aisance, l'emploi de denim stretch...

Par ailleurs, l'authenticité et la force des marques interviennent. Pour les puristes, les marques proposent des lignes inédites qui font référence à leur histoire. Les best-sellers portent encore, cette saison, sur les délavages qui font naturel et donnent

l'impression que le vêtement est usé tellement on l'a porté. Les bonnes performances du jean sont aussi imputables à l'utilisation du denim dans tous les secteurs de la mode: en couture, dans le prêt-à-porter, le sportswear, la lingerie... on a l'impression de voir du jean partout. Le stretch reste une valeur sûre et pour la femme, il figure dans près de 80% des modèles vendus. Quoi qu'il en soit, avec la mode de l'usé, le consommateur s'est habitué aux tissus souples et doux.

Si le jean poursuit sa progression, c'est tout simplement que le consommateur veut avoir plusieurs jeans, qui répondent à plusieurs looks. Tel une seconde peau, le jean raconte, à travers ses cicatrices ou ses rides, l'histoire de chacun. Porter un jean est très tendance et tous les créateurs y apportent leur griffe. Aujourd'hui, les grands couturiers et les marques de luxe créent leur propre ligne Jeans pour répondre à cet engouement. «La meilleure façon de renouveler l'envie de porter du jean c'est de le rendre désirable. Il fallait le pousser vers une sphère qu'on ne connaissait pas, jouer le décalage maximum. C'est là que se trouve le facteur déclenchant afin que la clientèle achète du jean. C'est presque un tour de passe-passe», explique M. Zylberman, du bureau de tendance Carlin International.

Les délavages

Surteint, délavé, usé, enduit, frotté avec des pierres, le jean subit des traitements de plus en plus complexes. Mais après les délavages agressifs, les marques passent à des patines atténuées qui tendent à se rapprocher au maximum d'une usure naturelle et progressive.



À l'origine le jean était de couleur indigo. Les fils de chaîne du denim sont teints en bleu indigo. C'est pourquoi de nombreux lavages sont nécessaires pour qu'un denim devienne délavé. Cette teinture bleue est obtenue, à l'origine, à partir des feuilles de l'indigotier, mais il faut attendre le XIX^e siècle pour que les Allemands réussissent à synthétiser chimiquement cette couleur.

- Brut: le jean dans sa couleur d'origine, foncé, non délavé.
- Lavé: couleur brute d'origine, lavée une fois pour être assoupli et ôter le surplus de teinture.
- Stone: légèrement délavé, effet un peu vieilli par rapport à sa couleur foncée d'origine. Le stone washed est un délavage qui

s'effectue en utilisant des pierres ponce qui permettent de gommer la couleur du jean.

- Used: désigne un denim vieilli à l'aspect délavé suite au sablage.

- Bleached: aspect ultra-délavé, voire même blanchi. Le stone bleached associe la pierre ponce à des enzymes de blanchiment. Le jean prend alors un aspect neige.

- Black/black: le noir surteint en noir à l'endroit comme à l'envers.

Sablage naturel grâce à des grains de silice, broissage, lavage dans un bain de pierres ponces ou dans une solution chimique: les traitements permettant au jean de prendre cet aspect vieilli font partie des secrets de renaissance actuelle.

LE MERCIER

M O D E M A S C U L I N E

Plaza II, Alma



HABITS DE GRADUATION ET MARIAGE

À partir de:

149⁹⁹\$



JACQUES



MARIE-JOSÉE



SOPHIE



MARC



MAGELLA

L'ADRESSE DE LA MODE MASCULINE
630, SACRÉ-CŒUR, ALMA 662-3240

00817881

Révolution du sous-vêtement masculin

(SOP) L'homme découvre à son tour le plaisir d'être bien dans sa peau. Le sous-vêtement masculin poursuit sa révolution en douceur. Le développement de matières spécifiques aux sous-vêtements masculins marque les progrès réalisés par ce secteur tant sur le plan de l'innovation que sur le plan de la mode.

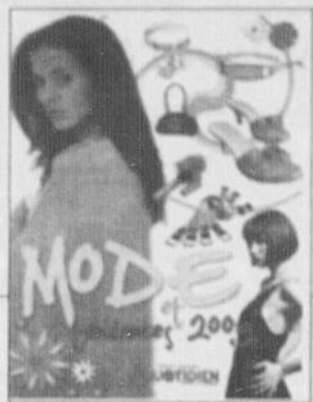
Si les femmes achètent encore pour leurs compagnons, de plus en plus d'hommes revendiquent l'achat plaisir, le droit au confort et à l'esthétique... désirs légitimes qui suscitent la mise au point

de produits très techniques adaptés aux différentes morphologies. Le slip reste leader du marché du sous-vêtement masculin. Vient ensuite le caleçon qui a repris du tonus depuis l'arrivée du caleçon moulant. Boxers et shortys poursuivent leur développement. Le consommateur curieux semble prêt à découvrir des produits qui allient esthétique et confort. Auparavant, le choix se faisait souvent en fonction de l'une ou l'autre de ses qualités. L'homme prend aujourd'hui soin de son look et de

son corps.

Les trois coloris basiques demeurent encore et toujours le blanc, le noir et le gris. Mais la fantaisie mise sur la couleur et les effets de matière. L'innovation s'apprécie avant tout dans les matières, par l'emploi croissant de la microfibre et de l'élasthanne aux côtés des matières traditionnelles que sont le coton, ou pour la saison froide, le cachemire, la laine et la soie, mélangés ou non à d'autres fils. Dans tous les cas, les fabricants présentent la qualité.

Quels sont les incontournables



PUBLICITÉ

Il y a des vêtements qui s'usent au bout d'une ou deux saisons, les accessoires qui font la mode et qu'on rejette au bout de quelques mois. Mais il y a des indémodables qui traversent les années avec élégance. Une garde-robe qui comprend les essentiels vous permet d'avoir du style en toutes

se regarder avec franchise et ouverture d'esprit dans un miroir pour évaluer si un vêtement nous fait bien. Un petit truc : un vêtement de très bonne qualité, bien coupé et à la finition irréprochable, se retrouve rarement en solde.

1. Un pantalon noir. Choisissez-

ajusté. Pour le chic, portez-la avec de jolis bijoux, avec un veston pour une occasion plus officielle ou avec le blouson en denim, pour une allure plus décontractée.

3. Un chemisier blanc. De très bonne qualité, blanc, en coton extensible. Mettez sur une coupe masculine à la Audrey Hepburn, un modèle près du corps et d'une finition soignée.

4. Quelques cols roulés fins. Pour l'hiver, le col roulé remplace le chemisier, avec une jolie jupe ou votre pantalon noir. Pour que celui-ci soit seyant, il doit être ajusté et confectionné dans une matière de qualité. Les couleurs de base à privilégier: ivoire, noir et rouge.

5. Un morceau de cuir. Le cuir demeure un incontournable et revient fidèlement à chaque collection automnale. Au moment d'investir dans un vêtement de cuir, préférez la jupe au pantalon qui vieillira mieux, ou le blouson près du corps. Optez pour les coupes classiques et bougez en essayant le vêtement pour vérifier la souplesse de la peau.

6. Une jupe droite. Une jupe fuseau noire ou de couleur vive qui se termine en bas du genou avantage la plupart des silhouettes. Privilégiez pour un modèle fendu sur le côté, plus séduisant.

7. Un blouson en denim. Choisissez-le simple, mais bien fini, près du corps. Portez-le avec des vêtements décontractés ou chics, c'est un indémodable.

8. Un beau veston. Un bon veston, bien doublé et seyant, est un investissement pour plusieurs années. Pour l'automne, les tissages de tweed ou de pied-de-poule sont très en vogue. Là encore, il vaut la peine de mettre le prix pour une confection irréprochable.

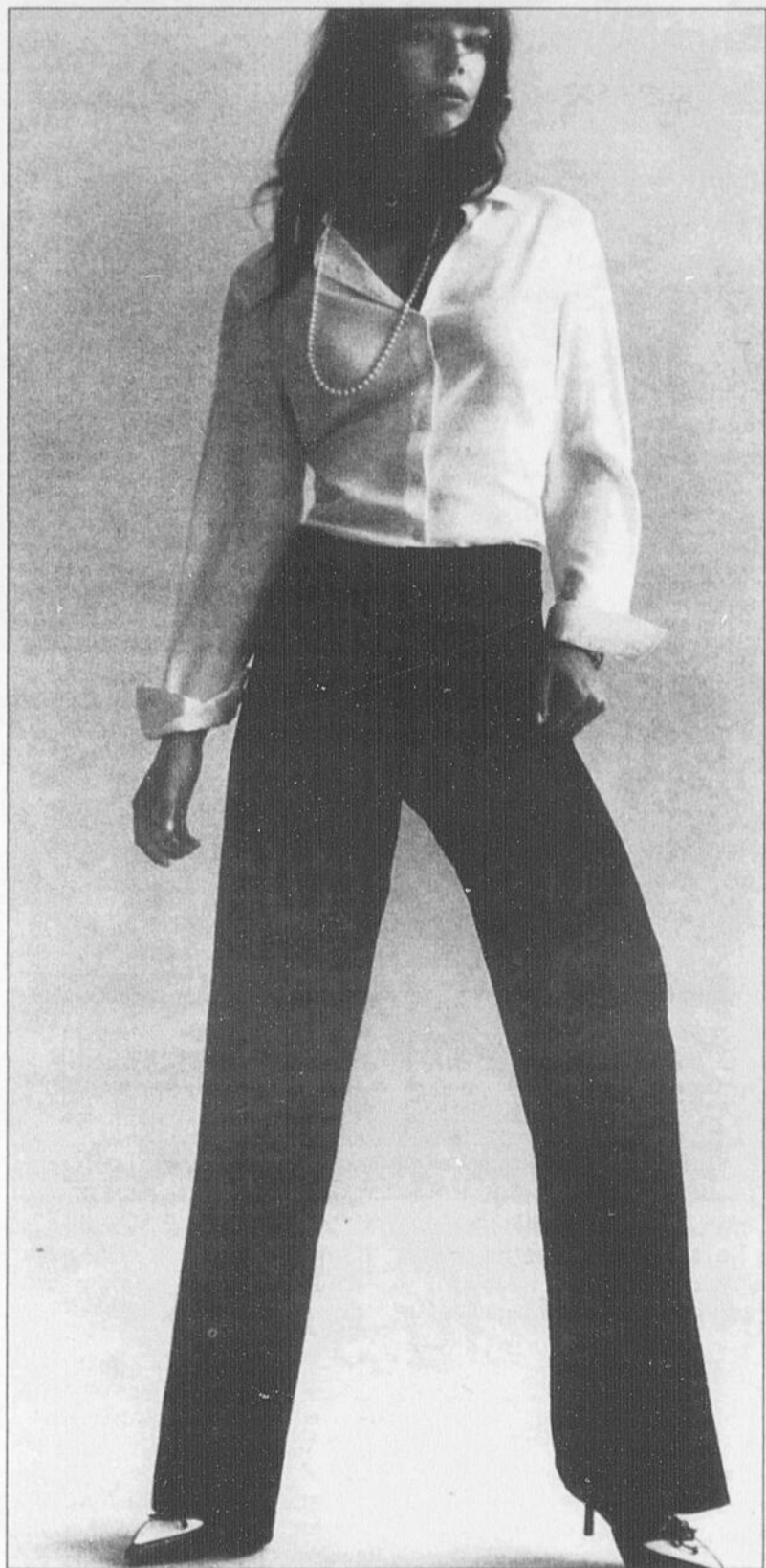
9. Un jean de qualité. Porté bien souvent tous les week-ends, le jean mérite qu'on s'y arrête! Si vous êtes une inconditionnelle de ce classique du confort, n'hésitez pas à prendre le temps de chercher un jean qui vous fait réellement bien et qui est d'une excellente confection.

10. De beaux accessoires. Rien de tel que les accessoires! Ils sont, de l'avis des designers, le point d'exclamation à la fin de votre phrase. L'achat d'une bonne paire de gants de cuir ou d'un sac de luxe pourra se rentabiliser avec les années.

le en laine fine quatre-saisons, avec une légère doublure pour plus de confort. Une coupe plus longue à la taille sera préférable au modèle taille basse. Jambes pas trop évasées.

2. Une petite robe noire. Une petite robe à mi-genou de style Jackie Kennedy est un passe-partout hyper-pratique. Optez pour un modèle seyant, mais pas

Avec une garde-robe contenant ces pièces de base, vous aurez le loisir à chaque saison d'agrémenter vos classiques de quelques nouveautés en vogue. Pour les coups de coeur de la saison, préférez les éléments bon marché et combinez-les à vos essentiels.



CLASSIQUES - Pantalon noir et chemisier blanc sont des vêtements classiques. Des indémodables, forts pratiques, que toutes femmes devraient retrouver dans sa garde-robe.

occasions. En coordonnant ces vêtements classiques avec des ajouts plus tendance, vous combinerez élégance et style.

Savoir magasiner

Le choix des vêtements de base devrait respecter trois critères : établir une liste des besoins avant d'entrer en boutique, miser sur la qualité et, surtout, savoir



Le Choix de Sophie

C'est mon choix à moi!



MEXX

TOMMY HILFIGER

ERIC ALEXANDRE

sandwich_

Bianca Nygård

Wackpot

NOUGAT
LONDON



RENÉE



OLIVETTE



MICHELLE



MARIE-KIM

L'ADRESSE DE LA MODE FÉMININE
630, SACRÉ-CŒUR, ALMA 662-7114

Aujourd'hui à la chronique
«vous servir est un plaisir»:
la transformation d'Édith Laforge

Madame Laforge se présente au bureau afin de faire un nouvel examen de la vue. Elle a constaté que sa vision de près a changé.

Elle désirait une monture avec un style à part des autres. Ses anciennes lunettes sont en plastique foncées. Elle est habituée à l'effet procuré par une monture stylisée. Heureusement, chez Clinik Optik Maltais, des montures stylisées, il y en a beaucoup. La cliente est heureuse du grand choix qui lui est offert. La seule restriction à tenir compte dans notre sélection, c'est la hauteur de la lunette afin d'y insérer un foyer progressif. Cette cliente a besoin d'une lunette pour la lecture. Sa vision de loin est très bonne. Son travail de gérante dans un grand magasin lui demande une bonne vision de près et à l'ordinateur. La lunette ne doit pas nuire à sa vision de loin car Mme Laforge doit pouvoir discuter à l'aise avec ses clients. En dehors de ses heures de travail, elle se passionne pour les arrangements floraux. La lecture d'un bon livre est une autre de ses activités favorites. Elle porte toujours ses lunettes sauf pour les sports et la conduite automobile.

Pour son travail très polyvalent ainsi que ses nombreuses activités, nous devons lui faire un progressif afin de lui donner un bon rendement visuel à toutes les distances. Finalement, nous avons choisi ce qui convenait le mieux comme lentilles progressives pour Mme Edith Laforge. Sa prescription donnera des lentilles minces et esthétiques avec la lentille SOLA ONE traitée Teflon de Centennial. C'est une lentille progressive au confort remarquable et très facile d'adaptation. La Sola One est fabriquée sur mesure chez notre laboratoire régional Optique Cristal afin de respecter les besoins visuels de Mme Laforge. Le traitement Teflon, est un anti-reflet qui permet des lentilles super claires et surtout facile à nettoyer.

Après avoir essayé plusieurs montures Mme Laforge a retenu trois modèles de styles différents. Notre deuxième choix est parmi la Collection MEXX, le modèle 5161 /404 de couleur rouge tomate. La MEXX est choisie comme un accessoire mode essentiel qui doit faire partie intégrante de la tenue vestimentaire. Elle est en métal combiné avec un fil de nylon en bas du cercle et du plastique aux branches. Elle est disponible en trois autres couleurs: rouge grenat, violet et turquoise. Elle est distribuée par Raymond Lanctôt, fournisseur de montures de prestige. Nous avons comparé la forme avec plusieurs autres pour convenir que les sourcils arqués de Mme Laforge ne se mariaient pas parfaitement avec la forme suggérée par la MEXX. Nous avons également constaté que la monture est légèrement trop petite en hauteur et que cela gêne la vision de loin de Mme Laforge. La couleur lui va très bien mais il ne suffit pas d'avoir seulement un beau look, il faut bien voir aussi!



Notre troisième choix est un modèle de la Collection OWP, le modèle 1634 /356, la couleur est palladium/ acajou/ kaki. Elle est en métal avec fil de nylon et plastique aux branches. Elle est disponible en trois autres couleurs: or jaune et rose, café chocolat et palladium violet. Raymond Lanctôt est également le distributeur pour cette collection. Ce modèle est très avant-gardiste car il est grand. Il fait penser à des lunettes de soleil. Nous voyons plusieurs vedettes adopter ce look des années 80. Très bientôt, nous assisterons sûrement au retour de ces grandes montures. Les Européens on déjà commencé le bal. Ah ces Européens! Pour le moment Mme Laforge se sent plus à l'aise avec un autre modèle. Ce sera pour une autre fois Madame Laforge.



Notre premier choix s'est fixé sur une monture de la Collection Easyclip, Oliver Country 169/10 de couleur orange bourgogne. Elle est en métal avec un fil de nylon dans les cotés des verres. Cette monture est également disponible dans deux autres couleurs: rose-violet et noir. Les montures orangées sont très tendances cette année. La couleur convient très bien à notre cliente. Ce qui nous a attiré vers cette monture c'est la forme et l'effet qu'elle procure sur le regard. Elle dégage bien sa vision de loin ainsi que sa paupière supérieure. L'effet cuivré donne beaucoup de teint et d'éclat peu importe les variations de couleur des cheveux. Madame Laforge aime le beau, le confort et le style. Cette monture met en évidence sa belle personnalité. Cette monture est élégante et comme Mme Laforge est fière de sa personne, cette monture lui va à merveille. Lorsque vous rencontrerez Mme Laforge, n'hésitez pas à la féliciter pour son choix judicieux de monture!



Le choix personnalisé de Mme Laforge

Karine Gagnon
o.o.d.

Changez pour le mieux vous aussi avec

**clink
optik
MALTAIS**

3568, boul. Harvey
JONQUIÈRE
547-3666

SOLA One
LENTILLES PROGRESSIVES

Teflon
LENTILLES ULTRA CLAIRES

**LABORATOIRE
OPTIQUE CRISTAL
(1988) INC.**

Choisir un maillot

(SOP) Choisir un maillot de bain n'est pas chose facile. Cette décision donne des maux de tête à bien des femmes. Pourquoi? Parce que c'est un tout petit morceau de tissu qui dévoile beaucoup... Donc, comment bien le choisir pour camoufler les petits «défauts physiologiques» qu'on ne veut pas dévoiler et mettre en valeur les «beautés corporelles»? Pour vous aider, voici quelques petits conseils pratiques pour bien choisir votre maillot en fonction de votre silhouette et aussi pour être très confortable... et à l'aise sur la plage! Tout d'abord,

Pour cacher un petit ventre, optez pour un maillot avec un panneau minceur, à jupette insérée à la taille, avec détails dans le haut et des motifs dans les mêmes gammes de couleurs



sachez que le blanc donne l'illusion d'augmenter le volume alors que le noir amincit et que les lignes verticales allongent alors que les lignes horizontales rapetissent.

Pour les petites poitrines

Optez pour des maillots :
 - à soutien-gorge coussiné
 - à armatures
 - avec bonnet en formes intérieures qui moulent la poitrine
 - des tissus texturés, drapés, chiffonnés, surtout dans le haut, et des tissus imprimés pour distraire l'oeil.

À éviter:

- les modèles athlétiques qui écrasent
 - les bandeaux sans bretelles
 - les encolures montantes et très couvrantes.

Pour les poitrines fortes

Recherchez les maillots:
 - conçus pour les bonnets C, D, DD qui ont une profondeur
 - qui montent haut sous les bras
 - des modèles avec bretelles larges ou ajustables
 - des modèles avec attache dans le dos pour un meilleur soutien
 - deux pièces vendus dans votre taille de soutien-gorge et dont on peut acheter les morceaux séparément.

À éviter:

- les modèles très échancrés au dos car moins de soutien
 - les bretelles spaghetti
 - les gros motifs floraux
 - les hauts de style bandeau.

Le bas du corps: ventre, cuisses et hanches

- Pour les cuisses et hanches fortes :

Optez pour des maillots à jupette, avec détails dans le haut du maillot, culotte échancrée à mi-jambe.

Pour les bikinis, choisissez une culotte large sur les côtés. À éviter: les maillots avec ceinture, les culottes serrées qui descendent trop bas (style rétro).

- Pour cacher un petit ventre :

Recherchez des maillots avec un panneau minceur, à jupette insérée à la taille, drapés ou croisés à l'avant, avec détails dans le haut et des motifs dans les mêmes gammes de couleurs. Pour les bikinis, choisir une culotte à taille haute ou jupette intégrée. À éviter: les mini-bikinis à cordelettes, les teintes pâles et unies dans le bas.

Pour équilibrer la silhouette

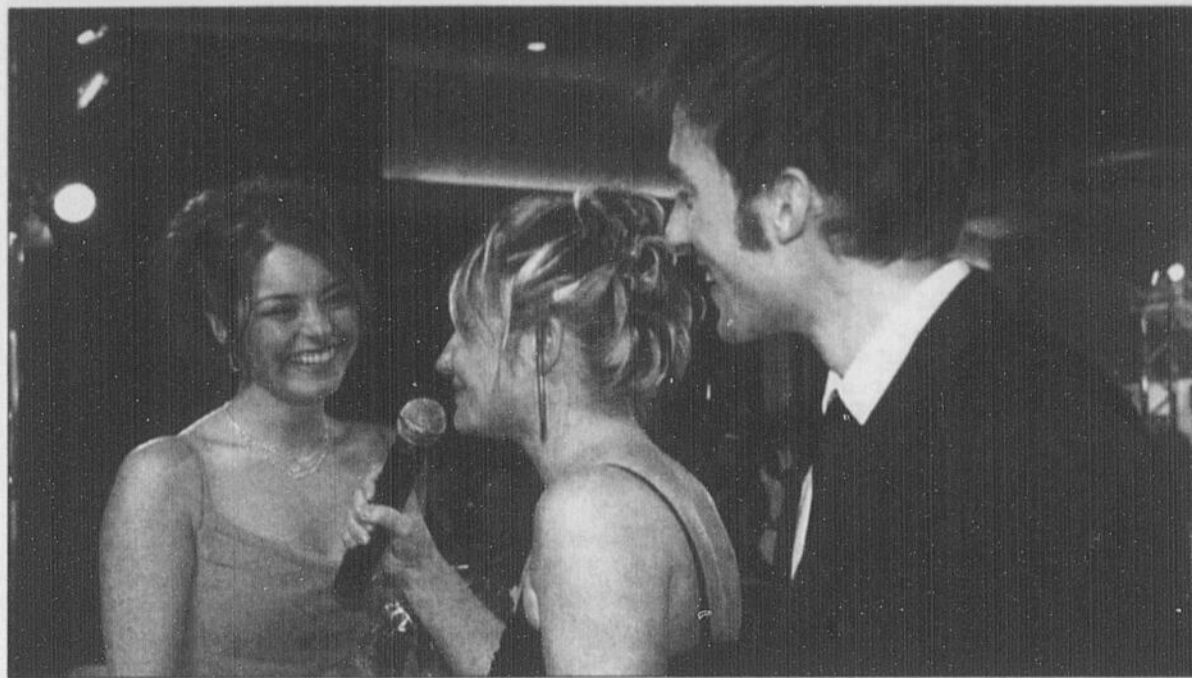
- Pour les torsos longs et jambes courtes:

Optez pour les maillots avec détails qui coupent la silhouette horizontalement: ceinture, deux couleurs, rayures et maillots échancrés très haut sur les cuisses. Aussi, optez pour des maillots avec bandes de couleur à l'échancrure des jambes.

Pour les bikinis, allez du côté de la culotte qui monte à la taille avec échancrure très haute. Surtout, évitez les modèles avec culotte rétro (mini-short) et les modèles à jupette.

- Pour les torsos courts, jambes longues:

Recherchez les maillots une pièce de style rétro (culotte mini-short). Pour les bikinis, optez pour la culotte rétro ou culotte échancrée sur la cuisse.



PORTE-PAROLE 2005 - Audrey Pilote sera la nouvelle porte-parole de Place du Royaume. Surveillez son joli minois lors des prochaines campagnes publicitaires du plus grand centre commercial de la région!

Porte-parole de Place du Royaume 2005

Les jeux sont faits!

PUBLICITÉ

En janvier dernier, Place du Royaume partait en quête d'un nouveau visage pour représenter le plus grand centre commercial de la région. Plus de 120 candidats et candidates ont participé aux auditions qui se sont déroulées les 22 et 29 janvier sur la grande scène de Place du Royaume.

À la lumière de celles-ci, cinq finalistes furent sélectionnées: Émilie Brassard, Marie-Josée Daigle, Fannie Girard, Audrey Pilote et Élisabeth Tremblay. Les candidates ont été présentées à la population via le Web, la télé, la radio et les journaux. Le 5 mars dernier, Place du Royaume présentait sur les ondes de télévision TQS sa nouvelle image. Audrey Pilote fut proclamée porte-parole 2005. Par son sourire et son dynamisme, la jeune femme de 20 ans a su séduire la population régionale qui a majoritairement voté pour elle sur le site Internet de Place du Royaume. Au cours de la prochaine année Audrey participera aux différentes campagnes publicitaires du centre commercial ainsi qu'à différents événements spéciaux.

La jeune femme originaire de Sainte-Jeanne-d'Arc se dit ravie d'avoir la chance de vivre une telle expérience. «Lorsque je suis mon-

tée sur scène pour les auditions, jamais j'aurais cru que cette aventure me mènerait jusque-là. J'ai participé au concours sous les encouragements de mon père puis de ma famille et de mes amies. Je



l'ai fait pour le plaisir et finalement j'ai été sélectionnée parmi les finalistes. Ce qui m'a permis de vivre des moments exceptionnels. Télévision, radio en direct, séances de coiffure, maquillage, habillage... S'il n'avait été de ce concours, je ne crois pas que j'aurais eu la chance

de vivre de telles expériences. Je savoure chaque instant de cette aventure. Je suis fière d'être la représentante du plus grand centre commercial de la région avec ses 254 places d'affaires. Je tiens à remercier l'équipe organisatrice de l'événement, entre autre Sylvie Roy, Ghislain Bélanger et Julie Lavoie. Merci aussi à toutes les personnes qui m'ont encouragé et ont pris quelque minutes de leur temps pour voter».

Étudiante en psychologie à l'UQAC, Audrey Pilote compte orienter sa carrière vers l'enseignement au collégial. Elle termine actuellement sa première année au baccalauréat et poursuivra ses études tout en menant sa carrière de porte-parole.

Étant issue d'une famille de quatre filles, Audrey s'y connaît en mode, en magasinage, dernières tendances... et cet univers qui s'ouvre devant elle, à titre de porte-parole, représente un défi emballant.

Jeune et resplendissante comme le printemps, la nouvelle porte-parole participera à l'animation des défilés mode printemps-été 2005 de Place du Royaume, les samedis 19 mars et 2 avril prochains. Venez la rencontrer!



FINALISTES - Les cinq finalistes fin prêtes pour le gala du 5 mars. De gauche à droite, Marie-Josée Daigle, Élisabeth Tremblay, Fannie Girard, Émilie Brassard et Audrey Pilote.

CONSEILS BEAUTÉ DES INSTITUTS MATIS
À la demande générale, madame Denise Tremblay revient avec un sujet très «tendance»:

Les rides

Vous aimez rire mais vous n'aimez pas les rides et encore moins les injections...

Les rides d'expression (rire, pleurer, etc.) traduisent les émotions sur notre visage. En effet, la peau reflète bien souvent notre personnalité et notre façon de vivre.

Maintenant, les hommes comme les femmes essaient de garder une peau d'allure jeune et en santé.

INSTITUT MATIS offre présentement un traitement qui permet de faire la guerre aux rides et ridules sans injections et effets secondaires.

Le **TIME REVERSE** de MATIS est un concentré d'actifs, entre autres d'argireline, de plus en plus reconnu par les chercheurs qui procure les résultats suivants:

- Augmentation de la concentration de protéines de la peau.
- + 20 % de collagène.
- + 10 % d'élastine.
- + 75 % plus de fermeté.
- Réduction de la profondeur des rides jusqu'à 51 %.

Le **TIME REVERSE** aux délicats parfums est une méthode douce pour redonner à votre peau son éclat de jeunesse en décontractant les muscles de celle-ci et lutter contre son vieillissement.

D'après les tests cliniques, ce traitement, en plus de diminuer les rides, augmente le taux d'hydratation de la peau.

Denise

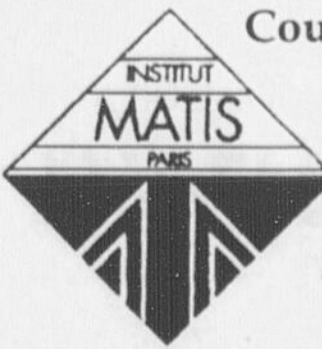


EN PROMOTION

À l'achat du soin «totale jeunesse» offert à l'Institut Matis La Baie, recevez en prime un format 5 ml de **TIME REVERSE**,

valeur de **45 \$!**

Informez-vous sur notre concours vous donnant la chance de gagner un voyage à Paris!



Coup d'œil Esthétique
960, Bagot
La Baie

Matis
544-8935

Audrey Pilote

porte-parole

2005



Laissez-vous
séduire

Les
grands défilés
mode

Les samedis
19 mars
et 2 avril
à 13h

dans l'aire
de la restauration

 place du
royaume

