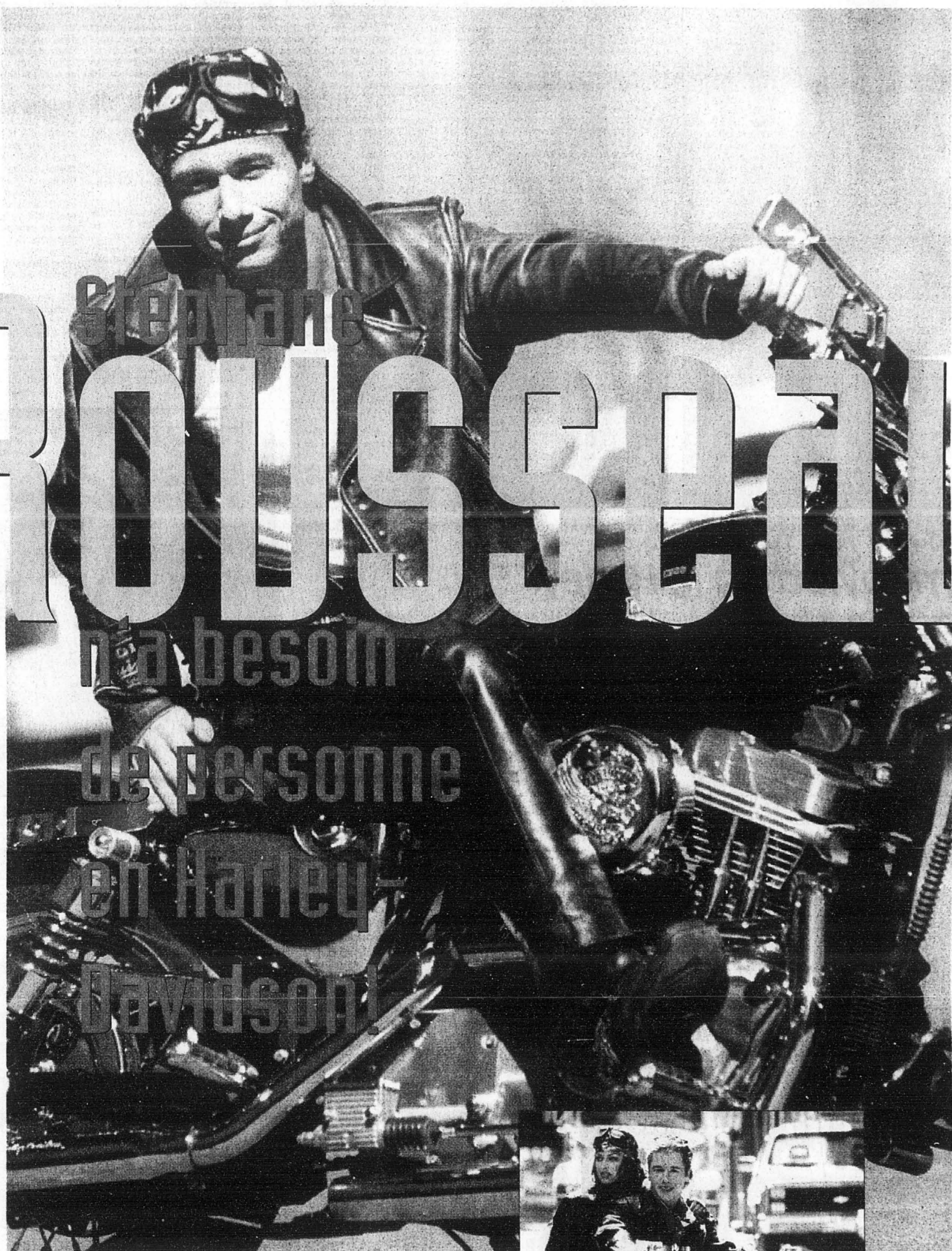




Stéphane ROUSSEAU

je n'ai besoin
de personne
en Harley-
Davidson

Tout y est ! De la tête aux orfèges, griffé Harley. Le tout est offert à la boutique Léo Harley-Davidson de Longueuil.



Photos: Pierre McCann / Graphisme: Jocelyne Potelle / Coordination: Micheline Laniel / Coiffure et Maquillage: Gérald Bélanger



LUCIE LAVIGNE

collaboration spéciale

D'abord, on veut savoir si c'est vrai. — « Stéphane Rousseau, êtes-vous à ce point entiché de votre cylindrée que vous n'avez plus besoin de personne ? »

— Réponse : « parfois... oui ! »

Voilà, c'est bien ce que l'on craignait : il est atteint du fameux virus H-D. Les symptômes ? On parle ici d'un cas grave. Certains soirs, on peut surprendre l'humoriste de 28 ans seul dans son garage, transi d'amour à côté de sa douce Sporster Business Bike 883 cc. « Je suis déjà resté assis pendant des heures à contempler ma Harley-Davidson, confesse Stéphane. La dernière fois, je l'ai regardée, admirée comme un trésor, de 21 h jusqu'à 2 h du matin, sans arrêt... »

Y-a-t-il un médecin dans la salle, s'il-vous-plait ? Pourtant Stéphane se défend d'être intoxiqué, ou plutôt possédé par la prêtresse des deux roues. « Je ne suis pas un vrai fanatique de Harley. »

SUITE À LA PAGE C 2



Le plus comique sur une Harley-Davidson ? Stéphane Rousseau, bien entendu ! (Tous les vêtements offerts à la boutique Léo Harley-Davidson, Longueuil).



Environnement Canada
La météo à la source

JARDINAGE • VOYAGE • RÉNOVATION • SPECTACLE • MÉTÉO-MONDE • TRAVAIL • LOISIR • ÉVÈNEMENT • VOILE

Inquiet de la météo?

Nos météorologues à votre service

1 900 451-4455

Frais applicables

Aussi par cellulaire
Bell Mobilité
(en composant # météo)

GOLF • BBQ • CONSTRUCTION • VÉLO • MÉTÉO-MONDE • CHALET • FESTIVAL • CAMPING • RANDONNÉE





PHOTOS PIERRE MCCANN, La Presse

On ne chevauche pas une légende habillé d'un coupe-vent néon. Ça fait gnangnan. À droite, version décontractée, LE t-shirt du biker (Léo Harley-Davidson, Longueuil).

Les dessous du « look biker »...

LUCIE LAVIGNE
collaboration spéciale

■ Les « bikers » n'ont jamais eu la réputation très nette. Pourtant, on a eu vent... que sous leur blouson noir se cachaient souvent un gros cœur en guimauve spongieuse et une fourrure de Teddy Bear. Alors pourquoi cette réputation clichée du biker-rocker-sale-gueule-sorti-de-l'enfer ? Inutile d'accuser la terre entière. Le blouson noir, communément appelé « perfecto », a versé, lui, dans quelques sombres histoires parfois rock'n roll...

— Allemand à l'origine, il a été le blouson étendard des motards du Troisième Reich.

— En 1937, un Américain d'origine italienne, John D. Perfecto, a un rêve (américain !): faire florès. Il récupère le sombre blouson et le fabrique en quantité industrielle.

— En 1954, le perfecto devient presto l'emblème, le fétiche des rockers rebelles grâce à Marlon Brando. Ce jeune acteur musculeux et délicieusement ténébreux l'endosse avec fougue et sex-appeal dans le film *The Wild One* (L'Équipée sauvage), de Laslo Benedek. L'hystérie suivra !

— L'année suivante, le rock'n roll (le succès *Rock around the clock*) débarque en Europe. Du coup, un nouveau type d'ado apparaît : le *leather boy*, ancêtre du rocker actuel. Ce garçon de cuir du milieu des années 50 est, en fait, un *bike boy* qui ne vit que pour sa cylindrée toute chromée. Il fait peur aux mémés et s'amuse à chambouler tout ce qui porte le nom conventionnel.

— Pour faire de l'épate, il singe ses idoles (Vince Taylor, par exemple). Il joue les durs à cuire avec un perfecto (quoi d'autre ?), parfois orné de pointes de métal, sur un jeans étroit (Levi's bien sûr !) enroulé dans des bottes de moto (H-D, voyons !). Pour sa crinière : niet rase-bol, mais plutôt une chevelure rejetée en arrière et généreusement gominée.

— Devenu un classique de la révolte adolescente, le look biker (rocker) influencera celui des punks (Sid Vicious des Sex Pistols est habillé en biker) et, surtout, celui des fans du hard-rock du début des années 80.

Après tout ça ? Difficile d'enfiler notre petit t-shirt Harley-Davidson ou notre blouson noir comme avant...



Marlon Brando, l'ancêtre sexy du blouson noir de biker !

De la mobylette à la Harley

SUITE DE LA PAGE C 1

« Les 'accros' ne vivent souvent que pour et par leur moto. Certains se soudent même à leur Harley avec des menottes, de peur de se la faire piquer la nuit. Pour moi, ma moto, c'est plutôt un rêve concrétisé, une folle passion parmi tant d'autres !

« Dès l'âge de 10 ans, j'en rêvais. Toutes les nuits. » De qui ? De quoi ? « D'une superbe mobylette. Mais, mon père était catégorique : une moto, c'était trop dangereux à ses yeux. À 18 ans, si tu veux, mais jamais avant, me répétait-il tout le temps ! »

Dès qu'il eut atteint 18 ans et un jour, il fallait donc prévoir : l'intrépide Stéphane devint motocycliste en bonne et due forme. Il empoigna le guidon — non pas d'une simple « mopette » — mais d'une rutilante Honda. « À cette époque, je voulais que ça roule, j'étais assoiffé de vitesse et c'est tout ce que je pouvais me payer ! » Quelques semaines plus tard, paf ! c'est l'accident. Moto amochée et

quelques ecchymoses en prime... « Ça m'a refroidi, mais j'avais un chum qui n'arrêtait pas de me parler d'une autre moto... géniale, sublime et qui se nommait Harley Davidson. »

Dans le salon familial de La-Salle, entre sa grand-mère et son pater, Stéphane commence subitement à dévorer les magazines de moto spécialisés Harley et accumule les vidéocassettes consacrées à la « machine infernale ». « Cette fois, comme tous les gars de mon âge, je m'imaginai parmi les vrais motards, ceux que je voyais à la télé aux rassemblements de Daytona ou de Sturgis. »

Quelques centaines de spectacles à guichet fermé ont suivi et à 25 ans, la superstar, alias Mme Jigger, alias le beau gars qui fait frémir de désir toutes les filles, s'est payé la traite. Un petit bijou de 20 000 \$ au moteur bicylindre en V. « C'est sur ma Harley que je m'évade pendant quelques heures. C'est génial le sentiment de liberté que ça procure. Là-dessus, je me sens un peu rebelle. »

La mode griffée Harley !

On ne chevauche pas une légende habillé d'un coupe-vent néon. Ça fait gnangnan. Mieux : ça ne se fait pas. Traditionnellement, le physique de dur, de boxeur à la dérive est prisé (pensons aux célèbres « bikers » Marlon Brando, Mickey Rourke, Arnold Schwarzenegger, Sylvester Stallone, Claude Dubois, Roy Dupuis...) Surtout, les fanatiques de la marque « Made in USA » endossent sans se questionner le code vestimentaire Harley avec ses icônes, ses classiques, ses symboles parfois cabalistiques, ses clichés. Et ils adorent ça : l'année dernière, trois millions de vêtements griffés Harley-Davidson (tous types confondus) ont été vendus aux États-Unis. On parle même de folie : une augmentation des ventes de 40 % chaque année.

Selon Karen Davidson, arrière-petite-fille du fondateur et designer en chef des vêtements H-D, « la tradition vestimentaire doit être préservée au même titre que les motos ». Par la suite, le phénomène d'identification

s'installe. Après le blouson, il y a de fortes chances que l'achat d'une moto suive...

Dans le cas de Stéphane, il a sorti le grand jeu. La moto est là et le vestiaire bien garni ! « Mes bottes Harley à bouts carrés, je ne les enlève que pour me coucher, confie l'artiste. Dans les studios de télé, à la maison, à l'église lors des mariages, l'hiver, l'été, elles me suivent partout avec mon blouson, mes t-shirts, ma ceinture et sa boucle signés Harley-Davidson, bien sûr. »

Et une fille drapée Harley de la tête aux pieds qui te passe sous le nez, ça te fait quoi ? « Ça me fait tripper ! » Des preuves ? Mme Jigger s'est déjà glissée dans un blouson noir et a roulé en Business Bike sur la scène du théâtre du Forum. Elle reviendra ? « Peut-être, répond-il, les yeux pétillants, au théâtre Saint-Denis 1, en octobre prochain ! »

Cuisinart® Multichef

Vente sur ordre de LIQUIDATION

Suite à la fermeture du distributeur national de produits ménagers Cuisinart et Multichef, Wismet a été mandatée pour liquider TOUTE la marchandise.

Distributeur

Cuisinart Multichef

PLUS DE

2 000 000 \$

Multichef ClickClack HUTZLER original MAISER Braktform

15 JOURS SEULEMENT



rabais jusqu'à

70%

sur marchandise de première qualité

- Moules à pâtisserie
- Robots culinaires
- Batteries de cuisine
- Cafétières
- Ustensils de cuisine
- Malaxeurs
- Divers instruments
- Bouilloires
- Accessoire pour BAR B-Q
- Cadeaux

ROYAL MOUNT 4300

9:30 - 18:00 LUN ET MAR
9:30 - 21:00 MER, JEU ET VEN
9:00 - 18:00 SAM ET DIM

4300 de la SAVANE
Montréal, Québec

* Nous réservons le droit de limiter les quantités.
* Les grossistes sont bienvenue.

Cuisinart® Multichef

Les classiques d'été

Coordonnés en mélange de lin en marine et naturel. Faits exclusivement pour nous.

Vestons, pantalons, jupes et bermudas.

55\$ à 140\$

Et, comme toujours, les retouches sont sans frais.

A. Gold FEMME

La Place Vertu • Centre Rockland • 960 Ste-Catherine Ouest
Fairview Pte-Claire • Le Carrefour Laval • Promenades St-Bruno
Galerias d'Anjou • Mail Champlain Brossard • No. 11, rue York, Ottawa

© 1995

Pistes à suivre

Les boutiques de la rue Crescent ont retrouvé goût à la vie



LUCIE LAVIGNE
collaboration spéciale

Les branchées cuvées 1980 s'en souviennent très bien. Les victimes de la mode au teint blême l'arpentaient en talons aiguilles à l'affût des dernières créations japonaises et destroy. La rue Crescent, la fabuleuse, la cotée, se paraît selon la mode des designers les plus chics de l'heure (Yamamoto, Matsuda, Comme des Garçons, Marithé et François Girbaud, etc.). Après? Une récession économique est passée. Puis une autre. Aujourd'hui, ses boutiques ont retrouvé goût à la vie et offrent de très belles surprises. Suffit maintenant de les déboucher!

□ Kaufmann de Suisse
Dure comme le roc. Cette bijouterie top luxe n'a jamais bougé depuis 40 ans. C'est que les métaux et les pierres précieuses, elle connaît! Kaufmann cache sous ses présentoirs vitrés (incassables!) les montres les plus chères et les plus précises de la galaxie. Pour le commun des mortels (fortunés), on y déniche des Rolex, Blancpain, Patek Philippe, Piaget cerclés de platine, d'or 18 carats ou d'acier. Le modèle le plus vendu? Une Patek Philippe en or jaune montée sur un bracelet en croco à 15 000 \$ (!). Sinon, pour les reines et autres croqueuses de diamants, des bijoux pavés de turquoises, de saphirs ou d'améthystes attendent patiemment preneuses!

2195, rue Crescent, Montréal. Tél.: (514) 848-0595.
□ La Cache
Elle ne pouvait porter meilleur nom! La Cache (boutique entrepôt) de la rue Crescent,

c'est LE refuge des aubaines. Surtout si vous avez le profil granola, le titre d'écolo, l'odeur de patchouli et un penchant immodéré pour les fanfreluches fleuries. Vous êtes servies! Ici, des kilos de robes paysanne, de housses, de napperons, de taies d'oreillers et d'assiettes décorés de toutes les fleurs du globe sont offerts à prix coupés (entre 2 \$ et 50 \$). En plus, des chemisiers de coton frais et blanc pour les petites fermières aux joues roses. Bref: du Laura Ashley tout craché à prix anorexique...!

2185, rue Crescent, Montréal. (514) 842-0276.

□ Arthur
Pour son nom de famille, il faut beaucoup de mémoire: Der Shahinian. Mais pour sa gentillesse, son talent et son savoir-faire, on retient tout de suite! Arthur, c'est le chemisier et le tailleur de la rue Crescent. Il fait le bonheur des hommes d'affaires, des magnats et des autres avec des chemises coupées au millimètre près. Avec son galon, Arthur mesure votre cou, votre ventre, vos épaules, vos poignets et vous confectionne minutieusement une chemise dans de la soie lavée, du coton ou du lin. Il reprend son mètre pour fabriquer un complet dans des cachemires anglais. Enfin, il remplace les cols élimés en un tournemain!

2145, rue Crescent, Montréal. Tél.: (514) 285-2067.

□ Fantastique
Ou plutôt fantastique. Vous croyez qu'un tailleur Gianfranco Ferré, DKNY, Ungaro ou Christian Dior, ça ne se trouve pas à moins de 275 \$? Surprise, Fantastique les a! Détail: ce sont des secondes mains en taille unique. Mais, bien nettoyés, retapés, on n'y voit que du feu. Pour les grands soirs, vous pouvez lever l'auriculaire sur votre flûte de champagne drapée dans une robe signée Bill Blass



Depuis 11 ans, la boutique « il n'y a que deux » attire les branchées. Preuve ultime: Madonna y a déjà magasiné...

ou Nina Ricci. Sinon, pour un imper encore pimpant, Aquascutum et Burberrys sont offerts. Enfin, les chaussures Salvatore Ferragamo et les ceintures Lolita Lempicka sont là.

2080, rue Crescent, Montréal. Tél.: (514) 288-3655.

□ Laura Ashley
Les nostalgiques en redemandent. Laura Ashley, c'est cette Britannique qui a lancé la mode des minuscules impressions de fleurs. Elle a commencé par en déposer sur les robes longues et romantiques, sur les nappes, les serviettes de table et les châles. On croyait que c'était suffisant! Que nenni!

Aujourd'hui, on peut même habiller les murs, les meubles, les fenêtres de sa petite maison (dans la Prairie?) en Laura Ashley. L'été, ses robes « matelot » font rêver. L'hiver, ce sont celles en velours sublimes qui nous transportent dans une autre époque.

2110, rue Crescent, Montréal. Tél.: (514) 284-9225.

□ City
Ils ont moulé les aérodynamiques de Mitsou et de Patricia Paquin. On ne peut rien vous cacher: les fringues de City font monter le rythme cardiaque des passants. Coulés dans le latex, découpés dans le plasti-

que ou le Lycra pailleté rose nane, ils procurent instantanément du panache à la plus sobre des filles. Pour une virée dans une discothèque, il n'y a rien de mieux sous les stroboscopes. Sinon, les mini-t-shirts, mini-jupes et mini-robis seconde peau de City nous permettent de vamer tout l'été sans suer!

2015, rue Crescent, Montréal. Tél.: (514) 288-CITY.

□ Club Monsieur
Dans les années 80, au faîte du yuppie, on les surnommait les « power suits ». Ils étaient épaulés façon quart-arrière, à double boutonnage et

leur petite étiquette de soie portait les lettres BOSS. Depuis, la marque allemande est devenue le symbole de la réussite des cols blancs du monde entier. A Montréal, la collection de complets et d'accessoires Boss (à ne pas confondre avec la ligne bis Hugo ou celle, haut de gamme, Baldessarini) est nichée chez Club Monsieur.

1407, rue Crescent, Montréal. (514) 843-3687.

□ Il n'y a que deux
On retrouve son nom dans l'agenda de Madonna. Gordon Iaconetti lui a vendu une robe dernièrement, fauillée exprès pour elle et baptisée à son nom. C'est que ce designer d'« il n'y a que deux » a le sang chaud et l'accent rituel. Ses robes Jackie O, ses tailleurs à basques féminissimes, ses mini-jupes et ses corsages bain-de-soleil sont teintés des couleurs sensuelles de la Méditerranée: citrine, jaune beurre, bleu azur ou rouge Ferrari. La coupe? Impec. Le prix? Très, très chic...! Côté mode masculine, Gordon préfère la sobriété efficace des rayures tennis sur les très longues vestes à simple boutonnage. Enfin, jet-setters prenez note: une boutique « il n'y a que deux » ouvrira ses portes le mois prochain à Londres où elle jouxtera celle de Gianni Versace...

1405, rue Crescent, Montréal. Tél.: (514) 843-5665.

□ City Styles
Quartier général des « rappers » tout azimut. A leur grande satisfaction, la boutique City Styles abonde en jeans, en chemises et en t-shirts de taille X-large. Pour leurs pieds agiles, des chaussures de sport aux couleurs et aux semelles hallucinantes griffées Fila. Sinon, ils se précipitent par bancs sur la plus hip des casquettes: la Kangol (garnie d'un kangourou et fabriquée en Angleterre).

1260, rue Crescent, Montréal. Tél.: (514) 393-8013.



Le maître de céans: Gordon Iaconetti, designer attiré de la boutique « il n'y a que deux ».



Les fringues chic et griffées « il n'y a que deux » dans leur boutique de la rue Crescent.

Une saine différence!



Le beau temps, c'est L'Officiel.



JONES NEW YORK

chez

L'OFFICIEL

LA MERVEILLEUSE SENSATION DE PROPRETÉ CLINIQUE.

La crème exfoliante 7 DAY de CLINIQUE élimine saletés, impuretés et cellules mortes pour redonner à la peau une souplesse bienfaisante. Sous l'action délicate de ses minuscules granules, les ridules s'atténuent, la peau s'affine et semble respirer à nouveau.



60 ml 14,50 \$
120 ml 23,00 \$



LES PERFORMANTS HAUTE PRÉCISION DE CLINIQUE

Avec tout achat de produits de soins traitants pour la peau CLINIQUE, recevez en prime le nécessaire de voyage CLINIQUE comprenant: Résultats quotidiens contour des yeux 7 ml, Hydratant surpuissant gel concentré extrême 7 ml et Crème réparatrice 7 ml.

La prime est offerte en exclusivité chez Ogilvy jusqu'au 20 mai 1995 ou jusqu'à épuisement des stocks. Une prime par personne.



Rez-de-chaussée, rue Sainte-Catherine, angle De La Montagne, 842-7711, poste 217

LE GOLF SUR SON 36.

Cet été, Ogilvy vous propose un parcours mode de toute beauté qui vous transportera au 18^e ciel!



145 \$

65 \$

100 \$

Les plus grands noms du golf vous donnent rendez-vous chez Ogilvy femme: AUDVIK, IZOD CLUB, FRINGLE, TAIL, JULIA CLARKE, LYLE SPENARD, LYLE & SCOTT, PIVOT RULES et autres créateurs de renom. Des collections à ne pas manquer!



Deuxième étage, rue Sainte-Catherine, angle De La Montagne, 842-7711, poste 239

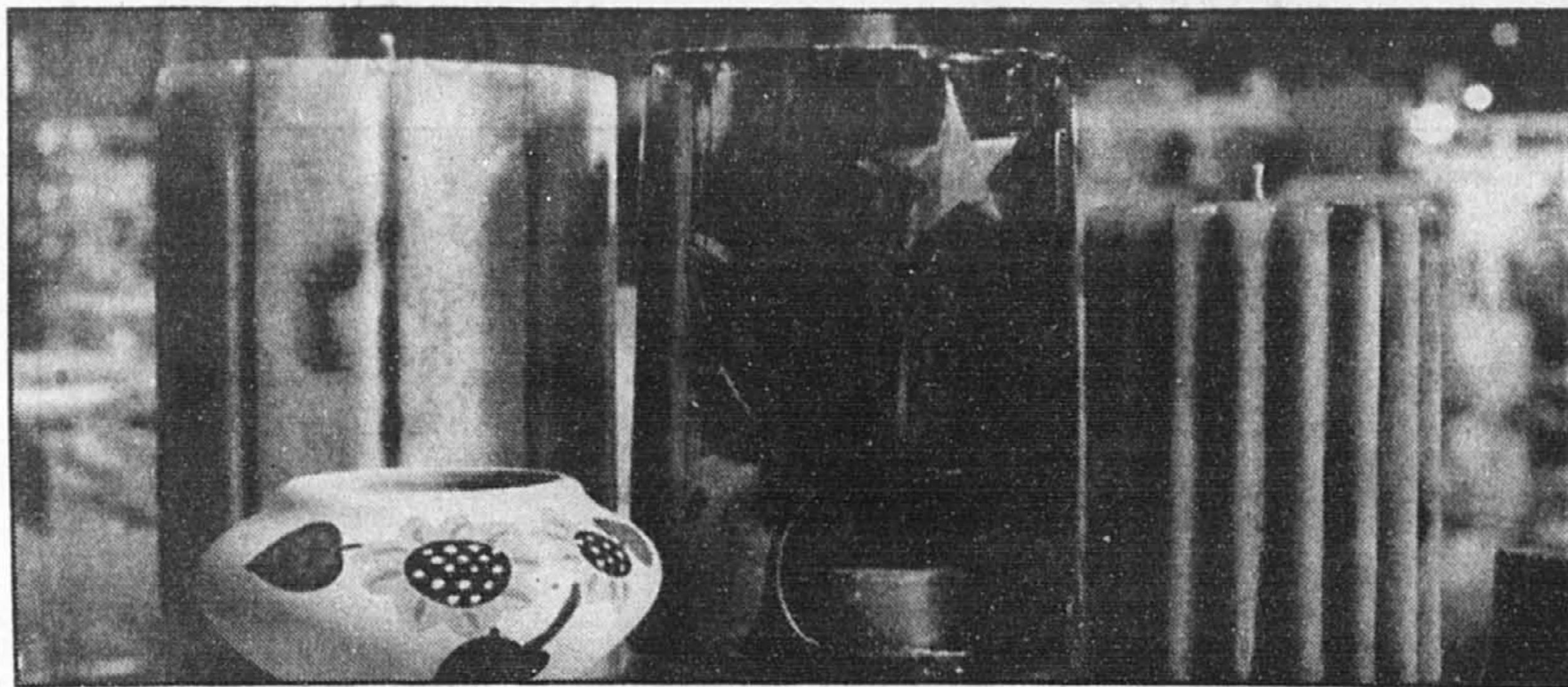
Les façons de parfumer sa maison évoluent au fil des ans

DANIELLE BONNEAU

■ Parfumer sa maison n'a rien de nouveau. Dans les années 70, les consommateurs adoraient faire brûler de l'encens. Ce qui a changé, au fil des 25 dernières années, c'est la façon de s'y prendre. Les manufacturiers de chandelles ont remarqué l'engouement pour l'aromathérapie et ont été assez astucieux pour saisir l'ampleur du phénomène. Cela a donné un nouveau souffle à l'industrie.

Il y a environ quatre ans, le marché des chandelles avait beaucoup diminué, explique Richard Provost, directeur du marketing de la firme canadienne Candle World, qui distribue, importe et fabrique des huiles et des chandelles depuis plus de 20 ans.

« Pendant la récession, avec l'émergence des magasins à 1 \$, les consommateurs croyaient faire de bonnes affaires en y achetant une douzaine de chandelles importées de Chine pour 1 \$. Or celles-ci coulaient, tachaient les nappes, laissaient échapper de la fumée noire et duraient beaucoup moins longtemps. Les gens sont revenus aux chandelles de qualité et ont commencé à re-



PHOTOS ROBERT MAILLOUX, La Presse

Les piliers de cire odorants distribués par Candle World contiennent des capsules de fragrance. Le plus gros, à gauche, brûle jusqu'à 200 heures (environ 25 \$), tandis que l'autre brûle jusqu'à 120 heures (environ 17 \$). On voit aussi un pot décoratif de céramique contenant une chandelle odorante (environ 20 \$) et un diffuseur d'huile (environ 30 \$ pour l'ensemble cadeau comprenant le diffuseur, l'huile et la petite chandelle).

chercher des produits naturels.

Le marché des chandelles s'est considérablement élargi avec l'introduction, il y a environ quatre ans, des premières chan-

delles odorantes.

« Les gens qui achetaient ou recevaient en cadeau les chandelles travaillées et sculptées coûtant environ 30 \$ les met-

taient sur une étagère et les admiraient, mais ne les brûlaient pas.

« Or nous avons remarqué que si une chandelle de 25 \$ était



La gamme de produits Seasons distribuée par Upper Canada comprend notamment des pots pourris haut de gamme (environ 17 \$) et des piliers de cire assortis contenant les mêmes beaux gros morceaux de fruits et jolis pétales de fleurs (environ 21 \$), dans un choix de six essences.

odorante, ils la brûlaient, pour sentir son odeur. En tant que manufacturier, nous voulons évidemment que les gens brûlent leurs chandelles, pour qu'ils en achètent d'autres. Nous avons donc commencé à offrir des chandelles qui brûlent et sentent bon longtemps.

Les pots-pourris

Les pots-pourris, qui ont fait fureur au début des années 80, gagnent beaucoup de terrain depuis environ un an et demi. On voit sur le marché beaucoup de produits de qualité. Non seulement sentent-ils bon, mais ils sont très décoratifs. Ils sont formés de beaux gros morceaux de fruits ou de beaux pétales.

Les brûleurs si populaires à la fin des années 80 ont toutefois disparu, remplacés par des diffuseurs dans lesquels on n'a qu'à mettre quelques gouttes d'huiles

essentielles. Selon leur degré de pureté, leurs effets bénéfiques sont plus ou moins efficaces...

« Les consommateurs possèdent plusieurs huiles et les utilisent selon leur humeur et leurs besoins, explique M. Provost. La menthe poivrée, par exemple, est bonne pour décongestionner les sinus, tandis que la lavande est réputée contre l'insomnie. Certaines huiles sont relaxantes, d'autres sont meilleures pour la méditation ou encore pour donner de l'énergie. »

Pour s'y retrouver, le prix est un bon critère à considérer, précise-t-il. Car il varie en fonction de la concentration de l'huile essentielle, qui est souvent coupée avec des huiles neutres comme des huiles d'amande ou d'olive. Les bouteilles d'huiles essentielles pures, par ailleurs, sont vendues avec un compte-goutte.

Profitez du soleil. Institut Decléor Paris chez Eaton



Les produits «Soin cosmétique solaire» Decléor vous aident à apprivoiser le soleil. Ils vous permettent de bronzer naturellement, rapidement et avec un maximum de sécurité. Découvrez le soin «Préparation au soleil» que vous propose l'institut Decléor pour vous initier à leurs bienfaits! Ce soin est offert au coût de 25 \$, jusqu'au 18 juin 1995.

Eaton Centre-ville seulement, rez-de-chaussée.

Pour prendre rendez-vous, composez: 284-8968.

Profitez de notre prime.

À l'achat de 2 produits «Soin cosmétique solaire aux extraits de plantes», vous recevrez, sans autres frais, un sac de plage Decléor.

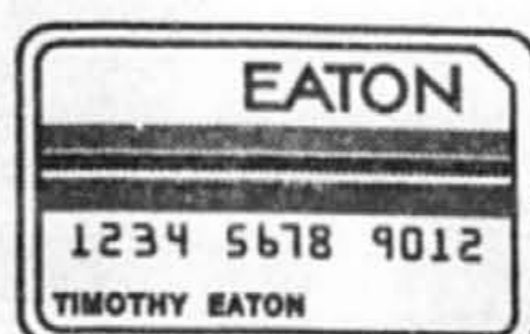
Offre en vigueur jusqu'au 18 juin 1995.

Une prime par personne.

Rayon des produits de beauté, 313.



Eaton. On veut être votre magasin.



EATON

Argent remis si la marchandise ne satisfait pas

Venez maintenant!

Elizabeth Hager

Le **GRAND!** solde débute **jeudi à 9h30**
(Fermé aujourd'hui)

1/4 à 1/2

- ROBES DE SOIRÉE ET ROBES TOUT ALLER
- ROBES SOLEIL • IMPERMÉABLES IMPORTÉS
- COSTUMES • PANTALONS • JUPES • BERMUDAS
- CHEMISIERS • CHANDAILS • BLAZERS

5256, ch. Queen Mary
Près du métro Snowdon

Mail Cavendish
(Côte-Saint-Luc)

LES 2 MAGASINS SONT OUVERT DIMANCHE DE 12H À 17H
ET LUNDI FÊTE DE DOLLARD DE 9H30 À 18H

APERÇU DE LA COLLECTION PRINTEMPS-ÉTÉ

EN PRÉSENCE DE LA CRÉATRICE

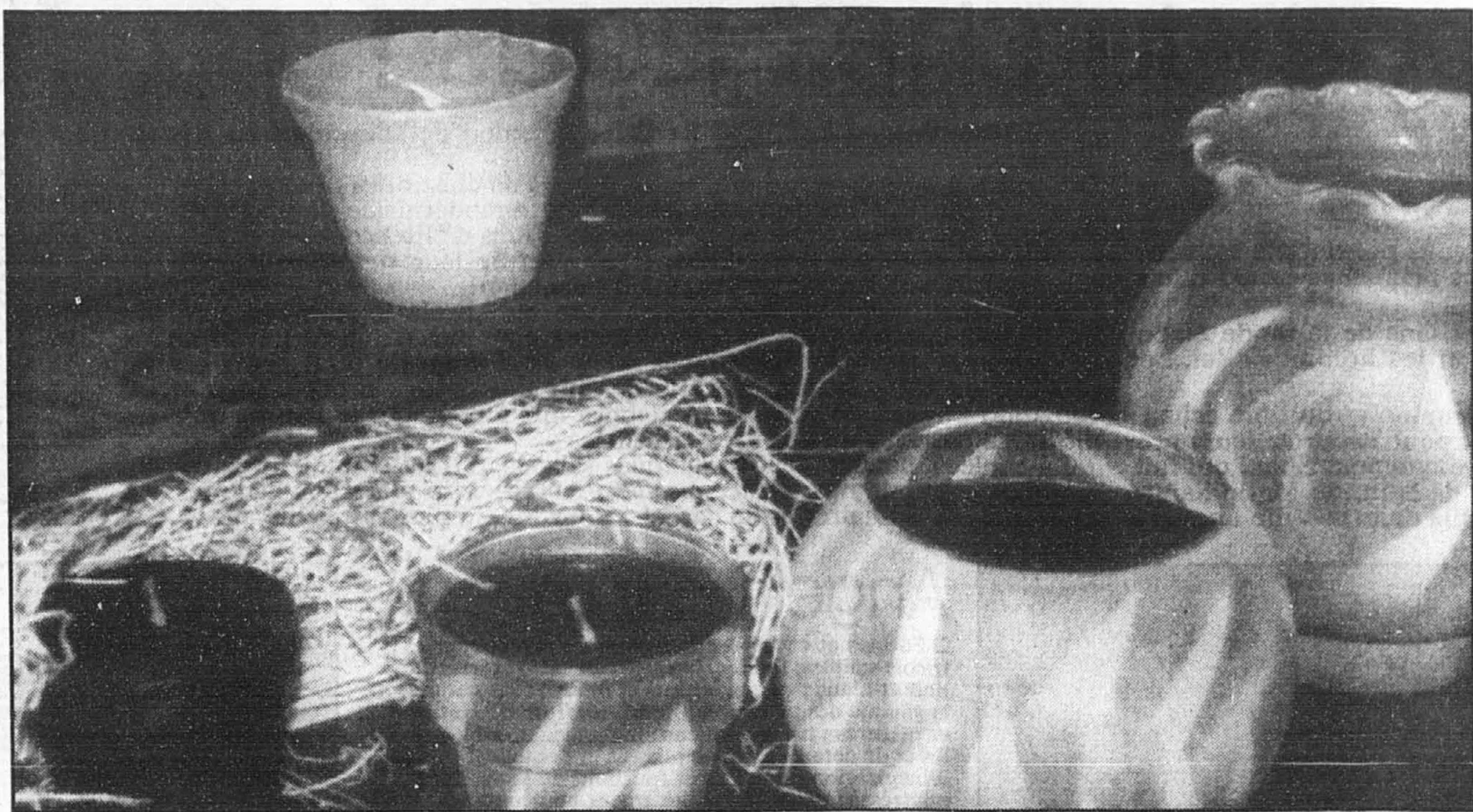
Zandra Rhodes

ASSISTEZ À NOS DÉFILÉS IMPROMPTUS,
LE MARDI 23 MAI,
ENTRE 10 H ET 16 H,
À LA BOUTIQUE HOLT RENFREW
DU 2^e ÉTAGE.
DES RAfraîchissements SERONT OFFERTS.

PROFITEZ AUSSI DE L'OCCASION
POUR VOUS PROCURER
UN EXEMPLAIRE DÉDICACÉ
DU DERNIER OUVRAGE
DE CETTE COUTURIÈRE DE TALENT,
« THE ART OF ZANDRA RHODES ».

HOLT RENFREW

RUE SHERBROOKE, ANGLE DE LA MONTAGNE,
842-5111



Pour l'extérieur

Traditionnellement utilisées à l'intérieur, les chandelles sont de plus en plus appréciées à l'extérieur. Elles sont populaires pour chasser les moustiques mais aussi pour créer une belle ambiance. « Les gens ont besoin de plus de romantisme dans leur vie », estime Sylvie Panneton, représentante de la compagnie Arabesque, à travers la province. Cette entreprise québécoise, qui se spécialise dans la confection de chandelles de cire d'abeille fabriquées à la main, offre plusieurs types de pots-terrasses odorants à base de cire d'abeille et d'huiles essentielles naturelles. Elle propose trois odeurs chasse-moustiques : l'incontournable citronnelle, eucalyptus et géranium. L'ensemble de trois petits lampions coûte environ 15 \$, tandis que les pots-terrasses plus grands se vendent environ 20 \$ et 25 \$.

Les chandelles odorantes redonnent vie à leur industrie

DANIELLE BONNEAU

Le marché des chandelles est en pleine expansion. Délaissées dans les années 80 à la faveur des pot-pourris et des huiles aromatiques, elles ont de nouveau la faveur populaire. Mais pour reprendre leur juste place, elles se sont adaptées aux nouvelles exigences des consommateurs : elles viennent dans toutes les couleurs ... et dégagent des odeurs.

« Avec le phénomène du cooing, les gens sont plus sou- vent à la maison, souligne Guy Bastien, directeur général de Mailloux Baillargeon, qui fabrique des chandelles depuis 1896 et est toujours le plus grand manufacturier de chandelles liturgi- ques au Canada.

« Les chandelles dégagent une odeur et une lumière particuliè- res, qui créent une atmosphère relaxante, précise-t-il. Pendant une période économique plus difficile, elles demeurent un luxe accessible. »

Les bougies effilées sont enco- re les plus populaires. Viennent ensuite les chandelles cylindri- ques, puis les lampions colorés et parfumés, dont le choix varie selon les saisons.

L'engouement croissant pour l'aromathérapie, qui en est enco- re à ses débuts ici, influence énormément l'industrie. Depuis environ deux ans, on voit appa- raître des bougies décoratives à base d'huiles essentielles qui dé- gagent des odeurs intéressantes en brûlant. De plus en plus so-

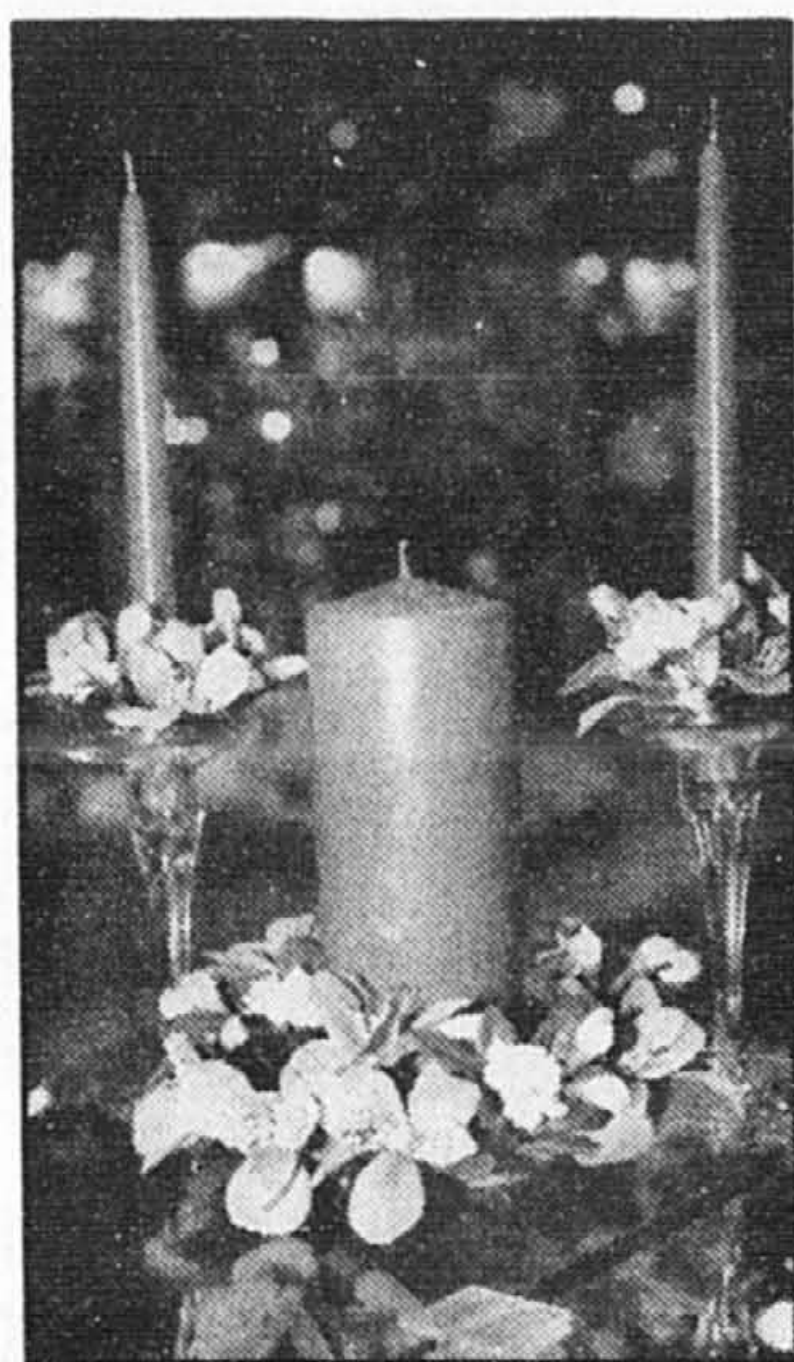


PHOTO ROBERT MAILLOUX, La Presse

Les bougies effilées sont enco- re les plus populaires, suivies des chandelles cylindriques. (Chandelles de Mailloux Baillar- geon)

phistiqués, certains piliers de cire renferment des capsules odorantes ou des morceaux de fruits et de plantes qui permet- tent à la bougie de répandre sa fragrance particulière du début jusqu'à la fin.

On remarque aussi depuis peu dans les boutiques, des pots déco- ratifs contenant de la cire.

Ceux-ci gagnent en popularité, car ils s'offrent très bien en ca- deau. S'adaptant aux nouvelles demandes du marché, Mailloux Baillargeon compte offrir dès l'automne prochain des piliers odorants.

Pour le fabricant de savons et de chandelles Upper Canada, c'est chose faite. Il distribue de- puis plusieurs mois la gamme de produits américains Seasons, qui comprend notamment des pots pourris haut de gamme (environ 17 \$) et des piliers de cire assortis contenant les mêmes beaux gros morceaux de fruits et jolis pétales de fleurs (environ 21 \$), dans un choix de six essences : pomme, pêche, jonquille, bruyè- re et jacinthe, vanille et seascape (un arrangement comprenant de vrais coquillages et étoiles de mer). En brûlant, les piliers dé- gagent un parfum très prononcé et n'ont pas besoin d'être allu- més longtemps pour embaumer une pièce. Les pièces des pots pourris étant très apparents, cela donne un bel effet.

« Auparavant, la firme ne fa- briquait que des savons et des produits pour le bain, explique Édouard Gohier, qui représente au Québec les produits de la compagnie canadienne. Or de- puis environ deux ans, le mar- ché du cadeau étant davantage axé vers la décoration, Upper Canada a décidé d'offrir des trucs qui sont beaux et sentent bons, soit en les fabriquant ou en les distribuant. »

« Les gens sortent moins, poursuit-il. Ils sont plus pantou- flards, mais ils veulent créer une

atmosphère particulière à la maison. »

Les ventes de chandelles et de chandeliers de la compagnie ont doublé depuis un an et demi, ré- vèle-t-il. Ce qui a amené la firme à augmenter son choix de cou- leurs de chandelles, d'odeurs et d'accessoires. Elle offre ainsi plusieurs types de porte-lam- pions en verre givré, en verre re- cyclé, en métal, en terre cuite, etc.

« L'odorat est un sens qui est de plus en plus développé. Avec les lampions, depuis un an et demi, c'est la folie furieuse. »

S'aventurant encore plus loin dans cette direction, Upper Ca- nada lançait en janvier sa gam- me de produits de bain et de chandelles assorties Aromathé- rapy, à base d'huiles essentielles et aux noms évocateurs (sensual, relaxant, énergisant, stimulant). C'est sa collection la plus haut de gamme qu'elle ait jamais mis sur le marché.

Plus raffiné

Depuis environ un an, le mar- ché des piliers de cires odorants se raffine, renchérit Richard Provost, directeur du marketing de la firme canadienne Candle World, qui distribue, importe et fabrique des huiles et des chan- delles depuis plus de 20 ans.

« Au lieu d'offrir des biens or- dinaires, les manufacturiers met- tent au point des produits plus sophistiqués. Nous distribuons, par exemple, environ 25 chan- delles pilier qui sont faites à la main et renferment des capsules de fragrance à base d'huiles es- sentielles. Grâce à celles-ci, les chandelles ont un joli motif. Et juste en les regardant, les con- sommateurs savent qu'elles déga- geront leur odeur jusqu'à la fin. Ce qui n'est pas le cas pour tou- tes les bougies. »

Les piliers de forme arrondie brûlent de 70 heures... à 300 heures, selon leur format. Celui qui brûle jusqu'à 200 heures, par exemple, coûte environ 25 \$. Ils viennent dans une large gamme de couleurs (blanc, sable, bleu, mauve, vert foncé, pêche, rouge vin, etc.) et ont toutes sortes d'odeurs : vanille, cannelle, mûre, épices de cuisine, magnolia, canneberge, chèvrefeuille, patchouli, etc.

Carole et Burt Gilman, co-pro- priétaires de la compagnie mon- tréalaïse Seracon Products, of- frent de leur côté la collection de bougies parfumées Versailles, qu'ils fabriquent de façon artisana- le à partir d'huiles essentiels.

Les chandelles, qui ont la forme de blocs, sont texturées. Leur partie extérieure renferme un

mélange de plantes aux couleurs et aux formes différentes.

« Nous importons depuis six ans des boîtes permettant de fai- re pousser des mini jardins de fi- nes herbes et de fleurs dans la maison, explique Carole Gilman. Nous voulions développer un au- tre produit pour la maison ayant un lien avec l'environnement et la nature

« Les gens sont davantage à la maison, poursuit-elle. Lorsque les chandelles dégagent une odeur agréable, c'est toute la pièce qui sent bon. Et les diffé- rentes fragrances peuvent avoir des effets bénéfiques. Elles peu- vent relaxer, éliminer le stress. »

Seracon Products confection- ne 10 différents types de bougies décoratives parfumées : épices d'automne, rose et miel, lavan- de, pommes et épices, citron, cappuccino (le dernier-né et le plus cher), etc. Le format régulier (environ 26 \$) brûle jusqu'à 50 heures, tandis que le grand format (environ 37 \$) brûle pendant plus de 80 heures. Pour tirer le maximum de ses chan- delles, Mme Gilman recommande de ne pas les allumer plus de trois ou quatre heures de suite, sinon, elles s'évaporeront plus vite. Il faut aussi éviter de les placer près d'une fenêtre ouverte.

ÉPARGNEZ 15\$ à l'achat de 2 paires

2 pour 75\$ ou 44,95\$ chaque paire

Loafer ou lacé sport, en noir, blanc cassé ou lin. D 7 à 11, 12, 13 3E 7 1/2 à 11, 12, 13 *Pas de chaussures au Centre Rockland

Bovet

Montréal

- 4475 boul. Métropolitain E. 374-4555
- Carrefour Laval 687-1670
- Centre Eaton (niveau métro) 849-9281
- Galerias d'Anjou 353-6310

Québec

- Fairview Pte-Claire 694-9050
- Promenades St-Bruno 653-5100
- Place Ste-Foy 653-6255
- Galerias de la Capitale 627-5730

Carrefour Angrignon 366-0762

Centre Rockland*

L'élégance classique des luminaires Nulco rehausse tout décor!

EN VENTE JUSQU'AU 27 MAI

FINI BRONZE DE STYLE ROMAIN SUR LAITON SOLIDE, ET VERRE SOUFFLÉ À LA MAIN.

H. 20" L. 20" 10 X 60W
SEULEMENT 1 289,50\$

H. 19 1/2" L. 9 1/2" 4 X 60W
SEULEMENT 569,50\$

H. 8 1/2" L. 8" 2 X 60W
SEULEMENT 142,50\$

H. 10" L. 8" 2 X 60W
SEULEMENT 119,50\$

H. 10" L. 4" 1 X 60W
SEULEMENT 69,50\$

ÉPARGNEZ 25% SUR TOUTES LES UNITES MURALES

OSRAM SYLVANIA AMPOULES GRATUITES

Avec chaque lampe Nulco que vous achetez, nous vous donnerons l'ampoule Sylvania appropriée gratuitement!

- La plus grande sélection de luminaires intérieurs et extérieurs
- Accessoires
- Ampoules
- Consultation gratuite avec un conseiller
- Informez-vous sur notre livraison et installation gratuite.

5965 CÔTE-DE-LIESSÉ, VILLE ST-LAURENT (Voie de service nord)

738-2433

LUNDI AU MERCREDI - 9H00 À 18H00
JEUDI ET VENDREDI - 9H00 À 21H00
SAMEDI - 9H00 À 17H00

LITEMOR ARCHITECTES EN ÉCLAIRAGE

À la mode de chez nous !



VIVIANE ROY
collaboration spéciale

■ Comme à chaque saison, nous vous présentons sous forme de petits fichiers les collections printemps-été 95 d'une douzaine de designers québécois.

Chacun dans son atelier, ces artisans de la mode élaborent une mode pour les femmes et les hommes d'ici... et d'ailleurs.

En effet, à l'heure du marché commun et du libre échange, de plus en plus de designers s'organisent pour exporter leurs produits. C'est le cas entre autres de Chantal Lévesque pour Shan, qui fait un malheur aux États-Unis avec ses maillots de bain, de Marie Saint-Pierre, qui a présenté samedi son premier défilé dans la Ville Lumière

et d'Angela Buccaro qui, elle, participe au salon de Düsseldorf en Allemagne.

Chacun à sa manière, donc, ces designers de chez nous ont concocté une mode estivale inspirée tour à tour par le modernisme, la plage, les années 30 ou 50 et même les héroïnes des films d'Hitchcock !

Bien qu'on puisse reconnaître la plupart de leur signature au premier coup d'oeil, une chose les réunit cependant.

Chez lanelli Merulla comme chez Shan ou Angela Buccaro, on sent un intérêt marqué pour le look rétro et glamour. Chantal Lévesque s'inspire par exemple des années 50 et de la lingerie pour créer ses maillots de bain, lanelli Merulla dessine des petites robes-jupons et Christain Chenail de chez Muse élabore une mode pour la femme qui, dit-il, n'a pas peur de jouer les séductrices.

La couleur, boudée depuis quelques saisons, fait aussi une entrée remarquée ce printemps. Le *sacro-saint* noir fait enfin place aux gammes de blancs, de primaires et de sorbets. Pour un été plus rafraichissant !

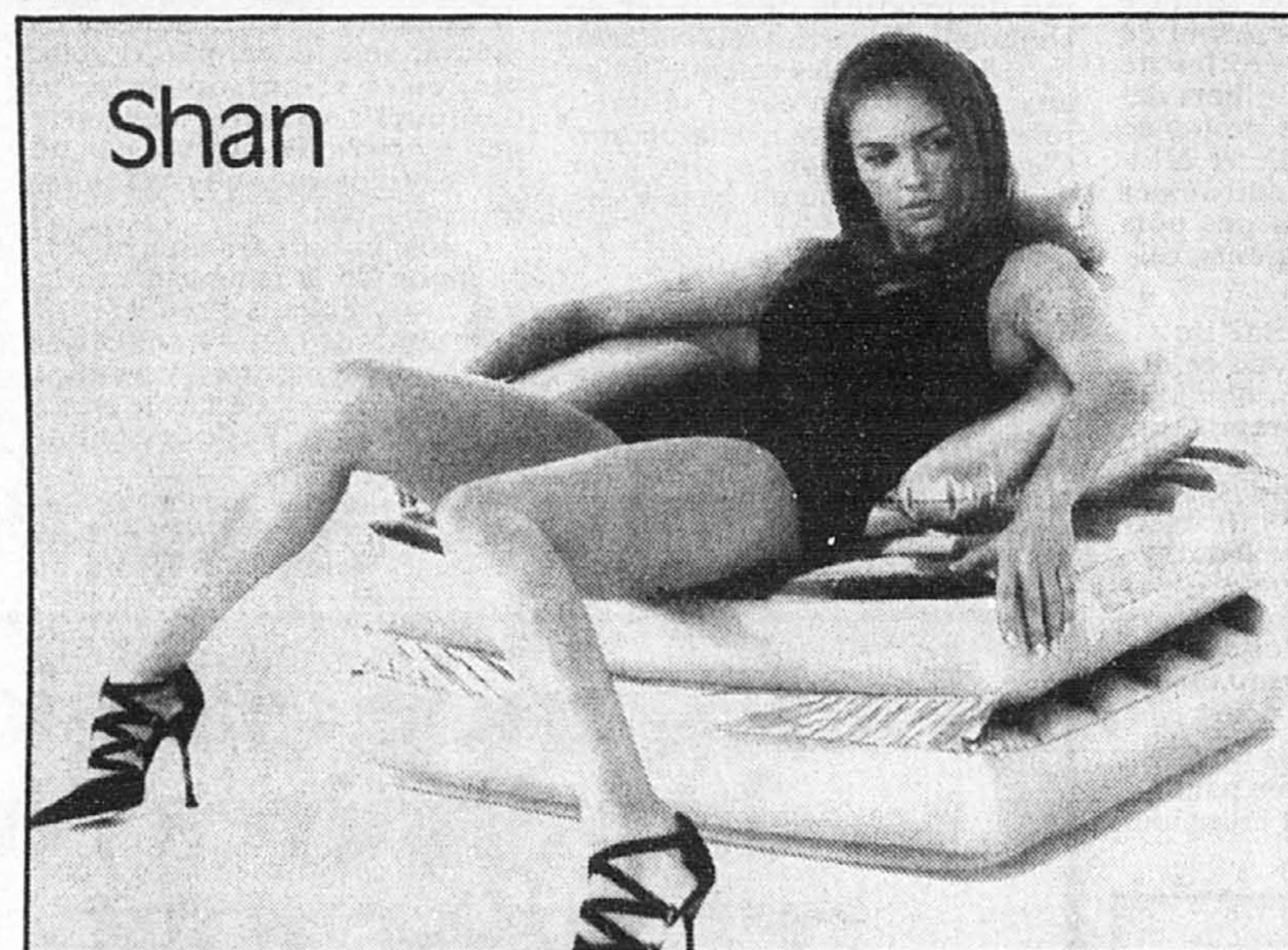


Jean Airoidi

□ **Formes et coupes** : carrure étroite ; pantalon cigarette ; lignes taillées près du corps. **Couleurs** : le brun, le noir et le blanc ; une place importante aux pastels. **Matières et textures** : des matières naturelles comme le lin d'Espagne, la soie et le mélange de cupro et de viscose. **Source d'inspiration** : il faut remonter à 1967, année où Jean Airoidi fut le premier bébé de l'année. En effet, le designer a créé un imprimé avec sa *binette* à l'âge de cinq mois ! **Pièce vedette** : la salopette.



Shan



□ **Formes et coupes** : le groupe *glitter* est inspiré des dessous féminins soulignant la taille et galbant les hanches. Le groupe *latex* : tendance plus jeune, rock'n roll et sexy. **Couleurs** : couleurs piquantes à reflets métalliques, émeraude, magenta, charbon, noir et blanc. **Matières et textures** : dentelle froissée, texture cuir verni et cuir mat, lycra brillant. **Sources d'inspiration** : la lingerie, découpes rappelant les gaines des années 50. **Pièce maîtresse** : maillot bustier une pièce muni de découpes princesses, d'une ceinture à la taille et de bretelles ajustables.

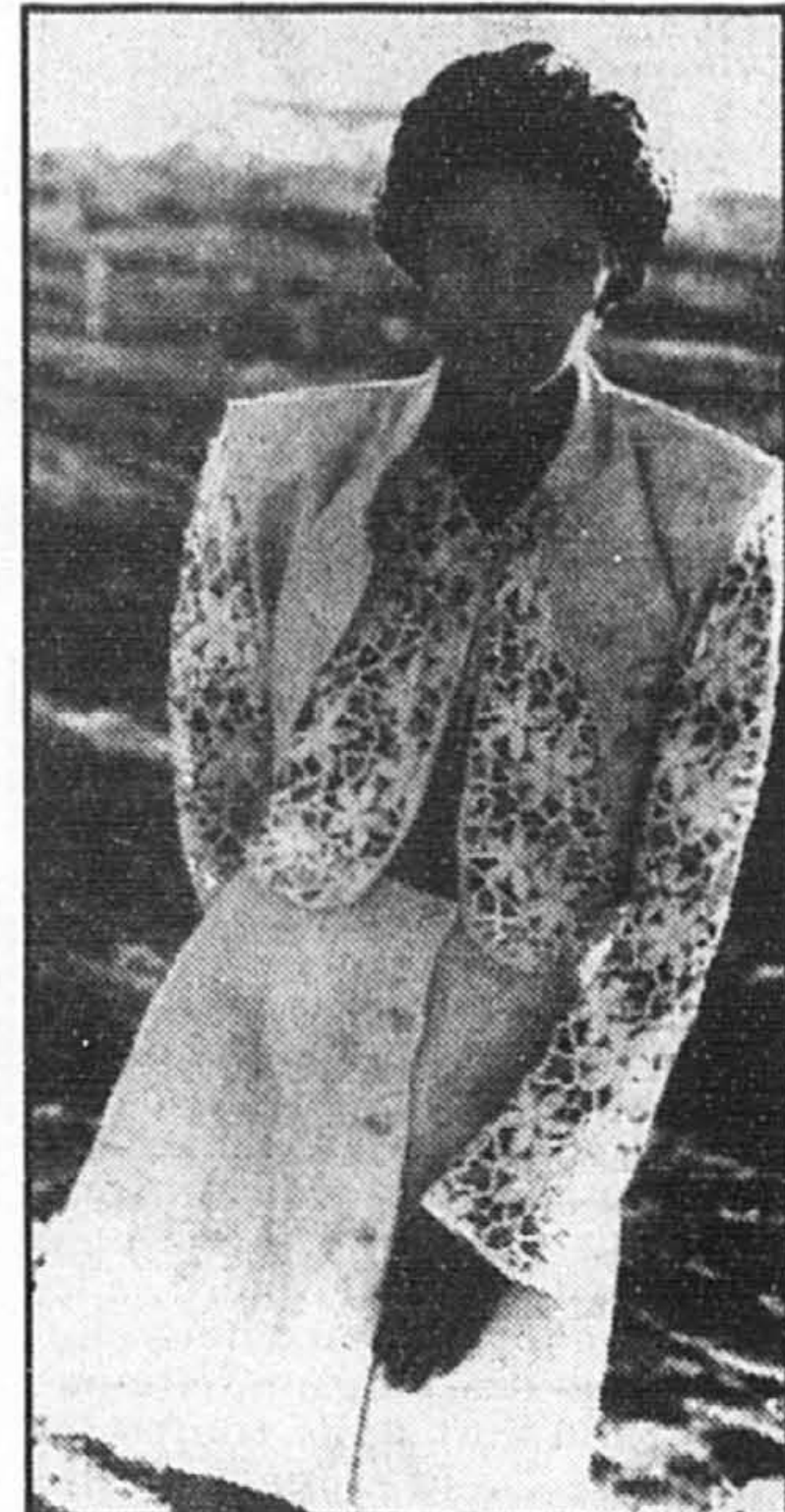
Angela Buccaro

□ **Formes et coupes** : silhouettes simples et épurées ; tricot souple, fluides, sensuels. **Couleurs** : jeux de noir et blanc ; reflets argentés et dorés ; tons naturels ; la gamme des primaires ; imprimés floraux. **Matières et textures** : tricot italiens ; mélange de viscose, de lin et de coton ; textures plissées et dentelle. **Sources d'inspiration** : douceur et fraîcheur de l'été. **Pièce maîtresse** : tenue en maille argent pour un look glamour et sensuel.



lanelli Merulla

□ **Formes et coupes** : formes moulantes et taillées près du corps. **Couleurs** : beaucoup de blanc, chartreuse et bleu acier. **Matières et textures** : gaze, crêpe en viscose et lin. **Source d'inspiration** : le glamour. **Pièce maîtresse** : la robe jupon.



Nadya Toto

□ **Formes et coupes** : formes fluides et dessinées près du corps. **Couleurs** : noir et blanc. **Textures et matières** : jersey opaque et ajouré, guipure, coton et lin froissé. **Source d'inspiration** : l'évasion. **Pièce maîtresse** : le tailleur jupe courte muni de boutons.



Dénommé Vincent

□ **Formes et coupes** : silhouette longiligne ; la veste est structurée tout en souplesse et la carrure est plus étroite. Le pantalon est sans pli. **Couleurs** : les tons de terre, de pierre et l'indigo. Les rayures et les carreaux. **Matières et textures** : la laine côtoie le lin, la soie et la viscose. Les tissages ajourés et les rayures en relief. **Sources d'inspiration** : ici et maintenant sont les mots clés. La simplicité et le confort. **Pièces maîtresses** : la chemise et la veste sans col ; le gilet long fendu sur les côtés porté sous l'habit.

"C'est clair et net..."

Salon Juliette est le centre de la mode.

Tailles 14 à 26

Pas de T.P.S.
Pas de T.V.Q.

SALON JULIETTE

5457, QUEEN MARY 484-3558 STATIONNEMENT GRATUIT
5120, Earncliffe (angle Queen Mary) 11 h a.m. - 5 h p.m.

RONFLEMENT
TRAITÉ AU
LASER

AU CABINET DE CONSULTATION, PAR DES
CHIRURGIENS OTO-RHINO-LARYNGOLOGISTES.

CENTRE DU RONFLEMENT DE MONTRÉAL ENR.

Tél.: 327-5060

Venez vous construire la résidence de vos rêves!

Domaine Forêt Saraguay à Montréal

à partir de 375 000 \$

REMO CONSTRUCTION INC.

Pour rendez-vous (514) 331 8853

Le cœur vous en dit?

Participez, pour seulement 2\$, au tirage annuel du Fonds de Recherche de l'INSTITUT DE CARDIOLOGIE DE MONTRÉAL.

En vente du 8 mai au 4 juin chez: **IGA** • **BANQUE LAURENTIENNE** • **PHARMAPRIX** • **Bonichois**

TOYOTA

Prix: Toyota Corolla berline DX 1995

Plus de 60 000 \$ de prix à gagner dont une Toyota Corolla, 3 voyages (Suisse, Californie, Paris) hébergement compris, une semaine de thérapie, 2 ordinateurs, un téléviseur géant, un ensemble de 5 électroménagers, 5 onces d'or, un abonnement au Théâtre du Forum, une paire de billets-Expos de Montréal, sans oublier de nombreux autres prix à gagner instantanément.



Hélène Barbeau

□ **Formes et coupes** : formes structurées pour la collection bureau et plus amples pour le groupe week-end. **Couleurs** : gris perle, vert pâle et crème. **Matières et textures** : mélange de lin et viscose, lin vieilli. **Pièce maîtresse** : robe tablier.



Muse

□ **Formes et coupes** : silhouette plus structurée, taille ajustée, épaule généralement carrée mais étroite. **Couleurs** : les pastels, les dégradés de gris, les tons épicés de paprika, rosé cendré et noir. **Matières et textures** : des tissus secs mais doux pour les tailleurs comme la soie et le lin, le coton et la viscose. Tissu fluide et lourd pour le viscose-lycra pour les robes; tissu diaphane comme le polyester accompagnant les robes. **Sources d'inspiration** : une femme moderne qui n'a pas peur de jouer les séductrices; les héroïnes des films d'Hitchcock. **Pièce maîtresse** : la combinaison-short inspirée de la lingerie.

Marie Saint-Pierre

□ **Formes et coupes** : coupe fluide et flottante favorisant le mouvement. **Couleurs** : blanc, orangé, marron, marine, ocre, bordeaux, ivoire et très peu de noir. **Matières et textures** : textures froissées en polyester, beaucoup de transparence, lin, laine, tricot poilu en 100 p. cent nylon et tricot nid d'abeille. **Pièce maîtresse** : redingote trois-quart transparente.



C.A.L.I.C.O.

□ **Formes et coupes** : look plutôt décontracté, souple et très court. La ligne A et la taille empire sont très importantes. **Couleurs** : les pastels ternis comme le vieux rose, le vert océan, le moutarde et une gamme de coloris plus sombres telle que l'indigo, le bordeaux et le charbon. **Matières et textures** : tout un mélange de matières! La texture sèche et brute des poches de café recyclées coordonnée à des matières douces et sensuelles comme le Tencel. **Sources d'inspiration** : mes amis et mon entourage. Tous se cherchent et se redécouvrent. Ils explorent les différentes facettes de leur personnalité; le côté tendre, rose et spirituel mais aussi le côté sexy, dangeureux et ambitieux. **Pièces maîtresses** : pour homme, la chemise taillée dans un 100 p. cent chanvre avec le dos en poches de café recyclées. Pour femme, la robe soleil portefeuille.



Michel Desjardins

□ **Formes et coupes** : silhouette fine, élancée. La taille est mise en évidence par des blousons ajustés, des vestes ou des jupes courtes qui épousent la forme des hanches. **Couleurs** : noir, beige, pêche, lime, blanc et pervenche. **Matières et textures** : mélange de lin et viscose à effet texturé, lin ultra-léger. **Source d'inspiration** : l'équilibre entre le classique et l'avant-gardisme. **Pièce vedette** : la veste smoking.



Philippe Dubuc Mode de vie

□ **Formes et coupes** : construction assouplie laissant une plus grande liberté d'expression au consommateur. **Couleurs** : granite, charbon, cendre, taupe et pierre. **Matières et textures** : crêpe de laine, laine froide rayée ton sur ton toile de laine et lin. **Sources d'inspiration** : l'urbanisme des années 90 et l'élégance balnéaire des années 30. **Pièce maîtresse** : la veste à quatre boutons.

Robes à prix légers comme l'été

Maintenant
25\$, 30\$ et 35\$



Reitman

La recette de Philippe Mollé

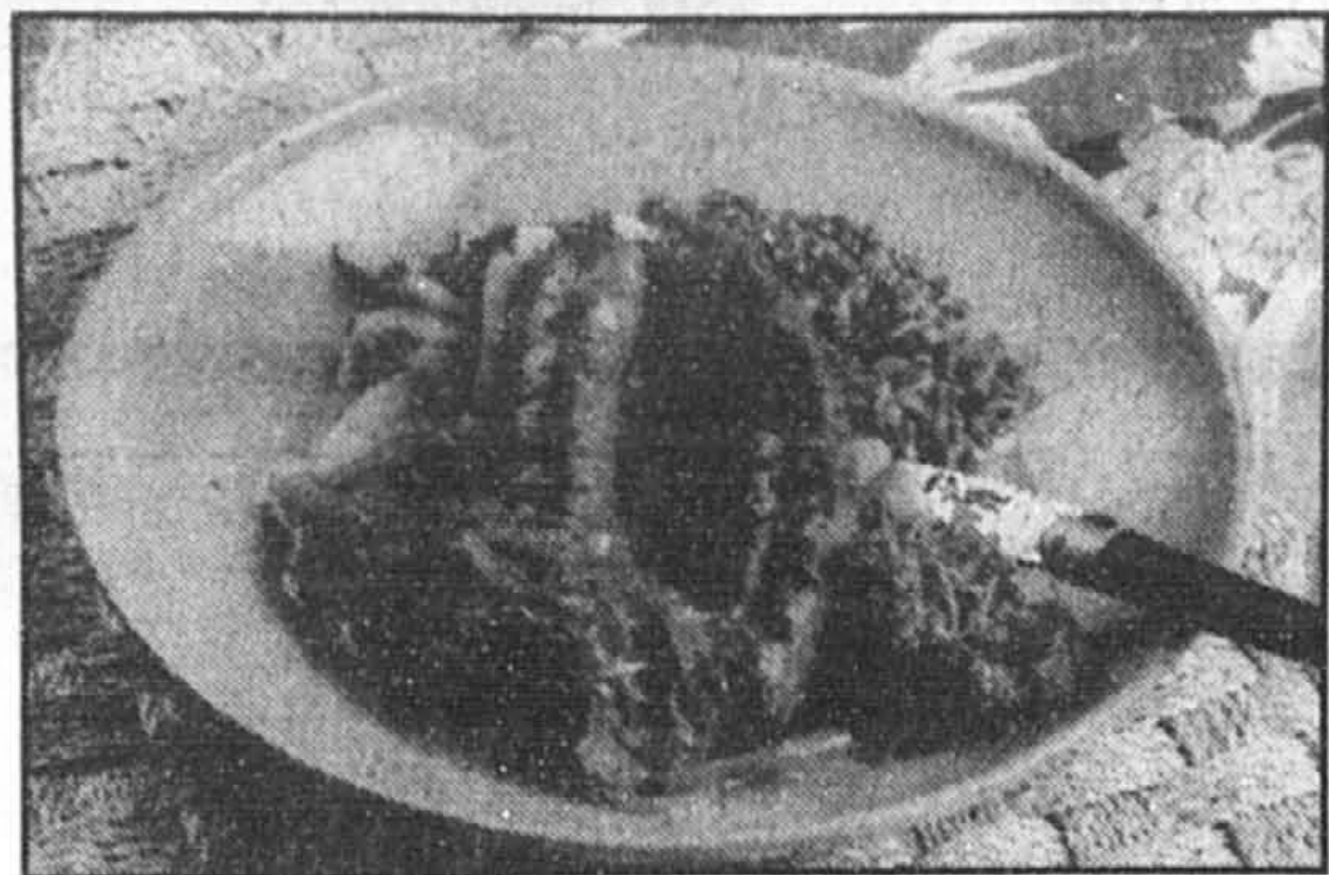


PHOTO PIERRE MCCANN, La Presse

Saucisses grillées aux lentilles et fondue d'oignons

Traditionnellement, les lentilles poussaient dans des sols pierreux et pauvres, et devaient être triées à la main afin d'éliminer les petits cailloux. Aujourd'hui, elles poussent toujours dans les mêmes terres mais elles sont triées à la machine. On peut utiliser pour cette recette différentes saucisses. Il en existe au canard, au lapin, ou tout simplement au porc, aromatisées d'herbes, de bleuets, ou encore aux légumes. J'ai choisi des saucisses au lapin qui se marient bien avec les lentilles et rassemblent ainsi l'amer, le doux et le sucré.

Recette pour 4 personnes
INGRÉDIENTS

- 4 saucisses de lapin aux pruneaux
- 200 gr (7 onces) de lentilles vertes du Puy
- 1 carotte en bâtonnets
- 1/2 poivron rouge en bâtonnets
- 1 panais en bâtonnets
- 2 oignons espagnol émincés
- 30 ml (2 c. à table) d'huile d'olive
- 125 ml (1/2 tasse) de vin rouge
- 1 gousse d'ail écrasée sans le germe
- 1 bouquet garni
- 125 ml (1/2 tasse) de crème 35 %
- Sel, poivre au goût

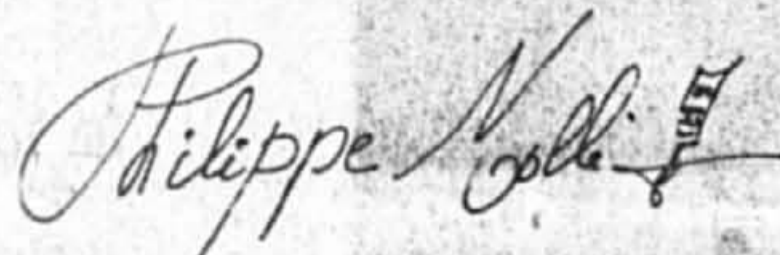
MÉTHODE

- Faire cuire les lentilles avec 6 fois leur volume d'eau, le bouquet garni et la gousse d'ail écrasée. Saler légèrement et cuire durant 45 minutes à feu moyen. Blanchir à l'eau salée 4 minutes les petits légumes et les ajouter aux lentilles ainsi que la crème. Cuire 2 minutes et réserver.
- Faire chauffer l'huile et faire revenir les oignons durant 3 à 4 minutes. Verser le vin rouge et assaisonner. Laisser cuire à couvert doucement 4 minutes. Griller les saucisses de lapin et finir au four dresser dans un plat et servir avec les lentilles et la fondue d'oignons.

CUISI-TRUC

■ Les lentilles, très riches en fer, peuvent aussi bien être servies en salade, assaisonnées d'une vinaigrette et de fines herbes.

Vous pouvez entendre Philippe Mollé sur les Ondes de CKVL 850 le dimanche de 11 h à 12 h. Cette semaine nous parlerons de la cuisine de plein air.



Couturier proxénète

Associated Press
PARIS

■ Le couturier italien Francesco Smalto, 67 ans, a été condamné hier à Paris à 15 mois de prison avec sursis et 120 000 \$ d'amende pour proxénétisme aggravé. Entre 1990 et 1993, le couturier s'était fait accompagner à plusieurs reprises par des call-girls lors de voyages à Libreville chez le président gabonais Omar Bongo, l'un de ses meilleurs clients. Francesco Smalto avait expliqué à l'audience qu'Omar Bon-

go, qui lui commandait pour 3 millions de francs de costumes par an, « était un client difficile » et qu'« une présence féminine facilitait les relations commerciales » avec lui. Les prostituées étaient recrutées à Paris sur petites annonces et se faisaient rétribuer leurs faveurs par le président gabonais. La rumeur de l'éventuelle séropositivité du président Bongo, répandue dans le milieu des prostituées parisiennes de luxe, avaient été évoquée à l'audience comme une circonstance aggravante pour M. Smalto.

SEARS

Attendez-vous à plus

HÂTEZ-VOUS D'EN PROFITER!

Moquette, sous-tapis de qualité supérieure et installation†

UN SEUL BAS PRIX!



Offre de moquette 3 en 1 vous permettant de changer le look de toute pièce. Au choix, berbère, à velours torsadé, texturée et coupé et bouclé.

23⁹⁹
ver. ca. (28,69 m²)

à
49⁹⁹
ver. ca. (59,78 m²)

†L'offre comprend la moquette, le sous-tapis de qualité supérieure, la livraison gratuite et l'installation sur une surface plane seulement, par un entrepreneur qualifié choisi par nous. La préparation du sol et le déplacement de meubles ou d'appareils ne sont pas inclus. Frais supplémentaires pour escaliers.

Avec votre carte Sears, ne payez rien avant novembre 1995

SUR MOQUETTE INSTALLÉE*

PAS d'acompte à verser PAS de taxes à payer à l'avance PAS d'achat minimum PAS d'intervention d'un tiers pour le crédit

L'offre s'applique à la moquette installée, sur approbation du service du crédit, avec la carte Sears. 25\$ de frais de paiements différés. Cette offre prend fin le 1^{er} juillet 1995. Cette offre ne s'applique pas aux achats par catalogue et aux articles soldés des centres de liquidation. Renseignez-vous.

*Dans la plupart des régions, Sears fait faire l'installation par des entrepreneurs qualifiés.

POUR UNE CONSULTATION À DOMICILE SANS OBLIGATION, APPELÉZ SANS FRAIS OU PASSEZ AU MAGASIN SEARS LE PLUS PROCHE
1-800-625-0025

OFFRE EN VIGUEUR JUSQU'AU MERCREDI 24 MAI 1995, DANS LA LIMITE DES STOCKS DISPONIBLES

SEARS

Attendez-vous à plus

Les mentions 'Ord.' ou 'Était' de Sears Canada Inc. se rapportent à des prix Sears. Région de Montréal: Anjou: 353-7770, Brossard: 465-1000, LaSalle: 364-7310, Laval: 682-1200, Pointe-Claire: 694-8815, St-Bruno: 441-6603, Ville St-Laurent: 335-7770. Région de Québec: Québec: 529-9861, Lévis: 833-4711, Ste-Foy: 658-2121. En province: St-Jérôme: 432-2110. Copyright Canada, 1995, Sears Canada Inc.



Le pain belge Durivage est croûté et tranché plus épais.

LA BELGIQUE

Sa mie est savoureuse. Préparé selon une recette belge

GAGNE SA

traditionnelle, il est bon et généreux comme la Belgique!

CROÛTE!

ON CRAQUE POUR SA CROÛTE! *Durivage*