

Jean-Philippe Fortin

**Le pain comprimé**

Page 8

**Tailleur de présidents**

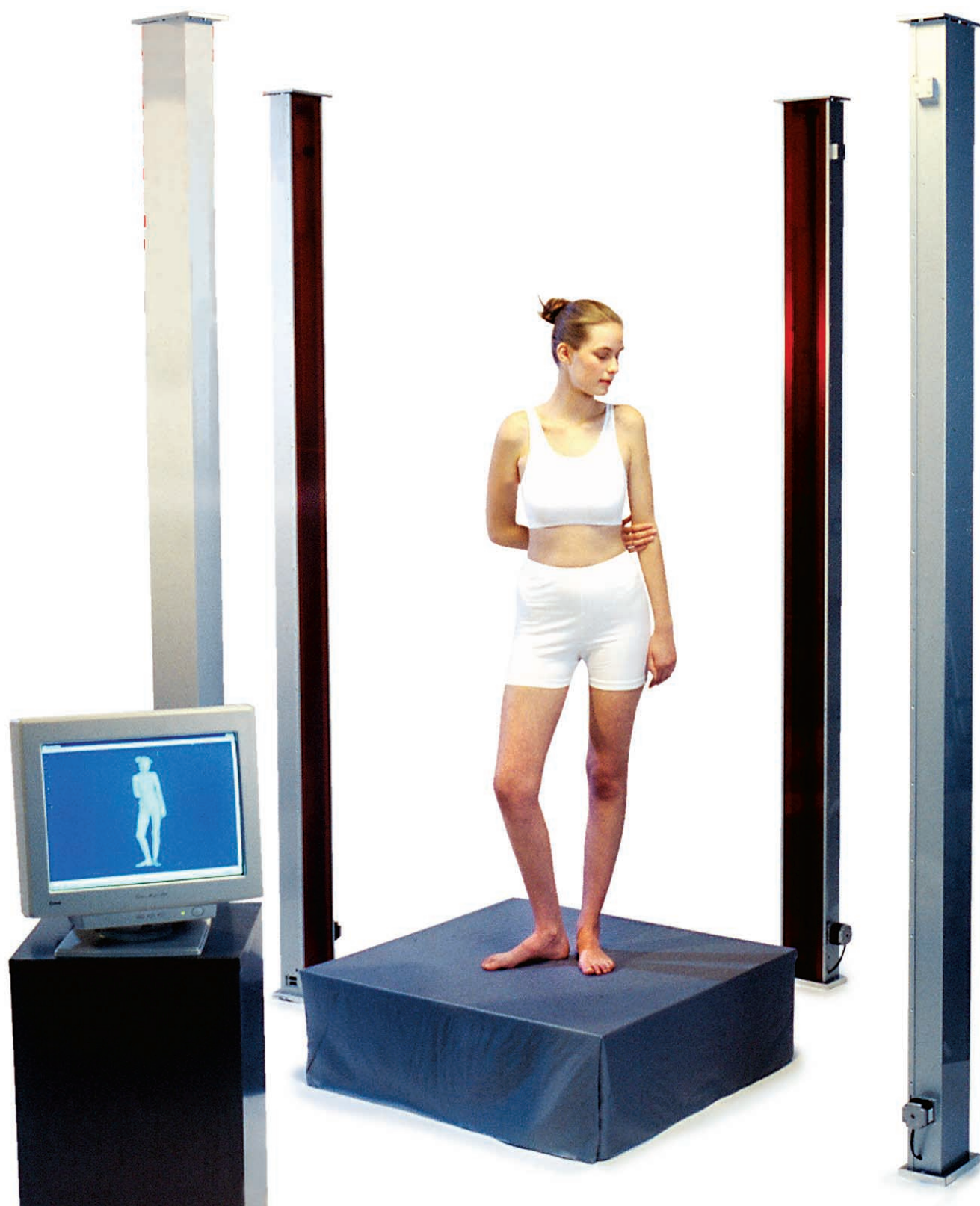
Page 4

**La Presse**



CAHIER B | LA PRESSE | MONTRÉAL | MARDI 30 JUILLET 2002

# QUESTIONS DE TAILLE



**RODOLPHE DE MELO**  
collaboration spéciale

**D**ans une boutique vous tombez sur la robe de vos rêves, c'est la dernière, mais heureusement pour vous, c'est du 38, votre taille. Vous l'enfilez dans la cabine d'essayage en imaginant tous ces hommes qui vont attraper des torticolis et toutes vos copines qui vont être vertes de jalousie et d'envie en vous voyant avec cette merveille. Vous faites doucement coulisser la fermeture éclair avec un sourire d'extase le long de votre dos et... Merde! Elle est trop petite!

Pourtant, c'était bien du 38! Chez un designer, on portera du 8, chez un autre, du 10 ou encore du 38. Un chemisier «moyen» d'une marque américaine nous ira bien, mais il faudra choisir «grand» s'il s'agit d'une importation européenne ou japonaise.

Comme si suivre la mode n'était pas déjà assez compliqué, on peut rarement se fier aveuglément à la taille indiquée sur les vêtements. Le client est condamné à faire un tour dans la cabine d'essayage pour s'assurer qu'il a choisi la bonne taille. Inutile de dire qu'il faut y regarder à deux fois avant de faire ses achats par Internet. Mais pourquoi les tailles des vêtements ne sont-elles pas harmonisées?

Certains diront que c'est parce que la mode féminine, la plus touchée par ce problème, est trop complexe. Mais le plus souvent, ce sont les fabricants qui ne respectent pas les normes des mesures canadiennes.

«Le gouvernement n'impose pas ses normes dans les vêtements, elles sont volontaires», explique Monique Boivin, responsable des communications pour l'Office des normes générales du Canada (ONGC), l'organisme qui fournit entre autres les chartes des tailles de vêtements. Ces normes sont élaborées par un comité composé d'experts, de fabricants et de groupes intéressés au domaine du vêtement. Comme les mesures du corps des Canadiens évoluent avec le temps, les chartes des tailles doivent être révisées régulièrement.

Pourtant, si on consulte le site Internet de l'ONGC ([www.tpsgc.gc.ca/ongc](http://www.tpsgc.gc.ca/ongc)), on s'aperçoit non seulement que certaines normes n'ont pas été révisées depuis 1978, mais qu'elles portent toutes une mention indiquant un retard dans la révision. Ce retard est dû au manque de fonds et de demandes pour la révision. Cela pourrait expliquer pourquoi plusieurs fabricants et designers mettent au point leurs propres chartes de tailles.

Un autre problème qui n'aide pas à l'harmonisation dans les vêtements féminins est l'utilisation d'une charte basée sur l'âge (8 ans, 10 ans, 12 ans). Alors qu'en Europe continentale, on utilise une charte qui s'apparente à celui des vêtements pour hommes, donc basée sur les tours de taille et de hanches mesurés en centimètres, en Amérique du Nord, on utilise une charte qui a été inventée par l'armée américaine en 1942.

Voir TAILLE en B2  
Suite du dossier en B3

## DE LA TÊTE AUX PIEDS

**Jess Vivier**

MICHELINE LORTIE  
collaboration spéciale

LA VITAMINE C, c'est une affaire de citron jaune et de vert kiwi. Mais c'est aussi l'histoire vitaminée du chimiste Jess Vivier, fondateur et PDG de la firme Vivier Pharma.

Le Franco-Ontarien n'est pourtant pas tombé dans la marmite aux cosmétiques quand il était jeune. Ce fils de mineur — «né dans un bled perdu comme la chanteuse Shania Twain», blague-t-il — adorait plutôt la chimie... et l'action!

C'est après avoir travaillé pendant 25 ans pour divers géants pharmaceutiques (Abbott, Squibb, Sandoz et tutti quanti), qu'il a décidé de démarrer sa propre firme de «cosmécéutiques» en 1997. «Un avenir confortable m'attendait sans doute dans l'industrie pharmaceutique, dit-il. Mais ayant connu le succès au sein de grosses boîtes (à 28 ans, j'étais un des plus jeunes directeurs de ventes au Canada), je me suis dit que je pourrais répéter cet exploit avec mon entreprise. J'avoue que j'étais un brin naïf. Mais qui ne risque rien n'a rien!»

Mais s'il est alors candide, Jess Vivier n'est pas idiot. À défaut d'argent, il sait qu'il doit dénicher une fichue bonne idée. Cela tombe bien, il a une subite illumination lors du congrès de l'American Academy of Dermatology qui se tient en 1997. Étant donné les propriétés antioxydantes de la vitamine C et ses bienfaits sur le collagène de la peau, il pressent qu'elle va devenir le produit le plus vendu dans les cabinets médicaux américains. «Seulement, voilà, cette vitamine coup d'éclat était une capricieuse, explique-t-il. Elle se dégradait à la lumière, à la chaleur et à l'eau. Les dermatologues étaient donc à la recherche d'un produit qui conserve intactes ses vertus au fil des mois.»

### Vitamine pop

De retour de San Francisco, Jess Vivier fonde sa compagnie, Vivier Pharma. Puis il s'affaire à inventer des formules aussi stables que vitaminées. Victoire! Il réussit et lance deux sérums Vivier contenant 5% et 10% de vitamine C. Dès janvier 2000, il convainc sans peine les dermatologues canadiens de l'intérêt de ses potions veloutées. Primo, ses produits ne s'oxydent pas. En outre, leur technologie brevetée (le Système intradermique(tm)) permet à la vitamine C de réellement pénétrer la peau.

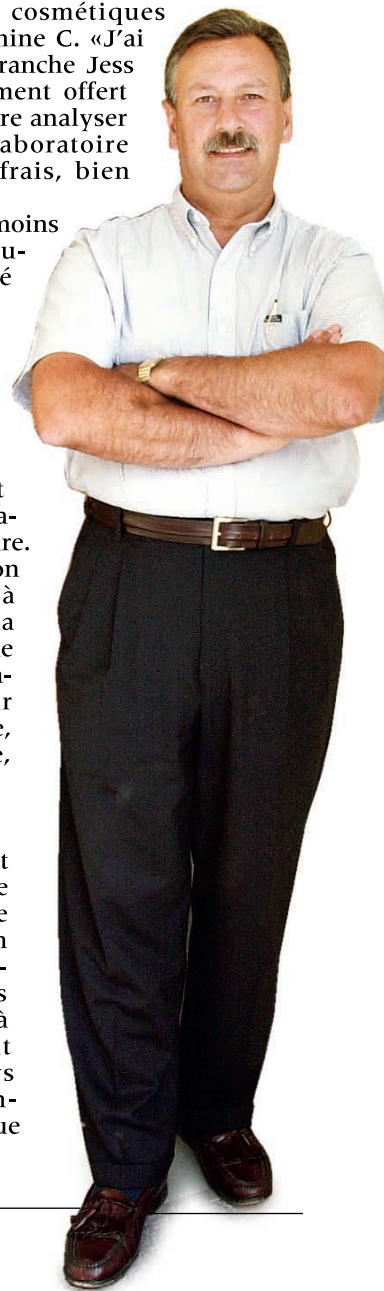
Mais les concurrents s'agitent et prétendent qu'il est impossible que ses cosmétiques renferment 10% de vitamine C. «J'ai vite réglé le problème, tranche Jess Vivier. J'ai tout simplement offert aux dermatologues de faire analyser mes produits par un laboratoire indépendant — à mes frais, bien entendu.»

Le chimiste-PDG aura moins de succès auprès des gouvernements. «J'aurais aimé investir de façon massive pour faire connaître ma petite gamme de cosmécéutiques au grand public, avoue-t-il. Durant plusieurs mois d'affilée, j'ai rencontré des fonctionnaires fédéraux et provinciaux, je leur ai raconté et radoté mon histoire. Mais on m'a ri au nez, on m'a dit que mon brouet à la vitamine C, c'était de la foutaise.» Cet enfant d'une Beauceronne pure laine va-t-il se décourager pour autant? Bien au contraire, il retourne en Californie, là où tout a commencé.

### Du Québec à la planète

Dès avril 2000, il permet à la puissante firme américaine OMP de distribuer sous licence son précieux sérum aux États-Unis. Coup de pot, très vite les élixirs fabriqués à Anjou sont également distribués dans les pays d'Asie, puis au Moyen-Orient, puis en Amérique du Sud.

Voir VIVIER en B2



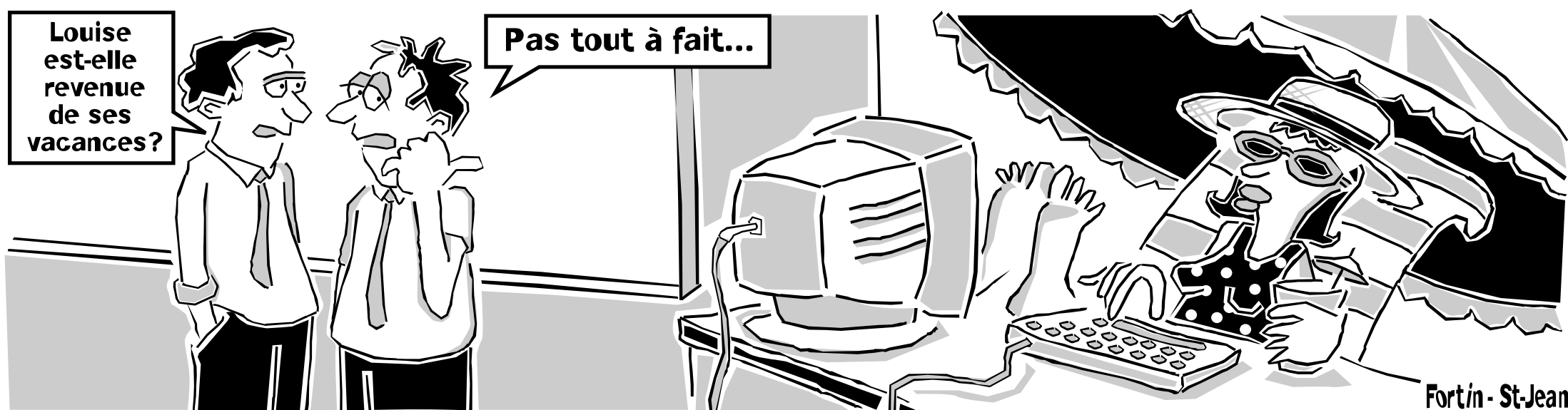
ÉCOUTEZ LE GRAND DÉCOMPTÉ ÉNERGIE

TOUS LES DIMANCHES DE 9H À MIDI AU 94 3 CKMF

La Presse cyberpresse.ca ckmf 94.3 énergie www.radioenergie.com

Consultez les positions de la semaine tous les samedis dans La Presse et participez à notre concours.

## BANDE À PART



## TAILLES

Suite de la page B1

À l'époque, au moment où on a voulu fournir des vêtements aux femmes militaires, on a alors pris les mesures de 10 000 femmes américaines et, à partir de ces données, on a assigné des numéros de tailles variant de 2 à 20. En général, toutefois, on n'utilise aujourd'hui plus le mot « an » dans le langage courant que pour parler des tailles pour enfants. Révisée depuis, cette charte reste toutefois moins précise et moins claire que celle pour les vêtements européens. Pour rendre cette charte encore plus floue, certains détaillants ont même ajouté des tailles vagues comme « petit 10 » ou « grand 10 ». La raison invoquée pour garder ce système au lieu d'adopter l'européen ? L'habitude, bien sûr, mais aussi le fait que les femmes d'ici n'apprécient guère voir des chiffres (38, 42, 46) qui leur rappellent leur tour de hanches apparaître sur une étiquette.

## À chacun sa taille

Toute femme qui a voulu un jour s'acheter une robe de cocktail s'est vite aperçue que, d'une boutique à l'autre, l'ajustement aux hanches et à la taille variait beaucoup. François Bousquet, responsable du programme mode du Collège Lasalle, explique la situation par le choix de la clientèle cible : « Chaque entreprise va aller selon son marché. Un 10 chez Jacob ou au Château, des boutiques qui visent une clientèle junior, ne sera pas le même qu'un autre dans une boutique L'Officiel ou Laura II, qui s'adressent à une clientèle, disons, plus âgée. Une fille de 20 ans n'a pas les mêmes formes qu'une femme de 45 ans. Même si elles font toutes les deux 28 pouces de tour de taille et 36 pouces de hanches, elles n'auront pas nécessairement les hanches de la même forme ou à la même hauteur. Alors, à partir de là, ils vont adapter les normes canadiennes du vêtement. »

Les tendances de la mode auraient une grande influence sur la standardisation des tailles. Par exemple, dans les années 1980, où tous les vêtements étaient très grands et la mode ample, les spécifications « petit », « moyen » ou « grand » ne signifiaient pas la même chose qu'aujourd'hui. « Depuis cinq ou six ans, les nouvelles matières, dans lesquelles on a intégré du lycra, donnent une certaine extensibilité aux vêtements. À l'origine, c'était pour les rendre plus confortables. Mais comme ces vêtements sont devenus moulants, ce sont les petits modèles qui sont devenus à la mode, raconte François Bousquet. Au lieu de refaire leurs bases de vêtements, ce qui coûte une fortune, certaines entreprises les ont tout simplement mo-

difiées en faisant passer pour un 12 ans ce qui était au départ un 10 ans. Mais cela fait des vêtements mal ajustés et des tailles étriquées. »

## Des tailles flatteuses

Le fait que certains designers et certaines entreprises changent volontairement la taille inscrite sur l'étiquette, pour flatter l'ego de leurs clientes, n'aide pas les consommatrices dans leur choix de tailles. « Effectivement, il y a des entreprises qui modifient les tailles en se disant qu'il est toujours flatteur de savoir que l'on porte une taille en dessous de celle que l'on a toujours portée. Je ne dirais pas que c'est malhonnête, mais disons, en bon québécois, que c'est *ratoureux*. » Dans le cas des soutiens-gorges, c'est dans le sens inverse que certains fabricants changent les tailles, pour donner à leurs clientes l'illusion qu'elles ont plus de seins. Ces entreprises sont loin d'aider l'industrie du vêtement et compliquent plutôt les choses en jouant avec les normes, surtout qu'il n'y a aucun contrôle du gouvernement. Par ailleurs, les magasins qui vendent des vêtements importés, et dont les tailles ont été déterminées dans le pays d'origine, viennent compliquer le problème de l'interprétation des tailles. Prenons cas de Zara, chaîne espagnole présente dans 35 pays et qui possède 1300 boutiques. Zara vend exclusivement une marque maison de vêtements européens faits en Espagne. Elle a une norme unique pour toutes ses boutiques. Elle s'est toutefois adaptée à la clientèle locale en offrant des petites tailles en Asie et des tailles « extra grand » en Amérique du Nord. Chez Zara à Montréal, on trouve sur les étiquettes la taille américaine et l'équivalent pour l'Europe et pour le Mexique. Cependant, comme la coupe des vêtements européens est nettement plus ajustée et aussi que la femme européenne est plus mince, une consommatrice devra choisir un 12 au lieu de son habituel 10 canadien ou 8 américain.

Dans les chaînes de boutiques et dans les grands magasins, comme le groupe San Francisco ou La Baie, les normes sont bien établies et particulièrement lorsqu'il s'agit d'une marque maison. « Comme ceux-ci achètent en gros volume, ils vont être très exigeants envers leurs fournisseurs. Ils vont laisser très peu de latitude. Même si ce n'est pas une marque maison, ils vont exiger des normes à l'achat qui sont très sévères », indique François Bousquet.

## Sears, maître ès tailles

RODOLPHE DE MELO  
collaboration spéciale

SEARS CANADA est probablement le grand magasin le plus strict avec ses fournisseurs, et pour cause. Il s'agit du seul grand magasin au Canada qui vend par catalogue et par Internet. Il lui faut donc éviter les retours de marchandise en raison des mauvaises tailles. « On ne peut pas se permettre de changer les tailles pour une question de marketing, comme le font certaines boutiques. On doit garder les mêmes d'année en année », précise Gaétane Nicol, dessinatrice et analyste technique du vêtement « senior ». Au moment d'établir sa charte de tailles, Sears a fait prendre les mesures de 5000 femmes canadiennes. D'ailleurs, les normes nationales sont très semblables à celles de Sears. Le gouvernement fédéral s'est en effet inspiré des travaux de l'entreprise pour établir ses chartes, et Sears a fait partie du comité d'experts.

Le catalogue Sears fournit une charte de tailles très détaillée et explique à sa clientèle comment elle doit s'y prendre pour déterminer sa taille. Chaque téléphoniste qui prend les commandes reçoit une formation pour ré-

pondre aux questions concernant la taille des clients. Malgré tous ces efforts, les femmes sont plus nombreuses que les hommes à retourner des vêtements. D'après M<sup>me</sup> Nicol, cela n'aurait rien à voir avec la mauvaise taille du vêtement : « Bien souvent, une femme va commander trois jupes et choisir celle qui lui plaît. Elle va faire comme au magasin : elle va essayer les trois jupes et en prendre une seule. Il n'y a pas autant de styles dans les vêtements pour hommes. Une chemise, un pantalon, c'est pratiquement toujours pareil. »

Comme le corps de la femme se modifie avec le temps, on révisé les normes tous les cinq ans. « Il y a quelques années, plusieurs femmes ne portaient pas de soutien-gorge, les mesures du buste étaient donc différentes. Aujourd'hui, toutes les femmes portent un soutien-gorge, ce qui fait que les seins sont plus hauts sous les vêtements. » L'immigration provoque aussi des changements dans les chartes. Ainsi, l'arrivée d'un grand nombre de femmes asiatiques, dont la taille est généralement très petite, a rendu nécessaire quelques modifications à la charte des tailles. Toutefois, certaines entreprises ont tout simplement ajouté une taille 0 an.

## VIVIER

Suite de la page B1

« À l'heure actuelle, Vivier Pharma produit un million d'articles chaque année, résume humblement M. Vivier. Quoiqu'elle offre ses produits partout au Canada, la compagnie québécoise carbure surtout grâce aux ventes réalisées au Japon, à Taiwan en Indonésie ainsi qu'aux États-Unis (80 % de son chiffre d'affaires). »

Les concurrents de Vivier Pharma sont d'ailleurs d'importants acteurs comme Cell-C ou Skinceuticals (un holding américain). Mais pour Jess Vivier, vendre entre 10 millions et 20 millions de dollars en produits chaque année ne suffit pas. Ce qui le rend particulièrement fier, « ce sont les éloges de certains clients exigeants qui nous ont déjà dit que nous fabriquions les meilleurs cosmétiques à la vitamine C au monde, » se réjouit-il. Préparer ses produits selon les normes USP (les plus hautes normes de qualité au monde), fuir le marketing outrancier comme la peste, voilà ce qui ravit vraiment notre homme, membre de la respectable (et américaine) Society of Cosmetic Chemists.

« Mon expérience antérieure dans le monde pharmaceutique a laissé des traces, concède-t-il. En matière de cosmétiques, je déplore que les consommateurs soient trop

souvent bernés. À preuve, certaines compagnies vendent des émulsions orangées pour que la couleur puisse masquer l'oxydation de la vitamine C. Or, il est nocif d'appliquer un produit dégradé sur la peau : au lieu d'en capter les radicaux libres, le cosmétique lui en apporte ! »

Victime du succès international, Jess Vivier n'a pas toujours le temps, entre deux voyages, de se prélasser au Québec. « Pourtant, j'adore cet endroit, lance-t-il avec fougue. J'y réside depuis 25 ans, j'y ai élevé mes deux garçons et ce n'est pas un hasard si le siège social de la compagnie se trouve à Vaudreuil. » L'automne qui vient sera d'ailleurs une saison chaude avec un personnel qui double, des locaux dont la superficie triplent et 14 nouveaux produits.

Seule rançon du succès planétaire : le casier postal de Vivier Pharma se trouve à Hudson par pure bonté... linguistique ! « Les Américains avaient un mal fou à prononcer le mot Vaudreuil » pouffe Jess Vivier. À ce sujet, il sait de quoi il retourne : le bouillant Franco-Ontarien Ghislain Vivier s'est un jour lassé de voir son malheureux prénom massacrés à l'anglaise. *So, welcome Jess and see you soon...*

## Claudia Schiffer serait enceinte

LE MANNEQUIN vedette allemand Claudia Schiffer est enceinte, ont confié ses parents, Gudrun et Heinz, au magazine allemand *Bunte*, qui diffuse la nouvelle dans sa livraison d'hier. « Oui, nous nous en réjouissons. Claudia aussi », ont-ils dit au journal qui affirme disposer de photos de la jeune femme de 31 ans ne faisant pas de doute sur son état. Selon le magazine, elle était déjà enceinte lors de son mariage avec le producteur de cinéma britannique Matthew Vaughn, en mai dernier. Le bébé est attendu pour novembre ou décembre, écrit *Bunte*. — AFP



Claudia Schiffer

Photo REUTERS ©

OGILVY



## Prime Clinique sublime!

Avec tout achat de 24 \$ ou plus de produits **Clinique** vous recevrez cette prime indispensable de sept articles.

## Nouveauté

## Advanced Stop Signs

Sa formule ciblée allie une vitesse d'action et une précision encore plus impressionnantes pour aider à atténuer l'apparence des rides et des ridules. Elle inhibe même les dommages futurs causés par l'environnement.

Advanced Stop Signs, 50 mL 47.50 \$

À l'achat des trois étapes, valeur de 44 \$, vous obtiendrez gratuitement ce sac signature.



Note : Offre en vigueur jusqu'au 18 août 2002. Une prime par personne et par promotion. Jusqu'à épuisement des stocks.

OGILVY

1307, RUE SAINT-CATHERINE OUEST, MONTRÉAL (QUÉBEC) (514) 842-7711, POSTE 217.

vente finale de printemps et d'été, début le 1<sup>er</sup> août 2002  
VENTE FINALE 60% de rabais

sur toute la marchandise — toutes les ventes sont finales

1214, rue Sherbrooke Ouest 514 849-8573

PLAZA ESCADA

PLUS  
D'UN MILLION  
D'INTERNAUTES  
MERCII!Nombre de visiteurs uniques  
sur [www.cyberpresse.ca](http://www.cyberpresse.ca)

cyberpresse.ca

# MODE

## Style

RAFAËLE GERMAIN

Petit, moyen, grand, 12 ans, 16 ans, du 8, du 37, XXL... le monde de la taille des vêtements est d'une richesse insoupçonnée, étonnante, et parfois lassante. Voici quelques exemples, et quelques solutions pour s'en sortir.



### TAILLE EXTENSIBLE

► Pour celles qui ne sont pas encore assez mêlées, il y a toujours la nouvelle collection de Nike, *Presto*, qui offre, entre autres, des t-shirts qui viennent en deux tailles seulement: petit/moyen et moyen/grand. Le «Basket Weave Dimensional Top» (où vont-il chercher de pareils noms?), de par sa nature ultra-extensible, a l'air d'un chandail pour enfant quand il n'est pas porté par quelqu'un. Une fois enfilé, cependant (et après avoir déterminé si vous êtes un moyen tirant sur le grand ou un petit plutôt moyen), il se moule parfaitement au corps, est léger et idéal pour les sportives, son tissu Dri-FIT étant spécialement conçu pour garder le corps frais et sec. En vente dans les boutiques de sport, à 45\$, et 42\$ pour la camisole.



### FEMMES-ENFANTS

► Attention aux apparences: les vêtements que vous voyez ici, bien que tout à fait portables par une femme adulte, viennent de la boutique Pom'cannelle, située rue Sherbrooke Ouest, qui vend des vêtements... pour enfants. Pourtant, selon la propriétaire, Mme Benoît, beaucoup de femmes s'habillent chez elle, dont deux de ses vendeuses. Pour plusieurs femmes de petite taille, en effet, les tailles 14 ou 16 ans pour enfant font souvent mieux que le 2 ans pour adulte qui, en Amérique du Nord, n'est pas si petit que ça... Beaucoup dénichent aussi leurs chaussures de sport chez Browns enfants, ou leurs jeans chez Gap kids. Les styles sont souvent plus colorés et flyés que ceux proposés par les collections «petites» de certains grands magasins et, on s'en doute, beaucoup plus jeunes.

### UN BIKINI «QUI PARDONNE»

► Pour ne plus jamais avoir à se préoccuper de la taille de nos vêtements, on peut se rendre à la désormais célèbre boutique Lili-les-bains, au 1336, Notre-Dame Ouest, à Montréal. Louise Daoust, la fondatrice-designer-propriétaire, y crée des vêtements et des maillots de bain sur mesure, en plus d'offrir dans sa boutique quelques modèles de prêt-à-porter. Sa clientèle est composée de femmes de tous gabarits, de tous âges, et aussi de toutes origines: elles viennent de Nouvelle-Zélande, de Monaco et du Japon pour les robes du soir, les vêtements de voyage et le fameux «bikini qui pardonne» (quelle charmante notion). Les prix? À partir de 350\$ pour un maillot sur mesure. Pour ne plus jamais avoir à se plaindre que nos bourrelets dépassent, c'est presque un bon deal. On peut visiter le site web pour un aperçu des collections à [www.lililesbains.com](http://www.lililesbains.com).



## Choisir sa taille sur Internet

RODOLPHE DE MELO  
collaboration spéciale

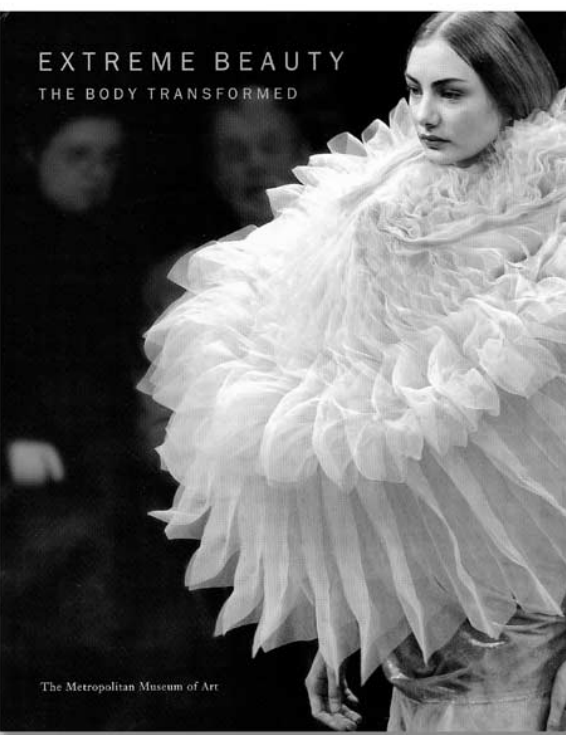
Les ventes de vêtements sur Internet augmentent d'année en année. Plusieurs entreprises canadiennes, comme Tilley Endurables ou Mountain Coop, vendent maintenant sur le Net. Pour éviter que les retours de marchandises grugent leurs profits, elles offrent sur leur site des chartes très détaillées et expliquent comment faire pour prendre ses mesures. Cependant, ce sont surtout les entreprises américaines qui dominent ce marché. Afin d'améliorer leurs ventes, plusieurs utilisent le Mannequin virtuel (MMV), technologie élaborée par une entreprise de Montréal qui aide les consommateurs à choisir la bonne taille.

À partir de ses mensurations, une personne crée un mannequin en trois dimensions. Le choix de la couleur de la peau et des cheveux, de la coupe ainsi que de la forme du visage ajoutent au mannequin une touche de réalisme. Il est ensuite possible de voir les vêtements sur le mannequin et de s'amuser à faire des agencements. Selon Mark Lowe, responsable des communications chez MMV, l'utilisation de ce mannequin augmenterait la confiance du consommateur, ce qui se traduit, pour l'en-

treprise, par une augmentation des ventes. Par exemple, Land's End, qui se spécialise dans les vêtements confectionnés pour une clientèle de 35 à 50, a vu ses ventes passer de 10 à 100 millions de dollars, un an après avoir installé le Mannequin virtuel sur son site Web.

Le Body Scanner 3D, créé par l'entreprise française Lectra, constitue une autre technologie qui peut venir en aide aux consommateurs. En 15 secondes, cette cabine futuriste prend les mesures exactes de votre corps et informe la boutique de la taille qu'il vous faut. Si le vêtement n'est pas disponible en magasin, les mesures sont envoyées sur le lieu de production et le vêtement sur mesure et personnalisé sera livré au client.

Toutefois, d'ici à ce que la technologie l'emporte sur les chartes, le gouvernement et l'industrie du vêtement devraient faire en sorte que les normes soient mieux respectées et clarifiées. Pendant ce temps, les femmes devront continuer à essayer plusieurs tailles et à rêver du jour où elles pourront enfin acheter à l'aveuglette avec la certitude que le vêtement choisi leur ira comme un gant. Mais, qu'advient-il du plaisir du magasinage, alors?



### LE CORPS DANS TOUS SES ÉTATS

► Au printemps 2001, le Costume Institute du Metropolitan Museum of Art, à New York, organisait une exposition intitulée *Extreme Beauty: The Body Transformed*, dont le fascinant catalogue est maintenant disponible chez Chapters, à 67,95\$. On y découvre comment, à travers les âges, le corps humain a été un véritable accordéon entre les mains de la mode. Tantôt émacié, tantôt voluptueux, il a été soumis à tous les caprices de critères de beauté toujours changeants et qui n'ont pas grand-chose à voir avec la taille. Des corsets, des chaussures minuscules, des faux-culs, des soutiens-gorges gonflables, des épaulettes démesurées, des ventres postiches, des «aplatisseurs» de poitrines, des talons hauts de 30 centimètres... une seule certitude: dans la mode, il n'y a rien de permanent. Après lecture de ce livre, les faux-culs pourraient redevenir *in* que ça ne nous étonnerait pas.



## BEAUTÉ

RAFAËLE GERMAIN

### ÂME BLANCHE

Pour faire estival et mettre en valeur notre joli hâle, le maquillage blanc est un incontournable de la saison et dît de nous, que nous aimons le virginal, le propre, le pur... (me semble!) Du visage au bout des doigts, il est d'une rare élégance, et tout à fait branché.

### BLANC À LA SAINT LAURENT

LA GRANDE maison française Yves Saint Laurent s'attaque au blanc en nous proposant le crayon Blanc Glacier, dans sa ligne Dessin du regard haute tenue. Riche en pigment et fait à partir de cires et d'huile végétale, le crayon glisse agréablement sur nos paupières, laissant une légère brume scintillante si on y va doucement, ou une belle ligne perlée si on appuie un peu plus. Linda Cantello, la maquilleuse de la maison, propose aussi de l'estomper sous l'arcade sourcilière «en accroche-lumière», ou d'en ourler la paupière inférieure pour agrandir le regard. En exclusivité chez Holt Renfrew, à 22\$. Un peu plus cher, mais plus que du bonbon.



### DÉCLINAISONS DE BLANCS

POUR DES ongles clairs et scintillants, on peut aller voir chez Guerlain, qui décline le blanc avec ses Vernis à ongles haute tenue brillant intense (!) On peut débattre longtemps entre le Blanc Lune, nacré et glacé, le Beige nu, plus naturel ou encore le Blanc tout court, qu'on applique seul ou au bout des ongles pour un manucure français. Tous les vernis ont une tenue longue durée et s'appliquent avec ou sans base. Pour des blancs à peine colorés, on peut aller du côté des Vernis à ongles brillants Météorites, qui reprennent subtilement les couleurs des fameux Météorites de Guerlain et portent de charmants noms cosmiques comme Rose comète, Parme lunaire, Beige étoilé ou Vert astral. Dans les grands magasins, 21\$ et 19\$ respectivement.



### CILS BLANCS

LE BLANC se retrouve aussi cet été dans des lieux moins coutumiers que nos ongles ou nos paupières: après le succès du mascara Dior noir et blanc, d'autres marques plus «humbles» ont repris l'idée. Caboodles, une compagnie qui vise clairement les ados, nous arrive avec un mascara blanc argenté, le Quick Silver, qu'on peut appliquer soit sur la totalité des cils (peu recommandé si on a plus de 15 ans...) soit seulement sur la pointe, après avoir appliqué un mascara noir. On a alors un style un peu futuriste, mais pas laid du tout. Et tant qu'à jouer à l'ado, on combine avec le lustre à lèvres Spike, de Caboodles toujours, qui nous couvre les lèvres de paillettes blanches... et d'une indéfinissable odeur sucrée, quelque part entre la banane et la gomme balloune. Les deux se vendent en pharmacie pour 4,59\$.



### RIMMEL GIVRÉ

RIMMEL, LA compagnie londonienne de produits de beauté, lance les Metallic Eye Gloss, qui sont, comment dire, des gloss métalliques pour les yeux. La texture est légère et crémeuse, et on peut se beurrer subtilement la paupière d'une touche de fard irisé appliqué du bout des doigts. Et pour titiller notre admiration béate pour tout ce qui vient de Londres, les différentes teintes portent les noms de quartiers londoniens. Le reflet blanc argenté de Kensington, assez délicat pour être porté le jour, illumine très joliment le regard. Le gloss a malheureusement tendance à s'accumuler dans les replis de nos paupières, mais à 5,49\$, on peut parler d'une bonne affaire. En vente dès septembre dans les pharmacies.

MODE

# Georges de Paris: tailleur pour présidents américains

Agence France-Presse

WASHINGTON — Si quelqu'un connaît les présidents américains sous toutes leurs coutures depuis plus de 40 ans, c'est Georges de Paris, un Français, ancien clochard, devenu le tailleur quasi officiel de la Maison-Blanche depuis Lyndon Johnson.

Silhouette familière dans les antichambres présidentielles, Georges de Paris, la soixantaine, de petite taille et toujours tiré à quatre épingles, paraît fier de ses cheveux argentés tombant sur ses épaules.

Tous ses illustres clients se sont livrés aux prises de mesures qui durent entre 30 minutes et une heure, suivies des essayages dans la suite Lincoln, contiguë aux appartements présidentiels.

Pendant ces séances, trois agents chargés de la sécurité présidentielle, ainsi que deux serviteurs de la Maison-Blanche, restent présents dans la pièce.

Ronald Reagan et George W. Bush sont ses préférés. Ils sont, selon lui, « les plus sympas et aussi les plus élégants ». « Reagan parlait beaucoup, il savait apprécier comme, George W., la qualité des tissus. Il me donnait des *jelly beans* (les bonbons que l'ancien président adorait) », raconte Georges.

« Nixon était chaleureux, il me demandait toujours des nouvelles de ma famille, se souvient Georges. Quant à Carter, il ne disait jamais rien, alors que Ford me taquinait sur ma petite taille en me demandant si je jouais dans une équipe de football. »

En revanche George Bush père « n'était pas très sympathique. Mais le moins agréable de tous c'était Bill Clinton, ajoute Georges. Clinton était très exigeant, froid et toujours occupé... il m'ignorait totalement », dit-il.

Georges de Paris a déjà fait trois costumes pour George W. Bush, dont le bleu marine qu'il a porté lors de son discours sur l'état de l'Union devant le Congrès. Une coupe classique, un veston à deux boutons, coupé dans un cachemire anglais de la plus grande qualité.

Les costumes, 3000\$ chacun, sont entièrement faits à la main avec l'aide de trois ouvriers qualifiés. Georges travaille dans un petit atelier très encombré au fond de sa boutique, située à deux pas de la Maison-Blanche, et dans laquelle sont accrochées de nombreuses photos où Georges figure avec le président actuel.

## De la rue à la Maison-Blanche

Muni d'un diplôme de couture, Georges de Paris (son vrai nom de famille, affirme-t-il en arborant son passeport américain — il s'est fait naturaliser en 1969) est arrivé à Washington en 1960, à 27 ans, avec toutes ses économies en poche, au total un peu plus de 4000 dollars.

Il vit alors avec une copine américaine, mais la relation se gâte rapidement quand il refuse de l'épouser. Elle le jette dehors sans lui rendre son argent qu'il avait déposé dans son compte bancaire, explique-t-il.

Suivent alors six mois de dèche, raconte-t-il avec des pointes d'accent qui trahissent ses origines marseillaises. Il se retrouve à la rue sans un sou et parlant à peine anglais. Il fait la manche et dort dans un stationnement du centre de Washington, près de la Maison-Blanche.

Un jour, Georges passe devant un grand atelier de confection. Il entre et rencontre une Canadienne francophone qui décide de l'aider. Il est engagé le lendemain comme coupeur de vêtement à 70\$ par semaine. Il loue une petite chambre, économise tout ce qu'il peut et achète une machine à coudre, dont il se sert encore, et commence aussi à travailler pour son compte.

Il fait alors une rencontre marquante dans un restaurant en discutant avec un parlementaire de Louisiane, Otto Passman, qui lui commande des costumes. Satisfait, l' élu démocrate donne son nom aux services du vice-président de l'époque, Lyndon Johnson. Celui-ci fera appel à lui pour des retouches, quelques mois avant qu'il devienne président, après l'assassinat de John Kennedy.



Georges de Paris: «Bill Clinton était le moins agréable d'entre tous...»

## Les tailles britanniques n'ont plus la cote

Associated Press

LONDRES — Shocking. Après une interdiction des « livres » et des « onces » dans le commerce, les eurosceptiques britanniques craignent une nouvelle atteinte à la tradition: l'Union européenne a pour projet d'uniformiser les tailles de vêtements dans tous les pays membres. Cette fois, les victimes seraient les « pouces » et le vieux système de tailles vestimentaires hérité de l'Empire britannique.

Bruxelles compte publier bientôt une liste de tailles normalisées sur la base du système métrique pour toute l'Union européenne. Frank

Moore, un Britannique responsable des produits textiles au comité européen de normalisation (CEN), estime qu'une telle uniformisation est tout à fait justifiée. « Avec l'introduction de l'euro, le commerce est de plus en plus libre, et il est intéressant du point de vue du détaillant de pouvoir vendre des produits (à l'étranger) sans avoir à refaire l'étiquetage », a-t-il souligné. Les consommateurs s'y retrouveront également car « ils sauront ce qu'ils achètent partout en Europe », ajoute-t-il.

Mais les eurosceptiques britanniques sont furieux et une partie de la presse a pris position contre le

projet. « Pourquoi les femmes seront les nouveaux martyrs du système métrique », titre le populaire *Daily Mail* dans une allusion aux bouchers et vendeurs de fruits britanniques traduits en justice pour avoir défié une réglementation européenne les obligeant à utiliser désormais les kilos et les grammes au lieu des traditionnels *pounds* et *ounces*.

L'actrice Kate Winslet « pourrait être fière de ses mensurations post-grossesse: 38-29-39 (pouces). Mais elle pourrait bientôt passer à un moins flatteur 97-74-99 (centimètres) », déplore le quotidien anti-européen en montrant une photo de l'héroïne du film *Titanic*.

M. Moore précise que le nouveau système ne sera pas obligatoire, « mais il est probable que la plupart des fabricants et commerçants l'adopteront ».

Les systèmes de tailles de vêtements varient actuellement grandement d'un pays à l'autre. Une taille 12 britannique, mesure moyenne pour une femme, équivaut à un 38 en Allemagne et aux Pays-Bas, un C38 en Scandinavie, un 40 en Belgique, un 44 en Italie et un 44/46 en Espagne et au Portugal. Quant aux chaussures, une cliente faisant du 6 en Grande-Bretagne aura besoin d'un 39 en Italie et d'un 38 en France. Le nouveau système devrait permettre d'y voir plus clair.

Stewart Sanson, chef des relations publiques du CEN, souligne que le dossier est encore en chantier et que le CEN consulte gouvernements et fabricants. L'organisme analysera également les résultats

d'enquêtes nationales sur quelque 20 000 Européens, pour calculer des échelles de taille. Des standards européens non définitifs devraient être connus à la fin de l'année ou début 2003, souligne M. Sanson.

Le CEN envisage un système d'étiquetage avec des dessins du corps humain indiquant des mesures vestimentaires en plusieurs points dont la taille, les hanches et le cou. « Ce sera un sacré changement pour le secteur, surtout en Grande-Bretagne, car l'étiquetage sera radicalement différent », souligne M. Sanson.

Frank Moore, qui est également responsable des normes pour la chaîne de magasins britannique *John Lewis*, juge probable que le nouveau système cohabitera pendant un moment avec l'ancien, le temps pour les consommateurs de s'habituer.

« LES MÉDICAMENTS INNOVATEURS ONT ACCOMPLI L'IMPOSSIBLE : ME DONNER PLUS DE TEMPS. »



En approuvant les médicaments sans délai, nous améliorerons la vie de tous les Canadiens.

Dans le cas des nouveaux médicaments innovateurs, le facteur temps est l'élément critique. Parmi les pays industrialisés, le Canada possède l'un des systèmes de réglementation les plus lents à approuver les nouveaux médicaments. Et les Canadiens qui pourraient profiter de médicaments souvent capables de leur sauver la vie doivent attendre, tout en sachant qu'ils sont disponibles ailleurs et que d'autres en bénéficient. La population canadienne doit pouvoir obtenir sans délai les nouveaux médicaments. À cette fin, nous devons nous battre pour accélérer le processus d'approbation. Pour en savoir davantage à ce sujet, visitez notre site web à l'adresse [www.canadapharma.org](http://www.canadapharma.org)



Les compagnies de recherche pharmaceutique du Canada

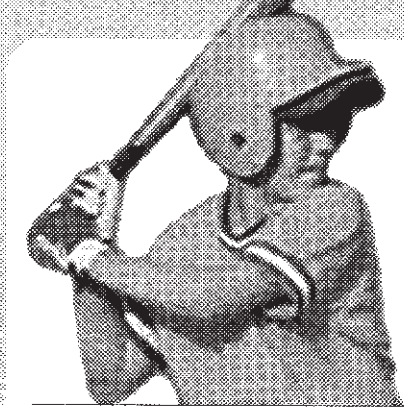
La recherche : source de vie

Vous avez un événement à célébrer ?

Partagez ce bonheur avec vos parents et amis en plaçant une annonce dans la rubrique

## CÉLÉBRITÉS

- un anniversaire de mariage
- des fiançailles
- un mariage
- un anniversaire de naissance
- l'obtention d'un diplôme
- Ou tout autre événement spécial



### EXPLOIT SPORTIF

Maxime Guérin, 10 ans et demi, vient de réaliser son plus grand rêve. Bravo pour ce fameux coup de circuit qui a donné la victoire à ton équipe jeudi dernier. Sache que nous sommes et serons toujours très fiers de toi...

Ces annonces sont publiées tous les dimanches dans **La Presse**  
Heure de tombée: Mercredi 17 h

Composez le (514) 285-6999 ou le (514) 285-7274  
Appels interurbains (sans frais) 1 866 987-8363

#### CHOIX DE FORMATS

Hauteur	Largeur	Tarifs
3 po	2 3/4 po	100 \$
3 po	5 1/2 po	200 \$
5 po	5 1/2 po	350 \$

La Presse

| INSOLITE |

# Un érable de Norvège comme symbole canadien ?

LAURA MARTIN  
*La Tribune*

SHERBROOKE — Jean-Claude L'Heureux connaît les arbres comme d'autres sont ferrés en musique, en automobile ou en informatique. Depuis son tout jeune âge, il a le cœur trempé dans la sève et la tête prise entre l'écorce et le feuillage.

Sur son terrain de 110 acres à Saint-Denis-de-Brompton, il a d'ailleurs planté au-delà de 75 000 arbres, avec lesquels il partage son quotidien. Il est donc difficile de ne pas croire ce botaniste amateur quand il cause de flore. Et quand il affirme qu'un érable de Norvège fait office d'emblème canadien sur une pièce de monnaie commémorative, on n'ose guère le contredire.

« C'est une grave erreur qui a été faite ! Choisir un érable qui n'est même pas canadien comme symbole du pays, c'est aberrant ! » fait valoir celui qui enseigne les sciences naturelles aux étudiants au baccalauréat en éducation préscolaire et primaire.

Cette histoire saugrenue a commencé l'automne dernier, quand Jean-Claude L'Heureux a sursauté en visionnant une émission de la télé-série *Fortier*. Au cours du géné-

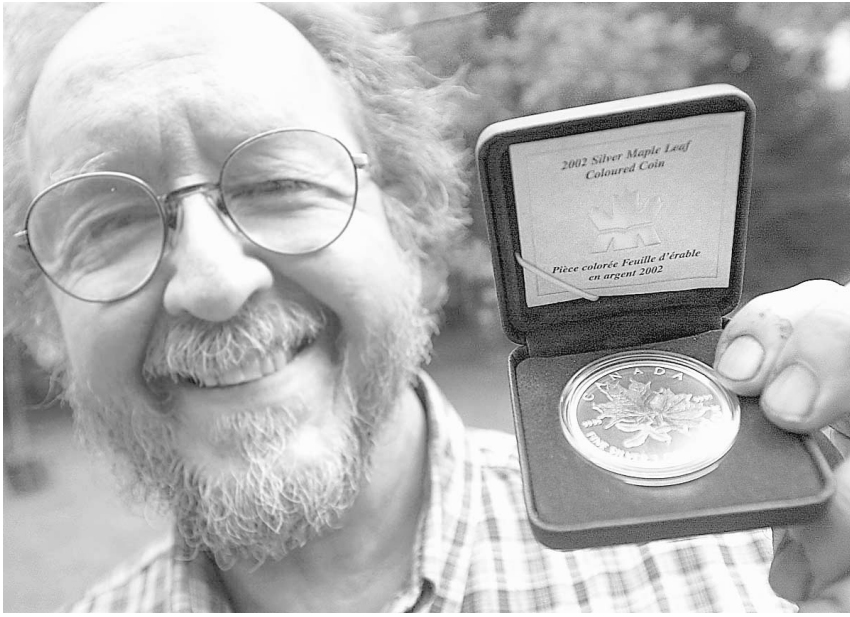
rique, pour représenter le ministère des Affaires culturelles, l'un des commanditaires, on avait accolé deux samares d'érable. D'érable de Norvège, s'entend. Un détail banal pour ceux qui ne s'y connaissent pas en matière de feuillus, mais une faute inacceptable pour ceux qui font de la végétation leur passion.

« Les fonctionnaires qui ont choisi ces images se sont vraiment mis les pieds dans les plats. Comment un pays peut-il faire sa promotion avec un arbre qui n'est pas même sur son territoire ? »

De fait, si l'érable de Norvège se retrouve à certains endroits au Canada, c'est qu'il a été importé des pays scandinaves, puis s'est reproduit. On est loin de l'érable à sucre, enraciné dans les terres canadiennes depuis des siècles...

La stupéfaction de M. L'Heureux a atteint son paroxysme tout récemment, alors qu'il feuilletait le plus récent catalogue de la Monnaie royale canadienne.

« Il y avait une superbe pièce, toute en couleur, avec un beau dessin de feuilles d'érable. Cette pièce servait à célébrer la fête du Canada. Malheureusement, encore une fois, les samares illustrées étaient celles d'un érable de Norvège », se désole le naturaliste, qui a commandé



**Jean-Claude L'Heureux est stupéfait de voir un érable de Norvège servir d'emblème canadien. Sur une pièce de monnaie de collection récemment émise, on peut clairement voir des samares (en jaune) retrouvées comme seules le sont celles des érables de Norvège.**

deux exemplaires de cette rondelle de cinq dollars, faite d'argent pur à 99,99 % et vendue près de 35 dollars.

Les samares, qui sont les fruits à aile membraneuse de certains arbres, sont bien différentes d'un érable à l'autre. Cependant, celles de l'érable de Norvège sont les seules

à être écartées et non parallèles, comme celles de l'érable à sucre, par exemple. « Les feuilles se ressemblent beaucoup, mais les samares sont fort différentes. C'est évident que ce n'est pas un érable canadien », note-t-il, ouvrage de botanique à l'appui.

Par conséquent, M. L'Heureux

souhaite que cette pièce de collection, gravée en 30 000 exemplaires, soit retirée du marché et corrigée : « C'est une pièce magnifique que les collectionneurs vont s'arracher. Elle va se promener dans le monde entier. On va avoir l'air de quoi, vous pensez ? »

## Peu d'explications

À la Monnaie royale canadienne, les représentants interviewés se sont montrés bien surpris à l'annonce de cette erreur, restant souvent bouche bée pendant quelques secondes. Ils refusent toutefois de livrer des explications claires, s'en tenant à ridiculiser cette plainte informelle.

« Nous sommes un peu blessés qu'une personne essaie d'attirer l'attention sur elle en nous attaquant. L'emblème du Canada, c'est l'érable en général. Nous n'avons donc rien à nous reprocher », a déclaré Julien Malone, responsable des communications pour cette société fédérale. « Il nous fallait une feuille d'érable. On en a donc gravé une. Pour ce qui est de l'espèce en particulier, on n'en sait rien », s'est-il contenté d'affirmer.

Vraisemblablement, cette pièce controversée demeurera donc en circulation. À quand le pin d'Italie ou le frêne d'Europe sur le drapeau canadien ?

# Hotmail, de moins en moins gratuit

**SUR LE WEB  
AUJOURD'HUI**

VOUS AIMEZ les anagrammes, ces mots que l'on compose à partir des lettres d'un autre mot? Si c'est le cas ou si vous désirez tout simplement voir ce que vous pouvez faire avec votre nom de famille ou celui de vos collègues de travail, je vous recommande un site, celui de Stéphane Barbery ([www.barbery.net/anagram](http://www.barbery.net/anagram)). Par défaut, le site vous offre le petit dictionnaire des anagrammes. Mais vous pouvez également choisir le grand dictionnaire en utilisant la barre de navigation dans la marge de droite.

Pour ce qui est du dico, du générateur d'anagrammes, voici quelques exemples: « Centre ah je ni » pour Jean Chrétien, « Glorifiée par » pour mon collègue Pierre Foglia, « Lanceuse oui ou si » pour Louise Cousineau et « Tyran amer bel je » pour Réjean Tremblay. Des heures de plaisir avec vos collègues de travail.

AUJOURD'HUI à midi, Cyberpresse ([www.cyberpresse.ca](http://www.cyberpresse.ca)) donne rendez-vous aux internautes sur le thème des FrancoFolies de Montréal. Pour lancer le bal, une rencontre avec le jeune chanteur du Nouveau-Brunswick, Jean-François Breau. En passant, si vous avez manqué la session de clavardage d'hier midi au sujet du Tour de France avec

le grand spécialiste du vélo, Pierre Foglia, sachez que la retranscription de cette rencontre est disponible à la section clavardage du site.

TOUJOURS DANS le merveilleux monde du clavardage. Ce soir, à compter de 20 h sur le site de MSN ([chat.msn.com](http://chat.msn.com)), rencontre avec la nouvelle coqueluche du magazine *Rolling Stone*, Vanessa Carlton. Le magazine recommandait récemment de surveiller de très près la carrière de cette jeune chanteuse en 2002.

AVIS AUX utilisateurs du service de courrier électronique Hotmail ([www.hotmail.com](http://www.hotmail.com)).

Après l'introduction de frais pour l'accès au courrier à distance, voici maintenant le temps du contingentement de la durée d'archivage du courrier pour les utilisateurs non payants du service Web de courriel de Microsoft. En clair, Hotmail supprime automatiquement les messages envoyés après 30 jours. Donc si vous aviez pris l'habitude de conserver une copie de vos envois dans la section « messages envoyés », sachez que dès maintenant, ils disparaîtront au bout de 30 jours. Seul moyen de les conserver? Il faut s'abonner à la version payante (29,95 \$) du service courriel de Hotmail ou changer de service...

Bruno Guglielminetti  
collaboration spéciale  
[actuel@guglielminetti.com](mailto:actuel@guglielminetti.com)

## Pas d'eau? Vive le faux!

Quand la peinture en aérosol vient au secours des jardins du Nouveau-Mexique

d'après le New York Times

SANTA FE, Nouveau-Mexique — En temps normal, entretenir un jardin dans un désert est tout un défi. Mais jardiner en période de sécheresse, en plus d'être soumis à de strictes restrictions quant à l'arrosage, devient une tâche presque impossible.

Ce sont pourtant les conditions qui règnent actuellement au Nouveau-Mexique, et les adeptes de jardinage ont su s'adapter en s'équipant... de plumeaux et de peinture en aérosol! Ils comptent ainsi enlever les toiles d'araignée sur les fleurs séchées ou en plastique et retoucher le gazon artificiel.

« Regardez comme c'est incroyable! » s'exclame Kay Hendricks, devant une glycine qui avait succombé à la sécheresse. Elle est en train de mettre une tige de lavande mauve en plastique dans un pot déjà rempli de fleurs de soie qu'elle vient de peindre en rouge. « Avec un peu de peinture rouge, n'importe quelle fleur devient un géranium. »

Chez cette designer d'intérieur de 70 ans, il y a un bouquet de zinnias de soie, jadis violets, mais qu'elle a peint en rouge en l'honneur du drapeau des États-Unis qui décore son garage. Dans son jardin dominant un cactus géant en plastique de 1,2 mètre, et un lierre anglais — ... en plastique — arborant de fausses gouttes de rosée.

La sécheresse a lourdement frappé plusieurs États de l'Ouest américain et Santa Fe n'est que l'une des nombreuses municipalités à avoir imposé de sévères restrictions sur la consommation de l'eau, limitant ainsi l'arrosage des pelouses, le lavage des autos et d'autres activités aquatiques.

On même a instauré une sorte de « police de l'eau » pour faire respecter ces règlements. Ces patrouilles peuvent sanctionner les contrevenants en imposant d'importantes amendes et ont le pouvoir de faire baisser la pression de l'eau aux résidences des contrevenants. Des numéros de téléphone spéciaux ont même été activés pour les citoyens qui veulent dénoncer leurs voisins gaspilleurs d'eau. À Santa Fe, les amendes commencent à 30 \$ et peuvent atteindre jusqu'à 300 \$ après la quatrième infraction.

« On se sent coupable quand on arrose », confie Mary Thomas, gérante de magasin de meubles American Country Collection dans le centre-ville de Santa Fe. Naguère,



Une sécheresse s'abat cet été sur le Nouveau-Mexique? Qu'à cela ne tienne, devant la quasi-interdiction d'arroser, de nombreux résidents de Santa Fe se sont procuré de la peinture en aérosol pour « entretenir » leurs jardins.

tous les printemps, M<sup>me</sup> Thomas remplissait les bacs devant son magasin de plantes annuelles colorées, mais cette fois, elle a plutôt mis une vingtaine de plantes et petits arbres verts et lyophilisés. « Elles n'ont pas besoin d'être arrosées, et si jamais elles perdent leur couleur, on peut les peindre », explique-t-elle. Les parents de M<sup>me</sup> Thomas ont tant aimé les petits arbres qu'ils en ont achetés pour leur patio.

Cet été, la ville a diffusé une alerte de niveau 3, ce qui permet aux citoyens d'arroser à l'extérieur

une fois par semaine, mais le conseil municipal pense à déclarer une alerte de niveau 4, ce qui signifierait l'interdiction de toute consommation d'eau à l'extérieur. D'après Chandra Marsh, conseillère en matière d'usage de l'eau pour la Ville de Santa Fe, les réservoirs municipaux ne sont remplis qu'au quart de leur capacité et il n'y a pas eu de pluie substantielle depuis janvier.

La Ville de Santa Fe n'est pas couverte que de fausses plantes ou de fleurs en plastique. Quelques plantes pluriannuelles qui nécessi-

tent très peu d'eau sont toujours en vie, de même que quelques lys et roses trémières. Mais, comme M<sup>me</sup> Marsh le fait remarquer, il n'est pas facile pour des plantes de prendre racine sans un apport d'eau constant. Voilà pourquoi tout le monde ici semble avoir ajouté quelques plantes et fleurs artificielles dans son jardin, alors que la pelouse meurt lentement sous une chaleur sèche et torride.

« Irrresponsable »

Mary Branham s'est contentée de

plantes artificielles cette année, renonçant à ses pots de géraniums. « Même si on a le droit d'arroser une fois par semaine, ça me paraît irresponsable de le faire cette année », dit la septuagénnaire. Elle a donc « planté » dans ses pots de terracotta des hortensias bleus, des soucis orange, des lilas roses et violets, entourés des graminées décoratives. Et au lieu d'arroser, elle passe le chiffon deux fois par semaine...

Photo Newscom ©



Audi

Offerte en modèle jalousie et jalousie extra.



TT

FICHE TECHNIQUE

La performance à l'état pur d'un classique moderne  
Technologie du moteur à 5 soupapes issue de la course  
Moteur turbo de 225 ch avec traction intégrale quattro<sup>ms</sup>  
Système audio Audi Concert avec lecteur de CD intégré  
au tableau de bord

Lâcher, jamais.  
Être prévisible, jamais.  
Dormir sur nos lauriers, jamais.  
Se contenter d'être bon, jamais.  
SUIVRE, JAMAIS.<sup>ms</sup>

TT Coupé American Le Mans Maintenant Offerte En Édition Limitée

TAUX DE FINANCEMENT DE

3,9%

OFFERT À L'ACHAT  
DE TOUT NOUVEAU  
MODÈLE 2002

AUTOMOBILES E. LAUZON  
1384, boulevard Labelle  
Blainville (QC)  
(450) 430-1460

AUTO STRASSE INC.  
5905, autoroute Transcanadienne  
Saint-Laurent (QC)  
(514) 748-6961

LES AUTOMOBILES POPULAR  
5441, rue Saint-Hubert  
Montréal (QC)  
(514) 274-5471

LES AUTOMOBILES NIQUET  
1905, boulevard Sir Wilfrid Laurier  
Saint-Bruno (QC)  
(450) 653-1553

PARK AVENUE AUDI  
8805, boulevard Taschereau  
Brossard (QC)  
(450) 656-4811

3063010A

AVANTAGE AUDI :  
SERVICES D'ENTRETIEN  
PÉRIODIQUE SANS FRAIS  
PENDANT  
4 ANS  
OU 80 000 KM

Sur tous les véhicules neufs Audi d'année-modèle 2002 livrés à partir des stocks du concessionnaire. Les mensualités et le coût d'emprunt varieront en fonction de la durée, du montant emprunté et de l'acompte ou de l'échange. Livraison avant le 6 août 2002. Demandez les détails aux concessionnaires participants. Offre d'une durée limitée pouvant changer sans préavis. « Audi », « quattro », « TT » et l'emblème des quatre anneaux sont des marques déposées de AUDI AG. « Suivre, jamais. » est une marque de commerce de AUDI AG. « Avantage Audi » est une marque de service de Audi of America, Inc. © Audi Canada 2002. Pour en savoir plus sur Audi et pour obtenir des renseignements sur les pneus haute performance, visitez votre concessionnaire, composez le 1 800 367-AUDI ou visitez-nous à l'adresse [audi.canada.ca](http://audi.canada.ca)

# FIGURES

## Assez d'expansion!

Los Angeles s'élève plutôt que de s'étendre

D'après le New York Times News Service

LOS ANGELES — Cherchez les mots « étalement urbain » dans le dictionnaire analogique, dit la blague, et vous y trouverez sûrement les mots Los Angeles, smog, banlieues incultes, *Blade Runner*, etc.

Mais Los Angeles mérite qu'on jette sur elle un nouveau regard. Dix ans après une série d'émeutes destructrices, la ville se transforme.

Même si la grande région métropolitaine prolonge ses tentacules de 90 à 110 kilomètres, notamment vers l'est et le désert, la seconde ville des États-Unis grandit aussi vers le haut, vers l'intérieur et s'efforce enfin de réduire sa dépendance à l'automobile.

L'an dernier, Los Angeles a délivré plus de permis de construction résidentielle à l'intérieur de la ville (plus de 8500 unités) qu'au cours de toute autre année durant la dernière décennie. Et la plupart de ces projets auraient reçu l'accolade des ennemis de l'étalement urbain. Au centre-ville, près de 4000 lofts — prévus ou déjà en construction — ravivent le cœur historique de Los Angeles. Dans les zones d'émeutes de South Central, des centaines de maisons ont remplacé les mauvaises herbes et les terrains vacants. Partout dans la ville, des terrains de stationnement disparaissent, remplacés par des immeubles à logements et des ensembles commerciaux.

Chaque jour, le métro le plus coûteux jamais construit aux États-Unis accueille près de 250 000 passagers. Même s'il ne s'agit que d'une faible proportion des banlieusards (et peu de chose en comparaison avec New York ou Chicago), le volume a dépassé les attentes d'environ 50 %.

Mais comment un appartement près du vieux marché agricole du quartier Fairfax est-il devenu plus désirable qu'une maison de banlieue avec piscine aux abords de la vallée de San Fernando ? Selon les planificateurs urbains et les critiques, ce qui rendait la ville presque invivable est devenu un catalyseur de changement.

### Sept jours dans des embouteillages

À Los Angeles, les automobilistes passent maintenant en moyenne sept jours par année, immobiles, dans des embouteillages, selon une étude du Texas Transportation Institute. Au même moment, le comté de Los Angeles — le plus peuplé au pays avec 10 millions de personnes — avait presque épuisé sa disponibilité de terrains résidentiels. Avec six millions de voitures et aucune nouvelle autoroute en marche, Los Angeles a peut-être atteint un tournant.

« L'encombrement est devenu si grave que les gens acceptent enfin d'échanger l'espace contre la proximité du travail et des loisirs », dit William Fulton, auteur du livre *The Reluctant Metropolis* et directeur d'un laboratoire d'idées sur l'aménagement du territoire, le Solimar Research Group. « L'étalement urbain a besoin de terrains bon marché et de familles de classe moyenne », deux denrées qui se font rares.

Le sud de la Californie reste loin des idéaux du nouvel urbanisme. Selon le recensement de 2000, la grande région de Los Angeles abrite 18 des 53 *boom-burbs* (banlieues en forte croissance) du pays. Le terme *boom-burb* s'applique aux banlieues de 100 000 personnes avec une croissance d'au moins 10%.

Par ailleurs, les gens quittent habituellement la ville à cause de ses écoles publiques et de services municipaux inégaux. Des mouvements de sécession s'agitent d'ailleurs à Hollywood, dans la vallée de San Fernando et dans la région du port. Ces trois communautés pourraient, dès l'automne, soumettre une proposition de sécession de Los Angeles.

Mais contrairement aux vieilles villes de l'est du pays comme Cleveland, Detroit ou Pittsburgh, où le noyau urbain s'est dépeuplé, les plus anciens quartiers de Los Angeles poursuivent leur croissance. Le dernier recensement faisait état d'une augmentation de 6 % de la population pour l'ensemble de Los Angeles, qui a désormais 3,7 millions d'habitants. Dans le noyau de la ville — le centre-ville et ses alentours — la population a fait un bond de 21 %. La densité de la population à Los Angeles, avec 7600 personnes par mille carré, est presque trois fois supérieure à celle de Houston, et 10 fois celle de Phoenix.

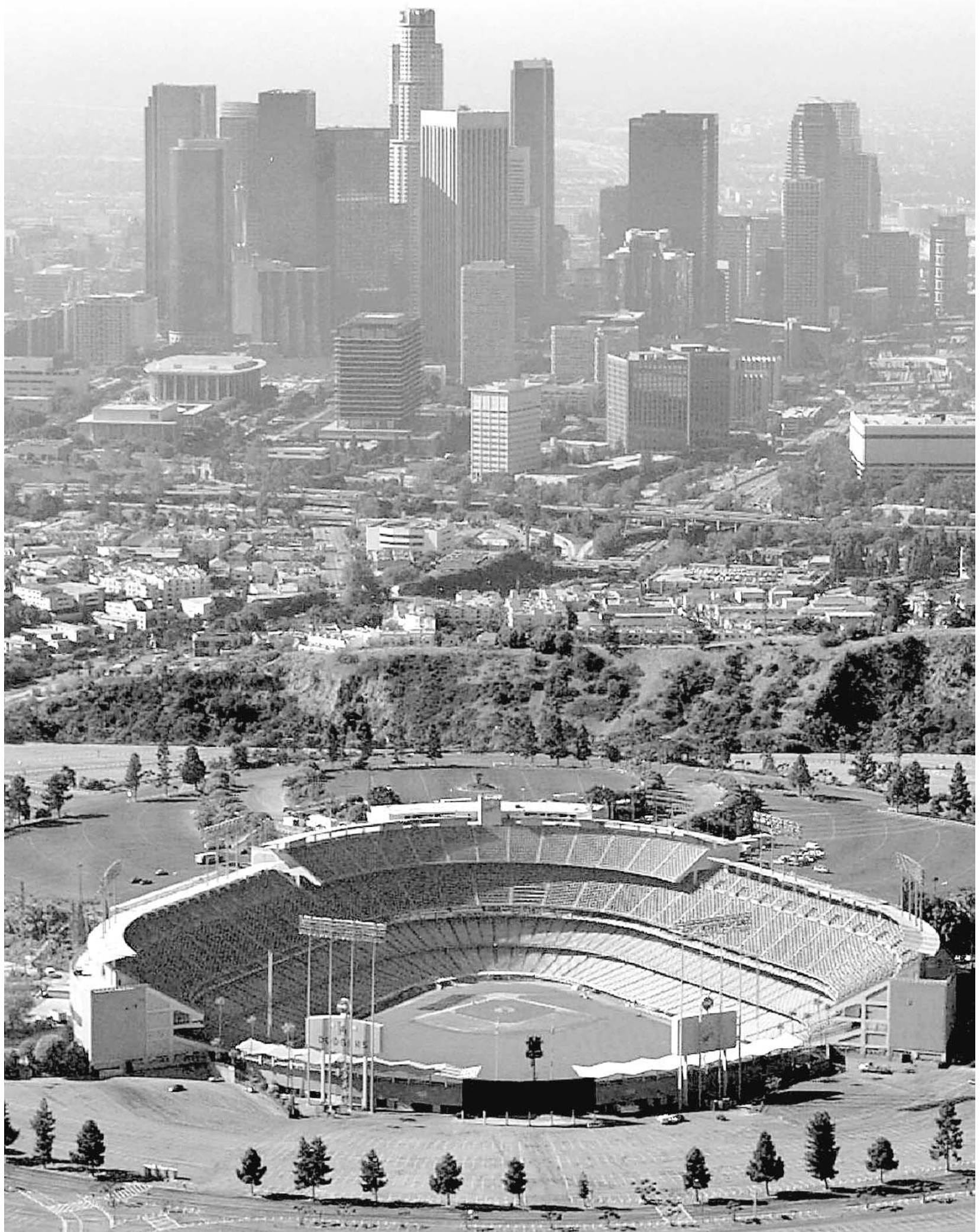
« Lorsque j'ai quitté New York pour venir ici, il y a 10 ans, tout le monde disait : « Ne faites pas de Los Angeles un nouveau Manhattan », dit Con Howe, directeur du service municipal d'urbanisme. Il n'y a pas encore de vague de fond en faveur d'une haute densité. Mais le marché évolue. Les gens font des choix et la ville en est transformée. »

### Premiers acheteurs

« À l'intérieur de la ville, nous essayons de construire des logements le long des nouveaux corridors de transport en commun, où quelqu'un peut descendre d'un train ou d'un autobus après le travail et se rendre à la maison à pied », explique Steve Olson, dont l'entreprise se spécialise dans la construction de maisons pour premiers acheteurs.

« Il n'y a jamais eu autant d'acheteurs », dit Olson, surtout chez les Latino-Américains de deuxième génération qui veulent devenir propriétaires d'une maison tout en restant dans le quartier où ils ont grandi.

Au rythme actuel, les Latino-Américains seront bientôt en majorité à Los Angeles. Avec les Asiatiques, les Latinos ont permis au noyau urbain de poursuivre sa croissance alors que les Blancs fuyaient vers d'autres villes de l'Ouest, disent les autorités municipales et d'autres experts.



Photos PC

**Le problème d'encombrement automobile est devenu si grave à Los Angeles que plusieurs ménages décident d'acheter une résidence en ville plutôt qu'en banlieue. Et pour cause, les automobilistes de cette région de la Californie passent en moyenne sept jours par année coincés dans des bouchons.**

« Le marché des premières maisons pour les Latinos en ascension sociale n'a pas de fond, dit William Fulton. Ces gens veulent une maison avec de nouveaux comptoirs de cuisine et un beau salon, mais désirent aussi rester près de la vieille église et de leur famille. »

Une vague de construction a suivi l'assouplissement, en 1999, des règles qui régissent la conversion d'immeubles historiques en lofts ou appartements. Maintenant, le long des rues Spring, Broadway et Main, les immeubles à bureaux des années 20, abandonnés il y a des décennies en faveur des tours de verre du centre-ville, se transforment en logements.

La Ville n'exige plus que les bâtisseurs d'appartements ou de lofts fournissent des espaces de stationnement. Les entrepreneurs peuvent plus facilement (et à moindre coût) créer un quartier qui rappelle les vieilles villes compactes.

Los Angeles a aussi mis en place plusieurs mesures pour encourager les entrepreneurs à bâtir des logements plutôt que de petits centres commerciaux. Environ 27 % des permis de construction de maisons neuves délivrés l'an passé visaient ces zones commerciales, disent les autorités municipales.

« Je n'ai jamais vu ça avant », déclare Jeff Lee, constructeur d'appartements, de maisons et de lofts dans la ville depuis 18 ans. Nous commençons à manquer de terrains et les gens veulent soudain vivre dans la ville. Le marché nous dit qu'il faut bâtir à la verticale. »

Au centre-ville, près du Staples Center,



Lee a entrepris de convertir une entreprise de camionnage en édifice à appartements. À Plaza Vista North, près de l'océan, il construit des maisons qui se vendent 800 000 \$. Dans South Central, l'entrepreneur a mis en chantier 175 maisons qu'un acheteur paiera 180 000 \$. Un village de 1300 appartements et maisons en rangée est en construction dans Third Street, à la place de centres commerciaux. Les locataires pourront se rendre à pied aux parcs, magasins, restaurants et au vieux Farmer's Market.

Selon M. Fulton, la bonne nouvelle, c'est que Los Angeles grandit de l'intérieur et se dote d'un noyau dynamique, à population ethnique diverse.

Le bémol, c'est que les problèmes d'encombrement et de stationnement ne s'amélioreront pas, dit-il, incitant encore plus de gens à prendre le métro et les autobus, déjà surchargés.

« Les grandes communautés planifiées qui

étaient la marque de commerce de Los Angeles se sont transportées à Phoenix et à Las Vegas, dit M. Fulton. Notre avenir, c'est de nous rapprocher et de nous empiler. Los Angeles est une ville extraordinaire... aux embouteillages éternels. »



SOPHIE GIRONNAY

La chronique de Sophie Gironnay vous reviendra sous peu.

| SUR LA RUPERT |

# Des bagages et du pain comprimés

Le détournement éventuel de la rivière Rupert par Hydro-Québec divise la communauté crie et inquiète de nombreux Québécois, soucieux du sort de ce cours d'eau sauvage de 765 km, qui se jette dans la baie James. Notre reporter Charles Côté participe à une expédition de 10 jours sur cette rivière. On peut lire ses reportages quotidiens dans le cahier *Actuel* et sur *Cyberpresse.ca*.

CHARLES CÔTÉ

**RAPIDE DE CAT** — Une fidèle lectrice m'a conseillé d'expliquer comment s'organise une expédition en canot.

En un mot : la compression. Tous les bagages sont comprimés pour rentrer dans des barils étanches, surtout au début du voyage, alors que les repas sont encore tous à prendre. Bref en canot, on n'apporte que de la nourriture sur laquelle on peut s'asseoir.

Une expédition de cette durée requiert une planification méticuleuse. Chaque repas est

numéroté et son poids est réduit au minimum.

Certains s'en remettent à la nourriture lyophilisée vendue dans les boutiques de plein air. D'autres utilisent des recettes urbaines ou des sachets de nourriture préparée. C'est le cas de Jean-Philippe Fortin, journaliste pigiste et ancien guide de canot.

Après avoir parcouru près de 10 000 kilomètres en rivière, il sait que le pain blanc tranché, comprimé pour occuper le tiers de son volume, se conservera pendant 10 jours. Et que les oranges, si elles sont lourdes à



Photo REGAN MORAN, collaboration spéciale  
**Jean-Philippe Fortin est adepte du pain blanc comprimé, des sachets de nourriture préparée... et d'un bon manche de rame au petit déjeuner.**

porter, sont un régal le matin dans la nature sauvage.

Toute la nourriture, la tente, les sacs de couchage et les vêtements doivent entrer dans un minimum de bagages. C'est que sur la Rupert, sur les 265 derniers kilomètres, on compte 41 portages totalisant 15 km.

Matériel et provisions sont transportés dans des barils à bretelles ou encore des sacs étanches en vinyle.

Malgré tous les efforts pour réduire le poids et le volume de bagages, il reste au moins une centaine de kilos à porter, y compris le canot de 16 pieds de longueur.

De leur côté, les Cris conservent leurs traditions. Ils ne craignent pas de charger leurs canots de 20 pieds. Ils portent glacières, caisses et poches de marine avec une sangle frontale en cuir.

Certains canoteurs sont attachés à cette tradition. Par exemple, des groupes du camp Wabun en Ontario, rencontrés sur la rivière, parcourent 1300 km sur la Rupert en 36 jours. Eux aussi emploient des sangles de portage pour transporter leurs lourdes caisses. Ils font leur pain « bannick » tous les jours et ne transportent aucune nourriture en poudre. Les parents des jeunes Américains qui fréquentent ce camp ontarien paient 3000 \$US pour y envoyer leurs jeunes, garçons ou filles. Une expérience inoubliable nous disent-ils.

# BEAUTÉ

à la baie

# ardenbeauty



**un peu réelle.  
un peu illusion.  
vraiment femme.**

La gamme ardenbeauty :

eau de parfum en atomiseur, 30 ml, **48 \$**  
eau de parfum en atomiseur, 50 ml, **64 \$**  
eau de parfum en atomiseur, 100 ml, **85 \$**  
lotion hydratante pour le corps, 200 ml, **47 \$**  
crème nettoyante hydratante, 200 ml, **35 \$**  
déodorant crème, 50 ml, **12 \$**

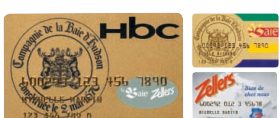
seulement @ la Baie



# Elizabeth Arden

la Baie  
J'aime, j'achète!

Primes HBC  
TRANSFORMEZ VOS ACHATS DE TOUS LES JOURS EN RÉCOMPENSES.



Amassez des points dans tous les magasins de la Compagnie de la Baie d'Hudson : la Baie, Zellers, Déco Découverte ou hbc.com

AMASSEZ RAPIDEMENT DES POINTS EN UTILISANT VOTRE CARTE HBC, LA BAIE OU ZELLERS. OBTENEZ 25 POINTS ADDITIONNELS POUR PRESQUE CHAQUE DOLLAR DÉPENSÉ.

## Une épave du XVIII<sup>e</sup> siècle retrouvée en Gaspésie

Presse Canadienne

**SAINTE-ANNE-DES-MONTS** — L'épave d'un navire ayant navigué dans la baie des Chaleurs, en 1779, a été trouvée sous quelque cinq mètres d'eau près de Tourelle, en Gaspésie.

Il s'agit d'un navire de guerre anglais, le *Viper*, qui avait été dépêché vers l'Amérique pour mater un soulèvement amérindien à Miramichi, au Nouveau-Brunswick. Une fois sur place, il a embarqué des prisonniers pour les conduire à Québec avant le retour vers la mère patrie, qu'il n'atteindra jamais.

Après leur découverte, les autorités entendent sauvegarder l'endroit, le mettre en valeur et recueillir quelques artefacts pour une exposition. Il n'est pas question de déplacer les restes du navire sauf s'ils sont en danger.

L'emplacement, recouvert d'algues, renferme huit canons et des boulets de divers types. La coque en bois est disparue depuis belle lurette, mais le fond, parfois sablonneux, pourrait contenir des objets d'une autre époque.

Ce sont deux plongeurs gaspésiens, Alain Therrien et Serge Boucher, qui ont repéré l'épave en 1999, à partir de recherches sur les histoires de naufrages dans la région.

## La maison natale d'Elie Wiesel devient un musée en mémoire de l'Holocauste

Agence France-Presse

**BUCAREST** — La maison natale du Prix Nobel de la Paix Elie Wiesel a été transformée en lieu de souvenir de l'Holocauste, au cours d'une cérémonie organisée hier à Sighetul Marmatiei (nord de la Roumanie), en présence de l'écrivain.

La maison où M. Wiesel avait vu le jour en 1928, récemment restaurée par le gouvernement roumain, accueille désormais, outre des objets personnels de sa famille, des documents et des témoignages sur la déportation, en mars 1944, de quelque 15 000 juifs de la ville de Sighet dans des camps de la mort.

Déporté à Auschwitz avec sa famille, M. Wiesel a figuré parmi les rares survivants de ce camp, tandis que ses parents et trois de ses sœurs y périrent.

Accompagné de sa femme ainsi que du président Ion Iliescu, M. Wiesel a inauguré la maison-musée, avant de rencontrer des membres de la communauté juive, dont des survivants de l'Holocauste.

Dans une déclaration rendue publique à Bucarest, le premier ministre Adrian Nastase a rendu hommage à M. Wiesel, « une personnalité qui a laissé son empreinte sur les dernières décennies ».

« La vie et l'œuvre de M. Wiesel, son expérience tragique, représentent une mise en garde contre le risque de laisser l'Histoire se répéter », a estimé M. Nastase, en soulignant que la déportation de la famille Wiesel avait eu lieu alors que le nord de la Roumanie se trouvait sous l'occupation de la Hongrie de Miklos Horthy.

Arrivé dans son pays natal dimanche soir, M. Wiesel se verra décerner aujourd'hui l'ordre national de L'Étoile de la Roumanie par M. Iliescu, « en signe de reconnaissance pour sa lutte en faveur des valeurs morales et humaines ».