



ACTUEL

MODE
GUCCI PERD TOM FORD PAGE 7

MÉDIAS : L'HOMME DE DEMAIN PAGE 5

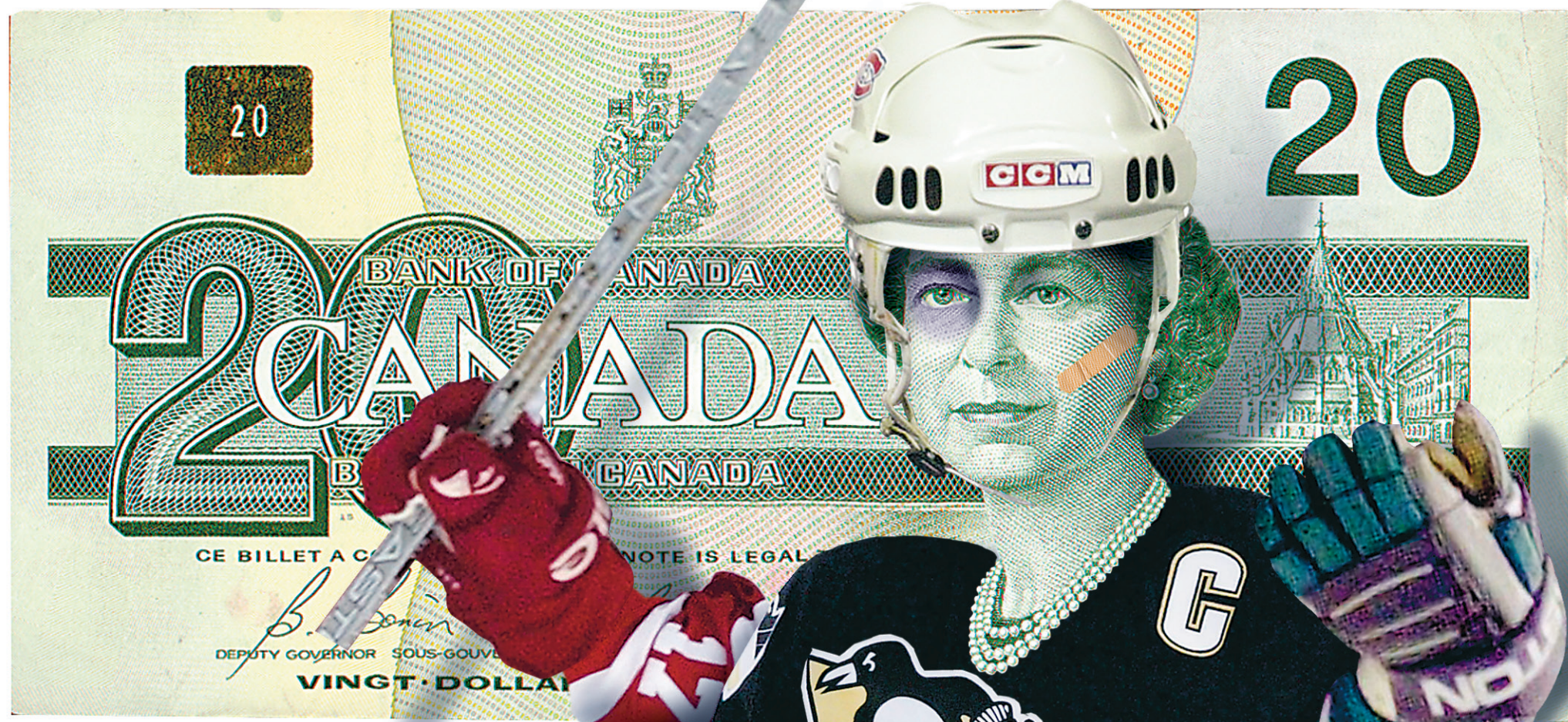


ILLUSTRATION ANDRÉ RIVEST

POOLS DE HOCKEY

UN PHÉNOMÈNE EN EXPANSION

Miserez-vous «un petit 20 \$» sur Peter Forsberg, Vincent Lecavalier et Martin Brodeur? Vous devriez y songer. S'ils restent en santé et jouent à la hauteur de leur talent, ces vedettes de la Ligue nationale de hockey (LNH) pourraient vous rapporter un petit magot. Non, il ne s'agit pas de la dernière trouvaille de Loto-Québec, mais des *pools* de hockey, un jeu alliant adresse et chance qui passionne depuis quelques années des dizaines de milliers d'amateurs.

MICHEL LALIBERTÉ
COLLABORATION SPÉCIALE

Christian Cimon, 35 ans, de Delson, ne s'en cache pas: «Je capote sur les *pools* de hockey.» Comme des milliers d'autres fans de la rondelle noire, il s'empresse chaque matin de consulter Internet pour connaître les résultats des parties disputées la veille. Le but: savoir si ses joueurs se sont illustrés, lui permettant ainsi de monter dans le classement du *pool* dans lequel il concurrence 300 autres participants.

«C'est vraiment une folie; les gens ne parlent que de *pools*, souligne Daniel Dumoulin, coordonnateur du multimédia au Réseau des sports (RDS). «Ici aussi on a un *pool* entre collègues. Ça remplace la

météo et les téléromans comme sujets de conversation au bureau. Les gens discutent pour savoir combien de points ils ont fait la veille, puis impriment leurs résultats pour aller taquiner les autres (participants). Un humoriste pourrait faire un ou deux *shows* là-dessus.»

Pools de bureau

Si l'offre pour participer à des *pools* de hockey dans les journaux a considérablement augmenté ces dernières années, le nombre de ceux organisés dans les entreprises a explosé.

Il y en a sans doute un à votre lieu de travail. En matinée, soyez attentif aux humeurs changeantes de certains de vos collègues et à ceux qui, affichant un sourire narquois, se promènent avec des feuilles de statistiques à la main. Interrogez-vous aussi sur la nature de certaines conversations

entre collègues qui discutent de «transactions». Il est à parier qu'ils font partie d'un *pool*.

Christian Cimon participe non seulement à un *pool*, mais il aide également un ami à

«C'est vraiment une folie, les gens ne parlent que de *pools*...»

le mettre à jour. Lancé en 1993 avec une cinquantaine de personnes, le *pool* compte aujourd'hui 305 participants, dont une dizaine de femmes. Plus de la moitié travaillent chez Bombardier et Copper. «Ça s'est élargi avec le bouche à oreille», explique M. Cimon, qui ne connaît qu'une poignée de participants. En avril, les neuf meilleurs recevront leurs prix en argent: 2400\$ pour le champion, 1200\$ pour le

deuxième et ainsi de suite. Pas mal pour un investissement de 20\$!

Ironiquement, M. Cimon s'est lancé dans les *pools* de hockey parce qu'il était déçu des passages à vide du club de hockey Canadien. Les *pools* ont ravivé son intérêt pour le hockey professionnel. «Je suis un grand partisan du Canadien, mais leur équipe n'est pas très forte depuis quelques années. Je continue d'être un partisan, mais je m'intéresse maintenant aux autres équipes. Les *pools* me permettent de connaître les nouveaux joueurs», explique-t-il.

Benoît Bélanger est un autre féru de ce jeu de pari. Pour ce technicien de la télévision de Radio-Canada, hormis le plaisir — et une impression, vous diront les *poolers*, de jouer au directeur général — ce passe-temps lui permet de garder contact avec des amis et d'anciens collègues de travail. «Le but premier de notre *pool*, c'est que la gang reste intacte. On a un intérêt commun et ça permet de nous amuser. C'est de la franche camaraderie. C'est comme les ligues de garage. Pourquoi les gens jouent dans ces ligues? Pour être avec leurs amis en pratiquant un sport qu'ils aiment.»

On s'arrache les *poolers*

Cet engouement pour les *pools* fait le bonheur des entreprises gravitant autour de l'industrie du hockey. Dès septembre, à quelques semaines du début de la saison, journaux, magazines, chaînes sportives, sites Internet et même des restaurants spécialisés dans la «clientèle sportive», rivalisent de publicité pour attirer de nouveaux participants dans leurs *pools*. Plusieurs prix alléchants sont offerts, dont des sommes d'argent importantes.

RDS, de son côté, va plus loin en permettant davantage de flexibilité aux participants. Au lieu d'organiser un *pool*, la chaîne télévisée de sport offre depuis trois ans sur Internet (www.rds.ca) un service de gestion de *pools* de hockey. Pour 29,95 \$, Le Club VIP RDS donne accès à plusieurs services, dont la gestion d'un *pool* comptant jusqu'à une centaine de participants par abonnement. L'abonné n'a qu'à se concentrer sur l'administration de son *pool* sur Internet.

» Voir **POOLS** en page 3

AUTRE TEXTE EN 3



encore
PRÉSENTE

Mario Jean



SUPPLÉMENTAIRES
13 AU 15 NOVEMBRE
THÉÂTRE ST-DENIS
514.790.1111

ACTUEL

AMOUR

Flirter sur le Web: une aventure courue

LILIANNE LACROIX

Alors que les compagnies naissent et disparaissent à un rythme effarant sur Internet, les services de rencontres en ligne ont de plus en plus de succès et ce, pas seulement en Amérique du Nord mais aussi dans le reste du globe, du Moyen-Orient à l'Amérique du Sud en passant par la Chine, dont les habitants deviendront bientôt, si la tendance se maintient, les plus grands utilisateurs mondiaux du flirt dans le cyberspace.

Si, en 1999, quelque 2 % des célibataires adultes américains exploiraient le Web pour flirter, avoir quelques aventures sans lendemain, mettre du piquant dans leur vie ou trouver un compagnon ou une compagne de vie, ces chiffres

ont maintenant atteint entre 20-25 %. Tous des gens bizarres ou des cas désespérés ? Sûrement pas, a découvert la journaliste de l'agence de presse Reuters, Andrea Orr, qui explore l'univers de l'amour dans le cyberspace dans le livre *Meeting, mating, (... and Cheating). Sex, Love and the New World of online Dating*.

« On retrouve de tout, des étudiants, des aînés, des gens séparés, d'autres qui voient là un terrain de chasse facile pour trouver leur conjoint, une romance ou une aventure d'un soir. Pour les jeunes particulièrement, c'est aussi naturel d'utiliser l'ordinateur que de prendre le récepteur du téléphone. Pour eux, il n'y a pas de tabou. S'il y a quelques personnes bizarres ou mal intentionnées en ligne, la plupart des

gens sont honnêtes, même s'ils ont quelque peu tendance à embellir la vérité », admet l'auteur.

« C'est une façon efficace et amusante de rencontrer des personnes de sexe opposé », explique Mme Orr qui admet elle-même avoir tenté l'expérience... pour fins de recherche.

Se découvrir pour rencontrer

Si quelques hommes, comme des chasseurs à qui on présenterait une proie déjà abattue, admettent avoir été dégoûtés du sexe à cause de la trop grande facilité de rencontre, la plupart des internautes éprouvent un peu plus de difficulté. Comme dans la vie en général, une règle prévaut : plus vous êtes vieux, plus vous êtes laid et plus vous êtes gros, plus vous allez éprouver de

difficultés à vous caser. Le cyberspace a beau offrir une certaine latitude aux personnes qui présentent une version améliorée d'eux-mêmes, arrive un moment de vérité où il faut bien se découvrir si on veut rencontrer.

Étrangement, les deux propriétaires d'un site Web créé lors d'une soirée bien arrosée, deux jeunes Américains d'origine asiatiques qui se sont ainsi rapidement enrichis, n'ont jamais eu de succès romantique sur leur propre site où les visiteuses ne leur accordent guère mieux qu'un 3,9 et 4,1 sur 10. Pas plus de veine pour Angelo DiMeglio, un travailleur de la construction de 45 ans, tout ce qu'il y a de plus normal, dont la page de présentation a reçu 340 visites en sept semaines (il présume qu'il s'agit de

femmes célibataires) mais qui n'a jamais reçu le moindre suivi. Pourquoi donc ? Eh bien, parce qu'il demeure sur l'île de Martha's Vineyard, sûrement un peu trop isolée au goût des cyber-fureuses qui préfèrent New York, Los Angeles ou les fermes de l'Iowa. C'est lui qui a le plus touché l'auteure : « C'est vraiment un bon gars et qui paraît bien. C'est incroyable qu'aucune femme ne veuille même s'y intéresser. »

Dans certains pays, le cyberspace a ouvert des portes sur un monde autrefois difficilement accessible. Dans les pays musulmans, on se cherche un(e) conjoint(e) avec de bons principes sur le Web. En Russie, de nombreuses femmes ont trouvé là le moyen de sortir de leur condition difficile. Certaines n'hésitent pas à utiliser les grands moyens pour s'assurer un certains succès : « Fatigués de sortir avec des Américaines gâtées ? Les femmes russes ne sont pas gâtées et seront dévouées et reconnaissantes ». Ou encore moins subtiles, certaines trouvailles d'esprits un peu tordus qui n'hésitent pas à faire mousser la popularité des femmes russes en disant qu'elles sont plus belles car la pauvreté les aide à garder leur ligne !!!

L'expérience aidant, Mme Orr a certains conseils à nous fournir : « Il ne faut pas attendre plus que ce qu'on a à offrir, dit-elle. De plus, si on veut avoir un peu de succès, on doit poser des critères assez souples. Si on exige un minimum de 5,9 pieds, on peut passer à côté de l'homme de 5,8 qui ferait notre bonheur. »

Meeting, mating (...and cheating). Sex, Love and the New World of Online Dating, d'Andrea Orr, éditions Reuters (www.reuteurs.com), en anglais, 181 pages.



Tous les jours dans LA PRESSE

LE VIN, LA BOUFFE, L'HORAIRE TÉLÉ... VOILÀ !

ACTUEL
magazine

Tous les samedis dans LA PRESSE

J'arrive
samedi
en
HELICOPTÈRE
à 10 h

Bonbons et ballons pour tous!

Venez me rencontrer et assister à mon **super défilé** avec fanfare et de nombreux amis du Monde Merveilleux de Disney.

PLACE VERSAILLES
LE CENTRE DE L'ÉLÉGANCE

Plus de 225 magasins

Tunnel Lafontaine et rue Sherbrooke Est RADISSON

la **Baie** encore plus

Nous lançons la saison des réjouissances avec un si gros solde de Noël que vous voudrez déjà commencer votre magasinage des fêtes! Nos magasins débordent de marques offertes à nos plus bas prix des fêtes!

Solde
décompte de
NOËL
c'est parti!

Dès demain!
(une journée plus tôt!)

Précisions en magasin. Le choix varie selon le magasin. Les rabais sont sur nos prix ordinaires, sauf avis contraire. Exceptions : articles « Notre meilleur prix chaque jour », « Nouvellement réduit », « Atout griffé », « Achat-choc » et ceux des rayons concédés. La mention « ACHAT-CHOC » indique que nous avons trouvé une aubaine incroyable dont nous voulons vous faire profiter. Il se peut qu'un achat-choc soit accompagné d'une étiquette ou d'une affiche indiquant un PRIX DE COMPARAISON. Il s'agit du prix qu'un autre détaillant canadien a établi pour un article de qualité identique ou comparable. Les articles du programme Achat-choc sont offerts en quantités limitées; aucun bon d'achat différé. Précisions en magasin.



OBTENEZ JUSQU'À 50 % PLUS DE POINTS* EN UTILISANT CONJOINTEMENT VOTRE CARTE DE CRÉDIT HBC ET VOTRE CARTE PRIMES HBC.

*Certaines exceptions s'appliquent. Précisions en magasin.



3172883

POOLS DE HOCKEY

ACTUEL

À la recherche d'un défi

POOLS
suite de la page une

« C'est une grosse affaire pour nous », reconnaît Daniel Dumoulin. L'équipe de RDS utilise un logiciel spécial dans lequel figurent toutes les données pertinentes (buts, passes, victoires, parties nulles, blanchissage des gardiens, etc.) des matchs de la LNH. Tout est à jour dès 4 h du matin.

La formule semble populaire. RDS a eu un peu plus de 5000 abonnements cet automne à son Club VIP, une hausse de 2000 comparativement à l'an dernier. Tous ces abonnés n'ont cependant pas recours au service de gestion de *pool* de RDS, mais M. Dumoulin estime qu'il est réaliste d'évaluer à 50 000 le nombre de participants inscrits par l'entremise d'un membre du club. D'autres sites (www.poolexpert.com, par exemple) ont des services similaires.

Les *pools* qui s'affichent sur Internet plaisent aux participants qui peuvent en tout temps vérifier où en est leur équipe. « Aujourd'hui, beaucoup de gens ont des ordinateurs au bureau et ont accès à Internet. C'est facile de consulter leur *pool* », dit M. Dumoulin.

Intérêt relatif

Si la plupart des *poolers* sont animés par le seul plaisir de participer, d'autres sont à la recherche d'un défi dans lequel ils investissent temps et efforts. François Gagnon participe à plusieurs *pools* de hockey cette année. « J'en ai trop même », dit le chroniqueur sportif du *Soleil*. Les gens qui choisissent cette activité y prennent plaisir, pense-t-il, mais ils pourraient vivre

une plus grande expérience en sélectionnant mieux leur *pool*. La très grande majorité de ceux disponibles, notamment dans les journaux, précise le journaliste, sont d'un « intérêt relatif ». « Les gens ne font que regarder sur Internet pour voir si, disons, Marian Hossa (vedette des Sénateurs d'Ottawa) a fait des points. Le problème, c'est que les gens doivent choisir des joueurs en noircissant des cases (dans une liste). En faisant pile ou face. Il n'y a pas de stratégie. Ça ne leur permet pas de savoir vraiment ce que c'est de diriger une équipe. Ce n'est pas très intéressant. »

Pour les vrais mordus, François Gagnon recommande Les « Rotisserie League », comme les anglophones les appellent. Des *pools* de spécialistes qui exigent des participants qu'ils gèrent un budget, procèdent à un repêchage en bonne et due forme et composent avec les aléas d'une vraie saison de hockey : blessures, suspensions, transactions (avec date limite), etc. « Ça se rapproche beaucoup plus de la *job* des directeurs généraux », insiste-t-il.

Mais attention, ce genre de *pool* exige une minutieuse préparation avant le repêchage. « Ce n'est pas juste de noircir des cases, dit François Gagnon. Un joueur ne peut être sélectionné qu'une seule fois. Il faut essayer de repêcher des joueurs d'un même trio pour maximiser leurs points, lors d'avantages numériques, par exemple. Il faut faire des transactions. Il y a la pression et même un élément d'intimidation des équipes qui vont bien au détriment de celles qui vont mal. Comme dans le vrai hockey. »

Le Québec deviendra-t-il une pénière de directeurs généraux ?



Miserez-vous « un petit 20 \$ » sur Peter Forsberg ?

PHOTO ARCHIVES PC

Des femmes de hockey

MICHEL LALIBERTÉ
COLLABORATION SPÉCIALE

Le hockey professionnel est un univers de machos. Pas étonnant qu'on entende souvent parler des « hommes de hockey », expression utilisée dans le milieu pour désigner les dirigeants des équipes professionnelles. Mais *poolers*, tenez-vous bien : voici les « femmes de hockey » !

Infirmière, Sara Perron, 25 ans, de Montréal, estime que son équipe

connaîtra une bonne saison. C'est sa deuxième participation dans un *pool* de hockey. L'an dernier, elle a terminé 225^e sur 250 participants. « Je n'ai pas très bien fait dans les dernières semaines du calendrier », explique-t-elle. Son copain, Guillaume Leclerc, est arrivé 195^e.

Cette saison, elle s'est bien préparée en consultant les sites Internet de RDS et de ESPN, en lisant quelques magazines et en étudiant les statistiques des joueurs, les prévisions des spécialistes et la liste des

joueurs blessés. La directrice générale débutante avoue tout de même avoir demandé l'avis de son conjoint. « Il m'a guidée pour ce qui est des joueurs que je ne devrais pas prendre : Martin Havlat (il n'avait pas encore signé de contrat avec les Sénateurs au début de la saison) et Martin Lapointe (joueur des Bruins de Boston qu'il surestime). »

Son équipe aligne Peter Forsberg et Joe Sakic (Avalanche du Colorado), Saku Koivu (Canadien) et Pa-

trick Lalime (Sénateurs d'Ottawa). Son objectif : se classer devant un couple d'amis, mais surtout devant son copain. « Avant, je ne suivais pas vraiment le hockey. Mais maintenant, il y a un intérêt. Avant une partie, je regarde lequel de mes joueurs est sur la patinoire. Je me dis celui-là va me donner des points. C'est amusant. »

Son amie Nadia Emond est aussi dans la course pour sa deuxième saison. Elle participe au *pool* par défi. « J'ai terminé devant Guillau-

me l'an dernier et il a dû me donner 5 \$. Il voulait qu'on remette ça cette année. J'ai dit pas de problème », explique cette travailleuse sociale de 27 ans, très confiante de gagner un autre billet bleu en avril.

Son équipe se compose notamment de Markus Naslund et Todd Bertuzzi (Canucks de Vancouver) et du gardien Jocelyn Thibault (Blackhawks de Chicago).

La rondelle roulera-t-elle pour elles ? Les « hommes de hockey » n'ont qu'à bien se tenir...

Le fond des océans, dernière frontière à explorer

AGENCE FRANCE-PRESSE

WASHINGTON — Le fond des océans est la dernière frontière à explorer, au potentiel énorme, où moins d'hommes se sont aventurés que sur la Lune, selon un rapport des Académies nationales américaines présenté hier, qui appelle au lancement d'un programme doté de 100 millions de dollars par an. « Le fond de l'océan est la frontière la moins explorée sur Terre, les sous-marins existants, pilotés par l'homme ou automatisés, ne peuvent atteindre les parties les plus profondes de la mer », a estimé Shirley Pomponi, vice-président du comité chargé par le Congrès américain d'un rapport sur le potentiel scientifique des grands fonds. Ce rapport, réalisé par le conseil de recherche des Académies nationales, au rôle de conseil en matière scientifique, préconise le lancement d'un programme multidisciplinaire d'exploration des océans. « De vastes portions de l'océan restent inexplorées. Alors qu'une dizaine d'hommes ont marché sur la Lune, deux seulement ont voyagé vers les plus grandes profondeurs de l'océan, et seulement 30 minutes à chaque fois », notent-ils encore avant de détailler le potentiel de cette recherche pour la découverte de nouvelles sources d'énergie notamment. Le rapport préconise de confier l'organisation de cette recherche à une entité non gouvernementale, plus créative et moins coûteuse.

VENTE DE FERMETURE POUR RÉNOVATION

Meubles et Décor Baccarelli
La plus belle sélection de meubles européens

Heures d'ouverture
Du lundi au vendredi de 10 h à 18 h
Fermé le samedi - Dim. de 12 h à 17 h

1400, rue Sherbrooke Ouest (au coin de Bishop) Montréal
Tél. : (514) 288-5225
www.meubles-et-decors.com

Coco La Bine inc. Depuis 1972
Vêtements nouveau-nés à 14 ans
DIRECTEMENT DU MANUFACTURIER

GRANDE VENTE D'ENTREPÔT

-60%* -75%*

*Sur la collection Coco La Bine sauf sous-vêt. & accessoires

5 jours seulement: 5-6-7-8-9 nov. 2003

HABITS DE NEIGE À -60%

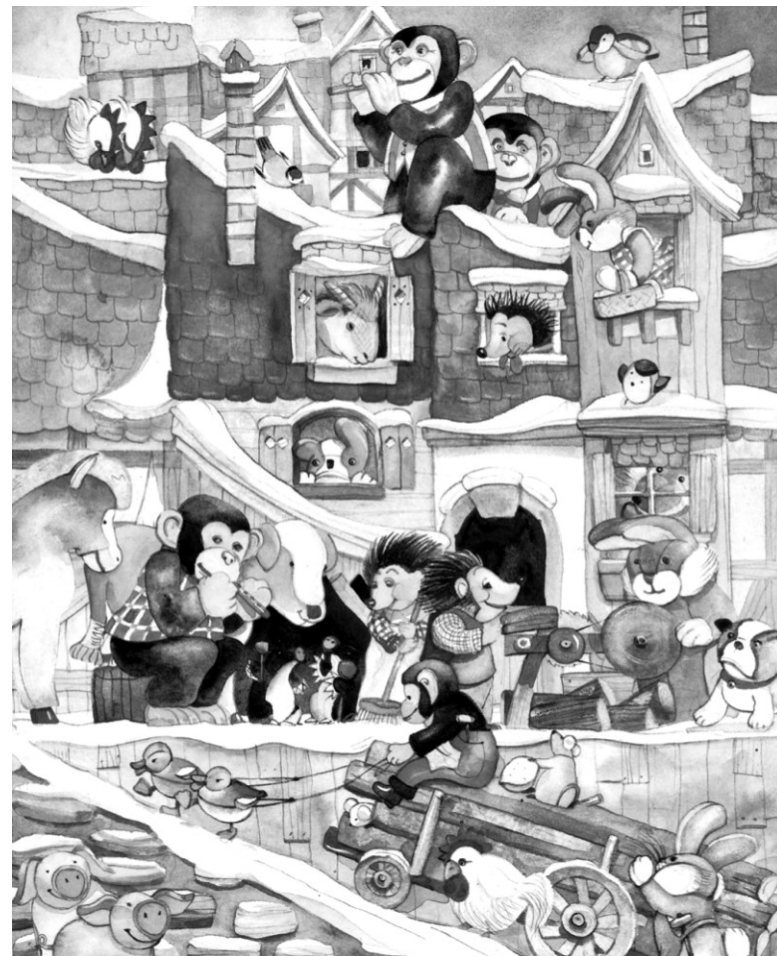
COUPON-RABAIS **5-\$** Applicable sur tout achat de 25-\$ et plus avant taxes. Valable du 5 au 9 nov. 2003. Non-cumulable, non-monoyable.

COUPON-RABAIS **10-\$** Applicable sur tout achat de 50-\$ et plus avant taxes. Valable du 5 au 9 nov. 2003. Non-cumulable, non-monoyable.

COUPON-RABAIS **20-\$** Applicable sur tout achat de 100-\$ et plus avant taxes. Valable du 5 au 9 nov. 2003. Non-cumulable, non-monoyable.

Laval: 2510, boul. Le Corbusier * tél: (450) 681-0109
Brossard: 6185, boul. Taschereau #104 * (450) 445-9987
Québec: 2750, chemin Ste-Foy, Plaza Laval #107 * tél: (418) 652-0700

Une Tradition de Noël à Montréal depuis 1947



« Le village enchanté »
Notre célèbre vitrine mécanique sera dévoilée
le samedi 8 novembre à 9h00.

OGILVY

1307, RUE STE-CATHERINE ET DE LA MONTAGNE • 842-7711 • www.ogilvycanada.com

MOT MYSTÈRE

BOIS - Un mot de 8 lettres

E E K E N T A I L L E M B O D
 U E M B S T E R E E I O V I C
 T D R E I S I R E C U B A G E
 I U E E L L I B P L R B E N S
 T R R R I Y E A I I L O I R C
 S O E N V N X N C E N M C E A
 N E I V E U U A E S I C D E B
 O O V S C I E R A G N R T X E
 C L I E E M U O K O E T I O A
 E U L F A G O T R N A I L T U
 R F O R S A N T A L U S L I I
 K E I J O T O B A R B B E Q X
 C N Y N A S A L E R I A U U U
 E M R O N C E R T E H L E O
 T E R E N I A S U F R T F R H

- | | | | |
|----------|----------|-------------|---------|
| ACAJOU | ENTAILLE | MINE | SEC |
| AUBIER | EPICEA | NERE | SEVE |
| BILLE | ESCABEAU | NOYER | STERE |
| BOULIN | EXOTIQUE | OEUVRE | TARET |
| CABANE | FAGOT | OKOUME | TECK |
| CAISSE | FEU | OLIVIER | TEK |
| CEDRE | FIN | ORME | TILLEUL |
| CERISIER | FUSAIN | PIN | TOISE |
| CISEAU | HETRE | RABOT | TRONC |
| COIN | HOUX | RECONSTITUE | VER |
| CUBAGE | ISBA | RONCE | VOIE |
| DIABLE | LATTE | ROSE | XYLEME |
| DUR | LIBER | SAL | |
| EBENE | LIEGE | SANTAL | |
| ECORCE | MARINE | SCIER | |

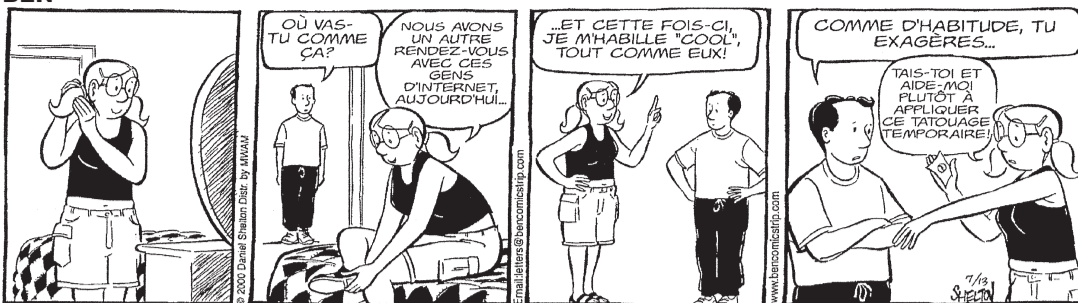
Solution du dernier problème : **EGORGEMENT**

05/11/2003

11487

LA PETITE PRESSE

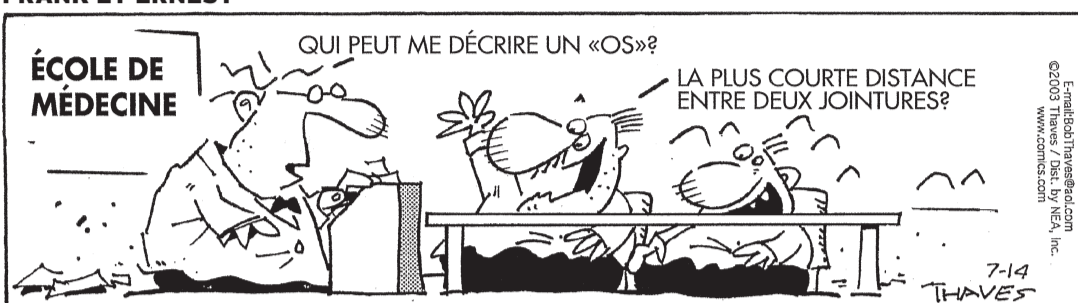
BEN



LA DÉVEINE



FRANK ET ERNEST



PEANUTS



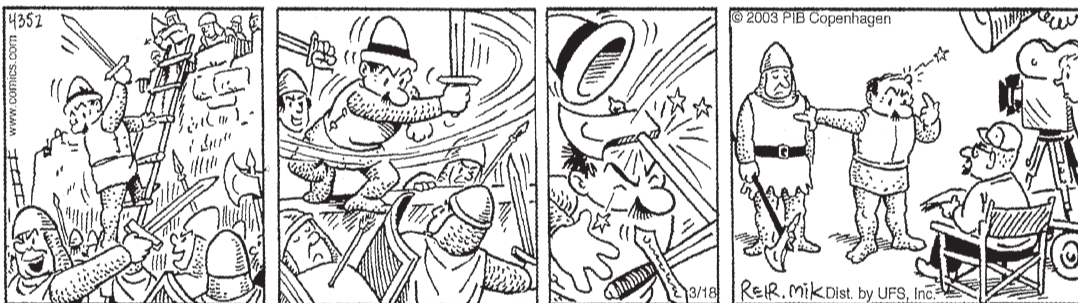
PHILOMÈNE



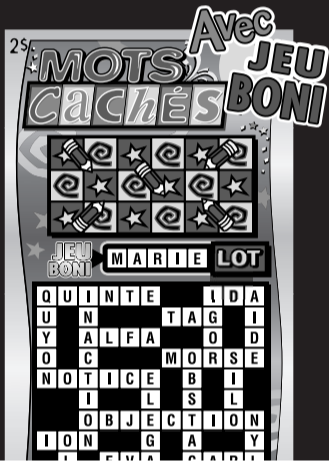
GARFIELD



FERDINAND



Découvrez les lettres. Vous trouverez des mots.



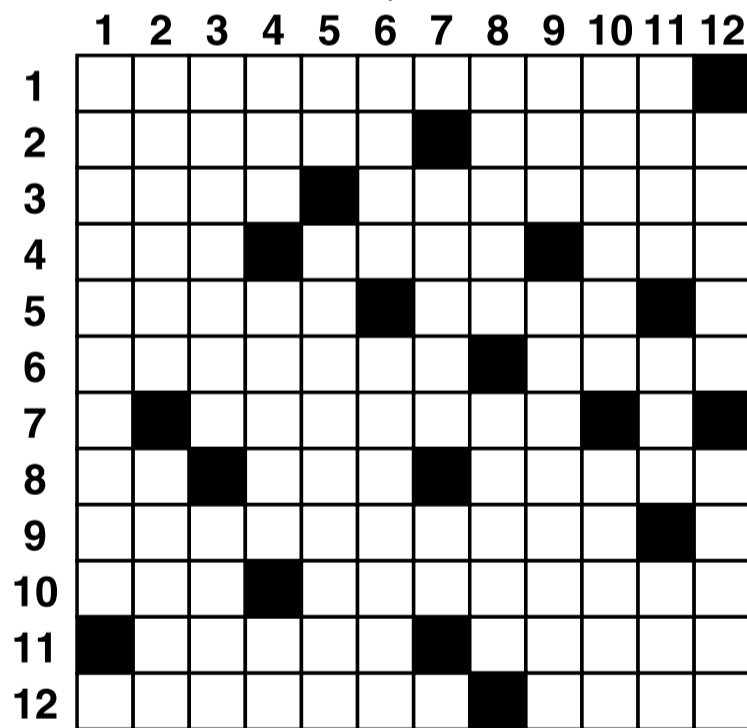
18 ans +



MISE SUR TOI
1 866 SOS-JEUX

MOTS CROISÉS

www.hannequart.com



5 novembre 2003

Q6970

HORIZONTALEMENT

- Aptitude à former avec un autre corps un mélange homogène.
- Quarantième ? Centième ? - Doté de mouvement.
- Il a des vibrisses - Joindre.
- Marque de la réticence - On y fait des feux - Pronom personnel.
- Il est épris de quelqu'un - Est formée dans le foie.
- Jeune femme - Engendré.
- Chanter très fort.
- Interjection - Peut être privée - Jeu de cartes.
- Qui a l'aspect du duvet.
- Époque - Penchant.
- Sac de couchage - Mention au dos d'un chèque.
- Décliner - Appareil cylindrique.

VERTICALEMENT

- Malveillance.
- Mis en terre - Troupe nombreuse et indisciplinée.
- Grand singe arboricole - Femme, en verlan.
- Adjectif démonstratif - Récente - Eu égard à.

- Préfixe - Blessées.
- Bienheureux et paisible - De toute la puissance de la voix (À ...).
- Sanguinaire - Marque le moment.
- Nouer - Morceau de musique.
- Déesse marine - Lourd.
- Broyer une plante textile - Restitué.
- Oiseau australien - Le moi - Cheval à l'encolure courte.
- Institué - Exposé universitaire.

SOLUTION AU PROCHAIN

1 P H I L O S O P H E D
 2 R O M A N E A U S S I
 3 O U I R A R R E T E S
 4 T T E T U E S H E
 5 O T E E X C E D E N T
 6 C O R P S E M I R A T
 7 O H A T O N E S B E
 8 L U T T E T R E M A
 9 E B R I E T E R O B E
 10 O I E U S I T E S
 11 C H E N E T C E R E S
 12 O U S T U N I S E X E

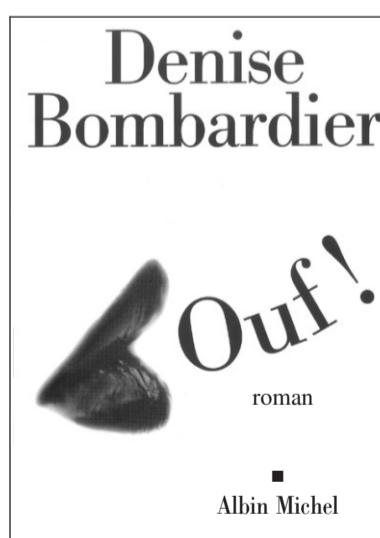
SOLUTION DU DERNIER NUMÉRO

OUF ! de Denise Bombardier

- 39 -

Au restaurant, il s'est emparé du menu. «Je suis affamé», a-t-il déclaré. «Moi aussi», ai-je ajouté sans préciser que je pensais à sa séduisante personne plutôt qu'à l'agneau qu'il m'invitait à partager. Comment réussir à avaler la moindre bouchée de nourriture? Cela m'obsédait. Pourquoi les hommes conservent-ils leur appétit dans pareilles circonstances? Voilà une différence fondamentale entre les sexes. Je suppose que les machos considèrent que cet apport calorique leur est essentiel avant une telle dépense d'énergie alors qu'à leurs yeux, les femmes, réceptacles et réceptrices, ne se fatiguent guère à l'exercice. Quelle bêtise! Depuis le moment où j'ai quitté la maison, j'ai dû perdre un kilo et demi en énergie nerveuse. Et si Rachid se révèle à la hauteur de mes aspirations secrètes et étonnamment violentes, un autre cinq cents grammes sur le ventre va peut-être fondre. Du moins, j'espère.

Pendant le repas, la conversation s'est montrée plus décousue que lors des rencontres précédentes. Rachid m'observait davantage, souriant sans raison et, moi, je n'osais soutenir son regard trop longtemps. «Vous ne mangez pas. Je vous coupe l'appétit. Ce n'est pas très flatteur pour moi.» «Au contraire», ai-je répliqué, me livrant ainsi comme une agnelle sacrificielle. Avant que j'aie eu le temps de me ressaisir et de regretter ma stupidité, il m'emprisonnait les mains et les couvrait de ses lèvres humides et chaudes. Lorsque le garçon, l'air entendu, est venu nous offrir un dessert, Rachid m'a regardée, sans sourire cette fois et sans quitter mes yeux. «Non merci, nous sommes attendus», a-t-il répondu. Il a réglé l'addition en liquide, «Ça va plus vite», a-t-il dit et nous sommes ressortis sans prononcer un mot.



En démarant la voiture, j'ai entendu «On va chez vous ou chez moi?» Sa voix était légèrement altérée. Plus sourde, ai-je noté, plus enveloppée également. J'ai murmuré: «Chez vous car vous comprenez...» Je me suis arrêtée avant de briser ce moment précieux car, pour me justifier à mon habitude, j'allais lui expliquer que la présence des jumeaux à la maison m'embêtait. Heureusement, il n'a pas insisté. À vrai dire, il installait entre nous un silence lourd comme le désir. Nous roulions vers le centre-ville et, lorsqu'il a garé l'auto devant un gratte-ciel, j'ai retenu un ah! de surprise. Il habite le même immeuble que la mère de Georges et que Louise.

Dans l'ascenseur, il a poussé le bouton du trente-deuxième étage, m'a enlacé et j'ai perdu pied. «Connais-toi toi-même.» Avant cette nuit, j'adhérais à cette maxime. Je sais désormais que Rachid a fait surgir de moi une inconnue dont je ne soupçonnais pas

l'existence. Tard le lendemain matin, seule devant le miroir de sa salle de bain, je ne reconnais pas la femme reflétée dans la glace. J'ai eu peur. Toute une gamme de sentiments se sont bousculés. Le regret de tant d'années perdues, la colère aussi contre Georges pour m'avoir engourdi, un soupçon de honte vite écarté et de la joie, pure, palpable qui m'a donné envie, c'est fou mais c'est ainsi, de remercier quelqu'un. Et c'est l'image du vrai bon Dieu, à barbe, flottant sur son nuage, qui s'est imposée à moi. «Merci, mon Dieu», ai-je chuchoté avant de retourner au lit où j'avais cru deviner un léger bruit.

Il somnolait. Je me suis glissée le long de son corps et j'ai senti qu'il était éveillé. D'où me vient ce désir. «Ne bouge pas», a-t-il murmuré. J'ai obéi à la limite de mes forces. Après, j'ai failli dire: «Tu me tues, tu me fais du bien», mais il a dû voir *Hiroshima mon amour* et aurait reconnu la réplique mémorable dont je saisisais enfin le sens. «Merci!» c'est tout ce que j'ai trouvé à dire. Il n'a pas répondu, n'a pas demandé pourquoi. Il m'a ramenée à lui et il a grogné. Qui des deux va se lever le premier? me suis-je demandé. «Tu peux rester encore.» Ça n'était pas une question, plutôt un souhait formulé avec une pointe d'inquiétude qui m'a rassurée. Nous nous sommes rendormis et, en me réveillant, j'ai pensé aux jumeaux. Je dois partir.

À SUIVRE

Albin Michel

www.albin-michel.fr

© Éditions Albin Michel S.A., 2002

ROMANOSIE

MÉDIAS

EN BREF
NATHALIE COLLARD

Procès du journalisme à la française

Les Français entretiennent avec leurs presse une relation pour le moins tortueuse. Il faut dire qu'en France, les journalistes jouissent d'un statut inégalé en Occident. Ils forment une classe à part, privilégiée, qui bénéficie de plusieurs avantages sociaux. Le portrait de la presse française ressemble à ceci : 72 % des journalistes sont issus de la presse écrite, on y observe un taux de chômage de 4 % (1999) et un tiers des journalistes salariés gagnent plus de 3811 euros par mois. En France, les ouvrages qui s'attaquent aux rouages et aux dérapages de la presse sont nombreux : de *La Face cachée du Monde* de Pierre Péan et Philippe Cohen aux *Nouveaux Chiens de garde* de Serge Halimi (vendu à 220 000 exemplaires), journaliste au *Monde diplomatique*, on peut dire une chose : le travail des journalistes est scruté à la loupe et les ouvrages critiques sont très populaires auprès du public. En consacrant un grand dossier à la face cachée du journalisme, le *Nouvel Observateur* se demande : pourquoi la presse a-t-elle si mauvaise presse ? On y aborde entre autres la délicate question de l'attitude des journalistes face aux détenteurs du pouvoir, attitude ô combien critiquée par les journalistes de l'extérieur comme le montre bien cette remarque d'un correspondant de la presse étrangère basé à Paris, au lendemain d'une entrevue télévisée avec le président de la République Jacques Chirac : « On se croirait à Versailles. Une telle complaisance ! Comme une pièce de théâtre parfaitement rodée. » Un journaliste de la télévision américaine cite en exemple « la déférence à l'endroit de Patrick Poivre d'Arvor (PPDA pour les intimes, un homme qui est un conflit d'intérêts ambulante). Chez nous, a ajouté le journaliste, il ne présenterait même pas la météo ! » Le *Nouvel Observateur* en profite pour déboulonner quelques mythes, affirmant entre autres que les journalistes sont peut-être puissants vis-à-vis des individus mais ne pèsent guère dans la bataille des idées. À la question : sont-ils compétents, le directeur de l'ESJ (école de journalisme) répond : « Les journalistes ont plus d'exigence morale, plus de compétence et de savoir aujourd'hui, mais ça ne veut pas dire qu'ils en fassent forcément le meilleur usage. » Un excellent dossier à lire dans le numéro actuellement en kiosque.

Lu, vu, entendu

Le mensuel *Châtelaine* a remporté deux ozzies (des prix qui récompensent l'excellence en design de magazine) lors du Folio Show qui avait lieu à New York la semaine dernière... *Le Sorteux*, hebdomadaire gratuit de Trois-Rivières, a été racheté et portera désormais le nom de *Voir Mauricie...* Kurt Andersen, le quasi-légendaire fondateur de la revue *Spy*, a été nommé éditeur de la revue *Colors* de Benetton qu'il a pour mandat de rendre à nouveau populaire.

REVUE MAGAZINES

MILK
Bébé dollar

Voilà un magazine qui fera le bonheur de toutes les Rebecca Eckler de ce monde (chroniqueuse au *National Post*, Eckler confessait récemment dans une chronique avoir cédé et acheté pour son nouveau bébé des accessoires de luxe vendus à un prix mirobolant). Les fondateurs de ce magazine grand luxe expliquent en quelques mots leur mission : « Transmettre une éducation sincère qui enseigne aussi le goût des jolies choses. » En fait, ils exploitent à fond la tendance actuelle des nouveaux parents qui habillent leurs petits comme des cartes de mode. De Bébé Dior à Sonia Rykiel en passant par agnès b., Burberry et Cacharel, le bébé *Milk* ne porte donc que des vêtements de créateurs, vêtements craquants, il faut bien l'avouer, qu'on peut acheter à condition de pouvoir ré-hypothéquer sa maison. De toute façon, même le magazine n'est pas accessible à tous : à 24 \$ (plus taxes), c'est le prix d'un ensemble deux pièces à l'Aubaine-rie...

HALLMARK
Manque d'originalité

Les magalogues, ces hybrides de magazines et de catalogues lancés par des entreprises pour mousser le nom d'une marque, sont de plus en plus nombreux dans les kiosques à journaux. Un des derniers en lice : *Hallmark*, la publication du fabricant de cartes de souhaits. Grosse déception : visiblement, l'équipe rédactionnelle est allée piger dans des magazines qui marchent comme *Real Simple*, *Martha Stewart* et *Donna Hay*. Résultat : une mise en page aérée et épurée, des photos très artistiques, un intérêt pour les sujets qui sont dans l'air du temps (course contre la montre, retour à la simplicité et aux valeurs essentielles, ...), mais surtout, surtout, un manque flagrant d'originalité. Comme les cartes de souhait Hallmark.

SPORTS MAG
Multiprogrammes

Ce n'est pas la première fois qu'on tente de lancer un magazine consacré aux sports au Québec. Cette fois, l'équipe derrière *Sports mag* ne vise pas tant l'amateur de sports que celui qui pratique un sport par plaisir. Très pratico-pratique, divisée en trois parties (les sports, la vie et vous), la publication mise beaucoup sur l'interactivité avec les lecteurs qui sont invités à raconter leur expérience. Les textes sont courts et on mise plus sur le contenu informatif que sur le style. Pour ce premier numéro, on présente une entrevue (plutôt décevante) avec le boxeur Éric Lucas. On omet de dire que l'intervieweur Bernard Barré est également directeur technique du groupe InterBox. Ça change un peu la perspective, non ? Autre critique : le premier numéro couvre tellement de sujets (curling, karaté-do, escalade, basketball, randonnée pédestre, dans sportive, golf, nutrition, etc.) qu'on se demande s'il restera des thèmes à traiter pour le second numéro. Deux chroniqueurs-vedettes, Jean Perron et Réjean Tremblay, prêtent un peu de leur crédibilité à ce nouveau magazine qui aimerait bien réussir là où les autres ont échoué.

— Nathalie Collard

L'homme de demain

Quelque part entre David Beckham et Eminem

À quoi ressemblera l'homme de demain ? Cette question existentielle, il n'y a pas que les femmes qui se la posent. Les publicitaires aussi. Deux spécialistes, Alain Giguère de CROP et Nicolas Riou, de Brain Value, esquissent la silhouette de cet homme nouveau.

NATHALIE COLLARD

Réunis dans un hôtel du centre-ville jeudi dernier à l'invitation d'*Infopresse*, le magazine spécialisé dans la publicité, le marketing et la communication, deux conférenciers sont venus esquisser les contours de la nouvelle masculinité qui est en train d'émerger dans nos sociétés occidentales.

Selon Alain Giguère, président de CROP (la firme qui a créé le 3SC, une vaste étude socioculturelle qui est rapidement devenue la bible de bien des entreprises et de plusieurs médias au Québec), l'homme québécois est en mutation. Aujourd'hui, il n'existe pas un, mais bien DES hommes. Ou plutôt des profils d'hommes. Et bien que ces profils soient trop caricaturaux pour être vrais (de l'aveu même de M. Giguère), ils permettent tout de même de situer les grands archétypes de la masculinité québécoise en ce début de XXI^e siècle.

Basé sur la compilation de centaines de résultats d'enquêtes diverses, Alain Giguère a donc présenté aux publicitaires réunis (des femmes en grande majorité) les six ty-

Si les publicitaires ne savent pas encore de quelle façon s'adresser aux hommes, c'est parce que l'identité masculine est désormais plurielle.

pes d'hommes qu'on peut observer en société à l'heure actuelle : le pratico-pratique, le gars « ben ordinaire », le frais, le résilient, le narcissique et le post-moderne.

On l'aura deviné, près de la moitié des Québécois se trouvent parmi les catégories « ben ordinaire » et « pratico-pratique » (46 %). « Le pratico-pratique passe le plus clair de ses temps libres dans son établi pendant que sa femme cuisine, ce qu'il trouve tout à fait normal, a expliqué Alain Giguère. Le second, le « ben ordinaire », c'est le type un peu fade, nonchalant, encore un peu macho, bref le Québécois dit moyen. »

Or même si la grande majorité des hommes québécois sont conformistes, comme l'a rappelé Alain Giguère, c'est aux hommes narcissiques et post-modernes que s'intéressent de plus en plus les publicitaires.

« Voilà le terrain fertile dans lequel on risque de retrouver des métrosexuels (ces nouveaux hom-

mes qui sont prêts à payer le prix pour soigner leur apparence) », affirme le président de CROP.

Bien qu'ils ne représentent qu'environ 20 % de la population mâle, cette catégorie de consommateurs est celle qui s'avère la plus prometteuse pour les grandes marques de produits de beauté qui commencent à peine à s'attaquer au marché masculin. Du moins, au Québec. Car en France, les agences de publicité ont déjà commencé à explorer le marché des hommes.

« Parce que je le vaux bien »

Nicolas Riou, président-fondateur de la firme de recherche Brain Value, cabinet-conseil qui travaille sur le développement de marchés ciblés, s'intéresse à la condition masculine depuis plusieurs années. Il a amassé une foule de données et d'observations et la présentation qu'il a livrée aux publicitaires la semaine dernière était captivante.

Selon lui, si les publicitaires ne savent pas encore de quelle façon s'adresser aux hommes, c'est parce que l'identité masculine est désormais plurielle. Prenant l'exemple des grandes marques de l'industrie des cosmétiques (LE secteur appelé à se développer au cours des prochaines années), le président de Brain Value a remarqué que « les marques de beauté tâtonnent un peu et l'ouverture des hommes aux cosmétiques n'est pas encore assumée ».

Pour illustrer son propos et pour montrer les tentatives qui se font actuellement pour rejoindre les hommes, il a

présenté des publicités qu'on ne voit pas ici, en Amérique du Nord. Par exemple, une publicité de L'Oréal mettant en vedette le pilote automobile Michael Schumacher qui reprend à son compte le célèbre slogan popularisé par Claudia Schiffer « Parce que je le vaux bien ». Dans cette publicité destinée aux hommes, on insiste sur la performance et les qualités quasi scientifiques du shampoing.

Parmi les autres exemples cités par Nicolas Riou : le nouvel espace destiné aux vêtements pour hommes des Galeries Lafayette, la campagne publicitaire des magasins Au Printemps intitulée : « Le Printemps légalise le shopping pour hommes », ainsi que le nouveau collant pour hommes (!) lancé par la marque de prestige Wolford. Pas de doute, les Français ont quelques longueurs d'avance sur les Québécois.

Citant les campagnes de Biotherm et Nivea (parmi les premières marques à s'attaquer au marché

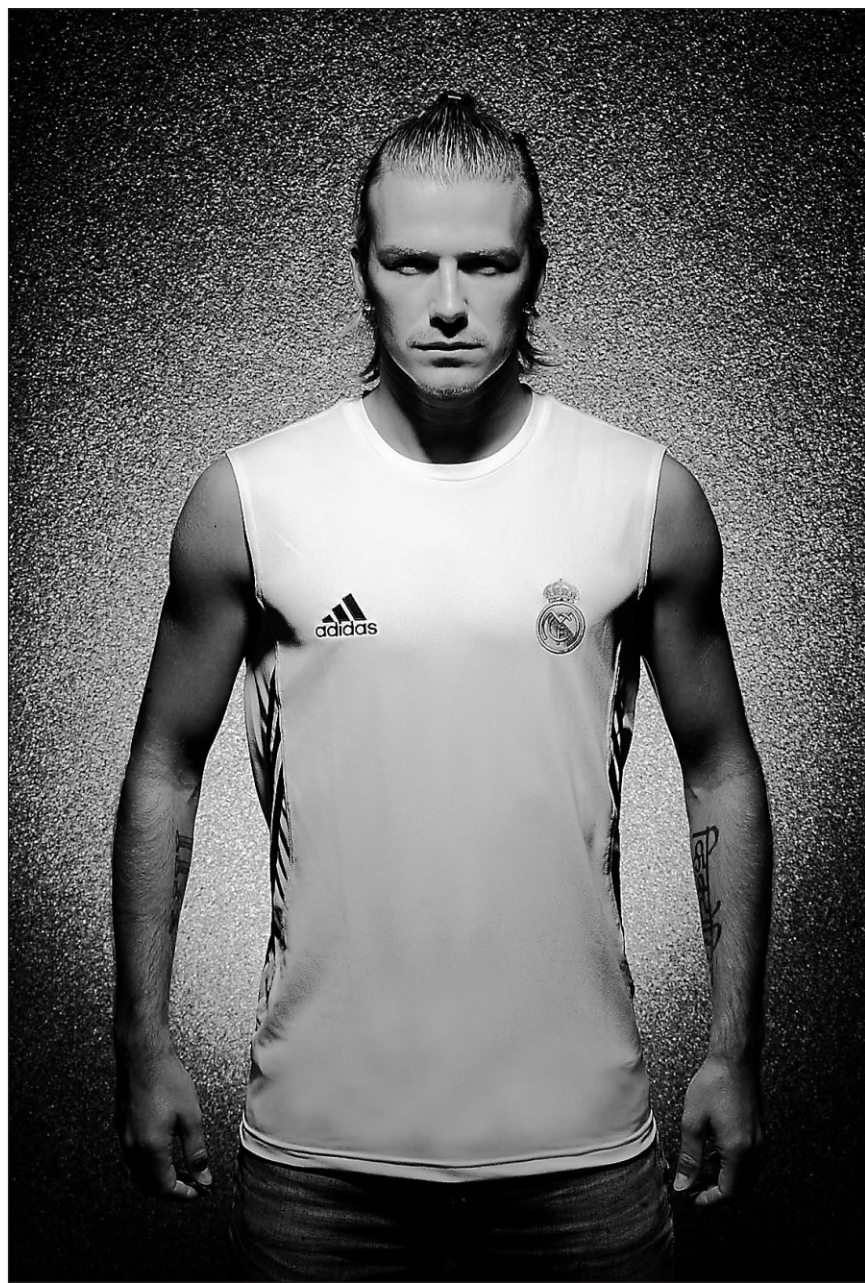


PHOTO GETTY

David Beckham est l'homme qui soigne son apparence, la victime de la mode qui n'a rien perdu de sa virilité puisqu'il est également joueur de football, mais qui en même temps, n'hésite pas à rater un entraînement pour rester auprès de son enfant malade.

de la beauté pour hommes), Nicolas Riou a ajouté « La mayonnaise est en train de prendre. »

Minceur, muscu, santé

Parmi les nouvelles masculinités qui émergent, Nicolas Riou remarque que la notion de santé est incontournable. « On assiste aujourd'hui à une redécouverte du corps masculin, affirme-t-il. Les nouvelles publications qui s'adressent aux hommes, comme *Men's Health* et *M Magazine*, misent sur la nouvelle trilogie du bien-être masculin : minceur, musculature et santé. »

Selon ce spécialiste du consommateur masculin, la crise d'identité des hommes pose de sérieux problèmes aux publicitaires qui ne savent plus trop à qui s'adresser. « Avant, ce n'était pas compliqué d'être un homme, explique-t-il. Aujourd'hui, c'est plus complexe. L'homme actuel se trouve quelque part entre le modèle traditionnel et les multiples possibilités qui s'offrent à lui. Il se cherche. Être un homme, c'est plus compliqué qu'être une femme. Par exem-

ple, les hommes ne savent pas ce que c'est la virilité alors que les femmes, elles, savent depuis la naissance ce qu'est la féminité. »

Selon Nicolas Riou, il y aurait deux figures emblématiques qui incarnent aujourd'hui la masculinité auprès des jeunes hommes âgés entre 20 et 30 ans : le footballeur David Beckham et le rappeur Eminem, le métrosexuel et le rebelle. David Beckham est l'homme qui soigne son apparence, la victime de la mode qui n'a rien perdu de sa virilité puisqu'il est également joueur de football mais qui en même temps, n'hésite pas à rater un entraînement pour rester auprès de son enfant malade. De son côté, Eminem, un jeune homme à l'allure certainement plus violente qui a construit son identité à partir des stéréotypes dominants dans les médias. Ces deux hommes, qui constituent les deux pôles de la nouvelle masculinité, traduisent bien la réalité sociale fracturée qu'on observe actuellement. »

Reste désormais à trouver comment leur parler.

VACANCES/VOYAGE

Préparer l'hiver au Québec

ANDRÉ DÉSIRONT

LE POULS
DU MARCHÉ
COLLABORATION SPÉCIALE

Est-il temps de penser à l'hiver ? Oui, si les activités auxquelles on veut se livrer requièrent des réservations à l'avance ! À la mi-octobre, les associations touristiques régionales présentaient leurs « collections » de produits d'hiver aux médias. Voici quelques nouveautés qui ont attiré notre attention dans le lot.

Des forfaits pour
le parc de la Gaspésie

Les habitués de la Gaspésie connaissent tous le Gîte du Mont-Albert, cette grande auberge aménagée dans un cirque de montagnes au coeur du parc de la Gaspésie.

L'an dernier, le Gîte est resté ouvert pour le premier hiver de son histoire. L'expérience ayant été couronnée de succès, la SEPAQ (Société des établissements de plein air du Québec, qui administre les parcs provinciaux) a décidé de la répéter. L'organisme innove toutefois en proposant des forfaits en avion ou en train, au départ de Montréal ou de Québec, en collaboration avec la CAA-Québec, pour une durée de trois ou cinq nuits. Le transport en train est assuré par Via Rail, qui emmène les passagers jusqu'à New Richmond, à environ 110 kilomètres du mont Albert, d'où on les achemine par la route. Coût de Montréal : 665 \$ pour trois nuits et 898 \$ pour cinq nuits, incluant les petits déjeuners, les repas du soir (cinq services — la table du gîte est une des meilleures de la péninsule gaspésienne) et l'usage d'une paire de raquettes pendant le séjour. Le transport en avion est assuré par Québecair Express jusqu'à Mont-Joli (à deux heures de route du gîte). Les coûts s'élevaient à 855 \$ pour trois nuits et 1179 \$ pour cinq nuits. Au coeur des Chics Chocs, les plus hautes montagnes du sud de la province (entre 800 et 1200 mètres d'altitude), le gîte donne accès au plus beau réseau de sentiers de ski de fond hors pistes du Québec, avec des points de vue spectaculaires sur la mer

et, par temps clair, sur la Côte-Nord, qui se profile à 90 kilomètres de là. Cette année, la SEPAQ damera pour la première fois 24 kilomètres de ce réseau, dont le très beau sentier du lac aux Américains (16 kilomètres). On signalera également qu'un nouveau « centre d'interprétation » du parc de la Gaspésie a ouvert ses portes à quelques centaines de mètres du gîte. On y trouve un coin bistro, une boutique de location d'équipement (raquettes, skis de fond...) et une salle d'exposition thématique où il sera question de « la montagne et ses habitants ». Les forfaits doivent être réservés dans un des points de ventes de Voyages CAA (1-877-861-8222).

Croisières en eaux froides
aux Îles-de-la-Madeleine

Depuis quelques années, le CTMA Vacanciers, un petit paquebot mixte (il embarque également des voitures) de 223 cabines relie Montréal aux Îles-de-la-Madeleine d'avril à octobre. Les armateurs ont décidé de profiter de la vogue des croisières en eaux froides pour lancer une série de neuf forfaits-croisières au départ de Matane, de la fin janvier à la fin mars. À partir du 31 janvier, le navire appareillera de Matane tous les samedis à midi pour arriver aux Îles le lendemain à midi. Pour le retour, il quittera les Îles le jeudi matin pour arriver à Matane le vendredi midi. Aux Îles, les passagers seront hébergés pour quatre nuits au Château Madelinot. Les tarifs du forfait au départ de Matane varient de 712 \$ à 852 \$ par personne (selon le type de cabine et la date des départs, ceux de mars coûtant un peu plus cher), ce qui inclut les repas à bord du bateau, quatre repas principaux aux Îles et deux journées de découverte guidée de l'archipel. En option, les organisateurs proposent des activités payantes comme le kayak, la pêche en eaux blanches, le traîneau à chiens, le kite-surf ou encore, l'observation des blanchons en hélicoptère (450 \$ pour trois heures). « Nous proposons trois thèmes aux gens qui séjourneront dans l'archipel : les sports d'hiver, l'observation des phoques, mais aussi la culture madelinote, avec nos boutiques d'art et les



PHOTO EXPRESS DESIGN

De la fin janvier à la fin mars, le Vacancier appareillera de Matane tous les samedis à midi pour arriver aux Îles-de-la-Madeleine le lendemain à midi.

spectacles dont nous sommes friands, en hiver », dit Léonard Arsenault, porte-parole du groupe CTMA.

Pour informations et réservations : 1-888-986-3278 et www.ctma.ca.

Activités insolites

Pour les amateurs d'activités hivernales sortant de l'ordinaire, on signalera le « Golf sur la banquise », un parcours de golf de neuf trous qui sera aménagé sur les glaces du Saint-Laurent, face au centre-ville de Rimouski, du 20 au 22 février. Les concepteurs ont dessiné chaque trou en s'inspirant d'un parcours de golf connu au Québec. Ainsi, le trou no 2 reproduit le trou no 14 du golf du Bic... L'an dernier, 320 golfeurs avaient rele-

vé le défi. « C'est plus difficile que sur un terrain de golf normal, parce que tout est blanc et qu'on distingue mal les contours du parcours, remarque Pierre Fraser, porte-parole de Tourisme Bas-Saint-Laurent. Mais cela intéresse les mordus. Les magazines spécialisés signalent l'événement et les golfeurs qui sont venus s'essayer, l'an dernier, venaient de partout. » (1-800-746-6875 ou www.tourisme-rimouski.org).

Aux Bergeronnes (près de Tadoussac), la compagnie Écotours propose des sorties guidées en kayak au milieu des glaces du Saint-Laurent et du Saguenay. Les sorties se font en groupes de 4 à 16 personnes et l'équipement est loué sur place (1-866-637-6663).

Le parc de la Mauricie proposera

des forfaits de ski de fond avec camping hivernal. Les amateurs pourront dresser leur tente sur les sites utilisés pour le camping rustique du secteur Rivière-la-Pêche, pendant l'été. Ils auront accès à un abri-cuisine équipé d'un poêle à bois, pour se faire à manger, et à des toilettes sèches. Le parc déploie un réseau de 80 kilomètres de sentiers entretenus et huit haltes chauffées (1-888-855-6673).

En Outaouais, le parc de la Gatineau propose des sorties en raquettes sous les étoiles. Un guide-animateur apprendra aux participants à reconnaître les étoiles et contera des légendes « outaouaises ». La soirée se terminera par un repas de spécialités régionales : (819) 778-2344.

Tremblant lance sa saison

ANDRÉ DÉSIRONT
COLLABORATION SPÉCIALE

Tremblant a un problème de perception au Québec : « Les Québécois croient que nous sommes un produit jet set, réservé aux Américains et aux Ontariens, ce qui ne correspond absolument pas à la réalité », observe Benoît Deshaies, vice-président ventes et marketing de la station des Laurentides. Autre problème : la clientèle réserve de plus en plus à la dernière minute, comme dans l'industrie du voyage. « Cela nous a incités à réaménager notre stratégie de prix », poursuit M. Deshaies.

La brochure « Guide de vacances » de la station, qui répertorie les forfaits de la prochaine saison d'hiver,

propose ainsi des réductions de 15 % aux consommateurs qui réserveront avant le 30 novembre. Exactement comme dans le cas des forfaits pour les destinations soleil et dans celui des charters pour l'Europe. Un client qui ne réserve pas longtemps d'avance risque toujours d'aller ailleurs et des taux de remplissage qui s'annoncent trop bas incitent à dépenser des fortunes en publicité !

En ce qui concerne la perception de station huppée, le vendeur en chef fait observer que les prix des forfaits proposés démarrent à 129 \$ par nuit, hébergement, billets de remontée, petit déjeuner et lunch inclus. La saison a été divisée en périodes correspondant aux cycles qui rythment

l'hiver : avant Noël, période des Fêtes, ski de janvier, relâche scolaire...

Côté nouveautés, on signalera l'aménagement de deux nouvelles pistes de calibre avancé sur le versant Nord et d'un second parc pour planches à neige et ski freestyle sur le versant Sud.

La première des deux nouvelles pistes fait 936 mètres de long. Elle a été baptisée « la Supérieure », parce qu'elle offre une vue superbe sur le lac du même nom. L'autre, d'une longueur de 750 mètres, a été baptisée « la Griffes », parce que les ours laissent de nombreuses marques de griffes sur les arbres de ce secteur. Leur inauguration porte à 94 le nombre de pistes skiabiles de la station.

Tremblant, qui était desservie par avion en direct (via l'aéroport de La Macaza) depuis Toronto, sera aussi reliée à Boston et New York, cet hiver. Les liaisons sont assurées par Voyager Air, une compagnie de Toronto qui exploite des Dash 8 de 44 places.

AUBAINES À SAISIR

Quelques aubaines à moins de 1000 \$ pour les départs de cette fin de semaine et des réductions variant de 20 % à 40 % pour les départs plus éloignés... c'est la routine. Voici des exemples d'aubaines chez les principaux grossistes :

> Riviera Maya (Mexique), départ du 7 novembre pour une semaine au Cameleon Marival : 948 \$ avec Vacances Air Transat (prix régulier : 1379 \$).

> Puerto Plata (République dominicaine), départ du 8 novembre pour une semaine au Allegro Playa Dorada : 908 \$ avec Vacances Air Transat (prix régulier : 1279 \$).

> Cancun (Mexique), départ du 9 novembre pour une semaine au Aquamarina Beach Hotel Cancun : 998 \$ avec Vacances Air Transat (prix régulier : 1399 \$).

> Holguin (Cuba), départs des 14 et 15 novembre pour une semaine au Playa Pesquero : 1198 \$ avec Tours Mont-Royal (prix régulier : 1399 \$).

> Cayo Coco (Cuba), départs des 14, 15 et 16 novembre pour une semaine au El Senador : 1038 \$ avec Tours Mont-Royal (prix régulier : 1309 \$).

> Cancun (Mexique), départ du 15 novembre pour une semaine au Oasis Cancun : 1298 \$ avec Tours Mont-Royal (le prix régulier : 1539 \$).

> Puerto Plata (République dominicaine), départ du 15 novembre pour une semaine au Casa Marina Reef : 1048 \$ avec Tours Mont-Royal (prix régulier : 1309 \$).

> Puerto Plata (République dominicaine), départ du 16 novembre pour une semaine au Breezes Puerto Plata : 998 \$ avec Vacances Signature (prix régulier : 1359 \$).

> Puerto Vallarta (Mexique), départ du 17 novembre pour une semaine au Grand Marival Nuevo Vallarta : 1098 \$ avec Vacances Signature (prix régulier : 1639 \$).

LES AGENCES DE
VOYAGES BERGERON INC.
AUSTRALIE, GOLD COAST, LONG SEJOUR, 3 SEM,
condo 4*, entre 26 janv. et 24 fév. 2 679 \$ + 202,00 tx.
DÉCOUVREZ LA GRÈCE. LONG SEJOUR 3 SEM.
Au Kinetta Beach, sur la plage, animation, équipe québécoise,
3 repas par jour. Départ 24 février 2004 : 1 599 \$ + 120 \$ (taxes).
SEJOUR COMBINÉ GRÈCE ET CRÈTE 3 SEM.
Kinetta Jo-An palace (15 nuits, 3 repas/jrs et 5 nuits, 2 repas/jrs).
Départ le 18 mars 2004 : 1 999 \$ + 165 \$ (taxes).
COSTA DEL SOL - ESPAGNE LONG SEJOUR 3 SEM.
Au Bajondillo, en studio, du 9 au 30 mars 2004, vols, transferts,
studio 1 575 \$ + 155 \$ (taxes).

ITALIE, 12 AU 26 AVRIL
Taormina, Sorrento et Rome, 15 jours, 2 540 \$
plus 158 \$ (taxes) Réservez avant le 30 novembre.
Souper présentation gratuit
Places limitées, RSVP: 27 nov. 19hres

MONTRÉAL (514) 273-3301 LONGUEUIL (450) 651-9551
SANS FRAIS 1 (866) 273-3301 • 1 (877) 651-9551

Voyages Optimistes inc. La spécialiste
7068, Sherbrooke Est, Montréal (514) 255-8833 • 1 877-255-8833
**CÉLINE DION
À LAS VEGAS**
14 au 18 décembre
899\$ incluant : vol, transferts,
hébergement Imperial Palace,
billet de spectacle et taxes

QUÉBEC • STE-FOY
Clarion Hotel
Spécial
99 00\$ occ. dble
• Petit déjeuner inclus
• Centre de santé,
• Stationnement gratuit,
• Piscine intérieure
• Enfant 6 ans et moins gratuit (max 2)
1 800 463-5241
3125, boul. Hochelaga Ste-Foy
Valide jusqu'au 30 avril 2004,
sur disponibilité taxes en sus

**VOYAGES MONY TOURS
VOYAGES GABY**
DÉPART ACCOMPAGNÉ EN TUNISIE!
29 février au 14 mars 2004 **1 759\$** + 113 \$ tx. par pers. en occ. double
Le forfait comprend :
• Vol direct, accueil et transferts
• 13 nuits, 26 repas, sac de voyage
• 6 jours de circuit en autocar privé avec guide francophone
Présentation gratuite à Ste-Thérèse le 26 novembre
Autres dates disponibles en individuel
DÉPART ACCOMPAGNÉ À PRAGUE!
6 au 13 déc. 2003 **1 181\$** tx incl. + visa 80 \$
Le forfait comprend :
• Vol direct, accueil et transferts
• Souper de bienvenue, déjeuner buffet tous les matins
• Hôtel 4* Meteor Plaza
• Guide franco-phonie pour les visites locales
• Plusieurs excursions incluses! *Il ne reste que 4 places!*
AVENTURE ET CULTURE AUTOUR DU MONDE
• Circuit avec guides • Prix en occ. double
• Plusieurs repas inclus • Aussi départ individuel
DÉPARTS GARANTIS
PÉROU à partir de 3 995\$
ÉQUATEUR à partir de 2 995\$
VIETNAM (supérieur) à partir de 3 695\$
MALI à partir de 5 695\$
ÉGYPTE (supérieur) à partir de 3 579\$
INDE (supérieur) 17 jours à partir de 4 895\$
NOUVEAU EXTENSIONS au CAMBODGE de 1 à 6 jours
• Plusieurs autres circuits disponibles!
www.voyages-gaby.com
MONTRÉAL 514.733.5396
Ouvert du lun. au ven. 9 h à 18 h
STE-THÉRÈSE 450.430.2151
Ouvert du lun. au dim.

VOYAGES MONY TOURS ET VOYAGES GABY
10 CROISIÈRES DE LA SEMAINE
(taxes incluses)

Départ	Durée	Navire	Destination	Prix
9 nov.	7 jrs	Paradise (non-fumeur)	Caribées de l'Est	1 199 \$
17 nov.	11 jrs	Horizon	Caribées de l'Est	1 498 \$
28 nov.	10 jrs	Mercury	Riviera Mexicaine	1 648 \$
8 déc.	14 jrs	Olympia Explorer	Hawaii	2 549 \$
13 déc.	7 jrs	Grandeur of the Seas	Caribées de l'Ouest	1 199 \$
11 janv.	7 jrs	Carnival Destiny	Caribées du Sud	1 398 \$
7 fév.	7 jrs	Disney Magic	Caribées de l'Est	1 638 \$
7 fév.	7 jrs	Norwegian Wind	Caribées de l'Ouest	1 399 \$
29 fév.	14 jrs	Zenith	Caribées de l'Ouest exotique	1 699 \$
25 avril	7 jrs	Norwegian Crown	Bermudes	1 599 \$

Plusieurs autres croisières disponibles!
1 866-447-0030 et (450) 430-8653
Tous les prix sont sujets à changement sans préavis et selon disponibilité.

SPORTSMANIA
SKI EUROPE
FRANCE - SUISSE - AUTRICHE - ITALIE
Demandez notre nouvelle brochure 2004, Maintenant disponible (sans intermédiaires)
Voir notre site : **www.voyages-sportsmania.com**
Janvier 2004, Spécial 3 vallées Forfait 3ème âge
Voyages SPORTSMANIA
709, Taschereau, Sainte-Thérèse, Québec J7E 4C9
(450) 430-0187 • Fax : (450) 434-7000
Courriel : sportsmania@videotron.ca

Gucci perd Tom Ford, faute de lui laisser les coudées franches

Le groupe Pinault-Printemps-Redoute doit prendre le contrôle entier de Gucci en avril 2004

HASSEN ZENATI
AGENCE FRANCE PRESSE

PARIS — Le troisième groupe mondial du luxe, l'italien Gucci, filiale de Pinault-Printemps-Redoute (PPR), a perdu hier ses deux vedettes, le président directeur général Domenico De Sole et le styliste Tom Ford, son directeur de création, qui exigeaient de garder les coudées franches au sein de leur maison mère.

Le retrait de ces deux stars du luxe mondial constitue un véritable baptême du feu pour l'héritier de « l'Empire Pinault », François-Henri Pinault, 41 ans, intronisé en mai président d'Artemis, la holding opérationnelle du groupe PPR, et appelé à choisir leurs successeurs d'ici avril 2004.

PPR s'est engagé à garantir « l'autonomie et l'identité » de la marque, a assuré hier Serge Weinberg, président du directoire de PPR, lors d'une conférence téléphonique, se refusant à donner la moindre indication sur le calendrier éventuel des nominations, ni sur l'identité des successeurs.

Artemis, outre 42 % de PPR, détient aussi Christie's, 8 % de Bouygues, l'hebdomadaire Le Point, le vignoble Château-Lafour, des sociétés d'assurance-vie,

ou encore le Théâtre Marigny à Paris.

Le départ de MM. De Sole et Ford était pressenti depuis plusieurs semaines. Mais il a été précipité, les deux parties ne parvenant pas à s'entendre sur les conditions de la poursuite de leur collaboration.

Le titre PPR a été sanctionné à la Bourse de Paris où il a terminé en recul de 4,82 % à 84 euros.

Les opérateurs s'interrogeaient sur l'avenir de « Gucci sans De Sole et Ford ». Pour les uns, il s'agirait d'une « bonne nouvelle » pour PPR, qui reprend l'affaire en mains, et pour d'autres d'une « mauvaise » qui risque de déstabiliser le fragile groupe de luxe italien.

MM. De Sole et Ford exigeaient d'avoir les « coudées franches » pour toutes les décisions stratégiques concernant Gucci, ce à quoi PPR, tout en reconnaissant leur talent, ne pouvait se résigner.

Les incertitudes sur l'avenir de Gucci sont d'autant plus grandes que le groupe vient de vivre un premier semestre calamiteux, marqué par une chute vertigineuse de ses bénéfices. Il a subi de plein fouet les effets de la guerre en Irak, du SRAS en Asie et de la vigueur de l'euro face au dollar.

Gucci, qui englobe la marque du même nom, mais aussi le joaillier

Boucheron, les maisons de couture Yves Saint Laurent, Alexander McQueen et Stella McCartney, ainsi que le maroquinier Bottega Veneta, table sur un redressement en fin d'année et en 2004.

Domenico De Sole et Tom Ford étaient en négociations avec PPR pour le renouvellement de leur contrat venant à échéance en avril 2004.

Le groupe de François Pinault profitera de l'expiration de leur contrat pour prendre le contrôle de la totalité du capital, dont il ne possède actuellement que 67,65 %. Une offre publique est en cours au prix de 85,52 dollars par action, soit au total quelque 3 milliards d'euros.

Domenico De Sole et Tom Ford se sont engagés à rester en fonction jusqu'au 30 avril, « afin d'assurer le succès des prochaines collections et une transition en douceur ».

Leurs successeurs doivent être choisis par un comité présidé par Serge Weinberg et comprenant Adrian Bellamy, président du conseil de surveillance de Gucci, et François-Henri Pinault.

L'intrusion de PPR dans le luxe, au grand dam de son rival LVMH auquel il a ravi Gucci, avait été accueillie il y a quatre ans avec scepticisme. Depuis, PPR estime avoir gagné sa légitimité.



PHOTO ARCHIVES LA PRESSE

Cette tenue créée par Tom Ford pour Yves Saint Laurent a été un des emblèmes de la relance de cette marque sous l'égide de Ford, qui quitte maintenant son poste à la tête de Gucci et de Saint Laurent, parce qu'on ne le laissait pas libre d'agir comme il l'entendait.

LA PHRASE SECRÈTE PH895

Thème: Citation de Georges Courteline
Placez les lettres de chaque colonne dans la case appropriée de manière à former une phrase complète. Les mots sont séparés par une case noire

05-11-2003

E	N	A	F	C	M	O	S	O	N	T	L	P	O	R	T	O	N	S	E	S	L	S

Solution du dernier numéro : Ce que nous gagnons en connaissances, nous le perdons en sentiments.

METEO

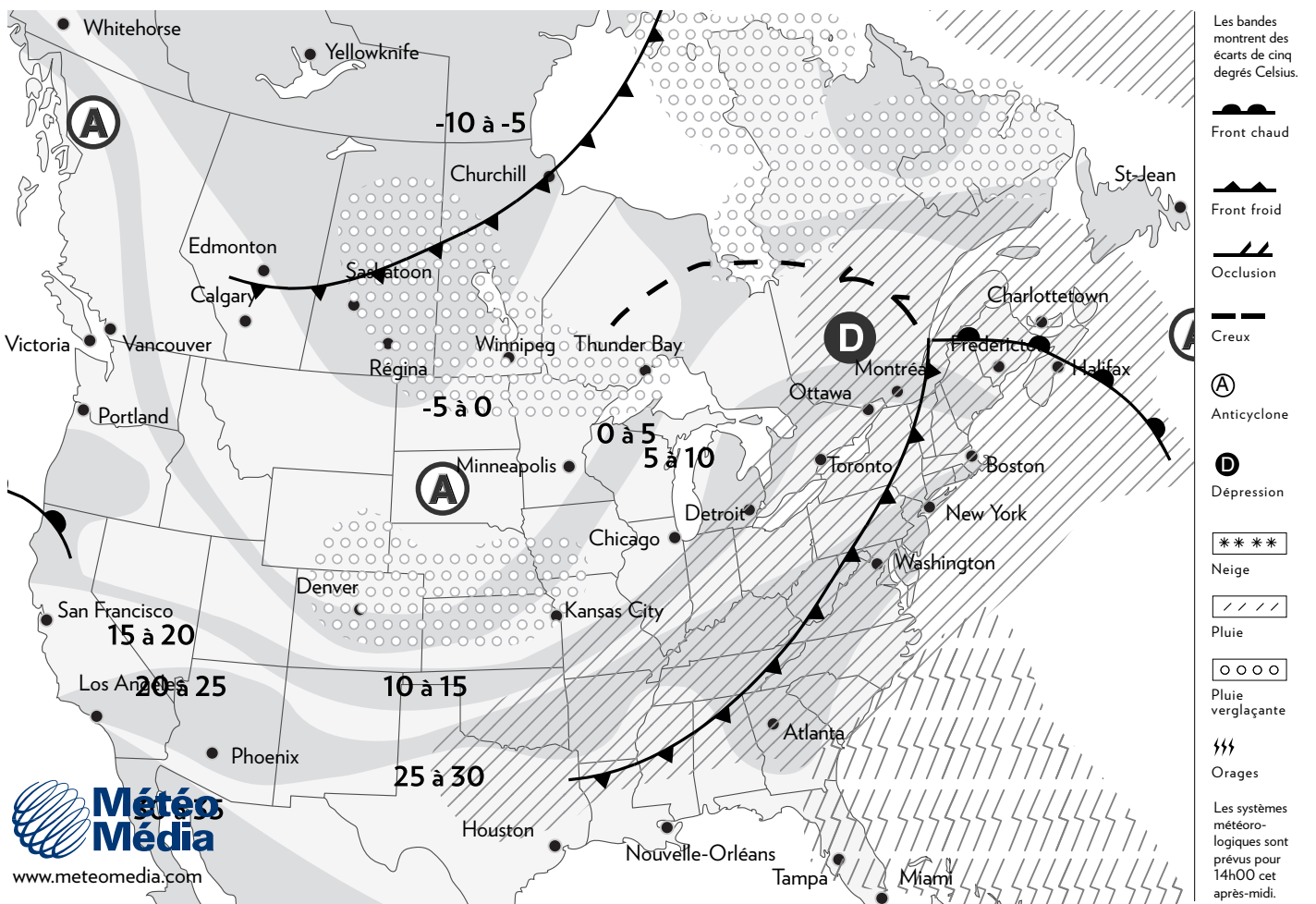
MONTRÉAL ET LES ENVIRONS

AUJOURD'HUI	MAXIMUM	Nuageux avec faible pluie. Probabilité de précipitations: 80 %. Vents de l'est à 15 km/h tournant du sud à 20 km/h.
	14	
CETTE NUIT	MINIMUM	Plutôt nuageux. Probabilité de précipitations: 30 %.
	2	
DEMAIN	MAX/MIN	Ciel variable. Probabilité de précipitations: 30 %.
	9/0	
VENDREDI		Plutôt nuageux avec quelques averses. Probabilité de précipitations: 40 %.
	6/-5	

QUÉBEC	OTTAWA	TORONTO
AUJOURD'HUI Pluie. 9/1.	AUJOURD'HUI Nuageux avec averses. 15/2.	AUJOURD'HUI Plutôt nuageux. 15/3.
DEMAIN Ciel variable. 7/-3.	DEMAIN Ciel variable. 8/-1.	DEMAIN Ciel variable. 9/-1.

LES SYSTÈMES MÉTÉOROLOGIQUES

MM utilise des données d'Environnement Canada



PRÉVISIONS RÉGIONALES



BAIE-COMEAU	BAIE-JAMES	GASPÉ	SEPT-ÎLES
AUJOURD'HUI Grésil. 5/-4.	AUJOURD'HUI Plutôt nuageux. -2/-6.	AUJOURD'HUI Neige fondante. 5/-1.	AUJOURD'HUI 1 à 3 cm de neige. 1/-2.
DEMAIN Plutôt nuageux avec averses de pluie ou de neige. 5/6.	DEMAIN 3 à 5 cm de neige. 0/-9.	DEMAIN Ciel variable. 11/-6.	DEMAIN Plutôt nuageux avec averses de pluie ou de neige.

L'ALMANACH QUOTIDIEN POUR MONTRÉAL

TEMPÉRATURE	MAX	MIN	FACTEUR VENT	Nul	LE SOLEIL ET LA LUNE	6h39	16h37	15h32	2h57
Hier	8	-2	Aujourd'hui	Nul					
Normales du jour	8	0	Aujourd'hui	Bas					
Auj. l'an passé (Observé hier à 15h)	2	-1	INDICE UV						
			Aujourd'hui						
RECORDS			PRÉCIPITATION						
Plus haut maximum	19 en 1988		Hier	18.2 mm					
Plus bas minimum	-10 en 1986				9 nov	17 nov	23 nov	30 nov	

AU PAYS	LE MONDE	AU SOLEIL
Calgary	Amsterdam	Acapulco
Éclaircies -7/-10	Soleil 10/8	Orages 30/24
Beau 3/-11	Pluie 22/18	Atlantic City
Pluie 9/6	Pluie 11/7	Averses 21/13
Variable 9/-1	Variable 8/2	Boston
Edmonton	Soleil 11/7	Averses 16/12
Éclaircies -8/-12	Soleil 11/7	Beau 35/21
Variable -2/-13	Soleil 23/19	Cape Cod
Frédéricton	Pluie 17/13	Averses 16/12
Pluie 10/3	Soleil 13/12	Daytona B.
Averses -9/-13	Soleil 19/11	Averses 28/21
Halifax	Beau 13/12	La Havane
Pluie 11/7	Beau 19/11	Beau 32/22
Variable 16/2	Nuageux 13/7	Honolulu
Beau -1/-10	Pluie 23/9	Beau 30/23
Thunder Bay	Pluie 5/4	KeyWest
Variable 0/7	Soleil 23/9	Averses 29/26
Beau 8/4	Pluie 11/6	Kenebunk Pt.
Ensoleillé 4/0	Beau 34/25	Pluie 13/7
Variable 8/4	Variable 23/20	Miami
Victoria	Soleil 16/10	Orages 29/25
Ensoleillé 6/-1	Pluie 18/13	Myrtle B.
Variable 9/5	Averses 23/15	Averses 26/17
Plu ou nei 1/-7		Niagara F.
Pluie 11/3		Averses 18/3
Saint-Jean		Old Orchard
Nuageux 3/2		Pluie 13/7
Pluie 11/3		Orlando
Saskatoon		Orages 29/21
Nuageux -9/-13		Palm Springs
Variable -5/-15		Variable 22/10
Sudbury		Tampa
Éclaircies 8/7		Orages
Variable 3/-8		Orages 30/20
Beau -1/-10		W. Palm B.
Thunder Bay		Nuageux 26/17
Variable 0/7		Averses 18/3
Beau 8/4		Pluie 13/7
Ensoleillé 4/0		Orages 29/21
Variable 8/4		Variable 22/10
Whitehorse		Wildwood
Nuageux -8/-11		Orages
Variable 2/-9		Orages 30/24
Windsor		Averses 21/13
Nuageux 14/3		
Variable 10/-2		
Winnipeg		
Ave neige -4/-14		
Variable -3/-15		
Yellowknife		
Éclaircies -9/-11		
Variable -6/-9		



**NETTOYAGE
RÉSIDENTIEL**

@ la



Nettoyage de conduits

Aucuns frais cachés!

Un seul prix*

Pour système de chauffage simple et système monozone.

179\$

- AUCUNS frais de départ
- AUCUNS frais par conduit
- AUCUNS frais d'accès

Notre équipement de qualité professionnelle nettoie par aspiration les conduits d'aération et de ventilation. Il est muni de filtres à très haute efficacité, qui retiennent jusqu'à 99,97 % des irritants en suspension dans l'air. Renseignez-vous au sujet de nos filtres électrostatiques et de notre désinfection entièrement naturelle!

Cette semaine seulement!

99\$

Nettoyage de la soufflerie et des serpentins

Notre prix ord.: 158\$

Offre valide jusqu'au 8 novembre 2003.



NETTOYAGE RÉSIDENTIEL
DÉCORATION INTÉRIEURE
RÉNOVATION RÉSIDENTIELLE

QUALITÉ • FIABILITÉ • COMMODITÉ



1 800 818-7779

Pour les services de nettoyage résidentiel Hbc, faites le «1».

*Services résidentiels seulement. L'équipement illustré peut être différent de celui qui est utilisé. Services non offerts dans toutes les régions.
© Copyright 2003 Compagnie de la Baie d'Hudson

www.hbc.com

EN BREF

Un suivi « cardio » dès l'adolescence ?

Des chercheurs recommandent de pratiquer des tests sur certains adolescents pour prédire leurs risques d'être frappés de maladie cardiovasculaire à l'âge adulte, un dépistage dont la fiabilité est décrite dans deux études à paraître aujourd'hui. « Nos résultats montrent que les enfants et adolescents présentant plusieurs facteurs (de la maladie) ont un risque accru d'être frappés d'athérosclérose à l'âge adulte », écrivent les auteurs finlandais d'une étude menée sur 2200 enfants et adolescents de 3 à 18 ans, et sur ces personnes 21 ans plus tard. La seconde étude, menée sur 486 personnes par des chercheurs de Tulane University en Louisiane, arrive à la même conclusion, en mettant en avant le niveau de cholestérol comme le meilleur outil pour prédire la survenance de maladie à un jeune âge, selon les travaux publiés dans le *Journal of the American Medical Association*. — PC

Identification d'un gène lié à l'ostéoporose

Des chercheurs islandais ont identifié des variations sur un gène impliqué dans la formation osseuse dont la présence multiplie par trois le risque d'être atteint d'ostéoporose, selon des travaux publiés lundi aux États-

Unis. Trois types de variations sur le gène appelé BMP2 paraissent augmenter les risques d'être touché par cette maladie, selon les travaux de chercheurs de la firme islandaise Decode qui s'appuient sur l'analyse du génome de centaines de personnes atteintes d'ostéoporose. Les scientifiques ont pu identifier 207 familles dont plusieurs membres étaient touchés par la maladie et ont cherché des points communs dans leur génome, établissant des similarités dans une zone du chromosome 20 contenant six gènes connus dont quatre sont impliqués dans la formation osseuse. L'analyse du génome de 705 personnes a permis d'identifier plus précisément le gène BMP2 dont le séquençage chez 188 patients a permis de découvrir des variations multipliant par trois le risque d'être touché par la maladie, selon les auteurs de l'étude publiée dans la revue *Public Library of Science*. Pour les chercheurs, « comprendre les mécanismes et les effets du gène BMP2 pourrait non seulement aider à identifier des cibles pour des médicaments contre l'ostéoporose mais aussi, grâce à la mise au point de tests ADN de diagnostic, permettre de déterminer ceux qui sont le plus à risque » d'être touchés. Maladie liée à l'âge, l'ostéoporose concerne 20 à 30 % des femmes ménopausées, et 50 % des femmes de plus de 60 ans, avec un risque de fracture augmentant fortement avec l'âge. Dans une moindre proportion, 13 % environ, cette maladie affecte aussi les hommes à partir de la cinquantaine. — AFP

Le nouveau Freestar de Ford

Le Bancaché est arrivé

À partir de **24 695\$***

1. Relevé



2. Replié



3. Caché

Le nouveau **Bancaché** disparaît dans le plancher en trois étapes faciles.

Également de série :

- Moteur V6 de 4,2 L développant le meilleur couple de sa catégorie : 265 lb-pi
- Freins assistés à disque avec antiblocage aux 4 roues
- Pneus et jantes de 16 po
- 34 espaces de rangement
- Entrée sans clé à télécommande
- Témoin de sous-gonflage des pneus

Freestar. Notre minifourgon le plus sécuritaire jamais construit.



Bien pensé



Photos à titre indicatif seulement. Les fauteuils Capitaine à la 2^e rangée sont offerts en option. *Transport (1 025 \$) et taxes applicables en sus. Le prix annoncé inclut une remise taxable du constructeur de 500 \$. Les taxes sont calculées sur le montant total à l'achat avant la déduction de la remise. Cette offre s'adresse à des particuliers et ne peut être jumelée à aucune autre, à l'exception de la remise aux diplômés à laquelle s'appliquent certaines conditions. Cette offre d'une durée limitée peut être annulée en tout temps sans préavis. Votre conseiller Ford peut vendre moins cher. Tous les détails chez votre conseiller Ford.