

ACTUEL



Le retour
des tresses

Page 4

Latrell Sprewell

Le bataillon
des constructifs

Page 7



La Presse

CAHIER B | LA PRESSE | MONTRÉAL | MARDI 18 SEPTEMBRE 2001

VICTOIRE DES VICTORIENS!



Tenue
Yves-
Saint Laurent

Graphisme JOCELYNE POTELLE

YASMIN GROTHÉ
collaboration spéciale

Cette saison, les créateurs ont de nouveau le réflexe rétroviseur en tête.

Tout ce qui est *vintage* (lire: rétro) est dans l'air du temps et les designers puisent loin, très loin, dans les annales de la mode. Résultat? Un des looks les plus percutants de la saison était de mise il y a un siècle!

C'est la reine Victoria qui serait fière. (Ou le roi Édouard, tant qu'à y être.)

«Pas encore!» soupirez-vous peut-être en lisant cet article. On commençait à peine à s'habituer aux effets techno et aux silhouettes ergonomiques d'allure Prada et voilà qu'on nous somme de nouveau de changer d'allure illico...

Restons calmes. Oui, les tendances se succèdent à un rythme trépidant, mais on peut aussi dormir sur nos deux oreilles en sachant que, désormais, plusieurs styles cohabitent en parfaite harmonie. Exemples: plateformes et talons aiguilles marchent côte à côte. Corssets et camisoles de débardeur s'exhibent allègrement sur les trottoirs et sur les présentoirs. Alors laissez aller votre cœur!

Cela dit, les vêtements d'allure ancienne ont la cote. Tout a commencé avec *Imitation of Christ*, le duo de créateurs de l'heure, qui s'est fait toute une réputation chez les starlettes (dont l'actrice underground Chloé Sevigny, qui est devenue porte-parole de la marque) et les fashionistas averties de New York toujours à l'affût de tout, tout, tout ce qui est nouveau et intéressant. Chez *Imitation of Christ*, la création est réduite au minimum puisqu'on chuchote dans les coulisses de la mode que les deux comparses vont chercher directement dans les marchés aux puces des robes, blouses et jupes possédant le plus haut pourcentage possible de dentelles et de détails tarabiscotés pour ensuite les présenter sur la passerelle. Jolie façon de commercialiser une ligne! Enfin, peu importe vraiment comment ils arrivent à faire la publicité autour de leur nom, l'essentiel est qu'ils ont largement contribué à réhabiliter la dentelle, le frou-frou et les envolées victoriennes ou édouardiennes.

Et tout cela n'est pas tombé dans l'oreille d'un sourd. Vous n'avez qu'à regarder les pages glacées des magazines de mode de cet automne pour le croire.

Cette saison, la maison Yves Saint Laurent a de nouveau le vent en poupe. Le grand responsable de ce retour remarqué est l'incontournable Tom Ford, déjà grand chef d'orchestre de la remontée fulgurante de Gucci il y a quelques années.

Voir VICTORIEN en B5
Suite du dossier en B3

DE LA TÊTE AUX PIEDS

Jennifer Kakon et Scott Richler

ÈVE DUMAS

Malgré les apparences, les contes de fées sont rares dans le fugitif monde de la mode. Or, la très jeune marque d'accessoires Jennifer Scott, dessinée par le couple Jennifer Kakon et Scott Richler, qui ont tous les deux 26 ans, est en voie de devenir une véritable réussite. Les deux amis d'enfance ont trouvé la recette du succès: produire ici et exporter aux États-Unis, où les Américaines nanties et magasiniques s'arrachent présentement sacs à main, ceintures et bijoux de ces mignons Montréalais au goût sûr.

«Les Américaines sont excessives. Elles dépensent sans compter et sans y penser. Il y a une cliente qui m'a appelée un jour pour commander des bagues. Elle en voulait une pour chaque doigt et ces bagues coûtent de 100 à 200 \$US chacune!» s'exclame la blonde Jennifer, dans un très joli français appris d'un père marocain et d'une mère anglaise bilingue.

Le États-Unis, un marché de rêve pour la compagnie qui, après seulement deux ans d'exploitation, a réussi à placer ses produits dans les boutiques et les grands magasins les plus en vue de New York, Los Angeles et tout ce qu'il y a entre les deux capitales américaines du *glamour*. Des noms? Bergdorf Goodman, Barney's et Fred Segal, sans compter les bonnes adresses de Londres et de Tokyo. En plus, les ventes sont accompagnées (ou précédées) par des éloges nombreux dans les magazines *Vogue*, *Bazaar*, *InStyle*, *Mademoiselle*, entre autres.

«C'est rendu que si je ne vois pas nos choses dans un magazine pendant un mois, ça me fait peur!» avoue Scott, également bilingue, par amour. Pas tête enflée pour deux sous américains, il sait à quel point le milieu de la mode est éphémère. La coqueluche d'hier peut rapidement devenir le *has been* de demain en moins de temps que ça ne prend pour poser un seul cristal de Swarovski. «Des fois, on s'arrête et on se demande ce qui s'est passé. Comment est-ce qu'on est passé de faire des petits bracelets à des sacs à 800 \$US?»

Mais pour l'instant, le travaillant tandem baigne en pleine gloire depuis un an, soit la moitié de sa courte histoire qui débute en 1999. Jennifer revenait de Paris où elle avait remarqué un engouement pour des bracelets perlés en forme de Slinky. Pour se désennuyer de son emploi en publicité, la diplômée en communications et en enseignement s'est mise à reproduire les pièces qu'elle avait aperçues sur tous les bras des élégantes de la Ville lumière. Dans les boutiques où elle magasinait, les vendeuses s'exaltaient devant ses

«créations» et c'est ainsi que, sans avoir demandé quoi que ce soit, elle plaça ses premiers bijoux dans quelques commerces de Montréal.

Les commandes se sont mises à pleuvoir, si bien que les dix doigts de Jennifer ne fournissaient plus. Scott l'architecte, en bon copain qu'il est, a mis ses deux mains maladroites à contribution, le soir, la nuit, la fin de semaine. «La mère de Scott passait des nuits avec nous pour nous aider à remplir les commandes. Scott détestait ce travail parce que ses doigts sont trop gros pour enfiler des perles!» Quel soulagement lorsqu'ils se sont diversifiés – pour suivre la dernière saute d'humeur de la mode – dans les cristaux de Swarovski, qu'ils collaient sur des bandes de cuir.



Photo ROBERT MAILLOUX/La Presse

Voir JENNIFER SCOTT en B5

Rédacteurs ~~souhaités.~~
~~requis.~~ très attendus. recherchés.

workopolis.com
LE PLUS IMPORTANT SITE D'EMPLOIS AU CANADA

BANDE À PART



Des pilules contre l'impuissance dérobées d'un labo

Agence France-Presse

LEVERKUSEN, Allemagne — Des pilules contre l'impuissance, actuellement testées par le groupe pharmaceutique allemand Bayer, ont été dérobées d'un laboratoire.

« Après avoir été alertés de la découverte d'une première tablette volée, nous avons mené une enquête interne et sommes arrivés à la conclusion qu'il s'agissait sans doute de plus d'une tablette. Nous avons aussitôt alerté le parquet de Cologne (Ouest) », a indiqué à l'AFP le porte-parole de Bayer, Roland Ellmann.

Le Vardenafil, concurrent du Viagra, la célèbre pilule bleue de l'Américain Pfizer, devait être commercialisé d'ici 2002, et Bayer s'appretait à déposer cette année une demande d'autorisation.

Des milliers de pilules de Vardenafil auraient été dérobées, à raison de 500 par jour au cours des quatre dernières semaines, par deux employés intérimaires chargés de la surveillance et de l'entretien des machines au siège du groupe, affirme le quotidien populaire Bild.

Elles auraient ensuite été vendues sous le manteau par un intermédiaire, notamment dans des discothèques et dans un club sportif, poursuit le quotidien. Les pilules auraient été vendues entre 10 et 50 euros pièce, et auraient obtenu un certain succès auprès des culturistes et des jeunes.

Bayer s'est refusé à commenter ces informations « dans l'intérêt de l'enquête » et a précisé avoir « renforcé les mesures de sécurité » autour du médicament.

Selon le Dr Hartmut Porst, urologue responsable d'une série de tests concernant le Vardenafil, le médicament peut être dangereux. « Si la pilule est prise en même temps que des poppers ou de l'ecstasy, elle peut conduire à un arrêt subit du coeur », affirme-t-il dans Bild.

En novembre dernier, Bayer avait annoncé le succès de premières séries de tests sur le Vardenafil. Ces tests sur des échantillons de patients souffrant de problèmes d'érection avaient révélé « quasiment pas d'effets secondaires », avait indiqué le groupe.

Le téléphone cellulaire, article de mode

ROCHELLE KAAS
The Journal News

WESTCHESTER, New York — Les téléphones cellulaires ont été longtemps des appareils électroniques et rien de plus. Ces jours-ci, cependant, leur apparence compte de plus en plus. Nous voici donc au début de l'époque de la mode cellulaire.

« Nous avons perçu un besoin dans le marché. Chaque consommateur est différent, même si nous créons des téléphones pour les masses », affirme Carlos Corrales, directeur des accessoires mode de la compagnie Motorola. « Les besoins d'un homme d'affaires de 45 ans sont bien différents de ceux d'une fille de 18 ans. »

De plus, dit-il, les besoins d'un groupe donné peuvent changer de jour en jour, ou même plusieurs fois par jour, selon l'endroit où se trouve l'utilisateur.

Par exemple, une femme habillée en denim la fin de semaine pourrait garder son téléphone dans un étui en denim, mais le fourrer dans un étui rose le lundi pour accompagner des vêtements roses.

« La technologie ne sert pas uniquement à la communication, elle permet aussi de s'affirmer », dit Jeff Kagan, analyste de l'industrie



Photo Associated Press

Motorola, dont on voit ici le modèle V66 GPRS, a signé un contrat avec Candie's Inc., pour le développement et le marketing de plaques et d'étuis de téléphones pour adolescentes.

des télécommunications à Atlanta. « C'est une tendance qui va certainement s'accroître. »

Motorola a signé un contrat de trois ans avec la compagnie Candie's Inc., de Valhalla, New York, pour le développement et le marketing de plaques et d'étuis de téléphones pour adolescentes. Les téléphones et accessoires, qui porteront la marque de commerce Candie's,

seront disponibles en couleurs, styles et finis différents et personnalisés.

Selon Kagan, la chute des prix des téléphones cellulaires a fait du marché adolescent « une mine d'or inexploitée » pour les fabricants et sociétés de téléphonie mobile. « Les adolescents en achètent tous les jours. Vous ne voyiez pas cela il y a quelques années », dit-il.

Neil Cole, PDG de Candie's, a commencé à penser aux téléphones cellulaires comme article de mode après avoir visité le Japon, il y a deux mois. « Chaque jeune avait ce merveilleux téléphone coloré et brillant, explique-t-il. Nous y avons songé et ça semblait être un article formidable pour notre marque de commerce. »

Lisa Mastroianni, 17 ans, de Mahopac, New York, voit cependant une faille dans la décision de cibler les filles adolescentes, qui normalement fourrent leur téléphone dans leur sac à lieu de l'attacher à leurs vêtements.

« Les gars le portent à l'extérieur, dit-elle. Ils sont plus voyants. » Peut-être les fillettes de 12 et 13 ans seront-elles l'exception, dit Mastroianni, qui travaille dans la vente au détail. À cet âge là, explique-t-il, les ados sont plus sensibilisés à tout ce qui est cool.

ELLE ADORE LES SORTIES DE GROUPE

VRUUM VRUUM

0,9%
DE FINANCEMENT
À L'ACHAT
JUSQU'À 36 MOIS

Lauréate du **GUIDE DE L'AUTO 2001** de sa catégorie
pour une deuxième année consécutive.

★★★★★
CINQ ÉTOILES
Protection contre
les impacts latéraux*

Mazda MPV

CARACTÉRISTIQUES DE SÉRIE :

- Banquette de 3^e rangée rabattable sous le plancher et pouvant être orientée vers l'arrière
- Sièges de 2^e rangée Side-by-Slide^{MC} amovibles
- Climatiseur
- Coussins de sécurité avant (coussins latéraux en option)
- Radio AM/FM stéréo avec lecteur CD
- Glaces des portes latérales pouvant être abaissées, une exclusivité de Mazda

GARANTIE LEADERSHIP MAZDA

Garantie complète de 3 ans ou 80 000 km et de 5 ans ou 100 000 km sur le groupe motopropulseur.

ASSISTANCE ROUTIÈRE 24 HEURES MAZDA

Renseignez-vous sur le programme d'assistance routière Mazda, offert gratuitement avec toutes nouvelles Mazda.



mazda

www.mazda.ca

INFORMEZ-VOUS AU SUJET DU PROGRAMME MAZDA POUR LES DIPLÔMÉS.

*Tests effectués par la National Highway Traffic Safety Administration (NHTSA) des É.U.

Le modèle illustré peut différer et est utilisé à titre indicatif seulement. Certains équipements illustrés peuvent être offerts en option ou de série sur d'autres modèles.

†Offre réservée aux particuliers et portant sur les Mazda MPV 2001 neuves. Financement consenti par l'entremise de la Banque de Nouvelle-Écosse. Sur approbation du crédit. Exemple de financement à l'achat: 10 000 \$ au taux de 0,9%; 36 paiements de 281,65 \$; coût d'emprunt de 139,40 \$; total à payer de 10 139,40 \$. Autres taux de financement disponibles. Immatriculation, assurances et taxes en sus.

Les stocks peuvent varier selon les concessionnaires. Voir un concessionnaire participant pour les détails. Aucune combinaison d'offres possible. Offre d'une durée limitée à compter du 1^{er} septembre 2001.

LOCATION
Personnalisable
MAZDA

PROGRAMME
MAZDA POUR
LES DIPLÔMÉS



MODE

Style

DALI SANSCHAGRIN
collaboration spéciale

L'OBJET DU DÉSIR

Perçant, allongé comme celui d'un chat, le regard que l'on se crée avec les nouveaux Eye liner liquides de Nars est tout simplement envoûtant. On aime déjà palper le petit contenant, net et élégant. On aime y tremper le petit pinceau après la séance maquillage. Le geste devient plaisir, création artistique. Un coup d'oeil aux teintes proposées nous donne envie de laisser libre cours à notre imagination. Pourquoi en rester à l'oeil? Un dessin de fleur sur la joue en taupe chatoyant *Bullit*, des arabesques autour des sourcils en marron métallique *Silkwook* ou des faux cils peints en améthyste profond *Ghost*? Adieu les limites avec ces teintes que l'on peut mélanger comme un peintre. Le geste et la beauté. 38 \$ chacun chez Holt Renfrew.

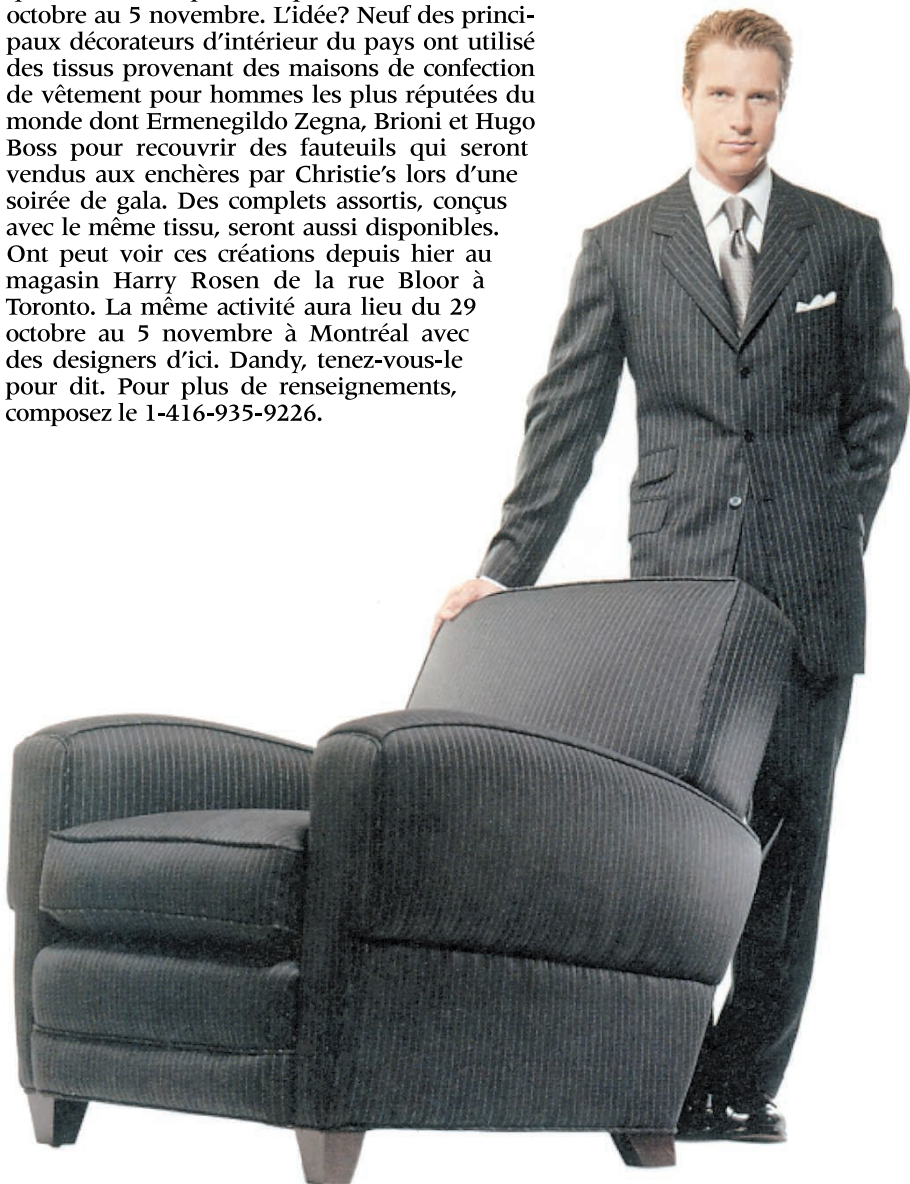


LE SLIP

Entre string et boxer, mon coeur balance! On n'avait pas entendu parler d'elle depuis un bail, mais voilà que la ligne de lingerie fine française Rosy revient en force. Elle fait un retour remarqué grâce à l'homme d'affaires Jacques Marie qui l'a rachetée du groupe Sara Lee l'an dernier. Malgré un look plus accessible, c'est-à-dire moins «petite dentelle et jarretelle», la griffe pleinement sensuelle reste haut de gamme. À preuve, ce nouveau slip Alix, entre string et boxer qui se détaille à 43 \$. Comment s'en passer? «Rosy a une longue histoire dans la tradition de la lingerie française, expliquait Jacques Marie au quotidien *Womens Wear Daily*. C'est une marque qui a une forte identité grâce à ses campagnes publicitaires signées des plus grands photographes tels que Jean-Louis Sieff ou Helmut Newton. Nous envisageons maintenant d'attirer une clientèle plus jeune en gardant cette touche française bien à nous.» Rosy est disponible dans toutes les meilleures boutiques de lingerie et chez La Baie.

LE COMBLE DU CHIC

Le comble du chic, n'est-ce pas un fauteuil assorti à son complet? Hier a été lancée la semaine nationale de sensibilisation au cancer de la prostate au Canada, initiative visant à renseigner les hommes au sujet des symptômes précurseurs de cette maladie. Dans le but de soutenir cette cause et de recueillir des fonds pour l'hôpital Princess Margaret de Toronto, la direction des magasins Harry Rosen, en collaboration avec Elte, Jaguar et Scabal, a mis sur pied une activité de bienfaisance, *Luxury By Design*, qui se tiendra pour la première fois du 17 octobre au 5 novembre. L'idée? Neuf des principaux décorateurs d'intérieur du pays ont utilisé des tissus provenant des maisons de confection de vêtement pour hommes les plus réputées du monde dont Ermenegildo Zegna, Brioni et Hugo Boss pour recouvrir des fauteuils qui seront vendus aux enchères par Christie's lors d'une soirée de gala. Des complets assortis, conçus avec le même tissu, seront aussi disponibles. Ont peut voir ces créations depuis hier au magasin Harry Rosen de la rue Bloor à Toronto. La même activité aura lieu du 29 octobre au 5 novembre à Montréal avec des designers d'ici. Dandy, tenez-vous-le pour dit. Pour plus de renseignements, composez le 1-416-935-9226.



LA CHAUSSE «VINTAGE»

Cette année, le mot «vintage» est sur toutes les lèvres. Mais qu'est-ce que le «vintage»? Eh bien! tout comme pour les vins, «vintage» veut dire grand cru, bonne année, bonne récolte. Exemple, tous les vêtements signés Yves Saint Laurent 1977 sont «vintage». Comme tous ceux de Courrèges des années 1960 ou ceux des Japonais des années 1980. Autrement dit, tout l'art du «vintage» consiste à extraire du passé un vêtement (ou un accessoire, un objet) et de l'inscrire dans la tendance du jour. Ce qui est plus compliqué, c'est que pour être une vraie «vintageuse» il faut une immense culture de la mode et savoir trouver les pièces en question. Le «vintage» fluctue comme une valeur en Bourse et les vraies de vraies doivent parcourir l'Europe, les États-Unis, voire le Japon pour dénicher la pièce que personne d'autre ne va porter. Malheureusement, le Québec ne bourdonne pas de ces pièces de collection signées. Mais les maniaques de raretés apprécieront la boutique Les Folles Alliées au 365, avenue du Mont-Royal Est (514) 843-4904 où, en plus de dénicher l'authentique robe victorienne de mise cette saison, elles craqueront pour les pompes «vintage» de Vivienne Tam façon escarpin perlé (140\$) ou de Via Spiga (80 \$) en croco vert (nos photos).



La Mexx mobile

DALI SANSCHAGRIN
collaboration spéciale

Après les pubs mobiles en patins à roulettes et les panneaux sur camion, voici la vitrine de magasin roulante!

En collaboration avec l'agence de publicité Publicis, Mexx Canada a lancé la semaine dernière une vitrine mobile illuminée de 18 pieds conçue par PR Média, une première en Amérique du Nord.

«Nous voulions une campagne-choc pour notre nouvelle collection, explique Julie Brisson, directrice du Marketing chez Mexx Canada. Nous voulions quelque chose d'urbain et rien de ce qui existait ne nous convenait. En défilant en pleine session de remuements, nous avons eu cette idée géniale. Bien entendu, nous aurions aimé pouvoir mettre des vrais mannequins en chair et en os dans notre vitrine mobile. C'est une idée en développement. Nous sommes très heureux de ce résultat qui est une invention québécoise.»

Depuis le 10 septembre et jusqu'au 4 novembre, la vitrine prendra d'assaut les rues de Montréal en présentant sur les mannequins la nouvelle collection *City* de Mexx. Ce n'est pas la première fois que Mexx innove dans le domaine de la publicité. Dès les années 1980, leurs pubs sous forme de magazine ont contribué à lancer la mode de la publicité désaxée du produit.

En 1992, au Québec, Mexx a gagné

un Coq d'or avec une campagne où on affichait de véritables vêtements dans les abribus de la ville. «Mexx est une société qui mise énormément sur la communication. Avec notre nouvelle campagne publicitaire Qu'est-ce qui vous inspire?», nous mettons en scène des vraies personnes plutôt que des mannequins et nous leur demandons ce qui les inspire», ajoute Julie Brisson.

La nouvelle collection Mexx est riche et sophistiquée. Comme si la mode elle-même avait rattrapé la marque. Lorsque l'on pense à cette entreprise d'origine néerlandaise, on pense souvent à des vêtements cocons, des lainages rassurants et des costumes classiques modernisés aux tweeds

raffinés. La mode bonbon des saisons dernières laissait moins de place à ces valeurs sûres qui font un retour en force cette année, tout comme Mexx. Mexx existe depuis 1986 et est née de l'union des lignes Moustache (mode masculine) et Emanuelle (mode féminine). L'union fut scellée par un double baiser représenté par le symbole XX. Au Canada, Mexx exploite 23 boutiques et 7 boutiques entrepôts en plus de gérer la distribution de ses produits à 800 boutiques indépendantes. Pas étonnant qu'avec les marques Gap, Tommy Hilfiger, Newman, Benetton et cie, Mexx fasse partie du paysage de la mode au quotidien.



BEAUTÉ

DALI SANSCHAGRIN
collaboration spéciale

Au poil! Une foule de nouveaux produits tentent de nous faire friser et défriser les cheveux. Nous en avons testé quelques-uns pour vous. Après les effets ravageurs que le soleil et la mer sur nos cheveux, il est temps de bien s'occuper d'eux.



Photo: LA COUPE

DOCTEUR CHEVEUX

Bourré de vitamines, d'huiles essentielles, de beurre de karité et de varech (eh oui!), le nouveau masque en profondeur *Intensive* de La Coupe est idéal pour les cheveux assoiffés. Dès la première application, il ravive les cheveux stressés, secs et endommagés. Ce masque fait partie du nouveau programme de guérison capillaire La Coupe. On y retrouve notamment le *Revitalisant nutritif quotidien Quench* qui contient lui aussi du beurre de karité et le *Shampooing nutritif Nutriève* La Coupe, rempli de vitamines antioxydantes A, C et E. À partir de 7 \$ dans les grandes pharmacies et au salon La Coupe de la rue Sherbrooke. Pour plus d'info www.lacoupe.com



ÇA DÉFRISE!

Quand il s'agit de relaxer des cheveux frisés naturellement ou permanents ou surtout d'effacer le «frizou» d'un cheveu déjà lisse, place au nouveau *Phytodéfrisant*, *Baume Relaxant*. Appliqué après le shampooing, ce baume végétal laisse les cheveux bien droits en douceur et même brillants en prime (la corédactrice en chef d'Actuel l'a testé sur ses cheveux déjà pas mal droits, cela dit...). Le nec plus ultra? *Le Phytodéfrisant Sérum*, un sérum relaxant aux extraits d'Althaea, un conditionneur sans rinçage qui est un traitement et un produit de coiffage à la fois. La provitamine B5 qu'il contient renforce et hydrate tandis que le phytantriol protège et aide à combattre les pointes fourchues. Bref, ça marche et particulièrement pour les cheveux lisses!



BOUCLES FOLLES

Pour les cheveux bouclés naturellement, voici un petit produit assez exceptionnel signé Aveda, vous savez cette marque de produits qui sent siiii bon. Si comme moi vous avez de jolies boucles folles, qui malheureusement sont souvent un peu trop folles, vous serez séduite par ce produit qui détend et alourdit le cheveu d'une façon naturelle, tout en séparant et en démarquant les boucles. Le secret? Les protéines d'avoine hydrolysées, une matière qui étire le cheveu lorsqu'il est mouillé et se contracte avec lui lorsqu'il sèche. Bref, *Be Curly* crée cette chevelure de bord de mer, lorsque nos boucles toutes séparées se font à la fois lourdes et légères.

FRISE DÉFRISE

Vous rêvez d'avoir des cheveux disciplinés qui se laisseraient docilement mettre en place le matin? La compagnie L'Oréal Professionnel s'est aussi penchée sur la question du lissage en lançant la gamme *Liss Extrême de Série Expert* qui se décline en trois produits: le shampooing lissant antidessèchement, le masque lissant antidessèchement et le soin lissant sans rinçage. Une ligne efficace. De plus, j'ai testé le nouveau *Lait Lissant* de L'Oréal Paris Special FX Studio qui donne une belle texture à la chevelure.



Photo: L'ORÉAL

De l'aide psychologique en ligne

SUR LE WEB AUJOURD'HUI

L'ATTAQUE DE la semaine dernière et le climat de tension internationale dans lequel nous vivons affecte tout le monde, incluant les enfants. Qu'ils soient en bas âge ou adolescents, peu importe, cette situation demande une attention toute particulière de la part des parents. Depuis le début de la semaine, plusieurs sites Web pour parents offrent en ligne des entrevues avec des spécialistes de la psychologie infantile pour mieux renseigner les parents et surtout leur donner

quelques pistes pour mieux vivre au jour le jour dans ce contexte. Chez nos voisins américains, le site Web du magazine *Parents* (www.parents.com) offre quelques trucs pour aider les enfants à traverser cette épreuve. Chez nous, le site *Parents d'aujourd'hui* (www.parentsdaujourd'hui.com) y va d'une entrevue avec un psychothérapeute des relations parent/enfant. Pour les plus grands, une visite au site *Psycho-média* (www.psychomedia.qc.ca) vous permettra d'accéder à un dossier au sujet du stress post-traumatique réalisé par deux psychologues.

■ ■ ■
LA SEMAINE dernière, je mentionnais le site de la Croix-Rouge américaine pour faire

des dons d'argent directement aux victimes des attaques américains. Argent qui, s'il y a surplús, sera déposé dans un fonds d'aide aux personnes en détresse. Eh bien, si ce n'est pas encore fait et que vous désirez le faire, je vous recommande de passer par le site de la Société de la Croix-Rouge canadienne (www.croixrouge.ca); ainsi, vous pourrez obtenir un reçu d'impôt.

ON A tous un point de vue sur les événements des derniers jours et sur l'actualité en général. Les gens de la webtélé française CanalWeb (www.canalweb.net) sont conscients de la chose et on flairé la bonne affaire. Depuis hier, ils présentent une nouvelle émission intitulée *Troyon International*. Cette émission met en scène des gens comme

vous et moi, jamais des experts, et leur demande de fournir leur analyse de la situation. La rue Troyon du 17^e arrondissement de Paris devient le plateau de l'analyse politique, économique et sociale de la France et du monde entier. Mis à part l'animateur, qui peut tomber sur les nerfs, le contenu demeure pertinent si on s'intéresse à ce que monsieur et madame Tout-le-Monde pensent de l'actualité. Par exemple, hier, la boulangère du 12, rue Troyon, disait ce qu'elle pense de l'évolution de la situation internationale après la vague d'attentats du 11 septembre dernier qui a meurtri les États-Unis.

Bruno Guglielminetti
collaboration spéciale

Les hommes noirs adoptent les tresses

LARRY MUHAMMED
The Courier-Journal

LOUISVILLE, Kentucky – Don Carson, dont la coiffure en rangs zigzagants ressemble à celle de la supervedette des Knicks de New York, Latrell Sprewell, n'a jamais aimé se faire couper les cheveux.

« J'avais une coupe égale et courte », dit Carson, qui termine cette année ses études secondaires à Louisville, au Kentucky. « Mais pour les garder beaux, il fallait couper à un certain moment. J'allais chez le barbier et je devais attendre. Et le barbier du coin de la rue, il ne coupait pas très bien les cheveux. Alors je devais marcher plus loin ou me faire conduire. »

Carson a alors décidé de laisser pousser ses cheveux sans coiffure particulière. Après trois mois, sa tête avait l'air d'une espère d'amarante globulaire qui, taillée un peu, aurait pu passer pour une afro. « Ma mère m'a dit : « Laisse-moi tresser tes cheveux. » Et c'est comme ça que c'est arrivé », explique Carson.

Coiffure réservée aux femmes noires jusqu'à ce que la blonde Bo Derek l'adopte dans son film *10*, en 1979, les tresses africaines sont devenues la coiffure à la mode chez certains hommes noirs, parfois même avec des motifs sur la couronne ou des perles aux extrémités.

Cette mode, d'abord adoptée par les ados de la rue, a été popularisée par le rappeur Snoop Dogg, le joueur de basket Allen Iverson (des 76^{ers}) et Rasheed Wallace, des Trail Blazers de Portland. Sprewell a même tourné, en 1999, une publicité pour la télé dans laquelle il se faisait tresser les cheveux.

Les petites tresses en rangs (parfois appelées « Bo Derek » ou « tresses africaines » en français et *cornrows*, c'est-à-dire rangs de maïs, en anglais) ont la cote présentement pour ceux qui veulent garder les cheveux longs. La mode suit une progression logique chez les hommes noirs, qui sont passés de la coupe carrée des années 1980 à la tête rasée et à l'afro des années 1990.

« Les tresses, ça fait plus propre », dit Chris Wilkins, directeur de la publicité dans une compagnie de marketing à Louisville. « Quand le soleil chauffe une afro et que vous suez, la coiffure frise ou, selon le che-

veu, se resserre en perles. » Les tresses né cessitent également peu d'entretien, note Antone Potter, travailleur de la Ford Motor Company. « Il suffit de l'asperger d'huile brillante pour l'empêcher de friser. »

Les tresses en rangs ont aussi ravivé la qualité artistique des coiffures des années 1980, quand la coupe au carré (*box-cut*) était ornée de spirales et d'initiales.

« Je fais des cercles, des diamants, des rectangles, des formes de coeur. Je peux épeler des noms », dit Gloria Hammond, étudiante au collège communautaire Jefferson, à Louisville, qui tresse les cheveux de parents et d'amis. « J'aime mieux tresser les hommes que les femmes, parce que c'est plus artistique — les cheveux sont plus courts, vous pouvez faire plus de « designs ». Les hommes me disent habituellement de faire à ma tête, alors je peux être très créative. »

Même si aucun des hommes interviewés n'établissait de rapport entre les tresses et la fierté raciale, le style remonte à l'Afrique ancienne, selon un article de 1998 du magazine *Essence*. Les tresses étaient portées lors des rites cérémoniels au cours de la III^e dynastie égyptienne : certains styles étaient associés à la grossesse, d'autres aux récoltes. Mais les

tresses africaines n'ont pas, aujourd'hui, un sens politique, contrairement aux afro des années 1960. IBM, Gap, Levi's et d'autres grandes sociétés ont commercialisé le *look* ethnique en utilisant des mannequins arborant des tresses dans leurs publicités.

« Vous apprenez le tressage en peignant les cheveux de votre soeur, de votre poupée ou de votre petite cousine », remarque Meme Sheckles, une coiffeuse de Louisville qui fait aussi des tresses pour les hommes.

Des parents noirs ont protesté après qu'un district scolaire de l'Illinois eut interdit la coiffure. Sept messagers de la compagnie Federal Express ont été congédiés en 1999 après avoir tressé leurs cheveux. Et un adolescent de l'Ohio, Jonathan White, qui avait travaillé pendant trois étés comme gérant d'une concession alimentaire, a démissionné quand son employeur a interdit le port de tresses en rangs.

Wilkins, cependant, a reçu des compliments de ses collègues à l'hôpital de l'Université de Louisville. « L'essentiel, c'est de les garder propres. Après un certain temps, les cheveux commencent à friser aux extrémités, mais vous pouvez régler ça sans problème. »

SEARS[★]



39⁹⁹

Chacun

Achat spécial!

Pulls Private Member^{MD} pour femmes

Choix de modèles et de couleurs.
Dans la limite des stocks



Et, rabais de 25%
sur toute la mode Private
Member pour hommes

Prix en vigueur jusqu'au dimanche 23 septembre 2001

VICTORIEN

Suite de la page B1

M. Ford a maintenant le délicat mandat de faire de même pour la vénérable marque de couture parisienne qu'est Yves Saint Laurent.

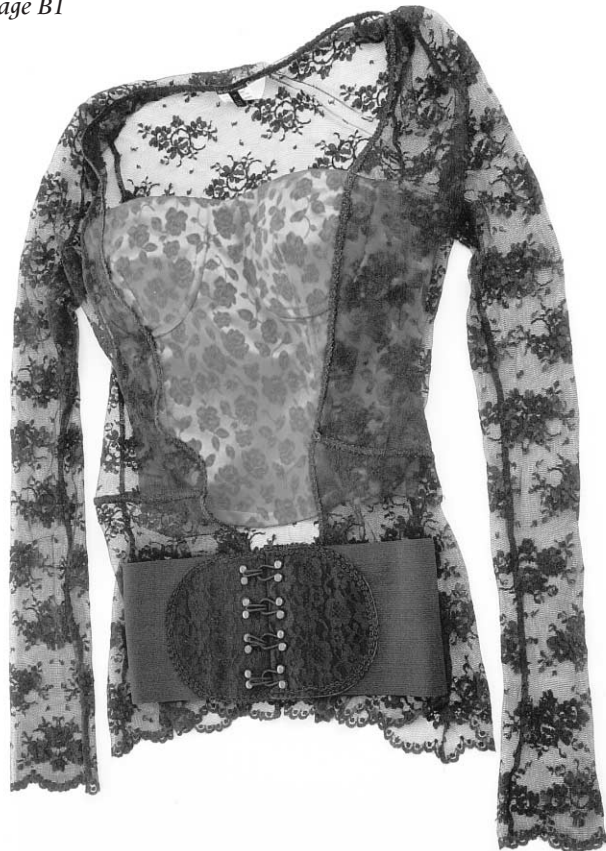
Pour l'automne 2001, Tom a trempé son pinceau dans une palette de couleurs sourdes et théâtrales : bourgogne, aubergine, encre de chine, et il a troqué son style minimaliste urbain pour des coupes qui exacerbent la féminité de la silhouette. Aurait-il habilement glané dans les archives de M. Saint Laurent lui-même pour les réhabiliter, en quatrième vitesse, pour le troisième millénaire ?

Au menu chez M. Ford, il y avait donc des tissus frémissants de froufrous, des jupes d'inspiration gypsy (du pur Saint Laurent des années 1970) et des lacés qui feraient même sourciller un certain monsieur de Sade. Côté accessoires, le créateur derrière l'étiquette Saint Laurent a encore une fois visé dans le mille avec ses sandales à larges lanières de cuir et aux talons de bois qui séduisent instantanément. Bref, après Gucci, c'est maintenant Saint Laurent qu'il faudra surveiller de près.

Mais d'où provient, au juste, cette envie de romantisme qui plane dans l'air du temps ? Selon Michelle Laberge, directrice des événements spéciaux chez Holt Renfrew, « c'est un peu en réaction envers une mode très urbaine, très technique qu'on a vue dans les dernières années. On a envie de rêver un peu cette saison », dit-elle.

D'accord pour le rêve, mais les femmes sont-elles prêtes à rentrer dans le carcan du corset, après des années de lutte forcée contre cet article qui représente la soumission aux tyrannies de la mode ? Stella McCartney, designer en chef de Chloé, fille du célèbre Beatle et grande fan du corset contemporain, affirme, pour sa part dans le magazine *Fashion* qu'elle « trouve que les corsets sont très jolis. Et en plus, ils avantagent très bien le décolleté ».

Cependant, il faut comprendre que les corsets de l'an 2001 n'ont rien à voir avec leurs ancêtres rigides qui contraignaient la silhouette féminine. Aujourd'hui, les matières extensibles collaborent pour offrir un galbe avec un (certain !) confort. Car la nouvelle zone érogène est la taille. La preuve : en plus des petits corsets de satin, les ceintures larges à cuir ouvragé et celles que l'on porte bien bas sur les hanches (reliquat des années 1980) sont tout ce qu'il y a de plus *hot* cette saison. Et même à Montréal, Marisa Minicucci, reconnue pour ses tailleurs pour femmes d'affaires, s'est laissé séduire pour le printemps prochain par des ceintures corselet en cuir fin, souple « qui sont très confortables et qui soulignent joliment la taille », dixit la designer.



Le look néo-victorien ouvre aussi grand la porte aux accessoires qui, comme on le sait, font un grand retour dans nos vies. Mais oubliez tout de suite les sacs en nylon et la manie des logos, le sac de la saison a l'air d'avoir été chipé aux médecins d'autrefois. Il est volumineux, en cuir vieilli, patiné. Quant à la botte, qu'on connaît bien dans notre climat, elle se porte haute, lacée (au revoir le velcro !) et ses talons de bois incurvé. Terriblement sexy !

Vous avez un faible pour les bijoux ? Vous serez bien servie cette saison puisque les créations ouvragées, délicates, à petites pierreries, ont soudainement éclipsé les bijoux minimalistes et modernes. Selon John Galliano, cité dans le *Vogue* américain du mois de septembre, ce retour à une mode plus victorienne serait également une réaction contre la nudité et l'esprit punk qui étaient devenus beaucoup trop présents. « Il n'y avait plus de zone érogène à découvrir. En fait, ce n'était même plus sexy », a déclaré le créateur.

Si l'année dernière le look « bar de danseuse » était de mise, cette année, la séduction se porte en mode voilé, caché, secret, troublant. Juste retour du balancier, sans doute.

JENNIFER SCOTT

Suite de la page B1

Ils ont appris l'existence d'une exposition internationale à New York pour créateurs d'accessoires. Ils s'y sont rendus, parés de leurs plus belles pièces, qui ne manqueraient pas d'attirer l'attention des stands compétiteurs et des médias. Une photo dans le *Woman's Wear Daily* et c'était parti ! Ils se sont trouvés des représentants et des salles de montre aux États-Unis, qui se chargent maintenant de toutes leurs ventes pour la « modique » somme de 500 \$ US par mois (trois fois, puisqu'ils sont représentés dans deux showrooms américains et au Japon) et 15 % de ventes.

C'est alors qu'ils firent le saut et abandonnèrent leurs emplois respectifs pour se lancer à temps plein dans la confection de leurs accessoires, qui comprenaient désormais des sacs de cuir décorés de rivets en cristaux, posés un par un à la main, et des ceintures du même acabit, le tout produit ici même chez un manufacturier montréalais. « Le produit canadien est un très beau produit, surtout dans le cuir et en plus, pour les Américains, c'est différent », affirme Jennifer. « Nous voulons que le nom Jennifer Scott soit associé à un produit de qualité, classique et très actuel en même temps », souligne Scott, maniaque du haut de gamme. « Des fois, je commande des fermetures éclair à 8 \$ le pouce plutôt que 0,50 \$. C'est important, quand tu achètes un sac à 800 \$, que le zipper ne lâche pas ! »

« Il y a des millions de façons de finir un produit et c'est important, surtout qu'on n'a pas étudié en design, de pouvoir établir un dialogue avec les manufacturiers. Aujourd'hui,

d'hui, ils nous prennent au sérieux, mais ça n'a pas été facile au début », affirme Scott qui, par déformation professionnelle, construit ses sacs comme s'il s'agissait d'immeubles. Jennifer, de son côté s'occupe du design.

« On essaie de ne pas être trop tendance en gardant des formes très classiques, comme le Kelly, auxquelles on ajoute des détails qui suivent les modes, explique Jennifer. « On s'éloigne présentement des cristaux, mais curieusement, les gens en redemandent. La prochaine collection devrait être très différente », laisse tomber Scott.

Il faut savoir être de son temps, même lorsque celui-ci s'inspire d'époques révolues. Au rythme où progressent les choses, les jeunes entrepreneurs n'ont pas le temps de regarder dans le rétroviseur. Droit devant, plutôt, avec des projets d'expansion. Une incursion dans le merveilleux monde de la chaussure, peut-être ? Ils en rêvent. Mais les vêtements, pas pour demain. Ils ont fait des t-shirts que l'on pouvait acheter à la boutique Fidel, seul dépositaire des produits Jennifer Scott au Canada, à l'exception de Holt Renfrew, qui a acheté la collection d'automne... en passant par New York !

« Le Canada ne peut pas soutenir nos prix. En plus, le marché canadien ne veut pas prendre de risques. »

Patricia Field, styliste de l'émission *Sex and the City*, aurait récemment acheté de leurs sacs. Quelle preuve supplémentaire devront-ils fournir ?

PLUS PRÈS DE VOUS
Du lundi au vendredi dans **La Presse**
MONTRÉAL PLUS

Robert Arnold DESIGN
Manteau léger d'agneau espagnol merinos

Meilleure qualité et sélection.

Pour elle et lui. Prêt-à-porter ou sur mesure.

Directement du fabricant exclusif

9250, av. du parc local 450 (angle Chabanel) 387-5495

Sur rendez-vous : Samedi de 9h30 à 15h30 Lun. au vend. de 12h30 à 17h

DES RÉNOVATIONS ÉCLATANTES À TROIS-RIVIÈRES
Métamorphose spectaculaire...

L'HÔTEL LE PLUS LUXUEUX DE LA RÉGION!

DES SALLES DE RÉUNION DERNIER CRI...

Équipées à la fine pointe de la technologie, les 7 salles de réunion peuvent accueillir jusqu'à 705 personnes.

GOUVERNEUR HÔTEL
1-888-910-1111
www.gouverneur.com
975, rue Hart, Trois-Rivières • Tél. : 819-379-4550

Ouvert Lundi - jour de l'action de grâces 10 h - 17 h

PROMENADES HUDSON
Centre
«FACTORY OUTLET»

Vente D'AUTOMNE
DES ÉCONOMIES EXTRAORDINAIRES SUR LES BAS PRIX
«FACTORY OUTLET»

ESCADA Moins 60% additionnel sur marchandise estivale
FASHION OUTLET Nouvelle collection automne/hiver incluant vêtements de soirée et ski

FILA Passeport chaussures Accumulez 5 achats de chaussures et obtenez la 6^{ème} paire gratuite. (valable pour 12 mois)

LACE 50% sur blouses multicolorees et multi-imprimés avec pantalons assortis simili suède

MARIKITA HOME DÉCOR Jusqu'à 50% de moins sur certains items. Vaste sélection de poterie, meuble unique, fer forgé, accessoires et cadeaux unique.

COBRA Chandails pour hommes et femmes à partir de 5.00\$

Mimosa Café
CUBISE CALIFORNIENNE - SUSHI BAR

Autoroute 40 ouest, vers Ottawa, Hudson, sortie 26 Information: (514) 694-2371
Lun.-Mer.: 10h-18h • Jeu. et Ven.: 10h-21h • Sam.: 10h-17h • Dim.: 11h-17h

La radio de toutes les cultures

CHAÎNE culturelle radio

François Dompierre
En semaine 12h
Ici tout est permis
Réalisation : Diane Maheux

95.3 FM Québec
90.7 FM Estrie
104.3 FM Mauricie
102.5 FM Ottawa-Hull
90.3 FM Toronto

100.7 FM
Montréal

www.radio-canada.ca/radio

**Bibliothèque
et Archives
nationales**

Québec 

La Presse

18 septembre 2001

Page B6 manquante

FIGURES

BLOCS

Ex-terrain des Expos: jusqu'au 28 pour râler

MÊME S'IL n'y a plus de sport à prévoir sur l'ex-terrain du futur stade des Expos, en contrebas du Centre Molson, le projet de ses nouveaux acheteurs, la compagnie True North Properties, n'est pas non plus de la petite bière! Les promoteurs veulent construire quatre bâtiments commerciaux de deux à... 32 étages avec hôtel de 300 chambres, et 1940 logements répartis dans sept bâtiments de 10 à... 27 étages! Ils viennent, par voie officielle, d'en solliciter l'autorisation à la Ville de Montréal, parce que le projet déroge au zonage, notamment question hauteur. Les citoyens qui s'en inquiètent ont jusqu'au 28 septembre pour s'informer aux bureaux d'Accès Montréal ou pour écrire à la greffière. L'avis public était publié, comme il se doit en pareil cas, dans les journaux le 23 août. Si les résidents du quartier veulent réclamer une portion en parc ou faire déplacer les sorties de garage, c'est le temps ou jamais! Moi, en tout cas, je réclame d'emblée un concours en architecture ou l'embauche obligatoire d'architectes reconnus pour l'excellence de leur design. Le centre-ville mérite bien ça. À suivre...

■ ■ ■

Génie français à Montréal



AU PAYS de SuperDupont, l'époque des buffets Henri II est bien révolue, comme le prouvent, depuis le 6 septembre, 60 des plus beaux objets actuels de design français à voir au Centre de design de l'UQAM. Parlez-en à Marc Berthier, designer de réputation internationale qui, si les avions le permettent, devrait venir donner une conférence (toujours au Centre de design). Marc Berthier? Oui, vous connaissez. Sinon lui, ses meubles Roset ou l'un des 300 objets qu'il a dessinés depuis cinq ans pour Spirit/Lexon. Sa Tykho radio, cube de caoutchouc, était partout dans les magasins à Noël dernier et a fait la couverture du *Time Magazine*. Considéré comme l'un des pères spirituels du design français, M. Berthier, 66 ans, enseigne depuis 30 ans et se bat depuis plus encore pour la cause de la légèreté, «la clé pour le XXI^e siècle, celle qui donne le pouvoir de changer l'industrie». L'un de ses émules, Jean-Marie Massaud, causera, lui, le 3 octobre. *Design France-Génération 2001* — Centre de design de l'UQAM, 1440 Sanguinet, jusqu'au 11 novembre, du mercredi au dimanche et de 12 h à 18 h. Conférences les mercredis 19 septembre et 3 octobre.

■ ■ ■

Après le Français, les Belges

LE BELGE Maarten Van Severen a été nommé Créateur de l'année au dernier Salon meubles et objets de Paris, une consécration. La réputation de cet... homme (qui ne veut pas qu'on dise qu'il est designer) ne fait qu'aller en grandissant de par le monde et le voilà qui débarque à Montréal pour offrir une conférence le 24 septembre, lundi soir prochain, à 18 h, dans la grande salle de l'édifice Ernest-Cormier de l'Université de Montréal. Maarten Van Severen est une sorte de jusqu'au-boutiste de la forme minimale qui ne veut pas qu'on le traite de minimaliste (décidément!) Il a façonné lui-même en atelier des meubles quintessence de meuble: LA chaise, LA table, etc. Puis, pour Vitra, s'est lancé dans le multiple avec la fameuse chaise O3. Il travaille à des intérieurs avec Rem Koolhaas et semble... «cool» à tous points de vue (aime-t-il qu'on le dise «cool»?) FERDIE, l'organisme voué à la promotion de l'excellence en design d'intérieur, qui l'invite, promet deux autres Belges pour octobre: Vincent Van Duysen et Michel Boucquillon.

■ ■ ■

Et maintenant Fallingwater?

La cause de l'effondrement de Fallingwater, chef-d'oeuvre de Frank Lloyd Wright, si une telle catastrophe devait survenir, ne sera pas due à un terroriste mais plutôt à l'obstination du plus grand génie architectural américain qui n'a pas voulu écouter les conseils de son ingénieur lors de la construction de la maison en 1937. Comme quoi, parfois, l'ennemi est plus intérieur qu'on le pense! Eh oui, le *New York Times* faisait état, le 2 septembre dernier, des graves problèmes de structure qu'éprouve la splendide demeure conçue pour l'industriel Edgar Kaufmann, bâtie sur le roc et les cascades et devenue musée en 1963. Avant «La chute de la Maison Usher made in USA» (alias le World Trade Centre et ses environs), on se mobilisait pour réunir les 11 millions nécessaires aux travaux de réparation. La firme Robert Silman Associates, dit-on dans l'article, fait d'ailleurs pratiquement carrière dans la remise en état et dans le sauvetage des édifices du grand disparu... Un autre colosse aux pieds d'argile?

Le bataillon des constructifs



Au Centre canadien d'architecture, neuf équipes ont réagi, par le coeur et par l'esprit, à la tragédie américaine. Ces images de destruction, de symboles bâtis qui s'écroulent, ne remettent-elles pas en cause la raison d'être même de leur profession?



SOPHIE GIRONNAY
collaboration spéciale

«Avec un Armageddon comme on vient d'en vivre, la seule manière de réagir est de continuer à créer, comme vous le faites, en y mettant le plus d'art et d'intelligence possible.» Ainsi Phyllis Lambert accueillait-elle une troupe d'architectes et amis, jeudi, au Centre canadien d'architecture (CCA). Le supergala de financement de fonds prévu pour la veille avait été annulé par respect. Mais comme neuf équipes d'architectes travaillaient depuis des mois à créer, pour cette occasion, une oeuvre de commande sur le thème du portail, en jumelage avec des commanditaires, on a décidé de convoquer une veillée amicale. La joie d'être ensemble et la fébrilité d'une communauté ébranlée étaient palpables dans les salles dont chacune des portes s'ornaient d'une oeuvre inventive et raffinée. J'ai demandé à leurs auteurs quelles réflexions, en tant qu'architectes, leur inspirait le... «mardi noir».

De Grandpré Mainella

Jumelés à Lafarge, De Grandpré et Mainella ont monté une porte complexe qui explore les mille beautés de cette matière si malléable qu'est le béton, tour à tour grumeleux, lisse ou... fragile: «Nous devons peut-être revoir la sécurité, la solidité de nos édifices... Mais tout le monde, en fait, sera influencé par ces événements.»

Atelier BRAQ

Jumelé à Hydro-Québec, l'Atelier BRAQ a créé un passage de lumière où les câbles d'aluminium sont traités en orfèvre, à des fins sensuelles d'ornement. Peter Fianu: «La ville, c'est pour moi la plus belle des créations à laquelle l'homme soit arrivé. Alors quand on l'attaque, j'en suis totalement bouleversé, triste et furieux à la fois. Qu'on détruise Sarajevo, qu'on jette des bombes sur Bagdad, ou qu'on casse New York, la tragédie est la même.»

Julia Bourke

Jumelée à la Fondation Daniel Langlois, Julia Bourke a créé un portail sur Janus, le dieu passeur à deux visages. Une arche de plantes d'un côté, une arche de photos de trottoir de l'autre, renvoie dos à dos nature et culture: «Tout mon travail porte sur la recherche de solutions de rechange plus durables et écologiques, en rupture avec les tours. J'ai quitté New York justement pour ça. Le World Trade Center qui s'écroule est peut-être aussi une occasion, pour nos sociétés, de réviser leur manière de bâtir, en montrant plus de conscience et d'humilité.»

Pierre Thibault

Jumelé à la SAQ, Pierre Thibault a monté un auvent festif, composé de verres à pied pris entre deux plaques de verre. Des verres rouges dessinent le logo de la SAQ qui s'allume, par un oeil optique, tel un Big Brother publicitaire. «À Rome, l'empereur se servait de l'architecture pour asseoir sa toute-puissance. Aujourd'hui, on s'aperçoit que la barbarie qui se donnait libre cours dans les colisées où les humains se déchietaient, se trouve toujours à nos portes. Deux mille ans, hélas! c'est trop court pour évoluer.»

N.O.M.A.D.E.

Jumelé à Bombardier, le trio de N.O.M.A.D.E. fait franchir une porte bordée d'une pièce de carlingue, et qu'on passe en marchant sur une boîte où se déroule, en accéléré, un paysage filmé d'avion. Troublant d'actualité. «Malgré l'héroïsme de la création, malgré les plus hautes réalisations, on se dit que la fragilité humaine finit toujours par créer une faille.»

Luci Mastropasqua

Jumelée à ABB (fibres optiques), Luci Mastropasqua a voulu montrer, par un passage sous un dais de lumière et des phrases projetées au mur, que la poésie peut surgir aussi de la technologie. «L'acte de déconstruction qui fait implorer le monde est pour moi une aberration. Le rôle de l'architecte est autant social que physique: il doit trouver sa vocation comme donneur d'idées. En ce sens aussi, il construit. Là est son apport.»

Peter Soland

Jumelé au Casino de Montréal, Peter Soland a créé un seuil qui est un bijou de sculpture. Une plaque de pierre marbrée

1. Portail de De Grandpré Mainella.
2. Portail de Dupuis LeTourneux
3. Portail de Luci Mastropasqua
4. Portail de l'étude de Louis Brillant
5. Portail de N.O.M.A.D.E.



mode pour femme

40 % de rabais

tous les pantalons et les jeans pour jeune femme

Global Mind®, Request, Hollywood, Levi's® et Ikeda

25 % de rabais

• mode automnale griffée pour elle modèles choisis

• choix de mode pour elle Nygård Collection, Emma James, Haggard® pour elle, Nygård Sport et Alia Sport. Tailles courantes, petites et fortes.

• **tous** les soutiens-gorge et slips assortis à prix ordinaire

mode pour homme et enfant

30 % de rabais

• **toutes** les chemises tout-aller Arrow

• **tous** les hauts et pantalons Levi's® pour homme

• **toute** la mode et toutes les tenues d'extérieur pour enfant

Tommy Hilfiger, Osh Kosh, Levi's®, Point Zero, Bugle Boy, Rerun, Kooshies, etc.

15 % de rabais

meubles et essentiels pour la nursery

30 % de rabais

toute la literie en sac

25 % de rabais

• **tous** les coordonnés et accessoires de salle de bains et pèse-personnes

• **toute** la literie comprend les articles à prix déjà réduits



articles de maison, vaisselle et bien plus encore!

50 % de rabais

• ens. de vaisselle Royal Albert et Johnson Brothers, 5 pièces

• rôtissoire French White, 4 l Ord. 44,98 \$. Solde 22,49 \$

• vases Davinci en cristal Ord. 99,99 \$. Solde 49,99 \$

35 % de rabais

tous les cadres pour photos

10 % de rabais

friandises, papeterie et aliments fins Des exceptions s'appliquent

pour la maison

55 % de rabais

tous les duos-sommeil

400 \$ de rabais

tous les ens. de mobilier

de salle à manger Canadel

200 \$ de rabais

canapés et causeuses

achat spécial

four à convection Even Air d'Amana

Notre prix 969,98 \$

solde de ★
2 jours

Mercredi et jeudi 19 et 20 septembre



bijoux, chaussures et accessoires

50 % de rabais

chaînes, boucles d'oreilles et bracelets rigides en or à 10 ct et 14 ct

25 % de rabais

• montres de renom Timex®, Cardinal, Casio, Scandia, Seiko, Geoffrey Beene, Perry Ellis et davantage.

• de ToGo^{mc} et Mantles^{mc} :

bijoux mode et en argent fin

• **tous** les collants fins Silks

• **toutes** les chaussettes pour femme

• **toutes** les chaussures de sport pour enfant

Nike®, Reebok, Adidas®, Kangaroo, Buster Brown^{mc} et bien plus encore

10 \$ à 30 \$ de rabais

chaussures carrière pour elle

Madeline, Calico®, Bandolino, Mantles^{mc} et Naturalizer®

Ord. 40 \$ à 100 \$.

Solde 29,99 \$ à 79,99 \$

Tous les rabais sont sur nos prix ordinaires, sauf avis contraire. Exceptions : articles « Aubeine la Baie », Outline, Market Square, « Nouvellement réduit », « Achat spécial », ceux des rayons concédés et de la Solderie la Baie. Le choix varie selon le magasin.

à l'achat de 2

bagages Atlantic ou plus, obtenez

50 % de rabais

40 % de rabais à l'achat d'un bagage



literie

50 % de rabais

• **toutes** les serviettes ToGo^{mc} Essentiel, Supérieur et Governor's Home

Dans le lot : serviettes en éponge et en velours

• **tous** les oreillers ToGo^{mc}

Essentiel et Supérieur

40 % de rabais

toutes les couettes et tous les protège-matelas

ToGo^{mc} Essentiel et Supérieur



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 LA BAIE OU ZELLERS. OBTENEZ 25 POINTS ADDITIONNELS POUR PRESQUE CHAQUE DOLLAR DÉPENSÉ.

DOUBLEMENT PRATIQUES, VOS CARTES DE CRÉDIT LA BAIE ET ZELLERS VOUS DONNENT ACCÈS À UN PLUS GRAND CHOIX!

Les sociétés de détail de la Compagnie de la Baie d'Hudson - la Baie, Déco Découverte, Zellers et Zellers Select - acceptent désormais les cartes de crédit la Baie et Zellers dans tous leurs magasins, pour toutes vos emplettes.



POUR DES SUPER ARTICLES... CLIQUEZ ET LE TOUR EST JOUÉ!

la **Baie**
J'aime, j'achète!



Une famille fait un pèlerinage traditionnel dans un lac, au sud-est de Saint-Petersbourg.

| RUSSIE |

Renaissance de la religion

VICTORIA LOGUINOVA
Agence France-Presse

MOSCOU — Chants religieux, baptêmes dans le lac Baïkal, pièces de théâtre patriotiques et discussions avec des adeptes de sectes religieuses, tel était le programme du train de missionnaires orthodoxes qui reviennent d'un voyage dans la Sibérie et l'Extrême-Orient russe.

Ce train de missionnaires est arrivé au début du mois à Moscou, après avoir parcouru pendant près d'un mois plus de 15 000 km pour contribuer à la renaissance dans les régions isolées de la foi orthodoxe, qui subit la concurrence de sectes religieuses.

« La Sibérie est la région qui a le plus souffert de l'athéisme forcé » à l'époque soviétique, a affirmé le prêtre Sergui Popov, qui dirigeait l'expédition, sur le quai de la gare de Iaroslavl, dans le centre de Moscou.

« Dans les régions éloignées, il y a très peu d'églises et certains habitants n'ont jamais entendu de chants religieux ou eu accès à la littérature religieuse », a souligné le prêtre. Après la chute de l'URSS en 1991, lorsque la nouvelle législation a proclamé la liberté de conscience, « les Russes ont voulu retrouver la foi en Dieu, mais ont été pris au piège des sectes », a-t-il regretté.

« Notre objectif lors de ce voyage était de montrer aux gens la beauté de la religion orthodoxe », a expliqué le père Sergui, ajoutant que les missionnaires ont eu « de très vives discussions avec les pentecôtistes et les adeptes de la secte russe de Vissarion ». Ce dernier, ancien policier, se prend pour une réincarnation du Christ. Le train missionnaire, composé de quatre wagons dont l'un avait été transformé en une somptueuse chapelle, est parti de Moscou le 7 août, accroché à un train de passagers.

« Ce wagon que nous avons transformé en chapelle en octobre dernier est un don du ministère des Chemins de fer, qui nous a beaucoup aidé dans le projet », explique le père Sergui.

Une trentaine de missionnaires au total, dont des prêtres orthodoxes, des séminaristes, des choristes et des acteurs, ont participé à ce voyage béni par le patriarche orthodoxe russe Alexis II. Ils ont visité des hôpitaux, des écoles, des orphelinats, des maisons de retraite et des prisons.

Plus de mille Russes ont été baptisés dans la foi orthodoxe au cours de ce voyage.

« Plus de 100 personnes ont été baptisées dans les eaux du lac Baïkal. C'était très spectaculaire », a raconté l'actrice russe Natalia Piarn, qui a participé au voyage avec la troupe de trois acteurs de son théâtre Dialogue.

« Nous avons présenté deux spectacles, l'un consacré à la Deuxième Guerre mondiale et l'autre à la vie et l'oeuvre d'Alexandre Pouchkine. Ce voyage était une union harmonieuse de culture et de spiritualité », s'est réjoui Mme Piarn.

« À l'époque soviétique, le prosélytisme religieux était interdit par la loi. Avant la révolution de 1917, il existait déjà des trains missionnaires et nous voulons aujourd'hui faire renaître cette tradition », a conclu le père Sergui.

C'est le troisième voyage du train missionnaire depuis octobre dernier, mais les deux précédents, effectués dans la région d'Arkhangelsk et en Carélie, dans le nord-ouest de la Russie, n'ont duré chacun qu'une dizaine de jours. Depuis l'arrivée au pouvoir de Vladimir Poutine en mars 2000, la foi orthodoxe joue un rôle croissant dans la société russe et fait presque figure de religion d'État.

**MISSIONS
SECRÈTES**

Toute la vérité sur
l'espionnage canadien.

CE SOIR 20 h



Un monde de découverte



Astral
10ème
anniversaire