

# ACTUEL



> Tenue Ralph Lauren

Figures  
**Portrait de groupe  
avec politesse**

Page 7

La Presse

CAHIER B | LA PRESSE | MONTRÉAL | MARDI 23 AVRIL 2002

## DE LA TÊTE AUX PIEDS JEAN-LOUIS DUMAS

SOPHIE ST-LAURENT  
*collaboration spéciale*

Cinquième descendant de la famille fondatrice à diriger la maison Hermès, homme d'affaires averti, charmant et disponible, Jean-Louis Dumas a des idées claires sur la philosophie de l'entreprise qu'il préside depuis 1978.

«Hermès? Ce n'est pas une marque, c'est une signature.» Pourquoi cette distinction? Parce que «ça nous engage davantage envers notre clientèle.»

De passage à Montréal la semaine dernière pour l'ouverture d'une nouvelle boutique Hermès, rue Sherbrooke, Jean-Louis Dumas est arrivé en 1978 à la tête de cette société et l'a entraînée dans une croissance spectaculaire.

Sous son égide, l'entreprise s'est dotée d'une filiale horlogère, a développé l'émail, la porcelaine, l'orfèvrerie et le cristal, en plus de faire exploser la marque grâce à de nombreux points de vente mondiaux.

Thierry Hermès, qui a ouvert à Paris en 1837 une manufacture de harnais et de selles, était sans doute bien loin de se douter qu'Hermès deviendrait ainsi, moins d'un siècle plus tard, l'enseigne ultime du luxe, un véritable empire dont le chiffre d'affaires se calcule en milliards de dollars et dont plusieurs produits feraient partie du panthéon des objets-cultes de la mode. On pense, notamment, aux carrés de soie, aux sacs Kelly et Birkin (inspirés par la princesse Grace de Monaco et Jane Birkin) et à la montre Cape Cod.

Jean-Louis Dumas en a long à raconter sur l'histoire d'Hermès, «une maison de qualité qui fabrique des produits qui font l'envie» et qui vient d'arriver en bonne et due forme à Montréal, après Toronto et Vancouver.

Pourquoi la métropole québécoise? «Pourquoi pas?» répond-il amusé, en confiant qu'il n'y avait pas d'ordre préétabli pour l'ouverture des boutiques canadiennes. «À proprement parler, il s'agit bien d'une boutique, mais pour nous, c'est un véritable bout de la maison que l'on a installé à Montréal», explique-t-il. La boutique, qui est dans l'enceinte de Holt Renfrew, rue Sherbrooke, au centre-ville, tiendra tous les produits Hermès: vêtements, accessoires, linge de maison, objets pour la table, etc. Dans le décor de merisier trône même une selle, hommage aux origines de la maison.

Avant de parler de ce qu'est Hermès aujourd'hui, M. Dumas insiste pour faire un retour en arrière, monologuant avec passion sur le fait qu'Hermès a fait sa réputation grâce aux harnachements. «Il ne faut pas oublier que le premier client de la maison a été le cheval, pour qui on créait alors des harnais magnifiques, solides et bien finis», dit-il avant de souligner: «Nous avons perpétué ces valeurs à travers toutes les familles de produits de l'entreprise.»

Il raconte d'ailleurs qu'un jour, une cliente s'est plainte d'être moins bien habillée que son cheval, et avait exigé qu'Hermès l'habilte aussi afin de pouvoir rivaliser d'élégance avec sa bête!

### Vive le savoir-faire artisanal

Ardent défenseur du savoir-faire artisanal, M. Dumas parle avec éloquence du toucher et de l'attachement aux produits que le temps crée. «Vous savez, le temps est parfois le meilleur allié. Les produits Hermès, parce qu'ils sont solides et intemporels, se transmettent de génération en génération. Il est donc impératif que tous nos produits soient beaux et qu'à eux seuls, ils représentent la qualité et les valeurs d'Hermès.» Quoique l'entreprise demeure discrète sur l'identité de ses clients célèbres, on peut néanmoins affirmer que plusieurs personnalités ont contribué à propulser Hermès au rang de marque mythique. La reine Élisabeth II, Jackie Kennedy, Elle MacPherson, Sammy Davis Jr., Catherine Deneuve et Heather Locklear figurent parmi la prestigieuse clientèle de la maison.



Voir DUMAS en B5

# PEACE & MODE

Où aller et quoi acheter pour avoir les éléments clés du style de l'été.



> Pendants d'oreilles (Hari & Saab 39\$)



> Veste de denim délavé (Beige 160\$)

> Blouse de coton indien et dentelle (Tristan & American 65\$)



> Bustier de coton et dentelle (Mousseline 80\$)



> Sac de suède frangé (Le Château 35\$)



> Jupe plissée de coton indien (Zara 119\$)  
> Ceinture (Aldo 25\$)



LOUISE LABRECQUE  
*collaboration spéciale*

CET ÉTÉ, mesdames, laissez de côté le pantalon cigarette et le t-shirt de spandex. Ressortez vos jupes à volants, vos chemises en dentelle. Les grands couturiers ont créé une mode de non-violence, tout en douceur et en légèreté, un brin audacieuse. Comment s'y retrouver dans ce dédale de tendances? Et surtout comment l'adapter à votre garde-robe sans y laisser votre portefeuille? Voici trucs, astuces et bonnes adresses pour ne pas tourner en rond.

### Le «flower power» version 2002

Eh oui! les années 1970 refont encore surface. En réaction au «look» disco avec paillettes et tape-à-l'oeil,

apparaît une mode à l'image de la paix et de l'amour directement sortie du mouvement hippie. Dépoussiéré, le «flower power» de l'été 2002 se définira en un amalgame de styles revus et corrigés: tantôt bohémienne et exotique, tantôt amazone ou romantique, cette mode empruntera ici et là quelques éléments de chaque courant pour mieux les revisiter. On voit donc naître une ligne plus raffinée que celle des hippies, qui se soucie du détail: frisons frivoles, imprimés sauvages, alliage cuir et dentelle, accessoires multiethniques. Cette synergie de tendances exaltera la féminité et la sensualité de la femme moderne. Ne pensez surtout pas que votre garde-robe estivale passera pour démodée. Détrompez-vous. C'est dans un esprit de tzigane sentimentale que vous l'aborderez.

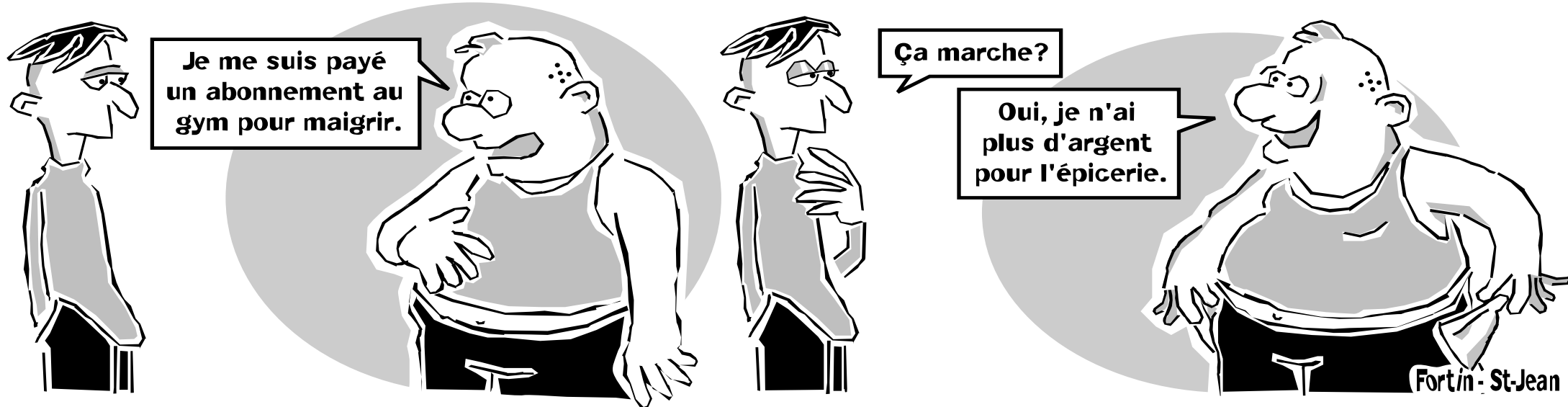
Ainsi, votre pantalon beige favori fera peau neuve avec un corsage de broderie anglaise subtilement lacé, alors que votre banal chemisier se verra rafraîchi par une jupe en patchwork de jeans usé, ceinturée d'une bande de suède festonné, portée bas sur les hanches.

Voir PEACE en B2

THÉÂTRES  
DU MONDE  
4<sup>e</sup> édition  
DU 8 AU 18 MAI 2002

belgique ≈ The Notebook LE GRAND CAHIER et The Proof LA PREUVE  
italie ≈ Genesi FROM THE MUSEUM OF SLEEP  
allemagne ≈ Endstation Amerika  
canada ≈ Cul-de-sac COPRÉSENTATION FTA/JUSINE C

BANDE À PART



PEACE

Suite de la page B1

Les fibres naturelles sous toutes leurs formes

Boudés depuis quelques saisons au profit des fibres synthétiques, le coton, la soie, le lin font un retour en force. Dentelle, voile, mousseline, broderie anglaise, brocart... c'est une explosion de fibres sous toutes leurs formes ! Mais pour doter votre vêtement de la touche du « flower power » 2002, optez pour un tissu défraîchi, délavé, froissé, lacéré, ciselé. Ce judicieux effet de patine lui donnera une âme afin d'évoquer les charmes naturels du temps. Afin d'actualiser votre jeans si confortable, usez le devant de la cuisse avec du papier sablé pour atténuer la couleur lorsqu'il est encore mouillé. Notez que cet effet amincira votre jambe grâce aux côtés plus foncés !

Aussi, une variété de broderies, de ruchers, de perles, de franges, de pièces de métal et l'ajout de tissus et de textures viendront briser l'uniformité du vêtement. Ainsi, un simple t-shirt blanc sera plissé, orné de dentelles et de surpiqûres, et une jupe droite se retrouvera décorée puis parée de broderies métalliques pour lui donner une allure de luxe.

Silhouette aérienne tout en blanc

La fluidité des tissus, le jeu des volants sensuels, la délicatesse de la dentelle envelopperont subtilement et gracieusement le corps. Enfin la libération après ces années coincées dans le lycra moulant. Il était temps ! Mouvement décalé et asymétrique, transparence, ampleur de la coupe, superposition d'étoffes laissent plutôt deviner ce qui doit être caché. Le tout dans un négligé contrôlé ! Côté couleur, le blanc se décline en beige, en rose



ou en bleu, créant des tons poudrés et pastel. Mais le noir prend aussi sa place, pour l'allure et le contraste. Puis, quelques couleurs feux d'artifice compléteront la palette estivale pour la touche finale. Essayez également de coordonner différentes textures de blancs : cotonnade, jersey, dentelle... pour créer un camaïeu. Ou, jouez la superposition de vêtements en mariant camisole, long chemisier et veste

courte coordonnés.

Avoir le « look » sans trop investir

Qui dit bohème ou romantique ne le dit pas de la tête aux pieds. Aussi, n'essayez pas de ressembler à votre jeune fille de 15 ans ! C'est un savant dosage de ces tendances qui donnera le ton à votre garde-robe. La refaire de A à Z ? Non, quelques morceaux-vedettes de la saison, judicieusement choisis, actualiseront votre style.

Le passe-partout idéal est la blouse ou le corsage, blanc de préférence. Optez pour du lin, de la broderie anglaise ou du voile de coton plissé. Jouez la transparence ou dénudez les épaules pour une allure plus romantique. Ou laissez-vous tenter par une jupe, une robe à volants. Elles ajouteront un côté sensuel et désinvolte à votre démarche. Aussi, choisissez un pantalon légèrement ample que vous agencerez à un haut cintré pour équilibrer la silhouette, ou à une tunique de matière délicate pour un effet plus aérien. Ou pourquoi ne pas le porter sous une jupe ou un sarouel ? Très tendance !

Cet été, le pied sera délicat. Oubliez la semelle plate-forme de quatre pouces. Pensez plutôt à une sandale de cuir naturel, à une ballerine de couleur ou à une mule pointue au petit talon. Autres éléments indispensables : les accessoires. Ils embelliront votre vêtement acheté il y a quelques saisons. La ceinture, de cuir, de daim ou en

cordage, tressée ou festonnée sera ajustée sur les hanches, un brin décentrée. Elle donnera fière allure à votre style, amincissant d'un seul coup votre taille. Choisissez un sac à main en fonction de votre taille : petit sac de tissu perlé ou de daim frangé sous le bras, fourre-tout de paille colorée ou besace de cuir portée en bandoulière. N'oubliez pas les pendants d'oreilles. Et à votre cou ? Des breloques, des gris-gris, des perles, entassés et multipliés.

Les bonnes adresses

Être tendance ne coûte pas une fortune, mais prend du temps. Afin que vous économisiez temps et argent, voici une liste d'adresses coup de coeur offrant des vêtements dans le ton « flower power ». Vous pouvez bien sûr visiter les créateurs internationaux. Cependant, les boutiques telles que Le Château, Zara, Axara proposent un vaste choix de cette tendance à moindre coût. Pour les ac-

ros, la boutique Mousseline regorge de vêtements à la fine pointe de la mode à différents prix. Par ailleurs, les boutiques Tristan & America présentent une intéressante collection bohémienne aux détails plus atténués et aux coupes plus sages. Aussi, la collection Beige du designer québécois Lino Catalano allie audace et fraîcheur dans un jeu de tissus lacérés et délavés. À découvrir, chez Hari & Sab, de magnifiques bijoux et accessoires tous très originaux et excentriques. N'hésitez pas à fouiner dans les boutiques d'importation

Adresses

- Axara : Galeries d'Anjou et Centre Rockland, 514-389-0002
- Beige de Lino Catalano : info au 514-277-2727  
www.lcdc-corp.com
- Hari&Sab : 2035, Crescent, Montréal, 514-985-9950
- La Cache, magasin entrepôt : 108, Gallery Sq., Montréal, 514-846-1091  
www.lacache.com
- Le Château :  
www.le-chateau.com
- Les Mains folles : 4427, Saint-Denis, Montréal, 514-284-6854
- Mousseline : 1180, Sainte-Catherine O., Montréal, 514-878-0661
- Tristan&America : dans tous ses magasins
- Zara : 1500, av. McGill College, Montréal, 514-281-2001

indonésienne : la boutique Les Mains folles propose une ravissante ligne maison qui marie dentelle, jersey et brocart ainsi qu'une sélection de jupes créées à partir de saris. Aux boutiques La Cache et au magasin entrepôt, vous ferez de jolies trouvailles dans un style champêtre tout à fait dans le ton romantique de l'été. Et pour les chineuses dans l'âme, n'oubliez pas les friperies regorgeant de vêtements authentiques des années hip-pies à petits prix. Bon magasinage !

**Pouvez-vous penser que c'était le manteau de sa mère?**

Labelle l'a rasé, teint et remodelé pour lui donner une allure plus moderne.

Si vous possédez un manteau en cuir de mouton retourné, **L'ENTREPOSAGE EST ESSENTIEL** pour prolonger la beauté et la DURABILITÉ de votre vêtement. Offre spéciale de 10 \$ pour les manteaux de tissu. Cueillette gratuite dans un rayon de 100 km autour de Montréal.

**10% de rabais pour l'âge d'or**

**Labelle Fourrure**  
Depuis 1911

6570, rue Saint-Hubert, Montréal  
(514) 276-3701  
Labelle.fourrure@sympatico.ca

**HMR** Hôpital Maisonneuve-Rosemont  
Centre affilié à l'Université de Montréal

**APPEL D'OFFRES**

PROJET : RÉFECTION DES TOITURES DU CENTRE D'ACCUEIL JUDITH-JASMIN  
8850, rue Bisailon, Montréal  
Appel d'offres : 2002-22

PROFESSIONNELS :  
Architecture : AVERNA, PARIZEAU, PAWULSKI, ARCHITECTES,  
M. RAIMONDO AVERNA  
Tél. : (450) 661-5817 • Téléc. : (450) 661-6482

Chargé de projets : HÔPITAL MAISONNEUVE-ROSEMONT, M MARIO ROY  
Tél. : (514) 252-3400, poste 4331 • Téléc. : (514) 252-3827

L'Hôpital Maisonneuve-Rosemont, propriétaire, demande des soumissions pour la :

**RÉFECTION DE LA TOITURE DU CENTRE D'ACCUEIL JUDITH-JASMIN**

Les documents d'appel d'offres pourront être obtenus au Centre d'information électronique de la construction (CIEC) au 1-800-482-2432 à compter du MARDI 23 AVRIL 2002. Les soumissions seront reçues au Service de l'approvisionnement de l'Hôpital Maisonneuve-Rosemont, situé au 5305, boul. de l'Assomption, porte 244 au 2<sup>e</sup> étage du pavillon Rachel-Tourigny, le JEU 9 MAI 2002, à 15 h, heure locale en vigueur, pour être ouvertes publiquement le même jour à la même heure.

Les soumissions devront être accompagnées :

- d'un cautionnement de soumission au montant de : dix-sept mille dollars (17 000 \$) valide pour une période de 45 jours après la date d'ouverture de soumission ou,
- d'un chèque visé au montant de : huit mille cinq cent dollars (8 500 \$) fait à l'ordre de Hôpital Maisonneuve-Rosemont.

Les soumissions seront remplies sur le formulaire préparé à cet effet et remises (l'original et deux copies) dans une enveloppe cachetée portant la mention « Soumission - RÉFECTION DES TOITURES DU CENTRE D'ACCUEIL JUDITH-JASMIN, n° d'appel d'offres : 2002-22 ».

Une seule visite des lieux se déroulera le MARDI 30 AVRIL 2002, à 10 h, en présence des professionnels, rendez-vous au Centre d'accueil Judith-Jasmin, 8850, rue Bisailon, Montréal (Québec).

Cet appel d'offres est assujéti à l'Accord de libéralisation des marchés publics du Québec et de l'Ontario, et à l'Accord de libéralisation des marchés publics du Québec et du Nouveau-Brunswick (AQNB).

Avant signature du contrat, l'adjudicataire devra déposer OBLIGATOIREMENT une preuve qu'il détient une licence en vertu de la Loi sur la qualification professionnelle des entrepreneurs en construction de la province de Québec.

Les entrepreneurs soumissionnaires sont responsables du choix des sous-traitants tant pour leur solvabilité que pour le contenu de leur soumission, et doivent les informer des conditions qu'ils entendent leur imposer et s'assurer qu'ils détiennent les permis et licences requis.

Le propriétaire ne s'engage pas à accepter la plus basse ni aucune des soumissions reçues.

Monsieur Jacques Fontaine,  
Chef du module d'approvisionnement

LE CENTRE EQUILIBRIUM PRÉSENTE  
L'INSTITUT DE YOGA  
ET DE MÉDITATION

POUR INFORMATION SUR  
LES COURS APPELÉZ  
(514) 843-YOGA(9642)

**ACTION!**

Les vendredis et samedis dans La Presse

**CINÉMA**

**OGILVY**

**VOTRE PRIME LANCÔME**

Avec tout achat de 27 \$ ou plus de produits Lancôme, vous recevrez cette prime irrésistible dans votre choix de couleurs et de fragrances préférées (Miracle ou Trésor).

**ABSOLUE**  
La crème reconstituante profonde FPS 15 relance les fonctions vitales de la peau en utilisant trois actifs naturels puissants : igname, soja et algue brune.

50 G 120 \$

Note : Offre valable jusqu'au 28 avril 2002, jusqu'à épuisement des stocks. Une prime par personne.

**OGILVY**  
1307, RUE SAINTE-CATHERINE OUEST, MONTRÉAL (QUÉBEC)  
(514) 842-7711, POSTE 218.

**Louise Véloquin**  
MODE

Pourquoi n'y ai-je pas pensé plus tôt ?

Un choix moderne!

Je choisis le confort d'un jeans extensible

**BLUE WILLI'S**

8 styles différents et grand choix de couleurs

Nous pouvons nettoyer • raser teindre • remodeler

**VOTRE FOURRURE**

Pour la garder belle  
N'oubliez pas de nous l'apporter pour l'entreposer

90, rue du Roi, Sorel-Tracy (450) 743-1234 • www.louiseveloquinmode.com • Ouvert le dimanche • Sur deux étages

## MODE

## Style

DALI SANSCHAGRIN  
collaboration spéciale

## MON PETIT TRUC EN PLUMES

> Cette année, plus que jamais, l'allure tendance dans les bals de finissant recherchée et personnalisée. Pour les demoiselles qui ont des doigts de fée et un peu de créativité, rien de plus simple que de personnaliser une simple petite robe pour en faire une tenue de grand soir. Pour ce faire, elles n'ont qu'à aller chez Rix Rax, au 801, rue Gilford à Montréal (514) 522-8971, une mercerie qui sort de l'ordinaire. Comme la plume est un des éléments importants cette année (plantée dans les cheveux, collée sur un sac du soir ou un soulier, décorant un décolleté) Rix Rax a décidé d'en offrir toute une gamme à tous les prix. Amusez-vous et soyez la plus excentrique!



## MOD2002

> Crème d'êmu, lingerie pour femmes rondes Emmanuelle, magazine *M Montréal*, voilà quelques-uns des projets intéressants qui ont été imaginés par les finissant(e)s de l'École supérieure de mode de Montréal. Le 15 avril dernier, ceux-ci présentaient leurs projets de fin d'étude d'une façon bien originale. L'événement Mod-2002, exposé à l'Usine C, était composé de 26 stands à visiter où chaque élève nous parlait de son projet. On pouvait aussi y voir une projection amusante et pertinente d'annonces télévisées, réalisées par les élèves. Un événement bien orchestré qui démontre qu'un programme universitaire en mode au Québec rehausse la qualité de tout le domaine.

## JANE S'EN VA AU BAL!

> Le réputé salon de coiffure La Coupe se prépare pour le bal. Récemment, les stylistes et coloristes se sont adonnés à une soirée «créativité» pour pousser au plus loin les limites de leur imagination. Des propositions plus qu'intéressantes en sont sorties. À preuve, cette coiffure rasta romantique réalisée par la styliste coiffeuse Juliana Serraiocco. Un look à la Jane qui fera craquer tous les Tarzan finissants! De plus, le salon La Coupe, qui possède maintenant son spa urbain, offre aux 75 premières finissantes qui réservent le forfait Bal une trousse Trucco comprenant un rouge à lèvres et un fard à joues. Le forfait de 135\$ comprend une coiffure haute, quelques mèches et un maquillage de soirée. Pour prendre rendez-vous (514) 288-6131, La Coupe, 1115, rue Sherbrooke Ouest.

## Ce soir, je serai la plus belle...

DALI SANSCHAGRIN  
collaboration spéciale

On ne rigole plus avec les bals de finissants. De nos jours, on se prépare des mois à l'avance, presque comme pour un mariage, pour cet événement et les jeunes filles savent ce qu'elles veulent. De l'allure sexy inspirée par l'actrice et chanteuse JLo au style médiéval moderne popularisé par le *Seigneur des Anneaux* en passant par la classique robe de princesse, tous les styles sont exploités, mais surtout personnalisés! «Comme dans la mode de tous les jours, les jeunes filles veulent être très originales le soir de leur bal. Pas question d'être toutes coiffées et maquillées de la même façon» affirme la maquilleuse Charlotte Vézina.

Chef de file dans le domaine de la coiffure et du maquillage, la compagnie Amico, distributeur de plusieurs grandes marques de produits de coiffure et de maquillage telles que Sebastian, Trucco, Wella, René Furterer, a offert récemment une formation aux coiffeurs et maquilleurs de Montréal afin de les aider à réaliser des têtes branchées pour les finissantes.

Leur truc numéro un? Sortir le coffre à bijoux et aller faire un tour dans les Dollarama environnants. Plumes, roses décoratives, paillettes, perles, colliers sur la tête, broche dans le chignon: toutes les fantaisies sont permises. «Bien que les filles exploitent plusieurs avenues, une chose est commune à toutes: le glamour. Pour cette soirée, la paillette est toujours à l'honneur ainsi que les faux diamants», ajoute Mme Vézina, qui animait la section maquillage de la formation.

Pour la coiffure, règle générale, les chignons se dirigent plus vers le bas. «Nous ne sommes plus à l'ère des hauts chignons crépés», lance Christina D'Asti du Spa Coiffure Amici, qui animait la formation en coiffure. Voici donc quatre petites idées coiffure qu'on peut demander chez Amici ou faire à la maison.



1 > Sur une coiffure travaillée avec extensions, parsemer dans la coiffure des diamants en velcro conçus pour adhérer aux cheveux. Ces diamants sont conçus par le Spa Coiffure Amici où l'on peut les acheter ou les faire poser. Spa Coiffure Amici, 4830, Jean-Talon Ouest (514) 731-5505.

2 > Truc numéro deux pour les cheveux: mélanger toutes sortes de textures. On prend une fine mèche et on fait un noeud souple; sur une autre on fait une tresse; d'autres mèches sont gaufrées et on termine par quelques boucles. On ajoute finalement un collier qui tombe sur le front tel un diadème, et le tour est joué!

3 > Côté maquillage: il faut penser à des zones oubliées comme l'omoplate. Pour mettre cette partie en valeur, pourquoi ne pas y coller des petites roses décoratives qu'on achète en bouquets chez Dollarama ou quelques perles. Appliquer simplement avec de la colle à faux cils!

4 > Pour une bouche d'enfer. Dessiner la bouche généreusement avec le gloss Fire Cracked de Trucco à l'aide d'un pinceau. Par la suite, on prend un coton-tige humide qu'on enduit de paillettes fines, dénichées dans les boutiques d'artisanat, de la même couleur feu. «Le résultat est incroyable, une bouche que l'on remarquera à des kilomètres!» lance Charlotte Vézina, maquilleuse au sein de l'équipe artistique de Sebastian.

Pour savoir où acheter les maquillages Trucco ou pour tout autre renseignement sur la réalisation des coiffures et des maquillages de nos photos, appeler chez Amico au (514) 631-2772.

## BEAUTÉ

DALI SANSCHAGRIN  
collaboration spéciale

Avec les petites jupes à volants et les chemises diaphanes, apparaissent, en ces jours printaniers, les parfums frais et légers. Cette année, nombre de compagnies nous taquent la narine avec des bouffées d'effluves romantiques comme autant de souvenirs d'adolescence. Bien que les eaux Aqua Allegoria de Guerlain gardent leur place d'honneur dans mon cœur parmi les parfums estivaux, en voici quatre nouveaux qui sauront sans doute stimuler le vacancier en vous!



## LES ORTEILS DANS LE SABLE...

ET LA TÊTE devant l'ordinateur! Voilà ce que propose la nouvelle fragrance *Beach*, de la réputée spécialiste en beauté Bobbi Brown. Inspirée de la plage, son endroit préféré, ce jus a su capter l'essence même de l'été et plus, celle des vacances. Le secret? Des effluves d'embrun rafraîchissant, de jasmin des sables, de dianthus, un petit oeillet sauvage des côtes de la Bretagne, des pétales de néroli et de bois de grève. Sincèrement, une bouffée de *Beach* et vous voilà sous un palmier en train de siroter un cocktail exotique, la peau encore humide et parfumée d'eau de mer et d'huile solaire. Ah! (49 \$ pour un temps limité chez Holt Renfrew, 1300, rue Sherbrooke Ouest).



## 37,2 DEGRÉS, LE MATIN

*FAHRENHEIT DE* Christian Dior est le parfum torride par excellence. Puissant, sensuel. Mais justement, ses adeptes le trouvent parfois un peu trop prononcé dans la chaleur estivale. C'est une des raisons qui ont poussé les gens de Dior à lancer *Fahrenheit Summer*: du soleil de l'emballage à l'effluve, en passant par la bouteille qui évoque le coucher de l'astre de feu sur la mer. *Fahrenheit Summer* n'est pas une eau sans alcool mais simplement une version plus fraîche de l'essence originale. Les accords de tangerine et de pamplemousse offrent au freesia d'eau un départ aquatique tandis que les notes de cœur de violette et de bois de santal associées aux notes finales d'ambre, de patchouli et de bois de cèdre rappellent la force mystérieuse de l'homme *Fahrenheit*. (*Fahrenheit Summer*, 50 \$ pour un flacon de 100 ml aux comptoirs Dior).



## BELLE VAHINÉE

DEPUIS TOUJOURS, le monoi de Tahiti joue un rôle prépondérant dans la vie des Polynésiens. Il est utilisé pour hydrater la peau, protéger les cheveux, mais ses composants sont également présents dans la médecine populaire des îles. On utilise par exemple les fleurs de tiare pour soigner les maux d'oreille, les migraines, les orgelets, certains eczéma ou simplement pour prévenir les piqûres d'insectes. Le monoi de Tahiti est obtenu par la macération d'au moins 10 fleurs de tiare par litre d'huile de coprah raffinée. Le produit est ensuite purifié par filtration pour bénéficier de toutes les vertus des plantes. La compagnie Yves Rocher vient de lancer *L'Eau Parfumante exotique sans alcool Monoi de Tahiti*, un parfum qui possède cette senteur inimitable évoquant la plage, la mer et les colliers de fleurs. Comme elle est hydratante et sans alcool, cette eau est idéale pour la plage, et dépayssante en ville. À vaporiser sur tout le corps et dans la chevelure pour un effet vahiné (14 \$ dans les boutiques Yves Rocher).

tendances  
L'émotion en boîte

À la une du style... la montre Signature de Birks déclinée dans trois couleurs les plus tentantes de la saison: rose pâle, bleu tendre et doux corail. À la fois chic et passe-partout, cette montre pour femmes est munie d'un bracelet cuir, grain alligator, et se prête fort bien au jeu du "sur mesure". La lunette du cadran peut être assortie à celle du bracelet et, suprême coquetterie, peut même être ornée de diamants.

Parce que le printemps 2002 se vit sous l'insigne des petits luxes...

BIRKS



## La paix parachutée au pôle Nord

Agence France-Presse

NANCY (France) — Un parachutiste français, Mario Gervasi, a sauté samedi dernier sur le point 0 du pôle Nord, en compagnie d'un parachutiste macédonien, de deux Indiens et de trois Russes, pour y lire plusieurs messages de paix, a-t-il annoncé hier en direct de Rantanga, en Sibérie arctique.

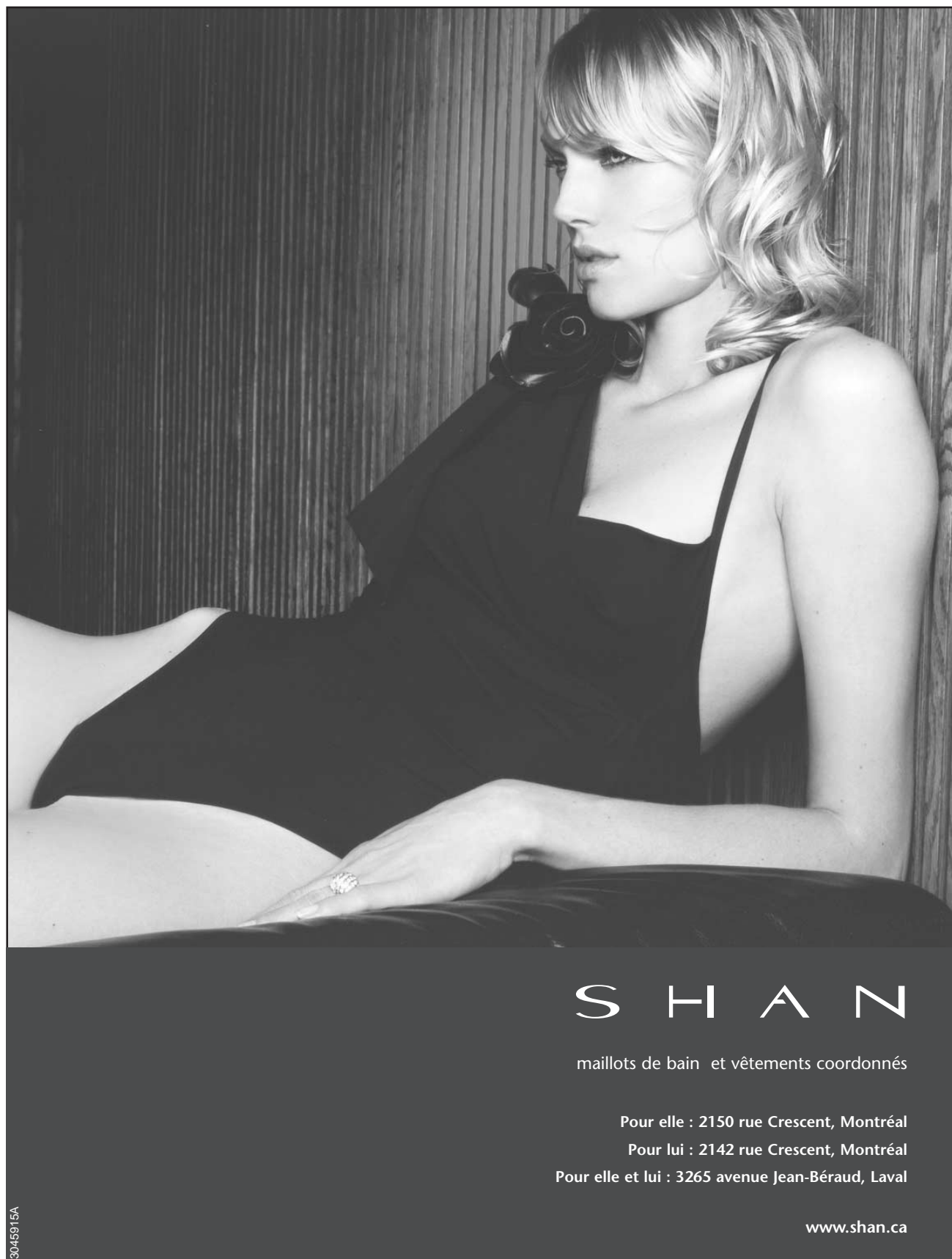
Le Macédonien Victor Boev et le Français, après avoir sauté d'un hélicoptère à 4000 m d'altitude, ont

effectué un saut en vol contact en atterrissant sur le point 0, sur une banquise parsemée de trous. Ce nouveau saut au pôle Nord, initialement prévu le 15 avril, a été retardé en raison des mauvaises conditions météo. « Il a fallu attendre une accalmie entre deux cyclones, alors qu'il faisait très froid, jusqu'à -36 degrés le matin », a-t-il précisé.

Mario Gervasi, qui a passé quatre mois en Macédoine dans le cadre d'une mission de maintien de la paix, était porteur de plusieurs

messages de paix, que les parachutistes ont lus sur le pôle Nord.

Parmi ces messages, qui s'inscrivent dans le cadre de la décennie internationale pour la promotion d'une culture de la paix et de la non-violence au profit de l'enfant décidée par l'ONU, figuraient notamment celui du secrétaire général de l'ONU Kofi Annan, celui du secrétaire général de la Francophonie Boutros Boutros-Ghali, et celui du président de la Macédoine Boris Trajkovski.



**S H A N**

maillots de bain et vêtements coordonnés

Pour elle : 2150 rue Crescent, Montréal  
Pour lui : 2142 rue Crescent, Montréal  
Pour elle et lui : 3265 avenue Jean-Béraud, Laval

www.shan.ca

**stratford 50**  
Festival of Canada  
ARTISTIC DIRECTOR RICHARD MONETTE

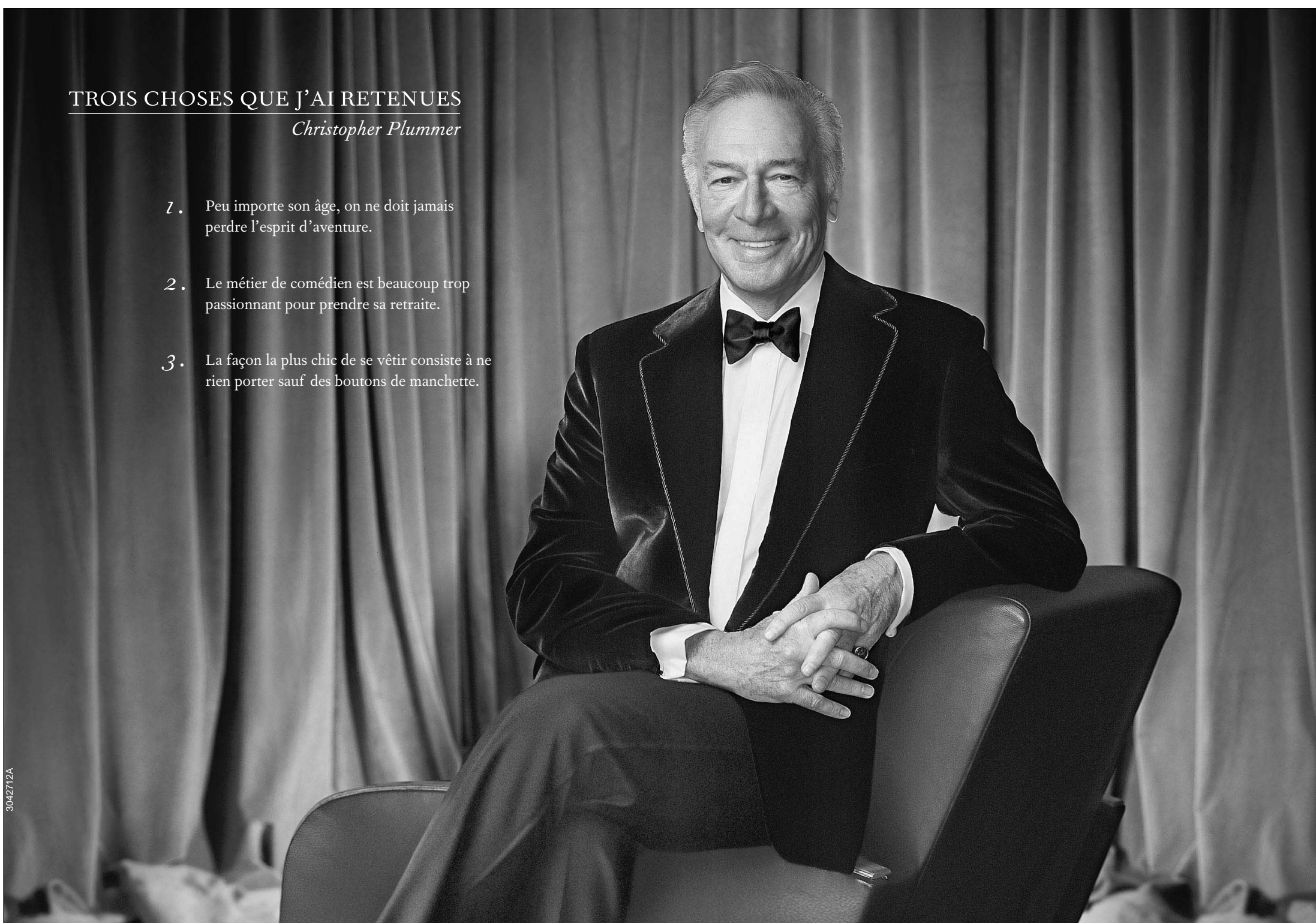
Harry Rosen tient à féliciter le Festival de Stratford pour sa cinquantième saison. À cette occasion, le célèbre comédien et ancien élève de l'institution Christopher Plummer reviendra à Stratford du 20 août au 6 novembre pour interpréter le rôle du roi Lear. Nous sommes ravis de célébrer son retour et nous vous invitons à faire de même. Pour joindre la billetterie, faites le 1.800.567.1600.

**KING LEAR**

### TROIS CHOSES QUE J'AI RETENUES

*Christopher Plummer*

1. Peu importe son âge, on ne doit jamais perdre l'esprit d'aventure.
2. Le métier de comédien est beaucoup trop passionnant pour prendre sa retraite.
3. La façon la plus chic de se vêtir consiste à ne rien porter sauf des boutons de manchette.



Christopher Plummer porte ici un veston et un pantalon de notre collection de vêtements sur mesure. En guise de remerciement pour sa participation à cette publicité et en l'honneur de la cinquantième saison du Festival de Stratford, un don a été fait au nom de Monsieur Plummer à la Fondation du Festival de Stratford.

**HARRY ROSEN**

AFFIRMEZ-VOUS

LES COURS MONT-ROYAL 514.284.3315 • FAIRVIEW POINTE-CLAIRE 514.695.8921 • CENTRE ROCKLAND 514.735.6227 www.harryrosen.com

## La cigarette, victime du boycott des produits américains au Liban

Agence France-Presse

BEYROUTH — La cigarette américaine est la première victime du mot d'ordre de boycottage « total » de produits « made in USA » lancé au Liban par des organisations non gouvernementales qui veulent protester contre la politique jugée « pro-israélienne » des États-Unis.

« Le prix d'un paquet de cigarettes américaines équivaut à celui d'une balle qui sera tirée contre le peuple palestinien », « un survêtement de fabrication américaine vaut le prix de 500 balles », peut-on lire dans un tract distribué par des étudiants à Beyrouth. Ces jeunes, qui se disent excédés par « l'appui américain » à la campagne militaire « sauvage » menée depuis le 29 mars par le premier ministre d'Israël Ariel Sharon dans les territoires palestiniens autonomes, prônent le boycott intégral des produits américains.

L'idée du boycottage avait d'abord été lancée par des formations politiques islamistes, tel le Hezbollah chiite, ou panarabes, comme le Baas pro-syrien, mais elle n'est devenue tangible que grâce à des jeunes et à des organisations non gouvernementales. Aujourd'hui, des tracts avec des listes de produits libanais, arabes, européens ou asiatiques substituables à des produits américains sont distribués.

Les fumeurs de cigarettes américaines, notamment des jeunes, ont été les premiers à passer à l'acte. « La marque de cigarette made in USA dont la publicité met en scène un cow-boy est la première touchée... Mes clients se sont rabattus depuis deux semaines sur les blondes françaises », affirme Chafic, vendeur de tabac dans la grande rue commerçante de Hamra, à Beyrouth. Selon un buraliste de la ville de Baalbeck (Est), dominée par le Hezbollah, « la vente des cigarettes américaines a chuté de moitié ».

#### Déclin des boissons gazeuses

La consommation d'autres produits américains, comme les incontournables boissons gazeuses, a, selon divers témoins, beaucoup

baissé aux quatre coins du pays, même si les gens peinent à leur trouver des équivalents. Les États-Unis étant l'un des premiers partenaires commerciaux du Liban, la liste des produits à boycotter est longue et va des boîtes de conserve aux produits de beauté en passant par les vêtements. À Tripoli, ville portuaire du Nord, un épicerie a placé une pancarte sur la devanture de son magasin, invitant ses clients « à consommer libanais ou européen ».

Jamal Chaïeb, responsable d'une ONG à Saïda (Sud), a indiqué à l'AFP qu'elle cherche « à dresser une liste des sociétés américaines qui apportent un appui financier à Israël en coopération avec des ONG étrangères ».

Les chaînes de fast-food américaines traversent une mauvaise passe, les jeunes mangeant moins de hamburgers, de pizza ou de poulet frit. « Mon chiffre d'affaires est tombé de 1666 \$ US 666 \$ la semaine dernière », a affirmé le gérant d'un de ces établissements. Un autre affirme que « les mamans interdisent désormais à leurs enfants de fréquenter des fast-foods américains ». Une chaîne koweïtienne de « fast-sea-food » (restauration rapide à base de produits de la mer) a dû publier un encart publicitaire en une des journaux beyrouthins pour souligner qu'elle « n'est pas américaine ».

La campagne anti-américaine s'est étendue à Internet, avec l'envoi de milliers de courriels incitant au boycottage des produits pour « frapper au niveau du portefeuille ». Certains jeunes, quoique convaincus de devoir montrer leur solidarité avec le peuple palestinien, ont néanmoins du mal à abandonner « l'américan way of life » qui a gagné ces dernières décennies du terrain au Liban comme partout ailleurs.

« J'ai laissé tomber le poulet frit mais je n'arrive pas à remplacer ma boisson gazeuse préférée », avoue Nabil Tom, étudiant de l'université anglophone de Balamand, gérée par des Libanais pro-américains.

MÉDIAS

# Le Marabout lauréat du prix Presse et Démocratie

NATHALIE COLLARD

Boubakar Diallo n'a absolument rien de l'image qu'on se fait d'un directeur de mensuel satirique. On attendait quelqu'un à la langue bien pendue et à la remarque assassine, nous voilà en face d'un homme réservé, presque timide, qui s'exprime d'une voix très douce. Cet homme est toutefois à la tête de deux publications au Burkina Faso : un quotidien, le *Journal du jeudi*, et *Le Marabout*, un mensuel satirique créé en septembre dernier avec Damien Glez, pour « prouver par l'exemple que la liberté de presse est tout de même possible », explique Boubakar Diallo, de passage à Montréal cette semaine dans le cadre du festival Vues d'Afrique.

En Afrique, la liberté d'expression est un concept à intensité variable : selon Boubakar Diallo, elle se porte mieux au Burkina Faso et au Sénégal qu'au Mali, au Cameroun ou en Côte-d'Ivoire, où la presse est encore très identifiée aux partis politiques.

D'un point de vue nord-américain, la situation au Burkina Faso est loin d'être idéale. En 1998, un journaliste a été tué en fonction et encore aujourd'hui, la plupart des collaborateurs du *Marabout* signent d'un pseudonyme pour des questions de sécurité. *Le Marabout* se fait donc un devoir de rapporter tous les cas d'entrave à la liberté de presse tout en étant un lieu de réflexion sur l'Afrique actuelle.

Dans le même souffle, le directeur du *Marabout* affirme qu'il n'y a pas de sujets tabous au Burkina Faso, seulement des sujets délicats comme la religion ou la représentation de la sexualité.

Boubakar Diallo avoue être très satisfait d'avoir remporté le prix Presse et Démocratie : « Ce prix donne une certaine visibilité à notre journal, il nous sort de l'anonymat tout en avertissant les pouvoirs politiques que des gens de l'extérieur nous surveillent. »

Seule publication panafricaine éditée à partir de l'Afrique (Au Gabon, *La Griffé* a cessé ses opérations, remplacée par le *Gris-Gris International*, édité de Paris), le mensuel évolue dans un paysage médiatique qui compte une vingtaine de titres dont quatre quotidiens, des hebdomadaires, des mensuels ainsi que deux chaînes de télé et plusieurs stations de radio FM. Tout ça pour une population d'environ 11 millions d'habitants.

« Sans Internet, *Le Marabout* ne pourrait exister, poursuit Boubakar Diallo. Nos colla-



borateurs, dispersés un peu partout en Afrique, nous envoient leurs textes par courriel. Mais c'est la distribution qui pose problème : comment s'assurer que le journal sorte dans neuf pays en même temps ? Air Afrique n'existe plus, quant à Air France, il nous propose de transporter nos colis jusqu'à Paris pour les renvoyer sur la côte par la suite. C'est un véritable casse-tête. »

En plus de diriger deux publications, Boubakar Diallo, 40 ans, est écrivain et scénariste pour le cinéma et la télévision. « J'ai fondé des journaux parce que mon style ne plaisait pas », affirme-t-il.

« Quand j'ai fondé le *JJ* en 1991, il fallait une autorisation officielle du gouvernement pour lancer un journal. J'avais convaincu le directeur d'un autre journal d'imprimer *Le Marabout* à crédit. Je circulais en mobylette pour aller chercher les textes des collaborateurs. Un an plus tard, nous avons bénéficié du financement d'un organisme de coopération danois qui nous a permis d'acheter de l'équipement informatique. Aujourd'hui, le *Journal du jeudi* compte 10 permanents. »

*Le Marabout* partage les bureaux du *Journal du jeudi* mais contrairement au quotidien, qui appartient à une entreprise privée, le mensuel est la propriété d'une association, le RALI (Réseau africain pour la liberté d'information) créé en 1999 avec comme objectif de défendre la liberté d'expression et la liberté d'exercer le métier de journaliste en Afrique.

« On n'arrête pas les journalistes dans la rue mais dans certains pays d'Afrique, il existe toujours la menace qu'un journal soit saisi. Dans d'autres cas, les pressions sont plus sournoises, détournées. »

Malgré tout, Boubakar Diallo estime que la profession journalistique se porte plutôt bien, citant comme exemple la création d'un programme arts et communications à l'Université de Ouagadougou. Il existe donc bel et bien une relève dont les femmes semblent toutefois absentes. Selon Diallo, elles représenteraient moins de 10 % des effectifs journalistiques. La preuve qu'il reste encore du chemin à faire !

Pour lire le *Marabout*, on peut consulter le site Internet : [www.marabout.net](http://www.marabout.net)

Les textes du mensuel sont également repris à l'occasion dans *Courrier International*.

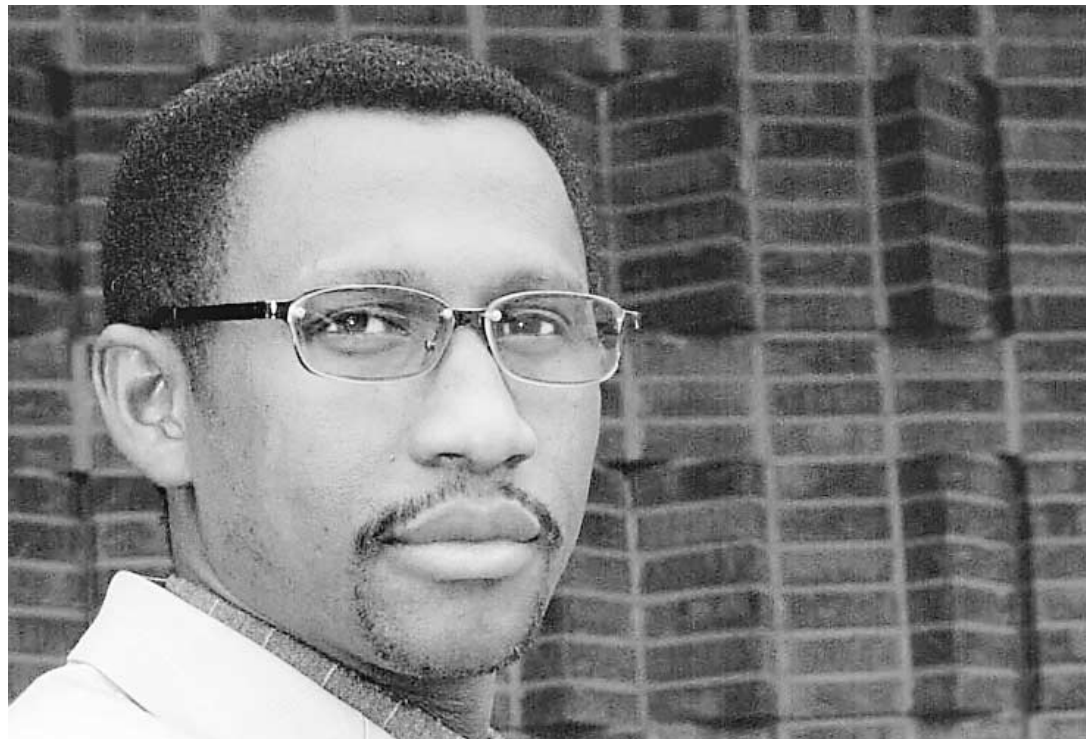


Photo PIERRE CÔTÉ, La Presse

Boubakar Diallo : « Sans Internet, *Le Marabout* ne pourrait exister... »

**L'ÉCOLE DE  
MODE  
DU CÉGEP  
MARIE  
VICTORIN**

**mardi 7 et  
mercredi 8 mai  
19 h et 21 h**

**Billet : 22 \$**  
(TAXES INCLUSES)

**Cégep Marie-Victorin**  
Salle Désilets  
7000, rue Marie-Victorin, Montréal

RÉSERVATION / INFORMATION  
**(514) 328-3826, poste 2404**

**Collection 2002**

**SOIRÉE DES ANCIENS**  
**Mardi 7 mai à 21 h**  
**(514) 328-3826**  
poste 2378 (Francine)  
ou poste 2583 (Véro)

Chez les marchands participants

## DUMAS

Suite de la page B1

Et qui n'a pas entendu parler de l'épisode de la série culte *Sex and the City* construit autour d'un sac Birkin ? Modeste malgré ses origines huppées, le sexagénaire à l'élégance formelle est également taxé d'être innovateur dans son style de gestion. En 1997, Jean-Louis Dumas a choisi le créateur belge d'avant-garde Martin Margiela pour diriger le volet prêt-à-porter féminin de la maison. Tradition ou révolution ? Cette décision, qui en a surpris plus d'un, confirme son audace. « Malgré qu'il ait fait sa marque avec un style particulier, je savais qu'il avait un très bon talent de coupe, dit M. Dumas de son protégé. Dès notre première rencontre, Martin et moi nous sommes tout de suite entendus sur les mêmes mots : coupe, confort et bien-être. La joie de cette première rencontre se perpétue encore. »

M. Dumas aura aussi innové en permettant à Hermès d'être la première maison de luxe à produire son propre magazine, le *Monde Hermès*, qui présente d'une façon toujours renouvelée l'univers Hermès. Quand on lui en parle, ses yeux s'illuminent. « Vous me faites vraiment plaisir d'aborder le sujet, car c'est mon bébé ! » Tiré à 300 000 exemplaires et traduit dans 12 langues, la publication bisannuelle sur l'art de vivre existe depuis maintenant 20 ans.

Interrogé sur les succès récents de la marque (un chiffre d'affaires en hausse de 6 % en 2001), il invoque l'ouverture de nouveaux points de vente, ainsi que les excellentes performances de certaines boutiques, notamment celle de Ginza à Tokyo au Japon, « une immense boutique sur trois étages ». Et comment expliquer que chaque famille de produits contienne au moins un article culte ? Outre la qualité et l'intangible élégance qui caractérise toutes les pièces, explique M. Dumas, le nom de certains produits a inévitablement contribué à leurs succès. « Le nom est très certainement un véhicule de mémoire... » dit-il.

Quoique la stratégie d'expansion du groupe semble habilement fignolée, il admet que la stratégie de produits relève davantage de l'improvisation. « Nous n'avons pas de plan d'action déterminé, nous créons comme un pommier fait ses pommes ! »

# Habillez (ou déshabillez) Kylie Minogue



Kylie Minogue

Photo AP

## WWW SUR LE WEB AUJOURD'HUI

LES ADMIRATEURS de la chanteuse australienne Kylie Minogue peuvent désormais habiller et déshabiller leur star comme bon leur semble grâce à un nouveau site Web baptisé *Princess of Pop* ([www.princessofpop.co.uk](http://www.princessofpop.co.uk)). En fait, les internautes peuvent choisir la garde-robe virtuelle de la dame parmi 12 tenues qui vont du bikini à la grande robe de soirée, des vêtements qui pour la plupart ont été portés lors de l'enregistrement des vidéoclips de la chanteuse.

Par exemple, on peut habiller la chanteuse avec la très courte robe métallique qu'elle portait pour chanter *Can't Get You out of my Head* ou encore son costume de fée Clochette dans *Moulin Rouge*. Les concepteurs du site espèrent ajouter de nouvelles tenues toutes les semaines et pourraient tenir compte des suggestions des internautes. Notez que le site

ne fonctionne que pour les utilisateurs du logiciel de navigation Internet Explorer.

CHEZ LES chanteuses toujours, l'Américaine Jewel est en session de clavardage aujourd'hui à compter de 19h au site de MSN ([chat.msn.com](http://chat.msn.com)). Elle vient y faire la promotion de son tout nouvel album intitulé *This Way*, un album qui arrive trois ans après la sortie du précédent.

SI LE SUJET du doublage des films au Québec vous intéresse, vous serez peut-être amusé de voir et surtout d'entendre l'exercice de traduction que deux internautes de l'Outaouais ont fait en se basant sur les dialogues fictifs d'un dessin animé de Batman. Le site *Batman VF* ([w3.uqah.quebec.ca/lafe01/batman.swf](http://w3.uqah.quebec.ca/lafe01/batman.swf)) présente six segments avec d'un côté, une version en argot bien français et de l'autre, une version joual. De quoi faire sourire si les gros mots ne vous ofusquent pas trop.

RESTONS DANS l'Outaouais le temps de poursuivre notre visite du serveur Web de l'Université du Québec à Hull où j'ai trouvé une foule de petits sites intéressants faits par les étudiants de l'institution. Par exemple, il y a ce site d'Annie Sauvé qui traite de la dyslexie ([w3.uqah.quebec.ca/saua03](http://w3.uqah.quebec.ca/saua03)) et qui vise à informer les parents, les enfants et les professeurs sur le sujet. Le site de Maude Verner lui, porte sur les volcans, un véritable portail sur le sujet ([w3.uqah.quebec.ca/verm01](http://w3.uqah.quebec.ca/verm01)). Et puis toute une découverte : on peut jouer au casino en ligne à partir du serveur Web administré par le service de l'informatique et de l'audiovisuel de l'Université du Québec à Hull. Dans un espace Web qui devait normalement héberger le site d'une étudiante, on retrouve une porte d'entrée vers le ePalace Casino. Voyez par vous-même : [w3.uqah.quebec.ca/myrm01](http://w3.uqah.quebec.ca/myrm01).

Bruno Guglielminetti  
collaboration spéciale  
actuel@guglielminetti.com

## LE MEILLEUR VENDEUR...



**ACHETEZ**  
et  
**ROULEZ**  
**SANS**  
**PAIEMENTS**  
pendant 90 jours  
PDSF 12 395 \$

FINANCEMENT  
À L'ACHAT  
**0%**  
DISPONIBLE  
JUSQU'À 36 MOIS

# OU

**LOUEZ**  
à partir de  
**165\$\***  
par mois/60 mois

**0\$**  
COMPTANT  
DÉPÔT DE SÉCURITÉ  
TRANSPORT ET  
PRÉPARATION INCLUS

## SE TROUVE CHEZ HYUNDAI!



**L'ACCENT GS**  
NUMÉRO 1



LE VÉHICULE  
LE PLUS  
VENDU  
DANS SA  
CATÉGORIE  
(AIAMC)



## L'ELANTRA BERLINE GL

**LOUEZ**  
à partir de  
**199\$\*\***  
par mois/48 mois

**0\$**  
DÉPÔT DE SÉCURITÉ  
TRANSPORT ET  
PRÉPARATION  
INCLUS

**ACHETEZ**  
et  
**ROULEZ**  
**SANS**  
**PAIEMENTS**  
pendant 90 jours  
PDSF 15 295 \$

FINANCEMENT  
À L'ACHAT  
**0%**  
DISPONIBLE  
JUSQU'À 36 MOIS



### GARANTIE 5 ANS

L'UNE DES MEILLEURES GARANTIES DE L'INDUSTRIE : 5 ANS / 100 000 km  
(éléments importants) ASSISTANCE ROUTIÈRE 24 HEURES (3 ans / 60 000 km standard)  
Incluant : livraison d'essence • changement de roue en cas de crevaison • déverrouillage • remorquage

Photos à titre indicatif seulement. \*Paiements de location basés sur un contrat de 60 mois pour l'ACCENT GS 2002 à partir de 165 \$/mois. L'obligation totale du consommateur pour 60 mois est de 9 900 \$. Aucun comptant, aucun dépôt de sécurité requis, transport et préparation inclus, taxes et immatriculation en sus. Financement au détail disponible à un taux de 0 % jusqu'à 36 mois. \*\*Paiements de location basés sur un contrat de 48 mois pour l'ELANTRA BERLINE GL 2002 à partir de 199 \$/mois. L'obligation totale du consommateur pour 48 mois est de 9 552 \$. Comptant de 995 \$, aucun dépôt de sécurité requis, transport et préparation inclus, taxes et immatriculation en sus. Financement au détail disponible à un taux de 0 % jusqu'à 36 mois. L'offre d'aucun paiement pour 90 jours s'applique uniquement pour le financement à l'achat de véhicules 2002. Aucun frais d'intérêt pour les premiers 60 jours à partir de la date de prise de possession du véhicule par son propriétaire. Après 60 jours, les intérêts commencent à s'accumuler et l'acheteur doit payer ensuite mensuellement le capital et les intérêts sur une période de 36 mois. En sus, frais administratifs de 350 \$ reliés au contrat de location pour les modèles 2002. Kilométrage annuel de 20 000 km, 10 c par kilomètre additionnel. Option d'achat au terme de la location. Ne peut être jumelée à aucune autre offre. Sujet à l'approbation du crédit. Voir votre concessionnaire participant pour tous les détails. Véhicules en inventaire seulement. Offre d'une durée limitée avec livraison d'ici au 30 avril 2002.



**HYUNDAI**  
UN ESSAI VOUS CONVAINCRA

LES PARTENAIRES HYUNDAI

# FIGURES



## BLOCS

SOPHIE GIRONNAY  
collaboration spéciale

### La mocheté de la semaine

BRAVO à monsieur Yves Thériault, lecteur et résidant du Village gai («J'y habite, j'y travaille, j'y fais mes courses et j'y drague», écrit-il) d'oser sortir du placard, non pas de l'homosexualité, mais de la rectitude politique. Il lui a fallu une bonne dose d'objectivité pour signaler à notre attention la mocheté de certains complexes de loisirs de la rue Sainte-Catherine: «qui remettent en doute le cliché qui veut que «les gais ont ben du goût»... », écrit-il. Les deux édifices en cause sont le complexe Bourbon «qui fait paraître le Club 281 comme un modèle de sobriété» et le complexe Sky «pour lequel on a démoli une très jolie façade de pierre datant des années 40 ou 50, encore parfaitement conservée». Pour paraphraser le moraliste, je dirais que «tout le monde se plaint de sa mémoire mais personne de son mauvais goût», l'une des choses du monde, pourtant, les mieux partagées, sans égard à l'âge ni au sexe! M. Thériault signale par ailleurs, là encore fort justement, le trésor patrimonial qu'est la vitrine de magasin située au coin de Saint-Hubert. Soulignons vite la qualité avérée de ce bijou, avant que quelqu'un ne s'avise de le «transformer»! (Vos commentaires à gironnay@videotron.ca)

■ ■ ■

### Un finissant fait le printemps

C'EST LE PRINTEMPS et aussi sûrement que reviennent les oies blanches, réapparaissent, dans les facultés, les expositions de travaux de finissants. À condition de s'y pointer sans attentes particulières, le visiteur néophyte risque bien d'être stimulé et agréablement séduit par ce type d'expositions en forme de bain de jouvence, où soufflent parfois les talents de demain et, toujours, un bel optimisme. Au Centre de design de l'UQAM, trois wagons vont se succéder. Sous le titre *En projection*, les étudiants en design de l'environnement exposent leurs 70 idées et projets en urbanisme, design industriel et architecture, du 25 au 28 avril. Les diplômés en design graphique prennent le relais du 2 au 5 mai. Enfin, du 9 au 12 mai, le nouveau département d'études spécialisées en design d'événements tentera de créer... l'événement, sous le titre fort inspirant de *Le monde est tout ce qui arrive*. C'est gratuit et ouvert de midi à 17 h, au 1440, rue Sanguinet.

■ ■ ■

### Glenn Murcutt, Pritzker atypique

LE PRIX PRITZKER, qu'il est de règle de présenter comme le Nobel de l'architecture (assorti d'un chèque de 100 000 dollars) est décerné, pour 2002, à l'Australien Glenn Murcutt, solitaire et écolo qui a toujours privilégié l'harmonie de la construction avec l'environnement naturel. Né en 1936, Glenn Murcutt a passé ses années d'enfance en Papouasie puis à Sydney où il a fondé son agence en 1969. Son oeuvre comprend beaucoup de maisons privées, largement ouvertes sur la nature et dotées d'équipements *high-tech* qui en font des lieux d'expérience de pointe pour l'architecture «verte». Voyageur infatigable dans ses années de formation, Murcutt a beaucoup réfléchi à propos de «l'esprit du lieu» et sur la manière dont l'architecture «coopère» avec le site. Contrairement aux autres vedettes lauréates du Pritzker, Glenn Murcutt, anti-jet-setter, refuse désormais de bâtir hors de l'Australie, loin des paysages qu'il connaît le mieux. Ce choix atypique du jury a été compris par la presse internationale comme un tournant dans l'évolution du Pritzker, inspiré par le choc du 11 septembre. La Fondation Hyatt qui a créé le Pritzker, et les membres de son jury, auraient voulu lancer, croit-on, un appel à de nouvelles valeurs architecturales plus respectueuses de l'échelle humaine.

■ ■ ■

### AQPI-culture et patrimoine

L'ASSOCIATION QUÉBÉCOISE du patrimoine industriel milite patiemment, mais sûrement, depuis des années, pour que les beaux restes de la société industrielle continuent de vivre, tant dans les mémoires que sur les lieux mêmes où nos ancêtres suèrent sang et eau. Chaque année ramène un colloque AQPI, agrémenté de contacts avec des personnes venues de régions à la Zola façon *Germinal*: *Belgique des mines, Nouvelle-Angleterre des filatures...* Cette année, les discussions portent sur un thème original: l'histoire à l'intérieur de l'entreprise. Le commun des mortels ne s' imagine guère ce qu'une boîte comme Bombardier ou Hydro-Québec accumule de souvenirs, de récits et de documents! Véritable trésor occulte, cette histoire-là est essentielle, parce qu'elle continue d'agir dans la culture de l'entreprise, dans le quotidien de ses patrons et de ses employés et dans l'ensemble de la société. Comment conserver les témoignages concrets ou abstraits du passé? Comment mieux les mettre en valeur et comment s'en servir, aussi, pour gérer édifices et machines abandonnées par l'industrie? On en débattera le vendredi le 26 avril 2002, au Centre d'archives de Montréal des Archives nationales du Québec, avec militants, archivistes et autres familiers de la chose. Informations au (514) 528-8444.

## Portrait de groupe avec politesse



**Du 18 avril au 15 septembre, le Centre canadien d'architecture ouvre ses grandes salles à six agences québécoises, conviées à monter leurs Laboratoires. Thème imposé: l'après 11 septembre et l'insécurité. Résultat: gentil. Trop gentil.**



SOPHIE GIRONNAY  
collaboration spéciale

Oserai-je écrire ce que je pense de l'exposition *Laboratoires*? Ne devrais-je pas me contenter de saluer l'événement qui ouvre pour la première fois les grandes salles du CCA, cette noble institution de calibre international, à six agences d'architectes d'ici que j'aime, admire et louange, depuis plus de sept ans, pour certains d'entre eux?

Mais après un après-midi passé dans les six grandes salles à rouler sur le tapis rouge de l'*Échangeur* de l'Atelier Big City au son des radios-taxis (effet comique garanti), à m'étendre dans le faux gazon qui tapisse la cabane de chantier de Bosses design dite «Patente à Bosses», pleine d'odeurs de bois coupé et de bourdonnements de maringouins (ces rigolos n'en font pas d'autres), à vibrer avec les moteurs qui grondent dans la boîte mystérieuse de l'Atelier In Situ comme un pilote de cataclysme, à faire claquer les murs-rideaux en piliers de métal de l'Atelier Build, à passer du froid au chaud, du cruel au doux le long du canyon-paroi de l'Atelier Braq, ou à crayonner chez Pierre Thibault pour ajouter ma feuille de «papier-glace» à son agora en forme d'igloo... Bref après une demi-journée à grimper, tâter, écouter, regarder, humer, dessiner, je suis sortie du CCA avec une sensation bizarre. Dans la rue me gagnait une sorte de malaise teinté de colère, avec une pincée de mélancolie.

Tant de talent pour si peu de révolte, c'était finalement trop pour moi. Je m'explique.

Invité comme «conservateur-conseil» par le CCA, le responsable du département de l'architecture du centre Georges-Pompidou de Paris est venu constater la «surprenante émergence à Montréal d'une concentration d'ateliers d'architectes inventifs pour qui l'architecture est un langage de la pensée». Surprenante pour qui? *Laboratoires* sera peut-être une révélation de cette émergence pour les visiteurs montréalais et pour les touristes, comme elle le fut pour Migayrou. Je le souhaite. Mais j'en doute, hélas!

Car le CCA n'a pas eu le courage de présenter cette émergence, et d'expliquer simplement aux gens: voici ceux qui comptent et voilà ce qu'ils ont dans le ventre. Tel n'est pas le sujet de *Laboratoires*, une exposition de circonstance, dont l'idée est née en novembre dernier, dans l'esprit de Nicholas Olsberg, directeur du CCA. Thème imposé: le 11 septembre et ses conséquences sur l'architecture, «dont les fondements mêmes sont remis en cause» par ce séisme générateur d'un état d'incertitude et de fragilité subite. Les six équipes choisies pour y réfléchir — par un jury d'après dossiers, on n'est jamais assez prudent! — ont eu quatre mois pour créer le concept, un budget nettement inférieur à la norme habituelle et aucune présence de conservateur pour les obliger

à donner le paquet ou à clarifier les propos. (Deux intellectuels de service, le Parisien Migayrou, et le professeur de Columbia Mark Wigley, ont parachuté leur complément, avec deux journées de présence et des citations reproduites sur les murs.)

Or, qui sont ces Montréalais? Ils sont doués, ils sont beaux, ils ont entre 35 et 42 ans. Trois d'entre leurs firmes ont gagné le Prix de Rome, quatre ont déjà exposé dans la salle Sottsass du CCA. Sur les rares maisons, musées ou aménagements qu'ils ont eu le bonheur de signer, s'abat une pluie de prix d'excellence de l'Ordre des architectes, de prix Orange, de prix et mentions du Gouverneur général, ou de prix Commerce Design Montréal. Sans compter, pour l'aîné de la bande (Pierre Thibault), la collection la plus fournie de la province en publications et honneurs, en dehors du Canada. Bref, leur talent n'est plus à prouver.

Et pourtant... ils construisent trop peu. En plein boum immobilier, ils sont les oubliés de la reprise et dans les rues de nos cités, leurs oeuvres occupent la portion congrue. Pour survivre, ils donnent des cours, des conférences, des ateliers, ils se battent en duel sur les mêmes concours, les deux ou trois par an qu'organise le Québec...

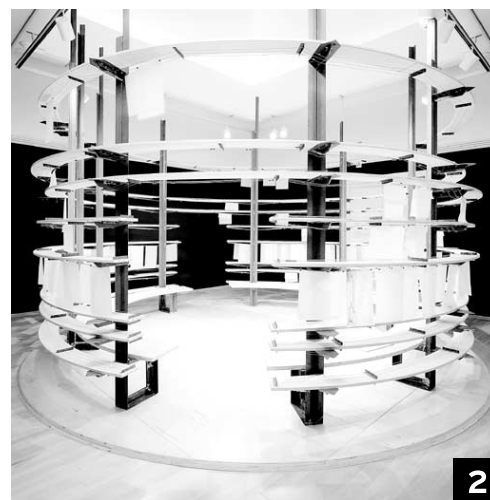
C'est dans ce contexte précis qu'est survenu *Laboratoires*. Or n'y a-t-il pas quelque chose de tordeu, dans le fait de demander à des architectes dont le drame

majeur est, depuis toujours, de ne pas CONSTRUIRE suffisamment, s'il est encore possible de construire «après le 11 septembre»? Les jeunes architectes montréalais n'ont pas attendu le terrorisme pour voir les fondements de leur discipline s'effondrer sous eux, pour causes politiques, sociales et économiques. Il y a beau temps qu'ils en discutent, en souffrent et en crèvent au jour le jour, de la fragilité et de l'immatériel, les Cormier, Carroll, Cohen, Davies, Daoust, Lebel, Eide, Fianu, Pratte, Potvin, Rooyakkers, Thibault et consors, nom d'un p'tit archi!

Mais alors pourquoi n'en parlent-ils pas dans leurs six installations? Pourquoi tant de charme et de gentillesse? J'aurais voulu les entendre gueuler, ou à la limite, dire merde au musée et à ses patrons, remettre en cause le sujet prescrit, les voir investir les lieux comme des sauvages et tenir des *Labos* en furie, brasser la cage, me bouleverser, me tordre tripes et boyaux. Je ne trouve que messages subtils et douce esthétique colorée.

C'est peut-être ça, au fond, «l'école de Montréal», si une telle chose existe. C'est une réflexion sur le mode bémol, principalement instinctive, physique et gentille, qui se déroule dans les ateliers, au quotidien et dans le travail. D'où l'importance essentielle de la vidéo en triptyque qui se trouve dans l'entrée de l'expo, où l'on voit (bien trop brièvement) les architectes en train de créer. C'est là qu'ils se trouvent, leurs «Laboratoires». Entre le chantier et la garderie, entre la quincaillerie et le bistro du coin. Depuis longtemps et pour longtemps.

Car un architecte, ça ne se comporte pas comme un créateur en arts visuels. Brasser la cage n'est pas son métier. C'est souple et modeste, un architecte. Ça se plie aux demandes du client, ça compose avec les données. À plus forte raison quand ça crève de faim et que ça n'a pas 40 ans.

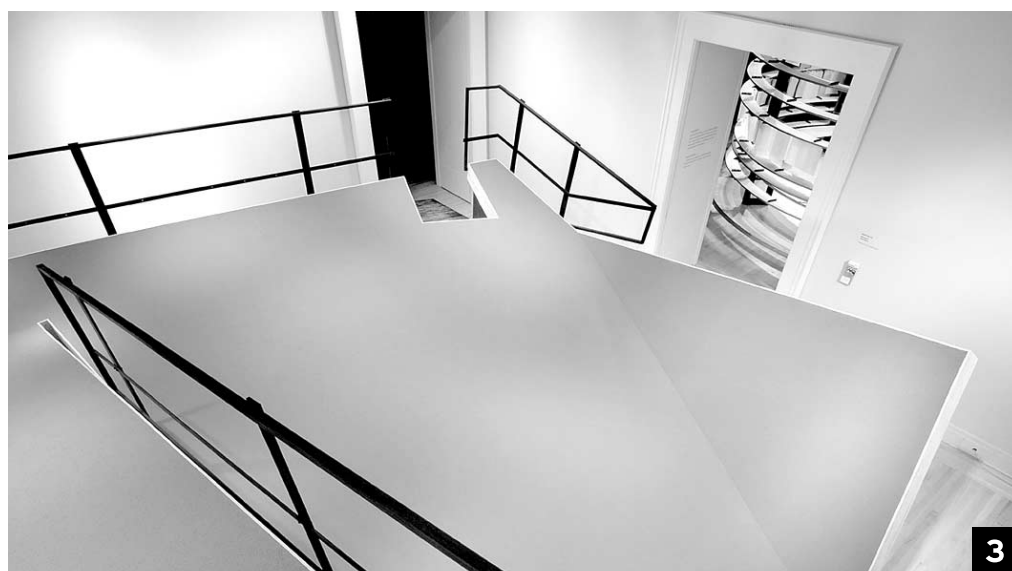


2

1. De gauche à droite : Michael Carroll et Danita Rooyakkers (BUILD), Wade Berthal Eide et Peter Fianu (Atelier BRAQ), Katerine McKinnon et Pierre Thibault (Pierre Thibault), Howard Davies (Atelier Big City), Donald Potvin (Bosses design), Randy Cohen (Atelier Big City), Éric Daoust (Bosses design), Bastien Beloeche (Atelier Big City), Jean-François Potvin (Bosses design), Anne Cormier (Atelier Big City), Stéphane Pratte (Atelier in situ) et Annie Lebel (Atelier in situ).

2. Vue de l'installation de Pierre Thibault

3. L'Échangeur, par l'Atelier Big City



3

# la Baie

Mercredi et jeudi  
24 et 25 avril

## solde de 2 jours!

articles ménagers,  
vaisselle et autres



**50 % de rabais**

- choix de batteries de cuisine Anolon, Professional d'Anolon, Le Cook's-Ware, KitchenAid, Integral et Restaurant Gourmet de F.Fal
- ens. de vaisselle Royal Albert et Johnson Brothers, 5 pièces
- chocolats Lindt, en boîte de 108 g  
Sur le prix original. Solde 2,99 \$

**40 % de rabais**  
tous les articles suivis Royal Albert



**30 % de rabais**

- tout ceci : cadres, bougies et accessoires déco. Les accessoires déco ne sont pas offerts à la Baie : Galeries d'Anjou, Centre Boulevard, Carrefour Laval, Jardins Dorval, la Place Vertu, Place Versailles et Chicoutimi.
- de ToGo<sup>me</sup> : accessoires de jardin, verrerie, articles de service et autres articles en acrylique. De notre coin jardin.

**25 % de rabais tout ceci :**

- articles suivis Johnson Brothers
- Rubbermaid et Thermos
- bouilloires Copco et gadgets Starfrut
- plats à cuisson, moules et articles pour le thé
- vaisselle, verrerie, accessoires de cuisine chromés, en inox ou en bois

**20 % de rabais**  
toute la verrerie et tous les articles de service Luigi Bormioli

**15 % de rabais**  
tous les petits électros Cuisinart

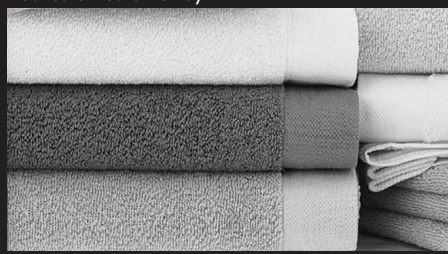


**10 % de rabais**

- toute la vaisselle Royal Doulton, Mikasa, Wedgwood, Noritake, Denby, Villeroy & Boch, Dansk, Pfaltzgraff et Portmeirion
- toutes les friandises et tous les aliments fins. Articles à prix ordinaire seulement sauf les produits Godiva et ceux des rayons concédés.

linge de maison  
**25 % à 40 % de rabais**

la literie griffée et les basiques pour la chambre et la salle de bains  
Dans le lot : Ralph Lauren, Calvin Klein, Nautica et Laura Ashley



**30 % de rabais tout ceci :**

- draps unis Wamsutta
- literie coordonnée Keeco et Jockey

**25 % de rabais**  
choix de linge de table

meubles  
et gros électros

**jusqu'à 500 \$ de rabais**

réfrigérateurs, cuisinières et duos-laveuse en montre et de fin de série

Le choix varie selon le magasin. Tant qu'il y en aura.



**400 \$ de rabais**  
tous les canapés en cuir  
**jusqu'à 60 % de rabais**

meubles en montre et de fin de série pour le séjour, la salle à manger et la chambre à coucher et duos-sommeil

**jusqu'à 30 % de rabais**

appareils électroniques en montre en liquidation et de fin de série

**25 % de rabais**

tous les meubles Canadel de salle à manger de style classique ou urbain

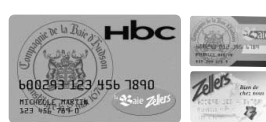


J'aime, j'achète!

Pourquoi certains articles ne sont-ils jamais en solde? Parce que ceux de nos marques maison Market Square et Outline, ainsi que les articles "Aubaine la Baie" vous sont offerts aux meilleurs prix, chaque jour. Les rabais indiqués sont sur nos prix ordinaires, sauf avis contraire. Exceptions : articles « Nouvellement réduit », « Atout griffé », « Achat spécial » et ceux des rayons concédés.



TRANSFORMEZ VOS ACHATS DE TOUS LES JOURS EN RÉCOMPENSES.



Amassez des points dans tous les magasins de la Compagnie de la Baie d'Hudson : la Baie, Zellers, Déco Découverte ou hbc.com. AMASSEZ RAPIDEMENT DES POINTS EN UTILISANT VOTRE CARTE HBC, LA BAIE OU ZELLERS. OBTENEZ 25 POINTS ADDITIONNELS POUR PRESQUE CHAQUE DOLLAR DÉPENSÉ.

## Une puce d'identification personnelle sous-cutanée

Agence France-Press

PALM BEACH — Une société américaine de haute technologie, Applied Digital Solutions (ADS), va planter sous la peau des membres d'une famille un microprocesseur qui servira à leur identification personnelle et à l'accès à certaines informations médicales, a-t-elle annoncé hier.

Cette technologie pourra recevoir de nombreuses applications dans les domaines de la sécurité, des urgences médicales ou des soins de santé, selon la société, basée à Palm Beach (Floride).

La première procédure d'implantation sera réalisée le 10 mai dans un centre médical de Palm Beach et sera suivie d'une conférence de presse. « La famille Jacob sera la première au monde à recevoir la puce d'identification personnelle », a annoncé la société dans un communiqué.

De la taille d'une pointe de stylo bille (12 mm x 2,1 mm), cette puce, baptisée VeriChip, contient un mini radio-émetteur. Un scanner permettra de lire un numéro d'identification correspondant au dossier de l'abonné.

Les porteurs de la puce pourront stocker ainsi dans le registre d'immatriculation sécurisé de la compagnie des données pertinentes concernant leur identité personnelle et leur santé : allergies aux médicaments, implants médicaux, maladies chroniques et numéros à contacter d'urgence en cas d'accidents, etc.

Dans certains pays, de telles puces d'identification sont déjà implantées sous la peau des chiens, comme substitut ou en complément du tatouage.

## La Chine derrière les États-Unis mais devant le Japon en nombre d'internautes

Reuters

SHANGHAI — La Chine est désormais le deuxième pays d'internautes se connectant au Web depuis leur domicile, juste derrière les États-Unis mais devant son voisin japonais, selon une étude publiée hier par AC Nielsen.

Cependant, le taux de pénétration pourrait ralentir si l'équipement des foyers chinois en lignes téléphoniques ne s'améliore pas et tant que les internautes ne pourront avoir accès librement aux contenus qu'ils recherchent, souligne le cabinet de mesure d'audience sur Internet.

Au total, la Chine compte 56,6 millions d'utilisateurs à domicile, selon les chiffres d'AC Nielsen, qui s'est basé sur l'étude de 1000 foyers pendant le premier trimestre 2002.

Aux États-Unis, ce sont 166 millions de personnes qui sont connectées au Net chez elles et au Japon, 51,3 millions.

Les études se basant sur des pourcentages d'équipement par rapport à la population totale donnent évidemment des chiffres moins frappants pour la Chine, pays le plus peuplé du monde, mais très en retard en équipements.

Si AC Nielsen note que le potentiel de croissance de ce taux est très important en Chine, le cabinet souligne qu'il reste des obstacles de taille.

Seules 35,6 % des habitations chinoises disposent d'une ligne de téléphone et très peu de sites Internet offrent un contenu satisfaisant en chinois, explique AC Nielsen.

« Du contenu en anglais ou en japonais se trouve beaucoup plus facilement. Si vous surfez en chinois, vous retombez beaucoup sur les mêmes choses, » dit Hans Yu, directeur général du département des études chinoises au sein de Nielsen//NetRatings.

« Je pense que la clef du développement d'Internet en Chine, c'est le contenu (...) Des jeux attrayants, des moteurs de recherche trouvant plus de sites davantage liés entre eux, » a-t-il ajouté lors d'une conférence de presse.

- Roues en acier de 15 pouces
- Quatre coussins gonflables
- Freins ABS
- Serrures électriques
- Système audio stéréo à huit haut-parleurs
- Système d'alarme antivol et antidémarrage
- Banquette arrière rabattable et divisée 60/40

Golf GL 2002

À partir de **199\$** par mois\*

Location 48 mois

**0 \$ de dépôt de sécurité**

Remise de 750 \$ pour nouveaux diplômés collégiaux et universitaires. Certaines conditions s'appliquent.

# Avouez que ses charmes opèrent.



50 ANS VOLKSWAGEN CANADA

[vw.com](http://vw.com)  
Êtes-vous fait pour Volkswagen?

\*L'offre s'applique aux Golf GL 2002 de base, deux portes, transmission manuelle 5 vitesses, neuves en stock. Photo à titre indicatif seulement. Versement initial de 3000 \$ ou échange équivalent. Aucun dépôt de sécurité requis à la transaction. Transport et préparation inclus. Immatriculation, assurances et taxes en sus. Frais de 0,12 \$ du km additionnel après 80 000 km. Sujet à l'approbation de crédit de Volkswagen Finance. Offre valable pour un temps limité chez les concessionnaires Volkswagen du Québec seulement. Ne s'applique qu'aux particuliers et que pour un usage personnel et non commercial. Les stocks peuvent varier d'un concessionnaire à l'autre. Et comme la Golf est si précieuse, nous avons même buriné 25 de ses composantes.