



**UN NOUVEAU NOM
DANS LA CHANSON:
GINETTE LETONDAL**

**LA PUBLICITÉ
ET L'ART DE LA VENTE**

LES CREVETTES DU QUEBEC



PHOTO ATTILA DORY

DANS NOS PAGES CETTE SEMAINE

LA PECHE AUX CREVETTES DU QUEBEC 4

Saviez-vous que l'on pêche la crevette dans le Saint-Laurent ? Certes bien peu de gens le savent. Car c'est là une activité toute récente des pêcheries québécoises qui a été entreprise à titre expérimental il y a trois ans par la station de biologie marine de Grande-Rivière, et sur une base commerciale depuis l'année dernière seulement. On compte cette année cinq chalutiers qui font la pêche aux crevettes dans le golfe.



RECETTE 10 GINETTE LETONDAL, CHANTEUSE 11



Comme plusieurs comédiens et comédiennes tels Brigitte Bardot, Danielle Darrieux et Serge Régiani, Ginette Letondal a entrepris une carrière de chanteuse. A tout le moins a-t-elle enregistré un microsillon qui vient d'être mis sur le marché. On lira une interview de l'interprète.

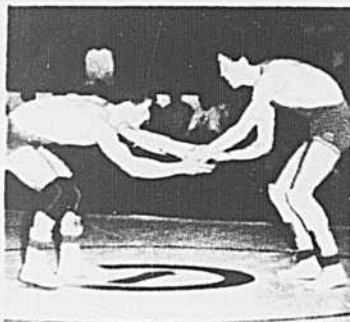
LES PSYCHOLOGUES ET L'ART DE LA VENTE 16

On se sert de tous les moyens pour vendre les produits dans ce monde de consommation de masse. Et on se sert de la science ; de la psychologie tout particulièrement pour faire naître des besoins qui ne sont pas toujours essentiels, loin d'elà. Notre reporter est allé voir les experts afin de connaître les principes qui guident les publicitaires.

LA GASTRONOMIE PAR ROGER CHAMPOUX 18

LE SPORT DE LA LUTTE (AMATEUR) 22

Il y a un profond ravin qui sépare la lutte professionnelle de la lutte amateur, c'est bien connu. Un rédacteur sportif nous dit pourquoi. L'on se doute que l'activité amateur ne souffre pas de la comparaison.



LES DESSINS DE LEDUC 22

NOS PHOTOS

ATTILA DORY : 4 à 9
ANTOINE DESILETS — (LE MAGAZINE DE LA PRESSE) 11 à 20
YVES BEAUCHAMP (LA PRESSE) 22 et 23

À PROPOS

Du nouveau dans le Golfe Saint-Laurent

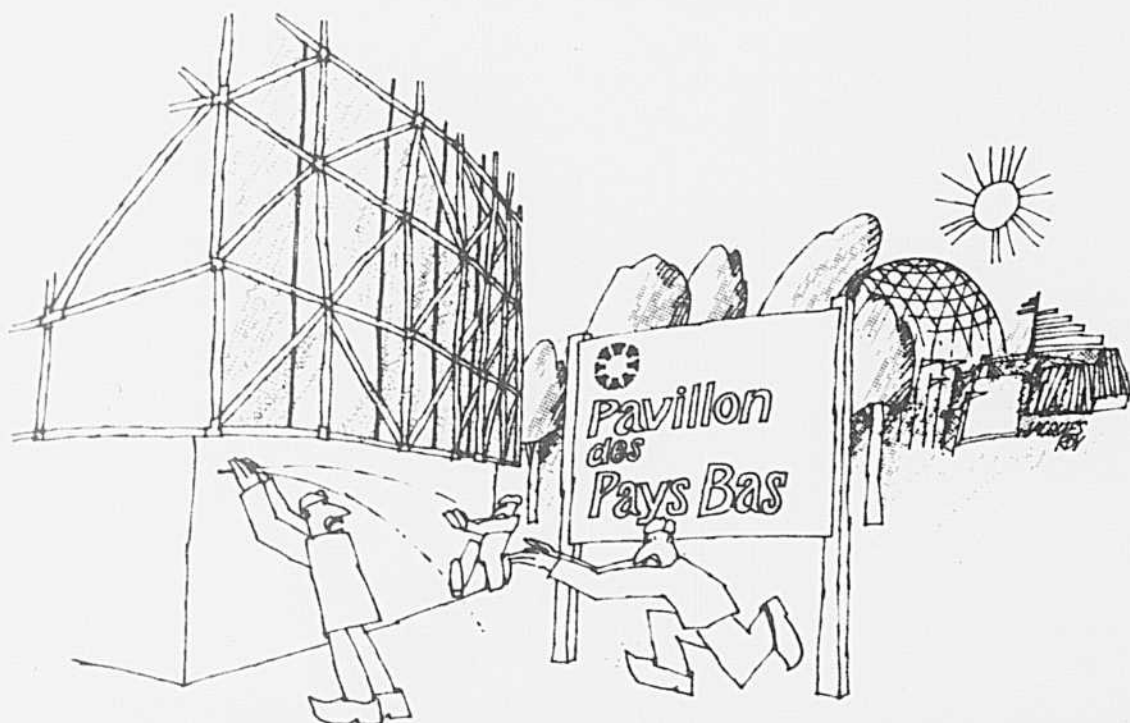
Il y a trois ans, le magazine de La Presse présentait un reportage sur les poissons des eaux salées québécoises. On y faisait la description des fruits de mer disponibles chez nous. Il y en avait plusieurs : la morue, le flétan, le saumon, les huîtres et même les oursins. Le but original de ce reportage avait été de trouver les produits de mer du golfe qui ne sont pas connus et qui pourraient être appréciés par les consommateurs du Québec. Car l'on sait qu'en matière de consommation de poissons les citoyens de chez nous n'ont jamais fait preuve d'imagination. L'on sait aussi que nos ménagères apprêtaient ces aliments de façon bien banale. Or le but original du reportage n'avait pas été atteint. Il aurait fallu une étude bien poussée pour y arriver et, à ce moment-là, le temps manquait.

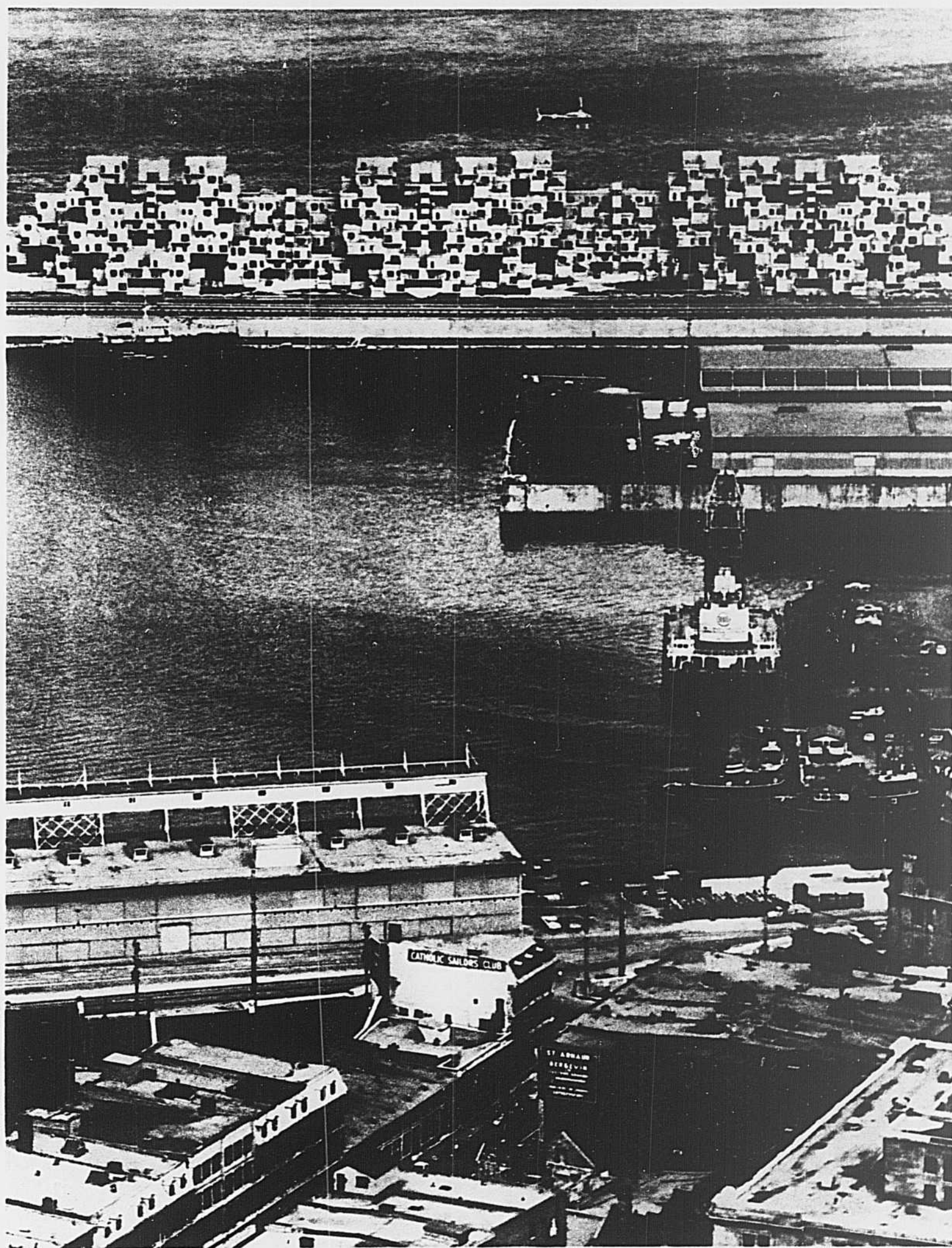
Plus d'un an plus tard, le magazine apprenait par hasard qu'il se faisait de la pêche aux crevettes dans la région de Matane. Cette année, au début du printemps, nous avons communiqué avec le Département des Pêcheries du ministère de l'Industrie et du Commerce à Québec qui nous apprit que le capitaine Soucy, de Rimouski, possédait une flotte de navires exclusivement destinée à la pêche aux crevettes. Bien peu de gens au Québec le savaient et votre serviteur pas davantage. Immédiatement, nous avons téléphoné au capitaine Soucy. Il n'était pas à la maison. Nous avons laissé notre nom, mais il ne donna pas signe de vie. Nous avons répété le manège plusieurs fois au cours des semaines suivantes sans plus de succès. Un bon jour, toutefois, le capitaine répondit lui-même au téléphone et il accepta de prendre à son bord notre reporter et notre photographe. Il avait refusé des offres semblables depuis deux ans nous a-t-il dit. Ce matin-là il était de bonne humeur.

Quoi qu'il en soit, c'est au mois de juin que nos représentants se rendirent en Gaspésie pour réaliser le reportage qui paraît dans nos pages cette semaine. De même, ils réalisèrent le reportage qui a paru la semaine dernière sur la station piscicole de Grande-Rivière.

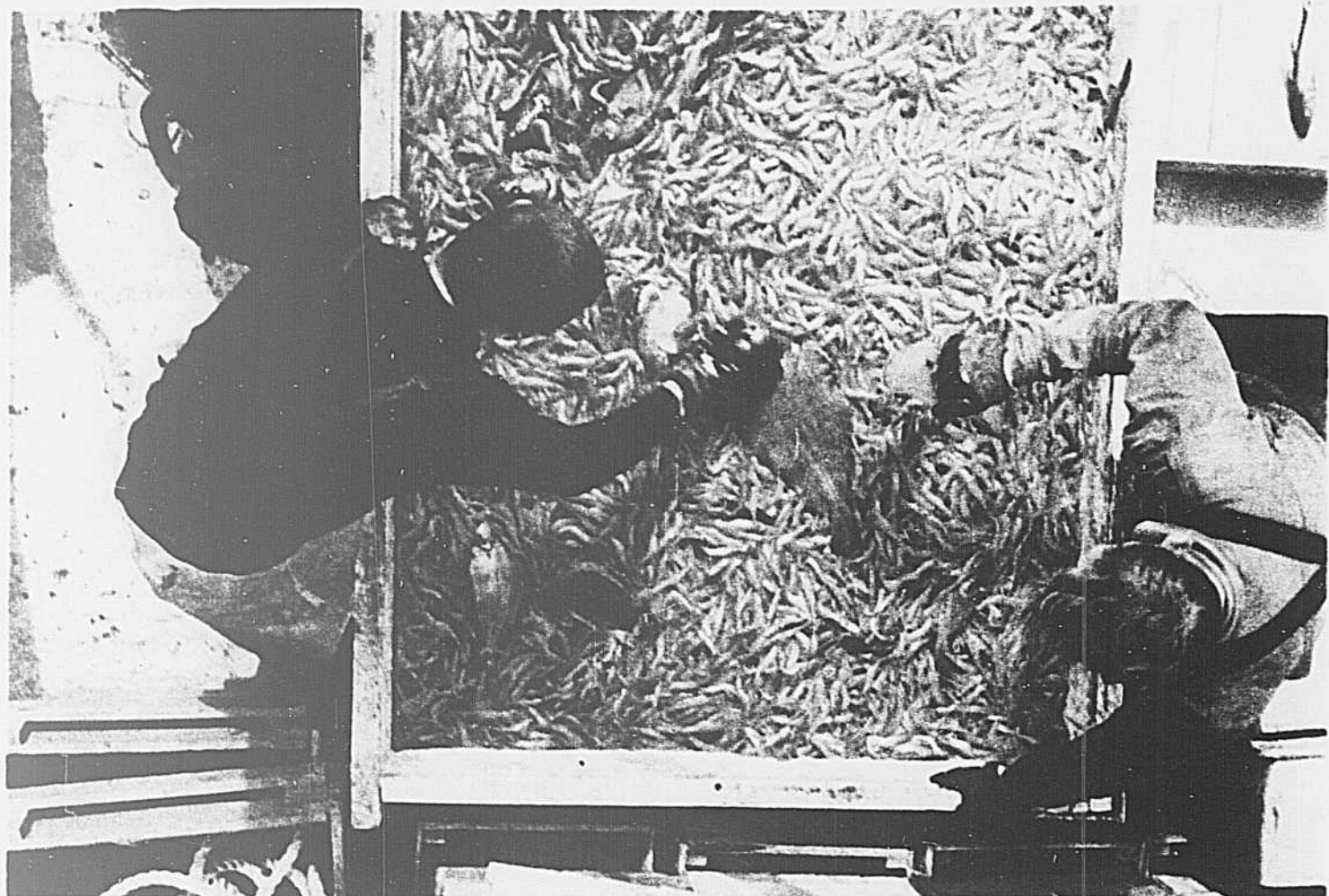
Pour la pêche aux crevettes, le reporter J.-Claude Paquet et le photographe Attila Dory sont restés trois jours en mer, soit la durée d'une pêche ordinaire. Ils eurent le temps de se gaver de crevettes — elles sont bonnes — d'avoir le mal de mer et de se rendre compte de la complexité du métier de pêcheur. Et ils sont revenus enchantés de leur expérience. D'autant plus qu'ils sont les seuls à savoir ce que goûtent les crevettes du Québec car ces dernières sont toutes exportées en Scandinavie.

JEAN-PIERRE BONHOMME





L'homme dans la cité ? Rien de plus vrai. Au premier plan, les industries de la ville, ensuite la mer et son utilisation, et puis Habitat 67. L'homme admire son oeuvre à partir de l'hélicoptère, ou du sommet de l'édifice de la Bourse, comme l'a fait notre photographe, Antoine Désilets.



L'équipe de pêcheurs du Courlis tire le chalut au bateau. La poche de crevettes et les poissons rouges (sébaste) seront montés à bord à l'aide d'un treuil.

ON PÊCHE LA CREVETTE DANS LE GOLFE SAINT-LAURENT

Le capitaine Soucy, de Rimouski, a trois chalutiers qui pêchent près de l'île d'Anticosti. Il recueillera cette année 500,000 livres de crevettes qui seront exportées en Scandinavie.

PAR J.-CLAUDE PAQUET

Un pneu et demi



Le nouveau pneu Atlas High Performance

Les temps sont durs pour les pneus. Les voitures sont plus grosses, plus rapides; les voyages plus longs; les charges, plus lourdes; les arrêts, brusques. Vous avez besoin d'un pneu et demi. La prochaine fois que vous voudrez remplacer des pneus, arrêtez chez le détaillant Esso et demandez-lui les pneus nouveaux, forts, fort beaux, formidables... les agrippeurs de routes... les maîtres des courbes... les High Performance Atlas. Si vous ne vous souvenez pas de tout ça, dites-lui simplement que vous désirez un pneu et demi. Il comprendra. Les pneus Atlas. Une autre façon Esso de vous mieux servir.

Atlas s'y connaît Esso le garantit



C'est le capitaine Soucy qui a commencé la pêche aux crevettes il y a deux ans. Il a maintenant trois chalutiers qui pêchent dans le golfe. Ici, il tente de rejoindre le "Courlis" au radio-téléphone. A cause d'un brouillard trop dense, le "Courlis" ne connaissait plus sa position.

SANS doute, connaissez-vous l'histoire de cet employé qui invita un jour son patron, à un dîner gastronomique. Lorsque le maître d'hôtel demanda s'il devait servir la crevette en premier, l'employé s'empressa de répondre: "Non, non, servez-nous en même temps". L'histoire ne dit pas s'il perdit son emploi.

Mais il est une autre histoire que le MAGAZINE de LA PRESSE a le privilège d'offrir en primeur à ses lecteurs, et c'est l'histoire de la pêche aux crevettes, dans

les eaux du Saint-Laurent.

Tiens, vous ne saviez pas que l'on pêchait la crevette dans le Saint-Laurent? Vous n'êtes pas le seul, et je l'ignorais aussi, jusqu'à ce que mon patron me propose ce sujet de reportage. Il faut dire que c'est là une activité toute récente des pêcheries québécoises, ayant été entreprise à titre expérimental il y a trois ans par la station de biologie marine de Grande-Rivière, et sur une base commerciale depuis l'année dernière seulement. On compte

cette année cinq chalutiers qui font la pêche aux crevettes dans le golfe, et la flotte pourrait bien comprendre une quinzaine de bateaux l'année prochaine.

Qui est l'artisan de cette première pêche commerciale aux crevettes? C'est le capitaine Clément Soucy, de Rimouski, qui nous accorda ce rare privilège de passer trois jours en mer, sur l'un de ses bateaux.

Pour la saison de la pêche, le capitaine Soucy a établi son port d'attache à Ste-Anne-des-Monts, un endroit bien situé, par rapport aux bancs de pêche. C'est là qu'un samedi soir, nous devions rencontrer le capitaine Soucy, sur le quai du village.

Le chalutier Jean-Jacques était à quai, et l'équipage ainsi que M. Soucy s'affairaient à nettoyer la cale à poisson et à faire la mise au point du moteur. Il faisait ce jour là un soleil merveilleux, la mer était calme et l'odeur du varech nous montait aux narines comme une bouffée d'air frais. C'est tout de même quelque chose, pour des citadins qui n'ont pas l'habitude de l'air pur.

Tout néophytes que nous fûmes, c'est peut-être bien l'air salin qui nous donnait cette folle envie de prendre la mer. Mais notre départ n'était prévu que pour le lendemain, sur le chalutier "Courlis".

Après un repas de morue fraîche, comme on sait la préparer en Gaspésie, nous étirâmes la soirée sur le quai. Et pendant que le photographe bouquinait, je crois bien que j'ai écouté religieusement le chant de la mer, et la plainte des vagues venues mourir sur la grève en y laissant un peu d'écume blanche.

Couleurs apaisantes, dans la clarté vespérale. Mais les marins ne s'y trompent pas. Quand les "moutons" se forment au large, ils n'ont pas besoin de tendre un doigt humide au vent pour savoir quel temps il fera demain. Nous ne partagions pas ce pessimisme, bien sûr, et nous aurions volontiers tenu tête longtemps encore à la brise iodée, si nous n'avions été déjà gagnés par le sommeil. C'est ainsi que l'air pur se venge des citadins intoxiqués.

Le lendemain, dimanche, réveil brutal.

Une pluie torrentielle persista jusqu'à l'heure du dîner, succédée par un épais brouillard. Le Courlis devait en principe rentrer au quai vers les cinq heures, mais à sept heures, il n'était toujours pas là. Et le capitaine Soucy n'avait pu le rejoindre par radio depuis trois heures de l'après-midi.

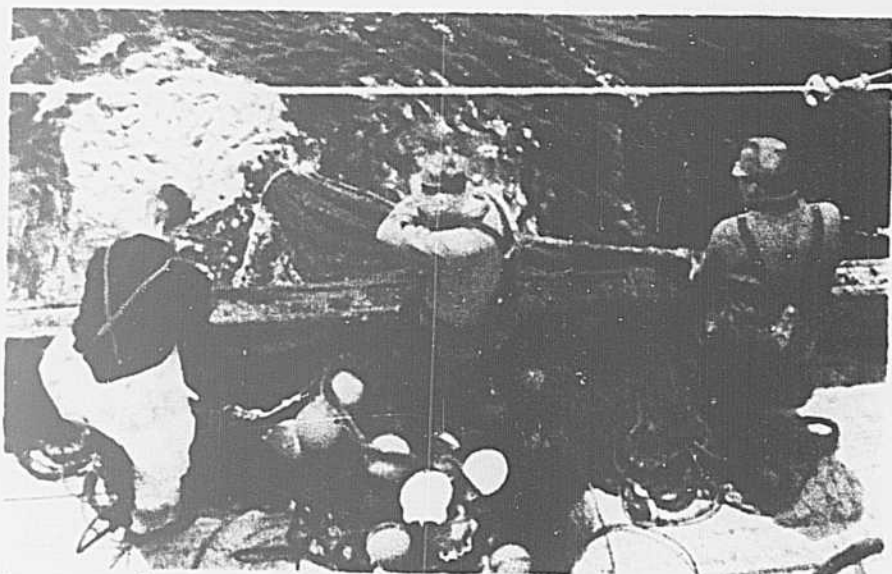
De quoi refroidir l'enthousiasme des deux marins d'occasion. Mais on put finalement le rejoindre par radio, en passant par le poste d'écoute de Sept-Iles. Le Courlis était à moins d'un mille du quai de Ste-Anne-des-Monts, mais la brume était si dense, qu'il ignorait totalement sa position. Le capitaine du Courlis, M. Johan Johansen, un vorkégien, songeait à reprendre le large pour aller dormir en mer. Vers neuf heures, on put cependant le ramener à quai, au moyen d'appareils électroniques. Pour ces marins de naissance, rien que de très normal. Cela redonnait un peu confiance à des gens qui ont plus d'affinités avec l'encre qu'avec l'ancre.

A peine les amarres étaient-elles enroulées sur les taquets, que l'on commençait déjà à débarquer la cargaison de crevettes. Environ 5,000 livres de ces petits crustacés, après trois jours en mer. La pêche n'avait pas été si bonne, nous dit-on, parce qu'on déchira le chalut à quelques reprises.

Puis on refit le plein de carburant, de provisions, et cette fois-ci pour deux personnes de plus. On changea le chalut défectueux, bref on se préparait à reprendre la mer dans quelques heures.

Ce n'est pas pour rien que les pêcheurs ont le teint hâlé par le sel, beaucoup plus que par le soleil. Ils arrêtent au quai plus de quelques heures, seulement dans les rares cas de bris mécaniques. Les jours se suivent au rythme de trois chalutages quotidiens, et l'on perd la notion du temps. Quand une fois, je demandai l'heure au capitaine, il me répondit: "Il est trois heures, mais c'est l'heure de la mer". Je compris qu'il pouvait être deux heures comme quatre, mais que rien n'avait d'importance qu'un bon coup de chalut.

La première levée du chalut rapporte 600 livres de crevettes. On les lave à l'eau de mer avant de les descendre dans la cale réfrigérée.



Les crevettes déposées dans un bassin au centre du bateau, les pêcheurs en font le tri, rejetant à la mer les poissons trop petits ou non comestibles.

Vers onze heures, ce dimanche soir, l'appareillage était terminé. Nous montâmes à bord avec les trois membres d'équipage pour dormir un peu avant le départ.

Dormant juste au-dessus du capitaine, j'en eus connaissance lorsqu'il se leva vers deux heures, pour le départ. Je sautai dans une vareuse caoutchoutée et montai sur le pont pour assister à la manoeuvre. La brume était moins dense, mais la lune n'était pas au rendez-vous.

A moins d'un mille au large, le capitaine confia la barre à son second et retourna au lit. Je restai seul avec le second dans la timonerie, 20 degrés nord-est. A mesure que nous avançons, la brume se dissipait mais le vent s'élevait. Et la vague, qui venait parfois laver le pont, donnait à ce chalutier de soixante pieds un mouvement de roulis et de tangage qui n'avait rien de rassurant pour ceux qui n'ont pas le pied marin. Je résistai pourtant au mal de mer. Et puis le mouvement devint monotone, presque endormant. A quatre heures, le capitaine reprit la barre et nous allâmes dormir.

Jusqu'où allons-nous comme ça ? A une cinquantaine de milles de la côte gaspésienne, dans le golfe du grand fleuve. Il devait être six heures environ — le matin — lorsque nous sommes tous remontés sur le pont, pour le premier lancement du chalut à la mer.

Le chalut est un filet en forme de poche, qui a environ 150 pieds de profondeur, et dont la gueule est une ouverture de 175 pieds de large et d'environ trente pieds de haut. La gueule est maintenue ouverte pendant la chalutage par des flotteurs dans sa partie supérieure, et des pesées métalliques au bas. Elle est aussi maintenue écartée par ce qu'on appelle des portes, et qui ont tendance à s'écarter par la pression de l'eau, lorsque le bateau traîne le chalut.

Les crevettes, bien sûr, se tiennent au fond de la mer, dans des profondeurs (pour les crevettes de grosseur commerciale) variant entre 125 et 200 brasses, c'est-à-dire 750 et 1,200 pieds.

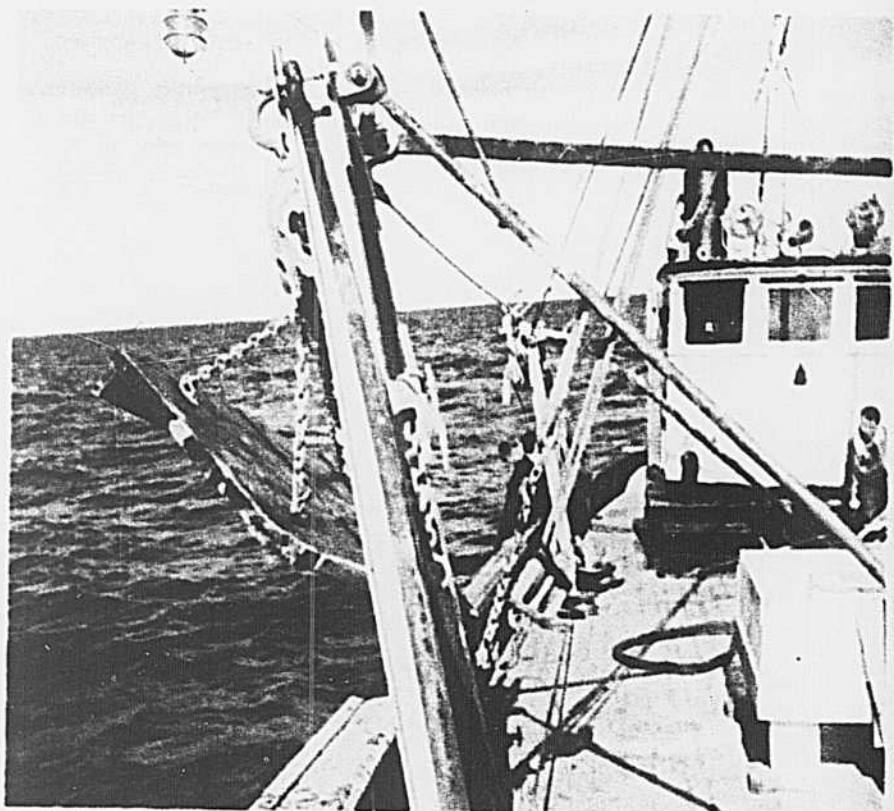
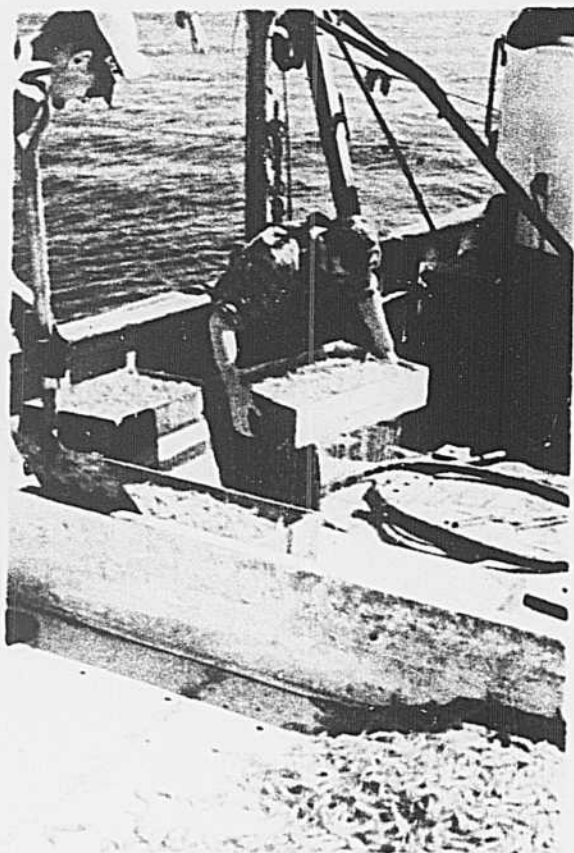
Le chalutier doit donc être muni d'un bon treuil à deux bobines, sur lesquelles sont enroulés 5,000 pieds de câble d'acier de trois-quarts de pouce de diamètre.

Les pêcheurs jettent soigneusement le chalut à l'eau pour éviter qu'il s'emmêle, attachent les portes et déroulent le câble. Quand le lancement est réussi, et il l'est presque toujours, le capitaine adopte une vitesse d'environ trois noeuds, et ce chalutage durera environ trois heures. Le capitaine restera à la barre et surveillera les câbles pour s'assurer qu'il n'y ait pas emmèlement ou accrochage. On perçoit difficilement un accrochage. Si le chalut accroche au fond de la mer, le bateau n'avance pas, mais la mer est si vaste qu'on perd ses points de repère et l'on ne se rend pas compte de l'arrêt. Seule l'expérience avérte ces vieux loups de mer.

Pendant le chalutage, les autres membres de l'équipage vont faire la cuisine et dormir un peu. Quant à nous, qui commençons à développer le pied marin, nous faisons le guet pour observer quelques baleines, et suivre le mouvement des goélands, ces oiseaux qui semblent avoir été faits spécialement pour égayer la vie des pêcheurs.

Et ce fut bientôt le temps de remonter le chalut. Le photographe sortit ses appareils, les marins leurs gants de caoutchouc, et le capitaine arrêta le bateau. Le second mit le treuil en marche, une opération de remontée qui mit pas moins de 20 minutes avant d'atteindre les portes. Nous étions aussi anxieux que l'équipage de connaître l'importance de la prise. Excellent travail de coordination entre les trois pêcheurs. Le second manoeuvre le treuil, le capitaine se tient au palan près de la timonerie, et le troisième pêcheur au palan situé à l'avant du bateau. Le treuil s'arrête, on décroche les portes, et l'on tire encore près de 300 pieds de câbles avant d'arriver au chalut. Et puis les flotteurs surgissent de l'eau comme s'ils avaient besoin d'air. Les trois pêcheurs tirent le chalut à la main jusqu'au bateau, pour le sortir de l'eau à l'aide d'un autre palan fixé au mat.

Un sac aux reflets rouges, qui forme une boule d'environ quatre pieds de diamètre. Une quinzaine de boîtes de crevettes, soit environ 600 livres. Pour l'équipage, ce n'est pas une prise extraordinaire, bien qu'elle ne soit pas des moins importantes. En trois chalutages quotidiens, un bateau rapporte en moyenne 2,000 livres de cre-



Après le lavage, les crevettes sont mises dans des caisses et descendues dans la cale réfrigérée.

vettes par jour.

Le sac vidé dans un bassin placé au centre du bateau, il faut procéder au triage des poissons qui sont conservés et ceux qui sont rejetés à la mer parce que non comestibles ou de trop petite taille. On garde le sébaste, la morue, la plie de bonne taille, le crabe, etc. On rejette la raie, le turbo, la petite plie et quelques autres espèces rares dans ces parages comme le serpent de mer, le petit crapaud de mer (le gros est conservé par l'équipage qui en fait un régal parce que c'est un excellent poisson), etc.

Au cours des chalutages qui suivirent, le photographe et moi-même prenions plaisir à assister les pêcheurs pour cette séance de triage.

Le tri terminé, les crevettes sont lavées et mises dans des caisses, puis descendues

dans la cale réfrigérée. Les poissons conservés sont vidés et descendus aussi dans la cale.

Après le troisième chalutage du premier jour, il devait bien être neuf heures. Le capitaine arrêta les machines, alluma les signaux de nuit, et nous descendîmes tous dans l'exiguë cabine, servant à la fois de chambre et de cuisine à un maximum de six personnes. Ceux qui ont l'odorat fin peuvent s'y sentir mal à l'aise à cause de l'odeur de mazout qui émane du poêle servant de cuisinière. Après le repas, le roulis et le tangage ont vite raison de nous, l'air de la mer aidant.

Cette première nuit en mer fut particulièrement agitée, et le sommeil pénible. Cette technique norvégienne qui consiste à dormir en dérive, c'est-à-dire que le bateau n'est pas mis à l'ancre et qu'il dérive au

Rien
ne surpasse
le goût
des Player's
filtre



*Maintenant
en nouveau paquet-calendrier.
Toute l'année à votre portée!*

gré du courant, n'avait rien pour nous aider. Le bateau se place en effet parallèlement à la vague, et quand la mer est agitée comme ce soir-là, c'est un solide travail de se tenir dans son lit. Un peu fourbus le lendemain, on oublia vite les ankyloses sous un soleil radieux. La mer se calma graduellement, l'air sembla plus pénétrant encore, et l'on put même prendre un bain de soleil dans cette région pourtant froide.

Le deuxième jour se passa comme une vision d'éden. Pas de radio ni télé, ni journal ni téléphone. Que le bercement léger de la mer, et le cri des goélands, réclamaient leurs tripes de poissons. On voudrait que cela dure. Pour nous faire oublier momentanément cette bienfaisante solitude, quelques rares appels du bateau Jean-Jacques, qui pêche à une certaine distance de nous, et que l'on aperçoit parfois comme un point, à la ligne d'horizon.

Trois jours inoubliables, où notre seule préoccupation devenait l'importance de la prise, à chaque levée de chalut. Un coup d'environ 1,000 livres. Cela compensa un peu pour deux accrochages, où il fallut remonter tous les agrès et réparer le filet. Le capitaine Johnanson a l'habitude de ces choses. Il maniait l'aiguille avec une habileté de petite soeur des pauvres.

Et nous rentrâmes au port le troisième jour. Je ne connais pas beaucoup le capitaine Johansen : ce n'est pas un homme bavard. A 50 ans, il n'a jamais connu autre chose que la mer. Il a le teint hâlé des vieux loups de mer, et la sérénité de ceux qui ont l'expérience de la solitude. Il y avait pourtant quelque chose d'instructif dans chacun de ses gestes et de ses silences. A la cuisine, il mangeait beaucoup et parlait peu ; sur le pont, il dirigeait tout sans dire un mot. J'aurai hâsardé le souvenir de cet homme, qu'un hasard entre mille m'a offert de rencontrer.

Mais pendant que je revivrai longtemps dans mes souvenirs, cette merveilleuse expérience de la pêche aux crevettes, je voudrais pourtant livrer aux lecteurs du MA-GAZINE, quelques intéressantes données sur l'histoire de la pêche aux crevettes.

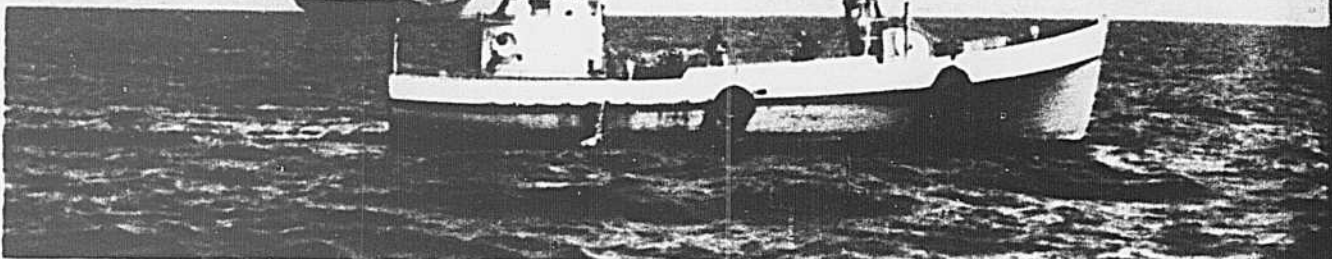
C'est une histoire de pêche commerciale qui commença, comme bien d'autres, à la station de biologie marine de Grande-Rivière. M. Richard Couture, qui prépare un doctorat en biologie, s'est particulièrement intéressé à l'étude des crevettes.

En 1964, le Département des pêcheries du ministère de l'Industrie et du commerce, décidait d'entreprendre, en collaboration avec le B.A.E.Q., des travaux de recherches sur les crevettes du Golfe et de l'Estuaire du Saint-Laurent. Ces recherches avaient d'abord pour but de connaître la distribution géographique des bancs de crevettes, et d'en faire ensuite une étude biologique en vue d'une exploitation future.

Au cours de l'été 1964, dit M. Couture, nous avons capturé dix-huit espèces de crevettes, mais dont la plupart ne seraient pas rentables commercialement, en raison de leur petite taille ou de leur trop grande dispersion.

Il en existe cependant deux espèces qui pourraient faire l'objet d'une pêche rentable, ajoute M. Couture, en raison précisément de leur taille et de leur instinct grégaire. Il s'agit des espèces dites *Pandalus montagui*, et *Pandalus borealis*. En plus de déterminer la répartition géographique des différentes espèces de crevettes, la pêche expérimentale détermina aussi dans une certaine mesure le rendement de la pêche sur les différents bancs.

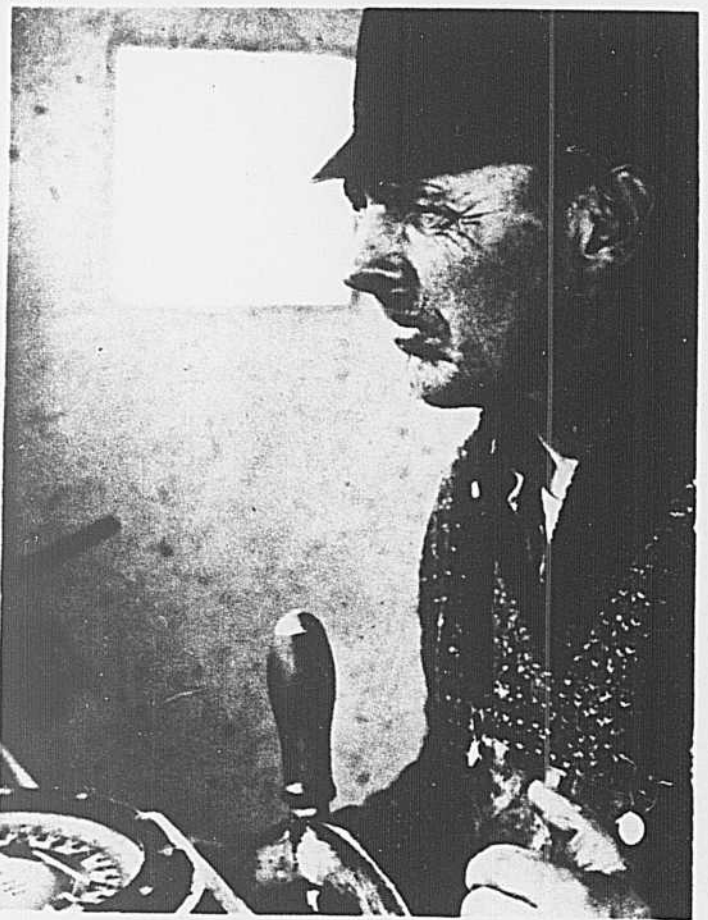
En 1965, M. Couture fit porter ses recherches sur la biologie de l'espèce dominante. Sans entrer ici dans des considérations scientifiques, il serait cependant intéressant de noter ici un aspect de la biologie de la crevette qui a son importance dans la pêche de ce crustacé.



Le bateau Jean-Jacques à la mer. Un chalutier équipé pour la pêche aux crevettes. Outre le Jean-Jacques et le Courlis, le capitaine Soucy est également propriétaire du Faisan, un autre chalutier de pêche aux crevettes.

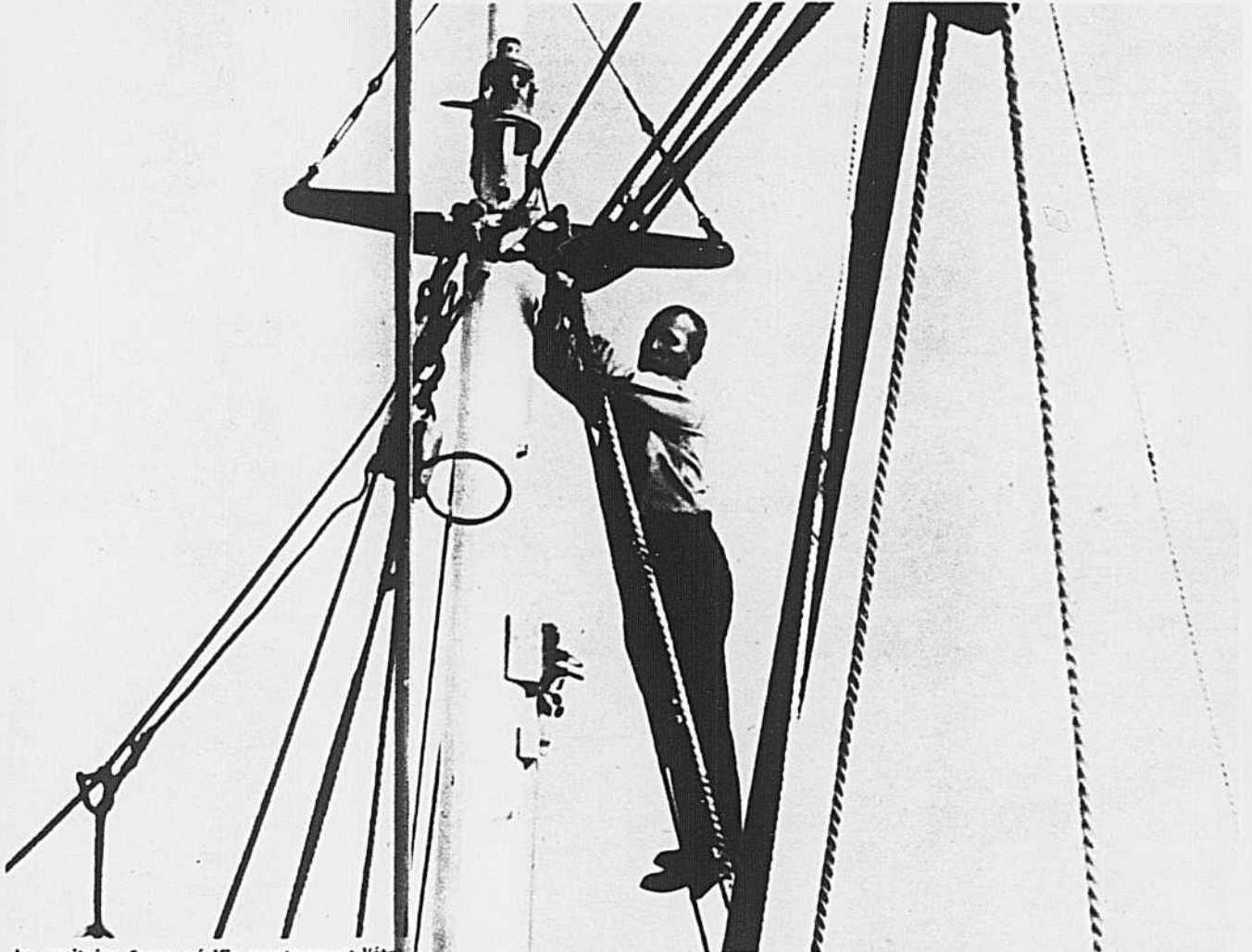


Un chalutier entrant au port, c'est toujours un événement. Des gens du village se rassemblent sur le quai.



Le capitaine Johan Johnanson, du Courlis, un vieux loup de mer norvégien qui passe le plus clair de son temps à la barre, ou en train de surveiller les câbles retenant le chalut.

Un des pêcheurs — un Norvégien — manœuvre le treuil utilisé pour descendre ou retirer le chalut de l'eau. Environ 5,000 pieds de câble d'acier sur chacune des bobines.



Le capitaine Soucy vérifie constamment l'état de ses bateaux. Ici, un câble défectueux, le capitaine monte faire la réparation dans le mât.

Les biologistes ont observé par exemple, que les crevettes du type *Pandalus*, sont des hermaphrodites protandres, qu'elles changent de sexe à une époque de leur vie. D'une manière générale, les crevettes naissent mâles et meurent femelles.

Pourquoi ce détail a-t-il son importance ? Précisément parce que les crevettes présentant un intérêt commercial sont les grosses crevettes, donc les femelles. Et qu'arrive-t-il lorsque l'on pêche trop abondamment les grosses crevettes ? Réponse : moins de petites crevettes. C'est là un facteur dont il faut tenir compte si l'on ne veut pas faire disparaître l'espèce.

Bien qu'il soit à peu près impossible pour les différents gouvernements d'imposer une réglementation sur la pêche en haute mer, (on pêche les crevettes à plus de 1,000 pieds de profondeur), M. Couture avoue son inquiétude de voir amorcer si tôt une pêche intensive des crevettes. Non pas que l'on aboutisse à coup sûr à la

disparition de l'espèce, mais plutôt parce que les connaissances, en ce qui concerne la biologie des crevettes et l'importance des stocks, sont encore trop restreintes.

Il y a cependant notre climat qui est une garantie de survie pour l'espèce. En effet, la présence des glaces dans le golfe empêche les chalutiers de prendre la mer, pendant les mois de novembre à avril. Or la ponte des crevettes commence précisément en novembre, pour se terminer au plus tard au mois de mai. Comme les chaluts sont fabriqués de manière à ne pas prendre les petites crevettes (les mailles étant à intervalles de deux pouces environ), et que d'autre part les jeunes mâles se transforment en femelles, il y a toujours là un bon espoir de survivance.

L'assurance de survie n'est cependant pas absolue, et il faudra bien que les gouvernements légifèrent, si l'on ne veut pas un jour être privé de ces merveilleux petits crustacés. Incidemment, je les ai man-

gé, je crois, sous leur forme la meilleure pendant le voyage très jeune. Il travailla bouillis dans l'eau de mer, immédiatement à leur sortie de l'eau.

Comment on devient pêcheur de crevettes

M. Clément Soucy est un fils du bord de la mer. Il y a passé son enfance et a commencé à naviguer très jeune. Il travailla aussi plusieurs années sur les brise-glaces, où il acquit son grade de capitaine. Puis il retourna à la pêche.

Lorsque la station de biologie marine amorça son programme de pêche expérimentale aux crevettes, on loua le bateau du capitaine Soucy. Il eut ainsi l'occasion de s'initier en première main, aux techniques de la pêche aux crevettes. C'est alors que ce travail de pêche expérimentale étant terminé, M. Soucy décida de se lan-

LES NORVEGIENS SUR DES CHALUTIERS QUEBÉCOIS

La pêche commerciale des crevettes dans les eaux du Saint-Laurent a débuté en 1965, sur l'initiative du capitaine Soucy, de Rimouski.

Ayant fait, avec la station de biologie marine de Grande-Rivière, la pêche expérimentale aux crevettes, le capitaine voulut l'année suivante se lancer dans la pêche commerciale de ce crustacé. Mais il y avait forcément des difficultés de recrutement du personnel compétent.

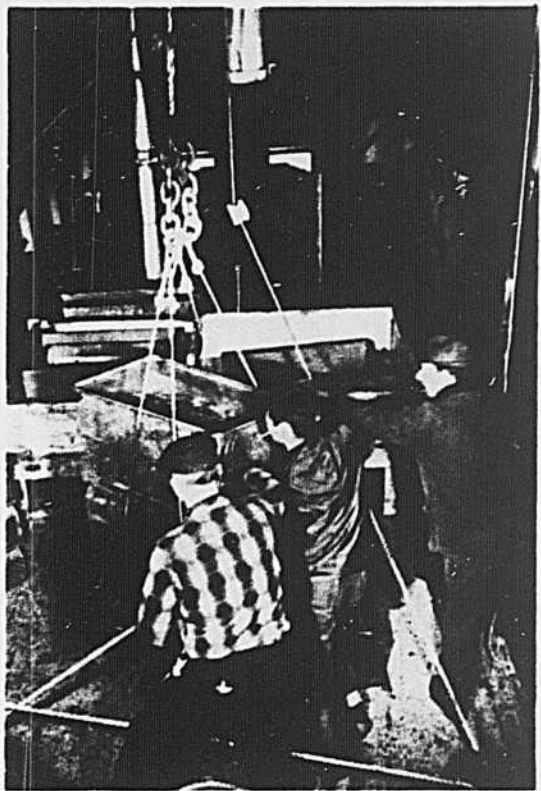
C'est alors que M. Soucy décida de se rendre en Norvège, où l'on a

une longue expérience de la pêche aux crevettes. Il y recruta des équipages norvégiens pour ses trois bateaux, ayant soin cependant de laisser une ou deux places sur ces bateaux pour le recrutement de pêcheurs locaux. Acquérent ainsi l'expérience de la pêche aux crevettes, ils pourront ultérieurement prendre la responsabilité de la pêche.

Les trois bateaux du capitaine Soucy sont donc sous la direction de capitaines norvégiens, assistés de seconds qui sont également norvégiens.

M. Soucy a également recruté au Danemark un spécialiste de la réparation des chaluts, l'équipement de pêche étant aussi de type scandinave.

Que les chalutiers entrent au port de jour ou de nuit, la cargaison est immédiatement débarquée dès l'arrivée. Ici, le capitaine Soucy opère le treuil.



cer dans cette forme de pêche. Mais comme nous ne disposons pas ici d'usine de transformation dans ce domaine, la difficulté était passablement grande.

M. Soucy s'efforça de trouver des débouchés sur le marché canadien, mais il semble bien que des concurrents dans le domaine des produits de la mer voyaient cette initiative d'un mauvais oeil.

Loin de perdre le nord, M. Soucy s'y dirigea. Il s'embarqua en effet pour la Norvège, un pays hautement spécialisé dans la pêche aux crevettes, mais où les rendements sont de beaucoup inférieurs aux nôtres, à la suite d'une pêche intensive de plusieurs années, par une importante flotte de chalutiers.

Non seulement le capitaine Soucy trouva des débouchés pour le produit de sa pêche, mais il en obtint même qu'une compagnie norvégienne investisse à Rimouski dans une usine de traitement des crevettes. Cette industrie de transforma-

tion employé déjà plus d'une trentaine de personnes.

La première année, avec un seul chalutier, M. Soucy put fournir 255,000 livres de crevettes. Avec trois chalutiers, la production atteindra vraisemblablement cette année le demi million de livres.

Un seul malheur, cette production s'en va presque totalement vers les pays d'Europe, dont notamment l'Angleterre et la Norvège.

Ce n'est d'ailleurs pas le seul domaine des pêcheries qui se trouve dans cette situation, puisque 85 pour 100 environ de toutes les pêches québécoises sont exportées.

Mais c'est quand même malheureux qu'une des meilleures crevettes du monde, celle des eaux froides du Saint-Laurent, ne soit pas à la portée des Québécois eux-mêmes, à moins que pendant la durée de l'Expo 67, ils aillent la déguster au pavillon des pays scandinaves...

“NOTRE PAIN DE CHAQUE JOUR”

Avant de dire adieu à l'été, une dernière chance d'avoir une bonne partie de plaisir, dans le cadre privilégié de la grande nature. Pas de trouble pour la maîtresse de maison puisque l'on célébrera en même temps la fête du PAIN. En plaçant tous les ingrédients nécessaires sur votre table, avec comme vedette du pain viennois, chacun sera libre de se composer l'un ou l'autre des trois sandwiches ouverts dont nous donnons la recette ci-dessous.

Sandwich DeLuxe au jambon et aux asperges

- 6 tranches de pain français de 1 po. d'épaisseur, tranché en diagonale
- 3 cuil. à table de beurre doux ou margarine
- 24 pointes d'asperges cuites
- 6 tranches de jambon cuit
- 6 tranches de fromage

Beurrer le pain. Enrouler 4 pointes d'asperges dans chaque tranche de jambon et les placer sur la tranche de pain beurré. Couper en deux les tranches de fromage en diagonale. Couvrir chaque rouleau de jambon et d'asperges avec 2 tranches de fromage, en les faisant chevaucher. Placer les sandwiches sur une tôle à biscuits, et faire griller à 350 degrés F. durant 5 minutes, ou jusqu'à ce que le fromage fonde. Pour servir 6 personnes.

Un bateau de crevettes

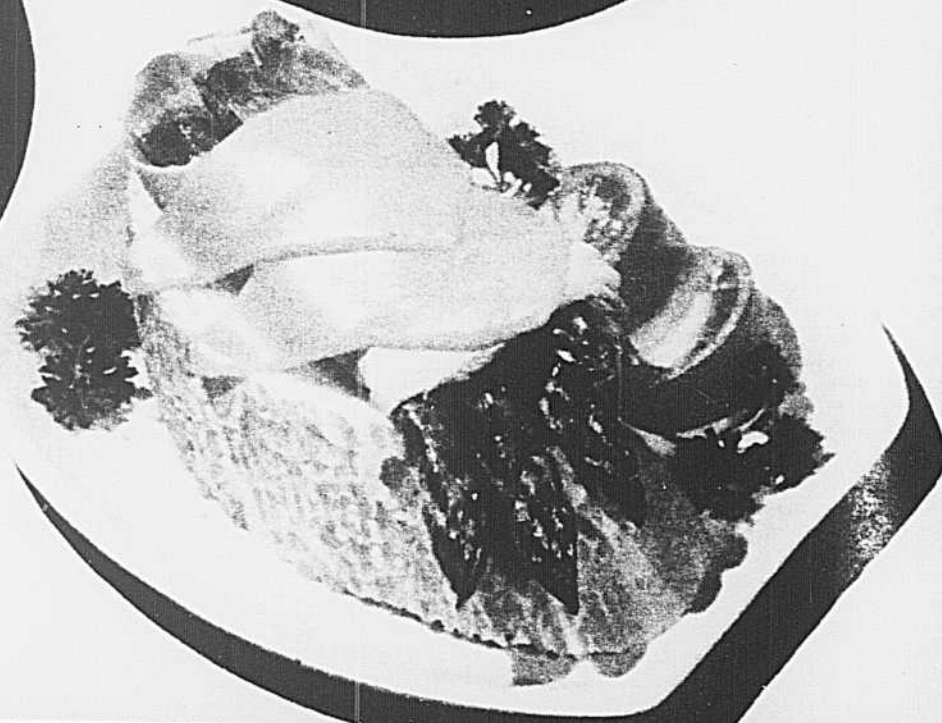
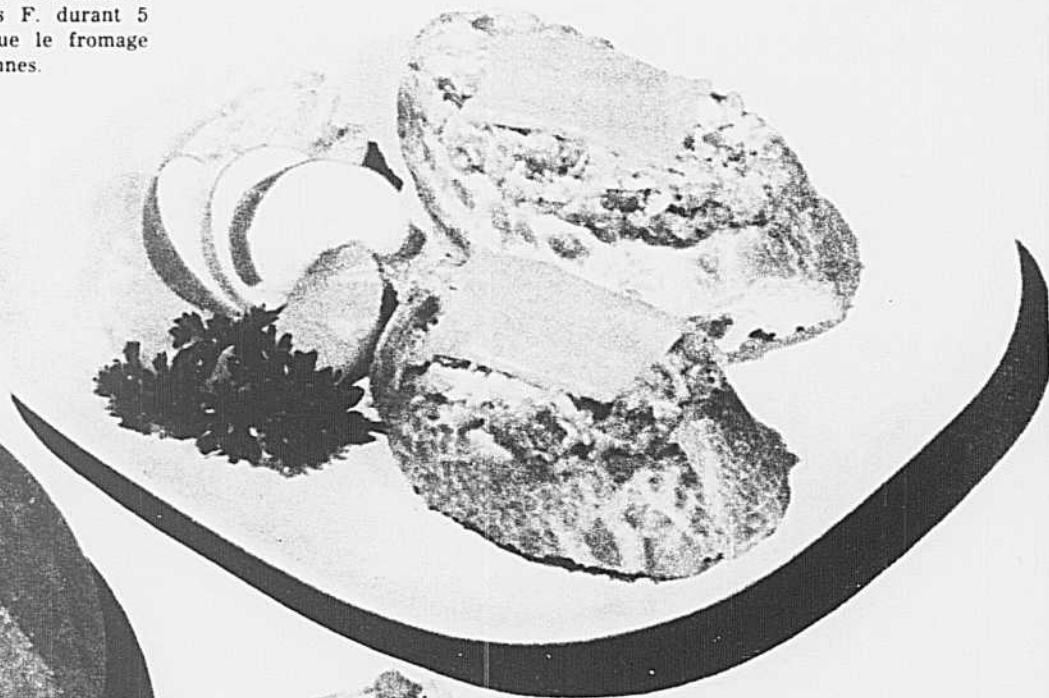
- 1 tasse de crevettes cuites hachées
- 1 tasse de thon
- ½ tasse d'olives farcies hachées
- ¼ tasse de céleri finement haché
- 2 cuil. à thé de jus de citron
- ¾ tasse de mayonnaise ou "salad dressing"
- 5 tranches de pain français de 1 po. d'épaisseur, tranché en diagonale
- 3 cuil. à table de beurre doux ou margarine
- 15 crevettes entières cuites
- 5 petites olives farcies
- 10 lamelles de piment vert

Mélanger les crevettes, le thon, les olives, le céleri, le jus de citron et la mayonnaise. Beurrer les tranches de pain. Etendre ½ tasse du mélange de fruits de mer sur chaque tranche de pain beurré. Garnir chaque sandwich avec 3 crevettes, 1 olive farcie et 2 lamelles de piment vert.

Sandwich au poulet au gratin

- 1 tasse de poulet cuit haché
- ½ tasse de céleri haché
- ¼ cuil. à thé de sel
- 2 cuil. à table de "pimiento" haché
- 1 cuil. à thé de jus de citron
- ¼ tasse de mayonnaise ou "salad dressing"
- 6 tranches de pain français de ¾ po. d'épaisseur
- 2 cuil. à table de beurre doux ou margarine
- 3 tranches de fromage

Mélanger le poulet, le céleri, le sel, le "pimiento", le jus de citron et la mayonnaise. Beurrer les tranches de pain. Etendre ¼ de tasse du mélange de poulet sur chaque tranche de pain beurré. Couper les tranches de fromage en deux. En couvrir chaque sandwich, placer les sandwiches sur une tôle à biscuits et les faire griller à feu doux durant 5 minutes ou jusqu'à ce que le fromage fonde. Pour servir 6 personnes.



UN NOUVEAU NOM DANS LA CHANSON



GINETTE LETONDAL

PAR LYSIANE GAGNON

GINETTE LETONDAL, comédienne, se lance brusquement dans la chanson, et enregistre son premier microsillon sans avoir jamais encore chanté en public.

On pense à Jeanne Moreau, à Valérie Lagrange, à Brigitte Bardot: qu'est-ce qui peut bien les pousser à entreprendre une nouvelle carrière, sans pour autant délaïser le théâtre ou le cinéma?

Ce n'est pas Ginette Letondal qui nous le dira: "Ça me plaît, voilà tout. Il y a quatre ou cinq ans, j'ai chanté et dansé dans des émissions de variétés, à Radio-Canada. Plusieurs personnes m'encourageaient à continuer. Or, cet hiver, j'ai eu le temps de préparer ce disque."

Ce disque, c'est un mini-micro publié chez Sélect, qui comprend six chansons d'Emmanuel Cocke, metteur en scène français qui donne cette année un cours sur le cinéma à l'Université de Montréal.

— Pourquoi, Emmanuel Cocke?

Elle esquisse le geste de lever les bras au ciel, l'air excédé: "Mais parce que j'aime ses chansons! Je suis très spontanée, j'aime ou je n'aime pas, d'emblée.

— Oui, mais encore?

— Quatre des six chansons qui sont sur ce disque ont été faites pour moi. C'est tout de même une chance assez rare, non?

— Comptez-vous chanter d'autres auteurs-compositeurs?

— Je n'ai pas l'intention de "piquer" dans le répertoire des autres chanteuses. Mais je vais sans doute interpréter des chansons de Marie Savard: les paroles et le rythme me conviennent...

L'air ennuyé, elle contemple le verre de vin qu'elle a à peine entamé, et salue gentiment, mais distraïtement, un copain qui passe. Ginette Letondal, ce n'est pas quelqu'un qu'on "fait" parler si elle n'en a pas envie. En attendant qu'elle y consente, ce qui prendra une bonne demi-heure, on peut toujours la regarder, et admirer, oui,

Un confort parfait
toute la journée



La poudre
du **Dr Scholl**
rafraîchit vos pieds

Une légère application de poudre pour les pieds du Dr Scholl, chaque matin, rafraîchit les pieds et assure un confort parfait toute la journée. Pour neutraliser les odeurs, essayez la poudre Bromidosis du Dr Scholl. La poudre Solvex du Dr Scholl prévient le pied d'athlète. Ces trois produits sont en vente dans les pharmacies, les magasins de chaussures, les magasins à rayons et de variétés.



07-2P

Dr Scholl

Pour le confort des pieds



CIGARETTES

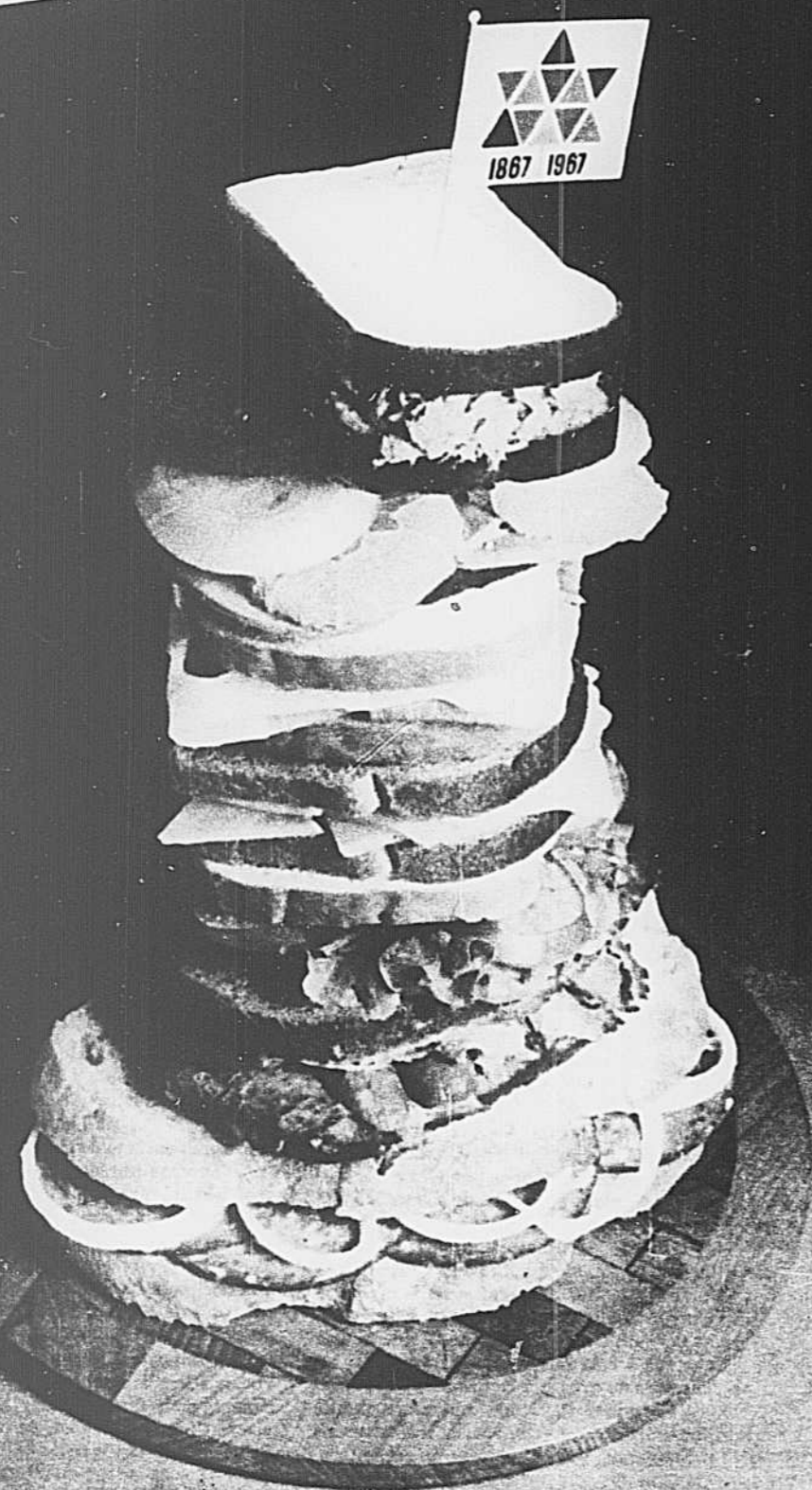
"EXPORT"

BOUT UNI
OU FILTRE

RÉGULIÈRES ET "KING"

Une appétissante suggestion pour le Centenaire!

SERVEZ LE SANDWICH



DU SIÈCLE ET GAGNEZ UN VOYAGE à PARIS ET À LONDRES

Pourquoi un voyage à l'étranger?

PARCE QUE LE CANADA A PLUS DE 100 ANS D'HISTOIRE. Les origines du Canada remontent à l'arrivée d'explorateurs comme Jean Cabot et Jacques Cartier. Refaites en sens inverse le voyage des premiers habitants du Canada. Visitez les pays d'origine des fondateurs de notre pays. Vous pouvez gagner ce voyage grâce au concours du sandwich du siècle. Quelle agréable façon d'apprendre à mieux connaître les origines de notre pays!

Voici comment préparer LE SANDWICH DU SIÈCLE De bas en haut:

- (1) Pain français ou italien avec tranches de salami et rondelles d'oignon. (2) Pain noir de seigle recouvert de moutarde préparée et garni de tranches de minces de boeuf salé et de cornichons au fenouil.
- (3) Tranches de pain blanc enrichi recouvert de mayonnaise et garni de rondelles de tomate. (4) Tranches de pain de blé entier ou de blé concassé, beurré et garni de tranches de fromage fondu canadien. (5) Tranches de pain blanc, beurré et garni de jambon cuit et de tranches de fromage suisse.
- (6) Pain bis de seigle, beurré et garni de saucisson de Bologne, de tranches d'orange et de rondelles d'oignon. (7) Pain blanc, beurré et garni de salade de saumon. Faire le pain sandwich dans l'ordre indiqué et le fixer, jusqu'au moment de servir, en passant une broche ordinaire à "barbecue" à travers toutes les tranches. Garnir le sandwich d'un petit drapeau canadien.

GAGNEZ

un voyage pour deux à PARIS ET À LONDRES tous frais payés

PLUS \$500 à dépenser à votre gré
TROIS VOYAGES À GAGNER

Transport en JET DC-8
Empress
pour l'Europe
DE CPA

Canadian Pacific Airlines
"partout par les airs"

Séjour dans des hôtels de luxe réputés à Paris et Londres



Comment participer au concours:

VOICI TOUT CE QU'IL FAUT FAIRE: SERVEZ LE SANDWICH DU SIÈCLE

1. Expédiez le bulletin de participation rempli à Sandwich du siècle, P.O. Box 2134, Toronto (Ontario)
2. Aucun achat n'est exigé pour participer au concours. Chaque bulletin doit être envoyé séparément, arrivé à destination le 31 octobre 1967 au plus tard et suffisamment affranchi.
3. Les gagnants seront avertis par la poste avant le 30 novembre 1967. La décision du jury est sans appel. Aucune correspondance ne sera échangée avec les participants autres que ceux choisis. Aucun bulletin ne sera retourné.
4. Un choix sera fait parmi tous les bulletins. Les participants choisis devront, pour gagner, répondre d'abord correctement, dans un temps déterminé, à une question mettant en jeu leurs aptitudes. Les prix seront attribués par région et devront être acceptés comme ils seront décernés.
5. Le concours est ouvert à toutes les personnes habitant le Canada et âgées d'au moins 18 ans, à l'exception des membres du Conseil canadien de la boulangerie, de la Fondation des produits de boulangerie, de leurs agences de publicité et de l'organisation chargée du concours ainsi que leurs familles.

MANGEZ DES SANDWICHS EN TOUTES SAISONS!

VIVE LE PAIN!



Bulletin officiel de participation

Je promets de servir "LE SANDWICH DU SIÈCLE" (EN CARACTÈRES D'IMPRIMERIE, S.V.P.)

NOM _____
 ADRESSE _____
 VILLE/PROVINCE _____
 NO D'APP. _____ NO DE TÉLÉPHONE _____
 Expédier à: Sandwich du siècle, Box 2134, Toronto (Ontario) PARTICIPEZ
 SANS TARDER—LE CONCOURS PREND FIN LE 31 OCTOBRE 1967

admirer, ce beau visage au modelé parfait, et la qualité des expressions qui s'y succèdent d'une seconde à l'autre: tour à tour absente, rieuse, agacée, émue, souriante ou assombrie, Ginette Letondal donne en même temps l'image d'un être fragile, tendre, et farouche comme un oiseau blessé, et celle d'une femme décidée, intelligente et lucide, sans illusions ni naïveté: "J'ai bien des cicatrices de bataille, dira-t-elle tout à l'heure, je ne suis plus une ingénue."

"C'est dangereux, une ville où tout le monde vous connaît..."

Elle a quitté Montréal il y a sept ans, à l'époque où elle était l'enfant choyé du théâtre et de la télévision, l'une de nos rares comédiennes à allier la jeunesse, la beauté, le talent et l'expérience de la scène, pour aller s'installer à Paris avec sa famille. Même si elle est revenue cinq fois en vertu d'engagements spéciaux (pour la version anglaise de "Bousille et les justes", "Piège pour un homme seul" au TNM, et trois films, "Françoise", "Le Festin des morts" et "Caïn"), elle doit aujourd'hui repartir presque à zéro.

"Bien sûr, dit-elle, ce long séjour à Paris m'a nui quant à la régularité du travail. Mais sur le plan personnel, comme sur le plan métier, ça m'a beaucoup aidé à me redéfinir, à me trouver.

"C'est dangereux, une ville où tout le monde vous connaît depuis votre enfance. On vous crée un personnage auquel vous finissez par ressembler... ça aboutit à un grand mensonge. Parce que j'avais été une actrice-enfant, on s'ingéniait à me voir comme quelqu'un d'attendrissant, qui devrait avoir eu une enfance atroce et souffrir de complexes effroyables. On avait parfois tendance à me cataloguer dans des rôles qui correspondaient à ce personnage d'enfant gâté...

— ... et de jolie jeune femme.

Elle sourit: "C'est vous qui le dites...!"

Et de reprendre avec véhémence: "Et pourtant, j'ai eu l'enfance la plus heureuse qui soit, j'étais une petite fille saine et disciplinée."

"En France, par contre, j'étais une parfaite inconnue, on me jugeait non d'après ma famille ni mon enfance, mais selon la manière dont je passais les auditions. Quand j'ai rencontré le metteur en scène Roger Planchon, il m'a vue, et évaluée, comme j'étais à 29 ans. S'il m'avait connue depuis des années, m'aurait-il donné ce rôle très dur, très violent (la reine Isabelle, dans "Edouard II" de Christopher Marlowe) qui pourtant correspondait à ce que je suis?"

"Je pense, aussi, que j'ai pris de l'assurance. Mes qualités naturelles, ce sont les autres qui les voient; ce qui m'importe le

plus, à moi, c'est ce que j'ai fini par acquérir à force de travail. Par exemple, ma grande fierté c'est de pouvoir me faire entendre dans une grande salle. Quand j'avais 20 ans, on me disait que ma voix ne dépassait pas la troisième rangée..."

"Quand vous chantez, vous êtes libre... mais encore plus seule qu'au théâtre"

— Et le cinéma?

— Le cinéma, non, ce n'est pas pour moi. C'est un art de mettre en scène, pas un art d'acteur. La chanson ressemble davantage au théâtre, en ce sens que le chanteur, comme l'acteur, porte seul le poids de la représentation, une fois qu'il



se trouve face au public. Par la chanson, on est plus libre qu'au cinéma, mais il me semble que c'est encore plus dangereux qu'au théâtre: on est tout seul sur scène, sans même être encadré, pour ainsi dire, par la pièce et les autres comédiens. Quand vous chantez, le spectacle c'est vous, vous seulement.

Quand nous l'avons rencontrée, elle ne s'était encore jamais produite en public comme chanteuse: "Je suis terrorisée à l'idée de devoir le faire bientôt. J'ai l'habitude de la scène, mais pas de cette scène-là..."

Quand on lui demande de parler de la chanson québécoise, elle fait allusion à "la spontanéité formelle" d'un Ferland, d'un Vigneault. "Nos chansonniers parlent de nous, et du pays. C'est normal, que de vouloir s'expliquer à soi-même et aux autres, au stade où nous en sommes: le Québec n'est pas encore à l'ère du dilettantisme. Et si Vigneault n'a pas été compris par tout le monde à Paris, c'est parce que devant des gens qui ont de la personnalité, il faut des radars, il faut de l'intuition. Et je pense que c'est plus difficile encore de se faire comprendre par un peuple dont on a

été séparé pendant trois cents ans et dont on parle la langue: les Français s'attendent à ce qu'on soit comme eux: or, c'est faux. Tenez, c'est ce que j'aime dans les chansons de Marie Savard, cet alliage d'un texte intelligent (l'influence française) et du rythme (l'influence américaine)... Seule une Canadienne française, à mi-chemin entre l'Europe et l'Amérique, peut faire ça."

Une longue habitude d'obéissance

Et c'est ainsi qu'elle en vient à parler du Québec, lucidement et passionnément à la fois: "On ne comprend pas que même si les Anglais suivent des cours de français à l'Université de Toronto, avec des professeurs français, ce n'est pas pour nous qu'ils le font: ils nous méprisent et parlent de notre "patois".

"Pendant ce temps-là, les Québécois s'assoient lourdement sur leurs maigres lauriers. On manque d'inquiétude, de doute et de lucidité, on est séduit par une bonne parole, par un petit gâteau... Un Québécois, c'est trop facile à apprivoiser, ce n'est pas assez farouche ni assez fier. C'est ce que j'aime chez Vigneault: cette tierte jusque dans la poésie et la violence, cette gaieté aussi. La fierté, c'est quelque chose de gai..."

"Au Québec, on a une longue habitude d'obéissance, qui se double parfois d'une agressivité bête méchante: c'est l'envers d'un complexe de docilité. Moi, personne au monde ne m'empêchera d'avoir un ami anglais si je l'aime. Mais si je veux parler français dans un restaurant, je suis prête pour cela à aller jusqu'à l'esclandre."

"Ce que je vous dis là, ce n'est pas une idée abstraite germée dans mon cerveau un soir d'orage! Les problèmes du Québec, je les vis tous les jours." A une question directe, elle répondra: "J'ai refusé de faire un commercial pour le Centenaire. Si j'avais crevé de faim, j'aurais accepté. Je comprends ceux qui marchent sur leurs convictions pour gagner leur pain. Moi, je pouvais me payer le luxe de refuser. C'est ça la vie. Si je mourais de faim, j'accepterais ce genre de commercial... mais peut-être aussi que je me ferais vendeuse avant."

Elle dit aussi: "Dans ce pays c'est dur d'être un homme: dès qu'il manifeste des signes de virilité, de force et de fierté, il se trouve quelqu'un, sa mère, un curé ou un Anglais, pour le rabattre. Pour une femme, c'est plus facile... elle peut s'épanouir sans se faire trop d'ennemis, on n'a pas peur d'elle et on ne se mérite pas. Et puis tout à coup, elle devient mûre sans que personne ne s'en soit aperçu..."



RAFRAÎCHISSANTS. LES PRODUITS CLOVER LEAF FRAIS

Quoi de plus rafraîchissant que des fruits de mer frais. Quelle joie de savoir qu'ils sont aussi nourrissants et délicieux que faciles à préparer. La gelée de thon est aussi fraîche que la brise de l'océan. Elle est d'un goût exquis, car Clover Leaf ne met en conserve que la délicieuse chair blanche du thon albacore.

Le saumon "sockeye" de Clover Leaf, servi sur des légumes verts croustillants, est frais, alléchant pour des appétits aigusés, et parfait pour un souper d'été. Soyez certains d'obtenir la marque Clover Leaf, la marque des produits de mer préférés des Canadiens.

British Columbia Packers Limited, qui vous offrent aussi les fruits de mer congelés Rupert Brand.



La vie chez soi

PAR NOELLA DESJARDINS



Le docteur Gilles Auclair, docteur en psychologie industrielle, croit que la publicité répond à un besoin de l'homme.

“ **O**N NE CONNAIT pas le Canadien français, et on le méprise.” Ce jugement sans rémission est rendu par un publicitaire-conseil, M. Jean-François Pelletier.

La publicité, “ce mal nécessaire” comme on se plaît à le clamer partout, est un sujet sans cesse controversé. Nous l'aborderons aujourd'hui du point de vue psychologique. Car, qu'on le veuille ou non, elle a un rôle éducatif à jouer. Ce qui rejoint l'assertion de M. Pelletier: “Une forme de publicité qui serait conçue et bien structurée, dans le concept canadien-français, apporterait le plus grand perfectionnement social et culturel au Canada français, dans l'ordre actuel des choses.” Il insiste sur ce dernier point “dans l'ordre actuel des choses”...

Mais d'abord que l'on détruise ce mythe, croire que le consommateur moyen est âgé de 12 ans, moralement parlant.

peuse. “L'annonce doit être franche, concise et simple.” Peut-on affirmer que, depuis lors, ces trois principes de base de la publicité furent toujours respectés?

La publicité ne crée pas un besoin

“La publicité ne crée pas un besoin. Elle répond à ce besoin.” C'est un docteur en psychologie industrielle qui parle cette fois. Le docteur Gilles Auclair minimise l'influence de la publicité sur le comportement de l'être humain. “A mon sens, la publicité fait rendre les gens conscients de leurs besoins.”

Et pourtant, ses détracteurs, et nous le sommes tous plus ou moins à un moment donné, lui reprochent de “pénétrer, en quelque sorte, par effraction, jusqu'à la conscience individuelle.” Il n'en demeure pas moins que le public a besoin d'être informé. L'habitude est à ce point prise que s'il se produit un arrêt subit de tel media

De la psychologie et de la publicité

Si, comme l'écrit Catherine Ravenne, ce sont les Etats-Unis qui ont eu l'idée de tirer parti de la connaissance psychologique de l'homme à des fins purement publicitaires, il n'en demeure pas moins que l'on pourrait remonter très loin pour retrouver l'origine de cette discipline, soi-disant nouvelle. Avec beaucoup d'humour, notre analyste nous transporte au Paradis terrestre. L'histoire de la pomme, dont on vantait les mérites éternels à Eve... Mais plus sérieusement, l'on peut s'arrêter à l'époque du grand roi Louis XIV. Le fameux “lave plus blanc”, que l'on entend quotidiennement à propos de tous les savons, serait tiré d'une proclamation royale, datant de 1683, dont voici l'extrait: “Nous avons demandé à deux blanchisseuses choisies au hasard de laver leur linge avec deux savons différents et nous avons pu constater que le nouveau “Savon blanc” lavait plus blanc que le vieux “Crown Soap”. Ajoutons que le savon était alors un monopole de la Couronne...”

Et comme, d'autre part, sous le soleil, plus ça change, plus c'est pareil, ceux qui reprochent à la publicité de tromper les gens apprendront que ce fait-là non plus n'est pas nouveau. “Emile de Girardin, le père de la presse à bon marché, part en guerre dans son numéro de “La Presse” du 29 avril 1845 contre la publicité trom-

d'information (presse, radio, télévision) le citoyen moderne se trouve complètement désemparé. La publicité est donc à l'avant-garde du progrès sous toutes ses formes. Elle annonce les techniques nouvelles, et les derniers produits mis sur le marché, en flattant les tendances favorables du consommateur. Dans ce dernier cas, il s'agit de publicité commerciale, puisqu'il faut à tout prix vendre un produit, un objet précis. La publicité rédactionnelle excite plutôt la sympathie autour d'un produit, d'un service, d'une maison, d'un organisme, etc. C'est l'annonce de prestige qui au lieu de vendre du savon, des vêtements, un parfum, suggère la propreté, l'élégance, la beauté.

La psychologie expérimentale

La publicité est indéniablement une science. Qui s'apparente à la psychologie expérimentale, dont elle est en somme une application. Avant de lancer un produit sur le marché, on procède à l'étude de ce marché. Et conséquemment à celle de la clientèle. Tant au point de vue statistique que psychologique. Une telle analyse part de la codification rationnelle de l'être humain. A savoir ce qu'est un homme, une femme, un enfant. Quelles sont les tendances moyennes universelles communes à ces êtres.





L'analyse du produit portera sur: le degré de nouveauté de l'article lancé sur le marché. Les caractéristiques évidentes (forme, couleur, poids, aspect, etc.) et cachées (composition chimique, robustesse, etc.). Les procédés de fabrication. Les résultats immédiats. Les services rendus. Les avantages accessoires (d'ordre esthétique, économique, etc.). Tous ces éléments étant entre les mains du publicitaire, qui les maniera selon son talent, son souci de la vérité, de l'honnêteté quoi. A lui de flatter les tendances favorables et d'éliminer les défavorables. Qui sont d'ordre mental et matériel.

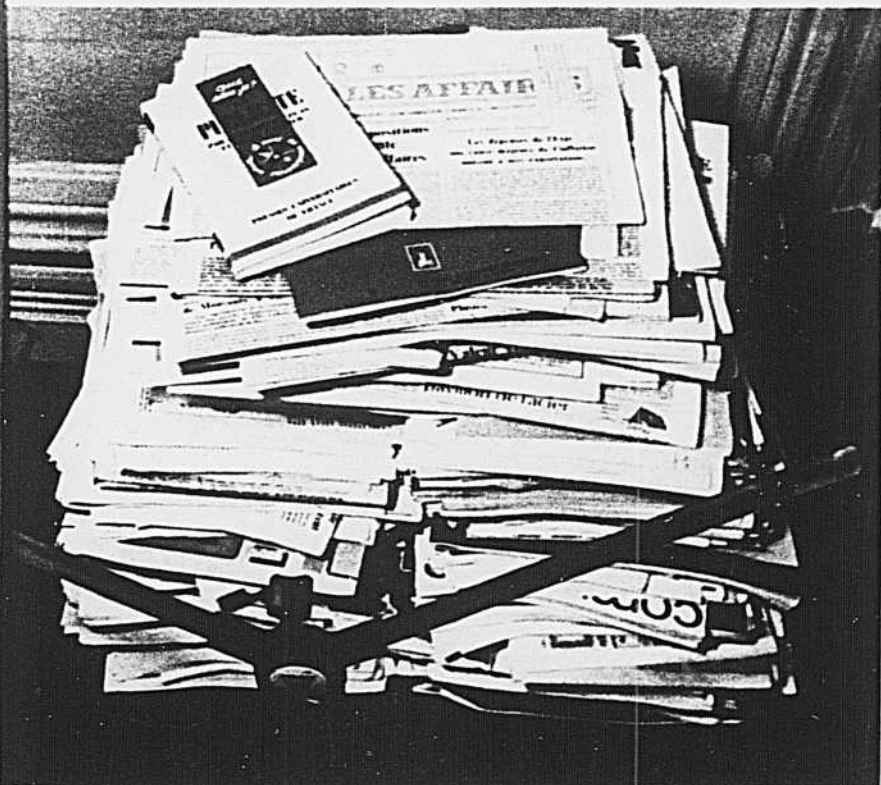
D'ordre mental, les tendances favorables à l'homme normal moyen se classeraient comme suit: goût et habitude de l'information, besoin de certitude, désir acquisitif, paresse d'esprit.

Sur le plan matériel, il est incontestable que l'homme aspire vers le mieux-être, qu'il a le goût du confort, qu'il vise généralement à économiser, qu'il a une forte tendance au moindre effort, à l'envie, à la

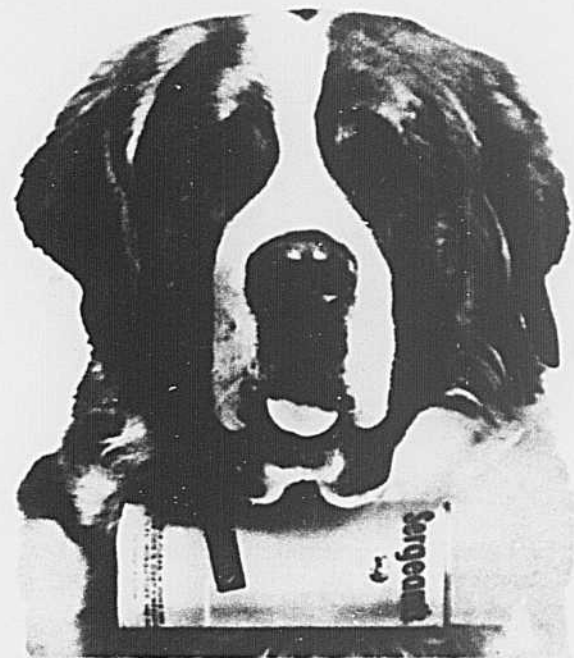
vanité et au snobisme, sans parler de la sensibilité et même de la sexualité.

Pour ce qui est des tendances défavorables, ne pas perdre de vue que la publicité s'impose à l'homme. Qu'elle rencontre chez lui des réactions qui pourraient entraver son action. Les caractères ethniques se manifestent de façon étonnante devant ce phénomène. Les peuples qui ont le sens critique plus développé, comme le Latin par exemple, se révèlent de moins bons sujets publicitaires. Ainsi le Français est moins réceptif que l'Anglo-Saxon ou l'Allemand. Par contre, l'Américain est plus accessible à la publicité que l'Anglais.

La saturation est une autre entrave à l'action publicitaire. Ce dont nous nous plaignons particulièrement. Par la présente, le consommateur fait savoir au publicitaire qu'il existe une différence entre fréquence et quantité. Que la qualité prime aussi la quantité. Pour une fois qu'on voudrait bien l'écouter... "Il se plaint, mais il ne fait rien pour améliorer la situation," affirme M. Pelletier.

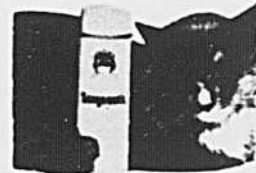


Que sais-je de la publicité ?



Le vaporisateur Sergeant's® à la rescousse!

Tue puces et tiques. Prévient démangeaison, fungus et odeurs canines. De plus, le vaporisateur à puces et tiques Sergeant contient de la lanoline, qui soulage et conditionne le poil et la peau. Seulement \$1.59 dans les pharmacies et les boutiques d'animaux.



Excellent pour les chats également...
Vaporisateur à puces de chats Sergeant, \$1.59

Gratit-Livre sur les soins à donner aux chiens: Alimentation, dressage, maladies. Envoyer carte postale avec nom et adresse à Sergeant's, s/s Laurentian Agencies Ltd., C.P. 2260, St-Laurent, P.Q.

**MESSIEURS! MASQUEZ
VOS CHEVEUX
GRIS TOUT EN
TONIFIANT
VOTRE
CHEVELURE
AVEC
LA CRÈME**



"RD" est une nouvelle et extraordinaire crème capillaire non grasse qui masque les cheveux gris, graduellement et sûrement, en 10 jours seulement, tout en soignant et tonifiant la chevelure.

La crème "RD" s'applique comme tout autre produit capillaire. (Ce n'est pas une teinture telle que les autres de teinture), elle ne tache pas l'oreille et résiste aux shampooings.) Elle donne à la chevelure des reflets naturels que personne ne soupçonnera que vous utilisez un tel produit. Pour sentir le réapparition des cheveux gris, utilisez la crème "RD" chaque jour, aussi souvent que cela sera nécessaire.

**SI VOUS NE "RAJERISSEZ" PAS,
VOTRE ARGENT VOUS SERA RENDU**

Si vous graissez, en vous donne peut-être plus que votre âge. Ces cheveux gris peuvent donc vous nuire, pour vos affaires comme dans votre vie privée. "RD" a déjà rendu une "jeunesse nouvelle" à des milliers de personnes. "RD" est la crème capillaire colorante pour hommes qui se vend le plus au monde. Elle ne vaut plus que tous les autres produits concurrents réunis.

GARANTIE DE REMBOURSEMENT!

Achetez super d'habitude la crème "RD" au compteur de produits pharmaceutiques. Vous recevrez la garantie que vous "RD" masquera tous vos cheveux gris en dix jours consécutifs et vous serez remboursé, sans votre argent vous sera rendu. La crème "RD" ne coûte que \$2.00.

**EN VENTE DANS LES PHARMACIES, LES
MAGASINS À RAYONS ET À Succursales,
DISTRIBUTEUR: MEDCO PRODUCTS COMPANY,
TORONTO (ONT.)**

P.S. Pour obtenir les meilleurs résultats, utilisez le nouveau shampooing "RD". Il n'altère pas le couleur des cheveux. Si vous avez des pellicules, nous recommandons vivement l'usage de la crème et du shampooing "RD".

RD



L'EXPLICATION D'UN PHÉNOMÈNE:

POURQUOI BEEFEATER

est passé dans un certain vocabulaire canadien . . . le vocabulaire des heures agréables ■

Il n'y a pas si longtemps, il était encore convenable de commander "un martini", "un gin et tonic" ou "un gin sur glace" ■ Mais maintenant, et de plus en plus, les gens bien sont plus précis: ils disent "un Beefeater" ■

Ça va de soi: Beefeater est le gin importé, Celui-qui-vient-de-Londres ■ Voilà le secret de son arôme subtil et inimitable . . . le secret de cette indéfinissable différence qu'exigent les gens qui savent vraiment apprécier la détente des heures agréables ■

Quant à nous, qui distillons le Beefeater à Londres depuis plus d'un siècle, cela n'est pas pour nous surprendre: vous avez simplement découvert, comme de plus en plus de gens, qu'il y a vraiment une différence entre un "London dry gin" et un dry gin qui vient de Londres ■

Vous pouvez vous permettre d'être capricieux ■ Alors, soyez donc précis, dites toujours "un martini au Beefeater", "un Beefeater et tonic", ou "un Beefeater sur glace" ■

Beefeater. Distillé à Londres



Beefeater Beefeater

Le dry gin importé qui se vend le plus en Amérique du Nord. Distillé et mis en bouteilles à Londres depuis plus d'un siècle par la famille Burrough.

LA GASTRONOMIE



NE SOYEZ POINT SNOB : LISEZ LE GUIDE

Au pays des snobs, il est de bon ton de lever le nez sur les "GUIDES" de tous genres. Parce qu'il croit tout savoir le snob est le prototype combien parfait de l'ignorant endimanché. Pour ma part, il suffit qu'on me propose un nouveau guide pour que j'y plonge le nez et si le document est d'ordre gastronomique mes narines deviennent gloutonnes, trop heureuses de pouvoir humer les saveurs que d'honnêtes spécialistes révèlent à mon attention gustative.

Depuis quelques années déjà, MM. Henri Gault et Christian Millau qui l'un et l'autre possèdent autant d'humour qu'une authentique connaissance des choses de la table — la bonne — confient à l'édition (chez Julliard, Paris) des commentaires ne ressemblant à rien à la critique-encensoir débitée à pleine page par les piètres scribouilleurs de la confrérie des pique-assiettes.

MM. Millau et Gault savent sourire mais ne badinent jamais. Aussi, font-ils autorité. Obtenez donc chez votre libraire leur plus récent guide américain dont quarante pages, signées Millau, sont consacrées à notre ville.

Eblouissant parce que vrai; sûr parce que construit à partir d'observations recueillies "à la table" et sous le couvert du plus scrupuleux anonymat, le document distribue les honneurs avec parcimonie, signale les bavures sans acrimonie, souligne la classe de nos grandes toques avec sympathie et fait un sort aux abus de quelques cuistots avec bonhomie. MM. Millau et Gault ne seront jamais des tresseurs de couronnes: tant pis pour les gargotiers baratineurs experts en gueulardises.

Le dîneur qu'il soit de Paris, Montréal ou New York, est un seigneur méritant considération et que la courbette obséquieuse n'impressionne guère. En gastronomie, la vérité est dans le plat: les salamancs d'opérette n'améliorent jamais une sauce ratée et en se faisant les pourfendeurs des virtuoses improvisés, tous disciples (qu'ils disent) d'Escoffier mais incapables de réussir un soufflé honorable, MM. Gault et Millau servent la haute cuisine avec une rigueur professionnelle qui les honore.

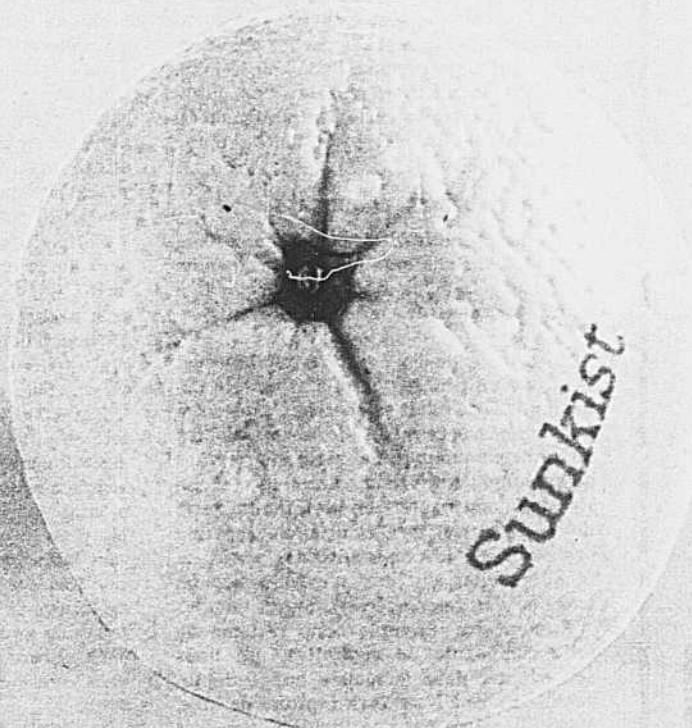
Ne jouez donc pas les snobs. Consultez ce guide: il vous indiquera les cénacles où la lêchefrite n'est pas maniée par un marmiton gras, les tables où l'élégance de bouche s'accorde au raffinement d'une civilisation épanouie, de très humbles restaurants où la cuisine est au bon beurre, bref, une gamme allant du diner sublime au "morceau" pris dans un aloyau de bon aloi.

Sévère il est pour certains établissements, ce guide qui se lit sans effort. C'est qu'il est rédigé par des "semeurs d'étoiles" qui ont soin de les accrocher à des revers impeccables. Les réserves sont circonstanciées, les jugements de même et ce n'est pas à un Millau que l'on fera croire qu'un poulet "à la King" vaut une poularde au coulis de queues d'écrevisses. Ils ont voulu un guide sérieux: il l'est. Aux banquets de la gastronomie trop d'infortunés convives se font servir d'indigestes salades . . . il était temps qu'ils soient guidés vers des maisons honorées d'étoiles . . . méritées.

ROGER CHAMPOUX



**Les poules auront des
dents quand cette boîte
aura "exactement
le gout"
d'une
orange
Sunkist
fraîche**



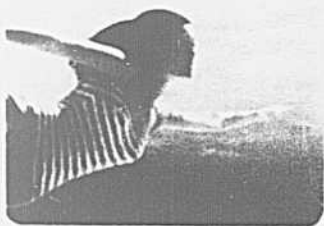
Les jus congelés font de leur mieux . . . mais il y a des choses qui ne se manufacturent pas . . . entre autres: la saveur d'une orange Sunkist fraîche. La seule manière de goûter cette saveur dans le jus d'orange . . . c'est de le prendre dans une fraîche orange Sunkist. Les oranges Sunkist baignent dans le soleil radieux qui inonde les vergers de la Californie et de l'Arizona, où un climat extrêmement propice, fait de jour-

nées chaudes chaudes et de nuits fraîches, donne à ces oranges une saveur incomparable. Des oranges aussi savoureuses ne vont pas finir leurs jours dans une boîte de jus congelé. Ayant reçu l'estampille Sunkist, elles se présentent à vous comme les oranges les plus fraîches, les plus savoureuses sur le marché! Exigez toujours les oranges Sunkist . . . pour les manger ou pour en boire le jus.

Sunkist

marque déposée
Rien ne remplace une orange Sunkist fraîche

dimanche,
lundi,
mardi,
mercredi,
jeudi,
vendredi,
samedi!
nagedi!



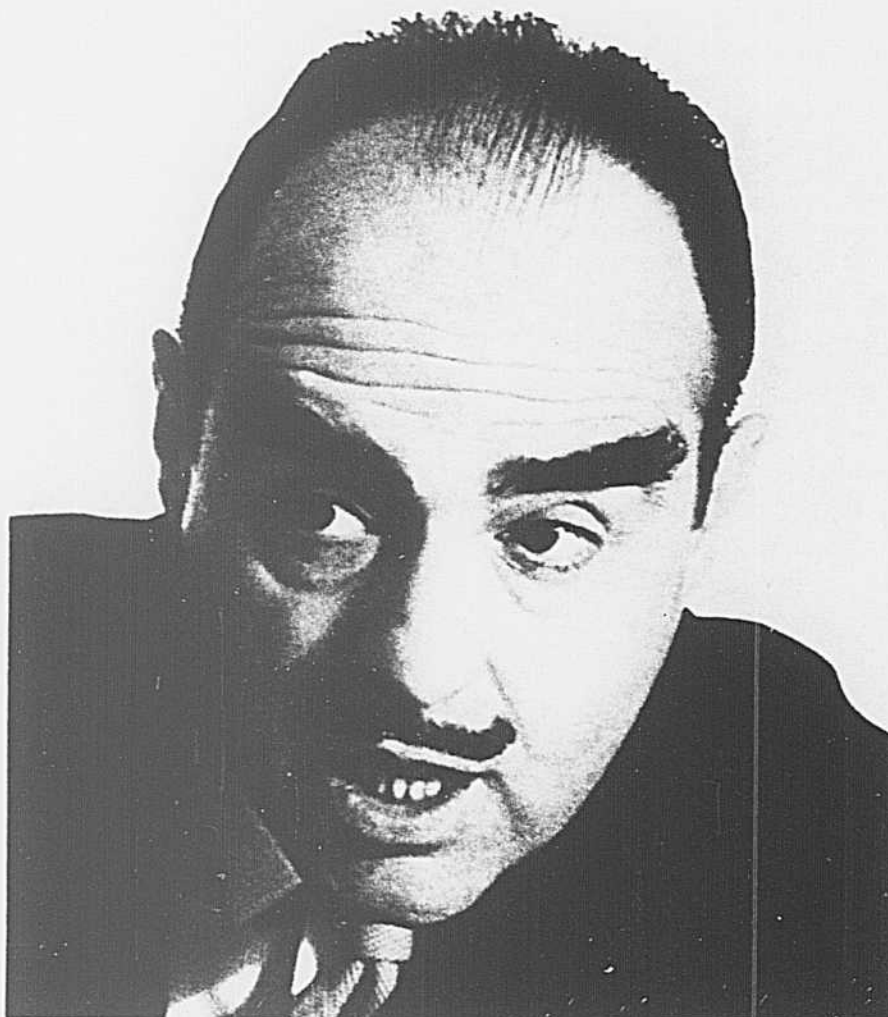
Tous les jours
de la semaine,
tous les jours
du mois,
tous les mois
de l'année...
nagez en toute
aise grâce
aux tampons
Tampax. Portés
intérieurement,
les tampons
Tampax ne
peuvent vous
gêner: vous ne
les sentez
même pas.
N'est-ce pas là
une raison
suffisante
pour les
essayer dès
aujourd'hui?



Tampax
TAMPAX

PROTECTION HYGIÉNIQUE PORTÉE INTÉRIEUREMENT
FABRIQUÉS EXCLUSIVEMENT PAR
CANADIAN TAMPAX CORPORATION LTD., BARRIE, ONT.

"On ne connaît pas le Canadien français", affirme un publicitaire-conseil,
Jean-François Pelletier.



A combattre également l'esprit de "quant à soi". L'homme ne veut pas être dérangé. En dépit du fait que la publicité heurte parfois son sens esthétique. A preuve, les campagnes menées par les organisations touristiques contre l'abus ou le mauvais goût des affiches murales. "La publicité doit surmonter certaines répugnances. Y réussir est la pierre de touche d'une bonne publicité."

Des motivations communes

Il est des motivations communes à tous les peuples. Dans tous les pays du monde, l'homme a faim, il a soif, il a froid, il a peur. Mais dans des milieux différents cependant.

Si, comme on l'a écrit, la publicité est l'image d'un peuple, tel qu'il se voit, le Canadien français doit se chercher dans cette image démesurée qu'on lui renvoie d'outre quarante-cinquième. La série de mythes qu'exploitent nos voisins: excellence exclusive de la nouveauté (the best, the biggest) de la jeunesse, de l'égalité d'occupation des sexes, de la non-égalité des sexes, de la déssexualisation, etc. n'est-elle pas en train de déformer notre vision du monde? Prenons par exemple cette réclame de telle compagnie de cigarettes, qui nous fait évoluer dans le monde huppé de Riverside Drive à New York (voiture de luxe, vision, diamants qui scintillent) milieu fort éloigné du standard québécois. Par contre, nous pourrions citer comme modèle l'annonce d'une brasserie, qui nous situe dans "notre" monde du travail, dont le porte-paroles parle la langue du travailleur moyen.

Changeons de secteur, si vous le voulez bien. Pour explorer l'univers de la ménagère cette fois. En consommatrice avertie elle pourrait aisément discerner la compagnie anglo-saxonne de la latine. Celle-ci sait flatter le goût du bien-manger. Sur une boîte de soupe, elle illustrera les ingréd-

dients, quand ce ne sont pas les légumes à l'état nature, propres à exciter l'appétit. Tandis que les Anglo-Saxons, dont la réputation de gourmet est encore "à faire", se contenteront d'une énumération des ingrédients, sans plus.

La psychologie peut pousser davantage son investigation. La femme québécoise aime bien y aller de sa touche personnelle, même lorsqu'elle utilise certains mets préparés. Ne serait-ce qu'ajouter du sucre, un oeuf, et que sais-je.

Enfin, le superlatif américain agit souvent de façon inattendue. Il rend pour le moins soupçonneux. Pour ma part, je me sens beaucoup plus rassurée quand on me dit que telle voiture est classée parmi les sept meilleures sur le marché que si elle est "inconditionnellement" la meilleure.

Reste à envisager la question de l'honnêteté en publicité. Du côté des cosmétiques, des aliments, et des drogues, le consommateur est protégé par le contrôle gouvernemental. Quant à exploiter les sentiments les plus intimes, l'amour des parents envers leurs enfants, la tendresse filiale, ou une forme de sympathie quelconque, sous de fallacieux prétextes, nombre de publicitaires ne s'en privent pas.

Et encore plus nombreux sont les pauvres consommateurs qui tombent dans le piège.

Pour conclure, puisque la publicité est directement reliée à l'économie d'un pays capitaliste, du fait de sa production massive et de la libre concurrence, qu'on s'en serve, mais à bon escient. Et à dose modérée. Quelqu'un a dit que le rêve des pauvres publicitaires était de vendre du rêve à l'homme. "De l'huile de machine dans une coupe de champagne."

C'est très joli de rêver mais il y a danger de se réveiller trop brusquement et de se casser la figure. La grenouille qui voulait se faire aussi grosse que le boeuf, qui s'enfla, s'enfla si bien qu'elle creva...





et l'ORLON parcourent le Canada par CPA



**Six villes.
Six genres.
Six groupes de chics
ensembles créés par
Jako en ORLON*.**

Jako célèbre le Centenaire toute l'année, dans tout le Canada. De l'est à l'ouest du pays, les jeunes porteront les élégants vêtements spécialement conçus pour cette occasion.

Faits d'ORLON aux couleurs vives, faciles à entretenir, ils rendent la vie agréable... de Halifax à Vancouver. Les ensembles Jako sont de mise en toutes circonstances — qu'il s'agisse d'observer les bisons à Winnipeg, de contempler Toronto du haut des gratte-ciel, d'assister au rodeo de Calgary, de visiter l'Expo ou de se promener joyeusement dans les rues de Québec. Oui, les ensembles Jako en ORLON sont des vêtements qui "voyagent" bien. En vente dans tous les bons magasins du Canada.

Voyage organisé par CPA.

ORLON



un nom qui mérite votre confiance

*Marque déposée de Du Pont pour sa fibre acrylique.

LA LUTTE AMATEUR, UN SPORT RESPECTABLE

PAR GUY PINARD

DANS plus d'une discussion amicale, la question ne manque pas d'être soulevée : la lutte professionnelle est-elle, à la base, un sport ou un spectacle?

Il faudrait être injuste pour prétendre que les lutteurs professionnels ne sont pas des athlètes. Pour participer, parfois jusqu'à sept combats par semaine, un lutteur doit surveiller constamment sa condition physique.

Mais il serait tout aussi ridicule de ne pas admettre que la lutte tient un peu du spectacle. C'est peut-être d'ailleurs ce qui a aidé à la discréditer au cours des récentes années. Ses centaines de champions mondiaux éparpillés de par le monde en-

tier font en quelque sorte partie du "folklore sportif". Si tel folklore existe...

Si nous avons pensé commencer cette "revue à vol d'oiseau" de la lutte amateur par un jugement bien personnel sur la lutte professionnelle, c'est parce que nous voulons expliquer le profond ravin qui sépare les lutteurs professionnels des lutteurs amateurs. Il n'existe pas un seul autre sport où la distance peut être aussi grande.

Rares sont les lutteurs amateurs qui rêvent de faire une carrière de la lutte. Et ceux qui y songent n'en parlent guère. C'est presque un sujet "tabou". Parce qu'il y a autant de différence entre la lutte amateur et la lutte professionnelle qu'il peut y en avoir entre la lutte et la boxe.

"À la lutte amateur, on n'accepte pas les prises de soumission, les prises contre les joints des membres. C'est la lutte scientifique. On y respecte l'individu."

Président de la section lutte de l'Union athlétique amateur du Québec, Jean-Jacques Gauthier refuse d'ouvrir une polémique. Mais quand il parle de "lutte scientifique", de "respect de l'individu", il est bien évident qu'il établit un parallèle. Car ce n'est pas chez les professionnels qu'on pratique la lutte scientifique, qu'on respecte l'individu. Les arbitres, ceux qui ne se piquent pas du titre de "vilain", sont régulièrement bafoués par les tyrans de l'arène.

D'ailleurs, n'est-ce pas Gauthier, courtier en assurances (donc un vendeur-né), qui nous a mentionné le fait que c'est la très petite minorité des lutteurs amateurs qui songent au professionnalisme ?

"La chose se présente surtout chez les poids lourds. S'ils jouissent d'un physique qui saura commander le respect, s'ils ont un peu de talent de comédien, peut-être tenteront-ils la grande aventure," souli-

gnait Gauthier, lors des récents championnats canadiens.

Comme la grande majorité des sports amateurs, la lutte a connu un regain de vie formidable au cours des récentes années.

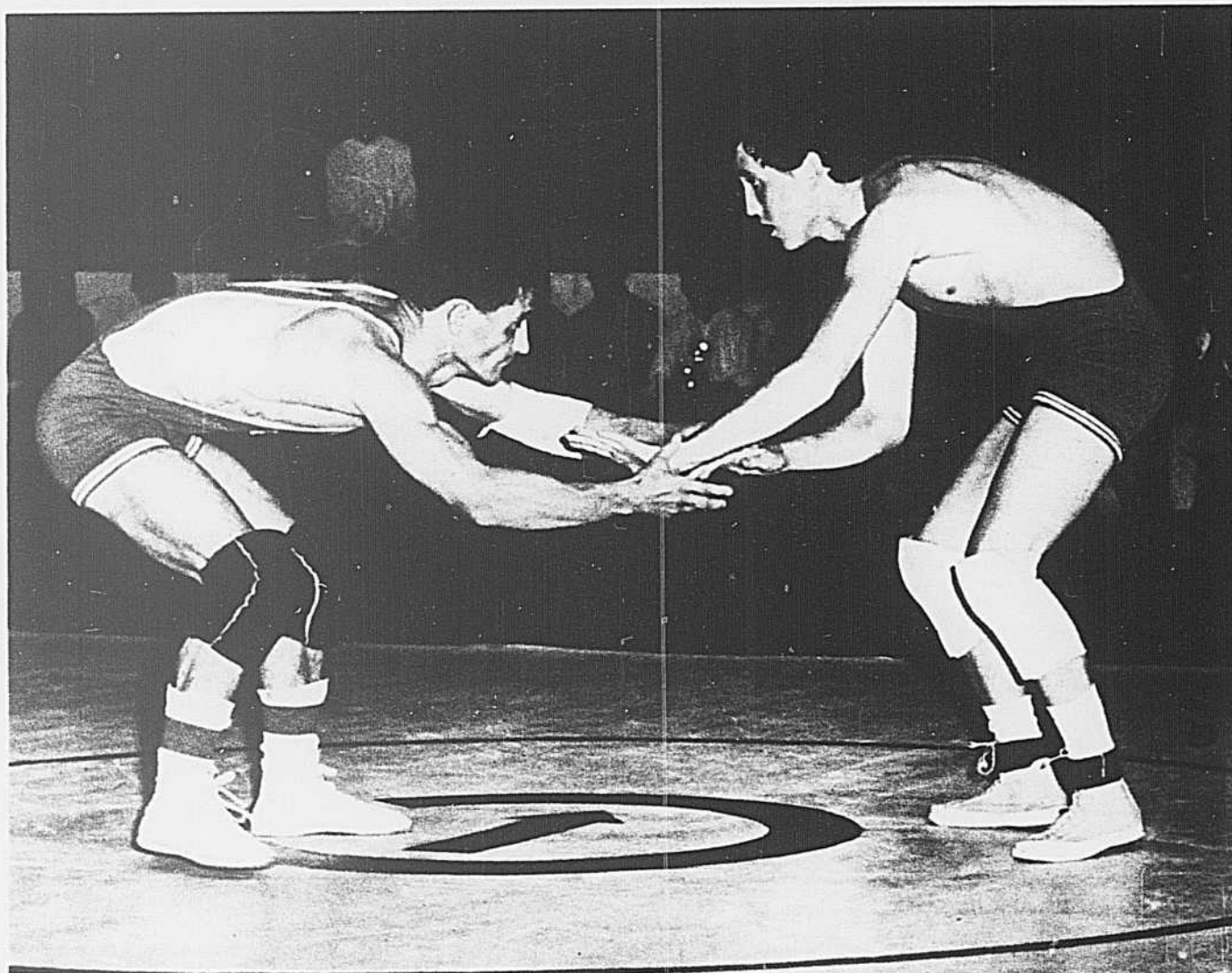
"Lors de mon arrivée à la présidence, on comptait à peine 200 lutteurs au Québec. Aujourd'hui, cinq ans plus tard, on en compte 400. Dans l'ensemble du Canada, c'est la même situation. Le nombre a doublé au cours des cinq dernières années. Et aujourd'hui, on compte plus de 1.800 lutteurs accrédités.

"D'ailleurs, c'est un sport naturel pour le jeune. Qui n'a pas le goût de se "chamailier"? Et c'est un sport tellement peu coûteux." Un costume, une paire d'espadrilles, des protecteurs des genoux, et le jeune est prêt à se lancer dans la mêlée.

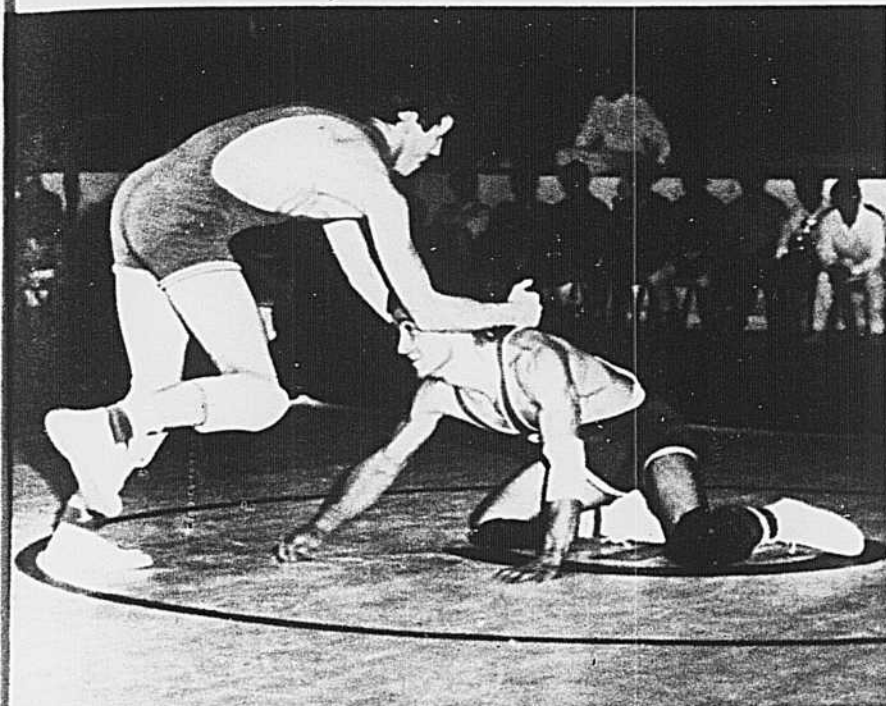
Gauthier explique ensuite qu'au début le jeune manifeste peu d'intérêt. "Tant qu'il n'en vient pas à maîtriser ses prises, à pouvoir se libérer de l'emprise de son adversaire, il trouve la situation peu encourageante. Mais dès le moment où il parvient à posséder quelques prises dans son bagage de connaissances, la situation change. L'entraîn revient vite."

Un cercle vicieux, quoi. Pour apprendre des prises, il faut s'entraîner régulièrement. Et durant les premiers mois de l'entraînement, l'intérêt manque. Si le jeune homme parvient à en sortir, il deviendra lutteur amateur. Mais le risque est grand d'en voir plusieurs abandonner avant d'arriver à terme. "L'intérêt se crée au fur et à mesure que le lutteur progresse," a ajouté le président provincial. "C'est la science qui fait le lutteur."

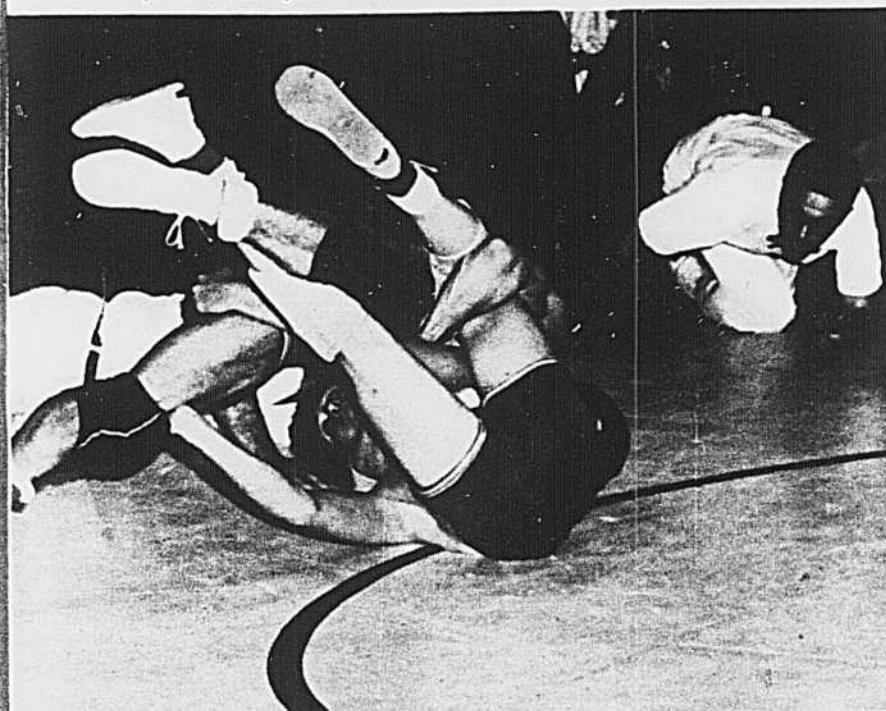
Gauthier mentionnait tantôt que les prises dangereuses étaient bannies. Il a aussi dit de la lutte qu'elle était un sport de contact "propre."



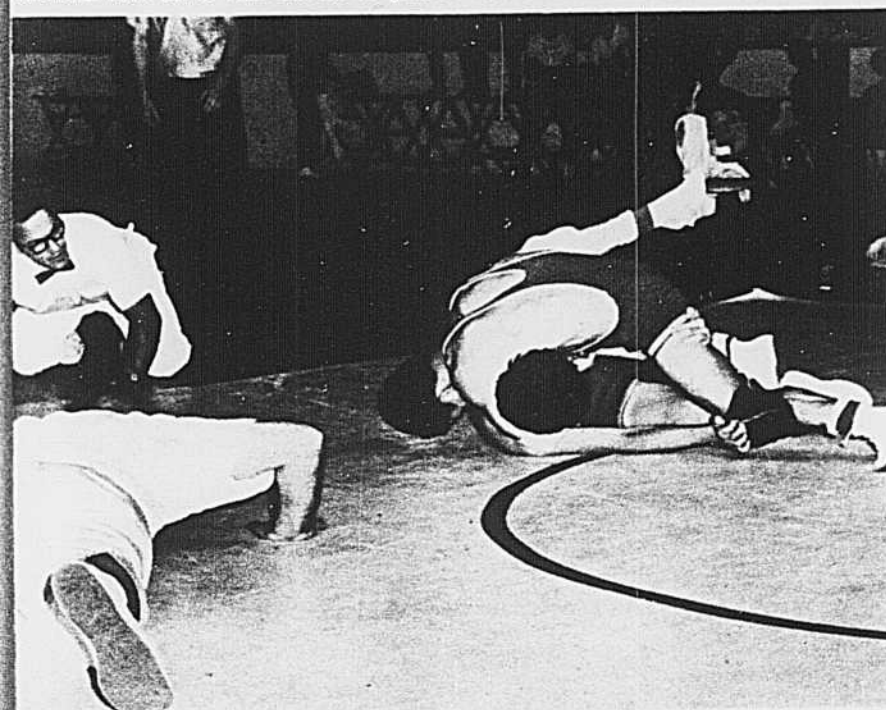
Au début du combat. Les deux lutteurs se surveillent, fais des chats. A gauche, Peter Michienzi, de London, sept fois champion canadien des lutteurs de 114 livres. A droite, Gordon Bertie, de Rosemont. Un espoir de la lutte amateur au Canada.



Michienzi est passé à l'attaque. Bertie l'a évité.



Michienzi tient Bertie dans une clé de jambe. Les deux arbitres surveillent attentivement.



Bertie est à nouveau en danger. Michienzi le maintient prisonnier dans une clé de tête.

Mais l'incidence "accidents" n'est pas étrangère au sport.

"Au cours des championnats canadiens, nous avons enregistré jusqu'à sept blessés durant la même journée. Allant des coupures nécessitant six points de suture jusqu'aux épaules disloquées," a dit Gauthier.

Du côté strictement technique, soulignons qu'un combat comporte trois rondes de trois minutes, entrecoupées par des périodes de repos d'une minute.

Si un lutteur est blessé, l'arbitre arrête le combat. Le lutteur peut alors profiter d'un repos allant jusqu'à cinq minutes pour se faire panser. S'il n'est pas prêt à reprendre l'action, il perd le match.

Les points sont accumulés selon les prises appliquées durant les trois rondes.

Dans un tournoi, un lutteur qui gagne un match par chute ne reçoit aucun point de pénalisation. S'il gagne par décision, il se voit pénalisé d'un point. Un match nul signifie deux points pour chacun des pugilistes. Enfin, si un lutteur perd par déci-

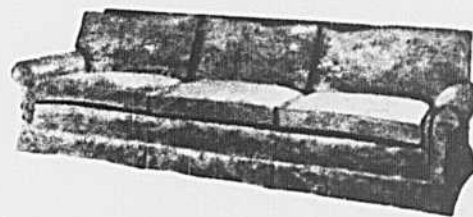
sion ou par chute, il se voit pénalisé par trois ou quatre points selon le cas. Dès qu'il a accumulé plus de six points de pénalisation, il est éliminé.

Entraînement épuisant, ennuyeux au début, continu, fréquent, voilà l'apanage du lutteur amateur. Et que peut-il attendre en retour?

"Tout d'abord, il développe son physique. Il apprend à contrôler ses réflexes à la perfection. Il développe chez lui un esprit compétitif. Enfin, il apprend à respecter l'individu." En d'autres mots, c'est une école de gentillesse.

Et c'est justement ce qui explique pourquoi la lutte amateur ne deviendra jamais une source de talent pour la lutte professionnelle. Il y a bien l'exception qui confirme la règle. Mais tant que la lutte professionnelle sera ce qu'elle est, de la "tragi-comédie sportive", avec tous les accessoires susceptibles de soulever le public, la lutte professionnelle demeurera ce qu'elle est dans les cercles de la lutte amateur: un sujet "tabou".

vous pouvez acheter chez Vanleigh



Nos meubles semblent chers.

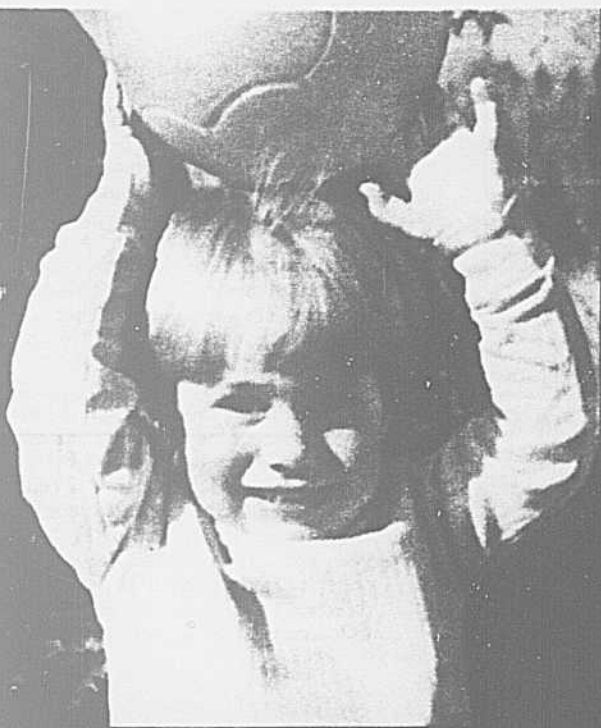
La plupart pensent que nos sofas commencent à \$800.00, ils sont dans l'erreur! Les prix commencent à \$1250.00 pour se rendre à \$350.00.

Demandez à votre décorateur ou à votre marchand de vous faciliter l'entrée de notre salle d'échantillons. En plus du style et du service chez Vanleigh, vous serez assurés d'avoir des prix raisonnables ainsi qu'une qualité exceptionnelle.

Vous ne pouvez vous permettre de ne pas passer!

Vanleigh
furniture showrooms

5330 Royalmount Ave., Montreal • 731-7518
off Décarie Blvd.



PHOTOS COULEUR

DIRECT FILM SERVICE

C.P. 100, STATION YOUVILLE, MONTREAL 11, P.Q.

**RÉSIDENTS
DE MONTRÉAL
COMPOSEZ
725-4773**

POUR OBTENIR DES ENVELOPPES
SPÉCIALES D'EXPÉDITION
AVEC LISTE DE PRIX

PLUS DE 50%

DE _____
 NOM _____
 ADRESSE _____
 CITE _____

DIRECT FILM SERVICE
C.P. 100, STATION YOUVILLE,
MONTREAL, P.Q.

50%
SUR TOUTES VOS PHOTOS. ECONOMISEZ 50%

S.V.P. ME FAIRE
PARVENIR, SANS OBLIGATION,
VOS ENVELOPPES ET LISTES DE PRIX

NOM _____
 ADRESSE _____
 VILLE _____

VALABLE JUSQU'AU 30 SEPTEMBRE 1967

COUPON D'UNE VALEUR DE 50¢

SUR DÉVELOPPEMENT ET IMPRESSION DES FILMS KODACOLOR

Ce coupon a une valeur de 50¢ applicable uniquement sur le prix du développement et impression (3½" x 3½" ou 3½" x 5") des films Kodacolor, dont les prix sont déjà réduits de 50%.

FILMS 8 POSES		FILMS 12 POSES		FILMS 20 POSES	
Ord.	\$2.12	Ord.	\$2.88	Ord.	\$4.50
MOINS:		MOINS:		MOINS:	
COUPON	.50	COUPON	.50	COUPON	.50
Net	\$1.62	Net	\$2.38	Net	\$4.00

S.V.P. AJOUTER LA TAXE PROVINCIALE DE 8%
 Coupon émis par Direct Film Service, Montréal, Qué

I.P. 19-867