

Opération **SÉDUCTION**LUCIE LAVIGNE  
collaboration spéciale

**L**e problème avec la lingerie ? On l'a trop longtemps occultée ! Et alors ? Une femme en guépière-porte-jarretelles-bas résille et talons aiguilles rouge péché ne pouvait être qu'une « guidoune ». Au mieux, une poule de luxe... selon le prix de sa guépière. Ou une dépravée sexuelle. Ouf !

Aujourd'hui, on passe au broyeur ces clichés à la noix. Mieux : on achète les sous-vêtements les plus affriolants. On les exhibe en plein jour. Et on aime ça. Et vlan ! Que monsieur prenne un douche froide tout de suite. Faut pas croire qu'on se trémoussera dorénavant en porte-jarretelles au Provigo pour mieux affirmer sa libido. Afficher un soutif décolleté-précipice, un slip moustiquaire ou un porte-jarretelles à flafas, c'est s'exprimer haut et fort. En version originale, cela veut dire : attention mon toutou, je connais mes atouts et je m'en sers quand il le faut, ou il le faut... !

« Les adolescentes sont souvent réticentes à porter de la lingerie érotique », explique Claire Bouchard, sexologue (1). Parce que se montrer en dessous XXX devant son chum, c'est lui manifester son désir en pleine figure ? « Tout à fait. Et on sait qu'à 15 ou 20 ans, une fille ne maîtrise pas toujours sa sexualité ! » Ce n'est qu'à 30 ans que les femmes sont... sexuelles devrait-on chanter alors ? « Disons, qu'à 30 ans, on est en pleine possession de ses moyens sexuels. On se sent beaucoup plus à l'aise de se prêter au jeu de la séduction ! » Surtout, on connaît les règles de ces jeux du désir et des fantasmes. En prime : on les met en pratique. Musique, chandelles et couette de satin s'il vous plaît !

## Parlons sexe

En soi, un porte-jarretelles ou un bas de soie n'a rien de bien excitant. Notamment quand on sait qu'un porte-jarretelles, jusqu'au début des années 60, n'avait d'autre prétention que d'être un bidule utile. Il tenait les bas (comme son ancêtre la jarretière), point à la ligne ! Avec l'arrivée des collants (1965) et des minis à gogo, guépières, jarretelles et flafas atterrirent à la poubelle ! A l'oree des années 80, ils renaissent. Madonna aidant...

SUITE À LA PAGE C 2



Les pièces maîtresses du hit-parade de la séduction : peignoir satiné vert sapin, combiné-slip gansé de cygne, bas jarretière et peignoir de mousseline noire proviennent tous de la boutique La Vie En Rose.

Photos: Pierre McCann  
Graphisme: Jacques Normandin  
Coordination: Micheline Laniel / Maquillage: Mélanie Champagne (Giovanni)  
Coiffure: Soraya (Giovanni) / Mannequin: Pascale Bourbeau  
Nous tenons à remercier le Ritz-Carlton pour la réalisation de ce reportage.

**Patins**  
à roues alignées

**Rollerblade**  
0000

Modèle Aéroblade ABT  
Hommes et femmes

**ROCES**  
Modèle Barcelone

Roulement à billes  
**ABEC 5**  
Les meilleurs et  
les plus rapides

PRIX D'ENTREPÔT

**299**

**OXYGEN**  
MODÈLE KR05

**189<sup>95</sup>**

PLUS DE 1 595 PAIRES DE PATINS À ROUES ALIGNÉES À LIQUIDER

**OBERSON**

Une seule adresse:  
1355, BOUL. DES LAURENTIDES, LAVAL

VISA MasterCard TeleCheck PARLEMENT DIRECT

## En bref

## MONTRÉAL, CAPITALE DE LA MODE ?

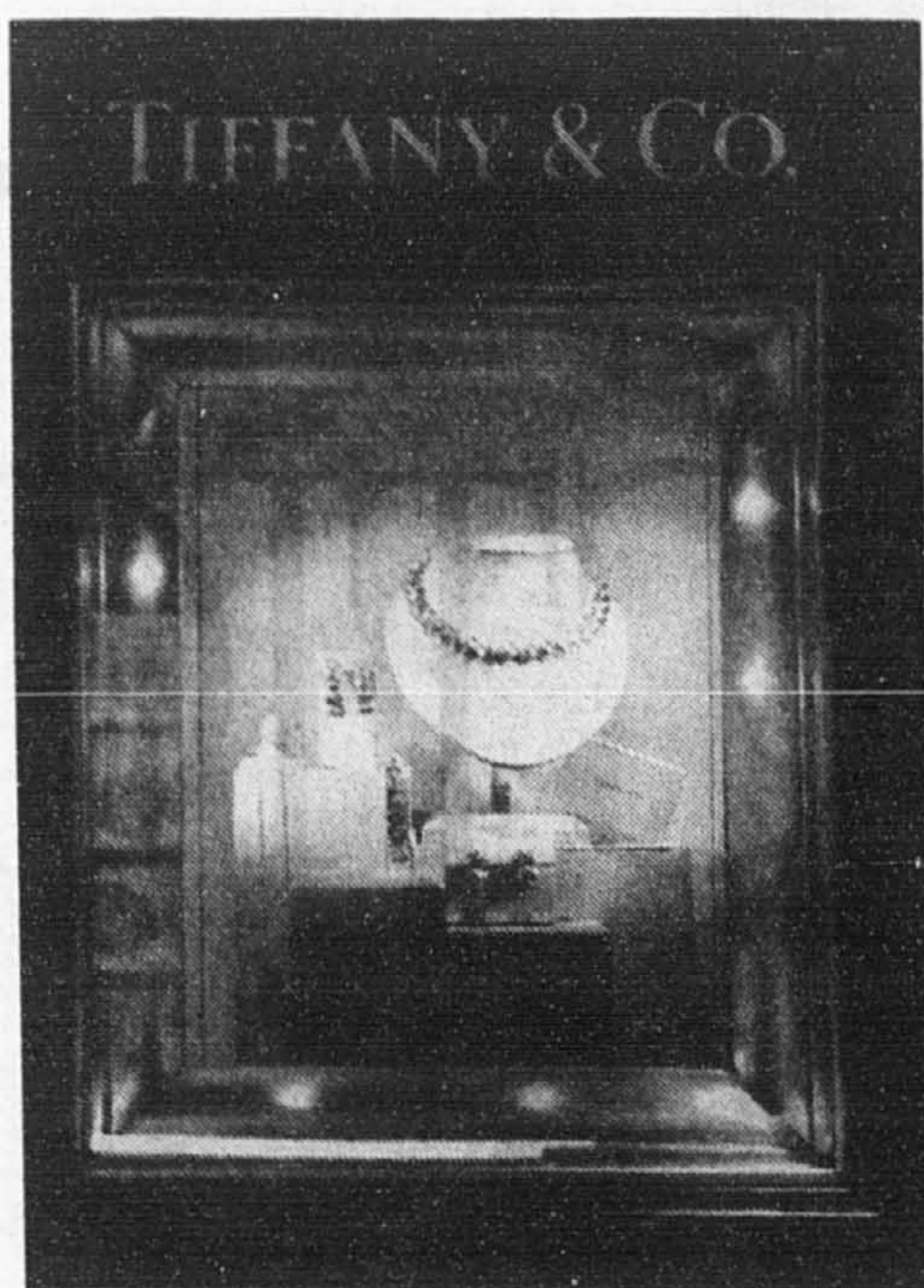
■ Pendant la semaine de la mode 95, c'est vrai ! Du 18 au 24 septembre, les designers et les manufacturiers québécois envahissent la métropole. Pourquoi ? Pour mieux se faire connaître. Ils nous dévoilent leur dernière collection le 20 septembre à la Place Montréal Trust. Qui ça « ils » ? Michel Desjardins, Simon Chang, Angela Bucaro, Marisa Minicucci, Muse, Ma Divine Clémentine (enfants), Turbulence (mecs), Louben, Looks, Joseph Ribkoff (trois fabricants), et j'en passe. Infos : (514) 954-4421.

## ON VA TOUTES DÉJEUNER CHEZ TIFFANY !

■ Les cinéphiles connaissent. Ils ont revu *ad nauseum* Audrey Hepburn, sublime dans sa robe Givenchy, en train de grignoter un croissant devant la vitrine de Tiffany (*Breakfast at Tiffany's*, 1961). Les autres, Elizabeth Taylor, par exemple, y achètent de gros cailloux ! Et nous ? Voilà notre chance, puisqu'une bijouterie Tiffany ouvre ses portes aujourd'hui. Où ? Chez Holt Renfrew. Je vous entends : « je n'ai pas un rond ». Pourtant, James E. Quinn, vice-président exécutif de l'enseigne américaine rassure : « Les accessoires pour femmes et hommes les plus accessibles de notre collection Atlas se détaillent à partir de 100 \$ US. Ou alors, nous proposons des parfums, de la vaisselle de porcelaine et de la papeterie. » C'est tout ? « Non, nos bijoux en or massif, pavés de pierres précieuses et de diamants, créés par Paloma Picasso ou Elsa Peretti peuvent afficher jusqu'à 10 000 \$ US pièce ! » Etes-vous certain qu'une boutique de luxe telle Tiffany peut faire florès à Montréal ? « Oui. Si nous nous basons sur le succès des boutiques de Toronto et de Vancouver, on ne voit pas pourquoi celle-ci ne fonctionnerait pas ! »

## LINGERIE « MADE IN QUEBEC »

■ On croit que la lingerie de star ne provient que de France ou d'Italie. On n'a pas tout à fait tort. Ni tout à fait raison. Bien sûr, Aubade (France) ou La Per-



Les Castafiore sont servies ! Une bijouterie Tiffany ouvre aujourd'hui ses portes blindées. Où ? Chez Holt Renfrew. Accessoires pour hommes et femmes, parfum, porcelaine... et bijoux.



Madonna n'a jamais su faire la différence entre sous-vêtements et prêt-à-porter. Tant mieux. Grâce à elle, les fabricants de lingerie (les Québécois compris) roulent sur l'or depuis !

la (Italie) conçoivent des soutifs, des slips et des bodys brodés de très haute qualité. Mais le Québec n'est pas en reste ! Deux manufacturiers montréalais (soit Papillon Blanc et Lingerie Linda) nous concoctent chaque année des dessous superbes et à prix doux.

## 1) Papillon Blanc

Existe depuis 1979. Au départ, la famille Hanna se spécialise dans les slips et culottes en coton-Lycra pour femmes. C'est en 1983 que Papillon Blanc fait un coup d'éclat, esbroufe les marchés avec sa dentelle stretch pour des bustiers, des culottes et des combinés-slips tout beaux. Révolution. Au tout début des années 90, c'est l'explosion. Boutiques et chaînes de magasins de lingerie ouvrent leurs portes à un rythme affolant : La Vie En Rose, Moments Intimes, Victoire

Delage, etc. En 1993, l'arrivée du *grunge* vient bousiller les ventes. Aujourd'hui ? « On vit une période de stabilité (600 points de vente). Les détaillants prennent enfin la lingerie au sérieux. Ils ne la considèrent plus comme un ramassis de brassières et de culottes, mais bien comme une partie intégrante de la mode qui suit les tendances ! », explique George Hanna, directeur du marketing et des ventes de l'entreprise. Et la Québécoise, la considère-t-on comme une fanatique de lingerie ? « Oui ! Mais contrairement à ce que l'on pourrait croire, elle est plus traditionnelle que la Canadienne, constate George Hanna. Un peu comme l'Européenne, elle va souvent privilégier le confort de nos camisoles en coton, les imprimés mignons et bucoliques de nos soutiens-gorge et nuisettes ou tissus moelleux. En revanche, la Canadienne, semble attirée par nos guêpières sexy, nos bodys transparents, nos portes-jarretelles hot ! »

## 2) Lingerie Linda

Fondée en 1944 par Joseph Farha. Connue au départ pour ses slips cousus main. Pendant les *fifties*, Lingerie Linda fera dans la crinoline. Succès fou au-

près des impératrices Sissi et des reines du rock-and-roll ! Après ? Peignoirs de soie ou satinés, déshabillés, pyjamas peau de pêche sont distribués à travers le monde. Les fringues de nuit griffées Linda ont maintenant leur place dans le milieu de prêt-à-porter. « Aujourd'hui, la lingerie se porte dans la rue, ce qui est génial. Nous devons cette révolution à certaines femmes qui n'ont jamais eu froid aux yeux, comme Madonna ou Mitsou ! », affirme Carolyn Farha, présidente. Vous concevez alors vos dessous comme des vêtements couture ? « Notre designer, Patrice Tremblay, s'est d'ailleurs inspiré des plus grands couturiers de la décennie pour notre prochaine collection : Balenciaga, Dior et Chanel. » Enfin, quelles seraient les nouvelles tendances en matière de lingerie ? « Les couleurs les plus vives possibles du genre fuchsia, vert ou rouge. Quant aux imprimés, ils s'adoucissent. Et, surtout, on observe un retour aux matières tout confort, naturelles, très cocooning. C'est justement ce qui fait la force de notre collection Linda Détente », conclut la présidente.

LUCIE LAVIGNE  
collaboration spéciale



Baby-doll sublime pour Mitsou, la plus sensuelle de nos startlees. Elle pose ici pour la toute nouvelle campagne publicitaire de Lingerie Linda. Quand les mecs auront fini de dévorer... cette photo, ils pourront se targuer de l'avoir vue les premiers !

## Élixir d'amour ?

## SUITE DE LA PAGE C 1

Aujourd'hui ? Disons que 99 % des hommes salivent. « Ces dessous sont devenus très sexuels. Dans le cas du porte-jarretelles, on parle d'invitation explicite... contrairement au collant qui est fermé à l'entre-jambe ! »

Mieux : on pourra user notre attirail d'effeuilleuse jusqu'à la corde ! Ah oui ? Des indémodables, je vous dis. « Puisque la mode unisexe prime aujourd'hui, il est tout à fait normal que les sous-vêtements typiquement et exclusivement féminins (soutiens-gorge pigeonnants, corselets, jarretelles, etc.) redeviennent excitants. Qu'ils provoquent autant d'attraction chez l'homme ! », renchérit notre sexe et animatrice radio.

## Et la jaquette en flanellette ?

Après 40 ans, trois accouchements, une césarienne, est-il possible de vampirer en déshabillé translucide ? La peau d'orange coincée sous la dentelle stretch, les femmes se rabattent-elles sur leur jaquette en finette passé le cap de la ménopause ? « Et que non ! Au gré de mes émissions radio, grâce aux commentaires des auditrices, j'ai reçu plusieurs témoignages de femmes de 60



Érotique, XXX, sensuel ? Bien sûr que le porte-jarretelles l'est ! (Dessous de la dernière collection Papillon Blanc).

ans et plus qui aiment encore revêtir des dessous érotiques ! » La lingerie, élixir d'amour du XXI<sup>e</sup> siècle ?

(1) Claire Bouchard est sexologue, auteure et animatrice de l'émission *Tu travail au plaisir*, à l'antenne de CKVL.

**JOBIS**

à la maison

*Elizabeth*

80, RUE LAURENCE OUEST, MONTRÉAL  
TEL. (514) 370-0211

2283763-913

DÉCOUVREZ LES MASQUES HYDRATANTS POLY-ACTIFS HYDRA-STAR DE CHRISTIAN DIOR ET RECEVEZ UNE PRIME UNIQUE EN SON GENRE !

Nouveaux et merveilleux : le masque-gel intense et le masque-crème nutritif, deux soins hydratants mis au point par la maison Christian Dior. Le masque-gel intense, à la texture d'une rare légèreté, convient à la peau normale ou mixte. Son effet vivifiant laisse l'épiderme tout frais, tout propre. Conçu pour répondre aux besoins de la peau sèche, le masque-crème nutritif, remarquable par sa texture riche, hydrate profondément et laisse l'épiderme bien doux et bien net. Les masques hydratants poly-actifs. 50 ml. 46 \$ chacun.

Seulement chez Holt Renfrew... La prime « Rendez-vous » vous sera offerte à titre gracieux avec tout achat de 35 \$ ou plus de produits Christian Dior pour les soins de la peau ou pour le maquillage. Vous aurez ainsi rendez-vous avec un soin Capture visage, 10 ml, un rouge à lèvres Rouge Collection, 3,5 g, un crayon contour des lèvres, un atomiseur d'Eau Svelte, 6 ml, et un soin Diorlisse, 7,5 ml, tous rassemblés dans une chic trousse à produits de beauté marine.



LA PRIME « RENDEZ-VOUS » SEULEMENT CHEZ HOLT RENFREW

Fairview, Pointe-Claire • 694-6310

HOLT RENFREW

## LIQUIDATION ÉCONOMIES AVANTAGEUSES

DÈS AUJOURD'HUI ET JUSQU'AU DIMANCHE 17 SEPTEMBRE

VASTE CHOIX DE MODÈLES. LARGEURS ÉTROITE, MOYENNE ET LARGE. PROFITEZ D'ÉCONOMIES IRRÉSISTIBLES SUR NOS VÊTEMENTS PLEIN AIR. SACS À MAIN ET ACCESSOIRES EN CUIR.

**30 %-70 %**  
DE RABAIS

SUR NOS PRIX DE DÉTAIL COURANTS

AU CENTRE DE LIQUIDATION BALLY SEULEMENT

**BALLY**

POINT DE VENTE

CENTRE DE LIQUIDATION, PLACE MONTRÉAL TRUST  
1500 AV MCGILL COLLEGE, MONTRÉAL QC H3A 3J5  
(514) 499-9766

TOUS LES MODÈLES ET COULEURS SONT OFFERTS EN QUANTITÉ LIMITÉE. MAGASINEZ TÔT ET SOULEVEZ POUR BÉNÉFICIER D'UN MEILLEUR CHOIX. NOUS ACCEPTONS VISA, MASTERCARD ET AMERICAN EXPRESS.

Pistes à suivre

# À l'assaut des boutiques top séduction !



**LUCIE LAVIGNE**  
collaboration spéciale

On ne veut pas jouer les strip-teaseuses dans un remake de *Neuf semaines et demie*. Ni les peoxydées vedettes de *Playboy*. Encore moins les allumeuses à deux cennes. On veut se faire plaisir, tout simplement. OK ? Magasiner des combinaisons-jupes pure soie, des porte-jarretelles piqués de rubans ou des *push-up* en dentelles de Calais, ça nous fait du bien. Les gars n'y comprennent rien à rien, mais c'est comme ça. « Les femmes adorent acheter de la lingerie, en porter devant lui ou pour elle-même. Ces bouts de tissus soyeux lui permettent, entre autres, d'affirmer son côté sexué, femme-femme. Ça devient sa façon de crier : "J'ai du désir !" », explique Claire Bouchard, sexologue connue. Alors, on s'affirme ? En Lolita ou Ava Gardner ? Peu importe, pendant le lunch ou après le boulot, on écume rapido les boutiques de lingerie du centre-ville ! En cas de déprime, leur marchandise à tralalas remplace d'office l'aspirine. Ensuite, on met sens dessus dessous certaines solderies ou pyjamas, peignoirs et déshabillés olé olé se laissent caresser pour deux fois rien... Que monsieur attache sa tuque !

**Collange**  
Les « lingerie-maniaques » évitent ! A moins, bien sûr, de cumuler les comptes-chèques en Suisse... Bonjour les fantasmes !

Collange possède les plus beaux échantillons, section sous-vêtements. Leurs soutiens-gorge, guépières, peignoirs et pyjamas allument... des feux de forêt ! Fait tripoter leurs combinés-slips italiens La Perla : de véritables petits chefs-d'œuvre à 380 \$ l'unité ! Pour jouer les sulfureuses d'un soir-dans-une-suite-au-Ritz, les déshabillés d'ange vous y attendent. Mouseline poids plume, imprimés délicats, corsages perlés et déshabillés brillent par leur qualité et leur prix : entre 160 \$ et 350 \$. Mais Collange habille aussi les vamps fauchées, les cocoonneuses au budget frileux. Avec quoi, s'il vous plaît ? Des peignoirs de soie molletonnée signés Claudel à 65 \$. Des soutifs WonderBra, Grenier, Dim ou Triumph (un best-seller) tout pratiques et beaux pour 20 \$ ou 30 \$. Sinon, on se frotte contre un peignoir en ratine « nounours » de Diamond Tea (150 \$).

Ogilvy, 1307 ouest, rue Sainte-Catherine, Montréal. Tél. : (514) 842-7711 poste 240.

**La Vie En Rose**  
On y passe en trombe, le portefeuille presque vide. Deux, trois essayages, et hop ! on a les bras pleins, une soirée chaude en perspective et un amant qui soupire dans la Honda Civic. On se précipite sur les pièces griffées maison, puisque moins chères. Exemples à l'appui : des soutiens-gorge de toutes les couleurs (du rouge sang frais au bleu piscine) à 19 \$ ! Aussi : des combinaisons-jupons romantiques au même prix ! Sinon, on s'enveloppe dans un peignoir Linda à 68 \$, un body en satin à culotte string et lisé-

ré de cygne ou un bikini ficelle pur vinyle de Papillon Blanc... Les fatales aux soupirants cardiaques opteront plutôt pour les pyjamas pudiques tapissés de Mickey Mouse ou imprimés tartan. Un accident est si vite arrivé...

Place Montréal Trust, 1500, rue McGill College, Montréal. Tél. : (514) 844-2704.

**La Senza**  
On connaît leur pub (des filles superbes). Leur image de marque (lingerie belle et abordable). Et la réalité ? On signale une marchandise variée. Des tissus minces, une confection parfois relâchée. Mais, tout de même, La Senza séduit avec ses chemises de nuit en pur coton blanc, à manches ballon et à fanfreluches façon *La petite maison dans la prairie* ! Sinon, on se jette sur leurs pyjamas rustiques à carreaux ou à impressions lapin (à mettre devant le feu de foyer du chalet, un verre de Quik à la main...). Mais pour mieux soulever la momoute d'un nouvel amant, La Senza propose un porte-jarretelles balnéaire délicieusement rétro moyennant 42 \$ ! A essayer, leurs pots de crème, d'huile et de sels de bain : mignons et sentant bon le melon, la pêche ou les fruits de la passion.

Place Montréal Trust, 1500, rue McGill College, Montréal. Tél. : (514) 288-8775.

**Victoire Delage**  
Romantiques, bucoliques ou poétiques visitent. Pourquoi ? Pour leurs peignoirs imprimés de fleurs ou de fruits. Leur collection de balconnets Chantelle pour Lolitas d'un soir. Leurs survêtements et chemises en coton « caresse » pour casaniers

endurcis. En plus : un éventail impressionnant de pantoufles. Pas kitsch (un exploit !) et confortables, parce que truffées de Styromousse souple.

Centre Eaton, 705 ouest, rue Sainte-Catherine, Montréal. Tél. : (514) 281-0079.

**Moments Intimes**  
Justement. Parlons-en. Qu'est-ce qu'on porte pendant ces fameux moments intimes ? La boutique nous propose de tout. Du plus simple au plus chou, du plus cher au plus accessible. Des soutiens-gorge par dizaines (80 en tout), entre 25 \$ et 180 \$. Mieux : des *push-up* anti-gravité hyper capitoné de Piège (poitrine obus garanti). Des guépières de Grenier (70 \$) ou de Va bien (à 105 \$). Des nuisettes qu'on aimerait porter le jour, tellement elles sont jolies (voir celles de Papillon Blanc à 48 \$ avec leur bustier couvert de dentelles). Ce qui distingue cette boutique est lingerie de toutes les autres ? 1) Elle n'offre pas de marques maison. 2) Elle revampe les futures mariées en « Rambo de la séduction » ! Le bataclan pour nuit de noces chaude, mouvementée ou acrobatique comprend : des peignoirs transparents, des robes de nuit perlées qu'on enfilerait volontiers pour frimer dans un gala, des jarretelles et des mules garnies de cygne... identiques à celles de Zsa Zsa Gabor !

Centre Eaton, 705 ouest, rue Sainte-Catherine, Montréal. Tél. : (514) 288-2188.

**La Lingerie**  
Wow ! Et re-wow ! Vous n'aviez jamais cru aux miracles. Ni aux prix tronçonnés. Encore moins à de la lingerie de star à

prix McDo. C'est que vous n'aviez jamais trainé vos escarpins jusqu'à « La Lingerie ». Voici LE tuyau du siècle. Nancy, la maîtresse de céans, manie la *chain saw* quand il s'agit de couper les étiquettes de ses sous-vêtements. Un peignoir coton-laine signé Linda de 300 \$ se laisse enfilier pour 34,99 \$. Un pyjama Linda Bis au prix normal de 85 \$ se vend ici à 22,99 \$. Sinon, on joue les fatales avec une guépière griffée Lejaby, laissée à 29,99 \$ au lieu de 250 \$ ! A celles qui n'auraient pas encore succombé à l'apoplexie... sachez que cette boutique de liquidation collectionne les slips tout coton d'Ianna à 2,95 \$ pièce. Les combinaisons-jupons Linda (rouge passion, fuchsia, bleu nuit, noir ou façon vinyle) à 5,49 \$ plutôt qu'à 28 \$. Bref : les rabais oscillent entre 40 % et 80 %. Pour celles qui sont déjà en route, notez que la marchandise des lieux (éclairés au néon) recèle parfois de légers défauts de fabrication (rien n'est parfait !), qu'elle date de quelques mois, que le choix des tailles est restreint. Les cartes de guichet sont acceptées. Bon magasinage !

7101, avenue du Parc, 6e étage, Montréal. Tél. : (514) 274-5725.

**La sorderie des manufacturiers**  
Genre bric-à-brac. C'est le repaire des farfouilleuses haut gradées. Des fourineuses émérites. On y fait la traque à tous les styles de sous-vêtements. Des peignoirs mauves indigestes aux combinaisons-jupons toutes pastel et mignonnes signées Linda. Leurs soutiens-gorge Dim pour petites fleurs bleues

se laissent porter moyennant 19,99 \$ (et non 30 \$). Côté jupons, on parle de manne : 7,99 \$ au lieu de 15 \$. Un peignoir satiné griffé Linda Bis y est vendu à 44,99 \$. Quant aux tonnes de combinés-slips, ils portent la marque Linda Bis ou Lejaby et leur prix tournent autour de 17 \$. Miracle : des robes de nuit de starlettes hollywoodiennes des *stillettes* à prix charcuté : 33,99 \$ au lieu de 75 \$ ! En contrepartie, les « jaquettes » s'y empilent... Celles (en ratinette *cheap*) (qu'on enfile pour s'écraser devant la télé avec un sac de chips BBQ le vendredi soir) affichent 10 \$ ou 16 \$ !

Eaton, 8e étage, 677 ouest, rue Sainte-Catherine, Montréal. Tél. : (514) 284-8484.

**Simone Pérèle Paris**  
A ratisser pour sa collection de soutiens, slips, bodys, bustiers signés Aubade. Français, tout coton ou Lycra, brodés, lacés, ornés de dentelles sublimes, ils sont beaux à pleurer. En blanc, en bleu, en vert ou imprimés ! A trop les regarder, on se sent prête à tout hypothéquer pour les acheter. Les gérants de banque ne comprennent pas qu'un combiné-slip puisse coûter 225 \$. On a beau leur expliquer qu'ils provoquent un arrêt cardiaque même chez nos amants les plus myopes... Rien à faire ! Résultat : on flâne parmi les tagères de la boutique des Cours Mont-Royal... Sachez : la boutique satisfait aussi les sirènes version forte taille : on y dégoûte de soutifs jusqu'à 42F.

Les Cours Mont-Royal, 1455, rue Peel, Montréal. Tél. : (514) 845-9466.



GASTON JAUNET  
chez  
OGILVY  
à son Meilleur

BOUTIQUE AU 30, 1307, RUE STE-CATHERINE OUEST, MONTRÉAL TÉL: (514) 842-7711 POSTE 272

**IL N'EST PAS TROP TARD POUR LA SESSION D'AUTOMNE PRÉPAREZ VOTRE AVENIR...**

- AMÉNAGEMENT D'INTÉRIEURS
- MISE EN MARCHÉ DE LA MODE
- DESSIN DE LA MODE

Environ 90% de nos diplômés de 1994 ont trouvé un emploi.

- Formation intensive de 16 mois (A.E.C.)
- Service de placement (Montréal, Toronto)
- Programme de stage (optionnel)
- Professeurs œuvrant dans l'industrie
- Service d'aide financière
- Cours offerts à temps plein ou à temps partiel de jour ou du soir

Pour obtenir plus de renseignements, appelez le (514) 875-9777 ou, sans frais, 1 800 268-9777

Académie Internationale de la Mode et du Design  
C.P. 65, 30, Dawson, Place Bonaventure, Montréal (Québec) H5A 1A3

**RONFLEMENT TRAITÉ AU LASER**

AU CABINET DE CONSULTATION, PAR DES CHIRURGIENS OTO-RHINO-LARYNGOLOGISTES

CENTRE DU RONFLEMENT DE MONTRÉAL ENR.

Tél.: 327-5060

**ESTÉE LAUDER VOUS FAIT UNE BELLE PEAU!**

GRÂCE AU COMPLEXE RÉACTIVANT TRIPLE ACTION FRUITION.

Conçu pour améliorer l'apparence de votre teint, Fruition, d'ESTÉE LAUDER, vous procure votre meilleur gage de beauté : une peau d'allure saine, plus souple et plus fraîche que jamais.

C'est prouvé !

30 ml 52 \$  
50 ml avec pompe 82 \$

Avec tout achat de 21 \$ ou plus de produits ESTÉE LAUDER, obtenez huit produits ESTÉE LAUDER présentés dans une jolie boîte-cadeau : deux rouges à lèvres All-Day, lotion somptueuse pour le corps Tuscani per Donna, Plus que Mascara formule hydro-fortifiante, tonique purifiant Clean Finish (normale/sèche), crème raffermissante à l'élastine Resilience, le tout nouveau parfum ESTÉE LAUDER PLEASURES, une brosse à cheveux et un peigne.

OGILVY  
OGILVY BEAUTE

Offre en vigueur jusqu'au 23 septembre 1995. Une prime par personne. Quantités limitées !

Rez-de-chaussée, rue Sainte-Catherine, angle De La Montagne, 842-7711, poste 211

# DÉFILÉS DE MODE

UNE MODE HAUTE EN COULEUR  
AU CENTRE ROCKLAND

## Tendances AUTOMNE 95

LE JEUDI 14 SEPTEMBRE À 12h30 ET  
LES SAMEDIS 16 ET 23 SEPTEMBRE À 14h  
COUR CENTRALE

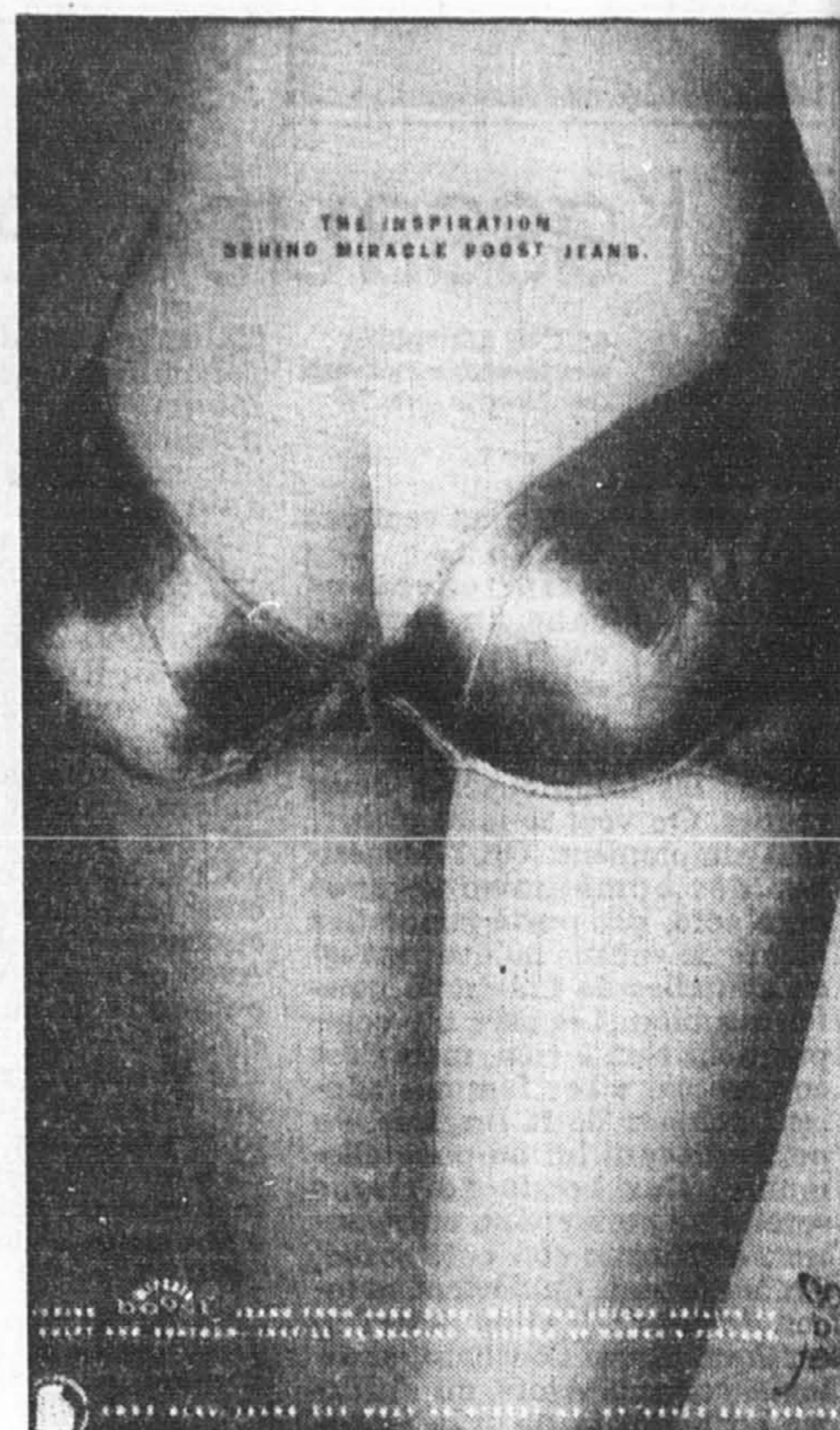
Venez découvrir les plus belles collections et les plus beaux accessoires mode de nos boutiques.

Participez à notre concours UNE MODE HAUTE EN COULEUR AU CENTRE ROCKLAND et courez la chance de gagner l'un ou l'autre des prix suivants :

- 250 \$ de certificats-cadeaux échangeables chez tous les commerçants du CENTRE ROCKLAND
- un panier de friandises Laura Secord d'une valeur de 50 \$

Le concours se déroule du 13 au 23 septembre 1995. Les coupons de participation sont disponibles au kiosque d'information du CENTRE ROCKLAND. Le tirage au sort des gagnants aura lieu le 23 septembre 1995, après le défilé de mode.

*La Presse*  
CENTRE  
**ROCKLAND**



Le WonderFesses est arrivé ? Quoi ? Ce que l'on voit ( photo du haut ), c'est plutôt la publicité du jean remonte-croupe signé Code Bleu. Après l'auriculaire, la haute couture lève les fesses ( ci-contre ) avec son nouveau « WonderPant » !

## Faux cul !

**LUCIE LAVIGNE**  
collaboration spéciale

■ Le popotin se porte haut et bombé cette saison. Après les liftings de poitrine par millions signés WonderBra, voici que les fabricants de lingerie crèvent d'envie de nous remonter le fessier. Chacun sa lubie. Wacoal, industriel japonais, a mis le feu... aux poudres avec sa gaine remonte-fesses. Lancée en début juin dans les grands magasins de Paris, elle est aujourd'hui introuvable ! Téléphonez aux Galeries Lafayette, au Printemps ou dans les boutiques, la réponse au bout du fil est invariable : « Oh ! mais madame, nos stocks sont épuisés. Nos clientes se sont toutes précipitées sur ce panty... » Bon, merci quand même... Sinon, sachez que Wacoal explique son miracle de la façon suivante : grâce à un maillage d'élasthane très serré dans sa partie basse, la gaine-culotte, composée de trois niveaux de tension n'a pas de couture. L'illusion serait parfaite et... on nous prendrait toutes pour Naomi Campbell peut-être ?

Code Bleu vient de concocter des « push-up jeans ». Miraculeux, selon eux, en raison d'une secrète combinaison de lycra et de coton. Résultat : le postérieur se soulève de 2,5 cm... On pourra enfileur un « Boost jean » signé Code Bleu dans les boutiques Thriftys en Ontario dès maintenant (416-787-8733).

### Façon chic

Dernier concurrent, et non le moindre : la haute couture qui nous relève aussi la croupe. Émus par le succès du WonderBra, les deux jeunes couturiers de la maison Lecoanet Hemant exploitent le filon avec le « WonderPant » ou, si vous voulez, un pantalon remonte-fesses. Techniquement, il s'agit de découpes et de surpiqures qui suivent la forme des fesses. Résultat : le « wonderpant » galbe tout en finesse.

Un faux cul avec ça ? Justement il revient ! Quoi ? Eh oui ! Ce rembourrage piqué au bas du dos, inconfortable ( pensez à celui de madame Plume dans *Paillasson* ) a été ressuscité par la designer britannique Vivienne Westwood. Pire, il a beaucoup de succès ! À quoi sert un fessier si l'on ne peut plus s'asseoir dessus ?

On en a que pour notre derrière  
Cette course aux fesses gourmandes ne fait que commencer. La compagnie américaine de jeans

**30 000 \$**  
en prix à gagner

# LES SALONS D'HABITAT AUTOMNE

LE GRAND SALON DE LA RÉNOVATION  
ET DE LA DÉCORATION

PLACE BONAVENTURE DU 21 AU 24 SEPTEMBRE

LA PRESSE, CKOI ET LES SALONS HABITAT D'AUTOMNE  
VOUS OFFRENT LA CHANCE DE GAGNER UN DES SIX (6)  
PRIX D'UNE VALEUR DE 5000 \$ CHACUN.

1 ensemble d'électroménagers de Jenn-Air incluant  
1 réfrigérateur, 1 cuisinière et 1 lave-vaisselle  
ou 1 ensemble de foyer Sécurité de Multi-Feu incluant  
portes plaquées or 24-kt, cheminée, sortie d'air chaud  
simple, persienne laiton et cendrier.

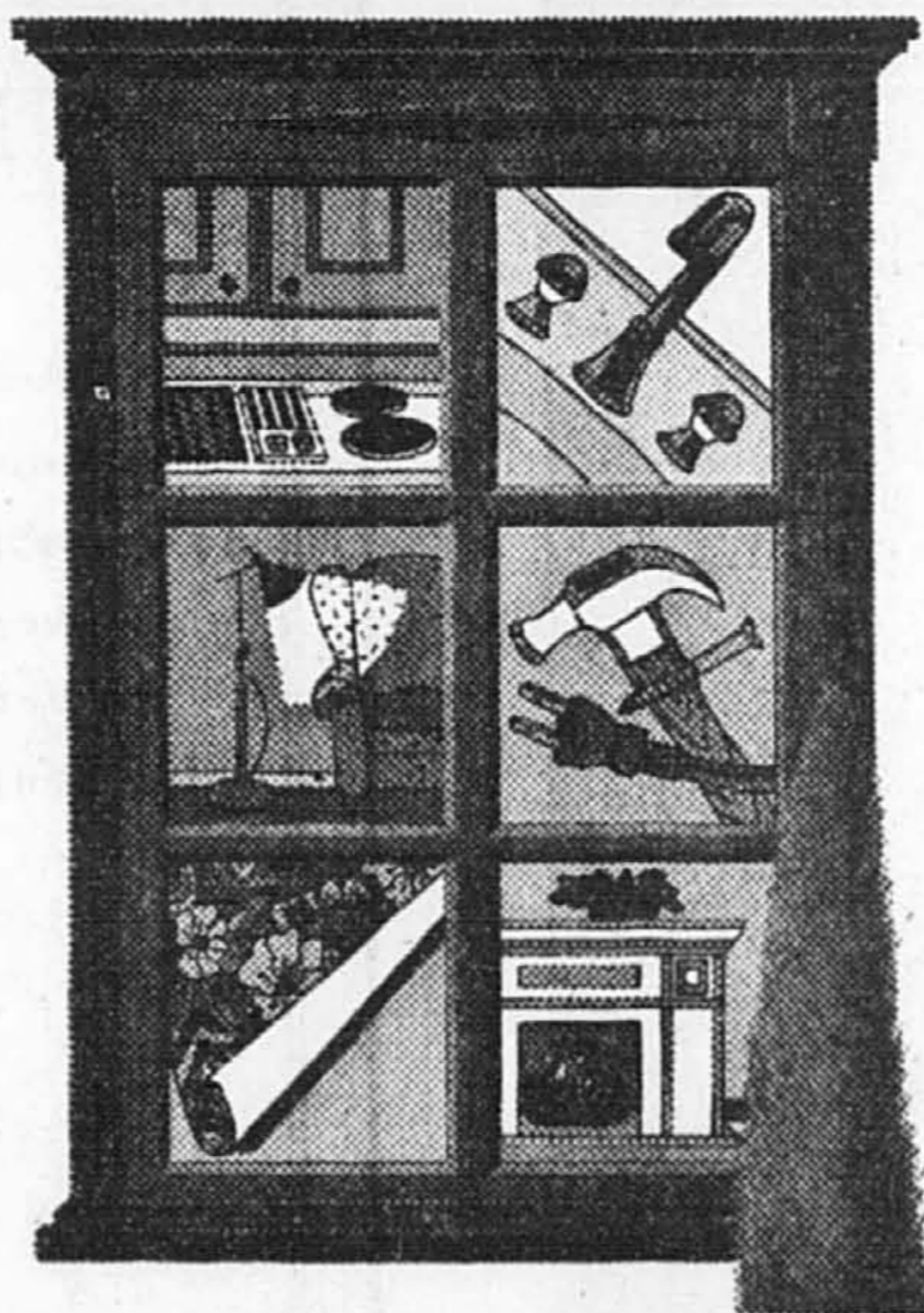
### LES TIRAGES ....

Pour participer, choisissez le prix que vous désirez gagner  
et déposez-le à la sortie du salon, dans le stand de Jenn-Air  
ou celui de Multi-Feu, selon le prix que vous désirez gagner !  
Ou encore, postez-le.....



**JENN-AIR**

**Multi feu**  
Tout feu, sans flamme!



Les règlements du concours  
sont disponibles aux stands  
d'exposition de Jenn-Air et  
de Multi-Feu.

Remplissez le  
coupon et  
déposez-le  
dans le stand  
de Jenn-Air  
ou de Multi-Feu,  
selon le prix que  
vous désirez  
gagner !  
Ou encore, postez-le  
à La Presse, CP 11051  
Succ. centre ville  
Montréal (Québec)  
H3C 4Y7

Les coupons doivent  
être reçus à La Presse  
au plus tard le  
vendredi 22 septembre à 17h.

**30 000 \$**  
EN PRIX À GAGNER

### 6 GRANDS PRIX À GAGNER

Électroménagers de Jenn-Air et ensemble de foyer de Multi-Feu  
Les 6 tirages auront lieu aux Salons habitat d'automne le dimanche 24 septembre 1995 à 19h00.

Nom : \_\_\_\_\_ Âge : \_\_\_\_\_  
Adresse : \_\_\_\_\_ App. : \_\_\_\_\_  
Ville : \_\_\_\_\_ Code postal : \_\_\_\_\_  
Téléphone : (\_\_\_\_) \_\_\_\_\_

### COCHEZ LE PRIX QUE VOUS DÉSIREZ GAGNER :

Électroménagers de Jenn-Air  Ensemble de foyer de Multi-Feu  
Nommez un des membres de l'équipe de l'émission " Yé trop d'bonne heure " sur les ondes de CKOI :

N.B. Pour être valide, ce coupon doit être dûment complété.  
 S.V.P. cochez la case suivante si vous ne désirez pas profiter d'offres publicitaires.

UN ÉVÈNEMENT EN COLLABORATION AVEC  
**CKOI**  
96.9 FM

**VITTADINI  
SPORT**

et  
pourquoi  
pas ?

**EATON**  
Collections  
automne 1995

Eaton  
Centre-ville,  
3<sup>e</sup> étage.



Eaton. On veut être votre magasin.

# Un guide pratique pour les consommateurs avertis



**DANIELLE BONNEAU**

Magasiner est devenu un art. À moins d'avoir le coup de foudre pour un article en particulier, la plupart des gens se promènent de commerce en commerce à la recherche de la perle rare et s'assurent d'obtenir un bon prix avant d'ouvrir leur portefeuille. Ils cherchent constamment de nouvelles adresses pour dénicher à meilleur compte ce qu'ils convoitent.

Pour nous faciliter la vie... et nous aider à épargner temps et argent, Sandra Phillips publie depuis dix ans le guide *Consommateur averti Montréal*. Elle y répertorie les commerces de la ré-

gion métropolitaine offrant des produits à rabais (magasins à escompte, entrepôts directs de manufactures, magasins entrepôt, boutiques de produits usagés, etc.). Et ce, dans une multitude de secteurs: vêtements, chaussures pour enfants, meubles, articles pour la maison, papier peint, literie, couches, nourriture congelée, nourriture pour les animaux, etc.

Elle présente aussi les commerces où on répare les articles les plus divers, de même que les boutiques spécialisées. Celles-ci vendent souvent des produits chers, mais qui répondent à des besoins bien spécifiques.

Tous les ans, Mme Phillips remet à jour l'information colligée (elle réédite en alternance les versions française et anglaise, si bien que chaque version n'est rééditée qu'aux deux ans). Quatre mois par année, elle parcourt méthodiquement la plupart des

quartiers commerciaux de la région de Montréal et vérifie si les commerces existent toujours et s'ils offrent les mêmes produits. Dans la cinquième édition française du volume, qui vient de paraître, elle a retiré environ 250 magasins et en a rajouté près de 300. Elle a par ailleurs effectué des milliers de changements mineurs (heures d'ouverture différentes, nouvelles adresses, nouvelles succursales, etc.).

L'attitude des Québécois face aux rabais a bien changé depuis dix ans, estime-t-elle.

« Les aubaines sont maintenant respectables. Auparavant, les gens pensaient qu'on trouvait des vieilleries dans les magasins à escompte et que seuls les personnes dans le besoin y allaient. Or aujourd'hui, les consommateurs cherchent les bonnes occasions. Il faut même être vigilant car certains commerces prétendent faussement vendre à escompte pour attirer des clients. Cela rend mon travail plus difficile.

« À cause de la récession, les budgets sont plus serrés et ceux qui avaient l'habitude d'acheter des produits de marque ne veulent plus s'en passer, poursuit-elle. Ils sont prêts à magasiner dans des endroits moins bien décorés et à parcourir plusieurs kilomètres pour se procurer à un prix avantageux les articles qu'ils désirent. Personne ne veut



PHOTO PIERRE MCCANN, La Presse

De plus en plus de manufacturiers vendent directement au public, constate Sandra Phillips. Le fabricant de meubles pour enfants Le Super Kid, situé à Laval, figure parmi ceux qu'elle mentionne dans son livre « Consommateur averti Montréal ».

plus payer le prix régulier. Mais les prix étant coupés partout, les commerces essaient maintenant d'attirer les gens en leur offrant du service. »

De plus en plus de manufacturiers vendent directement au public, a-t-elle constaté. Pris avec

la marchandise invendue par les détaillants, les fabricants ont ainsi pu se départir de leurs surplus. Mais ceux qui magasinent dans les manufactures et les magasins d'usine doivent faire certains compromis.

« On n'y trouve pas nécessairement les mêmes collections de vêtements que dans les boutiques des centres commerciaux, souligne Mme Phillips. Et les vêtements d'automne, par exemple, n'y apparaissent qu'à la fin d'octobre, une fois la saison bien entamée. Les grands magasins retournent alors leur marchandise invendue. Toutes les grandes et couleurs ne sont pas offertes. Mais qu'importe, le consommateur commence de toute façon à magasiner à cette époque-là et il trouvera bien quelque chose qui lui convient, au bon prix. »

« Avec l'avènement du *cocooning*, les consommateurs restent plus à la maison, dit-elle. Ils s'intéressent aux activités qui leur permettent de faire des cadeaux ne coûtant pas trop cher. Ils font des bijoux, des fleurs séchées, du tricot, etc. »

En consultant son livre, qui coûte 16,75 \$ (frais de poste et taxes inclus), les consommateurs réaliseront des économies de l'ordre d'au moins 15 p. cent, estime-t-elle. Et ils peuvent planifier efficacement leur itinéraire.

On peut joindre Sandra Phillips au (514) 684-6938.

« On n'y trouve pas nécessairement les mêmes collections de vêtements que dans les boutiques des centres commerciaux, souligne Mme Phillips. Et les vêtements d'automne, par exemple, n'y apparaissent qu'à la fin d'octobre, une fois la saison bien entamée. Les grands magasins retournent alors leur marchandise invendue. Toutes les grandes et couleurs ne sont pas offertes. Mais qu'importe, le consommateur commence de toute façon à magasiner à cette époque-là et il trouvera bien quelque chose qui lui convient, au bon prix. »

On peut joindre Sandra Phillips au (514) 684-6938.

## EATON Collections automne 1995

ANNE KLEIN II

A Line

VOTRE NOM... PARIS

ADRIENNE VITTADINI

VITTADINI SPORT

andrea jovine

LINDA ALLARD ELLEN TRACY

COMPANY ELLEN TRACY

Jax Teenflo

Eaton Centre-ville, troisième étage.

Eaton. On veut être votre magasin.



L'élégance au tournant des saisons

JONES NEW YORK chez

# L'OFFICIEL

Carrefour Laval • Centre Fairview  
Centre Les Rivières • Centre Rockland • Galeries d'Anjou  
Place Ville-Marie • Promenades St-Bruno

C'est clair et net...  
**SALON JULIETTE**  
est le centre de la mode.



TAILLES  
14 à 26

Nos prix incluent la TPS.

484-3558

5457, QUEEN MARY  
Stationnement intérieur gratuit au  
5120, Earnscliffe, 11 h.A.M. - 5 h.P.M.  
(angle Queen Mary)  
Heures d'ouverture: Lundi à vendredi,  
9 h.A.M. - 6 h.P.M. / Samedi, 9 h.A.M. - 5 h.P.M.

## SEPTEMBRE CHEZ OGILVY

Laissez Ogilvy donner le ton à votre automne. Pendant tout le mois, défilés et designers se succèdent pour créer l'événement mode de la saison. SOYEZ DES NÔTRES.

LE VENDREDI 15 SEPTEMBRE DE 11 H À 15 H

Clinique de tailleurs mode ALBERT NIPON et KASPER.

Des représentants seront sur place pour répondre à vos questions. Défilé informel. Cadeau avec achat.



Venez chercher votre calendrier d'événements de septembre, disponible à nos différents comptoirs.

OGILVY

Deuxième étage, rue Sainte-Catherine, angle De La Montagne, 842-7711, postes 239 et 266

**LES SUPER MAGASINS**

## KIDZ

**7<sup>e</sup> SOLDE D'INVENTAIRE ANNUEL « ON N'AIME PAS COMPTER »**

**20% à 50% DE RABAIS SUR TOUS LES PRIX COURANTS**

PLUS	TOUS LES VÊTEMENTS	LINGERIE	LAMPES	APPLIQUES MURALES
25% DE RABAIS	25% DE RABAIS	25% DE RABAIS	25% DE RABAIS	25% DE RABAIS

	ORD.	SOLDE
Chaise haute Evenflo Happy Days	54,95 \$	<b>39,95 \$</b>
Siège d'auto Evenflo Ultrara 1 (onyx)	109,95 \$	<b>89,95 \$</b>
Siège d'auto Evenflo Premiere (cercles)	129,95 \$	<b>99,95 \$</b>
Chaise haute Evenflo Right Height	94,95 \$	<b>74,95 \$</b>
Poussette Jolly Jumper 2205	99,95 \$	<b>74,95 \$</b>
Chaise haute Perego ord.	159,95 \$	<b>124,95 \$</b>
Perego Milano SL41	459,95 \$	<b>359,95 \$</b>
Perego Piuma Special CL41 et PC48	299,95 \$	<b>239,95 \$</b>

EDREDOONS POUR BÉBÉS ET JEUNES	SIÈGE D'AUTO EVENFLO PEDESTAL	POUSSETTE PLIANTE COSCO 839	CHAISE HAUTE EVENFLO SIDEWINDER
20% DE RABAIS	50% DE RABAIS	50% DE RABAIS	50% DE RABAIS

**HÂTEZ-VOUS POUR PROFITER DU MEILLEUR CHOIX!**

**KIDZ** ...où la seule chose qui surpasse nos prix, c'est notre service personnalisé.

2989, St-Charles Kirkland Tél.: 695-0254    8025, Taschereau Brossard Tél.: 462-4505    3940, autoroute 440 Laval Tél.: 973-6126    7500, boul. Les Galeries d'Anjou, Anjou Tél.: 352-0101

## andrea jovine

Faites connaissance avec Andrea Jovine alors que la créatrice honorerait de sa présence notre présentation hors malle exclusive mettant en vedette sa collection automne 1995. Au programme : coupes charmantes, tricotés caressants et textures séduisantes.

Assistez à nos défilés imprévisibles,

le vendredi 15 septembre,

entre 13 h et 15 h,

au 3<sup>e</sup> étage de notre magasin

de la rue Sherbrooke.

Des rafraîchissements seront servis.

## HOLT RENFREW

Rue Sherbrooke, angle de la Montagne • 842-5111

# Nouveau pichet Brita aux lignes effilées et appareil-photo qui parle...

DANIELLE BONNEAU

■ Chaque année, la compagnie Brita élargit sa gamme de produits en tenant compte des besoins des consommateurs. L'an dernier, la firme a introduit l'UltraMax, un pichet d'une contenance de sept litres d'eau conçu pour les plus grandes familles. Cette fois-ci, en prévision des Fêtes (eh oui, déjà!) la multinationale lance le Slim, un pichet aux lignes effilées se rangeant facilement dans la porte du frigo.

Ce tout nouveau modèle est plus petit et contient moins d'eau filtrée (1,2 litre) que le pichet standard (1,75 litre). Mais il prend moins de place dans l'armoire ou dans le réfrigérateur.

Il est aussi plus élégant. Jusqu'à maintenant, en effet, les réservoirs placés à l'intérieur des pichets d'acrylique transparent ont été translucides ou de couleur blanche ou noire. Or, pour la première fois, le réservoir est offert en cinq couleurs: bleu, vert forêt, blanc, rouge canberge et translucide.

« Au Québec, les gens sont très à la mode, indique Marie-Claude Fillion, porte-parole de Brita Canada à travers la province. Avec son réservoir de couleurs variées, le pichet Slim fait différent et enjolive la table. Il s'impose comme article décoratif en plus de procurer de l'eau filtrée meilleure au goût. »

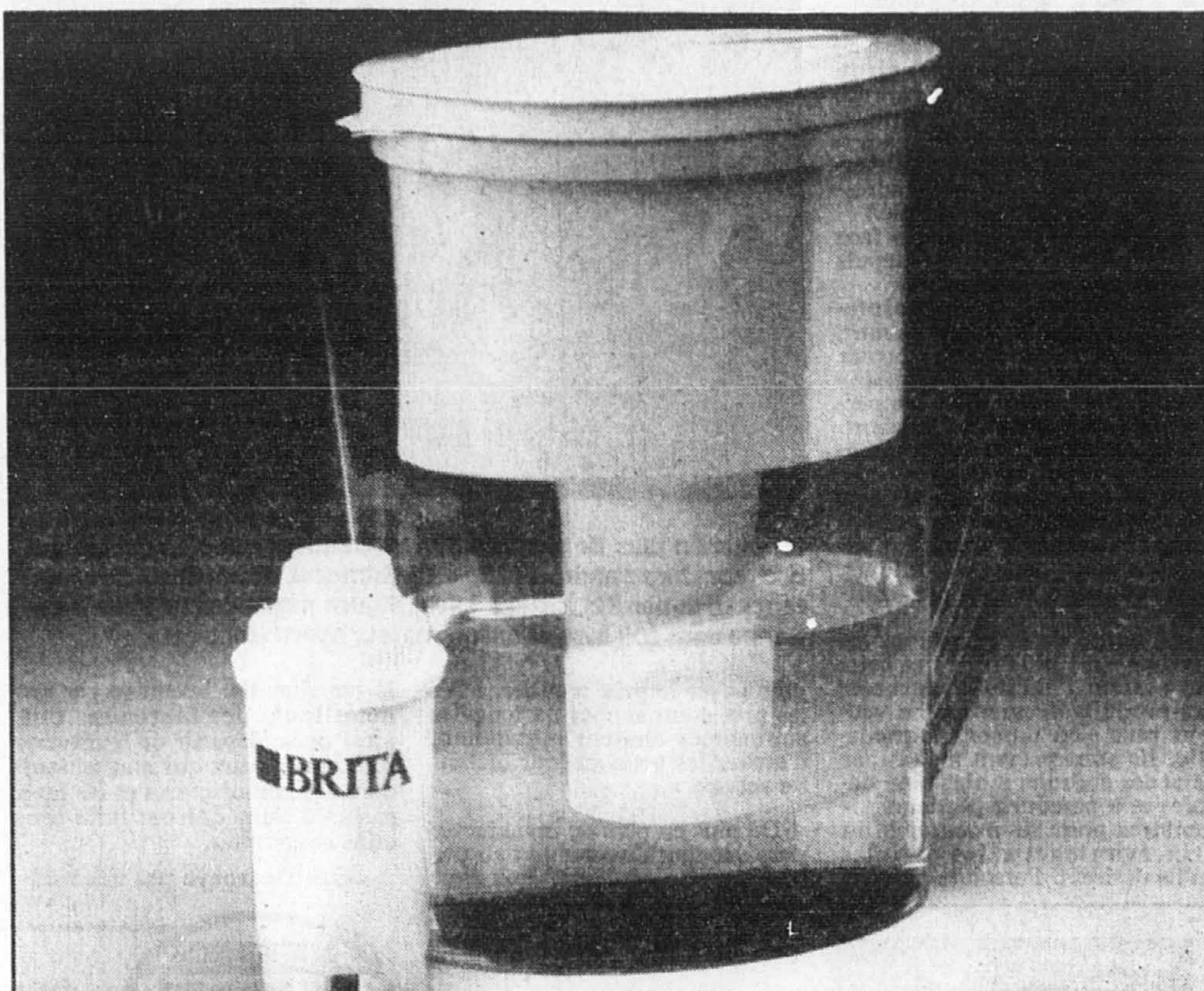
Le prix suggéré des pichets Slim est de 25\$. Ils s'utilisent avec les filtres standards Brita.

**Un appareil-photo qui parle**  
La compagnie Polaroid a trouvé un truc pour faire rire de façon naturelle ceux qui se font photographier.

Elle a intégré à l'intérieur de son nouveau modèle instantané One Step un ingénieux mécanisme permettant de faire jouer des messages rigolos incorporés ou préenregistrés par l'utilisateur. L'effet de surprise est assuré!

La multinationale a d'abord mis au point ce procédé pour que ses appareils-photos jetables se distinguent des autres et prennent une part plus importante du marché.

Les appareils lancés l'an dernier étaient munis de deux messages pré-enregistrés. A la suite de leur succès, la firme a décidé de pousser plus loin ses recherches et a pourvu ses nouveaux appareils-photos instantanés d'une puce permettant d'enregistrer la voix de l'utilisateur. Ce dernier peut soit inventer n'importe quoi pour faire rire ceux



Le pichet « Slim » se range facilement dans la porte du frigo.

qu'il désire photographier (le message peut durer un maximum de huit secondes) ou, s'il est en panne d'inspiration, il peut faire jouer un des trois messages préenregistrés (celui en français dit: Allô, allô. Montre tes dents!).

« Les appareils instantanés sont souvent utilisés lors de rencontres sociales et d'événements familiaux, indique Jeanette Nutter, directrice du marketing chez Polaroid Canada. Cette nouvelle fonction prend les gens par surprise et permet d'avoir des réactions intéressantes. Un élément amusant s'ajoute au plaisir de voir instantanément la photo qui vient d'être prise. »

Polaroid a pourvu ses nouveaux appareils-photos instantanés d'une puce permettant d'enregistrer la voix de l'utilisateur.



# Derrière le parfum, cherchez l'industriel

## Plusieurs grandes maisons font appel à des sociétés de composition

Agence France-Presse  
PARIS

■ Qu'y a-t-il de commun entre Angel de Thierry Mugler, Tocade de Rochas et le futur Jean-Paul Gaultier pour homme? Ces trois parfums ont été créés par Quest, une de ces sociétés de composition auxquelles font appel aujourd'hui la plupart des grandes maisons.

Un très petit nombre de griffes, Chanel, Guerlain et Jean Patou, disposent encore d'un « nez » personnel qui leur conçoit des fragrances sur mesure.

Pour la création et la fabrication d'un « jus », les autres sollicitent des sociétés comme Quest, Givaudan Roure, I.F.F. ou Firmenich, pour ne citer que les plus importantes. Les chiffres d'affaires des trois premières tournent autour du milliard de dollars, et un « mystère » bien entretenu a longtemps entouré leurs activités.

« Il y a des tabous dans notre métier, admet Barbara Le Portz, directrice de la division parfumerie fine de Quest International France (appartenant au groupe anglo-néerlandais Unilever). Une marque qui lance un parfum est censée l'avoir composé, nos clients ne souhaitent pas que nous apparaissions », explique-t-elle.

Huit parfumeurs travaillent au centre de création de Neuilly, près de Paris, la production étant assurée à Méru, au nord de la capitale française.

L'enjeu est d'importance lorsque l'on sait qu'environ 160 nouveaux jus sont lancés en France chaque année. Pour être rentable une fragrance doit « survivre » trois ans, mais seuls deux parfums passeront le cap des dix ans d'existence.

### Vive concurrence

Ces sociétés de composition pour la parfumerie se livrent une concurrence acharnée. Elles sont plusieurs à « plancher » sur le même projet, chacune préparant ses échantillons. Au bout d'un an, elles ne seront plus que deux et ne sauront qu'au dernier mo-

ment laquelle a été choisie par la marque.

Tocade a ainsi nécessité 500 essais, le dernier parfum d'Hermès plus de 1000.

Selon Mme Le Portz, cette accélération des lancements de parfums répond d'abord à « une logique financière ». Seules les maisons qui ont mis des nouveautés sur le marché ont réussi à maintenir leur chiffre ou à progresser. Mais « ce métier est en train de se galvauder, déplore-t-elle, nous sommes dans une phase de course au chiffre d'affaires.

« Pourtant, ajoute-t-elle, un parfum ne doit pas se résumer à des concessions faites à des tendances qui sont au goût du jour. Au-delà, il y a l'histoire que le parfum représente pour la marque: « avant d'être des matières premières, le parfum est chargé de sentiments. C'est, en fait, un sentiment incarné ».

### Trois grandes familles

La parfumerie moderne est apparue avec la définition de trois grandes familles: celles des chyprés (Mitsouko de Guerlain en 1916), des floraux (Chanel N.5 en 1921) et des orientaux (Shalimar de Guerlain en 1921).

« Il y a encore 15 ou 20 ans, 250 composants étaient nécessaires pour créer un parfum. Aujourd'hui certaines formules n'en contiennent qu'une trentaine », explique Mme Le Portz.

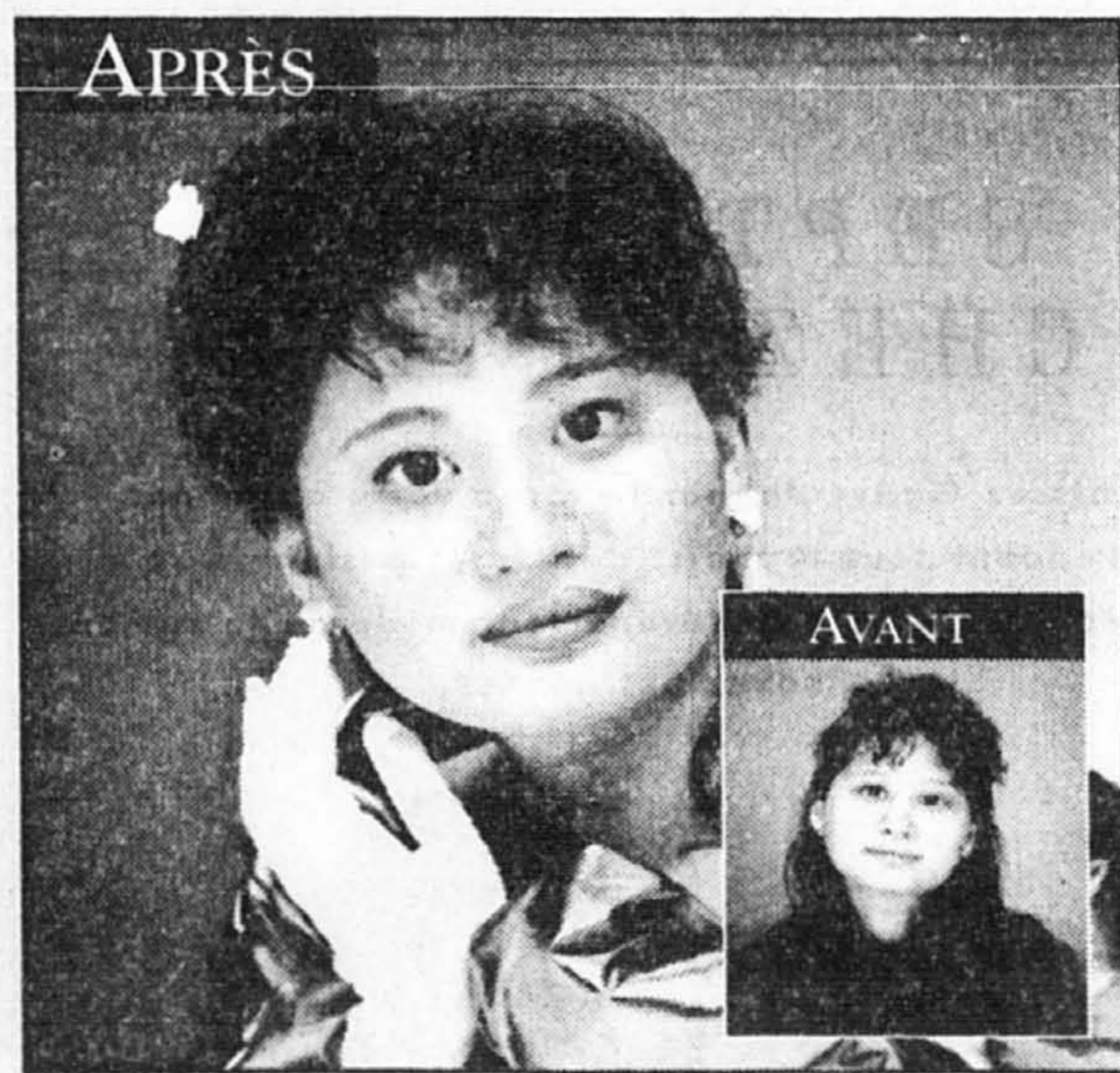
La recherche ne cesse d'évoluer (elle représente actuellement 8 p. cent du chiffre d'affaires de Quest International). Des techniques spectaculaires ont été mises au point, comme celle du « head-space » qui permet d'analyser les vapeurs dégagées par une fleur pour en reconstituer ensuite l'odeur originale.

Aujourd'hui, les accents floraux, la fraîcheur et la douceur sont à la mode.

« En période de crise, on revient à l'accord floral, le plus rassurant, qui n'est pas travaillé de notes sexuelles. Mais à force de vouloir être dans la tendance, nous risquons de tuer la création », conclut Barbara Le Portz.

# LA BAIE ET ULTIMA II « Sous votre meilleur jour »

Laissez sortir le mannequin qui sommeille en vous!



## EN PRIME

À l'achat de 30 \$ ou plus de produits Ultima II, vous recevrez un portrait couleur de 28 cm x 35 cm.

## TRANSFORMATION BEAUTÉ ET SÉANCE DE PHOTOS

Avec notre équipe, vous êtes entre bonnes mains! D'abord, notre maquilleuse vous consulte pour savoir ce que vous désirez. Ensuite, vous sélectionnez ensemble les couleurs qui vous mettront en valeur. Puis, une fois la transformation effectuée, la séance de photos pourra débuter. Grâce à notre photographe expérimenté, vous aurez du plaisir à poser pour l'objectif. Laissez-vous tenter par cette offre à ne pas manquer!

Prenez vite rendez-vous!

La Baie - Pointe-Claire  
Du mercredi 20 septembre  
au samedi 23 septembre.  
(514) 697-4870

La Baie - rue Sainte-Catherine Ouest  
Du mercredi 27 septembre  
au samedi 30 septembre.  
(514) 281-4422, poste 2554

La Baie - Centre Rockland  
Du mercredi 4 octobre  
au samedi 7 octobre.  
(514) 739-5521

La Baie - Galeries d'Anjou  
Du mercredi 11 octobre  
au samedi 14 octobre.  
(514) 353-3300



Compagnie de la Baie d'Hudson

L'AVANTAGE DES MEILLEURS PRIX®

## LE SUCCÈS EN DESIGN

Une série présentée par la Fondation Mode Matinée Ltée

# La chance sourit aux audacieux



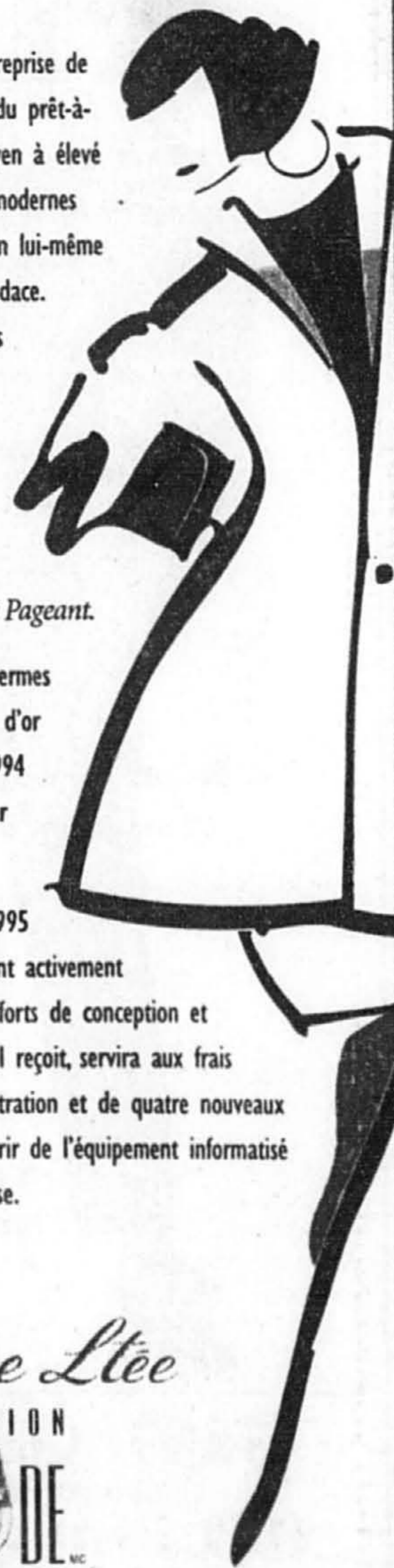
Jean Airoldi

Établie au Québec, l'entreprise de Jean Airoldi produit du prêt-à-porter de prix moyen à élevé pour les femmes modernes et audacieuses. Jean lui-même ne manque pas d'audace.

Ce jeune designer de 28 ans a déjà dix années d'expérience dans la mode, dont six à la tête de sa propre entreprise, qui a connu une importante croissance de ses ventes à chaque année. Au cours des quatre dernières années, il a été le designer officiel du Hawaiian Tropic International Beauty Pageant.

Le succès pour Jean ne se mesure pas qu'en termes financiers. Entre autres prix, il a reçu la Griffe d'or pour l'ensemble de son travail, lors du gala 1994 de l'industrie de la mode, qui a été diffusé par le réseau TVA.

Jean Airoldi est l'un des vingt récipiendaires 1995 de la Fondation Mode Matinée Ltée, qui soutient activement les designers canadiens de talent dans leurs efforts de conception et de mise en marché. La bourse, la seconde qu'il reçoit, servira aux frais d'embauche d'un conseiller externe en administration et de quatre nouveaux employés; elle lui permettra également d'acquiescer de l'équipement informatisé pour améliorer la productivité de son entreprise.



Allan Ramsay et compagnie Ltée

La recette de Philippe Mollé

## Pizattis au saumon fumé

Lors d'une soirée chez des amis, j'ai lancé l'idée suivante : « Un BBQ est essentiellement un four conventionnel au gaz pour l'extérieur ». Un pari amical s'en est suivi, et il me fallait donc prouver mon point. Ce n'était pas aussi facile que je l'aurais imaginé, mais j'ai presque tout fait sur mon pauvre BBQ, y compris de la pizza !

Pour quatre personnes

### INGRÉDIENTS

- 450 g (1 lb) de pâte à pain
- 250 ml (1 tasse) de tomates fraîches pelées et épépinées (ou en boîte)
- 1 petit oignon émincé
- 30 ml (2 c. à table) d'huile d'olive
- 15 ml (2 c. à table) d'herbes de Provence
- 45 ml (3 c. à table) de sauce BBQ
- 30 ml (2 c. à table) de ciboulette hachée
- 1/2 casseau de champignons émincés
- 8 tranches de saumon fumé
- 60 ml (4 c. à table) de câpres
- 125 ml (1/2 tasse) de crème sûre
- Sel et poivre au goût

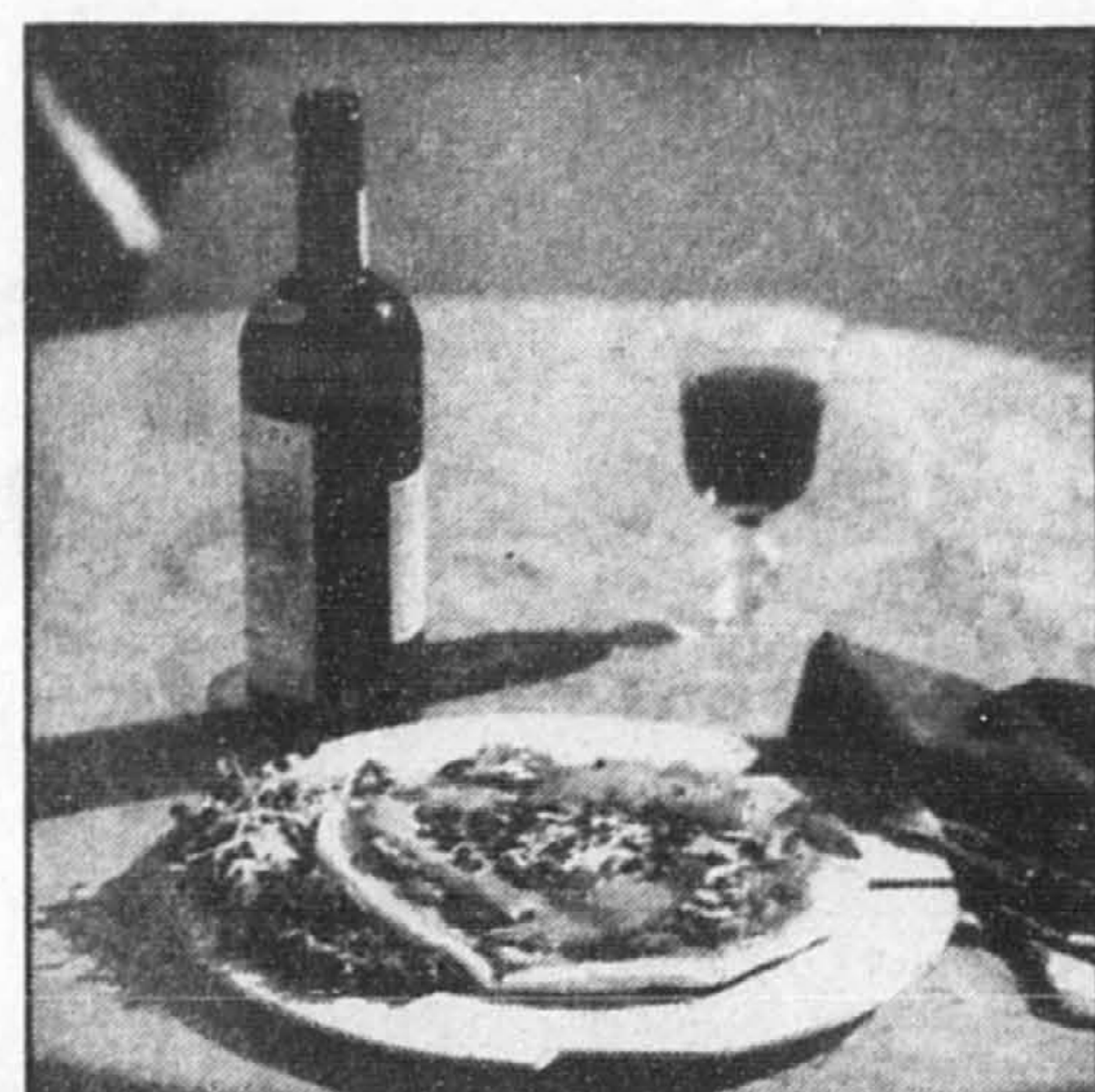
### MÉTHODE

- Réchauffer 30 ml d'huile d'olive.
- Ajouter l'oignon.
- Faire revenir 2 à 3 minutes.
- Ajouter la tomate.
- Assaisonner.
- Mettre les herbes de Provence et cuire 5 minutes à feu très doux.
- Laissez ensuite refroidir.
- Étaler la pâte à pain de façon à obtenir 4 abaisses de 1/2 pouce d'épaisseur et de la grandeur d'une petite assiette.
- Badigeonner la pâte au pinceau avec l'huile d'olive.
- Préchauffer le BBQ et couvrir le dessus des grilles avec du papier aluminium.
- Cuire la pâte à feu minimum durant environ 5 minutes sur 1 côté.
- Retourner la pâte et garnir le dessus avec la sauce BBQ et la tomate.
- Ajouter la crème sûre au milieu et les champignons autour.

- Finir avec les morceaux de saumon fumé et les câpres.
- Finir au BBQ six minutes, à feu moyen.
- Disposer sur la tablette.
- Refermer le couvercle et mettre le feu au maximum durant deux minutes.
- Badigeonner à l'huile sur le dessus et terminer avec la ciboulette.

### CUISI-TRUC

- Je sais que tout le monde ne partage pas mes habitudes de cuisiner au BBQ dans la neige. Voici donc quelques suggestions pour le rangement de votre appareil :
  - Rangez votre appareil à l'intérieur (pour éviter la rouille).
  - Rangez votre bonbonne de gaz à l'extérieur (pour éviter le feu).
  - Jetez vos pierres volcaniques (pour éviter les odeurs).



Vous pouvez entendre Philippe Mollé sur les ondes de CKVL 850 le dimanche de 11 h à midi.

*Philippe Mollé*

## L'avocat à son meilleur avant d'être mûr

d'après AP

Si tout le monde aujourd'hui connaît l'avocat, son introduction commerciale est récente. Il a fallu attendre les années 50 pour qu'il apparaisse dans les livres de recette et, au tout début, peu savaient l'accueillir. On recommandait de le manger sucré et arrosé de rhum...

L'avocatier était déjà cultivé par les Indiens à l'arrivée des Européens en Amérique du Sud, tant et si bien que l'on ignore d'où il est natif.

Les Espagnols, qui le décou-

vrirent, en expédièrent des plants dans plusieurs pays tropicaux.

L'avocat est mûr quand il est souple sous la pression du doigt. Il faut éviter de l'acheter lorsqu'il est mou, à moins d'en faire alors des sauces. Attention aux avocats trop mûrs dont la pulpe aura noirci à l'intérieur du fruit et aura acquis une saveur désagréable.

L'avocat est au mieux de sa saveur juste avant d'être parfaitement mûr. Aussi vaut-il mieux acheter les avocats encore immatures et les laisser mûrir quel-

ques jours enveloppés dans un papier journal.

Pour apprécier toute la finesse d'un avocat, la manière la plus simple est de le couper en deux, de retirer son noyau et de déguster la pulpe à la petite cuillère sans rien, même pas de sel.

Essayez-le aussi avec un peu de sel, un soupçon de piment de cayenne et un filet de citron. Au Mexique, on réduit l'avocat en purée avec de l'ail, des oignons et du piment, ce qui donne le « guacamole » pour accompagner les tortillas de maïs et les haricots noirs.

## LA GIGANTESQUE VENTE D'ENTREPÔT DE

*Françoise Bouthillier*

*est enfin de retour!*

Grande sélection de:



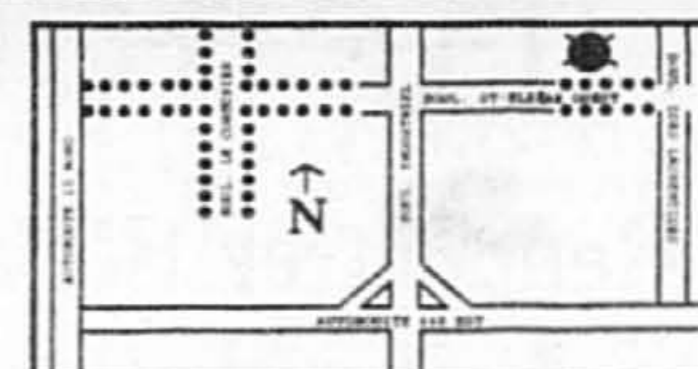
- robes
- manteaux
- jupes
- blouses
- pantalons
- vêtements sport

- vêtements de bébé
- chandails
- polars
- accessoires
- et plus encore...

Des prix époustouflants, des économies de **50 à 80 %** sur plus de 600 000 \$\* de marchandises sur les nouvelles et anciennes collections.

Rabais additionnel de 10% à la caisse pour les 3 jours.

Mercredi 13 septembre: de 9 h à 18 h  
Jeudi 14 septembre: de 9 h à 21 h  
Vendredi 15 septembre: de 9 h à 21 h



225, boul. St-Elzéar Ouest, Laval - Tél.: 663-2702

\*Du prix de détail suggéré

HYDRA  
SÉRUM  
FORCE  
HYDRATANTE  
VITAMINÉE  
MULTI-VITAMIN  
MOISTURE  
SUPPLEMENT

CHANEL  
PARIS

Contrez le dessèchement de votre peau provoqué par de multiples facteurs environnementaux grâce à la force hydratante vitaminée de Hydra-Sérum de CHANEL. Ce nouveau concentré d'hydratation associe des agents hydratants enrichis de vitamines et une merveilleuse texture légère. Ce sérum inédit, à la fine pointe de la technologie, rétablit l'équilibre en eau de l'épiderme, le laissant vivifié, éclatant. Ultraconcentré, le soin s'emploie aussi bien le matin que le soir, seul ou sous un maquillage. Redonnez de la vigueur aux défenses naturelles de votre peau grâce à Hydra-Sérum de CHANEL, offert pour la première fois en Amérique du Nord chez Holt Renfrew. 30 ml. 64 \$.

SEULEMENT CHEZ HOLT RENFREW

Rue Sherbrooke, angle de la Montagne, 842-5111 • Centre Rockland, 738-3500 • Fairview, Pointe-Claire, 694-6310

HOLT RENFREW



Conseillère en mode et haute couture

Nicole Deslauriers, ex-mannequin de renommée internationale, vous accueillera personnellement à notre succursale (sur rendez-vous\*) et vous conseillera dans l'art de vous habiller.

\* Veuillez communiquer avec mesdames Chioda ou Guarascio.

Marshall's

1195, rue Sainte-Catherine Ouest 844-2555  
240, rue Sparks, Ottawa 234-7232



# MAC c'est moi!



## Rendez-vous chez MAC

Rencontrez RuPaul à la Baie, rue Sainte-Catherine O. • Jeudi 14 septembre • 12h 30 à 13 h

# LA BAIE

## Netscape disponible en français

ANDRÉ BÉLANGER  
collaboration spéciale

■ Dès demain, les internautes québécois pourront naviguer sur l'Internet avec Netscape en français... mais ils devront déboursé entre 35 \$ et 60 \$ pour en profiter.

La version française du célèbre navigateur sera en effet offerte dans une trousse de branchement appelée GlobeTrotter conçue expressément pour les futurs abonnés aux services Internet de Québec-Téléphone. La compagnie de téléphone offre depuis ce matin à tous ses abonnés téléphoniques un accès au réseau Internet à un tarif uniforme et ce, dans la totalité de son territoire.

Distribuée par Solutions Internet Technilogic (SIT) de Québec, la trousse comprend le navigateur Netscape 1.1 et la version française du logiciel de courrier électronique Eudora de Qualcomm. La trousse coûtera 59,95 \$ pour monsieur et madame tout le monde, mais seulement 34,95 \$ pour ceux qui choisiront de s'abonner au réseau GlobeTrotter de Québec-Téléphone. Les internautes qui veulent se contenter de la version anglaise du logiciel n'ont rien à payer, puisque celle-ci est distribuée gratuitement sur le réseau Internet.

Le navigateur Netscape, utilisé par plus de 70 % des usagers de l'Internet, est en voie de s'imposer comme la norme en matière de navigateurs. Comme son nom l'indique, le navigateur permet de naviguer sur le World Wide Web, la section la plus simple et la plus agréable à explorer sur l'Internet. Le Web est aussi la partie du réseau en passe de devenir la plate-forme du commerce électronique sans frontières.

Netscape, tout comme son principal concurrent Mosaic, joue en quelque sorte le rôle de guichet unique sur l'Internet, puisqu'il permet d'accéder au courrier électronique, aux conférences et aux autres outils du Net à partir de la même fenêtre. C'est l'équivalent de Windows95, Mac OS ou OS/2 d'IBM.

La compagnie a fait un effort remarquable pour franciser son logiciel. Non seulement a-t-on fait une bonne traduction des commandes, des icônes et des menus du logiciel, mais on a aussi pris soin de franciser la présentation des sites les plus courus sur le Net (dont l'outil de recherche Yahoo). Cliquer sur le bouton voir (*What's new?*) nous mène à une présentation en français des nouveaux sites d'intérêt pour les internautes.

Le 12 août dernier, Netscape Communications faisait une entrée triomphale en Bourse. Après seulement 45 minutes de transactions, l'action emise à 28 \$ US, s'échangeait déjà à 72,75 \$ US, réalisant ainsi l'un des démarrages les plus spectaculaires de l'histoire boursière américaine.

## Place au français

Reuter

PHNOM PENH

■ Le prince Norodom Ranariddh, copremier ministre cambodgien, a vertement tancé hier des étudiants pressés d'apprendre l'anglais plutôt que le français. Il faut « apprendre les deux », leur a dit le prince. Ainsi, l'Institut technologique de l'Université de Phnom Penh fonctionne sur du matériel français, avec un enseignement assuré par des professeurs français s'exprimant dans leur langue natale.

## EN ÉCOUTANT Y'É TROP D'BONNE HEURE!

### Comment participer:

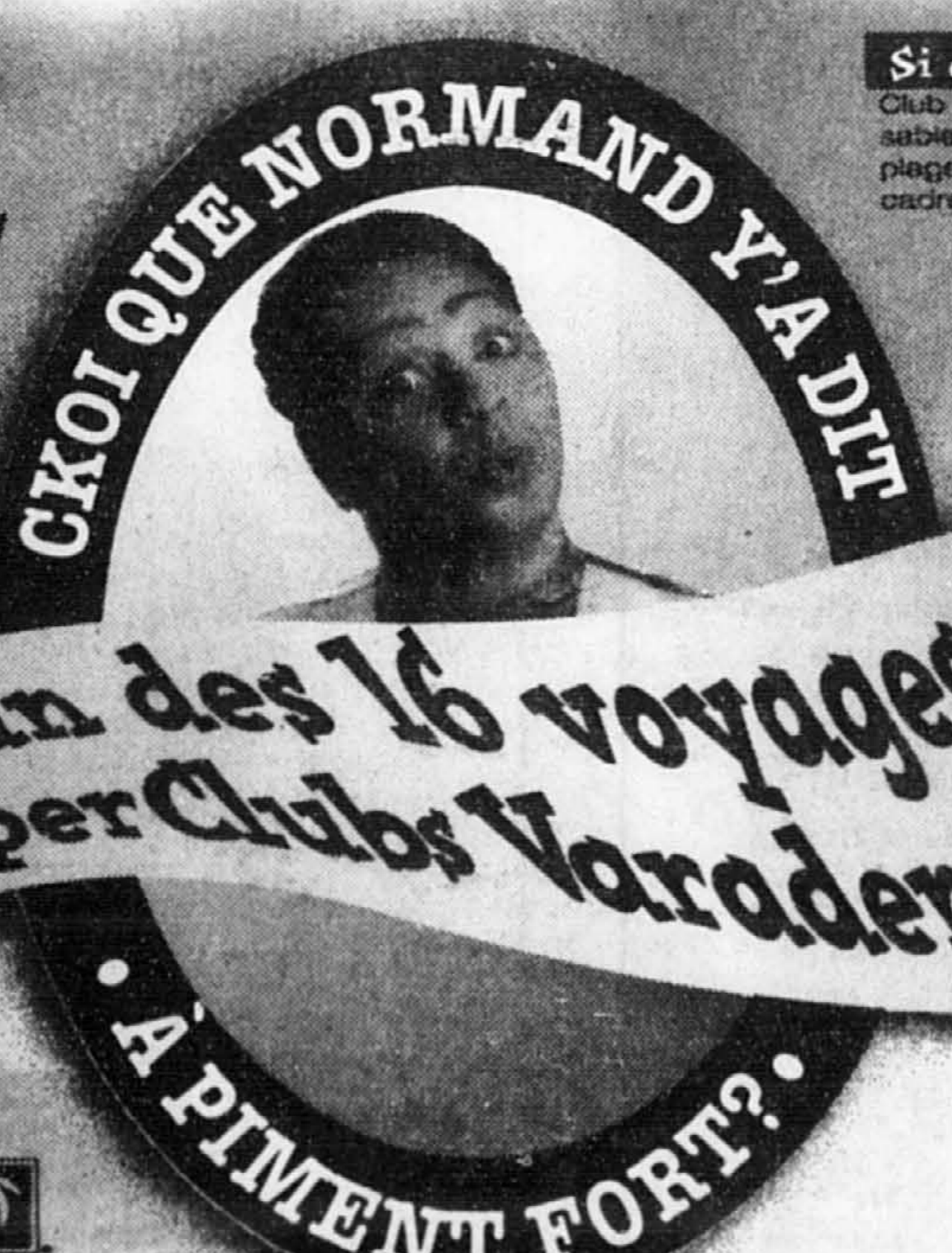
Participez au concours «CKOI QUE NORMAND Y'A DIT À PIMENT FORT?» en remplissant le coupon de participation publié dans La Presse du lundi au samedi jusqu'au 21 octobre.

Du lundi au jeudi vers 7h25, du 4 septembre au 27 octobre 1995, l'équipe de «Y'É trop d'bonne heure» pigera un coupon de participation.

L'équipe appellera le participant qui devra donner l'indice que Normand a dévoilé la veille (ou le vendredi précédent) à l'émission Piment Fort sur le réseau TVA. Si le participant répond correctement, il gagnera un voyage double qui seront tirés tous les vendredis parmi les gagnants de la semaine.

Les voyages devront être effectués du 16 au 23 décembre 1995.

Les règlements du concours sont disponibles à CKOI et à La Presse et les fac-similés faits à la main sont acceptés. La valeur totale des prix est de 37088\$.



Gagnez l'un des 16 voyages doubles au SuperClubs Varadero à Cuba

### Si c'est à Varadero...

Club Varadero. Un nom qui évoque les étendues de sable blanc du célèbre littoral cubain. Mais plus que les plages, le Club Varadero offre grâce à son forfait un cadre unique qui conjugue détente et douceur de vivre.

...c'est inclus.



CKOI FM-CKOI QUE NORMAND Y'A DIT À PIMENT FORT?

C.P. 96.9  
Montréal (Québec)  
H4G 3M1

Nom: \_\_\_\_\_

Adresse: \_\_\_\_\_

Ville: \_\_\_\_\_

Code postal: \_\_\_\_\_

Numéros de téléphone où l'on peut vous rejoindre à:

7h25: ( ) \_\_\_\_\_

8h25: ( ) \_\_\_\_\_