



MÉTROPOLIS : LES RESTOS QUI ÉCRASENT PAGE 7

TECHNO / SCIENCES : INTERNET ET LA PUB PAGE 5

MÉTIER: FAISEUR D'IMAGES



Derrière les images léchées des magazines et le look étincelant des vedettes, se cachent les stylistes de mode. Portrait d'un métier méconnu.

SOPHIE ST-LAURENT
COLLABORATION SPÉCIALE

Madonna le chante avec ironie dans sa chanson *American Life*. Toute star internationale qui se respecte retient aujourd'hui les services d'un styliste de mode.

À ceux qui pensent que le style avant-gardiste de l'ex-Material Girl est issu de son flair personnel pour les tendances, détrompez-vous! La star collabore depuis ses débuts avec tout un bataillon de stylistes qui voient à son image jusque dans les moindres détails.

Alors, qu'est-ce qu'un styliste au juste? Essentiellement, on les décrit comme des faiseurs d'images. Spécialistes du vêtement, toujours à la recherche des nouvelles tendances, ils s'occupent du style d'une personnalité, élaborent les tenues des acteurs ou mannequins d'une publicité ou encore, stylisent les pages de mode des magazines.

«Travailler dans un magazine reste la portion la plus créative du travail d'un styliste. C'est là où on s'éclate, explique le styliste montréalais Conrad Nadeau. Il faut rendre compréhensibles en images les tendances dominantes de la saison. Nous faisons du décodage, des propositions.»



Le styliste Conrad Nadeau s'affaire autour du mannequin Tonya Lacey, lors d'une séance de photos pour les magasins Reitmans.

PHOTOS BERNARD BRAULT, LA PRESSE

› Voir FAISEUR en page 2

la Baie SOLDE DE BLANC

50% OFF DE RABAIS
sur les stores sur mesure
Hunter Douglas

- Stores nid d'abeille Applause
- Stores à lamelles de 2" Marco
- NOUVEAUX stores verticaux Harmony

Sur le prix courant

Plus vous achetez,
plus vous économisez
sur les draperies sur mesure

Économisez 100 \$	Économisez 250 \$	Économisez 500 \$
sur toute nouvelle commande de plus de \$1000.00	sur toute nouvelle commande de plus de \$2000.00	sur toute nouvelle commande de plus de \$3500.00

De la gamme de tissus Robert Allen

Économisez 25%
sur les volets en vinyle de la gamme Shade O Matic Seaview fabriqués sur mesure pour vos fenêtres

EN PRIME 50\$ de remise sur l'installation
sur tout achat de volet Shade O Matic

Sur le prix courant

APPELEZ DÈS AUJOURD'HUI POUR OBTENIR VOTRE CONSULTATION À DOMICILE GRATUITE

514-856-1177

la Baie

1-800-818-7779

Nous offrons maintenant une gamme complète de moquettes Stainmaster de Dupont

Prix réduit en vigueur jusqu'au 31 janvier 2004

ACTUEL

Métier: faiseur d'images

FAISEUR suite de la page 1

« Ce qui est agréable, c'est que ça doit être esthétiquement beau. Alors, on vend aussi du rêve », ajoute M. Nadeau, qui travaille à la pige pour des magazines et pour des campagnes promotionnelles de mode.

« L'ironie, c'est qu'il est plus *glamour* de travailler dans les magazines, mais tu peux crever de faim si tu ne fais que ça. Toutefois, quand tu commences ta carrière, tu as besoin d'être publié pour prouver ta crédibilité. Le magazine aide à se faire un nom dans l'industrie », estime Pascale Grisé, qui fait partie des rares stylistes québécoises qui se sont expatriés aux États-Unis pour embrasser une carrière internationale.

Est-ce une consécration pour un styliste que d'être le gardien de l'image d'une vedette? « C'est certain que ça donne un statut, mais ça ne définit pas ta carrière », répond M^{me} Grisé, qui est aujourd'hui la styliste attitrée de la comédienne Sandra Bullock. Elle a aussi travaillé à Montréal pour les magazines *Femme Plus* et *Clin d'oeil*.

« À tort, les gens pensent que le métier de styliste est très *glamour* parce qu'il est lié à l'image et au vêtement. Ce n'est décidément pas le cas. Même mon entourage a de la difficulté à comprendre ce que je fais dans la vie », souligne Conrad Nadeau, qui a aussi travaillé auprès de vedettes, telles que Lara Fabian et Natasha St-Pier.

Pascale Grisé abonde dans le sens de M. Nadeau : « À moins de travailler pour le *Vogue* américain, le travail de styliste à la pige, ce n'est pas la vie de luxe. C'est un métier sous-estimé, même dans notre milieu. Il arrive d'ailleurs souvent que les maquilleurs et coiffeurs fassent de meilleurs cachets que les stylistes pour une séance de photos, alors que leur

implication est de moindre importance. »

Un travail créatif et... physique

« Ce n'est pas tout de trouver une belle jupe et de bien l'agencer », explique Conrad Nadeau. Le styliste, ce n'est pas d'emprunter des vêtements chez Chanel et de les faire porter à un mannequin ou à une personnalité. Il faut être plus créatif que ça ! »

Il faut bâtir un solide réseau de contacts, puisque les fringues empruntées ou achetées sont rarement vendues au détail. On doit aussi être en forme pour se rendre régulièrement chez les fournisseurs et les maisons de couture internationales afin de sélectionner les vêtements parfaits. « Il y a une partie du travail qui est très physique, car il faut transporter des tonnes d'échantillons en studio, sans compter les essayages, les retouches et les retours de marchandise », note Pascale Grisé.

Évidemment, il est plus facile de travailler avec des mannequins dont le métier est de porter des fringues. Dans le cas des célébrités, cela demande de la compréhension,

de la patience et surtout, de l'empathie. « Ça prend aussi beaucoup d'humilité, même si certains stylistes aspirent à devenir plus célèbres que leurs clients », ironise Pascale Grisé. Elle ajoute qu'il faut savoir garder la tête froide dans ce monde d'images. « Nous sommes privilégiés de travailler dans ce milieu, mais ce que nous faisons reste tout de même superficiel. Il est essentiel de pouvoir se recentrer sur les vraies valeurs. »

Malgré tout, les stylistes interrogés affirment qu'il adorent ce travail qui leur permet de combiner créativité et organisation. Les magazines de mode et les publicitaires ont besoin des stylistes. Les vedettes aussi. Mais contrairement aux États-Unis, il est relativement nouveau que les célébrités québécoises fassent appel à des stylistes. « Depuis deux ans, on note cependant une sérieuse augmentation de la demande », affirme Nathalie Lorrain, styliste auprès de plusieurs personnalités et émissions de télé québécoises. Elle habille notamment France Beaudoin pour son émission quotidienne et a récemment habillé Véronique Cloutier pour le gala *Ceci n'est pas un bye-bye*. « Avec l'arrivée des séries de télé-réalité, on a vu émerger un vedettariat qui n'existait pas ici auparavant. Les gens retiennent nos services parce qu'ils veulent ressortir du lot, se faire remarquer et également épargner du temps », dit-elle.

« Pour moi, avoir un styliste, c'est l'équivalent d'une séance de yoga, blague France Beaudoin, animatrice de l'émission quotidienne *Deux Filles le matin* à TVA. En fait, ça me relaxe l'esprit. Au lieu de passer du temps à faire les boutiques, je peux mettre mes énergies ailleurs. C'est un bon investissement pour mon *look*, aussi bien que pour mon moral. »

Ironiquement, celle que plusieurs

perçoivent aujourd'hui comme une référence en matière de mode a longtemps cherché son style. « Dès que j'ai commencé dans ce métier, on tenait à travailler mon image. Il fallait que je sois moins ordinaire, plus crédible, plus citadine, bref, que je me démarque de la masse. J'avoue que ça m'a toujours chatouillée, car pour moi, le contenu passe avant l'image. Mais je suis consciente qu'il y a une part de jeu dans le fait de faire de la télé », explique M^{me} Beaudoin.

À la recherche de son style, elle a parfois accepté de porter des vêtements qu'elle ne porterait plus aujourd'hui. « J'ai déjà vécu la dictature d'un styliste, mais aujourd'hui, je ne veux plus me déguiser pour plaire aux gens », dit-elle. Voilà pourquoi elle apprécie les services de Nathalie Lorrain. « Quand on a commencé à travailler ensemble, il y a trois ans, je lui ai simplement dit que je voulais un *look* féminin, mais avec du caractère. À partir de cette consigne, elle m'amène toujours un peu plus loin dans mon style, mais à petites doses. Elle est très sensible à ce que je vis et sait traduire mes humeurs dans mes tenues. »

En plus de s'occuper de ses clients, Nathalie Lorrain va jusqu'à promouvoir certains d'entre eux auprès des maisons de mode dans le but de négocier des ententes d'exclusivité. « Je me sens un peu comme l'intermédiaire entre la mode et le *star system*. Mes clients ont besoin d'être bien habillés et les entreprises de mode recherchent une visibilité. Je suis le canal par lequel ce lien se fait », dit-elle. En plus d'être à l'affût des dernières tendances, de s'intéresser à la morphologie et de connaître la confection vestimentaire, le styliste est parfois un bon relationniste.

Pour Nathalie Lorrain, le but premier de son travail est de permettre à ses clients « d'être toujours à leur meilleur ».

LIQUIDATION DE JANVIER CHEZ

Labelle

L'INCONTOURNABLE CET HIVER C'EST LABELLE.
Venez découvrir nos magnifiques accessoires, foulards, chapeaux, gants et mitaines tendance.

50% et plus sur marchandises sélectionnées.

	Courant	Solde
*Magnifique vison femelle	7 100 \$	2 900 \$
*Castor rasé du Québec	3 900 \$	1 700 \$
*Mouton retourné (Anaka d'Italie)	3 300 \$	1 500 \$
*Mouton retourné pour homme	1 100 \$	650 \$
*Manteau Luhta	700 \$	450 \$
*Manteau Cachemire	1 375 \$	800 \$

Financement disponible
Participez à notre concours.
Courez la chance de gagner une transformation gratuite de votre manteau.

6570, RUE SAINT-HUBERT, MONTRÉAL
(514) 276-3701

OGILVY



Votre prime Clinique !

Avec tout achat de 28,50 \$ ou plus de produits Clinique vous recevrez cette prime indispensable de sept articles.

FORMULES DÉSALTÉRANTES POUR LE VISAGE ET LES YEUX

Un système de libération ultra rapide qui aide la peau à éteindre complètement sa soif, et même faire des réserves. Les formules désaltérantes de Clinique gardent la peau d'apparence saine et resplendissante.

Offre en vigueur jusqu'au 1^{er} février 2004.

Une prime par personne et par promotion, jusqu'à épuisement des stocks.

Formule visage 50 mL **42 \$**

Formule yeux 15 mL **35 \$**

OGILVY

1307, rue Sainte-Catherine Ouest, Montréal (Québec)
(514) 842-7711, poste 217
www.ogilvycanada.com

OGILVY enfants

SOLDE

jusqu'à **50%** de rabais sur nos collections d'Europe

Tailles 0-14 ans sur marchandises sélectionnées

au 4^e étage

OGILVY

SAINTE-CATHERINE ET DE LA MONTAGNE
TÉL: (514) 842-7711, POSTE 416, WWW.OGILVYCANADA.COM



GIORGIO FEMME
URSULA B.

1455 RUE PEEL, BUREAU 328 MONTRÉAL TÉL.: 514 282-0294

VENTE jusqu'à **70%**
FIN DE SAISON

Clavardage

en collaboration avec Septembre Éditeur

aujourd'hui à 17 h

cyberpresse.ca
cyberpresse.ca/clavardage

avec Webcam



Choisir ses études

Avec la conseillère d'orientation Isabelle Falardeau

COUPS DE COEUR

SOPHIE ST-LAURENT
COLLABORATION SPÉCIALE

L'AFFAIRE EST DANS LE SAC

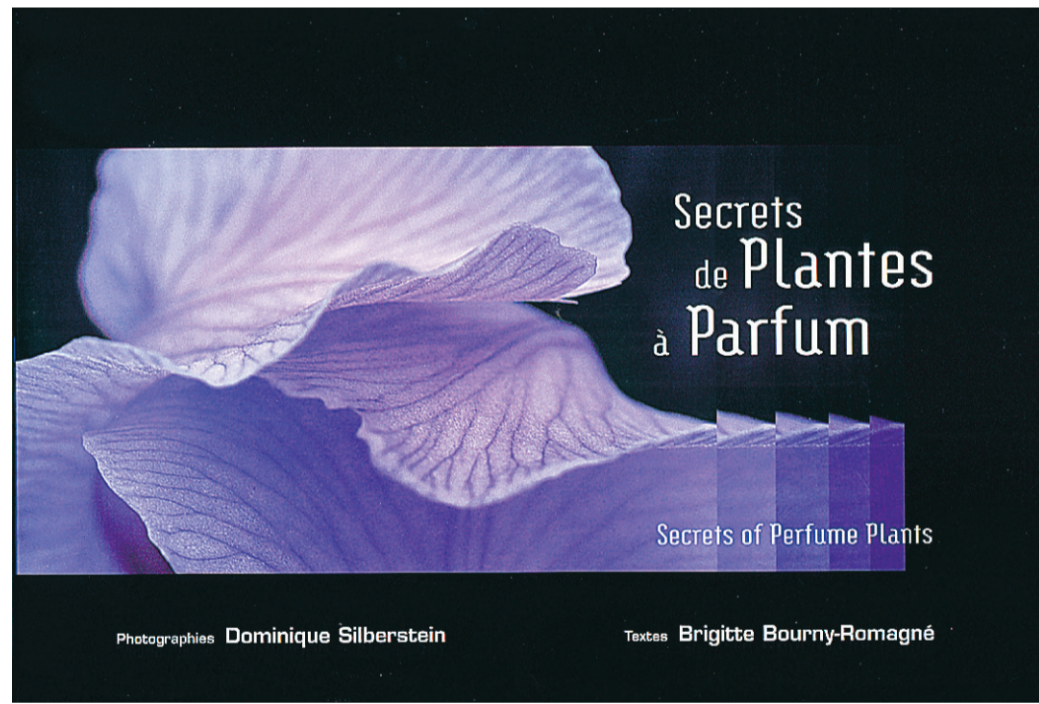
Avec son *look* brut d'adepte de sports extrêmes, comment Christopher Kon arrive-t-il à séduire les citadines branchées? C'est simple, il leur crée une collection de sacs à main modernes et de qualité irréprochable. Mordu d'architecture et de design, Christopher Kon flirte depuis sa tendre enfance avec les accessoires, puisque son père possède une entreprise de maroquinerie bien cotée à Montréal. Puis au tournant du millénaire, il décide de mettre à profit sa formation en arts et esquisse ses premiers designs. Le succès est instantané. Aujourd'hui, ses beaux fourre-tout se vendent comme des petits pains partout au pays de l'Oncle Sam. Il paraît même qu'une certaine Sarah Jessica Parker aurait craqué pour ces sacs à main «made in Montréal». Le secret de Kon? Des cuirs impeccables, un style épuré et de détails fonctionnels. «J'écoute beaucoup les femmes de mon entourage. Voilà pourquoi je cherche toujours à rendre mes sacs les plus pratiques possible. Je travaille les éléments détachables, les produits multifonctions et j'insère généralement des pochettes à rouges à lèvres, à téléphone cellulaire ou à cartes d'affaires à l'intérieur», dit-il. (En vente chez Simons et dans les boutiques Browns)



LECTURE FLEURIE

Pour les passionnées de l'univers de la parfumerie, *Secret de plantes à parfum*, de Brigitte Bourny-Romagné, est un ouvrage indispensable. Ce livre nous convie à un véritable périple autour du monde, à la recherche des meilleures essences entrant dans la préparation d'un grand jus. On y apprend notamment que le patchouli est

cultivé sur les pentes escarpées des volcans indonésiens et que la préparation de la gousse de vanille peut prendre jusqu'à neuf mois avant d'être utilisée en parfumerie. À l'appui, les images plus vraies que nature de Dominique Silberstein (ex-photographe de mode) exhalent presque les effluves de ses sujets... (87,95\$, aux éditions Milan).



T-SHIRTS DE CHOIX

On craque pour les t-shirts griffés American Apparel pour leur coupe sexy, mais aussi parce qu'ils clament haut et fort qu'ils sont «Sweatshop Free» (anti «ateliers de misère»). Créée par le Montréalais d'origine Dov Charney, cette méga-entreprise pratique le militantisme social et croit que le commerce peut être utilisé pour amener des changements sociaux, notamment en privilégiant le bien-être de ses employés et s'engageant pour l'environnement. Depuis quelques mois, on trouve enfin une boutique American Apparel à Montréal, où il est possible de dénicher tous les modèles de cette marque équitaine qui a le vent dans les voiles. (3523, boulevard Saint-Laurent, (514)286-0091)



L'un des articles mode les plus convoités de l'heure? Un t-shirt impeccable du designer californien James Perse. La recette du succès de ce jeune gourou du maillot de corps? Il a su réinventer cet indispensable de la garde-robe tout en misant sur les stars. Il n'est pas rare de voir Renée Zellweger, Kate Hudson, Matthew Perry et Matthew McConaughey arborer fièrement ses t-shirts en jersey moelleux qui font comme un gant et ses pulls ultrasimples en cachemire. La signature James Perse, on la dénêche chez Colette, à Paris, chez Barneys, à New York et maintenant chez Holt Renfrew, à Montréal.

COURRIER

Louise Labrecque est styliste-costumière depuis près de 20 ans. Envoyez-lui vos questions à actuel@lapresse.ca ou Louise Labrecque, Mode Actuel La Presse, 7, rue Saint-Jacques, H2Y 1K9.

Le manteau de duvet

LOUISE LABRECQUE
COLLABORATION SPÉCIALE

Q JOANNE DAOUST : j'ai acheté un manteau de duvet il y a environ deux ans. Malheureusement, il perd ses plumes. La matière est du nylon. Que puis-je faire pour remédier à ce problème? Je cherche quelqu'un qui pourrait refaire la doublure afin de ne plus avoir l'air d'une poule quand j'enlève mon manteau!!! À moins qu'il existe un produit pour empêcher les plumes de tomber?

R LOUISE : Le problème, c'est que le tissage du nylon n'est pas assez dense pour le duvet. En jargon du métier, on dit que le tissu n'est pas «down proof». Travailler le duvet est très coûteux, car il demande une confection particulière. Cette petite plume qui

recouvre le ventre de l'oie adulte est souple, légère et s'envole facilement. Il suffit d'entrer dans un atelier où l'on travaille le duvet pour voir ces plumes qui volent partout. Aussi, pour réduire le coût de production, certains manufacturiers utilisent un mélange de fin duvet de première qualité mélangé à des plumes plus grossières. Celles-ci ont des rachis durs et pointus qui percent malheureusement le tissu. Tandis que les plus fines s'infiltrèrent entre les coutures, les surpiqures ou les fibres, comme c'est le cas avec votre manteau. La designer québécoise Hilary Radley est reconnue pour ses manteaux de qualité. Elle explique que le duvet doit être mis en pochettes individuelles, qui seront assemblées entre la doublure et le tissu extérieur du manteau. Ainsi, le duvet reste bien en place, ne s'infiltré pas entre les coutures et ne se tasse pas au lavage.

Bien entendu, le tissu employé pour faire la pochette est primordial. Il doit être «down proof», c'est-à-dire tissé extrêmement serré afin

qu'aucune plume ne puisse passer au travers. Vérifiez si le duvet de votre manteau est inséré dans ces petites pochettes. C'est sans doute la clé de votre problème!

Comment remédier aux désagréments de la plume?

À ma connaissance, il n'existe aucun produit pouvant faire une pellicule sur la fibre pour empêcher le duvet de sortir.

L'idée d'une doublure supplémentaire n'est pas mauvaise. Mais, il peut vous en coûter environ 150\$ pour la confection et le matériel. Est-ce une véritable économie? Pour la doublure, Ginette Pera, couturière professionnelle, conseille un tissu satiné, tel un polyester, afin que les deux tissus glissent l'un sur l'autre sans entraver vos mouvements. Aussi, n'oubliez pas de le laver au préalable.

Pour trouver une bonne couturière, feuillotez les petites annonces de votre journal de quartier. Vous pouvez aussi mettre une demande sur le tableau d'affichage du centre de couture près de chez vous ou à l'épicerie du coin.



Manteau duvet et fourrure Hilary Radley



PHOTO REUTERS

L'ancienne Égypte a inspiré le couturier John Galliano pour sa collection de l'été 2004 chez Dior.



L'AGNEAU RENVERSE
DIRECT DU MANUFACTURIER

mérinos, toscana, agneau frisé, chevreau,
veau, agneau tissé, et plus...
fourrures, remodelages, réparations et entreposage
commandes spéciales et confections sur mesure

www.MONTREALFURS.com

400 de Maisonneuve O #1101
Montreal, Qc. (514) 849-1108

Promotion

Bio-Actif

Il faut nourrir la peau de l'intérieur et de l'extérieur.

De manière générale, tous les types de peau profiteront d'une nourriture interne et externe, permettant un renouvellement cellulaire continu de la peau.

De l'intérieur : l'effet protecteur des vitamines et de minéraux d'un produit exclusif comme Phytobec, vous donneront la vitalité nécessaire pour faire face au renouvellement cellulaire de la peau. Ses quarante éléments incluant ses dix anti-radicaux libres très puissants (antioxydants), complètent votre nutrition et vous conservent une belle peau.

De l'extérieur : oui, la crème Johanne Verdon végéto-active (sans extrait animal), procure à l'épiderme sa capacité de rétention d'eau. Oui, la crème multi-soins Johanne Verdon procure pureté et jeunesse de peau, grâce à ses vingt-cinq éléments nutritifs parmi les meilleurs au monde et ses protéines végétales qui conjuguent leurs activités... Oui, comme dans les plantes vivantes elles-mêmes. Oui, le goût du naturel! Oui, le goût du vrai!

Montréal : (514) 272-1365
Mauricie : (819) 378-7777

Ligne extérieure : 1 800 272-1365
Estrie : (819) 823-3322

MODE – ÉTÉ 2004

L'or pharaonesque de Dior

DOMINIQUE AGEORGES
AGENCE FRANCE-PRESSE

PARIS – L'or et les trésors égyptiens ont inspiré le couturier John Galliano qui a ressuscité hier Toutankhamon, Osiris, Anubis et autres divinités avec un défilé tout en or, ou presque, comme pour rappeler aussi que depuis son arrivée, Dior va très, très, bien, et devrait s'appeler désormais DI-OR.

Galliano, qui a passé 10 jours en Égypte en novembre, a aligné des silhouettes rectilignes rappelant les fresques des pyramides

Au premier jour de présentation des collections haute couture pour le printemps-été 2004, Galliano, qui a passé 10 jours en Égypte en novembre, a aligné les silhouettes longilignes qui rappellent les fresques des pyramides. Pas un tailleur de jour à se mettre dans la garde-robe, priorité aux robes fourreau et robes bustier!

Les corps sont enrubannés, les bustes engoncés dans des corsets-sarcophages, les hanches soulignées parfois de plissés blancs élégants ramenés sur le devant.

Vient ensuite le décor : mosaïques d'or recréées par des peaux de serpent redorés et découpées en petits carrés rebrodés sur du tissu, fleurs de lotus ornant des robes de mousselines, soies peintes, plumes d'or rejoignant des volutes d'organza, échappées de léopard pour accentuer la finesse du corps, broderies turquoise et corail rappelant les bijoux de l'Égypte ancienne. Les ateliers de la maison de couture et les fournisseurs parisiens de la maison ont fait des prouesses.

Puis le créateur fait un parallèle avec les années 50, celles des mannequins posant presque comme les pharaons, le cheveu lissé en arrière, l'œil souligné de noir. Les rubans rappellent les momies égyptiennes mais se font encore plus légers et aériens. Les tons deviennent passés, lilas, bleu pâle, gris, pêche.

Le ministre français de la Culture Jean-Jacques Aillagon tout comme l'actrice américaine Sarah Jessica Parker, à Paris le temps d'un tournage, la chanteuse de rock Gwen Stefani (groupe No Doubt) et son rocker de mari Gavin Rossdale (groupe Bush), ont applaudi chaque passage de même que Bernard Arnault, PDG du groupe Dior et de LVMH.

Nouvelle ère chez Torrente

Chez Torrente aussi, la maison a décidé d'en mettre plein la vue, à son niveau, et de

signifier qu'une nouvelle ère est arrivée. La ligne de crédit a été ouverte et les tissus foisonnent. Témoins, les kilomètres de tulle sur une robe à crinoline plissée chair ou la traîne « infinie » volatée et plissée de taffetas et tulle d'un fourreau noir en organza de soie.

Julien Fournié, 28 ans, a été chargé d'opérer « un virage créatif » à la griffe fondée au début des années 60 par Rose Torrente, partie l'an dernier. Et le moins que l'on puisse dire c'est qu'il a mis toute son énergie dans une collection où s'accumulent coiffures, accessoires, broderies, plumes, etc. Quelques réussites sont à signaler comme ce tailleur pantacourt en soie imprimée fleurie très 18^e siècle ou une robe chemisier en taffetas de soie noir et blanche sous un mini perfecto en agneau citron. D'autres comme le boléro rapace en plumes hérissées ou les allusions vaudou se verraient plutôt sur une scène de théâtre ou au Lido.

Comparativement, et pour leur deuxième passage à Paris, le duo italien Grimaldi-Giardina a fait dans la simplicité. Le blanc et autres tons poudrés ont dominé une collection basée sur un travail de découpe des cotons et mousselines : crochet, laser, lanières, effets rubans etc. L'esprit lingerie du défilé avec ses corsets et laçages a laissé place à la fin à des robes sirènes rebrodées de strass ultralégères.

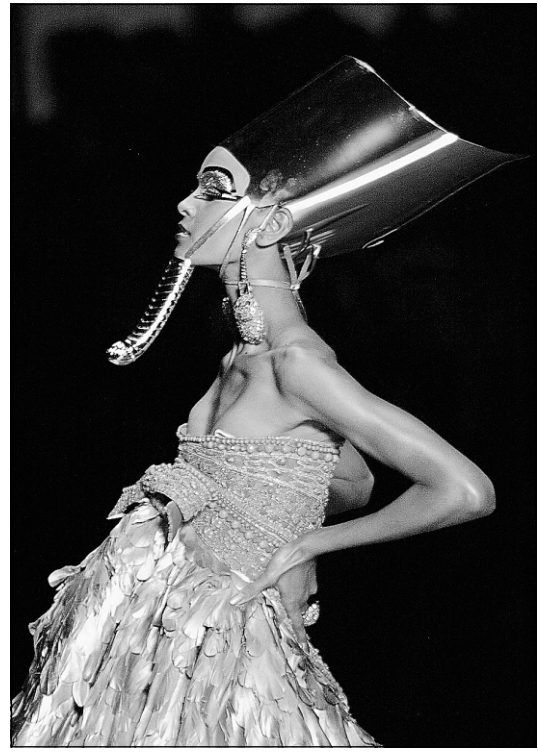


PHOTO AP

Ce gracieux mannequin porte une robe sans manche décorée de plumes jaunes, créée par le couturier John Galliano.

Le flirt



Parfaite pour sortir le grand jeu.

► **LA NOUVELLE CLASSE M 2004.** Vaste espace utilitaire de 2 300 litres. Sièges arrière rabattables à configuration 60/40. Troisième rangée de sièges particulièrement pratique, offerte en option. Et bien plus, sans oublier la location-bail la plus flexible de l'industrie. En effet, sachez que vous pouvez rendre votre Mercedes-Benz de Classe M sans difficulté à tout moment entre le 27^e et le 39^e mois, et ce sans pénalité! Vous êtes prêt à sortir le grand jeu? Passez donc nous voir dès aujourd'hui pour faire un essai routier. Mercedes-Benz. N'attendez plus.



Mercedes-Benz

Mercedes-Benz Montréal
Automobiles Silver Star Inc.
7800, boul. Décarie, Montréal
(514) 735-3581

Mercedes-Benz West Island
4525, boul. St-Jean
Dollard-des-Ormeaux
(514) 620-5900

Mercedes-Benz Laval
3131, Autoroute 440 Ouest
Laval
(450) 681-2500

Mercedes-Benz Rive-Sud
4844, boul. Taschereau
Greenfield Park
(450) 672-2720

TECHNO-SCIENCES

La pub Internet rebondit

MATHIEU PERREAULT

La semaine dernière, le portail Yahoo! a annoncé des revenus de publicité records pour 2003 : 1,2 milliard de dollars américains. Certes, le portail américain a acquis des compagnies qui vendent de la pub sur Internet, mais il a aussi précisé que les prix ont augmenté de 15 à 25 %.

Cela signifie qu'il y a plus d'annonceurs que d'espace publicitaire, une première sur Internet. Les prédictions d'avenir radieux pour Internet, qui ont alimenté la bulle spéculative entre 1999 et 2001, semblent enfin prêtes à se concrétiser.

« Aux États-Unis, les niveaux de revenus publicitaires commencent à ressembler aux dépenses en contenu qui prévalaient durant la bulle Internet », explique Miles Faulkner, président du Bureau de publicité interactive du Canada (IABC, selon l'acronyme anglais), en entrevue de Toronto. « Le Canada est un peu en retard, mais nous prévoyons une augmentation des revenus publicitaires de 20 % en 2004, comme en 2003. »

Au Canada, Internet draine 2 % des revenus publicitaires : 150 millions \$, sur un total de huit à neuf milliards. Aux États-Unis, selon la firme de recherches eMarketer, cette proportion est de 2,5 %. La pub sur Internet y a presque battu, à l'automne, le record de revenus publicitaires de l'automne 2001 : 1745 milliards \$US, contre 1773 milliards.

Le Québec est un peu en retard, selon Samuel Parent, de Summum Média, qui dirige la section québécoise de l'IABC. « Avant l'éclatement de la bulle, nous avions 10-13 % des revenus publicitaires Internet du Canada, contre 20-22 % des revenus totaux, dit M. Parent. Nous n'avons pas de données qui nous permettent de croire que la situation a changé. »

M. Parent souligne que les Québécois passent de six à 10 heures par semaine sur Internet, contre 20 heures devant la télévision. Au Canada, selon M. Faulkner, l'écoute d'Internet est rendue à la moitié de la télévision, ce qui lui permet de dire qu'une entreprise devrait idéalement consacrer 10 % de son budget publicitaire Internet.

La section québécoise de l'IABC n'a pas de données pour 2001, 2002 et 2003 à cause d'un problème dans l'étude pancanadienne, qui estimait la provenance géographique des revenus publicitaires. « Ça surestimait le poids du Québec, parce que des compagnies comme Air Canada ou Bell planifient des campagnes nationales depuis le Québec, sans nécessairement dépenser ces budgets dans des agences québécoises », explique M. Parent.

Plusieurs signes montrent cependant que le marché publicitaire sur Internet devient plus mûr, condition essentielle à la stabilité des sites informatifs. « L'automne dernier, les annonceurs québécois ont commencé à choisir les sites où ils veulent être présents, en fonction des données démographiques, du contenu », dit M. Parent, dont l'entreprise vend de la publicité pour plusieurs sites québécois. « Aussi, ils commencent à réaliser qu'une pub sur Internet peut être efficace même si l'utilisateur ne clique pas dessus. Ça établit un nom tout autant qu'un panneau-réclame. »

EN BREF

Windows 98 gracié

Microsoft a annoncé la semaine dernière qu'elle étendait la période de soutien technique pour le système Windows 98, qui devait se terminer vendredi dernier. La décision a été liée à des protestations de clients de pays pauvres, qui utilisent encore souvent ce système. Selon la BBC, Microsoft aurait peur que d'autres systèmes moins coûteux, comme Linux, en profitent pour augmenter leur part de marché dans le tiers-monde. La nouvelle date d'échéance est juillet 2006.

Chicane sur les CD protégés

Une chicane juridique ralentit l'adoption d'une technologie protégeant les disques compacts de musique du piratage, selon le magazine Internet Tech News. Ces disques ont deux versions de chaque chanson, l'une ordinaire, l'autre pouvant être copiée une fois sur un ordinateur. Les compagnies de disques ne paient toutefois

qu'une fois les redevances aux artistes, ce que conteste la National Music Publishers' Association. Chaque chanson vaut environ sept ou huit cents US en redevances. Mais les montants grimpent vite : l'une des compagnies qui fabriquent cette technologie antipiratage, Macrovision, estime l'avoir installée sur 200 millions de disques dans le monde, ce qui équivaut à environ deux milliards de chansons, ou plus de 100 millions \$US de redevances.

Le gène de la crème glacée

Des chercheurs de la compagnie américaine Pioneer Hi-Bred ont isolé le gène de la substance qui rend la crème glacée crémeuse et le shampooing onctueux, a annoncé la revue Nature. Appelées galactomannanes, ces molécules jouent un rôle important dans la texture des cellules des plantes. Le gène a été isolé chez une plante appelée guar, qui pousse en Inde et au Pakistan et est particulièrement riche en galactomannanes. Pioneer, spécialisée dans les pesticides et l'agriculture génétique, espère réduire le coût des galactomannanes en améliorant la performance du gène. Le génie génétique permettra aussi de stabiliser le prix des galactomannanes, qui varie beaucoup en fonction des récoltes.

Programmes de location au détail et de financement à l'achat de Toyota Canada inc. Sur approbation de crédit par Toyota Services Financiers. * Offre de location au détail valable sur les modèles Highlander 2004 (HP21AP AA) neufs en stock. Première et deuxième mensualités de 0 \$ sur tous les modèles RAV4, Highlander, 4Runner, Sienna, Tacoma, Tundra et Sequoia 2004 neufs en stock pour des termes de location de 48 mois. Dans l'éventualité qu'un client désire avoir un terme de location moindre que 48 mois, un rabais représentant le coût de deux mensualités basées sur un terme de 48 mois sera accordé. Aussi, offre de 0 \$ de dépôt de sécurité sur tous les modèles 2004 neufs en stock à la location, à l'exception de la Prius 2004. Franchise annuelle de 24 000 km. Frais de 15 \$ (Highlander 2004) du kilomètre excédentaire. Immatriculation, assurance et taxes en sus. ** Crédit à l'achat équivalant à deux mensualités de location basées sur un terme de 48 mois, pour les modèles RAV4, Highlander, 4Runner, Sienna, Tacoma, Tundra et Sequoia 2004 neufs en stock. L'immatriculation, les frais de transport, la préparation, l'assurance et les taxes sont en sus. * Prix Accès pour les modèles Highlander 2004 (HP21AP AA) neufs en stock. Le Prix Accès indiqué dans cette publicité est en vigueur jusqu'au 2 février 2004 et est établi par les concessionnaires Accès Toyota pour les concessionnaires participants de la région de Montréal. L'immatriculation, l'enregistrement (y compris RDPRM), les frais de transport, la préparation, l'assurance et les taxes sont en sus. Composez le 1 888 Toyota-8 ou visitez www.acces.toyota.ca. ** Cotes de consommation (ville/route) basées sur l'année-modèle 2004 pour une transmission automatique pour le moteur indiqué. Le concessionnaire peut vendre à prix moindre. Photos à titre indicatif seulement. Les offres se terminent le 2 février 2004. Détails chez votre concessionnaire Toyota participant.

2004 INFLIGEZ UN BLANCHISSAGE À L'HIVER



HIGHLANDER V6 4RM 2004

CAMIONS À LA LOCATION

1^{re} ET 2^e MENSUALITÉS* DÉPÔT DE SÉCURITÉ*

0 \$

OU CRÉDIT À L'ACHAT ÉQUIVALANT À 2 MENSUALITÉS DE LOCATION**

SUR TOUS LES CAMIONS 2004 EN STOCK



429 \$

par mois/location 48 mois* Transport et préparation inclus
Comptant de 5 279 \$
Option 0 \$ comptant également disponible à la location

prix ACCÈS

À partir de 36 700 \$*

ÉQUIPEMENT DE SÉRIE HIGHLANDER V6 4RM 2004 :

- Moteur V6 de 230 ch, VVT-i, 24 soupapes
- Véhicule à émissions ultra-faibles (ULEV)
- Consommation : 12,7/9,0 L/100 km ville/route**
- Quatre roues motrices, transmission automatique
- Freins à disque aux quatre roues avec système ABS
- Répartiteur électronique de force de freinage et assistance au freinage
- Système audio 6 haut-parleurs avec lecteur CD
- Climatiseur
- Système d'accueil sans clé
- Immobilisateur de moteur
- Régulateur de vitesse
- Porte-bagages de toit



Votre concessionnaire www.acces.toyota.ca



Votre nouvelle Toyota ne part jamais sans un plein réservoir d'essence, l'assistance routière et des tapis protecteurs.

3198334A



3198381

ACTUEL

5 millions de photos de la Deuxième Guerre mondiale sur Internet

AGENCE FRANCE-PRESSE

LONDRES — Plus de cinq millions de photos aériennes de l'Europe de l'Ouest prises par la Royal Air Force (RAF) pendant la Seconde Guerre mondiale, montrant notamment de la fumée s'échappant de l'incinérateur d'Auschwitz, sont disponibles depuis

hier sur Internet.

Ces archives photographiques ont été rendues publiques par un département spécialisé (The Aerial Reconnaissance Archives/TARA) de l'université de Keele, dans le Staffordshire (centre de l'Angleterre), dépositaire de certaines des Archives nationales de Kew (banlieue ouest de Londres).

Ces photos, désormais consultables sur un site Internet (www.eviden-ceincamera.co.uk), se trouvaient auparavant au centre d'analyse de Medmenham (Allied Central Interpretation Unit), dans le Buckinghamshire, où des spécialistes les décryptaient.

Les photographies avaient été transférées à Keele en 1962 et étaient jusqu'ici couvertes par le secret-défense. Les soldats américains débarquant sur les plages de Normandie en juin 1944, les résultats d'un raid de quelque 1000 bombardiers alliés sur Cologne (Allemagne) et le cuirassé Bismarck de la Kriegsmarine traqué par

la Royal Navy, sont quelques-uns des documents consultables.

Les photos, prises avec des appareils à haute résolution, étaient d'une telle qualité qu'il a été possible d'en extraire des images en trois dimensions et de réaliser une cartographie détaillée des plages du débarquement en Normandie.

EASTON OCTANE 2003
JR rég.:139,99
SR rég.:149,99
JR 109⁹⁹
SR 129⁹⁹

MISSION FLY 2003
SR rég.:199,99
JR rég.:159,99
JR 129⁹⁹
SR 169⁹⁹

CCM B-SK152
rég.119,99
79⁹⁹

CCM M-SK552
rég.269,99
199⁹⁹

CCM B-SK552
rég.189,99
149⁹⁹

BAUER 2000
SR rég.209,99
169⁹⁹

BAUER 2000
JR rég.139,99
99⁹⁹

BAUER 5000
rég.499,99
299⁹⁹

BAUER VAPOR X
SR rég.:299,99
269⁹⁹

SHERWOOD RAPTOR 2
SR rég.:99,99
JR rég.:89,99
JR 64⁹⁹
SR 69⁹⁹

BAUER ST2500
femme rég.109,99
99⁹⁹

BAUER ST1500
femme rég.89,99
79⁹⁹

ULTRAWHEELS
ULTRA ICE SOFT
HOMME
rég.129,99
99⁹⁹

CCM ALPIN
homme rég.129,99
99⁹⁹

SHERWOOD SKF 200
femme rég.89,99
59⁹⁹

CCM SP100
fille rég.89,99
fille **69⁹⁹**
femme **79⁹⁹**

PUMA
Tuque
des Canadiens
24⁹⁹

Attachez vos patins

Jusqu'à 40% de rabais sur des paires de patin sélectionnées en magasins

FERLAND HK200
JR. rég.64,99
Enfant rég.59,99
JR. 49⁹⁹
En. 44⁹⁹

NIKE N-DORFIN
homme ou femme rég.149,99
139⁹⁹

SOFTTEC ST1500
femme rég.89,99
79⁹⁹

ULTRAWHEELS
ULTRA ICE SOFT
HOMME
rég.129,99
99⁹⁹

St-Hubert **Laval**

Hockey sur toute la ligne! www.sportsrousseau.com

Magasin de Dollard-des-Ormeaux
3597, Boul. St-Jean
(514) 626-7235

Magasin de Greenfield-Park
3261, Boul. Taschereau
(450) 926-0660

Méga magasin de Laval
4440, aut. Laval (440)
(450) 681-8440

Méga magasin de St-hubert
1701, Boul. des Promenades
(450) 656-1701

Magasin de Montréal
5916, rue Papineau
(514) 274-4429

HEURES D'OUVERTURE : MÉGAS MAGASINS de Laval et Rive-Sud : lundi au mercredi de 9h00 à 18h00, jeudi et vendredi de 9h00 à 21h00, samedi de 9h00 à 17h00 et dimanche de 11h00 à 17h00. Les autres magasins : lundi au mercredi de 9h30 à 18h00, jeudi et vendredi de 9h30 à 21h00, samedi de 9h00 à 17h00 et dimanche de 11h00 à 17h00. Le SOLDE ATTACHEZ VOS PATINS prend fin le dimanche 25 JANVIER 2004. Certains modèles, couleurs ou grandeurs peuvent manquer dans certains magasins. Les produits illustrés servent de référence et peuvent être différents des produits annoncés.

À 104 ans, le perroquet de Churchill insulte toujours Hitler...

AGENCE FRANCE-PRESSE

LONDRES — Charlie, l'un des perroquets de Winston Churchill, fête cette année ses 104 ans et continue de maudire Adolf Hitler et les nazis, comme le lui avait appris son maître, rapporte le *Daily Mirror*.

Charlie, une femelle ara comme son nom ne l'indique pas, est sans doute le plus vieux oiseau vivant en Grande-Bretagne, relève le quotidien populaire.

À la mort en 1965 de l'ancien premier ministre, héros de la Seconde Guerre mondiale, Charlie avait été acheté par Peter Oram, propriétaire d'une animalerie à Reigate (sud de Londres).

Si son plumage bleu et or a quelque peu perdu de sa superbe avec les années, le perroquet a apparemment gardé toute sa tête : parmi ses expressions préférées figurent toujours les « Putain d'Hitler » et « Putains de nazis » qu'il prononce « avec l'inflexion caractéristique de Churchill », explique le *Daily Mirror*. Ces mêmes jurons avaient autrefois choqué maints généraux ou amiraux lors de réunions de crise avec le premier ministre, rappelle le journal.

« Pour dire la vérité, Charlie est dans un état un peu négligé, mais il est très populaire auprès des visiteurs », a expliqué au quotidien une employée du magasin de jardinage de M. Oram, qui héberge l'oiseau depuis 12 ans. « Nous y sommes tous très attachés ».

Churchill avait acheté Charlie en 1937 et il lui avait immédiatement appris à jurer. L'oiseau avait rejoint la ménagerie hétéroclite de l'homme d'État où se côtoyaient animaux de bétail, en particulier agneaux, cochons, d'autres perroquets et même un léopard.

« Churchill n'est peut-être plus parmi nous, mais (grâce à Charlie) son esprit et ses mots de résistance et de détermination perdurent », explique pour sa part James Humes, expert de l'ancien premier ministre, cité par le journal.

CÉLÉBRONS LE BON GOÛT DES LATTES SECOND CUP... DEPUIS 25 ANS

Y'A D'LA JOIE ET ÇA S'BOIT !

NOS MARDIS LATTES À 2 \$

CHAI LATTE

AMOUREUX DE CHOCO • LATTE

VANILLATTE

CAFFÈ LATTE

POUR UNE DURÉE LIMITÉE !

25 ans de lattes, ça se fête ! Et pour le célébrer, nous vous offrons nos mardis lattes. Pour une durée limitée, venez savourer l'un de nos fabuleux lattes pour aussi peu que 2 \$. Uniquement les mardis et seulement chez Second Cup.

*Valable les mardis du 20 janvier au 24 février 2004, inclusivement. Savourez n'importe quel latte de format régulier pour seulement 2 \$. Grand format offert à 2,50 \$; très grand format offert à 3 \$. Taxes en sus.

MÉTROPOLIS



Le chef-propiétaire du Pied de cochon, Martin Picard (à gauche), accompagné du sous-chef Ghislain Plourde.

PHOTO BERNARD BRAULT, LA PRESSE

Entre la loi et la demande

Les restaurants non-fumeurs de plus en plus nombreux au Québec

JÉRÔME DELGADO
COLLABORATION SPÉCIALE

Lorsqu'en 1999, Mostafa Rougaïbi a décidé de bannir le tabac du restaurant La Colombe, il a non seulement créé un précédent au Québec, il a lancé un bal qui n'en finit plus. Cinq ans plus tard, alors que débute la semaine antitabac, on estime à environ 200 les restaurants qui interdisent la cigarette.

Le chef propriétaire du petit local de la rue Duluth ne se voit pas comme un leader de la lutte antitabagisme. Et même s'il apprécie que ses collègues lui aient emboîté le pas, il se dit surpris par l'ampleur du phénomène. Il en rit même.

« Lorsque un ami chef d'un restaurant l'a appris, il m'a traité de fou, se souvient Mostafa Rougaïbi. Il me disait que j'allais perdre des clients. Aujourd'hui, ça me fait rire. Deux ans après, il a lui aussi transformé son resto en non-fumeur. »

Si Rougaïbi a pris le virage antitabac, c'est que, justement, il voyait des fidèles non-fumeurs disparaître.

« C'est un resto trop petit et des clients se plaignaient, explique-t-il. Maintenant, c'est toujours plein et les gens sont contents. Les fumeurs ne se plaignent pas. De toute façon, que quelqu'un fume et mange, c'est incohérent. Celui-là perd son temps, il ne fait que se remplir la bedaine. »

Une loi inadéquate ?

Modèle pour certains, le tournant pris par La Colombe a été suivi en décembre 1999 par la Loi sur le tabac, qui imposait notamment des zones non-fumeurs aux restaurants existants. Pour les nouveaux établissements, l'édit était un brin plus strict : l'espace fumée sera fermé et ventilé. Cette mesure devra d'ailleurs être respectée par tous en 2009.

Résultat : avant la loi, on demandait une section non-fumeurs, aujourd'hui ce sont les fumeurs qui cherchent une place. Devenus une catégorie au même titre que les « Apportez votre vin », les émules de La Colombe ne cessent de se multiplier, passant de 24 au Québec, fin 2000, à 105 il y a un mois. Montréal en compterait une trentaine, du resto bas de gamme au plus chic. En fait, il y en aurait davantage, de l'aveu même de Denis Côté, d'Info-tabac, qui les recense depuis 1999.

« J'avais commencé à les regrouper pour des questions pratiques, pour aider les gens qui en cherchaient. On m'appelle maintenant pour en rajouter, dit-il, admettant que sa liste n'est pas exhaustive. Il doit y en avoir une autre centaine. Mais notre objectif, c'est la loi. La liste, on la laissera bientôt tomber. »

Une loi plutôt inadéquate, selon Info-tabac, qui reproche à la collectivité québécoise de « s'asseoir sur son steak ». Même son de cloche chez l'Alliance pour la lutte au tabagisme, regroupement de la ré-

gion de Québec, pour qui il y a beaucoup à faire avant d'atteindre le niveau du reste de l'Amérique du Nord. « Depuis plusieurs années, estime Mario Champagne, porte-parole de l'Alliance, les normes ont changé. On veut des environnements sans fumée. Et les restos et les bars ne le sont pas encore. La loi, c'est seulement un baume sur un bobo. » Selon lui, non seulement les employés demeurent vulnérables, mais aucun système de ventilation n'est complètement efficace. Seule solution : des restos 100 % exempts de tabac.

Par principe ou par commodité ?

Les restaurateurs montréalais interrogés n'ont pas semblé autant engagés dans la bataille législative. Parce que leur métier est d'être « devant les fourneaux », de dire Mostafa Rougaïbi, ou peut-être parce que finalement, la chose ne leur tient pas plus à coeur que ça.

Si tous s'entendent pour dire que la dégustation d'un mets ne se marie pas du tout avec l'odeur d'une cigarette, leur choix d'offrir un espace uniquement imprégné d'arômes culinaires découle d'un raisonnement d'affaires.

À quelques pas de La Colombe, Martin Picard a ouvert en 2001 Au Pied de cochon, un établissement sans fumée. D'après Gaëlle Cerf, maître d'hôtel, le chef, non-fumeur, avait quand même l'intention de diviser son restaurant en deux sections bien distinctes. « C'était tellement difficile de fai-

re la salle ventilée demandée par la loi qu'il a préféré un resto non-fumeur. Et puis comme on a une cuisine ouverte, c'est plus agréable. Dès qu'on entre, on sent l'odeur des viandes. »

Pour les mêmes raisons de commodité, Carlos Ferreira, dont le resto de 130 places porte son nom, a pour sa part contourné la loi en interdisant la consommation de tabac... pendant les heures de repas. « Après 22 h, quand il reste peu de clients et que les tables sont éloignées, il m'arrive de tolérer les fumeurs. Ça n'embête plus personne », admet-il. Le lendemain tout est intact, assure-t-il, Café Ferreira demeure non-fumeur.

Peu d'effets néfastes

La loi a visiblement fait bouler de neige, mais pas de vague collective. Les PME de la restauration agissent de leur propre initiative. Et demeurent minoritaires, car la mesure fait peur. « Beaucoup ont encore l'impression que refuser des fumeurs c'est perdre de l'argent », croit Denis Côté.

Pourtant, des études aux États-Unis (où sont nés les restaurants non-fumeurs) démontreraient le contraire : « En un an, certains propriétaires ont vu leur chiffre d'affaires augmenter de 17 % », assure Mario Champagne.

Situation similaire au Québec, d'après les témoignages recueillis. À l'instar de Mostafa Rougaïbi, Carlos Ferreira et Lionel Gautreau du Puy du fou sont

convaincus que la fréquentation de leurs tables a tout sauf baissé.

Le nombre de fumeurs perdus ne dépasserait pas celui de gourmets gagnés. Et en plus d'un meilleur environnement pour tous, employés compris, Lionel Gautreau a trouvé d'autres bénéfices. « Je n'ai plus à offrir le service de cendriers, mes nappes ne sont plus brûlées », dit le chef de l'avenue Christophe-Colomb.

Les arguments de l'Alliance basée à Québec ont porté fruit il y a quelques mois : les cinq Cora déjeuners de la région sont devenus non-fumeurs en juin 2003. Et l'on s'attend à ce que le reste de la chaîne suive. « Ça prend deux trois grands restos qui le fassent et c'est l'effet domino », estime Mario Champagne.

Denis Côté est du même avis : les gros noms doivent donner l'exemple. « Ce n'est pas un restaurant qui changera nos modes de vie, dit-il, mais un mouvement généralisé. On a deux solutions : que le gouvernement québécois se mette au diapason des autres provinces ou que les grandes bannières le fassent volontairement. »

Appliqué sous la houlette péquiste, le texte de loi prévoit une révision en octobre 2005. Au cabinet du ministre de la Santé, la porte semble ouverte. « On pense qu'il y aura modification, dit Kathy Rouleau, attachée de presse de Philippe Couillard. C'est toujours le cas lorsqu'il y a une révision. Tout dépend des réflexions de groupes de lutte au tabagisme. »



La Maison du prêt d'honneur, située à l'intersection au coin Saint-Laurent et René-Lévesque.

PHOTO ROBERT SKINNER, LA PRESSE

MOCHETÉ DE LA SEMAINE

La façade inachevée d'un logement étudiant

NICOLAS BÉRUBÉ

La mocheté de la semaine va à la Maison du prêt d'honneur qui, contrairement à ce que son nom peut laisser croire, n'a rien à voir avec le merveilleux monde des prêts sur gages, mais tout à voir avec le logement étudiant. Situé à l'intersection Saint-Laurent et René-Lévesque, en face du Monument-National, ce nouvel édifice appartenant au cégep du Vieux-Montréal, n'est toujours pas terminé.

Un an après l'arrêt des travaux, il présente sur la *main* une façade inachevée, où l'on peut apercevoir l'isolant synthétique jaune à la merci des intempéries. Est-ce pour s'excuser d'être trop moderne dans ce secteur *trash* du boulevard Saint-Laurent que les propriétaires du bâtiment lui donnent cet air déglingué ? Est-ce le pendant architectural des jeans neufs au *look* usé ? Le temps passe et on aimerait bien voir quelqu'un mettre ses salopettes pour finir le travail une bonne fois pour toutes.

la Baie encore plus

solde d'un jour 30 % de rabais mode pour homme
Tommy Hilfiger, Nautica, Chaps Ralph Lauren, Claiborne, Izod et Wayne Gretzky



Le mercredi 21 janvier

FEMME

- 45 % de rabais** soutiens-gorge et culottes WonderBra et Warner's sous boîte
- 40 % de rabais**
 - sélection mode pour femme Melrose et mac & jac.
 - Tailles courantes, petites et grandes.
 - choix mode et jeans automne-hiver pour homme et femme Tommy Jeans, CK Jeans, Buffalo, Point Zero, Nautica Jeans et autres.
- 25 % à 40 % de rabais** sélection mode griffée pour femme Tailles courantes et petites.
- 30 % de rabais**
 - collants fins et opaques et chaussettes Mantles^{mc}
 - soutiens-gorge et slips mode Designs de WonderBra, Warner's, Olga et Maidenform

25 % de rabais

- mode printanière pour femme Nygård Collection. Tailles courantes et petites.
- mode ToGo^{mc} Sport pour femme

BIJOUX, CHAUSSURES ET ACCESSOIRES

- 50 % de rabais**
 - bijoux en or à 10 ct et 14 ct Exceptions : Charter Collection[®] et Principles[®].
 - bagages. Exceptions : bagages Eddie Bauer et ceux dont le prix se termine par 99 ¢.
- 25 % à 30 % de rabais** chaussures de ville et tout-aller Florsheim, Bostonian, Nunn Bush, Mantles^{mc}, Hush Puppies, Wolverine, Sperry, ToGo^{mc} et certains modèles Rockport et Clarks pour homme.
- 25 % de rabais**
 - sélection de montres de renom et bijoux mode Mantles^{mc}
 - chaussures de marche sportive pour elle et lui Nike et Reebok

HOMME

- 40 % de rabais**
 - pantalons tout-aller Dockers en sergé pour homme
 - chemises de ville et cravates Arrow
 - tenués d'extérieur tout-aller ToGo^{mc}, Pacific Trail et RFT de Rainforest pour lui
 - chapeaux, gants et écharpes
- 30 % de rabais** blazers et pantalons de ville pour lui Jones New York et Mantles^{mc}

ENFANT

- 50 % de rabais** sous-vêtements ToGo^{mc} pour fille Ord. 3,99 \$ à 9,99 \$. **Solde 1,99 \$ à 4,99 \$.**

MAISON

- 1 700 \$ de rabais** duos-sommeil Waterford de Simmons Grand lit. Ord. 2 799 \$. **Solde 1 099 \$.**

congélateurs Beaumark[®] en solde
Exemple. Modèle coffre de 198 l, n° 80020. Ord. 349,98 \$. **Solde 277,98 \$.**

50 % de rabais

- serviettes ToGo^{mc} Supérieur et Mantles^{mc} à jacquard fleuri et serviettes unies Wamsutta
- batteries de cuisine et articles suivis assortis Lagostina, Cuisinart, KitchenAid, Anolon, Circulon et T-Fal

40 % à 50 % de rabais

- litterie ToGo^{mc} en finette
- oreillers, couettes et couvre-matelas Laura Ashley et Wamsutta

40 % de rabais

- serviettes classiques unies Ralph Lauren
- verres à pied en cristal et en verre Exception : John Rocha.

25 % de rabais

- coordonnés et accessoires de salle de bains
- litterie Ralph Lauren

ACHATS-CHOCs GRANDES MARQUES, PRIX EXTRA!

1,99 \$ ch. vaisselle en stock suivi. Incluant assiettes, assiettes à salade, bols et chopes.	12,99 \$ trio de paires de chaussettes sport DKNY pour lui Prix de comparaison 18,50 \$.	14,99 \$ et 19,99 \$ interchangeables ToGo ^{mc} en velours pour elle	24,99 \$ chaussures robustes Trail Guide en cuir pour lui	34,99 \$ jeans Jones New York Sport pour elle	149,99 \$ batterie de cuisine KitchenAid, 9 pièces Prix de comparaison 449,99 \$. Tant qu'il y en aura.	50 % de rabais bijoux mode et bijoux en argent fin	9,99 \$ serviettes texturées Santens à jacquard En coton de couleurs variées.
--	--	--	--	--	---	---	---

Liquidation multirayon À L'AFFICHE!

MODE ET BIJOUX POUR ELLE	POUR LUI	POUR LE FOYER
<p>jusqu'à 50 % de rabais sélection mode automne-hiver ToGo^{mc} pour elle. Tailles courantes et petites.</p> <p>40 % de rabais tenues d'extérieur automne-hiver pour elle</p> <p>30 % de rabais additionnel</p> <ul style="list-style-type: none"> sélection mode griffée à prix de liquidation pour elle montres et bijoux à prix déjà réduit <p>Sur nos derniers prix étiquetés.</p>	<p>maintenant 39,99 \$ chemises de ville Nautica, Tommy Hilfiger, Jones New York, Claiborne et Hathaway. Prix originaux 60 \$ à 69,50 \$.</p>	<p>50 % de rabais vaste assortiment d'articles des fêtes</p> <p>Dans le lot : cartes en boîte, paniers-cadeaux, articles en céramique, vaisselle Nikko et Mantles^{mc}, articles de service en verre et articles en étain.</p> <p>maintenant 598 \$ à 998 \$ liquidation de canapés</p> <p>Prix originaux 1 199 \$ à 1 999 \$.</p>

SOLDE BALAYAGE... on parle de millions!

MEUBLES GROS ÉLECTROS APPAREILS ÉLECTRONIQUES DUOS-SOMMEIL

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

LE NOUVEL AN CHINOIS
notre plus importante fête. C'est une occasion de nous réunir en famille et de déposer les mets traditionnels, de faire des prières, de défiler et de partager les traditions et la culture chinoises avec les nouvelles générations.
Bonne année! 22 janvier 2004 (année du Singe)

Hbc offre ses meilleurs vœux pour les fêtes aux Canadiens de toute culture.



ACTUEL

INSOLITE

Edgar Poe a failli être privé de cognac

ASSOCIATED PRESS

BALTIMORE — Edgar Poe a bien failli être privé de son cognac français. Le mystérieux admirateur qui, tous les ans, le jour de l'anniversaire de l'écrivain, vient au milieu de la nuit dans le cimetière de Baltimore déposer sur sa tombe trois roses et une bouteille, n'a pas digéré l'opposition de Paris à la guerre en Irak.

Cette année, avec la traditionnelle offrande, l'admirateur a ajouté une note : « La mémoire sacrée de Poe et son ultime lieu de repos n'est pas un endroit pour le cognac français. Avec une grande réticence, et uniquement par respect pour la tradition familiale, le cognac est placé. La mémoire de Poe vivra à jamais ! »

La connotation politique du message a rendu un peu nerveux Jeff Jerome, conservateur du musée et de la maison de Poe à Baltimore, qui surveille le cimetière chaque 19 janvier au matin depuis 1976. « C'est moi qui ramasse les objets, a-t-il commenté, gêné de rendre publique la note. Est-ce à moi de les interpréter et de juger de ce qui doit être diffusé ou pas ? Si je le fais, alors je me pose en censeur. »

Dissimulé par une cagoule noire, l'inconnu est apparu juste avant 3 h du matin, marchant lentement sur le sol gelé du cimetière. Après avoir placé les roses et une bouteille de cognac à moitié vide sur la tombe de Poe, sous l'œil d'une dizaine de curieux qui l'attendaient, il a disparu dans les ténèbres.

Personne ne connaît l'identité du « Poe Toaster » qui porte ainsi chaque année un toast à l'écrivain. La première visite signalée remonte à 1949, un siècle après la mort d'Edgar Allan Poe à l'âge de 40 ans. Pendant des décennies, une frêle silhouette est apparue chaque 19 janvier. Puis en 1993, elle a laissé un message énigmatique qui disait « le flambeau va être repris ». Une note avait ensuite fait savoir que l'inconnu, qui est apparemment décédé en 1998, avait laissé à ses enfants le soin de perpétuer la tradition.

Ce n'est pas la première fois que le « Poe Toaster » laisse percer ses opinions. En 2001, il avait suscité l'indignation des fans de l'équipe de football américain Ravens de Baltimore en semblant prendre parti pour les New York Giants dans le Super Bowl. Les Ravens, qui tirent leur nom du plus célèbre poème de Poe, avaient gagné le match.

La presse japonaise épingle Sarkozy

AGENCE FRANCE-PRESSE

TOKYO — Le grand quotidien de droite japonais *Sankei Shimbun* a épinglé hier le ministre français de l'Intérieur Nicolas Sarkozy à la suite de propos désobligeants qu'il aurait tenus, et qu'il a aussitôt démentis, sur la culture nippone et le sport national du Japon, le sumo.

Ce week-end, plusieurs journaux, notamment le *Yomiuri Shimbun* et l'*Asahi Shimbun*, ont relaté factuellement la polémique en y voyant une « provocation », un effet de la rivalité qui oppose M. Sarkozy au chef de l'État Jacques Chirac en vue de la présidentielle 2007.

Toutefois, le *Yomiuri*, premier tirage de la presse japonaise (14,5 millions d'exemplaires), notait en titre dans son édition anglophone dominicale que c'est en Chine, la grande rivale du Japon, que le ministre français de l'Intérieur se serait livré à une critique en règle de la culture nippone.

Selon l'hebdomadaire *Paris Match*, M. Sarkozy, de passage à Hong Kong après un voyage en Chine, s'est exclamé devant des journalistes à propos des sumotoris : « Comment peut-on être fasciné par ces combats de types obèses aux chignons gominés ? Ce n'est vraiment pas un sport d'intellectuel, le sumo ! »

Il aurait également critiqué Tokyo, « capitale étouffante », et Kyoto, haut-lieu culturel du Japon dont il aurait trouvé les jardins impériaux « sinistres ». M. Sarkozy a démenti avoir tenu de tels propos.



EnviAble
pour la productivité.

Réservez vos billets dès aujourd'hui au **www.viarail.ca**

LONDON • TORONTO • KINGSTON • OTTAWA • MONTRÉAL • QUÉBEC

LES GENS QUI VOUS TRANSPORTENT

VIA Rail Canada

MC Marque de commerce propriété de VIA Rail Canada inc.