

La Presse

CAHIER B | LA PRESSE | MONTRÉAL | MARDI 29 AVRIL 2003

# BAL À VERSAILLES

Un couple digne de la cour de Versailles : Andrée Garcia et Éric Gouin qui ont trouvé leur tenue à la boutique Mode Renaissance sur la Rive-Sud.



**SOPHIE SAINT-LAURENT**  
collaboration spéciale

**T**rès haut dans la liste des événements mondains montréalais, le Bal de la Jonquille qui se tient chaque année au profit de La Société canadienne du cancer, a célébré jeudi dernier son 10<sup>e</sup> anniversaire.

Sur le thème «Pompadour et Circonstance — Un Bal à Versailles», la gare Windsor s'est métamorphosée pour l'occasion en cour du XVIII<sup>e</sup> siècle. Vêtus de leurs plus beaux atours — choisis pour leur élégance mais aussi souvent pour leur évocation du faste fabuleux d'une autre époque — quelque 650 invités issus de l'élite montréalaise s'y sont donné rendez-vous pour amasser des sous pour la cause.

Les jonquilles, fleurs emblématiques de la lutte contre le cancer, y étaient par milliers. Plus précisément, par cinquantaines de milliers, dans le décor fastueux signé Dick Walsh, concepteur d'événements bien connu ici.

La plus importante soirée de financement pour la recherche contre le cancer au Canada a donc mis le paquet pour célébrer sa première décennie d'existence. Inspirée du long règne de Louis XV, période de grande prospérité où le goût pour l'élégance et pour un raffinement de luxe s'est imposé en France, la décoration de la salle de bal était marquée par de grands lustres de verre suspendus au-dessus de chaque table, des milliers de chandelles et des petits salons conviviaux où l'on pouvait trinquer avec de fins alcools.

La mise en scène théâtrale — «on voulait un décor de drame plutôt que statique», affirme Alison Silcoff, réalisatrice du Bal de la Jonquille depuis ses débuts — était animée par des jeunes danseuses de l'École nationale de ballet contemporain. «J'ai voulu casser les idées préconçues associées à ce genre d'événement», explique Dick Walsh. «Par exemple, nous n'avons pas utilisé de tables rondes, mais plutôt de larges tables rectangulaires conçues de toutes pièces pour l'occasion», note-t-il.

Voir **VERSAILLES** en B2  
Suite du dossier en B3



Très Louis XV, Marc Bérubé et Anny Champagne avaient l'air de vrais membres de la cour avec leur tenue de Chez Ponton.



Fernanda Ivanier, portant une tenue Peter Keppler et Alison Silcoff, vêtue d'une robe Eavis & Brown, ont décidé de jouer le jeu et ont choisi, pour le Bal de la Jonquille, des tenues inspirées de M<sup>me</sup> de Pompadour et des bals au Versailles du XVIII<sup>e</sup> siècle.

**Pour la fête des mères... profitez de notre offre spéciale**

La Presse livrée à la porte du domicile de votre maman **tous les week-ends** pour les six prochains mois. Seulement **45,75 \$** taxes incluses.

**En plus** elle recevra les trois prochains numéros du magazine

Appelez dès aujourd'hui au (514) 285-6911 Interurbain (sans frais) 1 800 361-7453

## BAL À VERSAILLES



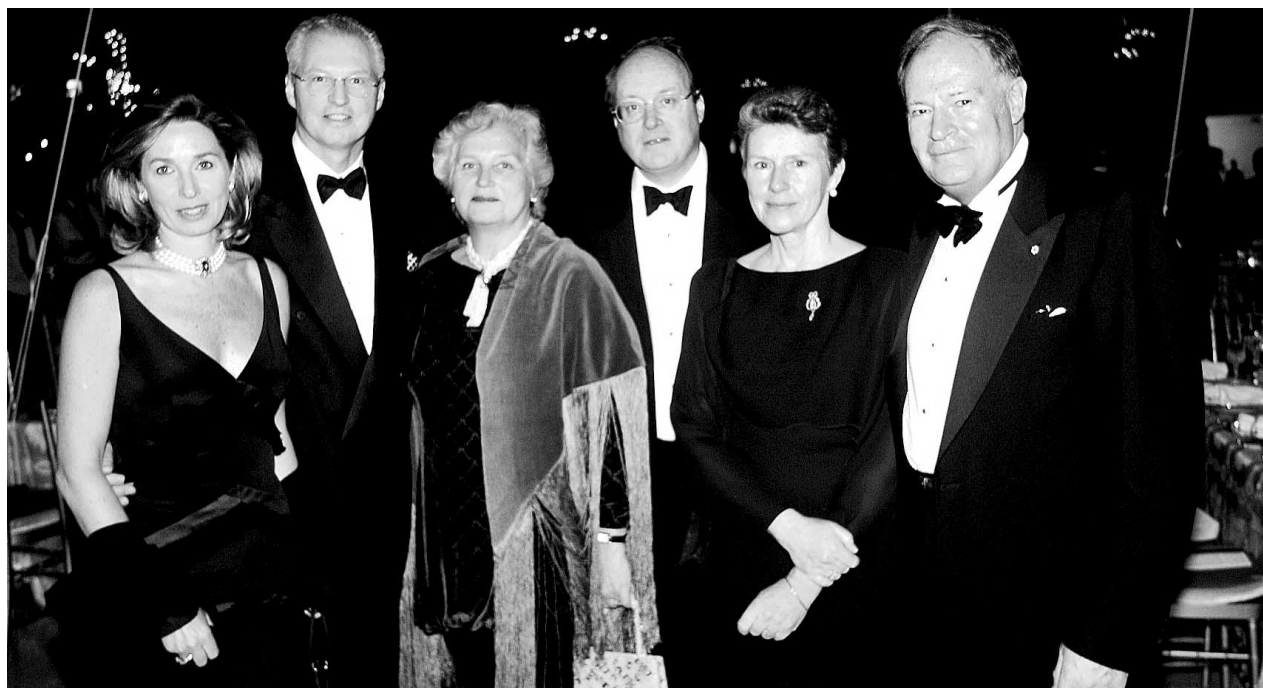
Anny Kazanjian, directrice exécutive, relations publiques et promotion chez Chanel, portait une jupe noire à traîne sous une veste galonnée d'or de la collection Chanel de 1990. À ses oreilles, des boucles aux deux C entrelacés et à son cou, un sautoir de perles orné d'une croix. Very Chanel!

Photos  
IVANOH  
DEMERS  
La Presse ©

Nadya Saputo était élégante dans une robe bandeau brodée. Elle était accompagnée de Vincent Musacchio, vêtu d'un smoking noir de marque Canali.



De gauche à droite : France Chrétien Desmarais, en Escada, André Desmarais, co-chef de la direction de Power Corporation, Lady Sarah Burns et Sir Andrew Burns (haut-commissaire de Grande-Bretagne au Canada), Rae et Roy Heenan, fondateur de Heenan Blaikie.



Brian Mulrone en smoking à veste de velours, au bras de sa femme Mila, en fourreau limette de la maison de couture québécoise Serge & Réal.

## VERSAILLES

Suite de la page B1

« Aussi, on donne toujours beaucoup d'importance à la piste de danse, alors que plusieurs ne dansent pas. Nous avons donc conçu des petits salons improvisés avec des meubles prêtés par l'Opéra de Montréal pour que les gens se détendent. C'est plus permissif, à l'image même de la Pompadour », poursuit M. Walsh.

« Cette année, nous avons investi plus que par le passé dans le décor et l'ambiance. Toutefois, même si nous avons le sens de la fête, il ne faut pas oublier qu'il s'agit d'une campagne de souscription. Je suis donc fier de dire que nos dépenses ne dépassent jamais plus de 25 % du revenu brut de la soirée, cette année incluse, et ceci grâce à la participation de généreux commanditaires », explique Alison Silcoff. Ainsi, pour la première fois cette année, les invités, qui ont déboursé au moins 1000 \$ par couvert, ont siroté du vrai champagne — gracieuseté de la SAQ — plutôt que du vin mousseux. Afin de rendre hommage à la maîtresse favorite de France, la marquise de Pompadour qui a régné à la cour en arbitre des élégances, la prestigieuse brochette d'invités était invitée à se vêtir de costumes d'époque. Seuls quelques audacieux, dont Lise Thibault, lieutenant-gouverneur du Québec, ont osé les habits de style Louis XV. On a bien vu, donc, une dizaine de robes à la française empruntées à des costumiers comme Joseph Ponton Costumes et Les Costumières de la reine.

Corps à baleines ornés de broderies ou d'échelles de rubans étriquaient la taille pour accentuer l'effet de largeur aux hanches — une des lubies de la mode du XVIII<sup>e</sup> siècle — créé par des jupes amples parfois soulevées par des paniers. Certaines ont cependant choisi des atours contemporains empruntant à

l'influence Pompadour. Ainsi, on a vu des robes modernes aux silhouettes composées de corsages bustier et de jupes amples. Nadya Saputo, par exemple, était fort élégante dans une robe bicolore brodée digne d'une princesse, achetée à la boutique Gala de Westmount.

Parmi la gent masculine, il y a eu peu d'admirateurs du costume Louis XV. « J'évaluais qu'environ 10 % des invités choisiraient une tenue d'époque, mais il semble que je me sois trompé et que c'est plutôt autour de 1 % », déclare en riant Éric Guoin, l'un des deux ou trois hommes présents à avoir revêtu le pantalon aux genoux et la veste longue.

La majorité des invités a donc préféré le minimalisme à l'exotisme rococo. Les hommes arborant le traditionnel et sobre smoking noir laissaient donc toute la place à leur conjointe en cette soirée au chic ostentatoire. Le smoking le plus audacieux? Celui de Dick Walsh, décorateur de l'événement, qui portait une création de John Galliano dont les revers de la veste étriquée scintillaient de paillettes oblongues noires.

Parmi les plus élégantes, notons la toujours splendide Mila Mulroney, qui volait décidément la vedette avec une longue et satinée robe à bretelle unique dans une teinte de vert limette griffée Serge et Réal, des couturiers montréalais.

La comédienne Sharon Stone, en tournage actuellement dans la métropole, a fait une entrée tardive — et remarquée — pour le dîner, vêtue d'une robe seconde peau noire couverte de paillettes, « très sexy », selon les dires de plusieurs. Quoi que quelques robes aient été signées par les plus prestigieux créateurs de mode internationaux comme Emanuel Ungaro, Dolce & Gabbana et Chanel, certaines dames ont acheté québécois. Le plus souvent, il s'agissait de créations de Marie Saint Pierre. D'autres ont avoué candidement avoir choisi des tenues sans nom. C'est le cas notamment de Audrey Best-Bouchard, femme de l'ex-premier ministre Lucien Bouchard, qui portait une robe jupon perlée et non griffée.

Il est clair que le Bal de la Jonquille est l'un des plus beaux et des plus chic événements montréalais, mais au-delà des invités de marque, des tirages de cadeaux de luxe — notamment un safari pour deux en Afrique! —, du festin gastronomique à sept services, des tenues et des bijoux, il y a aussi les sous qu'on va chercher pour la lutte contre le cancer. « Cette année, nos revenus nets sont de 1 579 000 \$. C'est une somme record pour le Bal! Nous avons augmenté nos recettes de près de 80 000 \$ par rapport à l'an dernier », a affirmé Alison Silcoff, visiblement satisfaite au lendemain de l'événement.

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

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

Si vous possédez un manteau de fourrure, de cuir ou de mouton retourné

**L'ENTREPOSAGE EST ESSENTIEL** pour prolonger la beauté et la DURABILITÉ de votre vêtement.

Offre spéciale de 10 \$ pour les manteaux de tissu.

**10%** de rabais pour l'âge d'or

**15%** de rabais sur les contrats de 3 ans et plus.

Cueillette gratuite dans un rayon de 100 km autour de Montréal

**Labelle Fourrure**  
Depuis 1910

6570, rue Saint-Hubert, Montréal  
(514) 276-3701

Labelle.fourrure@sympatico.ca

Lingerie **Fadia-K** inc.

**Bikini Vacances**

Maillots de bain pour toute la famille à prix d'entrepôt de 2495\$ à 265\$

Les plus grandes marques

Soleil (Fadia K)  
Huit, O.P.  
Christina, XoXo  
Linea Mare, Kess  
Gottex, etc.

10 000 maillots en inventaire à Laval.

3245, autoroute 440 Ouest  
Laval (Québec) (450) 687-9863  
Valleyfield (450) 373-8888

18 jours  
autour du monde

DU VENDREDI 25 AVRIL AU DIMANCHE 11 MAI 2003

PARIS MILAN NEW YORK ROCKLAND

Around the World  
in 18 Days

APRIL 25 TO SUNDAY, MAY 11, 2003

PLUS DE 950 \$ DE RABAIS!

Value Certificate Booklet

Livret certificats-valeur

CENTRE ROCKLAND  
Un monde en soi

Jusqu'au  
dimanche 11 mai  
**18 jours**  
autour du  
monde!

Le Centre Rockland s'habille des dernières tendances printanières confirmées partout dans le monde. Ne manquez pas le monde de rabais que vous réserve notre Livret certificats-valeur, disponible au kiosque du service à la clientèle.

Concours  
Evasion

Participez au concours et vous pourriez gagner un des prix suivants:

1<sup>e</sup> prix:

Un séjour d'une nuitée pour 2 personnes à l'auberge **Le Baluchon** en Mauricie;

2<sup>e</sup> prix:

Un séjour de 2 nuitées pour une famille de 4 à la ferme **La Rabouillère** à Saint-Valérien;

3<sup>e</sup> prix:

Une corbeille de produits parfumés pour femmes de **la Baie** du Centre Rockland.

Détails et règlements du concours disponibles au kiosque du service à la clientèle

CENTRE  
**ROCKLAND**  
Un monde en soi

Plus de 185 magasins et services, dont la Baie, Linen Chest, la SAQ et Chapters. Stationnement intérieur gratuit.

Angle l'Acadie et Métropolitain  
Métro l'Acadie, autobus N° 179  
Métro Crémazie, autobus N° 100 Ouest

## MODE

## Style

SOPHIE ST-LAURENT  
collaboration spéciale

## LE TOUR DU COU REPREND LE COLLIER

► Les bijoux imposants avaient la cote en ce 10<sup>e</sup> Bal de la Jonquille. Quoique plusieurs élégantes aient arboré des boucles d'oreilles chandeliers — l'une des grandes tendances observées notamment aux Oscars — ou encore des broches ornées de pierres (Mila Mulrony portait d'ailleurs une broche Cartier à l'épaule), la palme de la popularité revient au chic tour du cou perlé. Aucun autre accessoire moderne n'aurait pu mieux rendre hommage à la mode du XVIII<sup>e</sup> que ce fameux collier à deux ou trois rangs de perles garnis au centre d'un camé ou encore d'une grosse pierre brillante. Ce joyau enlaçait le cou de plusieurs femmes dont celui de Cathy Winterstern, à qui l'on doit d'ail-leurs la présence de Sharon Stone au bal.

## PIEDS NICKELÉS

► L'un des accessoires les plus en vogue pour l'été 2003 ? La chaussure métallique. Vus sur les podiums de Prada à DKNY en passant par Gucci et Celine, les escarpins de couleur argent, bronze ou or s'affichent comme un incontournable aux pieds des *fashionistas*. Pour la belle saison, on casse donc la sobriété du ton sur ton en accessoirisant, par exemple, une robe noire ou blanche avec une sandale argent. À l'occasion du Bal de la Jonquille, certaines arboraient déjà cette tendance, comme Amelia Saputo, conjointe de Lino Saputo Jr. Sa robe à volants brique signée Ungaro s'est trouvée rehaussée par une chaussure argent métallique de Gucci.



## CHANEL FAIT MOUCHE

► Dans la salle de bains des dames, deux artistes maquilleuses de Chanel offraient des retouches maquillage gratuites en plus d'appliquer à celles qui le désiraient une petite mouche, grain de beauté artificiel qu'adoraient les courtisanes au XVIII<sup>e</sup> siècle. *La Presse* a observé la maquilleuse Caroline Théorêt en plein action sur son modèle Dominique St-Laurent. Donc, si l'envie vous prend de vous faire une mouche, voici ce que vous devez faire. Poudrez d'abord votre peau, appliquez délicatement un point près de la bouche avec la mine d'un crayon noir ou marron et repoudrez. Idéal pour camoufler une petite imperfection de peau indésirable !



## COURRIER

## Se chausser en tout confort

LOUISE LABRECQUE  
collaboration spéciale

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

**Q** J'arrive bientôt à mes 70 ans. Je n'ai cependant pas perdu le goût de suivre la mode. Mais je ne peux plus porter de souliers fins à cause des blessures que je me suis faites, en imposant pendant 50 ans à mes pieds longs et larges des souliers pointus et à talons hauts. Je paie pour cela maintenant ! Je dois assister à une noce cet été. J'arrive mal à m'imaginer en gros sabots avec une tenue chic. Que me conseillez-vous ?

**R** LOUISE: On dit que 88 % des femmes achètent des chaussures trop petites, préférant la sublimité d'une courbe au détriment du confort des pieds ! Il est vrai qu'il est parfois difficile de résister à une délicate sandale (qui lacère et marque le talon !) ou à un magnifique escarpin à bout pointu et à talon haut effilé (qui comprime les orteils et rend la démarche chancelante !).

Mais les femmes d'aujourd'hui ne sont plus prêtes à sacrifier leur confort et recherchent, comme vous, des chaussures mode, esthétiques et adaptées à leur rythme de vie. Les grandes compagnies l'ont compris et proposent des modèles répondant à ces critères, dans des longueurs et des largeurs appropriées. Fini les gros sabots ou les godasses à large semelle ! Vous trouverez sur le marché des chaussures de marche ou de sortie d'allure mode et confortables qui reflètent les goûts de la femme de tout âge : espadrilles rétro et design, souliers de bowling actualisés, mocassins profilés, escarpins à bout carré ou arrondi, richelieus colorés, mules décorées...

Mais encore faut-il savoir se chausser ! Louis Villeneuve, orthésiste et président de Chaussure Villeneuve, explique que les pieds sont rarement identiques. C'est pourquoi il conseille de toujours chausser son pied le plus long et d'ajuster la chaussure à l'autre pied à l'aide d'une semelle. Il est aussi très important de ne pas négliger la largeur du pied. «Les chaussures que l'on retrouve en boutiques sont généralement de largeur standard, mais les pieds de la majorité des hommes, des femmes et des enfants, ne le sont pas. C'est pourquoi tant de personnes ont du mal à se chausser et souffrent des pieds.»

Pour un soulier élégant et confortable, recherchez un talon cubain de 1 1/2 pouces de haut et de forme carrée. Ce talon assure plus de stabilité et aide à répartir le poids du corps sur le pied en entier (au contraire du talon fin).

Aussi, une chaussure moyennement fermée assure un meilleur maintien du pied, l'empêchant de glisser. Certaines compagnies proposent même des escarpins fermés faits de tissu ajouré et transparent donnant ainsi l'aspect d'une sandale. Idéal pour les tenues légères de l'été.

Pour les pieds larges, laissez de côté les souliers de marque italienne qui, aussi magnifiques soient-ils, chaussent mieux les pieds étroits et de largeur moyenne. Préférez les marques allemandes (Semler, Ara) ou américaines (Rockport, Clark's, Ecco)

Louis Villeneuve conseille aussi d'éviter les semelles de cuir qui restent rigides et qui s'affaiblissent avec l'eau et l'usure du temps. Recherchez une semelle synthétique de qualité qui absorbe les chocs et adhère au sol.

Voici quelques adresses où vous retrouverez des chaussures élégantes et confortables :

Aerosoles : Place Eaton, (514) 287-0076, La Baie, [www.aerosoles.com](http://www.aerosoles.com)

Chaussure Tony: 1346, Green, Montréal, (514) 935-2993

Terra Firma : centre Eaton (514) 288-6006

Tony Papis : 1822, Mont-Royal est (514) 521-0820

Villeneuve Chaussures et Laboratoire orthopédique : 123, boulevard Industriel, Repentigny (450) 581-0140 [www.chaussuresvilleneuve.com](http://www.chaussuresvilleneuve.com)

## BEAUTÉ

PAUL-ÉMILE LÉVESQUE



## PRÉSENCE D'UNE FEMME

LA MARQUE Mont Blanc est bien connue pour ses produits de luxe, dont ses célèbres plumes et stylos couronnés d'une petite étoile blanche. Les montres et les bijoux sont venus s'ajouter à la gamme. L'an dernier, Mont Blanc s'est attaquée au marché de la parfumerie masculine avec *Présence*. Cette année, ce sont les femmes qui ont droit aux attentions de la maison. *Présence d'une femme* est une fragrance qui s'intègre parfaitement à la philosophie de la marque. On mise sur le luxe. Le jus et le magnifique flacon ne décevront pas les inconditionnels. Ce parfum ambré (ou oriental) fleuri s'amorce sur une note de départ un peu sucrée (ananas) et ronde, presque capiteux. Les fines notes fleuries (cyclamen et orchidée) sont vite rejointes par les notes de fond boisées et vanillées. Le créateur a su «remplir» la commande. Un très beau parfum dont tous les accords s'harmonisent délicatement et qui laisse un sillage assez puissant sans être linéaire. De quoi se sentir au sommet.

Vaporisateur, 50 ml, 66\$. En vente chez La Baie.



## SENSI

GIORGIO ARMANI lance un autre parfum féminin dans la famille ambré/fleuri/boisé: *Sensi*. Dans ce groupe olfactif, Armani est entouré de grands noms de la parfumerie tels Caron, Guerlain ou Chanel. Je me réjouis que de nouveaux arrivages tentent de renouer avec les traditions de la grande parfumerie en proposant des fragrances qui se démarquent enfin. *Sensi* mise sur la qualité de ses matières premières et leur délicat dosage. Lime et acacia pour la fraîcheur du départ, jasmin et orgeat (une émulsion d'amande douce et amère) pour un peu de rondeur et de moelleux et finalement des notes vanillées du bois de palissandre et le benjoin viennent appuyer le tout. Le résultat : un parfum frais, discret, mais qui laisse un sillage captivant dont on se souvient. Il est trop tôt pour parler d'un classique — évidemment — mais parions que cette fragrance ne fera pas que passer aux comptoirs de parfumerie. Ah oui, *Sensi* s'adresse plutôt aux femmes chic qu'aux petites filles.

Vaporisateur, 50 ml, 75\$. En vente chez La Baie.



## KINGDOM

KINGDOM EST le premier parfum féminin du couturier Alexander McQueen. Il propose une fragrance boisée-épicée-fleurie, une gamme de parfums surtout associée à la gent masculine (boisé-épicé). Cela étant dit, *Kingdom* est un très beau parfum rond, chaud avec juste ce qu'il faut de fraîcheur (rose, jasmin) pour être présenté comme une fragrance féminine. Les effluves de départ (agrumes) sont très vite rejoints par les notes de fond (bois de santal, vanille, musc et gingembre entre autres) puis apparaissent les notes fleuries. La composition, pas du tout linéaire, se développe harmonieusement et son sillage laisse une impression d'ampleur presque sensuelle. Une première très réussie et qui se démarque. Vaporisateur, 50 ml, 78\$ Chez Holt Renfrew

## SKIN



LA DERNIÈRE création de la maison italienne Trussardi souffle à la fois le frais et le chaud. Les notes de départ fraîches et fleuries s'épanouissent tout en douceur. Elles sont vite rejointes par les notes de fond plus marquées (cèdre, patchouli) mais qui ne viennent qu'appuyer les accords de bergamote, de mandarine, de violette et de pomme du départ. La beauté de cette fragrance tient au fait que toutes les notes s'épanouissent à la manière d'un beau bouquet floral avec un petit quelque chose de piquant. Un beau parfum fleuri avec une touche «moderne» qui laisse un sillage intrigant.

## | JOAILLERIE |

# Une Montréalaise chez Donna Karan

LUCIE LAVIGNE

**Nathalie Jean, 39 ans, est une battante. Un bout de femme (50 kg, 1,65 m) qui ne s'arrête jamais. Une dynamo. Le genre perfectionniste. Avant d'en rajouter, elle avoue : « Je suis un peu control freak. »**

Née à Montréal, elle étudie l'architecture et claque la porte de son loft de la rue Clark pour s'envoler vers Milan. Nous sommes en 1988. Elle est engagée par l'un des gourous du design italien : Ettore Sottsass. Elle travaille à son studio et, plus tard, y rencontre son mari, Mario Milizia, chef du département de design graphique.

Aujourd'hui, la Québécoise a une petite fille, Agata, et des bijoux en argent qui sont exposés à la boutique Donna Karan, avenue Madison à New York. Mais que s'est-il passé entre la rue Clark et la chic avenue Madison ?

Nathalie Jean parle vite, en fran-



**Nathalie Jean, portant un de ses créations, le collier « Cravatte » en argent.**

çais comme en italien. Hop ! La voilà sur son vélo. C'est dimanche. Pas grave. Elle file vers son atelier pour travailler. Madame est une passionnée. En un mot, une *workaholic*.

Lors de notre rencontre à Milan,

pendant la foire du meuble, elle venait de terminer l'aménagement du salon de coiffure Di Luca, une des adresses courues par le gratin de la mode milanaise. Elle explique qu'il lui faut toujours du temps pour réaliser un projet d'architecture intérieure. Au total, quatre ans ont été nécessaires pour réaliser ce salon de coiffure. « J'ai tout dessiné, dit-elle, des lavabos jusqu'aux chaises en passant par les lampes et les poignées. Les clients doivent être très patients avec moi. »

Cette minutie se retrouve aussi dans ses créations de bijoux. Tout est savamment calculé. Tout est finement dessiné. Sa collection Saphir, celle qui a charmé Donna Karan, designer-vedette de la mode américaine, est faite entièrement à la main, dans son atelier de la rue Franchetti.

Son inspiration ? Les configurations angulaires du saphir vu au microscope. À lui seul, l'énorme collier « pectoral », une véritable oeuvre d'art, a exigé près de 300 heures de travail et de peaufinage. Le prix ? Faramineux : 15 000 \$ US ! Autrement, les bracelets, tours

de cou, colliers « Cravatte », boucles d'oreilles ou bagues sont offerts à des prix oscillants entre 960 \$ et 8000 \$ US !

« J'adore faire des éditions très limitées ou même des pièces uniques », justifie la touche-à-tout.

Peu importe ce qu'elle conçoit, Nathalie Jean, qui adore la biologie et les mathématiques, tente chaque fois de révéler la forme cachée de la nature. Étonnamment, elle fait cohabiter science et joaillerie et le résultat est fascinant.

C'est Carla Sozzani, prêtresse de la branchitude milanaise et propriétaire du célèbre 10 Corso Como (à la fois boutique, restaurant et, dorénavant, minihôtel design), qui a exposé sa toute première collection de bijoux. C'était en 1998 et, à l'époque, les créations de la Montréalaise étaient en carton couvert de feuilles d'or. Leur forme ? Plutôt complexe. La créatrice explique que des modèles de géométrie rotatoire 3D l'ont inspirée.

Ces premiers modèles de « joyaux » expérimentaux l'ont lancée dans le milieu. « Carla Sozzani m'a permis de présenter mes créa-

tions à un public extraordinaire, explique Nathalie Jean. Les rédactrices des magazines *Elle* et *Vogue* (de Paris, d'Italie et d'Allemagne) ont pu voir mon travail. » Ce sont d'ailleurs ces bijoux hors du commun qui ont d'abord piqué la curiosité de Donna Karan.

« Elle en a acheté deux. Je ne pensais jamais en vendre. C'était hyper cher et en carton », confie celle qui, depuis cet épisode, a la piquère pour la joaillerie. La vraie. En métal.

L'architecte a suivi des cours du soir chez un orfèvre. Elle a même convaincu son professeur de modelage, Azusa, une Japonaise très perfectionniste, de travailler pour elle à temps plein.

Dernièrement, les bijoux de Nathalie Jean ont encore séduit. Après Donna Karan, cette fois un prestigieux fabricant de meubles milanais et un galeriste parisien s'intéressent aux oeuvres de la Québécoise. « Chaque fois que je sors avec un de mes bijoux, dit-elle sans prétention, je rencontre quelqu'un qui veut l'acheter instantanément ou qui s'intéresse tout à coup à moi. »

## SHISEIDO

The Makeup

À la demande générale...  
**Team Shiseido sera à la Baie, rue Sainte-Catherine O., du 8 au 10 mai.**

Laissez notre équipe de spécialistes révéler votre beauté grâce à l'un de ces services gratuits :

- métamorphose beauté Shiseido;
- analyse évoluée de la peau avec le système MMS (Multi-Micro Sensor).

Ou offrez-vous un moment de détente :

- massage facial relaxant Shiseido.

Tout cela pour rehausser au maximum votre sentiment de beauté et de bien-être absolu. À vous d'en profiter!

Shiseido vous invite à bénéficier de l'un ou de l'ensemble de ces services, gracieusement de Team Shiseido. Aucun achat requis.

Prenez rendez-vous dès aujourd'hui en téléphonant au (514) 281-4422, poste 2643.

**Pour un temps limité seulement, avec tout achat de 43 \$ et plus de produits Shiseido, vous recevrez en prime la trousse de soin Le pouvoir de sublimer la beauté.**



la **Baie** encore plus

OBTENEZ JUSQU'À 50% PLUS DE POINTS\* EN UTILISANT CONJOINTEMENT VOTRE CARTE DE CRÉDIT HBC ET VOTRE CARTE PRIMES HBC.

\*Certaines exceptions s'appliquent. Précisions en magasin.

## HEC MONTRÉAL

CHAIRE DE COMMERCE ÉLECTRONIQUE  
RBC Groupe Financier

### CONSOUMATEURS RECHERCHÉS

Afin de participer à des recherches sur la consommation et les nouvelles technologies de l'information.

Inscrivez-vous sur le site de la Chaire de commerce électronique RBC Groupe Financier et courez la chance de gagner 500 \$. De plus, pour chaque participation à une étude, vous pourriez recevoir une rémunération pouvant aller jusqu'à 50 \$.

Dirigée par Jacques Nantel, professeur titulaire, la Chaire a pour mission de mieux comprendre l'influence des nouvelles technologies de l'information sur les consommateurs.

Inscrivez-vous en ligne à :

[www.hec.ca/chairerbcc](http://www.hec.ca/chairerbcc)

3135815A

3135824

## ESCAPADE AU VOLANT D'UN PATHFINDER « ÉDITION CHILKOOT » 2003 EXCLUSIF\*\*

UN VÉRITABLE VUS POUR L'AVENTURE



### CARACTÉRISTIQUES DE SÉRIE DU PATHFINDER « ÉDITION CHILKOOT » :

• Moteur VQ, 3,5 litres de 240 chevaux maintes fois primé • Boîte automatique surmultipliée à 4 rapports • 4 roues motrices tout-mode (bouton de commande du système 4RM automatique) • Système audio Bose™ amélioré (150 watts) avec autochangeur de 6 CD • Commandes audio sur le volant de direction • Siège du conducteur à 8 réglages • Plaque numérotée avec le nom « Chilkoot » gravé • Filet décoratif et insigne sur hayon • Chilkoot • • Dispositif antiblocage des roues • • Différentiel à glissement limité • Pneu P245/70 R16 • Roue de secours pleine grandeur • Plaque de protection du réservoir de carburant • Pare-boue (avant et arrière) • Banquette arrière à dossiers rabattables séparés 60/40 • Climatiseur • Régulateur de vitesses • Lève-glaces électriques (abaissement automatique) • Verrouillage/déverrouillage électrique des portes • Télécommande de verrouillage/déverrouillage des portes • Rétroviseur électrique à glace dégivrante • 3 prises de courant 12 volts • Colonne de direction inclinable • Aftichage de la température extérieure • Essuie-glaces arrière • Coussins gonflables (conducteur et passager) • Antivol • Verrouillage de sécurité-enfant aux portes arrière • Phares à allumage/extinction automatique • ET BEAUCOUP PLUS...

Obtenez tout ceci et beaucoup plus pour seulement **399\$** par mois, location de 48 mois avec 3995 \$ d'acompte.\*  
Frais de transport et de préparation inclus.

OU  
taux de financement de **1.8%** pour 36 mois à l'achat.\*

**CHILKOOT** Partenaire du Groupe Cité (514) 739-3175  
**Cité** Super Centre Nissan Montréal depuis 20 ans  
**NISSAN** 3500 Jean-Talon ouest  
Namur

Les prix indiqués sont les prix de vente. Et doivent toujours être combinés. \*\*Disponibles seulement au Canada. Offre d'une durée limitée et modifiable sans préavis pour le nouveau Pathfinder - Édition Chilkoot - 2003 à boîte automatique (S00273 AE20). \*Pour le Pathfinder, taux de 1.8% pour une location de 36 mois - 30 000 \$ à 1.8% par année pendant 36 mois équivaut à des mensualités de 855.00 \$. Les frais d'entretien sont de 898.78 \$ pour des frais de location de 30 000.00 \$. \*\*Autres taux de financement sont disponibles pour les autres modèles. Taux de location pendant 48 mois pour le Pathfinder - 4.9% comptant de 3995 \$ (2 995 \$ pour le modèle à boîte manuelle, certains caractéristiques de série offerts, ou échange équivalent. Location basée sur une base de 30 000 \$. Assurance additionnelle à 112.5 \$/an. Si ces options sont choisies et que les frais d'achat au comptant ne sont pas réglés, le taux d'intérêt en vigueur est le même. Toutes les offres sont sujettes à l'approbation du crédit et comprennent les frais de transport et de préparation. Taxes, assurance et immatriculation en sus à la transaction. Veuillez noter que certains concessionnaires Nissan pour tous les détails. Ces offres ne peuvent être combinées à aucune autre. Les concessionnaires peuvent établir des prix de vente/location individuels. Il est possible que certains véhicules ne soient pas disponibles chez certains concessionnaires. Les véhicules peuvent différer de celui montré. Nissan du Québec La Capitale - FIC200303 - et les autres des modèles Nissan sont des marques de commerce de Nissan.

## VOUS AVEZ UN ÉVÉNEMENT À CÉLÉBRER ?

Soulignez-le ! **La Presse**



### DIPLÔME

Félicitations à notre fils Jean-Charles qui vient de terminer avec succès son baccalauréat en administration. Bonne chance. Tes parents Evelyne et Robert.



### MARIAGE

Marc est orléanais, ambitieux et créatif. Isabelle aime rire, la cuisine japonaise et le plein air. Mélangez le tout et vous obtenez le plus beau couple de nouveaux mariés. Félicitations aux tourtereaux. Amis et familles.



### ANNIVERSAIRE

Ils se sont aimés dès la première seconde. La vie, parfois généreuse de son temps, leur a donné 40 ans de plus pour continuer... Félicitations aux tourtereaux Paul et Carole Tremblay. Gros bisous de toute la famille.

Ces annonces sont publiées tous les dimanches dans La Presse.

Composez le (514) 285-6999

Appels interurbains (sans frais) 1 866 987-8363

ARCHITECTURE

# Concours pour le monument du WTC

MICHEL MOUTOT  
Agence France Presse

NEW YORK — New York a donné hier le coup d'envoi du concours international destiné à choisir le monument qui sera érigé à Ground Zero à la mémoire de toutes les victimes des attentats du 11 septembre 2001.

Architectes et artistes, professionnels ou amateurs du monde entier, ont deux mois, jusqu'au 30 juin, pour présenter leur projet, avec un choix définitif prévu en octobre.

Ils devront pour cela d'abord s'enregistrer, avant le 29 mai, auprès de la Lower Manhattan Development Corporation (LMDC), l'organisme créé au lendemain des attaques terroristes pour superviser la reconstruction du site de World Trade Center.

Afin de mettre en place un processus le plus ouvert possible, les enregistrements sont ouverts à tous les candidats, américains ou étrangers, à condition d'avoir plus de 18 ans et de verser un droit de 25 \$.

Un site Internet a pour cela été mis en place : [www.wtcsitememorial.org](http://www.wtcsitememorial.org). Toutes les candidatures seront anonymes pour éviter tout favoritisme, ont assuré les organisateurs au cours d'une conférence de presse.

Un jury de 13 personnes comprenant des architectes, des artistes et des membres des familles de victimes, sera chargé de sélectionner dans le courant de l'été cinq finalistes, auxquels il sera demandé d'affiner leurs projets.

Ils seront exposés pendant plusieurs semaines dans les galeries du World Financial Center, un ensemble d'immeubles adjacents au site de Ground Zero afin de permettre au public de donner son avis.

Puis le jury, qui compte notamment dans ses rangs Maya Lin, créatrice du monument à la mémoire des vétérans du Vietnam à Washington, prendra une décision définitive dans le courant du mois d'octobre.

Les travaux de construction du monument commémoratif, qui sera inclus dans le projet d'ensemble de renaissance de ce qui fut le World Trade Center conçu par l'architecte Daniel Libeskind, devraient commencer au début de 2006.

« Ce monument ne sera pas seulement un hommage à ceux que nous avons perdus, mais une célébration de la vie elle-même, même pendant nos heures les

plus sombres », a déclaré le président de la LMDC, John Whitehead. « Il rappellera l'héroïsme du 11 septembre, mettra en lumière le meilleur de l'humanité et la persistance de la démocratie. »

Ce monument ne sera pas érigé seulement pour honorer la mémoire des 2795 personnes ayant trouvé la mort dans l'effondrement des tours jumelles à New York, mais aussi celle des 184 personnes tuées dans l'attaque contre le Pentagone et des 40 ayant péri dans le crash de leur avion détourné près de Shanksville, en Pennsylvanie.

La liste des victimes sera également allongée de six noms, ceux des victimes tuées le 12 février 1993 dans le premier attentat islamiste contre le World Trade Center, quand un camion piégé a explosé dans les sous-sols de l'une des deux tours.

Des voix s'étaient élevées à New York pour réclamer qu'une portion du monument soit consacrée spécialement à un hommage aux pompiers, policiers et secouristes ayant péri en tentant de venir en aide aux personnes prisonnières des tours en feu, mais les autorités new-yorkaises ont repoussé cette suggestion.

**Pour un sourire resplendissant!**  
Confiez votre sourire à la Clinique de denturologie  
**Michel Desbois d.d.**  
**denturologiste**  
et à son équipe de professionnels

- Première consultation gratuite
- Service d'implantologie

**100 \$ de rabais** à l'achat de chaque prothèse dentaire sur présentation de ce coupon lors de votre première visite  
Valable jusqu'au 30 avril 2003

**Ouvert le samedi**

Clinique de denturologie  
**Michel Desbois d.d.**  
denturologiste

3025, chemin de Chambly, Longueuil • 450 674-1319  
Bureau à Granby: 318, rue Principale • 450 770-7007

## Captez l'émotion!



### Canon PowerShot S-230

- Appareil photo numérique
- Zoom 2X optique équivalent 35-70 mm
- Résolution 3 millions de pixels
- Conception ultrarimée et compacte
- 5 modes d'effets spéciaux photo

**579,99 \$**

Incluant : carte mémoire 16 Mo et accessoires

**RECEVEZ 50 \$**  
D'IMPRESSION PHOTO NUMÉRIQUE.

### Canon PowerShot S-45

- Appareil photo numérique
- Zoom 3X équivalent 35-105 mm
- Résolution 4 millions de pixels
- Exposition automatique, semi-automatique et manuelle
- Mode vidéo avec son



**799,99 \$**

Incluant : carte mémoire 32 Mo et accessoires

**RECEVEZ 50 \$**  
D'IMPRESSION PHOTO NUMÉRIQUE.



### Canon PowerShot G-3

- Appareil photo numérique
- Résolution 4 millions de pixels
- Zoom 4X équivalent 35-140 mm
- Écran pivotant
- Télécommande sans fil inclus
- Sabot de flash intégré

**1 069,99 \$**

Incluant : carte mémoire 32 Mo et accessoires



## L.L. Lozeau

LE GRAND CHEF DE LA PHOTOGRAPHIE ET DES TECHNOLOGIES DE L'IMAGE  
(514) 274-6577  
[www.lozeau.com](http://www.lozeau.com) | 6225, St-Hubert  
Montréal, Québec  
1-800-363-3535

Valide jusqu'au 9 mai 2003.



# SUZUKI

## Nos prix aussi méritent un prix !

# C'EST VRAI



### SUZUKI AERIO FASTBACK 2003

145 ch., RADIO AM/FM/CD À 4 HAUT-PARLEURS, DEUX COUSSINS GONFLABLES, GLACES ÉLECTRIQUES.

**13 995 \$\***  
prix d'achat comptant

### SUZUKI AERIO FASTBACK AWD 2003

TRACTION INTÉGRALE, 145 ch., TRANSMISSION AUTOMATIQUE, RADIO AM/FM/CD À 4 HAUT-PARLEURS, CLIMATISEUR, DEUX COUSSINS GONFLABLES.

**17 995 \$\***  
prix d'achat comptant



**MEILLEUR CHOIX**  
INSTITUT D'ASSURANCE MOURLA SÉCURITÉ ROUTIÈRE



« MEILLEUR ACHAT » SELON LE CONSUMERS DIGEST

### SUZUKI AERIO BERLINE 2003

145 ch., RADIO AM/FM/CD À 4 HAUT-PARLEURS, DEUX COUSSINS GONFLABLES, GLACES ÉLECTRIQUES.

**13 795 \$\***  
prix d'achat comptant



PRIX 2003 DU VÉHICULE LE PLUS SENSIBLE À L'ENVIRONNEMENT

### SUZUKI VITARA 4 PORTES 2003

4x4 DRIVE SELECT, DEUX COUSSINS GONFLABLES, SERVODIRECTION.

**18 995 \$\***  
prix d'achat comptant

ou location à partir de **259 \$\***  
48 mois, transport et préparation inclus

0 \$ DÉPÔT DE SÉCURITÉ POUR LA LOCATION DE TOUS LES MODÈLES 2003\*



1<sup>er</sup> VUS AVEC MOTEUR V6 EN AMÉRIQUE DU NORD

### SUZUKI GRAND VITARA 2003

V6, 165 ch., RADIO AM/FM/CD À 6 HAUT-PARLEURS, DEUX COUSSINS GONFLABLES, GLACES, RÉTROVISEURS ET SERRURES ÉLECTRIQUES.

**20 995 \$\***  
prix d'achat comptant

ou location à partir de **279 \$\***  
48 mois, transport et préparation inclus

0 \$ DÉPÔT DE SÉCURITÉ POUR LA LOCATION DE TOUS LES MODÈLES 2003\*



MEILLEURE COTE AUX ESSAIS DE COLLISION DE L'IIHS

### SUZUKI XL-7 2003

V6, 183 ch., FREINS ABS, CLIMATISEUR, RADIO AM/FM/CD À 6 HAUT-PARLEURS, DEUX COUSSINS GONFLABLES, GLACES, RÉTROVISEURS ET SERRURES ÉLECTRIQUES.

**23 995 \$\***  
prix d'achat comptant

ou location à partir de **299 \$\***  
48 mois, transport et préparation inclus

0 \$ DÉPÔT DE SÉCURITÉ POUR LA LOCATION DE TOUS LES MODÈLES 2003\*

### OU CHOISISSEZ

**0%** FINANCEMENT À L'ACHAT\*\* POUR 48 MOIS SUR TOUS LES MODÈLES 2003



**SUZUKI**  
C'EST VRAI

AERIO DE SUZUKI ET XL-7 DE SUZUKI « MEILLEUR ACHAT » SELON LE CONSUMERS DIGEST



L'INSTITUT D'ASSURANCE POUR LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE A DÉCERNÉ LA MEILLEURE COTE AU TEST DE COLLISION FRONTALE À 64 KM/H À L'AERIO DE SUZUKI ET AU XL-7 DE SUZUKI.



VOUS SEREZ ENCORE PLUS ÉTONNÉ EN VISITANT VOTRE CONCESSIONNAIRE SUZUKI OU LE [WWW.SUZUKI.CA](http://WWW.SUZUKI.CA)

GIROUX LABELLE SUZUKI Ste-Agathe (819) 326-1615  
SUZUKI DE LAVAL Laval (450) 682-4000  
ST-HUBERT SUZUKI St-Hubert (450) 676-0239

VILLE-MARIE SUZUKI Montréal (514) 508-8666  
CONCEPT SUZUKI Granby (450) 372-2007  
JOLIETTE SUZUKI Joliette (450) 755-1055

LACHUTE SUZUKI Charlemagne (450) 562-0262  
PARCOURS SUZUKI LaFontaine (450) 438-3528  
REPENTIGNY SUZUKI Repentigny (450) 585-9950

LONGUEUIL SUZUKI Longueuil (450) 370-5708  
LASALLE SUZUKI LaSalle (514) 368-8277  
HYMUS SUZUKI Dorval (514) 685-5370

NAPIERVILLE SUZUKI Naperville (450) 245-0606  
ESTRIE SUZUKI Rock Forest (819) 564-1600  
SUZUKI ST-HYACINTHE St-Hyacinthe (450) 774-1332

Q/S SUZUKI Shawinigan (819) 539-6438  
GARREFOUR SUZUKI Ste-Rose, Laval (450) 625-1114  
LANGEVIN SUZUKI St-Eustache (450) 623-6431

GATINEAU SUZUKI Gatineau (819) 643-4341  
PARENT SUZUKI Drummondville (819) 478-8181  
VISION SUZUKI Victoriaville (819) 758-6461

4 ROUES SUZUKI Hull (819) 771-1000  
L'ARCHELLE SUZUKI Cap-de-la-Madeleine (819) 375-7111

\*Le prix d'achat comptant s'applique uniquement à l'achat comptant de la Suzuki Aerio berline GL TM 2003, la Suzuki Aerio Fastback S TM 2003, la Suzuki Aerio Fastback S AWD TA 2003, du Suzuki Vitara 4 portes JX TM 2003, du Suzuki Grand Vitara JX TM 2003, du Suzuki XL-7 JX TM 2003, et comprend les incitatifs de vente constructeur/concessionnaire. Ne comprend ni le transport et la préparation (995 \$), ni les taxes, ni l'immatriculation, ni l'assurance. Les concessionnaires participants peuvent vendre moins cher. \*\*Les offres s'adressent pour une période limitée aux clients admissibles à la location d'un Suzuki Vitara 4 portes JX TM 2003, du Suzuki Grand Vitara JX TM 2003 ou d'un Suzuki XL-7 JX TM 2003 (c. les modèles annoncés) auprès de Credit Suzuki Canada. Coût de location basé sur un terme de 48 mois pour des mensualités de 259 \$/279 \$/299 \$ (résidence de location totale de 15 461,92 \$/16 322,05 \$/18 663,59 \$). Le taux annuel de financement est de 2,90 %/1,90 %/2,90 % avec une limite de kilométrage de 80 000 km (0,08 \$/km conditionnel) et un acompte de 3 025 \$/2 925 \$/4 300 \$. La première mensualité est requise au début de bail. La location sur les « modèles annoncés » comprend le transport et la préparation (995 \$), taxes, immatriculation, assurance et frais d'acquisition en sus. 0 \$ de dépôt de sécurité applicable sur n'importe quel nouveau modèle Suzuki 2003 à la location. Les concessionnaires participants peuvent louer moins cher et possèdent les conditions additionnelles, les détails et les options de achat à la fin du bail de location. \*Le financement à l'achat Suzuki est disponible auprès de la Banque de Nouvelle-Écosse ou de Credit Suzuki Canada, à concurrence du prix d'achat comptant de tout nouveau modèle Suzuki 2003 : Aerio berline, Aerio Fastback, Aerio Fastback AWD, Vitara 4 portes, Grand Vitara ou XL-7. Les mensualités varient selon le montant emprunté. Le financement à l'achat à un taux d'intérêt annuel de 0 % est offert pour un terme de 48 mois sur tous les modèles Suzuki 2003. Exemple : pour un emprunt de 10 000 \$ à un taux de financement annuel de 0 %, les mensualités seront de 208,33 \$ pour 48 mois. Le coût d'emprunt est de 0 \$ et la créance totale de 10 000 \$. Voyez les concessionnaires pour tous les détails. Transport et préparation (995 \$), taxes, immatriculation, assurance en sus. \*\*Les offres d'achat et de location s'adressent pour une période limitée aux clients admissibles ou crédit (S.A.C.). Elles ne peuvent être combinées à d'autres offres d'achat ou de location. Voyez un concessionnaire participant pour tous les détails. Les véhicules peuvent différer de l'illustration.

## PSYCHOLOGIE

# Rencontre chez les Émotifs anonymes



**Timide ? Anxieux ?  
Malheureux ? Quand les  
émotions deviennent des  
freins à une vie heureuse,  
certains décident de faire  
appel aux Émotifs anonymes.  
Nous avons assisté à l'une de  
leurs rencontres.**

**KATIA CHAPOUTIER**  
collaboration spéciale

PARIS — « Bonjour, je m'appelle Françoise, je suis émotive. J'ai eu aujourd'hui une journée très difficile avec mes émotions. Je ne peux pas en dire plus. Pour l'instant. Merci. » La jeune femme reprendra la parole une heure plus tard quand la majeure partie des participants auront parlé de leurs propres émotions.

Une fois par semaine, ils sont entre 15 et 20 personnes à se réunir dans cette salle paroissiale du sud de Paris. Un rendez-vous hebdomadaire durant lequel des anonymes déversent leur trop-plein, leurs doutes, leurs angoisses, mais aussi leurs progrès.

De chacun on connaît le nom, leur histoire la plus intime, mais pas une seule indication précise sur leur vie en dehors. « Ici, nous sommes tous égaux, c'est pour cela que l'on en dit le moins possible sur notre condition sociale. Cela évite les jalousies et la hiérarchie dans les rapports », explique Catherine.

« Je viens là depuis quatre ans. Je travaille dans le domaine de la finance, un monde sans sentiment ni humanisme;

cela me fait bien de partager mes émotions avec mes amis ici. » Ami, c'est la dénomination que l'on utilise pour parler des autres participants au programme. Certains se voient en dehors, mais pour la plupart, ce rendez-vous reste un case à part dans leur emploi du temps pour laisser sortir la vapeur.

Jean-François est victime de harcèlement moral. Sophie ne peut pas se remettre de la violence subie dans son enfance. Martine a été quittée par son mari après 30 ans de vie commune. « Il m'a mise dehors en fait », précise-t-elle. S'est ensuivi un engrenage qu'elle considèrerait comme « inévitable » Une rechute dans l'alcool après neuf ans d'abstinence, la maladie, l'errance. Depuis quatre mois, elle vient aux EA chaque mercredi; chaque jeudi, elle se rend aux Alcooliques anonymes. « J'ai aussi un thérapeute personnel. Cela me prend beaucoup de mon temps libre, mais au moins, depuis quatre mois, j'ai pu reprendre mon travail et arrêter l'alcool. Les Émotifs anonymes m'ont permis de réaliser que tout ce changement pourrait être bénéfique à terme. Alors qu'il y a six mois, je pensais que ma vie était foutue, que j'étais bonne à rien, j'avais juste envie de mourir. »

Martine garde longuement la parole pour faire un état des lieux de ses progrès. Ici et là quelques sourires se dessinent. « C'est rassurant de voir les autres progresser », dira après la réunion Sylvie, une jeune trentenaire. « On apprend beaucoup des hauts et des bas de nos amis. Si parfois, au départ, on ne se sent pas concerné par certaines histoires, très vite on se rend compte que certains mécanismes sont identiques. En écoutant les autres, on progresse sur soi. »

## Ne pas couper la parole

Aux Émotifs anonymes, les règles du

jeu sont strictes. Chaque personne lève la main avant de prendre la parole pour éviter la cacophonie. Le tout orchestré par un membre différent chaque fois. Quand quelqu'un parle, personne ne doit lui répondre ou lui couper la parole. Les échanges et les conseils sont réservés aux discussions qui suivent la réunion. Chaque session a un thème de départ, « L'abandon » ou « Trouver le bon côté des choses » pour aider les participants à se lancer.

Si les rencontres ne sont pas supervisées par un spécialiste ou un professionnel, elles ont quand même une base de travail. Un livre que tout Émotif anonyme se doit d'avoir, avec un conseil, une règle de vie à méditer par jour. Tel un missel, l'ouvrage permet la réflexion et aide à trouver des réponses aux questions personnelles.

En fin de réunion, un bonnet circule dans lequel chacun glisse quelques euros pour participer aux frais de fonctionnement (le loyer de la salle ou les boissons.) C'est le moyen le plus simple d'assurer l'autonomie de l'association.

Quand la réunion du jour se termine, les participants se donnent la main pour réciter la prière de la sérénité. « Mon Dieu, donne-moi la sérénité d'accepter les choses que je ne puis changer, le courage de changer ce que je peux et la sagesse d'en connaître la différence. » Ce jour-là, la médiatrice, encore émue par le dernier témoignage se trompe lors de la première phrase. Entraîné par l'erreur, le reste de l'équipe énonce une prière confuse. Elle s'excuse. « Vous souhaitez recommencer ? » Un oui général fuse avec conviction. Nul doute, cette prière est aussi une prise d'élan pour tous ces gens qui s'apprêtent à retourner affronter le monde extérieur. Un monde où les émotions n'ont pas toujours leur place.

## HISTOIRE

### Un pan de la vie privée d'Élisabeth I<sup>re</sup> révélé

Associated Press

LONDRES — Une exposition londonienne permettra bientôt de jeter un oeil indiscret sur de nombreux objets — lettres de prétendants, tableaux — ayant appartenu à la reine Élisabeth I<sup>re</sup> et n'ayant jamais été montrés au public.

L'exposition a été montée sur les cimaises du Musée maritime national à l'occasion du 400<sup>e</sup> anniversaire de la mort de la reine en 1603.

Elle « retracera le parcours d'une jeune princesse qui a surmonté tous les obstacles pour devenir l'un des monarques les plus brillants d'Angleterre, et beaucoup d'objets permettront de percevoir les hauts et les bas de la vie dramatique d'Élisabeth », a déclaré dimanche l'historien David Starkey, commissaire de l'exposition.

Parmi les 350 objets offerts à la curiosité du public à partir de jeudi : des dessins représentant l'exécution de son ennemie, Mary, reine d'Écosse, et une copie de son premier discours comme reine. Des lettres d'amour permettront d'entrer dans l'intimité de celle qui se décrivait comme la « reine vierge » et qui a toujours refusé de se marier, se privant ainsi d'un important outil de politique étrangère et intérieure.

Le règne d'Élisabeth I<sup>re</sup> a marqué un tournant dans l'histoire de la Grande-Bretagne. La reine est montée sur le trône à l'âge de 25 ans, en 1558, dans un contexte de guerre civile, et elle n'a échappé que de peu à l'exécution.

Mais après 45 ans de règne, l'Angleterre était devenue une des nations les plus riches et les plus puissantes d'Europe.

L'exposition permettra aussi de voir l'orpharion de la reine — un instrument de musique rare ressemblant à un luth — et un portrait par Holbein d'Anne Boleyn, la mère d'Élisabeth, exécutée quand cette dernière avait deux ans.

La reine Élisabeth II ouvrira officiellement l'exposition jeudi.

Sur Internet : National Maritime Museum  
[www.nmm.ac.uk](http://www.nmm.ac.uk)

## L'Hypothèque Simplifiée



**4,875 %\***

**Payez moins...  
sans négocier!**

Hypothèque à taux révisable :  
4,875 %<sup>1</sup> pour 5 ans.



**4 %\***

**Payez-vous la traite!**

Remise en argent de 4 %<sup>2</sup> sur  
hypothèque à taux fixe de 5 ans.



**4,50 %\***

**Payez plus vite!**

Hypothèque à taux variable :  
taux préférentiel -1/2 %<sup>3</sup>.

**C'est simple, vous avez le choix.**

**1 866 BLC-2088**

[banquelaurentienne.com](http://banquelaurentienne.com)



**BANQUE  
LAURENTIENNE**

3136282A

\*Certaines conditions s'appliquent. Taux en vigueur au 28 avril 2003. Ces offres sont sujettes à changement sans préavis et ne peuvent être jumelées. Sous réserve d'approbation du crédit par la Banque. Ces offres sont d'une durée limitée.  
<sup>1</sup>Taux annuel du coût d'emprunt (TAC). Hypothèque à taux révisable d'une durée de 5 ans. Le taux d'intérêt applicable et les versements seront révisés tous les 6 mois suivant la date du déboursé selon les variations du taux 6 mois fermé à taux fixe de la BLC. Le taux d'intérêt pour les 6 premiers mois sera basé sur le taux d'intérêt pour un prêt hypothécaire à taux fixe pour un terme fermé de 6 mois de la Banque Laurentienne du Canada (BLC) réduit de 3%. Pour les révisions subséquentes, le taux du terme fermé de 6 mois sera réduit de 0,50%. Le TAC serait de 4,875% basé sur un prêt de 100 000 \$, amorti sur 25 ans avec un terme fermé de 5 ans. Le TAC suppose un taux pour un terme fermé de 6 mois de 5,70% pour toute la durée du prêt.  
<sup>2</sup>Pourcentage de remise applicable au terme fermé de cinq (5) ans à taux fixe. La remise en argent est calculée en fonction du montant du capital emprunté. Le maximum accordé pour la remise en argent est de 25 000 \$. Cette offre s'applique uniquement aux nouvelles demandes de prêt hypothécaire.  
<sup>3</sup>Une réduction de 0,50 % (P - 1/2 %) sera appliquée au taux préférentiel de la Banque Laurentienne du Canada (BLC). Le taux annuel du coût d'emprunt (TAC) serait de 4,50 % pour un terme de 5 ans. Le TAC suppose un taux préférentiel BLC de 5 % pour toute la durée du prêt. Le taux d'intérêt applicable variera selon les fluctuations du taux préférentiel de la BLC pendant la durée du prêt.

LOTO QUÉBEC		Résultats	
Tirage du 2003-04-28		Tirage du 2003-04-28	
03	05 09 14 20 23 24 25 28 32	601	0075
34	42 44 45 48 56 60 62 63 65	NUMÉRO	157288
MISE SUR TOI		MISE SUR TOI	
Si vous avez un problème de jeu...		1 866 505-RIIX	

# ESPACE SOCIÉTÉ

## PAR AILLEURS

Trois choses qui vont bientôt changer votre vie. Ou peut-être pas.

NICOLAS LANGELIER  
collaboration spéciale

### Friendster

FRIENDSTER, c'est un peu comme Napster, sauf qu'on y trouve des amis plutôt que des MP3. Et au lieu de les télécharger, on discute avec eux, on leur demande leur opinion sur le SRAS ou on les invite à notre prochain *garden party*. Bon, d'accord, Friendster n'est pas comme Napster du tout; c'est plutôt une sorte de club privé virtuel, un genre de Jean-Coutu de l'amitié.

Et ceux qui s'intéressent à ce genre de tendances prédisent que Friendster pourrait bien devenir un phénomène majeur au cours des mois à venir. L'idée fondatrice, c'est que les gens avec qui on fait connaissance sont vraiment là pour faire des rencontres amicales, et non pas pour trouver l'âme soeur, ou à tout le moins quelqu'un avec qui se faire des accroires.

Le site en est encore à sa version beta, et il est donc un peu tôt pour s'en faire une idée définitive. Mais on peut déjà voir qu'il repose sur la théorie des six degrés de séparation selon laquelle chaque habitant de la Terre connaît quelqu'un qui connaît quelqu'un qui connaît, etc. Le principe derrière Friendster.com, c'est de créer des réseaux de gens qui, multipliés à l'infini, formeront une immense communauté d'amis. Presque touchant.

### Les slogans fessiers

ON DEVAIT déjà subir les slogans/clins d'oeil ironico-nunuches sur les t-shirts (« Sexy », « Lolita », etc.). Il faudra maintenant s'habituer à la même chose, mais sur les fesses: c'est l'endroit où les stylistes ont décidé d'exprimer leur « humour spirituel », cette saison.

Ainsi, Buddhist Punk, le label anglais qui monte (on lui doit les derniers t-shirts des Rolling Stones, mais ne retenez pas ça contre lui), propose ce printemps des pantalons de combat marqués sur le postérieur d'inscriptions osées. La chaîne Sisley propose quant à elle une minijupe marquée de l'astucieux slogan « Master Piece » (c'est un hilarant jeu de mots qui vient de *masterpiece*, « chef-d'oeuvre », et de *master piece*, « objet sexuel par excellence », ah, ah). Les exemples du genre devraient se multiplier au cours des mois à venir.

Pourquoi, pour l'amour du bon Dieu, quelqu'un souhaiterait-il être vu en public avec une inscription indiquant que son derrière est « Juicy »? Ah, quelle jeunesse...

### Le repassage extrême

LE REPASSAGE extrême — qui, comme son nom l'indique, est du repassage pratiqué dans des conditions difficiles: en montagne, en bungee, sur un trampoline, sous l'eau — est une activité extérieure (un couloir de bungalow n'est pas vraiment extrême, voyez-vous) qui « combine le risque et l'exaltation d'un sport extrême à la satisfaction inhérente à une chemise bien repassée », explique-t-on sur [Extremeironing.com](http://Extremeironing.com), le site officiel de cette discipline.

Le repassage extrême consiste à amener un fer à repasser et (si possible) une planche dans un endroit éloigné et, comme de raison, à y repasser des vêtements. Il a été inventé en 1997 par un Anglais qui a décidé de combiner son activité préférée (l'escalade) à sa plus détestée (le repassage). Il est aujourd'hui pratiqué par plus de 200 fous furieux aux quatre coins du monde.



Séance de repassage extrême.



Photo AP ©

Si bon nombre de Chinois préfèrent les marchés traditionnels pour leurs produits frais, personne ne croit à leur survie à long terme depuis l'implantation d'hypermarchés dans les métropoles chinoises.

## Adieu, marchés de quartier chinois

d'après le New York Times

SHANGHAI, Chine — Dans un supermarché Carrefour flambant neuf de Shanghai, les vendeurs des comptoirs de viande et de poisson s'efforcent de reproduire les bruits — sinon l'allure et l'odeur — des marchés traditionnels en plein air, pour appâter le client.

« Approchez, venez voir! » crie l'un d'eux, habillé d'un tablier bleu et blanc trop propre. « Calamar, crevettes! Tout est encore moins cher aujourd'hui! »

Pourtant, ces hypermarchés qui commencent à s'implanter dans les grandes villes chinoises n'ont rien de traditionnel. Au Carrefour, la plupart des viandes et poissons sont présentés derrière une vitrine ou emballés sous plastique. Le mois dernier, pour attirer de nouveaux clients, le magasin a diffusé de la musique pop occidentale dans les rues du quartier Jin An et invité une troupe de danseuses à venir faire un numéro en robes moulantes dorées.

Les perdants dans cette course à la modernisation, ce sont les vieux marchés traditionnels de la ville, ces bazars animés approvisionnés tous les matins en animaux encore vivants et en légumes frais qui finiront la journée dans les assiettes des habitants de Shanghai.

Tandis que les citadins nouvellement équipés de réfrigérateurs et de fours à micro-ondes découvrent et adoptent les hypermarchés modernes, les experts notent les premiers signes de ce qui pourrait être une révolution alimentaire en Chine. Les supermarchés ont introduit de nouveaux systèmes alimentaires, de nouvelles chaînes d'approvisionnement, de nouvelles normes de salubrité et de nouvelles marques nationales comme Long Feng, une gamme d'aliments surgelés. Au bout du compte, ces nouveaux systèmes de distribution risquent de transformer l'alimentation des Chinois en garnissant les rayons de leurs magasins d'aliments transformés et de produits inhabituels comme le lait.

« Cela a déjà eu un impact considérable sur les agriculteurs et sur les consommateurs », confirme Thomas Reardon, professeur à l'Université du Michigan, qui étudie l'expansion des supermarchés en Chine. L'économie alimentaire en sera bouleversée. »

### « Résistance » des marchés traditionnels

La plupart des Chinois s'approvisionnent encore au quotidien dans les marchés traditionnels comme celui de Yu Ping, dans le quartier Chang Ning de Shanghai, non loin du grand Carrefour. Ke Guo Bin, boucher de 32 ans, y étale fièrement sa marchandise: deux oreilles de porc fraîchement coupées, une langue,

trois museaux, une queue et un assortiment d'autres morceaux choisis.

« Tout est très frais ici », dit Ke en aiguisant la lame de son couteau, prêt à débiter sa viande sur commande pour les clients qui s'arrêtent devant son échoppe maculée de sang. « C'est ce qui attire. »

Les marchés de plein air conservent encore un certain charme et bon nombre de Chinois préfèrent les produits frais qu'on y trouve — carottes, aubergines, céleri, méduses, calamars, tortues, anguilles, grenouilles, poulets, canards et pigeons vivants — plutôt que les marchandises préemballées ou surgelées des supermarchés.

Mais personne ne s'attend à ce que les marchés comme Yu Ping résistent longtemps à l'avancée des chaînes comme Carrefour ou Hymart, qui s'est implanté à côté du stade sportif, à quelques coins de rue du stand de Ke. Grand lui-même comme un stade, ce supermarché compte 18 caisses, des dizaines de casiers où les clients peuvent laisser leurs sacs et des rayons de la longueur d'un terrain de football.

« Les marchés traditionnels sont en perte de vitesse dans les villes chinoises », affirme Scott Sindler, qui travaille dans les bureaux du ministère américain de l'agriculture à Shanghai. Ce que vous voyez ici, c'est une véritable explosion dans le secteur de la distribution, tout comme ce qui se produit aux États-Unis. »

Carrefour, Wal-Mart et la chaîne de supermarchés Lotus, qui est détenue par le conglomérat thaïlandais CP Foods, sont rapidement en train de s'enraciner dans les villes chinoises. On compte déjà plus de 1000 supermarchés au total à Shanghai, une ville de 13 millions d'habitants, et les jeunes et moins jeunes de la classe moyenne y affluent, attirés par les rayons remplis de confiserie, de marchandises en boîte, de nouilles instantanées, de lait et de produits importés comme le Coca-Cola et le yaourt Danone. Une visite dans les hypermarchés de Shanghai confirme que la nouveauté intéresse les consommateurs de tous âges.

He Wenyang, 55 ans, fait ses courses au Carrefour pour les mêmes raisons que celles qui attirent les Nord-Américains et les Européens dans les centres commerciaux et les supermarchés: la commodité.

« Je viens ici plus de 10 fois par mois », dit-elle en retenant son petit-fils, qui reluque un paquet de gomme à mâcher Juicy Fruit au fond de son chariot. « On trouve vraiment de tout ici. On peut tout acheter en une seule fois. »

La plupart des gens pensent que certains marchés traditionnels survivront encore quelque temps, parce qu'on trouve rarement du poisson ou des animaux vivants dans les hypermarchés. Les Chinois

aiment bien voir les écrevisses nager dans leur aquarium, les crabes claquer des pinces et les tortues sortir la tête de leur carapace, signe que leur dîner est plus frais que frais.

Et dans un pays où il est commun, au restaurant, de demander à voir son poisson vivant avant qu'il ne passe à la poêle, beaucoup auront du mal à abandonner l'habitude de sélectionner eux-mêmes la protéine du soir.

Les clients aiment aussi marchander, même lorsque les prix sont déjà très raisonnables: à Yu Ping, le poulet bien nourri se vend 3 \$. Pour 1,75 \$, vous avez un joli petit pigeon. Du jamais vu, même chez Wal-Mart!

### Sécurité alimentaire

L'un des facteurs qui pourraient accélérer la disparition des marchés traditionnels, c'est une préoccupation concernant la sécurité alimentaire. Une vague d'intoxications alimentaires a terni la réputation des marchés de quartier ces dernières années et beaucoup de gens les trouvent sales.

Les vendeurs de Yu Ping, pour la plupart des paysans de la campagne avoisinante, se fâchent si l'on suggère qu'ils y sont pour quelque chose.

« Les gens croient que les grandes chaînes de supermarchés sont gérées par le gouvernement et que la nourriture y est plus sûre, mais il s'agit de la même viande — c'est exactement la même viande! » s'exclame Sun Yu Jun, boucher de 23 ans à Yu Ping. « Ici aussi, c'est très propre. »

Les marchés traditionnels sont censés respecter les normes sanitaires du gouvernement et, tous les soirs, on nettoie méticuleusement les stands à grande eau. Mais cela n'empêche pas les passants de cracher par terre, tout près des étalages de viande fraîche suspendue en plein air. Certains morceaux de viande sont exposés dans les supermarchés, mais ce n'est pas la norme. La plupart sont emballés et réfrigérés.

On en discute souvent à Yu Ping. Certains vendeurs disent qu'ils seront bientôt forcés à chercher du travail dans les supermarchés. D'autres refusent d'abandonner cet univers du poisson encore frétilant et ces échoppes où se retrouvent pendant la journée tous les membres de la famille du vendeur, habitude encore très répandue. « Les supermarchés vendent de tout. Ils finiront bien par nous obliger à mettre la clé sous la porte », soupire Ke, le boucher, en tirant sur sa cigarette.

Et que fera-t-il si cela se produit? La réponse est immédiate — et caustique: « Je rentrerai chez moi labourer mes champs. »

## TOUT CE QU'IL FAUT SAVOIR SUR

### Che Guevara

NICOLAS LANGELIER  
collaboration spéciale

ERNESTO Guevara, dit Che, est né en Argentine en 1928 — soit la même année qu'Ariel Sharon, Gilles Vigneault et Mickey Mouse, comme quoi ces histoires de générations, ça vaut ce que ça vaut.

Issu de la classe moyenne, médecin de formation, Guevara a cherché à développer des foyers révolutionnaires en Amérique latine et en Afrique. Avec Fidel Castro, il a réussi à Cuba, mais a échoué partout ailleurs. L'échec le plus marquant aura probablement été la Bolivie, alors que des agents boliviens sont venus mettre fin à sa

vie et à sa croyance selon laquelle 1967, c'était l'année de l'amour, c'était l'année de l'Expo.

Mais, paradoxalement, Che Guevara est plus vivant que jamais. La célèbre photo le représentant regardant au loin et béret sur la tête est devenu une véritable icône internationale. Affichée sur un mur, sérigraphiée sur un T-shirt ou utilisée comme fond d'écran, elle crie au monde l'une des choses suivantes à votre sujet: a) Je suis un militant engagé corps et âme dans la lutte de tous les instants contre le nouvel ordre mondial; b) J'admire le Che pour son idéalisme et sa croyance sincère en un humanisme véritable (même si j'ai voté libéral aux dernières élections... Ben quoi, Natha-



lie Rochefort, elle n'est pas si mal); c) Je suis un admirateur du groupe américain Rage Against The Ma-



chine, et j'ai très hâte de finir mon secondaire; ou d) Elle est super cool cette photo du gars, là, euh, le...

l'anarchiste, là, son nom c'est, euh, Castro?

On retrouve même cette photo sur le nouvel album de Madonna, *American Life*. Sauf que le visage de Guevara a été remplacé par celui de la chanteuse (on a les révolutions qu'on peut). Qu'essaie de nous dire Madonna avec ce glissement iconographique? Que, telle une Che moderne, elle défend la cause des opprimés? Que le postmodernisme n'est pas mort? Ou, plus prosaïquement, qu'elle a l'air cool avec un béret?

Nous laisserons les sémiologues en débattre. De toute façon, n'achetez pas ce disque. Pour paraphraser le Che, c'est d'une médiocrité absolue.

les  
du folies  
printemps



Obtenez  
maintenant

0%\*

de financement

à l'achat jusqu'à **60** mois sur  
la plupart des modèles Chrysler,  
Jeep<sub>MD</sub>, Dodge 2003.

Passez chez votre concessionnaire Chrysler • Jeep<sub>MD</sub> • Dodge maintenant.

VOUS POURRIEZ  
**GAGNER** <sup>Δ</sup>  
VOS PAIEMENTS!

**3,6** ou **12**

**de vos  
paiements  
mensuels**

sur votre contrat d'achat  
ou de location

**ou  
100\$  
d'essence**

sous forme de carte prépayée  
avec tout achat ou location

De plus, vous serez admissible au  
grand tirage et courrez la chance de  
**gagner votre véhicule!**

Tout le monde y gagne!



DODGE GRAND CARAVAN 2003



JEEP GRAND CHEROKEE 2003



CHRYSLER SEBRING 2003



JEEP LIBERTY 2003

SEULEMENT CHEZ VOTRE CONCESSIONNAIRE CHRYSLER • JEEP<sub>MD</sub> • DODGE

La meilleure protection que nous ayons jamais offerte sur tous les modèles 2003.

**7 ANS  
115 000 KM**

Garantie de 7 ans ou 115 000 km sur le moteur et la transmission, et assistance routière 24 heures sur 24.\*\*

GM, FORD, HONDA ET TOYOTA NE L'ONT PAS.

\* 0 % de financement à l'achat jusqu'à 60 mois sur la plupart des modèles 2003 en stock. Cette offre d'une durée limitée est exclusive et ne peut être jumelée à aucune autre offre, à l'exception de la remise aux diplômés et du programme d'aide aux handicapés physiques, et s'applique à la livraison au détail de la plupart des modèles 2003 neufs en stock. Pour usage personnel seulement. L'offre peut changer sans préavis. Le concessionnaire peut devoir commander ou échanger un véhicule. Sous réserve de l'approbation de Services financiers Chrysler Canada. Transport, immatriculation, assurance, droits sur les pneus neufs, frais d'inscription au Registre, taxes et frais d'administration des concessionnaires en sus. Photos à titre indicatif seulement. Voyez votre concessionnaire participant pour les détails et les conditions. Δ 100 prix de 3 mensualités, 35 prix de 6 mensualités, 20 prix de 12 mensualités, valeur approximative de 466,09 \$ par mensualité (maximum de 500 \$). Un Grand Prix : votre contrat, valeur approximative de 28 270,02 \$ (maximum de 50 000 \$). Règlement sur [www.daimlerchrysler.ca](http://www.daimlerchrysler.ca) et chez les concessionnaires Chrysler, Jeep, Dodge participants. Aucun achat requis. \*\* Selon la première éventualité. Des conditions s'appliquent. Voyez votre concessionnaire pour les détails et les conditions. † Remise aux diplômés de 500 \$ à la location ou de 1 000 \$ à l'achat d'un véhicule. Cette offre exclut la Dodge Viper. Voyez votre concessionnaire participant pour les détails et les conditions.

**DIPLÔMÉS**  
Rabais  
jusqu'à 1000\$†



Association publicitaire des concessionnaires Chrysler • Jeep<sub>MD</sub> • Dodge du Québec