

ACTUEL



Opération **vinOh!**
veritas

Page 7

Un **barbier** près
de chez vous

Page 3



La Presse

CAHIER B | LA PRESSE | MONTRÉAL | VENDREDI 2 MARS 2001

SOEURS DE SANG

Les produits menstruels alternatifs reviennent en force

HUGO DUMAS

ALWAYS AVEC ailes? Tampax super absorbant? Non merci, plus jamais.

Après avoir acheté ces produits pendant plusieurs années, Martine Lacroix s'est convertie. Elle opte maintenant pour les serviettes sanitaires lavables en finette et les petits morceaux d'éponges de mer, qu'elle utilise comme tampon.



Non, Martine n'est pas une rescapée des communes hippies des années 60 ou 70. Elle est artiste peintre, travaille comme ouvreuse au Monument-National, fait du bénévolat au Club Compassion et est engagée dans Amnesty internationale. Coquette, Martine, âgée de 36 ans, n'a pas du tout l'apparence d'une granola pure et dure. Même sa mère ne comprend pas pourquoi elle se donne «un paquet de troubles» en utilisant des méthodes rétrogrades qui existent, disons, depuis que le monde est monde.

Ravie, Martine Lacroix dit n'avoir eu que des expériences positives depuis qu'elle emploie des «produits menstruels alternatifs». «Ils sont aussi absorbants. Ils restent bien en place, sont confortables et ne sentent rien. En plus, c'est économique et écologique. Je ne serais plus capable de retourner aux produits des grandes compagnies», souligne la Montréalaise.

Martine a abandonné les articles jetables après avoir assisté, en mars, à un atelier des Blood Sisters (la Zone Rouge en français), un petit organisme communautaire du quartier Mile-End qui informe les femmes sur les «politiques menstruelles» et qui dénonce «les dangers de l'industrie de l'hygiène féminine».

«J'ai toujours été préoccupée par l'environnement et par le syndrome du choc toxique», dit-elle.

Au début, Martine s'est montrée craintive. Surtout avec l'éponge de mer. «J'étais nerveuse au moment de l'insérer et de l'enlever, explique-t-elle. Mais je n'ai jamais eu de problèmes.»

L'éponge de mer naturelle (et non synthétique, c'est très important, insiste Martine) doit être retirée, puis rincée sous l'eau du robinet aux deux heures environ. On peut lui coudre un fil dentaire pour en faciliter la sortie du vagin. «Mais c'est moins recommandé quand le flux menstruel est important», avertit-elle.

Quoi faire dans des toilettes publiques? «Si des femmes me voient en

train de laver l'éponge et qu'ils posent des questions, je prends le temps d'expliquer. Ça ne m'est jamais arrivé, mais ça ne me gênerait pas», dit Martine Lacroix. Bien entretenu, un morceau d'éponge de mer peut durer six mois.

Quant aux serviettes sanitaires réutilisables, elles sont fabriquées à Montréal, à la main, avec de la finette, de la ratine et du tissu éponge. Elles coûtent environ 8 \$ pièce et certaines viennent avec des motifs funky de chat, de léopard ou de zèbre. Les «rebelles de la menstruation» les trouvent sur les tablettes du Frigo Vert, un magasin d'aliments naturels rattaché à l'Université Concordia, ainsi qu'au local des Blood Sisters, avenue Bernard Ouest.

Entretien? Les serviettes réutilisables peuvent visiter la machine à laver. Certaines femmes préfèrent les faire tremper dans un peu de vinaigre et d'eau et fertilisent leurs plantes avec le mélange qui reste. Inconvenient? Les serviettes demeurent tachées.

Il n'y a qu'un seul produit alternatif que Martine n'ait pas encore utilisé: le Keeper. C'est un petit contenant en caoutchouc naturel, qui peut recueillir jusqu'à une once de flux menstruel. En moyenne, il faut vider la coupe aux six heures, tout dépendant du débit. Sa durée de vie est d'environ dix ans. Inséré correctement à l'intérieur du vagin, le Keeper peut être porté pendant la nuit. Il vaut une quarantaine de dollars et mesure environ cinq centimètres.

«Nous sommes habitués à tout jeter. Ça vaut la peine de prendre du temps pour l'environnement. On le fait pour le papier. Pourquoi pas pour les serviettes sanitaires?» souligne Martine Lacroix.

Aimée Darcel, 28 ans, a fondé les Blood Sisters en 1996. « Et le mouvement prend de l'ampleur. Il faut informer les femmes des effets des produits commerciaux sur leur santé et sur l'environnement. Il faut faire beaucoup d'activisme. Il faut réveiller les gens, mais c'est énormément de travail», dit celle qui préfère qu'on l'appelle AD.



Voir SANG en B2

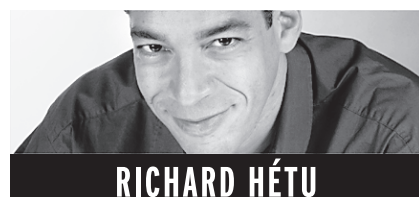


Depuis le début de l'année, la Californie vit une crise énergétique exceptionnelle. Plusieurs régions ont connu des pannes, dont San Jose.

LA CALIFORNIE

BROIE DU NOIR

La lumière s'est-elle éteinte sur le rêve californien? La pénurie d'électricité qui sévit depuis le début de l'année dans le plus grand État américain porte-t-elle en elle-même un message? La mort des compagnies dot-coms dans Silicon Valley en est-elle l'essence?



RICHARD HÉTU
collaboration spéciale

NEW YORK – Quand on parle des problèmes de la Californie, on sort toujours les grands mots, les grands concepts, les grandes questions. L'État n'est pas seulement un territoire, c'est un mode de vie, un mythe, un devenir. Ce qui s'y passe est souvent le présage de ce qui arrivera ailleurs demain.

Si c'est vrai, l'Amérique n'est pas sortie du bois...

Depuis le début de l'année, la Californie vit une crise énergétique exceptionnelle. Moteur du boom économique de la fin des années 1990, l'État a du mal à s'alimenter en électricité. Le mois dernier, plusieurs régions ont connu des pannes. Les entreprises ont perdu des milliards. Côté image, humiliation totale. Pensez donc, la septième économie du monde, le berceau de la haute technologie, le fer de lance du capitalisme américain, pas capable de s'éclairer.

«Tant que la Californie sera un pays du tiers-monde, nous n'y construirons pas d'usines de deux milliards», a déclaré Craig Barrett, PDG d'Intel, le numéro un mondial des fabricants de puces.

Barrett a apostrophé ainsi la Californie lors d'une audience publique tenue à Oakland, en janvier dernier, au plus fort de la crise énergétique.

Sa déclaration a semblé inspirer les éditorialistes du *Wall Street Journal*, qui ont traité la Californie de «république bananière», en plus de

la comparer au Bangladesh et à Alfred E. Newman, ce personnage dont la frimousse insouciant apparaît sur les couvertures du magazine humoristique *Mad*.

Décidément, les États ensoleillés en arrachent aux États-Unis. À la fin de 2000, c'était la Floride qui faisait rire d'elle d'un bout à l'autre du monde en ne réussissant même pas à organiser convenablement des élections. Au début de 2001, voilà que la Californie est obligée d'adopter des mesures d'urgence pour s'assurer qu'elle ne tombera pas dans le noir au grand complet.

Est-ce la faute du soleil, qui tape trop fort sur la tête des Floridiens et des Californiens?

La crise énergétique a certainement ramené sur le tapis le mythe du Californien à tête blonde, beau gars, bien bâti, mais vraiment pas futé. Il faut dire que l'État n'a pas été très prévoyant.

Au cours des dix dernières années, la demande en électricité a décuplé en Californie. Du nord au sud, les 35 millions de Californiens sont branchés comme jamais. Dans Silicon Valley, certains «tekkies» ont dix ordinateurs à la maison, tous à la position On.

Et pourtant, pendant cette période de croissance exceptionnelle, la Californie n'a à peu près rien fait pour répondre à une demande toujours plus grande. La crise énergétique dans l'État est le résultat de dix ans de sous-investissements en matière de centrales et de lignes de transmission.

Il fallait vraiment avoir la tête perdue dans les nuages, comme un «surfer dude» ou un collectionneur de cristaux, pour ne pas voir venir le problème.

Ou il fallait être aveuglé par le mythe de l'abondance. Plus, telle est la devise de la Californie. Plus de voitures, plus d'autoroutes, plus de maisons, plus de gadgets électroniques, toujours plus. Les ressources diminuent, mais la consommation augmente, toujours plus.

Soudain, le mythe ne tient plus, du moins en matière de mégawatts. L'heure n'est plus à l'abondance, mais à la conservation.

Ainsi, à la fin de janvier, le gouverneur de la Californie, Gray Davis, a demandé aux commerçants de l'État de «réduire de façon substantielle»

l'éclairage extérieur aux heures de fermeture. La décision deviendra obligatoire le 15 mars. Le but est de soulager la crise énergétique en divisant par deux la demande des commerces en éclairage extérieur. Sont entre autres visés, les centres commerciaux, les concessionnaires automobiles et les parkings de magasins.

La décision du gouverneur n'est

qu'un élément de son plan pour régler la crise, qui est liée à la libéralisation ratée du secteur de l'énergie en Californie. Les deux fournisseurs les plus importants en électricité dans l'État sont au bord de la faillite.

«Le système capitaliste est en train de s'écrouler», a écrit le chroniqueur Robert Scheer, du *Los Angeles Times*, au début de la crise.

Quand on parle des problèmes de la Californie, on sort toujours les grands mots, les grands concepts, les grandes questions. Si seulement les mythes pouvaient être transformés en mégawatts.

La crise énergétique dans l'État est le résultat de dix ans de sous-investissements en matière de centrales et de lignes de transmission.

Suite du dossier en B3

CHEVAL THÉÂTRE

Une création de Gilles Ste-Croix

... sous grand chapiteau, plus de 25 artistes et 30 chevaux de races différentes

À l'Hippodrome de Montréal
Dès le 16 mai 2001

En vente maintenant

514-790-1245
1-800-361-4595
ADMISSION.COM

BANDE À PART



Fortin - St-Jean

SANG

Suite de la page B1



Photos PIERRE CÔTÉ, La Presse ©

« J'ai toujours été préoccupée par l'environnement et par le syndrome du choc toxique », dit Martine Lacroix. Ci-haut, une éponge de mer et une serviette sanitaire en finette, deux produits sanitaires alternatifs.

Selon la militante, il faut briser le tabou qui veut que le sang menstruel soit sale, voire honteux. « C'est ce que les grandes compagnies veulent nous faire croire avec leurs produits aseptisés », explique AD.

Les Blood Sisters luttent contre « le contrôle corporatif et patriarcal de leurs corps de femmes ». Elles veulent que tous sachent que les tampons et serviettes sanitaires jetables « empoisonnent leurs vagins » et la planète. Elles se définissent comme la « puissance ailée » des femmes. Pour elles, la compagnie Tampax, c'est le démon incarné. Bref, elles sonnent l'alerte rouge.

Ce groupe de femmes craint aussi d'être contaminé par une substance dangereuse contenue dans les produits menstruels commerciaux : la dioxine. Sur son site Web, Tampax affirme que ses tampons n'en contiennent pas.

Pour AD, le plus important, c'est que les femmes puissent parler sans gêne de leurs menstruations et que le message des Blood Sisters circule partout.

« C'est plus facile de convaincre les ados que les femmes de mon âge, ajoute Martine Lacroix. Il faut en parler dans les écoles, quand les filles commencent à être menstruées, pour qu'elles sachent qu'il existe des alternatives. »

Avec tout ça, avouez que la notion du *girl power* colportée par les Spice Girls perd un peu de son piquant.

Blood Sisters, 176, avenue Bernard Ouest (www.bloodsisters.org), à Montréal.

Frigo Vert, 2130, rue Mackay, à Montréal.
Urban Armor (serviettes réutilisables) : www.urbanarmor.org.

VINS DE BORDEAUX

Reprise des ventes

FRANÇOISE MEDGYESI
Agence France-Presse

PARIS — La baisse relative des prix — après leur envolée en 1996-1997 — a permis aux vins de Bordeaux de regagner des parts de marché en France et à l'étranger, face aux vins du Nouveau Monde, selon le conseil interprofessionnel du vin de Bordeaux (CIVB).

En dressant hier à Paris un bilan de la campagne 1999-2000 (qui se terminait à la fin du mois d'août), Éric Dulong, président du CIVB, a déclaré que 2000 s'annonce comme un grand millésime en qualité comme en quantité, avec une récolte de 6,68 millions d'hectolitres.

Lors de la campagne 1999-2000, le marché du vin de Bordeaux s'est nettement repris avec une hausse de 15 % des ventes en volume par rapport à la campagne précédente, soit 6,3 millions d'hectolitres commercialisés, un niveau comparable aux années exceptionnelles 96-97 (6,4 Mhl) et 97-98 (6,6 Mhl).

Cette augmentation des ventes a été marquée par une baisse de 15 % des prix du vin en vrac, touchant particulièrement les AOC (appellations d'origine contrôlée), après la flambée des prix en 96 et 97, liée à une très forte demande à l'exportation.

En dépit d'une régression de 1 % de la consommation globale des vins fins à domicile en France, les Bordeaux ont regagné les faveurs des amateurs, enregistrant une hausse de 11 % en volume. La baisse de 3 % en moyenne des

prix, explique en grande partie ce retour en grâce, indique le CIVB.

L'an dernier, plus d'un ménage français sur deux a acheté des vins de Bordeaux, soit 13,3 bouteilles en moyenne. Près de 70 % de ces achats ont été effectués en grandes surfaces.

À l'exportation, le marché des vins de Bordeaux s'est redressé avec des ventes à fin 2000 portant sur 2,17 millions d'hectolitres, en hausse de 1 % par rapport à l'année civile 1999.

Terne et chahutée en Europe, la vente des vins de Bordeaux a nettement augmenté vers les pays tiers, c'est-à-dire aux États-Unis et dans la zone asiatique.

Les exportations vers les pays de l'Union européenne ont fléchi de 1 % en volume (1,57 mhl) et de 6 % en valeur : 474 000 hl (+1 %) ont été commercialisés en Allemagne, 346 000 au Royaume Uni, 340 000 en Belgique (-5 %), 147 000 (+4 %) au Danemark...

Le CIVB reconnaît que les vins du Nouveau Monde (Australie, Nouvelle-Zélande, Chili) représentent en Europe une grande concurrence pour les vins du bordelais.

Vers les pays tiers, la situation a été nettement plus favorable avec des exportations de Bordeaux en hausse de 8 % en volume (597 500 hl) et de 7 % en valeur.

La zone nord-américaine a largement contribué à cette amélioration avec une progression des ventes de 18 % en volume au Canada et de 12 % aux États-Unis.



Photo MARTIN CHAMBERLAND, La Presse ©

Le chef Pierrick Célibert et l'œnologue Paul Chevalier.

Queen's Executive

MBA

Obtenez un MBA de Queen's à Montréal.

Tissez un réseau de relations et collaborez avec des cadres supérieurs répartis à travers le Canada, grâce au Queen's Executive MBA – le diplôme MBA national du Canada.

Queen's Executive MBA est un programme anglophone de deux ans conçu pour vous permettre de continuer à travailler à votre emploi actuel, ici à Montréal.

Grâce aux derniers raffinements de la vidéoconférence, vous pouvez apprendre de la façon dont vous travaillez, dans un environnement propice à l'apprentissage, qui associe relation étroite avec le professeur et haut degré d'interaction entre les participants.

Queen's School of Business offre le meilleur programme de MBA au Canada, titre que lui a décerné la revue *Canadian Business* ces quatre dernières années.



Assistez à une séance d'information et voyez pourquoi plus de gestionnaires canadiens choisissent Queen's Executive MBA.

Réservations appréciées mais non requises.

Téléphonez sans frais au 1.888.EXEC MBA (1.888.393.2622).



SÉANCES D'INFORMATION à venir composez 1.888.EXEC MBA pour plus de précisions

MONTRÉAL
Mardi 6 mars
12 h 15 à 13 h 15 (goûter servi) ou 18 h à 19 h
Delta Montréal
450, rue Sherbrooke Ouest

POINTE-CLAIRE
Mercredi 7 mars
12 h 15 à 13 h 15 (goûter servi) ou 18 h à 19 h
Quality Suites Pointe-Claire
6300, Transcanadienne

Entre booms et calamités

RICHARD HÉTU
collaboration spéciale

NEW YORK — L'État le plus peuplé des États-Unis a l'habitude des calamités. Feux, inondations, tremblements de terre, émeutes, glissements de terrain, la Californie a survécu à tout au cours de son histoire. Elle peut tomber au tapis, mais elle se relève toujours.

Il y a dix ans, par exemple, la Californie accumulait les catastrophes naturelles et traversait une des pires récessions de son histoire. Sur le plan économique, personne n'était épargné, surtout pas les employés du secteur aéronautique, qui se retrouvaient soudainement dans la rue, comme autant de pions inutiles.

Pour se replonger dans l'atmosphère de l'époque, il suffit de penser au film *Falling Down*, de Joel Schumacher. Dans le rôle principal, l'acteur Michael Douglas incarnait un ingénieur licencié par un fournisseur de l'armée. Par une journée de canicule à Los Angeles, ce col blanc d'apparence ordinaire perd la tête, incapable de faire face aux problèmes raciaux, sociaux et économiques de son époque.

La réalité californienne n'était pas plus rassurante que la version cinématographique. Un an avant la sortie de *Falling Down*, au printemps de 1992, Los Angeles explosait à la suite du verdict d'acquiescement dans l'affaire Rodney King, cet automobiliste noir battu brutalement par quatre policiers blancs. Bilan de l'émeute : 54 morts, 2000 blessés, des milliers de commerces vandalisés, une ville en flammes sous les regards effarés de la planète.

Plusieurs journalistes et commentateurs avaient alors parlé de la mort du rêve californien. Ce qu'ils avaient devant les yeux ressemblait à un cauchemar. Dans leurs boules de cristal, ils n'avaient évidemment pas vu l'émergence de Silicon Valley, qui allait relancer l'économie de l'État et jouer un rôle crucial dans la révolution informatique.

Le boom aura été phénoménal. L'an dernier, l'économie de la Californie a connu une croissance de 6 %, soit 1,5 % de plus que l'économie américaine. Le gouvernement de l'État a vu son surplus budgétaire dépasser les cinq milliards. Le taux de chômage est tombé sous la barre des 4 %. Le rêve californien semblait plus vivant que jamais.

Mais le boom ne pouvait durer. À Silicon Valley, le ralentissement économique est apparu graduellement. Avant de réduire leurs effectifs, les compagnies Internet de la région ont commencé par supprimer des extras. Les masseurs embauchés pour permettre aux employés de relaxer au bureau ont été les premiers à partir. La bière gratuite du vendredi a également disparu, suivie de près par les jus et les boissons gazeuses dans le réfrigérateur communautaire.

Finalement, les dot-coms ont dû passer aux choses sérieuses. Aux États-Unis, selon l'agence de recrutement Challenger, Gray et Christman, les compagnies Internet ont supprimé environ 23 000 emplois en décembre et janvier derniers. Une centaine d'entre elles ont fermé leurs portes au cours de la dernière année. La plupart se trouvaient à Silicon Valley.

Malgré tout, la morosité ne s'est pas encore installée en Californie. Mais la nervosité est certainement là, surtout à Hollywood, où les 11 000 membres de la Writers Guild of America menacent de se mettre en grève à compter du 1^{er} mai. Entre autres demandes, les scénaristes veulent une plus grande visibilité dans les génériques et les affiches des productions auxquelles ils collaborent au cinéma et à la télévision.

Leur grève pourrait sérieusement perturber la programmation automnale des réseaux de télévision.

Heureusement, la Californie devrait éventuellement venir à bout de ses problèmes énergétiques. Depuis avril 1999, l'État a donné le feu vert à la construction de centrales électriques qui produiront près de 6300 mégawatts, soit environ 13 % de la production actuelle en Californie. D'autres suivront, qui ajouteront au moins 7000 mégawatts à la production de l'État.

Mais la promesse de ces nouvelles centrales ne suffira peut-être pas à sauver la peau du gouverneur démocrate de la Californie, Gray Davis, qui sortira diminué de la crise énergétique. Les républicains cherchent activement un candidat à lui opposer à l'occasion des prochaines élections, qui auront lieu en novembre 2002. L'acteur Arnold S'est dit intéressé par le poste.

Si la Californie a survécu à Ronald Reagan, gouverneur de l'État de 1967 à 1975, elle devrait également survivre à Arnold, de même qu'au divorce de Tom et Nicole.



Franco, barbier depuis 49 ans : « C'est très international. Il y a beaucoup d'Européens qui viennent ici, pour les cheveux, pour la barbe. Nous faisons une trentaine de barbes par semaine. »

photos BERNARD BRAULT, La Presse ©

Pour un rasage encore plus doux...

Après quelques décennies à fréquenter les salons de coiffure mixtes, l'homme redécouvre le barbier

MICHEL BELLEMARE
collaboration spéciale

Revenu ou resté à la mode à Paris, Londres, New York ou Chicago, le bon vieux rasage traditionnel chez le barbier reste l'apanage d'une minorité d'hommes à Montréal.

Vous êtes à New York pour signer un contrat important, ou pour le plaisir ; vous voulez décompresser, vous payer la dernière gâterie à la mode, vous allez chez John Allen Barbershop, sur Trinity Place, ou encore à Art of Shaving Gentleman Barber Spa, dans Madison Avenue, deux salons de barbier à l'ancienne où l'homme est à l'honneur. Vous vous asseyez sur une vieille Koken ou une Belmont de l'époque de votre grand-père ou arrière-grand-père, vous vous y allongez, relaxez intensément, vous fermez les yeux et vous vous laissez dorloter.

« C'est très relaxant », explique Tasso Cossifas, un des quelques barbiers de moins de 60 ans à Montréal. À 25 ans, Tasso a repris le flambeau, le salon paternel de l'avenue du Parc. Il poursuit : « Nous appliquons des serviettes humides chaudes pour détendre les poils de barbe, pour ouvrir les pores de la peau, nous mettons de la crème à barbe chaude et nous rasons ». Si le client peut fermer les yeux pendant le doux traitement, Tasso peut en faire autant : « Je n'ai que 25 ans, affirme-t-il, mais ça fait déjà huit ans que je suis barbier. J'ai pris des cours mais c'est surtout ici au salon, en observant les plus expérimentés, que j'ai appris. Je peux faire ça les yeux fermés. »

Sans coupure, garanti. Certains clients, surtout ceux qui viennent pour la première fois pour un rasage de près, auront peut-être besoin de se faire rassurer en constatant la présence du rasoir à lame droite parmi les instruments du tondeur. Mais ce rasoir qui semble sorti d'une autre époque est bien moderne : « Nous n'utilisons pas le rasoir droit à lame d'antan », explique Tasso. Celui que nous utilisons est fait sur le même modèle mais sa lame est jetable. »

Interdit dans certains États américains, le rasoir droit, surnommé coupe-chou en France, coupe-gorge aux États-Unis, est permis ici, mais peu ou pas utilisé pour des questions d'hygiène. « Ces rasoirs sont de belles pièces... lames faites à Solingen en



Ménick est connu pour ses accointances avec les joueurs de hockey et ses apparitions à la télévision.

Allemagne, assemblage à Thiers en France... ils font de beaux cadeaux sans plus », lance Florian Lopes, marchand de couteaux de l'avenue du Mont-Royal, dont le commerce est situé à quelques mètres seulement du salon Franco.

Chez Franco, il y a Franco, barbier depuis 49 ans, et Maggie, sa recrue, depuis 15 ans dans le métier. Le salon, situé dans une rue passante, fait revivre l'esprit d'antan avec ses clients originaires de partout : « C'est très international, dit Franco. Il y a beaucoup d'Européens qui viennent ici, pour les cheveux, pour la barbe. Nous faisons de barbes par semaine. »

Mais en général, les coupes de barbe sont plus rares que par les décennies précédentes ; la plupart

des barbiers interrogés en font une ou deux par jour. Une ou deux par semaine dans certains cas. Et le métier de barbier se fait de toute façon plus rare aussi. « Vous savez, dit Franco, à Montréal il y avait des barbiers dans presque tous les hôtels à l'époque, sinon, tout près des hôtels. Mais tout ça a fermé : celui de l'hôtel Lasalle, fermé, celui du Reine-Elizabeth a fermé il y a une dizaine d'années. À la Place Ville-Marie, il y a eu jusqu'à 21 chaises de barbier à une certaine époque. On a réduit progressivement et ça a fermé complètement il y a 7 ans environ. »

Ménick, propriétaire de Chez Ménick le Barbier des sportifs, rue Masson, connu pour ses accointances avec les joueurs de hockey et autres sportifs et pour ses apparitions à la télévision, affirme que les rasages n'ont pas vraiment diminué en nombre chez lui. Mais il se rappelle qu'à l'époque « chaque client avait son blaireau et ses accessoires qu'il laissait chez le barbier. Ça ne se fait plus maintenant ».

La disparition apparente des salons de barbiers concorde aussi avec le fait que plusieurs se sont recyclés dans la coiffure unisexe au

début de la vague des salons de coiffure pour hommes et femmes. À l'hôtel Intercontinental, dans le Vieux-Montréal et au Delta, à quelques pas plus loin, on réfère les clients qui désirent un rasage traditionnel à Joe, du salon Coiffure Arcadi. Joe est barbier de formation et peut assurer un rasage traditionnel, « mais c'est plutôt rare », avoue-t-il, tout en continuant de coiffer un client assis dans une Belmont récente.

En haut de la côte, plus près de la rue Sainte-Catherine, les portiers et les concierges d'hôtel ne savent trop que répondre lorsqu'on leur demande où est le barbier le plus près. Il y a bien Giuseppe Saura au salon Coiffure Le Canadien, barbier depuis 40 ans, et en affaires depuis 15 ans à la gare Windsor, mais il faut savoir, un peu comme un initié. Après tout, les bonnes adresses, on a tendance à les garder pour soi, non ?

Cela dit, après enquête auprès de plusieurs barbiers du centre-ville et des quartiers qui l'entourent, il semble que les Montréalais qui les fréquentent pour le rasage de la barbe soient plus ou moins nombreux. Peut-être moins que plus. Ils sont des habitués, comme ce client de Ménick qui vient se faire raser deux fois par semaine depuis des années. Ou ils sont jeunes, téméraires ou à la mode. « Je rase plusieurs de mes copains, lance Tasso du Salon Elite. Ils ont dans la vingtaine comme moi. C'est bien ce genre de rasage. Ça n'a rien à voir avec le rasage à la maison. C'est beaucoup plus doux. » Franco, du boulevard Mont-Royal, soutient aussi qu'il y a passablement de jeunes qui se font raser la barbe chez lui, « des gens dans la vingtaine, la trentaine, tous les âges », précise-t-il.

Après quelques décennies à fréquenter les salons de coiffure mixtes, voilà que l'homme américain retourne donc vers celui qui s'occupe de la pilosité de ses aïeux. Les nouveaux et les anciens *barbershops* de New York, Truefitt & Hill à Chicago (40 \$ US pour un rasage !), et Gornik's Drucker à Beverly Hills, le montrent. Les Anglais et les Français, les Italiens, semblent ne jamais avoir complètement délaissé la coutume.

Quant aux Montréalais, la possibilité de se payer, pour 10 ou 12 \$, un bon rasage chez le barbier du coin, ou chez un survivant de la pratique ailleurs en ville, leur est toujours restée offerte. Les Franco, Maggie, de l'avenue du Mont-Royal, Ménick de la rue Masson, Pietro du boulevard Saint-Laurent, Francesco de la rue Rachel, Yves de la rue Bernard, les salons Élite et Salon de Barbier Avenue du Parc, de l'avenue du Parc, Prince of Wales sur Somerled, et tous les autres des quartiers populaires, sont là pour le prouver, c'est-à-dire que l'homme peut encore s'offrir un plaisir original, réinventé.

Les musulmans en pèlerinage annuel à La Mecque

OMAR HASSAN
Agence France-Presse

LA MECQUE — Sous un soleil de plomb, Ahmad, noyé au milieu de dizaines de milliers de fidèles, a patienté pendant deux heures pour accomplir le vœu de sa vie : toucher la Pierre noire.

« Me voici, Allah, répondant à ton appel, me voici Allah, il n'y a pas d'autre Dieu que toi », répétait Ahmed, en embrassant la Pierre noire, encrustée dans un coin de la Kabaa, un monument cubique sacré planté au milieu de la Grande Mosquée de La Mecque, vers laquelle se tournent les musulmans pour leurs cinq prières quotidiennes.

Et d'ajouter : « Ô Dieu, j'ai rêvé toute ma vie d'embrasser la Pierre » qui, selon le Coran, a été apportée à Abraham par l'ange Gabriel.

Ahmed, la cinquantaine, est venu de Malaisie pour accomplir le pèlerinage annuel à La Mecque où ont afflué plus de 1,5 million de musulmans des quatre coins du monde pour ce grand rassemblement qui commence demain. Quelque 500 000 autres fidèles saoudiens et résidents du royaume y participent.

Nombreux sont ceux qui, comme Ahmed, patientaient pendant des heures dans l'espoir de pouvoir toucher ou embrasser la Pierre noire.

Mais la majorité des fidèles n'arrivent pas à le faire. Ils se contentent alors de lever le bras droit en direction de la pierre sacrée, en tournant sept fois autour de la Kabaa comme le veut la tradition.

À l'appel du muezzin à chacune des cinq prières quotidiennes, la Grande Mosquée de La Mecque et ses alentours se remplissent de fidèles. Nombreux sont ceux qui préfèrent rester sur place, de jour



Usuf Ali, deux ans, regarde les centaines de milliers de fidèles qui prient au milieu de la Grande Mosquée de La Mecque.

PHOTO REUTERS

comme de nuit. Ils mangent, boivent et dorment sur place, même si c'est strictement interdit par les autorités.

Ceux qui ne peuvent pas dormir dans l'enceinte de la Mosquée, réservent leur place dans les alentours où foisonnent hôtels et magasins.

« J'ai passé toute la nuit sur place dans l'espoir de pouvoir prier près de la Kaaba », explique à l'AFP Mohamed, de Lahore au Pa-

kistan, assis sur un banc en béton.

L'énorme mouvement des fidèles et des voitures à l'heure des prières provoque des embouteillages monstres, que des policiers déployés en grande nombre s'emploient en vain à contrôler.

Hamza, un Irakien de 54 ans, se plaint du coût de son pèlerinage qu'il se débrouille pour amortir en s'adonnant à une activité qui risque de provoquer la fureur des autorités religieuses : il vend des montres

aux fidèles accomplissant l'un des cinq piliers de l'islam.

« Cela m'a coûté plus de 1500 dollars, ce qui est beaucoup pour moi », dit-il à l'AFP, pour expliquer ses activités commerciales.

Les chauffeurs de taxis souffrent eux aussi des embouteillages, mais ils font de bonnes affaires.

« C'est une bonne affaire que le Haj », lance un chauffeur yéménite, ajoutant : « En moyenne, je gagne plus de 300 riyals saoudiens

(80 \$ US) par jour, plus de cinq fois qu'en temps normal. »

Le Haj commence demain par un rassemblement des fidèles dans la vallée de Mina, près de La Mecque. Les pèlerins doivent faire dimanche l'ascension du mont Arafat, à 12 km au sud de la Ville sainte, le temps fort du pèlerinage. Lundi sera le premier jour de la fête Al-Adha (Sacrifice), qui sera célébrée par les musulmans du monde entier.

DU CARACTÈRE!

Tous les dimanches dans

LECTURES

SAINT-ALEXIS-DES-MONTS

POURVOIR

Châteaux **** étoiles et auberge, très bonne table

Activités sur place : pêche blanche (truites), chiens de traîneau, motoneige, etc.

Pour rens. : (819) 265-4242

www.pourvoirlachblanc.com

JOSEPH FIENNES JUDE LAW

IL Y A DES HOMMES QUI SONT NÉS POUR DEVENIR DES HÉROS.

L'ENNEMI AUX PORTES

VERSION FRANÇAISE DE "ENEMY AT THE GATES"

RACHEL WEISZ BOB HOSKINS ET ED HARRIS

À l'affiche à partir du vendredi 16 mars dans les cinémas

La Presse

CKOI 96.9 FM

Invitent 100 personnes à l'avant-première du film « L'Ennemi aux Portes »

Le jeudi 15 mars 2001 à 19 h au Cinéma StarCité de Montréal (4825 Pierre-de-Coubertin)

Courez la chance de gagner un des 50 laissez-passer doubles! Remplissez ce coupon de participation et envoyez-le à l'adresse suivante:

Concours L'Ennemi aux Portes La Presse C.P. 11055, Succ. Centre-Ville, H3C 4Z2

Q. Nommez deux vedettes du film « L'Ennemi aux Portes »

R. _____

Nom: _____

Adresse: _____ App. _____

Ville: _____

Province: _____ Code postal: _____

Téléphone (jour): () _____ (soir): () _____

Le tirage aura lieu le 8 mars 2001. Les fac-similés ne sont pas acceptés. Les gagnants des laissez-passer recevront les prix par la poste. Valeur totale des prix: 1,200,00 \$. Règlements du concours (No 20-378-153) chez Paramount Pictures (Canada).

loto-québec résultats

649	Tirage du 2001-02-28	GAGNANTS	LOTS
06 09 17 18 20 39		6/6 1	2 000 000,00 \$
Numéro complémentaire: 27		5/6+ 3	174 175,70 \$
		5/6 250	1 672,10 \$
		4/6 13 147	60,90 \$
		3/6 242 908	10,00 \$
		Ventes totales: 13 139 098 \$	
		Prochain gros lot (appr.): 2 000 000 \$	

Québec 49	Tirage du 2001-02-28	GAGNANTS	LOTS
10 18 25 31 34 45		6/6 0	1 000 000,00 \$
Numéro complémentaire: 22		5/6+ 0	50 000,00 \$
		5/6 19	500,00 \$
		4/6 1 049	50,00 \$
		3/6 18 844	5,00 \$
		Ventes totales: 550 694,50 \$	

Panéo	Quotidien	Extra	Tirage du 2001-02-28
05 07 08 10 18	3 4	NUMÉRO: 864643	
25 26 27 28 32			
36 39 40 44 48		Extra	Tirage du 2001-03-01
51 54 62 65 67	423 8810	NUMÉRO: 914813	

Le jeu doit rester un jeu

Les modalités d'encaissement des billets gagnants paraissent au verso des billets. En cas de disparité entre cette liste et la liste officielle de L-Q, cette dernière a priorité.

T.V.A., LE RÉSEAU DES TIRAGES DE LOTO-QUÉBEC

TQS en collaboration avec Ford présente

Lance et compte nouvelle génération

Participez au tournage et devenez figurant V.I.P.

dimanche 11 mars au Colisée Pepsi de Québec

Soyez des 40 chanceux assis directement derrière le banc des joueurs, là où plusieurs scènes importantes seront tournées.

Du 1^{er} au 3 mars, notez l'étoile Lance et compte présentée chaque jour dans La Presse et soyez à l'écoute de COOL ou de CKOI cet après-midi.

Étoile du jour: Danny Bouchard

* Pour courir la chance d'être sélectionné, vous devez être âgé de 18 ans et plus et être libre toute la journée du 11 mars. Départ en groupe de Montréal à 6 h 30, retour vers 21 h.

Billets gratuits pour assister à l'événement dans tous les restaurants MIKES participants

La Presse cyberpresse.ca

CKOI 96.9 FM

98.5 96.9 FM

Le *binge drinking* : un jeu dangereux

Boire, boire et boire de l'alcool. Le plus rapidement possible. C'est ce qu'on appelle le *binge drinking*, une pratique répandue sur les campus canadiens et américains.

HUGO DUMAS

LA SEMAINE dernière, la boisson a pris la vie d'Alexandre Vaillancourt, un étudiant de 18 ans de Québec. Les analyses préliminaires du coroner Bernard Couillard ont montré que l'adolescent avait sans doute succombé à un coma éthylique. Une surdose d'alcool, car aucune vomissure n'a été détectée dans ses bronches.

Tout a commencé un jeudi soir entre copains dans un bar du quartier Limoilou. Alexandre et un de ses amis décident volontairement de participer à un jeu organisé dans le cadre d'une soirée « séduction ».

Des chaises sont mises à la disposition des deux jeunes participants. Pour prévenir les dégâts, on leur prête une bavette et un masque de plongée. La foule encourage par ses applaudissements. Alexandre et son ami basculent la tête vers l'arrière et ouvrent grand. L'animateur de la soirée leur verse du whisky directement dans la bouche pendant dix secondes. Le premier des deux qui arrête de boire perd. Alexandre a été le champion.

Son exploit ne lui a rien valu, si ce n'est des sifflements et des tapes dans le dos. A-t-il bu avant le jeu ?

A-t-il bu après ? Mystère. Alexandre est retourné chez lui à la fermeture du bar. Il a pris un taxi. Le lendemain, son corps a été retrouvé dans les escaliers de l'immeuble à logements où il habitait. Alexandre était mort.

Un concours qui tue ? a tiré un quotidien de Québec. Selon le coroner, le jeu auquel Alexandre s'est adonné est comparable à la roulette russe. La police de Québec mène une enquête pour déterminer si des accusations de négligence criminelle pourraient être portées contre les propriétaires ou des employés du bar.

Cette mort tragique ramène sur le tapis la pratique du *binge drinking*, qui consiste à boire de l'alcool rapidement pour se saouler. Statistiquement parlant, un homme fait du *binge* quand il ingurgite plus de cinq consommations pendant une courte soirée. Pour une femme, c'est quatre. Une consommation équivaut à une bière, un verre de vin ou à un cocktail contenant une once et demie d'alcool fort.

Statistique Canada a révélé que la proportion d'ados de 15 à 19 ans qui boivent plus de cinq consommations en ligne, au moins une fois par mois, est passé de 13 %, en 1996, à 24 %, l'an dernier.

Chez les jeunes Canadiens de



Photo MARTIN CHAMBERLAND, La Presse ©

La proportion d'ados de 15 à 19 ans qui boivent plus de cinq consommations en ligne, au moins une fois par mois, est passée de 13 % à 24 %, en quatre ans.

20-24 ans, les chiffres sont encore plus élevés : 45 % étaient des *binge drinkers* au moins une fois par mois.

Aux États-Unis, ce n'est guère mieux. Une étude menée par l'École de santé publique de Harvard concluait, l'an dernier, que 44 % des étudiants américains buvaient trop. L'enquête a été réalisée auprès de 14 000 étudiants répartis dans 39 États.

Selon les données de l'étude, les étudiants au coude bien huilé consomment, à eux seuls, les deux tiers de tout l'alcool avalé par l'ensemble de la faune universitaire. Parmi les buveurs, un sur trois a été ivre au moins trois fois dans le mois ayant

précédé la réalisation de l'enquête.

En contrepartie, un étudiant sur cinq a admis ne jamais toucher à un seul verre. Les auteurs de l'étude notent que les abstinentes subissent toutefois les effets de la consommation de leurs copains imbibés d'alcool, comme des attaques physiques ou des avances sexuelles non sollicitées.

Le portrait type du *binge drinker* américain se dresse ainsi, toujours selon l'étude : Il est blanc. Il fait partie d'une équipe sportive. Il habite dans une résidence ou est membre d'une fraternité. Il buvait déjà au secondaire. Les étudiants blancs courent deux fois plus de

risque de devenir de grands buveurs comparativement à tout autre groupe ethnique, lit-on l'enquête.

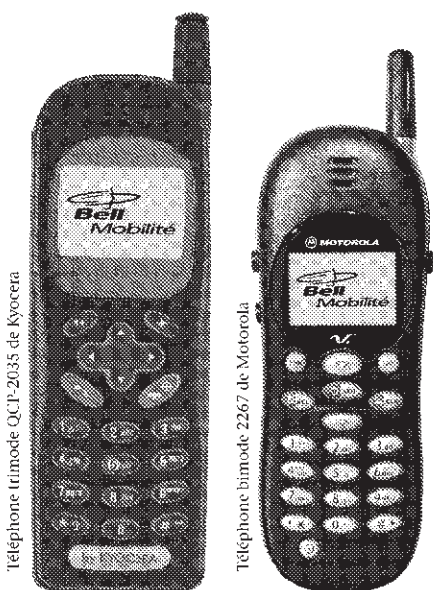
La consommation excessive d'alcool se fait souvent pendant des partys, des initiations à l'université ou des concours de « calage » de bière. « C'est bien rare qu'un jeune va boire un quarante onces tout seul chez lui. Il y a un côté social », dit Magali Dufour, psychologue et responsable du certificat en toxicomanie à l'Université de Montréal.

Fait rare, le coma éthylique peut survenir quand le buveur dépasse un taux d'alcoolémie de 0,35. Rappelons que la limite permise au Québec pour conduire une auto est de 0,08.

« À 0,35, une personne sur 100 peut mourir d'un coma éthylique. À 0,40, c'est une personne sur deux. Pour un buveur social, c'est extrêmement difficile à atteindre, car le corps humain a des mécanismes de défense, comme le sommeil ou la régurgitation », explique Louis Léonard, témoin expert en pharmacologie et en toxicologie pour les tribunaux.

Le coma éthylique stoppe toutes les activités vitales du corps humain, ce qui cause la mort. L'inconscience du buveur et la rapidité avec laquelle il avale de l'alcool, surtout du fort, en sont responsables. « Comme la personne boit très rapidement, elle n'a pas le temps d'avoir mal au coeur ou de ressentir d'autres symptômes. Elle n'a pas conscience que son corps lui dit d'arrêter, d'où l'importance de faire de la prévention et de la sensibilisation, surtout chez les jeunes », souligne Magali Dufour.

C'est zéro000



0\$

Obtenez un cellulaire pour 0\$ en vous abonnant maintenant au forfait **25\$ pour 200 minutes** par mois ou à tout autre forfait.

Grâce à l'Internet sans fil de Bell Mobilité, vous restez branchés sur la vie culturelle, la bourse, les restos et bien sûr, vos courriels.

(Prix régulier du téléphone)
(Rabais postal)

169\$
-169\$
0\$

99\$
-99\$
0\$



De plus, obtenez un des trois cadeaux suivants : une montre Roots, des jumelles Bushnell ou un appareil photo Minolta. Les quantités sont limitées. Disponibles dans les magasins Espace Bell et chez les détaillants Bell Mobilité participants.



Passez vite à un magasin Espace Bell ou chez un détaillant Bell Mobilité près de chez-vous. Pour obtenir la livraison gratuite, magasinez en ligne au www.bell.ca/zero ou téléphonez au **1 888 4MOBILE**.

Photo non-contractuelle. Détails dans les magasins participants. Certaines conditions s'appliquent. Prix en vigueur après remise postale, pourvu que la demande soit postée d'ici au 31 mars 2001, et seulement pour les nouvelles activations avec abonnement de 24 mois à un forfait de Bell Mobilité à 25\$/mois ou plus. Non disponible sur les forfaits entreprises. Le prix et l'offre sont sujet à changement sans préavis. Cette offre ne peut être combinée à aucune autre offre. Les taxes de vente sur le prix de l'appareil avant remise postale sont aux frais du client. Taxes, frais annuels d'accès au réseau et d'activation en sus. L'offre 0\$ se termine le 14 mars 2001. Les cadeaux sont disponibles dans les magasins participants seulement et sont en quantités limitées.



Beloil
R.C.C.
Mail Montenach
(450) 446-7176
Blainville
CTM
744, boul. Curé-Labelle (105)
(450) 433-0228

Brossard
BELL MOBILITÉ
Mail Champlain
(450) 465-6025
Châteauguay
MOBILITÉ
CHÂTEAUGUAY INC.
61A, boul St-Jean-Baptiste
(450) 692-4040

Granby
CTM
590, boul. Boivin
(450) 378-3618
Hull
ELYPS SOLUTION
DE RÉPARTITION
73, rue Jean-Proulx
(819) 777-0999

Laval
CTM
2271, boul. Le Corbusier
(450) 682-9366

CELLULAR ONE
435, boul. St-Martin
(450) 667-1177
METRO COM CANADA
800, boul. Chomedey (120)
(450) 687-4000
Longueuil
CELLCOM
650, place Trans-Canada
(450) 463-7777

Montréal
ARCO TELECOMM INC.
8900, rue Lajeunesse
(514) 389-8900
CELLCOM-MONTRÉAL
5200, rue Paré
(514) 739-7777
CELLULAR ONE
9280, boul. l'Acadie
(514) 385-0770

CELLUBOUTIQUE
MONTRÉAL
Complexe Desjardins
(514) 289-1001
Sherbrooke
CTM
2378, rue King Ouest
(819) 562-9262
GOBEIL ET FILLES,
2628, rue King Ouest
(819) 563-0406

BELL MOBILITÉ
MONTRÉAL
Carrefour de l'Estrie
(819) 659-3400
St-Léonard
AUTOCCELL NORD
9269, Lacordaire
(514) 324-0000
Tracy
RADIO MICHEL INC.
604, Marie-Victorin
(450) 746-7777

Valleyfield
LIBRAIRIES BOYER LTÉE
10, rue Nicholson
(450) 373-6211
Victoriaville
COMMUNICATION
1^{er} CHOIX
La Grande Place
des Bois-Francs
(819) 357-5776

Non aux chaînes de courriels!

WWW SUR LE WEB AUJOURD'HUI

SI VOUS RÊVEZ de faire un site Web, que ce soit un site personnel ou celui d'une petite entreprise, je vous recommande de passer consulter le tout nouveau *Comment faire un site*, qui répondra facilement et simplement à la plupart de vos interrogations sur la fabrication d'un site Web. Et dans ce cas-ci, disons que l'adresse est plutôt difficile à oublier: www.commentfaireunsite.com.

APRÈS LES sites Psychomedia (www.psy-

chomedia.qc.ca) et la version électronique de magazine *Psychologies* (www.psychologies.com), voilà qu'on voit arriver sur le Net une webtélé dédiée à la psychologie. C'est la revue électronique *Psycho-Net* (www.psycho-net.com) qui vient de lancer sa chaîne de télé sur le Web (www.psycho-net.tv). Au menu: des chroniques d'experts, des reportages, des témoignages sur la vie au travail, la famille, le couple, la société et la sexualité.

QUE DIRIEZ-VOUS d'un brin de jasette avec Lynnette Cole, la Miss USA de l'an 2000? Quelques heures avant de terminer son règne, de passer à sa remplaçante sa couronne et son horaire endiablé, Cole a accepté l'invitation de Yahoo Chat (chat.yahoo.com).

Elle vient parler des expériences qu'elle a vécues durant la dernière année. À 16 h 30.

POUR CEUX qui aiment rencontrer des personnalités d'Hollywood, le site TalkCity (www.talkcity.com) organise aujourd'hui une session de clavardage avec l'acteur Beau Bridges que l'on retrouvera dans une minisérie intitulée *Voyage of the Unicorn*. Cette rencontre est à 17 h. À 17 h 30, Bridges cède sa place au comédien canadien Martin Short, qui lui aussi se prêtera au jeu du clavardage pour faire la promotion de sa nouvelle série *Primetime Glick*, présentée au réseau Comedy Network.

JE N'EN PEUX plus. Et à voir tout le courrier que je reçois ces temps-ci sur le sujet, je ne semble pas être le seul dans mon cas. De quoi je vous parle? De ce fameux courriel que certains d'entre vous envoient à toutes leurs connaissances à propos d'un test de courrier électronique pour lequel Microsoft payerait 245 \$ pour chaque correspondant à qui une copie du test serait transmise. Ce n'est pas vrai, c'est un canular! Alors cessez d'embêter les gens avec ce courriel et la prochaine fois que vous recevez une chaîne de courriels, foutez-moi ça à la poubelle plutôt que d'engorger les boîtes à lettres électroniques de vos contacts!

Bruno Guglielminetti
collaboration spéciale

Internet: une fête moins « branchée », mais toujours enthousiaste

JACQUES CHARMELOT
Agence France-Presse

PARIS — L'Internet français se met en fête aujourd'hui et pour trois jours alors que l'enthousiasme général pour le réseau des réseaux a été douché par une sérieuse hécatombe dans les rangs des jeunes pousses.

Mais les promoteurs de l'événement, né en France il y a quatre ans, et les apôtres du Net sont loin d'avoir perdu la foi et maintiennent que le monde virtuel français va connaître « un nouveau début ».

« J'ai la conviction que nous allons repartir vers un nouveau cycle d'innovations très fort », a assuré Daniel Kaplan, l'un des gourous d'Internet en France.

Pour lui, les progrès dans les domaines du haut débit — une technologie qui permet la diffusion de produits vidéo et audio dans de bonnes conditions — et de l'informatique nomade vont assurer la poursuite du développement d'Internet.

Même conviction pour Fabienne Germain, responsable de la lettre d'information du Groupement des éditeurs en ligne, le GESTE. « L'Internet en France n'est pas en panne. Il se prépare à l'abri des regards au grand décollage », a-t-elle déclaré.

Les déboires des derniers mois sont à mettre au compte des « erreurs de jeunesse » d'un secteur encore inexploré, estime M^{me} Germain. « Les investisseurs ont eu la déraison de penser qu'ils feraient des profits à très court terme », explique-t-elle.

La fête d'Internet, du 2 au 4 mars, est à l'image de ce nouvel environnement, moins exubérante, mais pas pour autant morose.

La présentation 2001 sera « dépourvue de l'exagération qu'il y avait autour de la Net économie », expliquait récemment l'un des promoteurs de la fête, Philippe Baron. Mais elle foisonne déjà d'idées et de projets puisque le site officiel de la fête recensait jeudi plus de 970 initiatives en France et plus de 150 à l'étranger, dans 37 pays qui font, eux, l'Internet-fiesta.

Les organisateurs prévoient que cinq millions de personnes se connecteront pour participer à l'une des activités proposées pendant la fête. À l'origine, cette fête avait pour ambition de populariser le réseau des réseaux en France et les chiffres récents suggèrent que cet objectif est en passe d'être atteint.

NetValue, un organisme privé d'analyse d'Internet, évalue à 5,7 millions le nombre des Français connectés, une estimation minorée pour M. Kaplan qui avance le chiffre de huit millions.

Mais la France est encore loin derrière ses partenaires européens avec une pénétration de 19,6 %, contre 23,4 % pour l'Italie, 29,2 % pour l'Allemagne, 35,9 % pour le Royaume-Uni, et 56,8 % pour la Suède, selon des chiffres publiés par le quotidien économique *La Tribune*.

Les experts mettent d'abord ce retard sur le compte d'un parc informatique encore réduit et handicapé par le prix des équipements, de coûts dissuasifs des connexions et d'une offre limitée de contenus en français.

Mais pour la responsable du GESTE, le minitel avec ses 15 millions d'utilisateurs et ses 8 millions de terminaux reste un formidable concurrent de l'Internet. « Le marché est là, explique-t-elle, sauf qu'il n'est pas sur le réseau attendu par les nouveaux acteurs. »

Ces obstacles devront être levés si l'Internet doit devenir, comme l'explique *La Tribune*, un moteur de la croissance économique.

« Derrière les lampions de la fête percent des enjeux capitaux, écrivait hier ce journal. L'objectif du gouvernement est de voir les nouvelles technologies contribuer pour 1 % dans la croissance du PIB et assurer la création d'au moins 150 000 emplois par an », ajoute *La Tribune*.

MILAN

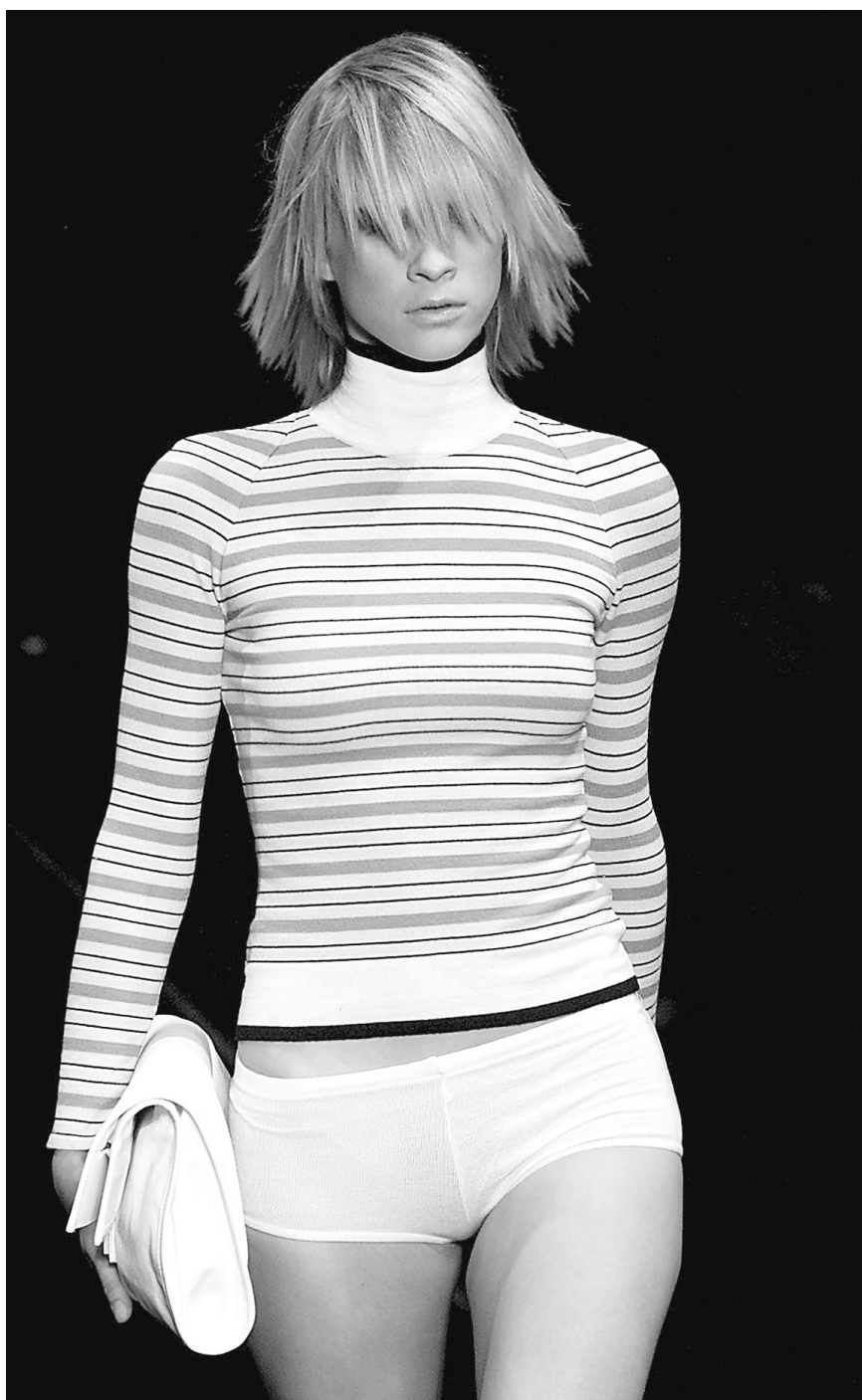


Photo REUTERS

Tenue d'Allessandro Dell'Acqua.

Femmes sexy et nonchalantes chez Versace et Alessandro Dell'Acqua

PAULINE GARIN
Agence France-Presse

MILAN — Les défilés milanais de prêt-à-porter féminin, sont entrés dans le vif du sujet, mercredi et hier, avec la présentation de collections Versace et Alessandro Dell'Acqua qui consacrent l'image d'une femme sexy et nonchalante.

Fidèle à sa philosophie, la styliste Donatella Versace propose, pour l'hiver 2001/2002, une silhouette ultrasensuelle, aguicheuse, à la limite de l'insolence avec, cette année, une touche de décontraction.

Le défilé a débuté sous des néons clignotants rose et vert fluorescents, couleurs fétiches de la maison cette année, alors que le rockeur Sting et son épouse faisaient une entrée remarquée.

La femme, selon Versace, est active, toujours en mouvement et sait rester attirante dans des tenues aux matières confortables. Les tailleurs perdent leur aspect strict, en se parant de peau teintée façon denim ou de jersey.

Les vestes tendent au blouson court, largement froncées à la taille et les jupes, très longues, se terminent par un léger effet volonte.

Étonnante, la parka en épais velours côtelé, doublée de vison, symbolise le mariage du luxe et de la décontraction.

Donatella fait, cette année, le pari de la fluidité à travers des robes de voile et de crêpe, aux imprimés excentriques: formes abstraites bariolées, plumes d'autruche multicolores sont les motifs récurrents de la collection.

L'audace qui caractérise le style de la maison, atteint son comble lorsque apparaît un mannequin vêtu d'un fourreau couleur chair au décolleté drapé, laissant un sein à découvert.

La femme Versace n'a pas froid aux yeux et cherche à attirer les regards avec des dos nus, des cols V plongeants, des jupes de maille ultra courtes et de larges ceintures de cuir moulant les hanches.



Photo REUTERS

Une création de la collection de prêt-à-porter automne-hiver 2001/2002 de Exte présentée hier à Milan.

Chez Alessandro Dell'Acqua, le cuir s'allie au voile dans une collection toute en transparence, à mi-chemin entre style romantique et néo-punk.

Le noir domine la présentation, égayée par quelques touches de couleurs vives. On retrouve la même palette que chez Versace: bleu ciel, rose et vert fluo.

Pour le soir, le styliste joue la carte des superpositions et des coupes asymétriques avec des robes toujours unies, relevées de paillettes métalliques ou argentées sur les épaules.

Côté accessoires, le ruban blanc s'enroule nonchalamment autour du cou, des bras ou à la taille, et de fines étoiles de cuir noir ou blanc font office d'écharpe. Les femmes actives portent à leur bras des pochettes aux dimensions exagérées, assorties aux vêtements.

Du nouveau dans le décor!

Concours



Salon national de l'habitation et Salon de l'aménagement extérieur

Du 2 au 11 mars 2001
Stade olympique, Montréal

dmg (world media)

La Presse, CKOI et le **Salon national de l'habitation et Salon de l'aménagement extérieur** vous offrent la chance de gagner des prix d'une valeur de 27 500 \$

Un spa modèle **Caribbean**, offert par **Coast Spas**, incluant un cabinet de cèdre, 26 jets, 2 pompes de luxe, cinq sièges et un siège long, d'une valeur de 7 500 \$

Un fauteuil, modèle **pouce par pouce** auto-inclinaison de **Niagara par Ultrassage**, d'une valeur de 6 950 \$

Un lit ajustable avec matelas **medimatt**, d'une valeur de 3050 \$, gracieuseté de **Niagara par Ultrassage**.

Cinq systèmes de sécurité avec domotique d'une valeur de 2000 \$ chacun, offerts par **Protectron**, incluant une année complète de télésurveillance gratuite.

Pour participer, rien de plus simple! Remplissez le coupon de participation et, lors de votre visite au Salon, déposez-le au stand de **Coast Spas** (n° 277), de **Niagara-Thérapie du Canada par Ultrassage** (n° 909), ou de **Protectron** (n° 518).

Ou encore, postez-le à: **La Presse Itée, Concours Salon national de l'habitation C.P.11054, succ. Centre-Ville Montréal (Québec) H3C 4Z1**

Les coupons doivent être reçus à **La Presse** au plus tard le 9 mars 2001 à 12 h. Ce concours s'adresse aux personnes âgées de 18 ans et plus. Les fac-similés ne sont pas acceptés.



Un événement En collaboration avec



Gagnez un spa de luxe, un fauteuil auto-inclinaison, un lit ajustable avec matelas medimatt ou un des cinq systèmes de sécurité avec domotique.

Salon national de l'habitation et Salon de l'aménagement extérieur

Les tirages auront lieu sur le site des conférences de la Multimaison Desjardins (Centre sportif) du Salon national de l'habitation et Salon de l'aménagement extérieur, le dimanche 11 mars 2001 à 18 h.

Nom _____

Prénom _____ Âge _____

Adresse _____ App. _____

Ville _____ Code postal _____

Tél. _____ Téléc. _____

Courriel _____

Qui anime l'émission du matin à CKOI? _____

N.B.: Pour être valide, ce coupon doit être dûment complété. Ce coupon s'adresse aux personnes âgées de 18 ans et plus. Règlements disponibles chez Promexpo. Les fac-similés ne sont pas acceptés.

SAVEURS



Déjà visités pour vous

GINGER, 16, rue des Pins Est, (514) 844-2121
De la racine commune à l'Asie, Ginger tire son nom et nous offre une expérience urbano-techno-pan-asiatique. Son menu à première vue simpliste cache des créations adaptées au goût du jour qui nous plongent dans un cosmopolitisme moderne où les cultures et les saveurs se fondent.

Pour > Les créations astucieuses. La participation de la Corée à l'intensité des saveurs. La découverte du jaque, même s'il est en conserve.

Contre > L'utilisation abondante d'une sauce teriyaki sucrée. Les maki gargantuesques et denses. La sursaturation en sucre de la sauce satay unie à la noix de coco.

☾ \$\$ ★★★½

TAVERNE, 5555 avenue Monkland, (514) 486-5768
Un oasis de saveurs où s'attroupe une jeune clientèle de bon genre pour s'abreuver de créations culinaires enivrantes avant 23h, puis de martini jusqu'aux petites heures.

Pour > La diversité des saveurs et des textures sous l'influence d'une cuisine américaine actuelle et créative. Le service courtis, enjoué et toujours attentionné sans jamais être déplacé. Une carte des vins qui s'ouvre sur le monde.

Contre > Les desserts désolants et le nombre de fautes de français sur l'ardoise de papier malgré les efforts investis.

\$\$ ★★★½ ☺

SOFIA, 3600, boulevard Saint-Laurent, (514) 284-0092

Dans un décor inspiré du bédéiste Enki Bilal, la meute s'anime autour de magnums de vin sous les décibels du DJ tout en faisant ses dents sur une carte simple, mais éclairée de quelques nouveautés. Les créations y sont parfois réussies, parfois ratées.

Pour > Une bouchée nocturne jusqu'à 1h du jeudi au samedi. La sélection de grappa et de vodkas. Le nombre de blondes au mètre carré.

Contre > L'air chargé de parfums, de fumées de cigares et d'émanations de peroxyde s'échappant des têtes décolorées. Le service confus qui vide la table entre l'entrée et le plat. Les desserts préfabriqués sans finesse.

☾ \$\$ ★★★½

PIZZERIA NAPOLETANA, 189, rue Dante, (514) 276-8226

Pâtes costaudes et pizzas rustiques dans une ambiance de trattoria où tout un chacun se voisinent sans vraiment se connaître. Sans prétention mais authentique.

Pour > L'ambiance très animée, parfaite pour les repas en groupe. La maîtrise du tiramisù: doigts de dame bien imbibés de café, crème riche et épaisse juste assez persistante qui insiste pour rester dans votre bouche un peu plus longtemps.

Contre > Le paiement en argent comptant seulement et le service indifférent. La salade sans personnalité à base de laitue iceberg qui ferait mourir de honte la mamma de n'importe quel chef italien.

☂ ☾ ☑ \$\$ ★★★

Notre chroniqueur se présente toujours au restaurant de façon anonyme et La Presse assume toutes les dépenses encourues pour le repas. Les étoiles accordées reflètent la qualité de la nourriture, du service et de l'ambiance en fonction du prix et des attentes que le restaurant suscite. Le symbole du sourire (☺) est donné lorsque le chroniqueur a été ravi par l'expérience. Le signe de \$ reflète le prix des plats principaux à la carte.

★	Sans intérêt	\$	En bas de 10 \$
★★	Passable	\$\$	Entre 10 - 20 \$
★★★	Bon	\$\$\$	Entre 20 - 35 \$
★★★★	Très bon	\$\$\$\$	Plus de 30 \$
★★★★★	Exceptionnel	☂	Mangez en terrasse
☾	Sortez tard	☑	Apportez votre vin

Réconfort astral

FRÉDÉRIC CHABOT
collaboration spéciale

À la recherche d'une assiette chaleureuse, notre appétit a le choix de se diriger vers le soleil des tropiques ou vers une cuisine réconfortante qui réchauffe l'âme plutôt que l'épiderme. Même si le soleil de l'Italie n'est pas celui de l'île de La Réunion, cette terre sait bien s'y prendre pour conforter notre être en profondeur. Un repas au restaurant Il Sole — en français Le Soleil — ne devrait pas faire exception.

Parmi les antipasti que propose la carte, le vitello tonato devra attendre l'arrivée de l'été pour être apprécié. Une sélection de risottos se montre par contre très prometteuse, de même que les « paste » préparés sur place et pour la plupart farcies, comme le ravioli au lapin, vin rouge et lardons. Pour un plat de poisson ou de viande, le choix se fait à la table d'hôte.

Comme trop souvent, la table d'hôte commence avec une soupe ou une salade. Encore une crème de légumes ! Mais dans celle-ci, une pointe de tomate se veut rayonnante et une touche de beurre cherche à nous réconforter.

De fines laitues composent la salade présentée élégamment. Un peu plus d'acidité permettrait à cette composition de radier davantage, d'autant plus que les noix de Grenoble et les pignons jettent un nuage d'ombre sur l'énergie du vinaigre balsamique.

À la table d'hôte s'ajoutent une sélection d'entrées « du moment » qui compte un « salmone marinato agli agrumi ». Une fois cuisinés, les agrumes réussissent souvent à nous transmettre leur réserve de soleil, mais au risque de conférer un petit côté bonbon aux aliments qu'ils parfument. Heureusement, ce n'est pas le cas ici. Une fois mariné, le saumon s'est enrichi des parfums sans devenir sucré. Servi en tranches, il est monté sur quelques feuilles de laitue et accompagné de fines lamelles de fenouil et d'oignon. Associé au saumon et aux agrumes, le fenouil poursuit un compagnonnage dont il a l'habitude. Attendries par l'acidité des agrumes, les tran-

IL SOLE

3627, boulevard Saint-Laurent
(514) 282-4996

Entrées : 7,95 à 12,95 \$
Plats : 12,00 à 16,50 \$
Table d'hôte : 23,00 à 27,00 \$

Lundi au mercredi : 17h30 à 23h
Jeudi au samedi : 17h30 à 24h

★★★



ches d'oignon cru ne nous soumettent plus à leur caractère acerbé. Les suprêmes d'orange qui garnissent l'assiette permettent de terminer cette entrée sur une note rafraîchissante.

Moins ensoleillé, plus en réconfort, la « fantasia di sfogliatina al gorgonzola e rapini » propose un délicat feuilleté qui s'unit à la finesse de la crème, à la richesse du gorgonzola et à l'amertume des rapini. Un ensemble de saveurs et de textures réussi, assombri par une sauce refroidie au contact d'une assiette insuffisamment chauffée.

La « polenta con vitello, agnello e cipolini » constitue un plat généreux qui réchauffe l'intérieur. Le réconfort provient de la texture moelleuse et de la chaleur qui se dégage de cette polenta enrichie au

beurre ainsi que du veau et de l'agneau mijotés. Un jus de viande tomate, de petits oignons cipolini et du romarin confèrent encore plus de profondeur à ce mets pénétrant. Dommage que certains cubes de viande manquent de tendreté pour se fondre à la polenta.

Sans être desséché, le généreux filet de doradé n'est certainement pas rosé. Une garniture d'inspiration méditerranéenne laisse entrevoir un ciel radieux, mais l'abondance de safran, d'olives noires et de zestes d'agrumes génère une surdose d'amertume qui risque de faire frémir le plus fervent des amateurs de Campari. Entassés les uns sur les autres, les bâtonnets d'aubergines frites, puis asséchés, procurent un croustillant surprenant, mais ne font qu'amplifier les saveurs amères.

Au dessert, les assiettes sont décorées de crème anglaise parfumée à l'amande et garnies d'une compote de figues et de raisins ensoleillée par des lueurs de mangue, d'ananas et de gingembre. La « crostata al cioccolato » se veut mince, mais très intense, comme c'est souvent le cas des tartes italiennes. Devant un chocolat si riche et si dense, le nuage de crème fouettée offre la possibilité d'alléger le tout.

Finalement, le « semifreddo all'Amaretto » permet de se réconcilier avec l'hiver. Ce parfait congelé n'est ni plus ni moins qu'une crème glacée si riche qu'elle ne forme pas de cristaux même si elle n'est pas turbinée pendant sa congélation. Sa texture est parfaitement lisse et onctueuse et la juste dose d'Amaretto lui confère un parfum léger. Dur d'admettre que sans le froid, ce délice n'aurait jamais vu le jour.

Logé parmi les têtes d'affiche toute en beauté du boulevard Saint-Laurent, Il Sole nous réserve une ambiance simple illuminée par les rayons d'une « boule miroir » convertie en soleil. Le service est réalisé par des professionnels d'origine française suffisamment polyglottes pour nous traduire les éléments italiens du menu et nous lancer des « c'est un vin très sweet ». Bref, une cuisine surtout réconfortante, illuminée de percées de soleil et qui accomplit bien sa mission malgré quelques passages nuageux.

Les 17 vins de vinOh! veritas



La SAQ met en vente demain les 17 vins de son opération *vinOh! veritas* du mois de mars, que la presse spécialisée a pu goûter la semaine dernière. Comme bien souvent, hélas! les plus beaux sont les plus chers.

Voici donc, en style télégraphique, de courtes descriptions de ceux qui m'ont semblé offrir le plus d'intérêt.

> **Gaillac Premières Côtes 98 Château de Salettes**. Vin très particulier, aux odeurs et aux saveurs musquées faisant penser au Sauvignon blanc (mais ce n'en est pas). Passablement de corps, des saveurs intenses. Et un boisé à peu près imperceptible. S, 912212, 16,10\$, ★★(★) \$ 1-2 ans au moins sans doute.

> **Angialis Vendemmia Tardiva 97 Isola Dei Nuraghi Argiolas**. Vin de vendanges tardives à la couleur vieil or, avec un bouquet de grand volume (fruits confits... tire Sainte-Catherine, etc.). Bien sucré, corsé, avec un après-goût qui persiste un long

moment. Rappelle les beerenauslese d'Allemagne. Le boire avec un dessert ou en digestif. S, 907212, 37,50\$, ★★★ \$\$\$(\$ 5-6 ans au moins sans doute.

> **Toscane IGT 97 Monte Antico**. Vin de Sangiovese, au fruité très mûr. Relativement corsé, assez rustique, avec un boisé aux notes de noix de coco. S, 907519, 15,65\$, ★★(★) \$() 3-4 ans environ.

> **Colline Lucchesi Rosso 98 Palistorti Tenuta di Valgiano**. Elaboré avec surtout du Sangiovese (70%). Un bouquet de bon volume, nuancé. Charnu en bouche, avec les arômes de Sangiovese qui ressortent alors davantage. Tannique, assez astringent, on jurerait un chianti à l'aveugle. S, 897678, 22,75\$, ★★★ \$() 4-5 ans.

> **Morellino di Scansano 98 Constantia**. Autre vin de Sangiovese (90%), au bouquet de fruits rouges et de bois neuf, avec des notes de noix de coco. Serré en bouche, passablement corsé, des arômes de bois neuf dans l'après-goût. Cher. S, 907402, 33,50\$, ★★★ \$\$\$(\$ 4-5 ans.

> **On grimpe avec le Chianti Classico 97 Riserva Poggio delle Rose Castell'In Villa**, bien en chair, corsé, tannique, richement coloré pour un chianti. Le bouquet est profond, très Sangiovese, épicé et boisé, mais ce vin a tout le fruit voulu pour finir par digérer son bois, comme on dit. S, 907600, 52,75\$, ★★★(★) \$\$\$(\$ 7-8 ans aisément.

> **Tarragona 98 Costers del Gravet Capçanes**. Vin d'Espagne, au bouquet discret, et brillant surtout par sa belle texture en bouche, sa distinction. S, 898551, 22,80\$, ★★★ \$() 2-3 ans.

> **Saint-Émilion Grand Cru 98 Château Cantenac**. Bien coloré, et un bouquet de bonne ampleur, bien mûr, sans qu'il soit très complexe. Relativement corsé, charnu, ses tannins sont tendres et de qualité. S, 912352, 25,30\$, ★★★ \$\$\$ 3-4 ans environ.

> **Alexander Valley Cabernet Sauvignon 97 Geyser Peak Reserve**. La robe est quasi opaque, le bouquet volumineux, profond, mais sans rien de massif ou de « confituré ». En bouche, ampleur, concentration, générosité, sur des tannins à la fois serrés et veloutés. Très beau vin de Californie. S, 902809, ★★★(★) \$\$\$(\$ 6-7 ans environ.

Demain: les Côtes du Rhône Villages.

Dégustés pour vous

> **Napa Valley 97 Blanc de blancs Schramsberg**, aussi de la promotion *vinOh! veritas*, comme les vins qui suivent. Un mousseux réputé, au riche bouquet très champagne, aux notes marquées de lies. Avec du corps et des saveurs insistantes, très bien fait, mais qu'on souhaiterait un peu plus sec et moins cher. S, 268326, 36,75\$, ★★★ \$\$\$(\$ 1-2 ans, à boire.

> **Dolcetto d'Alba 99 Giacomo Conterno**. Un bouquet plutôt simple, mais fort plaisant. Moyennement corsé, des tannins serrés, avec des notes comme de noyau dans l'après-goût. Cher. S, 898940, 25,40\$, ★★(★) \$\$\$ 1-2 ans environ.

> **Barbera d'Alba 99 Giacomo Conterno**. Du même producteur. Bouquet plus complexe (de petits fruits rouges, de prunes, etc.). Avec encore là une bouche d'ampleur moyenne, aux tannins serrés. S, 898940, 29,40\$, ★★(★) 3-4 ans.

> **Napa Valley 96 Spring Mountain**. Une robe soutenue, un bouquet intense et de bon volume, avec une note d'eucalyptus, mais assez peu nuancé. Relativement corsé, des tannins tendres. Et pommadé, comme on dit, en raison de son boisé très prononcé. Beaucoup trop cher. S, 482232, 70,50\$, ★★★ \$\$\$(\$ 3-4 ans environ.

★	Vin correct	★★★★	Excellent
★★	Bon	★★★★★	Exceptionnel
★★★	Très bon	(★)	Égale une 1/2 étoile

La règle
- Plus d'étoiles que de \$, le vin vaut largement son prix; autant d'étoiles que de \$, il vaut son prix; moins d'étoiles que de \$, il est cher ou même très cher.
- C indique qu'il s'agit d'un vin « courant », vendu dans la plupart des succursales, et S désigne les vins de « spécialité », en vente uniquement dans un nombre limité de succursales. Le nombre d'années figurant après la note indique le potentiel de garde approximatif à partir de maintenant.

**Bibliothèque
et Archives
nationales**

Québec 

La Presse

2 mars 2001

Page B8 manquante