

HIVER | WINTER 2020

Gentologie

STYLE DE VIE POUR GENTLEMAN
LIFESTYLE FOR GENTLEMAN



People Mover Tech
CMO + Co Founder
Directeur Principal du Marketing et
Co-fondateur

Food Inc.

Na'eem Adam

De blogueur, à créateur de contenu, à co-fondateur de festivals de nourriture à succès, rien n'arrête cet entrepreneur en série

From blogger, to content creator, to co-founder of successful food festivals, nothing can stop this serial entrepreneur

12.00\$ CA

Gentologie
STYLE DE VIE POUR GENTLEMAN
LIFESTYLE FOR GENTLEMAN

HIVER | WINTER 2020

Be a gentleman.

Soyez un gentleman.

Faites partie de la famille Gentologie

Be a part of the Gentologie Family

Je m'abonne 

I subscribe 

Gentologie

LE CLUB
• FONDÉ EN 2019 •



FERRARI

TRENTO 1902

présente

**LE
PARCOURS
DU
LUXE
DE
MONTRÉAL**

ÉDITION 2019-2020

par

Gentologie

STYLE DE VIE POUR GENTLEMAN
LIFESTYLE FOR GENTLEMAN

HORIZON

36 | Food Inc.

Passionné par la nourriture et le marketing,
Na'eem Adam en a fait son métier.
Ce qui s'en vient est plus qu'intéressant.

*Passionate about food, and marketing,
Na'eem Adam made it his job.
Let's see what's next for him.*

Par | By

Normand Boulanger

Photo de couverture | Cove Photo: Alexandra Toulch - Rebl House



Le diable peut dormir tranquille,
nous nous occupons des détails.

CLUSIER

www.clusier.com



46 | H4C par Dany Bolduc Haute Cuisine Réinventée Reinvented Haute Cuisine

Changer complètement un restaurant pour en faire un havre de paix pour expérimenter, voilà ce qu'à fait le chef Dany Bolduc.

Completely changing a restaurant to make it a haven of peace to experiment, that's what chef Dany Bolduc did.

130 | Porsche Vers une année électrisante Towards an electrifying year

Première supervoiture électrique, plusieurs nouveautés, entrevue avec Marc Ouayoun sur le futur de Porsche

First electric supercar, several innovations, interview with Marc Ouayoun on the future of Porsche



54 | Seedlip
La nouvelle façon de boire
The New Way to Drink

Boire moins, boire mieux, voilà le sujet de notre entrevue avec Sarah Parniak, gestionnaire marketing de Seedlip

Drinking less, drinking better, that's the subject of our interview with Sarah Parniak, marketing manager at Seedlip



7



SOMMAIRE | CONTENT



62 | Tbsp.
Une cuillère à la fois
One spoon at a time

Entrevue avec le chef Joris Garibaldie sur le nouveau restaurant du W Montréal

Interview with chef Joris Garibaldie on the new restaurant at W Montreal

MODE & BEAUTÉ | BEAUTY & FASHION**16 | Tiffany pour l'amour
Tiffany for Love**

Suggestions de Tiffany pour la St-Valentin
Tiffany's Valentine's Day suggestions

**20 | Looks d'hiver par Clusier
Winter Looks by Clusier**

Quoi porter cet hiver pour être élégant
What to wear this winter to be stylish

**24 | Blöke: Beauté pour hommes 2.0
Blöke: Men's beauty 2.0**

Un salon de coiffure nouveau genre
A new kind of hair salon

TECHNOLOGIE | TECHNOLOGY**28 | Apple Mac Pro: Repousser les limites
Apple Mac Pro: Push the limits**

Le plus récent modèle pour professionnels
The latest model for professionals

**30 | Cadillac Live: Redéfinir l'achat de véhicule
Cadillac Live: Redefining vehicle purchase**

Quand le concessionnaire vient à vous
When the dealer comes to you

**30 | Samsung: Innovation en premier
Samsung: Innovation first**

Les nouveautés de Samsung au CES
New from Samsung at CES

**106 | Taizu
L'inspiration asiatique
Asian Inspired**

Steve Leung nous parle de sa collaboration avec Victoria + Albert pour la baignoire Taizu

Steve Leung talks about his collaboration with Victoria + Albert for the Taizu bathtub

AFFAIRES | BUSINESS**44 | Mark Cuban @ C2 Montréal**

Un titan nous visitera en mai
A titan will visit us in May



ART DE LA TABLE | FINE DINING

58 | Peel

Un cocktail différent
A different cocktail

68 | Pour vous réchauffer To Warm you up

Des vins et spiritueux pour l'hiver
Wines and spirits for winter

VOYAGER | TRAVEL

72 | Paris par Grégory Faye Paris by Grégory Faye

Les essentiels du chef du William Gray
The musts of William Gray's Chef

80 | Virginie: Plus que la plage Virginia: More than the beach

Une revisite du célèbre état
A revisit of the famous state

88 | Uville: Un Musée dans un hôtel Uville: Museum and an hôtel

Revivez les années 60 et 70 de Montréal
Relive the 60s and 70s of Montreal

92 | Route 66: Le rêve d'une vie Route 66: A Life's Dream

Découvrez la plus célèbre des autoroutes
Discover the most famous of highways





ARTS | ARTISTRY

100 | Imagine Van Gogh

Une exposition immersive à l'Arsenal
An immersive exhibition at the Arsenal

104 | À écouter cet hiver To listen this winter

Des séries et de la musique réchauffante
TV series and music to put the heat on

ART DE VIVRE | ART OF LIVING

110 | Signature Kitchen Suite

Pensée pour le luxe
Made for luxury

116 | Touché x Arhoma

Quand café et chocolat d'accordent
When coffee and chocolate match

118 | Dekton Liquid Collection

Inspirée par le mouvement
Inspired by movement



AU VOLANT | TO RIDE

122 | Porsche Ice Experience

Défier les conditions extrêmes
Challenge extreme conditions

134 | Ford Mustang Mach-E

Le cheval électrifié
The horse electrified



SPORTS

140 | Le trophée Vince Lombardi Trophy

Suprématie du Football par Tiffany & Co.
Football Supremacy by Tiffany & Co.

142 | Nike Joyride Dual Run

Des jambes fraîches tous les jours
Fres legs everyday



DU RÉDACTEUR EN CHEF | FROM EDITOR -IN-CHIEF

14 | Vers 2020 et plus loin encore To 2020 and beyond

143 | L'évolution | The evolution





MARC BOUCHARD

Journaliste Automobile
Automotive Journalist

Marc nous fait visiter la Virginie et la Route 66

Marc shows us the Virginia and Route 66



GREGORY FAYE

Chef
Hôtel William Gray

Grégory nous fait une liste de ses endroits préférés à Paris

Grégory gives us a list of his favorite places in Paris



PIERRE-BENOIT DUHAMEL

Fondateur / Founder
Clusier

Pierre-Benoit nous propose ses looks pour l'hiver

Pierre-Benoit offers us his favorite looks for the Winter



MICHAEL KOOPMANN

Concierge chez Gentologie et Rédacteur voyage
Concierge at Gentologie and Travel writer

Michael nous parle de sa visite à l'Hôtel Uville de Montréal

Michael told us about his visit at Uville Hotel in Montreal

Gentologie

STYLE DE VIE POUR GENTLEMAN
LIFESTYLE FOR GENTLEMAN

ÉDITEUR ET RÉDACTEUR EN CHEF | PUBLISHER & EDITOR-IN-CHIEF

Normand Boulanger

RÉDACTION | EDITORIAL

COLLABORATEURS | CONTRIBUTORS

Marc Bouchard, Pierre-Benoît Duhamel, Grégory Faye, Michael Koopmann

RÉVISEURE | PROOFREADER

Lucette Albert

IMAGE DE MARQUE | BRANDING

DIRECTION ARTISTIQUE DE LA MARQUE | ART DIRECTOR FOR THE BRAND

Anne-Renée Boulanger

DIRECTION ARTISTIQUE DU MAGAZINE | ART DIRECTOR FOR THE MAGAZINE

Normand Boulanger

ÉCRIVEZ-NOUS | WRITE TO US

Vous avez des idées de sujets à nous proposer, n'hésitez pas à nous écrire au | You have ideas of subjects to propose to us, do not hesitate to write to us at info@gentologie.com

ANNONCEZ AVEC NOUS | ADVERTISE WITH US

Envie de figurer dans le numéro Printemps 2020 (parution le 7 Avril 2020), envoyez un courriel à | Want to appear in the Spring 2020 Issue (released April 7, 2020), send an email to normand.boulanger@gentologie.com

ÉDITION 3 | ISSUE 3 HIVER 2020 | WINTER 2020

POUR ÉCRIRE À GENTOLOGIE

CONTACT GENTOLOGIE
info@gentologie.com

POUR LES DEMANDES RELATIVES À LA PUBLICITÉ ET AUX VENTES MÉDIAS, COMMUNIQUEZ AVEC:

FOR MEDIA SALES ENQUIRIES, CONTACT:
normand.boulanger@gentologie.com

©2020 Le magazine Gentologie est publié en version numérique cinq fois par année. Tous droits réservés.

Les points de vue formulés sont ceux des auteurs et ne représentent pas nécessairement ceux de Gentologie.

Vous pouvez vous procurer chaque numéro de Gentologie en version numérique au coût de 12 \$ (plus taxes) au Canada. L'abonnement annuel est également offert au coût de 90 \$ (plus taxes).

L'éditeur se réserve le droit d'accepter ou de refuser tout matériel publicitaire.

Répertorié dans l'index des périodiques canadiens
ISSN 2562-900X

Les prix affichés dans le magazine sont sujets à changement sans préavis.

+++++++

©2020 The Gentologie magazine is published in digital version 5 times a year. All rights reserved.

The views expressed are those of the authors and do not necessarily represent those of Gentologie.

You can get each issue of Gentologie for \$ 12 (plus tax) per digital copy in Canada. Subscriptions are also offered at the price of \$ 90 (plus taxes), annually.

The publisher reserves the right to accept or refuse any advertising material.

Listed in the index of Canadian periodicals ISSN:
ISSN 2562-900X

The prices displayed in the magazine are subject to change without notice.

GENTOLOGIE
6593 BOYER, #3
MONTRÉAL, QC
H2S 2J5



Par | By Normand Boulanger, Rédacteur en Chef | Editor-in-Chief

VERS 2020 ET PLUS LOIN ENCORE TO 2020 AND BEYOND

14



MOT DE L'ÉDITEUR | PUBLISHER'S NOTE

L'année 2020 en sera une remplie de défis. Rien de moins. Une année qui ne s'annonce pas nécessairement facile, mais certainement fascinante.

Être dans l'univers des médias en 2020 est certainement l'un des métiers les plus à risque. Nous n'avons qu'à penser au sauvetage récent du Groupe Capitales Médias ou de la demande de prêt de Ricardo Média pour poursuivre sa transition vers le numérique.

Depuis les débuts de la marque Gentologie, je n'ai que des compliments: que notre nom est magnifique, qu'il indique bien qui est sa cible, etc. Je suis bien content de tous ces éloges, par contre, je me dois de faire connaître encore plus la marque Gentologie dans son ensemble: le site web, ses événements, ses guides, et les différents projets qui se dessineront devant nous. Vous êtes nos alliés dans ce combat.

Vous remarquerez d'ailleurs que ce passage à 2020 s'accompagne d'une petite refonte de notre grille graphique plus dans nos cordes et qui vous facilitera la lecture.

Une bonne année 2020 et un merveilleux hiver à tous!



The year 2020 will certainly be one of the challenges. Nothing less. A year that does not necessarily promise to be easy, but certainly fascinating.

Being in the media world in 2020 is certainly one of the jobs most at risk. We only have to think about the recent rescue of the Capitales Médias Group or the loan request from Ricardo Media to continue its transition to digital.

Since the beginnings of the Gentologie brand, I have had nothing but compliments: that our name is magnificent, that it clearly indicates who its target is, etc. I am very happy with all these praises: however, I must make the Gentologie brand better known: the website, its events, its guides, and the various projects that will emerge before us. You are our allies in this fight.

You will notice, moreover, that this transition to 2020 is accompanied by a small overhaul of our graphic grid, more in our strings and which will make your reading easier.

Happy New Year 2020 and a wonderful winter everyone!

Écrivez-moi | Write me
normand.boulanger@gentologie.com

CONCIERGE NOUVEAU CHEZ GENTOLOGIE *NEW AT GENTOLOGIE*



Nous accueillons, en ce début 2020, un nouveau collaborateur en la personne de Michael Koopmann, un rédacteur voyage et expert du domaine hôtelier et vinicole. Ce dernier sera également le concierge de Gentologie.

Alors que vous êtes plusieurs à nous demander des conseils sur différents endroits à fréquenter, il peut parfois être difficile de réserver à certains endroits ou pour certains services.

Voilà donc pourquoi Michael Koopmann se joint à nous afin de vous dénicher les meilleurs plans.

Notez que ce service est uniquement offert aux abonnés.

We welcome, at the beginning of 2020, a new collaborator in the person of Michael Koopmann, a travel writer and expert in the hotel and wine sector. The latter will also be the concierge of Gentologie.

While many of you ask us for advice on different places to go, it can sometimes be difficult to book in certain places or for certain services.

This is why Michael Koopmann joins us in order to find you the best plans.

Note that this service is only offered to subscribers.

Écrivez-nous | Write us
info@gentologie.com



LES DERNIÈRES TENDANCES, RAREMENT.
ÊTRE DISTINGUÉ AU JOUR LE JOUR.

MODE FASHION & BEAUTÉ BEAUTY

BE DISTINGUISHED FROM DAY TO DAY.
HINT, IT'S NOT IN THE TRENDS.

16

Par | By **Normand Boulanger**

Photos: **Tiffany & Co.**



Alors que février est la période de l'année où se déroule la fête de l'amour, **Tiffany & Co.** vous propose quelques choix qui feront certaines des heureux et des heureuses. N'oubliez pas que l'amour n'est pas réservé qu'aux gens en couple, mais à vous-même, à vos amis et à vos proches.

*While February is the time of year for the feast of love, **Tiffany & Co.** offers a few choices that will make some of them happy. Remember that love is not just for people in a relationship, but for yourself, your friends and loved ones.*

Pour 2020, Tiffany & Co. suggère des pièces uniques qui ne manqueront pas de séduire le cœur de plusieurs.

Pourquoi ne pas boire le Bollinger rosé que nous vous suggérons dans les flûtes de champagnes personnalisées de la collection Diamond Point,

Pour vous messieurs, pourquoi pas ces magnifiques articles de bar et verrerie en métal mélangés, savamment confectionnés que vous trouvez à la page précédente ou un jeu de poker ludique de la collection Tiffany 1837 Makers.

Ou si vous êtes prêts à vous lancer, l'ultime cadeau de la Saint-Valentin, une bague de fiançailles de la collection Tiffany Soleste.

Pour mesdames qui nous lisez, et pourquoi pas une pièce de la collection Victoria avec les dessins de diamant finement travaillés.

Il y en a pour tous les goûts.

For 2020, Tiffany & Co. suggests unique pieces that are sure to win the hearts of many.

Why not drink the pink Bollinger that we suggest in the personalized champagne flutes from the Diamond Point collection,

For you gentlemen, why not these magnificent bar and glassware items in mixed metal, expertly made that you find on the previous page or a playful poker game from the Tiffany 1837 Makers collection.

Or if you're ready to go, the ultimate Valentine's Day gift, an engagement ring from the Tiffany Soleste collection.

For the ladies who are reading us, why not a piece of the Victoria collection with finely worked diamond designs.

There is something for every taste.



Un match parfait par Tiffany. la bague de fiançailles de la collection Tiffany Soleste et Bague Tiffany T True, or blanc avec pavé de diamants.

A match made at Tiffany. The Tiffany Soleste engagement ring and Tiffany T True pavé diamond ring.

Tiffany & Co. 





Gagnez au jeu de l'amour.
Ensemble de poker, Tiffany 1837 Makers.

*Win the game of love.
Tiffany 1837 Makers poker set.*



La seule façon de dire « Je t'aime »
Collier rubis et diamant.

*The only way to say "I love you."
Ruby and diamond necklace.*

Les diamants rendent le cœur plus affectueux.
Pendants d'oreille Vigne à diamants Tiffany Victoria.

*Diamonds make the heart grow fonder.
Tiffany Victoria diamond vine drop earrings.*



Ce que votre cœur désire.
Bague Tiffany Soleste avec un rubis et des diamants.

*Your heart's desire.
Tiffany Soleste ruby and diamond ring.*



Célébrez l'esprit de l'amour.
Pendentif Cœur ajouré en diamants Elsa Peretti®

*Celebrate the spirit of love.
Elsa Peretti® Open Heart pavé diamond pendant.*

Réchauffer les coeurs. Oursons Love « Return to Tiffany » en mohair Tiffany x Steiff

*Warm hearts. Tiffany x Steiff
"Return to Tiffany" Love
teddy bears.*



Par | By **Pierre-Benoît Duhamel**
FONDATEUR | FOUNDER CLUSIER

Photos: **Clusier**

CLUSIER LOOKS D'HIVER WINTER LOOKS

Élégance et chaleur pour les mois d'hiver
Elegance and warmth for the winter months

20



MODE & BEAUTÉ | FASHION & BEAUTY



Restez au chaud tout en demeurant élégant est toujours un défi. Les différentes couches sont probablement ce qui pourra vous aider. Voici différents looks que vous retrouverez chez **Clusier** afin de passer un hiver au chaud.

*Stay warm while staying elegant is always a challenge. The different layers are probably what will help you. Here are different looks that you will find at **Clusier** to spend a warm winter.*

POUR LE 9 À 5 | FOR THE 9 TO 5

- Chemise ETON
 - Cravate ETON
 - Manteau Luigi Bianchi
 - Pantalons Luigi Bianchi
-
- ETON Shirt
 - ETON Tie
 - Luigi Bianchi Coat
 - Luigi Bianchi trousers



POUR LE CHALET | FOR THECOTTAGE

- *Manteau Herno*
- *Jean Paige*
- *Foulard Begg & Co.*
- *Tuque Eagle*
- *Chandail Gran Sasso*

22



- *Herno coat*
- *Paige jeans*
- *Begg & Co scarf*
- *Eagle tuque*
- *Gran Sasso Sweater*

MODE & BEAUTÉ | FASHION & BEAUTY



POUR LE 5 À 7 | FOR THE HAPPY HOUR

- *Chemise ETON*
- *Veston sport Pal Zileri*
- *Pantalons Richard J Brown*
- *Foulard Eagle*
- *Carré de poche Paolo Albizzati*
- *Ceinture Andersons*

- *ETON Shirt*
- *Pal Zileri Sportcoat*
- *Richard J Brown Trousers*
- *Eagle scarf*
- *Paolo Albizzati pocket square*
- *Andersons Belt*



BLÖKE

SOIN DE BEAUTÉ POUR HOMMES 2.0

BEAUTY CARE FOR MEN 2.0

Nouvelle destination au centre-ville de Montréal
New destination in downtown Montreal

24



MODE & BEAUTÉ | FASHION & BEAUTY



L'art du barbier à l'ancienne se perd, c'est pourquoi, Demo Pedulla, co-fondateur et barbier officiel de la LNH lors de la cérémonie annuelle de Las Vegas, a décidé de créer une expérience plus complète et plus relaxante. Bienvenue chez Blöke.

The old-fashioned barber art is lost, which is why Demo Pedulla, co-founder and official NHL barber at the annual Las Vegas ceremony, decided to create a more complete and relaxing experience. Welcome to Blöke.

Mettre les pieds chez Blöke, c'est un peu se sentir à une autre époque.

Produits classiques, rasages modernes et élégants, espressos, scotch et téléviseurs, ils s'occupent de tout.

Ici, c'est vraiment un salon de toilettage pour vous, messieurs, ils apportent une touche moderne à l'art ancestral du barbier.

C'est en associant les éléments de haute qualité d'un salon féminin à l'art de rasage traditionnel qu'ils deviennent un sanctuaire moderne.

L'expérience Blöke

J'ai moi-même tenté l'expérience avec Pasqualino Dachille, et c'était vraiment différent comme expérience, dans le sens positif.

J'ai choisi l'expérience Maestro. Celle-ci comprend : le lavage des cheveux, le massage de la tête et la coupe de cheveux en fonction de votre type de cheveux, de la structure de votre visage et de votre style de vie, suivi d'une serviette chaude, d'une mousse chaude, d'un rasage au rasoir droit et d'une gamme/nettoyage de barbe, si vous en avez de besoin, ce n'était pas mon cas.

Premièrement, Pasqualino me pose des questions, sur mes dernières coupes, de la façon dont je place mes cheveux, ce que j'aimais de la dernière coupe, et analyse également le résultat de cette dernière en temps réel (ce que le résultat a donné après environ un mois de coupe).

Ensuite, c'est un premier lavage de cheveux. Et la coupe, et comme c'était ma première fois avec lui, il me pose beaucoup de questions. C'est vraiment plaisant de le voir concentré sur son travail plutôt que de regarder constamment sur son téléphone comme font plusieurs barbiers.

To set foot at Blöke is a bit like feeling in another era.

Classic products, modern and elegant shaves, espresso, scotch and televisions, they take care of everything.

Here, it is truly a grooming salon for you gentlemen, they bring a modern touch to the ancestral art of the barber.

It is by combining the high-quality elements of a female salon with the traditional art of shaving that they become a modern sanctuary.



Photo: Normand Boulanger

The Blöke Experience

I myself tried the experience with Pasqualino Dachille, and it was a really different experience, in the positive sense.

I chose the Maestro experience. This includes hair washing, head massage and haircut depending on your hair type, facial structure and lifestyle, followed by a hot towel, hot foam, a straight razor shave and a beard cleaning/line if you need to, it was not my case.

First, Pasqualino asks me questions about my last cuts, how I place my hair, what I liked about the last cut, and also analyzes the result of the latter in real time (what the result gave after about a month of cutting).

Then it's a first hair wash. And the cut, and since it was my first time with him, he asked me a lot of questions. It's really nice to see him focused on his work rather than constantly looking on his phone like many barbers do.





Photo: Normand Boulanger



Photo: Normand Boulanger



Photo: Normand Boulanger



Photo: Normand Boulanger

Ensuite, c'est la serviette chaude, il faut dire que Pasqualino fait deux types de coupe, une avec les cheveux mouillés et une autre avec les cheveux secs. Il détend bien ma peau avant le rasage, c'est essentiel, surtout pour moi qui a une peau sensible et qui me rase surtout au rasoir électrique.

Je dois dire que l'expérience de la serviette chaude est quelque peu déstabilisante, il ne faut surtout pas oublier de respirer par le nez. Ensuite vient le rasage, je n'ai pas été trop traumatisé, l'important c'est de rester relaxe, surtout lorsque c'est la première fois que tu te fais raser par une autre personne, la confiance est de mise.

Après le rasage, rinçage de cheveux pour enlever les petits poils, j'adore cette façon de faire. Et ensuite, la coupe finale, et les produits. C'est vraiment intéressant de voir cette façon de faire, on y prend goût facilement.

Quelques questions à Demo Pedulla

Quelques semaines auparavant, j'ai interviewé le co-fondateur de Blöke afin d'en savoir un peu plus.

Provenant d'une famille de barbier, il aimait le contact avec les hommes, mais il manquait l'expérience, la consultation. C'est depuis l'âge de 14 ans qu'il exerce le métier de la coiffure, donc il en a vu des salons.

Il veut vraiment créer une nouvelle tendance de barbier, un hybride entre le magasin (de produits Reuzel dans son cas) et le salon de barbier. Il veut vraiment éduquer le client, créer un service personnalisé avec le client. 

Then it's the hot towel, it must be said that Pasqualino makes two types of cut, one with wet hair and another with dry hair. It relaxes my skin well before shaving, it is essential, especially for me who has sensitive skin and who shaves especially with an electric razor.

I must say that the experience of the hot towel is somewhat destabilizing, it is important not to forget to breathe through your nose. Then comes the shaving, I was not too traumatized, the important thing is to stay relaxed, especially when it is the first time that you are shaving by another person, confidence is required.

After shaving, rinse hair to remove small hairs, I love this way of doing it. And then, the final cut, and the products. It is really interesting to see this way of doing things, we get a taste for it easily.

A few questions to Demo Pedulla

A few weeks ago, I interviewed the co-founder of Blöke to find out more.

Coming from a barber family, he liked contact with men, but he lacked experience, consultation.

He has been practicing hairdressing since the age of 14, so he has seen salons.

He really wants to create a new barber trend, a hybrid between the store (Reuzel products in his case) and the barber shop. He really wants to educate the customer, create a personalized service with the customer. 

**2065, Rue Crescent
Montréal, QC
Canada
H3G 2C1**

Blöke. 



CRÉATIVITÉ • APPLE MAC PRO • CREATIVITY

TECHNO TECHNO LOGIE LOGY

POSSÉDER LES DERNIERS GADGETS.
SAVOIR QUAND NE PAS S'EN SERVIR

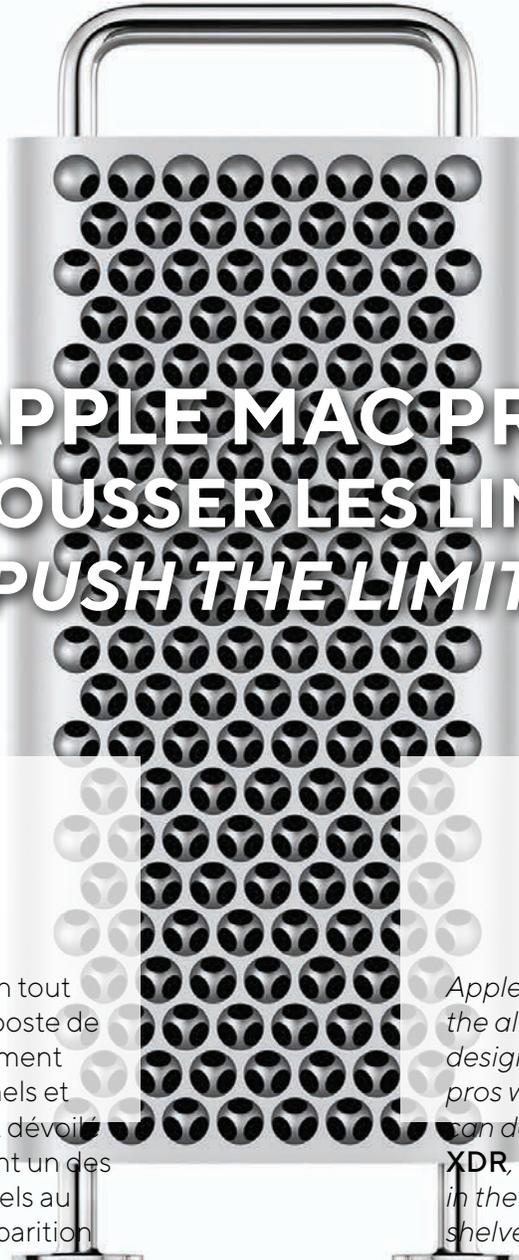
OWN THE LATEST GADGETS.
BUT ALSO KNOW WHEN NOT TO USE IT.

28

Par | By **Normand Boulanger**

Photos: **Apple**

TECHNOLOGIE | TECHNOLOGY



APPLE MAC PRO REPOUSSER LES LIMITES *PUSH THE LIMITS*

Apple a présenté à l'été 2019, son tout nouveau **Mac Pro**, ce nouveau poste de travail révolutionnaire complètement repensé destiné aux professionnels et repoussant les limites du Mac, et dévoilant le **Pro Display XDR**, certainement un des meilleurs moniteurs professionnels au monde. L'ensemble a fait son apparition sur les tablettes à la fin de l'automne.

*Apple introduced, in the 2019 summer, the all-new **Mac Pro**, a completely re-designed, breakthrough workstation for pros who push the limits of what a Mac can do, and unveiled Apple **Pro Display XDR**, certainly one of the best pro display in the world. The two appeared on the shelves in the fall of 2019.*

Le Mac Pro est conçu pour offrir des performances ainsi que des options d'extensibilité et de configuration maximales. Il

est doté de processeurs Xeon de calibre professionnel comportant jusqu'à 28 cœurs, d'un système de mémoire haute performance d'une capacité de 1,5 To, de huit connecteurs d'extension PCIe et d'une architecture graphique reposant sur le processeur graphique le plus puissant au monde.

Il intègre aussi Apple Afterburner, une carte accélératrice révolutionnaire permettant la lecture simultanée de trois flux de vidéo ProRes RAW 8K.

Le Pro Display XDR est doté d'un immense écran Retina 6K de 32 pouces avec gammes de couleurs P3 et 10 bits de profondeur, d'une luminosité maximale de 1 600 nits, d'un incroyable contraste de 1 000 000 pour 1 et d'un angle de visionnement extra large, le tout à un prix exceptionnel. Ensemble, les nouveaux Mac Pro et Pro Display XDR bouleverseront à jamais les flux de production des professionnels en leur mettant entre les mains les outils les plus puissants jamais conçus par Apple.

Le tout nouveau Mac Pro est offert à partir de 7 499 \$ CA.

Le moniteur Pro Display XDR sera proposé à partir de 6 299 \$ CA, le support Pro Stand sera offert à 1 299 \$ et l'adaptateur VESA à 249 \$ CA.

Ces produits peuvent être commandés dès maintenant. 

« Nous avons conçu le Mac Pro pour les utilisateurs qui ont besoin d'un système modulaire extrêmement performant, évolutif et configurable. Avec ses puissants processeurs Xeon, son énorme capacité de mémoire, son architecture graphique révolutionnaire, sa capacité d'extension PCIe, sa carte accélératrice Afterburner et son design époustouflant, le nouveau Mac Pro est un monstre de puissance qui permettra aux professionnels de réaliser de véritables chefs-d'œuvre »

**Phil Schiller,
vice-président principal du Worldwide Marketing d'Apple.**

" We designed Mac Pro for users who require a modular system with extreme performance, expansion and configurability. With its powerful Xeon processors, massive memory capacity, groundbreaking GPU architecture, PCIe expansion, Afterburner accelerator card and jaw-dropping design, the new Mac Pro is a monster that will enable pros to do their life's best work "

**Phil Schiller,
Apple senior vice president of Worldwide Marketing.**

The Mac Pro is designed for maximum performance, expansion and configurability, the all-new Mac Pro features

workstation-class Xeon processors up to 28 cores, a high-performance memory system with a massive 1.5TB capacity, eight PCIe expansion slots and a graphics architecture featuring the world's most powerful graphics card.

It also introduces Apple Afterburner, a game-changing accelerator card that enables playback of three streams of 8K ProRes RAW video simultaneously.

The Pro Display XDR features a massive 32-inch Retina 6K display with gorgeous P3 wide and 10-bit color, an extreme 1,600 nits of peak brightness, an incredible 1,000,000:1 contrast ratio and a superwide viewing angle, all at a breakthrough price point. Together, the new Mac Pro and Pro Display XDR are the most powerful tools Apple has ever put in the hands of pro customers and will change pro workflows forever.

The all-new Mac Pro starts at CA \$ 7,499.

The Pro Display XDR starts at \$ 6,299 CA, the Pro Stand is \$ 1,299 and the VESA

Mount adapter is \$ 249 CAD.

These products can be ordered now. 



Apple. 

CADILLAC LIVE REDÉFINIR L'ACHAT DE VÉHICULE *REDEFINE VEHICLE PURCHASE*

Quand le concessionnaire vient à vous
When the dealer comes to you

30



TECHNOLOGIE | TECHNOLOGY



Alors que les concessionnaires automobiles et les produits de luxe tentent de se réinventer, Cadillac prend les devants avec Cadillac Live, la première salle d'exposition numérique en ligne sur le marché, offrant une expérience personnalisée unique en son genre, en exclusivité au Canada.

As car dealers and luxury goods try to reinvent themselves, Cadillac takes the lead with Cadillac Live, the first online digital showroom on the market, offering a unique personalized experience, exclusive to Canada.

L'expérience Cadillac Live est un rien de moins qu'un acheteur personnel présent dans une salle d'exposition numérique interactive en ligne qui vous offre la possibilité d'acheter facilement un produit Cadillac, peu importe l'endroit où vous trouvez.

Vous vous demandez comment c'est possible. Et bien, la marque de véhicules de luxe a transformé un studio de cinéma de Toronto afin de créer cette salle d'exposition en ligne.

Ce nouveau service permet aux clients d'avoir des conversations avec des représentants en ligne en français et en anglais à partir de n'importe quel appareil mobile ou de bureau.

Ce sont des réponses en direct à vos questions qui sont fournies au sujet de l'achat d'un ou l'autre des véhicules présent. Vous aurez également accès à une vue en temps réel des produits Cadillac pour vous permettre d'en découvrir tous les détails en parlant à un expert en produits à l'aide d'une transmission vidéo unidirectionnelle, donc ce dernier ne vous verra pas.

Vous pouvez choisir de lancer une nouvelle session avec un représentant, d'afficher une session préenregistrée ou de réserver une session. L'outil propose également des visites virtuelles de la salle d'exposition Cadillac en ligne.

Une fois l'expérience terminée, vous pouvez vous connecter à un concessionnaire Cadillac afin de réserver un essai routier et prendre les mesures suivantes menant vers l'achat.

La salle d'exposition en ligne est ouverte sept jours sur sept : du lundi au jeudi, de 9 h à 1 h HE ; le vendredi de 9 h à 21 h ET ; et le samedi et dimanche, de 11 h à 19 h. 



The Cadillac Live experience is nothing less than a personal buyer in an online interactive digital showroom that offers you the ability to easily buy a Cadillac product, no matter where you are.

You wonder how it is possible. Well, the luxury vehicle brand has transformed a Toronto film studio to create this online showroom.

This new service allows customers to have one-on-one conversations with representatives online in French and English from any mobile or office device.

These are live answers to their questions that are provided regarding the purchase of any of the vehicles present.

You'll also have access to a real-time view of Cadillac products so you can discover all the details - all by talking to a product expert using one-way video transmission, and the latter will not see you.

You can choose to start a new session with an online representative, view a pre-recorded session, or book a session. The tool also offers virtual tours of the Cadillac showroom online.

Once the experience is complete, you can connect to a Cadillac dealer in your area so that you can book a test drive and take the following steps leading to the purchase.

The online exhibit hall is open seven days a week: Monday to Thursday, 9 a.m. to 1 a.m. ET; Friday from 9 a.m. to 9 p.m. ET; and Saturday and Sunday, from 11 a.m. to 7 p.m. 

Cadillac Live. 



SAMSUNG

INNOVATION EN PREMIER

INNOVATION FIRST

Les nouveautés de Samsung au CES
The new Samsung products unveiled at CES

32



TECHNOLOGIE | TECHNOLOGY



Au mois de janvier, à Las Vegas, c'est la grande foire des nouvelles technologies, le CES (Consumer Electronics Show). Découvrons quelques unes des innovations de Samsung.

In January, in Las Vegas, it is the big fair of new technologies, the CES (Consumer Electronics Show). Let's discover some of the innovations from Samsung.

Le téléviseur The Sero

Le téléviseur style de vie « The Sero » élargit les possibilités d'affichage. Le mot Sero, qui signifie « vertical » en coréen, a la capacité de pivoter entre les orientations horizontale et verticale, tout comme un téléphone intelligent ou une tablette. Après son introduction en Corée du Sud l'année dernière, Samsung devrait étendre la disponibilité du téléviseur dans différents marchés durant l'année 2020.

La technologie de positionnement de l'écran de The Sero se connecte de manière fluide avec les appareils mobiles des utilisateurs pour afficher de manière aisée et naturelle le contenu dans les formats aussi bien horizontaux traditionnels que dans les formats verticaux conçus pour la consommation mobile.

Les consommateurs peuvent profiter de toute une gamme de contenus quelle que soit l'orientation de l'écran qui correspond à leur appareil mobile.

L'appareil présente un design moderne qui se démarque dans n'importe quel espace, et dispose d'une série de caractéristiques d'affichage différentes quand il n'est pas utilisé.

Lauréat du « Best of Innovation » du CTA au CES, The Sero combine les fonctions de pointe des écrans haut de gamme de Samsung tout en offrant une nouvelle approche de la technologie du divertissement à la maison qui répond aux besoins et aux habitudes du public grandissant des téléspectateurs mobiles.

Vous pouvez voir le téléviseur «The Sero» à la page précédente. 

« Les consommateurs d'aujourd'hui veulent des téléviseurs qui peuvent s'intégrer parfaitement à leur style de vie personnel et Samsung redéfinit le rôle de l'écran en créant de nouveaux services numériques et de nouveaux designs pour améliorer votre vie »

Grace Dolan,
vice-présidente
des communications
marketing chez Samsung
Electronics America

“Consumers today expect TVs that can fully integrate into their individual lifestyles and Samsung is redefining the role of the screen creating delivering new digital services and creating new designs to enhance your life”

Grace Dolan,
Vice President of Marketing
Communication at Samsung
Electronics America

The Sero TV

The Sero, which means “vertical” in Korean, has the ability to pivot between horizontal and vertical orientations—just like a smartphone or tablet. Following its initial rollout in South Korea last year, Samsung is set to expand The Sero’s availability to several global markets in 2020.

The Sero’s display orientation technology connects seamlessly with users’ mobile devices to smoothly and naturally display content in traditional horizontal formats, as well as vertical formats designed for mobile consumption.

Consumers can expect to enjoy a variety of content in whatever display orientation mirrors their mobile device.

The television features a modern design that stands out in any space, and features a range of different display features for when it is not in use.

A CTA “Best of Innovation” winner at CES, The Sero combines the cutting-edge functions of Samsung’s top-level displays while providing a new approach to home entertainment technology that meets the needs and habits of the growing mobile viewing audience.

You can see the “The Sero” TV” on the previous page. 





Le Cadre et le Sérif

Samsung continue de transformer les salons des Canadiens avec ses incroyables téléviseurs style de vie, Le Cadre et Le Sérif. Ils combinent un design innovateur s'agencant avec tout décor intérieur, une qualité d'image QLED 4K et des fonctions de téléviseurs intelligents pour offrir aux consommateurs une expérience télévisuelle harmonieuse et intuitive.

Le Cadre

Le Cadre, d'un design épuré et attrayant, a été conçu avec une approche artistique, en collaboration avec Yves Behar, designer de renommée mondiale. De concert avec Elise Van Middelem, conseillère artistique reconnue internationalement, Behar a aidé à donner vie à un téléviseur innovateur conçu pour ressembler à un cadre photo accroché au mur.

L'addition des cadres interchangeables, offerts en finis noyer, chêne, blanc ou noir, pour Le Cadre vous permettent de le personnaliser et de l'agencer avec d'autres œuvres d'art ou d'autres éléments de décor dans votre maison.

Le Sérif

Le design contemporain du téléviseur Le Sérif propose une base élégante et un profil unique en forme de I, ce qui lui donne une allure soignée et élégante qui rehausse l'esthétique de toute pièce.

Vous pouvez également transformer votre téléviseur Le Sérif en canevas numérique grâce mode Ambient, lequel vous permet d'afficher des images, de l'information telle que les nouvelles, la météo ou l'heure ou vos propres photos.



Le Cadre | The Frame

The Frame and The Serif

Samsung continues to transform Canadian living rooms with its incredible lifestyle TVs, The Frame and The Serif. They combine innovative design that complements any home's décor with QLED 4K picture quality and Smart TV features to provide consumers with a seamless and intuitive TV experience.

The Frame

The Frame was curated with an artful approach and designed in collaboration with the world-renowned designer, Yves Behar.

Together with international art consultant, Elise Van Middelem, Behar helped bring to life an innovative TV designed to appear just as a picture frame would on a wall.

The addition of interchangeable frames³ in walnut, oak, white or black finishes for The Frame allows for customization and coordination with other pieces of art or décor in your home.

The Serif

The contemporary design of The Serif features a sleek base and signature I-shaped profile, creating a sharp and sophisticated presence that elevates any room's design aesthetic.

You can also allow you to turn your TV into a digital canvas with Ambient Mode, allowing you to show images, information like news headlines, weather or the time, your own photos.

Vous pouvez même choisir un arrière-plan qui fera en sorte que votre téléviseur s'intègre à votre mur.

De plus, le téléviseur Le Sérif est doté de deux motifs exclusifs tirés des palettes des frères Bouroullec, deux concepteurs industriels de renom situés à Paris.

La puissance du 4K QLED

Les téléviseurs Le Cadre et Le Sérif s'intègrent parfaitement à tout espace de vie, sans câbles ni fils disgracieux

Lorsqu'ils sont allumés, les téléviseurs Le Cadre et Sérif offrent un écran 4K QLED d'une clarté remarquable, combiné à la technologie HDR10+, pour que les utilisateurs puissent visionner le contenu tel que le réalisateur l'avait prévu.

Les téléviseurs Le Cadre et Le Sérif sont également équipés de Bixby, lequel permet aux propriétaires d'utiliser des commandes vocales pour accéder à leurs émissions favorites et pour contrôler les lumières intelligentes, les barres de son, les caméras, les serrures de portes et autres appareils compatibles au moyen du tableau de bord Samsung SmartThings. 



Le Sérif | The Serif

You can even set a background image so that your TV blends in against your wall.

The Serif features two exclusive patterns from palettes by the Bouroullec brothers—two notable industrial designers based in Paris.

The power of 4K QLED

The Frame and The Serif both blend seamlessly into any living space, without unsightly cables or wires.

When it's switched on, The Frame and The Serif features a crisp and clear 4K QLED display with HDR10+ technology, so users can view the content just the way the director intended.

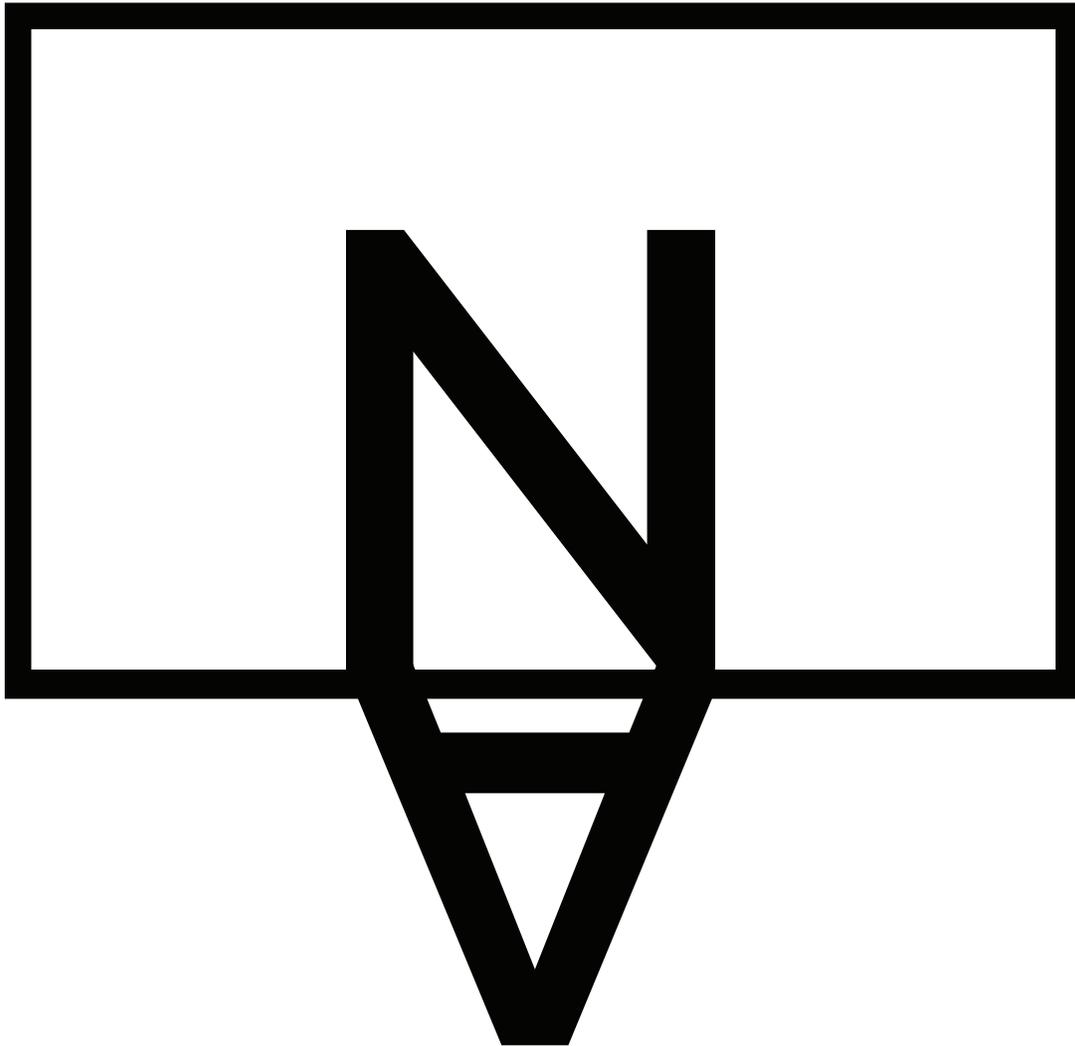
The Frame and The Serif also comes equipped with Bixby, so owners can use voice commands to bring up their favourite shows and control compatible smart lights, soundbars, cameras, door locks and more via the Samsung SmartThings dashboard. 

compatible smart lights, soundbars, cameras, door locks and more via the Samsung SmartThings dashboard. 





FOOD INC.



DE SES DÉBUTS AVEC LE BLOGUE MÉCHANT MANGEUR, EN PASSANT PAR SID LEE, JUSQU'À LA CRÉATION DE LA SEMAINE DE LA POUTINE WEEK ET LE BURGER WEEK À UN PASSAGE CHEZ GOLO ET VERS DE NOUVEAUX PROJETS...

FROM HIS BEGINNINGS WITH THE MÉCHANT MANGEUR BLOG, PASSING BY SID LEE, UNTIL THE CREATION OF LA SEMAINE DE LA POUTINE WEEK AND LE BURGER WEEK TO A PASSAGE AT GOLO AND TOWARDS NEW PROJECTS ...

Par| By **Normand Boulanger**

Photo de couverture: **Alexandra Toulch**



Je connais Na'eem Adam depuis près d'une dizaine d'années, à l'époque où il était derrière le blogue Méchant Mangeur et créait du contenu pour une compagnie de café pour l'agence de publicité Sid Lee, depuis, je suis ses projets avec toujours plus d'attention. Alors que La Poutine Week a entamé sa 8^e édition le 1^{er} février dernier et que M. Adam vient de quitter les rangs de l'entreprise GOLO pour mettre sur pied un nouveau projet, c'était le moment parfait pour entamer une conversation avec lui.

Sa passion de la nourriture lui vient de sa mère, il était toujours avec elle que ce soit à l'épicerie ou autour des fourneaux alors qu'il était plus jeune, c'était un rêve pour lui d'être un chef, mais il a changé de parcours, mais il a toujours eu cet amour de la restauration, de la nourriture, et tout ce qui va autour. Diplômé en marketing de McGill et de Concordia en Philosophie, il a toujours eu un attrait pour ce côté technologie et la promotion de la nourriture. Dans les dernières années de son blogue, il n'y avait que des burgers et des poutines, d'où l'intérêt de faire un concours pour les meilleurs burgers de Montréal.

C'est à cette même époque qu'il rencontre son associé de People Mover Tech Inc., Thierry Rassam, et le tout a débuté par une confrontation amicale sur quel était le meilleur burger, et c'est devenu devenu ce que l'on connaît aujourd'hui comme Le Burger Week.



Thierry Rassam
People Mover Tech
Co-Founder | Co-fondateur
Photo: **Olya Krasavina**

His passion for food comes from his mother, he was always with her whether it was at the grocery store or around the stoves when he was younger, it was a dream for him to be a chef, but he has changed course, but he has always had this love of catering, food, and everything that goes around. A graduate in marketing from McGill and Concordia in Philosophy, he has always had an attraction for this technology side and the promotion of food. In the last years of his blog, there were only burgers and poutines, hence the interest in making a contest for the best burgers in Montreal.

It was around this time that he met his associate of People Mover Tech Inc., Thierry Rassam, and it all started with a friendly confrontation over which was the best burger, and it became what we know today as Le Burger Week.

I have known Na'eem Adam for almost ten years, when he was behind Le Méchant Mangeur blog and created content for a coffee company for the advertising agency Sid Lee, since then I have been his projects with ever more attention. As La Poutine Week has begun its 8th edition on February 1st and Mr. Adam has just left the ranks of GOLO to start a new project, it was the perfect time to start a conversation with him.

L'idée avait été avant tout lancée sur la page Facebook de son blogue de l'époque et la réponse avait été positive, tant au niveau des restaurateurs que des amateurs. « Il y avait un marché de niche, et finalement ce marché est devenu le Canada, et le Burger Week a fêté sa 8e édition en septembre dernier ». C'est dans les mêmes années que le début des festivals que M. Adam a créé son agence en consultation marketing, Parvin Communications and Marketing, agence qu'il gardera ouverte durant 5 années, tout en ayant un passage chez Les Fermes Lufa en tant que directeur des ventes et marketing.



Le défi de rendre les différents festivals en des produits rentables a été possible grâce aux différentes étapes du succès selon M. Adam : « Est qu'il y a un besoin, suis-je bon dans ce domaine et est-ce que j'ai de la passion. Si les 3 fonctionnent bien, le succès est quasi assuré, et c'est ce qui est arrivé avec nos deux différents festivals. » L'arrivée de M. Rassam, diplômé en droit de l'Université de Montréal et en Administration des Affaires aux HEC Montréal, dans la vie de M. Adam est une autre raison de ce succès puisqu'il amenait des compétences au point de vue légal, opérationnel et financier dans l'entreprise fraîchement créée.

« On se complémente vraiment bien et c'est parfait, parce que nous sommes passionnées sur différents aspects de l'entreprise. »

The idea had first been launched on the Facebook page of his blog of the time and the response had been positive, both at the level of restaurateurs and amateurs. "There was a niche market, and eventually that market became Canada, and Burger Week celebrated its 8th edition last September." It was in the same years as the start of the festi-

vals that Mr. Adam created his marketing consultancy agency, Parvin Communications and Marketing, an agency that he would keep open for 5 years, all having a stint at Lufa Farms as director of sales and marketing.

The challenge of making the various festivals into profitable products was made possible thanks to the different stages of success, according to Mr. Adam:

"Is there a need, am I good at it and

have I of passion. If the three works well, success is almost guaranteed, and that is what happened with our two different festivals. The arrival of Mr. Rassam, a graduate in law from the University of Montréal and in Business Administration at HEC Montreal, in the life of Mr. Adam is another reason for this success since it brought skills to the point of legal, operational and financial view in the newly created company.

"We complement each other really well and it's perfect, because we are passionate about different aspects of the business."

Poutine du / from Rosély's Fairmont Le Reine Elizabeth Fairmont The Queen Elizabeth

Photo: **Olya Krasavina**



Pour ce qui est des commandites, c'est venu naturellement, nous n'avons pas cherché, c'est énormément de travail. Nous sommes chanceux, la popularité de nos festivals a fait en sorte que différents partenaires nous ont approchés. Et c'est souvent le meilleur fit. »

La compagnie Saputo est derrière les deux festivals depuis quelques années déjà et l'on peut comprendre facilement la raison. Que seraient les burgers et la poutine sans fromage?

Les nouvelles tendances en alimentation

Alors que de nouvelles tendances se dessinent en alimentation, les poutines végétariennes ont commencé à faire leur apparition sur les différents menus des festivals. Il y en a maintenant des végétaliennes, des sans gluten, ils suivent l'évolution. Même pour le Burger Week, ils doivent se réinventer. Que ce soit pour le côté santé ou environnemental, ils se doivent de proposer divers choix. En fin de compte, ce sont les restaurateurs qui prennent les décisions, l'équipe adore voir de nouveaux produits sur les menus, et c'est sans parler des célébrités et des créateurs de contenus qui influencent également avec ces nouvelles tendances végétaliennes.

Petite anecdote, au lancement média de La Poutine Week au Central, la femme de M. Adam, l'animatrice et DJ Abeille Gélinas, dégustait elle-même une poutine végétalienne.



**Avec sa femme, l'animatrice et DJ
With his wife, the host and DJ
Abeille Gélinas**

As for sponsorships, it came naturally, we did not seek, it is a lot of work. We are lucky, the popularity of our festivals has meant that different partners have approached us. And it's often the best fit. "

The Saputo company has been behind the two festivals for a few years now and we can easily understand the reason. What would burgers and poutine be without cheese?

The New Food Trends

While new trends are emerging in food, vegetarian poutines have started to appear on the various festival menus. Now there's vegan, gluten-free, they're evolving. Even for Burger Week, they have to reinvent themselves. Whether for the health or environmental side, they must offer various choices. In the end, it's the restaurateurs who make the decisions, the team loves to see new products on the menus, and it's not to mention the celebrities and content creators who are also influencing these new vegan trends.

Little anecdote, at the media launch of La Poutine Week at Central, Mr. Adam's wife, host and DJ Abeille Gélinas, were tasting a vegan poutine herself.





La Famille

Papa du petit Zayne, l'arrivée d'un enfant a certainement changé la vie de M. Adam. « je suis devenu beaucoup plus mature, la maturité m'a donné une efficacité nécessaire à mon travail. Je ne suis plus dans les meetings de brainstorming qui durent 3 jours, j'ai maintenant un agenda. Quand j'arrive à la maison, je porte un autre chapeau. »

Ce changement de mentalité s'explique aussi suite à un conseil d'un de ses collègues chez PaySafe, maison mère de GOLO : « Ne cherche pas la balance travail-famille, ça sera toujours une bataille, cherche plutôt l'intégration du travail et de la famille dans ton quotidien. » Par exemple, lors d'un appel conférence, M. Adam pratique ses mouvements de yoga. Il y a maintenant dans sa semaine des jours où le travail n'est pas du tout présent « Ces journées sans travail sont celles qui me donnent de l'énergie pour accomplir mes tâches à venir. »

Family

Daddy of little Zayne, the arrival of a child certainly changed Mr. Adam's life. "I became much more mature, maturity gave me the efficiency I needed for my work. I am no longer in brainstorming meetings which last 3 days, I now have an agenda. When I get home, I wear another hat."

This change of mentality is also explained following advice from one of his colleagues at PaySafe, parent company of GOLO: "Do not seek work-family balance, it will always be a battle, rather seek integration of work and family in your daily life. For example, during a conference call, Mr. Adam practices his yoga movements. There are now days in her week when work is not at all present "These days without work are the ones that give me energy to accomplish my future tasks."

« Ces journées sans travail sont celles qui me donnent de l'énergie pour accomplir mes tâches à venir. »

"These days without work are the ones that give me energy to accomplish my future tasks. "

Le futur

Alors que j'abordais la question du futur de M. Adam, il m'apprend qu'il se dirige vers de nouveaux projets et a récemment quitté l'entreprise de livraison GOLO. « Je suis super fier de ce que l'on a créé... et c'était une opportunité unique, et c'était un mélange de ce qui me passionne. J'ai travaillé avec des gens dont l'intelligence était à des niveaux incroyables par rapport au développement de nouvelles technologies. J'étais même présent lorsque la compagnie est devenue publique sur le TSX. » Le cadre de GOLO a amené M. Adam à travailler dans un cadre un peu plus sérieux, et lui a aussi donné les capacités tant au niveau leadership que technologiques, le système de paiement afin de développer son propre produit.

Il poursuit également des études à la Harvard Business School afin d'obtenir un certificat en administration des affaires.

M. Adam m'informe qu'il est en train de créer son propre produit, dans le secteur de la technologie et de la restauration. Il a eu aussi du financement pour ce nouveau projet encore secret. Le tout sera lancé au cours du Printemps-Été 2020. 

The Future

As I addressed the question of Mr. Adam's future, he informed me that he was moving towards new projects and had recently left the delivery business GOLO. "I'm super proud of what we have created ... and it was a unique opportunity, and it was a mix of what I am passionate about. I have worked with people whose intelligence was at incredible levels when it came to developing new technologies. I was even there when the company went public on the TSX. The framework of GOLO led Mr. Adam to work in a slightly more serious framework, and also gave him the capacities both at the leadership and technological level, the payment system in order to develop his own product. He is also studying at Harvard Business School to obtain a certificate in business administration.

Mr. Adam informs me that he is creating his own product, in the technology and catering sector. He also had funding for this still secret new project. Everything will be launched during Spring-Summer 2020. 

D'HISTOIRES D'ENTREPRENEURS À LA PHILANTHROPIE, DÉCOUVREZ DES PASSIONNÉS.

AFFAIRES BUSINESS

FROM ENTREPRENEURS STORIES TO PHILANTHROPY, DISCOVER PASSIONATE PEOPLE.

44

Par | By **Normand Boulanger**

Photo: **C2 Montréal**



AFFAIRES | BUSINESS

MARK CUBAN @ C2 MONTRÉAL:



Le titan et milliardaire-entrepreneur **Mark Cuban** - un des Requins célèbres sur l'émission Shark Tank - prendra la parole lors de la 9^e édition de C2 Montréal.

*Titan and billionaire-entrepreneur **Mark Cuban** - one of the famous Sharks on Shark Tank TV Show - will speak at the 9th edition of C2 Montréal.*



De la vente de sacs de porte-à-porte dès l'âge de 12 ans, à la création et vente du site de diffusion en continu Broadcast.com à Yahoo pour 5,7 milliards de dollars, en passant par la possession et la supervision de l'équipe des Mavericks de Dallas, championne du monde de NBA, M. Cuban continue d'élargir son champ de projets et d'investissements.

Il sera rejoint sur scène par le Dr Paul A. Kruszewski (PDG, wrnch). La discussion sera animée par John Stackhouse (vice-président senior, bureau du PDG, RBC) et visera à aider les leaders émergents à découvrir comment la technologie de pointe et les nouveaux modèles commerciaux peuvent mettre leur entreprise sur le chemin vers la réalisation de ses ambitions.

Des conférenciers prestigieux

Mark, Paul et John se joignent à des invités d'honneur déjà annoncés comme la légende littéraire Margaret Atwood, le PDG et cofondateur de Twitter Jack Dorsey, le joueur de ligne offensive de la NFL, champion du Super Bowl 2020 et médecin Laurent Duvernay-Tardif, la responsable de la conception du matériel de Google Ivy Ross, et bien d'autres encore.

Les investissements de M. Cuban au Canada

Ce dernier a investi 1,7 million dans Sportlogiq en 2018, une entreprise d'analyse sportive basée à Montréal, ainsi que dans Procurify en 2013, un logiciel de gestion des dépenses basé à Vancouver.

Voyez M. Cuban à C2 Montréal du 27-29 mai 2020. 

From the sale of door-to-door bags from the age of 12, to the creation and sale of the streaming site Broadcast.com to Yahoo for \$5.7 billion, through the possession and supervising the Dallas Mavericks team, NBA world champion, Mr. Cuban continues to widen his field of projects and investments.

He will be joined on stage by Dr. Paul A. Kruszewski (CEO, wrnch). The discussion will be moderated by John Stackhouse (Senior Vice President, Office of the CEO, RBC) and will aim to help emerging leaders discover how advanced technology and new business models can put their companies on the path to achieving their goals.

Prestigious speakers

Mark, Paul and John join previously announced special guests such as literary legend Margaret Atwood, Twitter CEO and co-founder Jack Dorsey, NFL offensive lineman, 2020 Super Bowl champion and Doctor Laurent Duvernay-Tardif, Google's hardware design manager Ivy Ross, and many more.

Mr. Cuban's investments in Canada

The latter invested 1.7 million in Sportlogiq in 2018, a Montreal-based sports analysis company, as well as in Procurify in 2013, a Vancouver-based expense management software.

See Mr. Cuban at C2 Montreal from May 27 to 29, 2020. 



ART DE LA TABLE • CHEFS & RESTAURANTS • FINE DINING

ART DE LA FINE TABLE DINING

L'ÉLÉGANCE À TABLE.
COCKTAILS, RESTAURANTS ET PLUS.

ELEGANCE AT THE TABLE.
COCKTAILS, RESTAURANTS AND MORE.

Par | By Normand Boulanger

Photos: H4C par Dany Bolduc

H4C PAR DANY BOLDOC HAUTE CUISINE REDÉFINIE REDEFINED HAUTE CUISINE

Une évolution qui transforme le côté gastronomique de Montréal
An evolution that transforms the gastronomic side of Montreal

Pénétrer dans le H4C par **Dany Bolduc**, c'est vivre une expérience où l'on a l'impression que le temps s'est arrêté. Où rien d'autre que la nourriture et le bien-être du client n'est important aux yeux de l'équipe. Bienvenue dans le restaurant qui va à l'inverse de ce qui se fait dans la restauration à Montréal.

*Entering in the H4C par **Dany Bolduc** is to live an experience where one has the impression that time has stopped. That nothing but the client's food and well-being is important to the team. Welcome to the restaurant, which is the opposite of what is done in in the Montreal restaurant industry.*

46

ART DE LA TABLE | FINE DINING

Alors que nous sommes 6 mois après la transformation du H4C, me voilà en face de M. Dany Bolduc, un des 4 actionnaires de l'endroit et à droite sur la photo de la page précédente, les autres étant M. Renaud-Philip Méthot, sous-chef et à gauche sur la photo, M. Jonathan Benchetrit, sommelier, et Mme Alexandra Dubreuil-Gagnon, directrice et maître d'hôtel. Je lui demande de m'expliquer un peu vers où il a voulu aller avec ce concept et voilà que s'entame une conversation incroyable : « Je suis heureux de dire que ça se passe bien, la réaction (des clients) est complètement différente, l'approche également. C'est là que l'on s'aperçoit que l'ambiance que l'on crée dans une salle joue énormément sur l'expérience, que ce soit par l'éclairage, les tables, l'acoustique, la vaisselle, les attentions que l'on fait telles que les lingettes humides et chaudes au début du repas, les serviettes en lin, les paniers pour déposer les sacs, l'expérience client a totalement changé même pour des plats classiques que l'on servait dans la précédente itération du H4C. »

M. Bolduc me confiait que tous ces changements ont eu un effet sur la perception de la nourriture, ce n'est plus comme auparavant, mais positivement. Ils ont également commencé à investir dans les médias sociaux (leurs photos sont magnifiques).

« Je ne pensais pas que ça allait changer autant la perspective des gens ».

Je lui demande si c'est parce que cette expérience est plus gastronomique, et lui, de me répondre, oui et non. Par exemple, les menus étaient présents dans la précédente version du restaurant, mais le décor ne convenait pas à ce qui se retrouvait dans l'assiette. « Il y avait 52 places assises, c'était cacophonique, c'était bruyant », la



While we are 6 months after the transformation of the H4C, here I am in front of Mr. Dany Bolduc, one of the 4 shareholders of the place and on the right on the photo on the previous page, the others being Mr. Renaud-Philip Méthot, sous-chef and on the left in the photo, Mr. Jonathan Benchetrit, sommelier, and Mrs. Alexandra Dubreuil-Gagnon, director and maître d'. I ask him to explain to me a little where he wanted to go with this concept and here begins an incredible conversation: "I'm happy to say that it's going well, the reaction (from customers) is completely different, the approach also. This is where we realize that the atmosphere that we create in a room plays a huge part on the experience, whether by lighting, tables, acoustics, dishes, attentions that we do such as wet and warm wipes at the start of the meal, linen towels, baskets for depositing the bags, the customer experience has totally changed even for classic dishes that were served in the previous iteration H4C."

Mr. Bolduc told me that all these changes had an effect on the perception of food, it is no longer as before, but positively. They have also started investing in social media (their photos are beautiful).

"I didn't think it would change people's perspective as much."

I ask him if it is because this experience is more gastronomic, and he, to answer me, yes and no. For example, the menus were present in the previous version of the restaurant, but the decor did not suit what was on the plate. "There were 52 seats, it was cacophonous, it was noisy," the food



nourriture évoluera toujours me disait M. Bolduc, mais ce qui a réellement changé selon lui, c'est la façon de présenter les choses, la façon dont ils amènent la nourriture, la façon dont les gens au service travaillent, ils sont d'ailleurs rendus à 34 places.

Ils sont fiers de mettre de l'avant l'artisanat local, par exemple, les plateaux ont été construits par le grand-père du sous-chef M. Méthot, la vaisselle de Jonathan Rassi, ancien chef et enseignant à l'ITHQ, les pieds de table et les vases à fleurs faits par MM. Jean et Arnaud Brillant, ainsi que des détails comme l'éclairage qui est mis sur la table, sans être agressif, et qui rend la salle un peu plus sombre, la musique, cette dernière est uniquement composée de disques vinyles choisis par le personnel, dans l'acoustique, le temps pris pour chaque client sans oublier le chariot de fromages.

J'ai vécu l'expérience du H4C, lors d'une soirée pour le champagne Bourdair-Gallois, à l'invitation de M. Alexander Meletakos, directeur des ventes à la Poissonnerie La Mer et fournisseur du H4C, et c'était incroyable. J'ai trouvé un lien, tant dans la présentation que dans la façon de monter les assiettes, un clin d'œil à la télé-série Chef's Table, que vous pouvez voir sur Netflix. Pour le côté expérience, pour les différents saveurs, les petits détails.

L'inspiration

La vision qu'avaient les associés était non seulement de refaire le restaurant, mais de créer une plateforme qui va leur permettre de développer des produits, des services, de s'éclater, et d'amener les clients à vivre ces expériences avec eux.

« Je veux que les clients oublient le temps. Nous sommes toujours sur nos téléphones, on court, peut-on aller au restaurant et prendre notre temps? »

will always evolve told me Mr. Bolduc, but what really changed according to him is the way of presenting things, the way they bring food, the way people in service work, they are elsewhere 34 seats.

They are proud to showcase local crafts, for example, the trays were built by the grandfather of sous-chef M. Méthot, the dishes by Jonathan Rassi, former chef and teacher at the ITHQ, the table legs and flower vases made by Messrs. Jean and Arnaud Brillant, as well as details like the lighting that is put on the table, without being aggressive, and that makes the room a little darker, the music, the latter is only composed of vinyl records chosen by the staff, in terms of acoustics, the time taken for each client without forgetting the cheese cart.

I lived the H4C experience, during an evening for Bourdair-Gallois champagne, at the invitation of Mr. Alexander Meletakos, sales manager at Poissonnerie La Mer and one of the suppliers of H4C, and it was unbelievable. I found a link, both in the presentation and in how to assemble the plates, a nod to the Chef's Table TV series, which you can see on Netflix. For the experience side, for the different flavors, the little details.

inspiration

The associates' vision was not only to redo the restaurant, but to create a platform that will allow them to develop products, services, have fun, and bring customers to live these experiences with them.

"I want customers to forget about time. We're always on our phones, we're running, can we go to a restaurant and take our time? "

« Je ne pensais pas que ça allait changer autant la perspective des gens ».

**Chef Dany Bolduc
Owner, H4C par Dany Bolduc**

"I didn't think it would change people's perspective as much."

**Chef Dany Bolduc
Owner, H4C par Dany Bolduc**

Pour appuyer ce concept de temps, c'est exactement pour cette raison qu'ils demandent aux gens d'arriver à une certaine heure, ils veulent se fixer un rendez-vous avec les gens. Des fois, ils peuvent être complets à une certaine heure, mais avoir de la place à une autre plage horaire, c'est uniquement dans le but de mieux vous servir. À noter que la plupart des soirs, il n'y a qu'un service par table, ça peut être déstabilisant de voir des tables vides alors qu'ils auraient pu les remplir, mais c'est afin de maximiser votre expérience, vous en donner plus, vous faire pénétrer dans leur monde.

Afin de trouver cette inspiration, M. Bolduc a beaucoup voyagé. Un peu partout sur la planète. Il voulait que les gens, en entrant dans son restaurant, se sentent bien, que ces derniers perçoivent une certaine légèreté, un côté épuré, mais chaleureux, tout ça grâce au travail des artisans nommés plus tôt. Il analysait, dans ses voyages, ce qu'il appréciait et ce qu'il n'appréciait pas, et c'est vraiment là-dessus que les quatre nouveaux associés se sont penchés pour la nouvelle version du H4C. Les tables rondes sont faites pour que les gens passent un moment agréable entre eux.

C'est vraiment à contre-courant cette façon de faire, alors que la plupart des restaurants font tout pour recevoir le plus de gens, eux font le contraire. Mais, c'est une question de bien-être mental, de bien-être de l'équipe, et c'est aussi de voir s'ils sont capables de vivre, au Québec, de cette restauration qui se fait ailleurs. « Si l'on se déplace en Asie, oui la population est plus élevée, mais la tendance est de créer des restaurants gastronomiques où il y a moins de gens. À Tokyo, alors qu'il y a près de 10 millions de personnes dans cette ville, certains restaurants font 35-40 couverts par soir, des fois c'est 25 ou 20 même. »



To support this concept of time, this is exactly why they ask people to arrive at a certain time, they want to make a rendez-vous with people. Sometimes they may be full at a certain time, but having room at another time slot is only for the purpose of serving you better. Note that most evenings, there is only one service per table, it can be unsettling to see empty tables when they could have filled them, but it is to maximize your experience, to give you more, make you enter in their world.

In order to find this inspiration, Mr. Bolduc has traveled a lot. Almost everywhere

on the planet. He wanted people, entering his restaurant, to feel good, that they perceive a certain lightness, a clean, but warm side, all thanks to the work of the craftsmen named earlier. He analyzed, in his travels, what he liked and what he did not like, and it is really on this that

the four new associates looked for the new version of the H4C. Round tables are made so that people have a good time with each other.

It's really going against the grain, while most restaurants do everything to get the most people, they do the opposite. But, it is a question of mental well-being, of team well-being, and it is also to see if they are able to live, in Quebec, from this restaurant way that is done elsewhere. "If we look to Asia, yes the population is higher, but the trend is to create gourmet restaurants where there are fewer people. In Tokyo, while there are nearly 10 million people in this city, some restaurants make 35-40 covers per night, sometimes it's 25 or 20 even."

« Il y a le prix, mais un prix de bien-être. Il y a oui, la nourriture, mais aussi l'expérience. Je ne suis pas prêt à faire ce métier, que j'adore, et servir 140 personnes par soir, chaque soir... »

Alors que la pénurie de main d'œuvre en restauration est réellement un problème, le H4C, lui, fonctionne à 7 cuisiniers, mais ceci uniquement dans le but d'amener la créativité plus loin, de s'amuser, de prendre son temps, d'aller ailleurs. « Le H4C a mon nom sur la porte maintenant, parce que peut-être que cet endroit ne sera pas sa dernière demeure, je veux également que les gens puissent me suivre dans mes différents projets. Quelles seront les prochaines étapes? À voir... l'idée, c'est l'évolution de m'éclater, d'apprendre, etc. »

Ils invitent, 1 à 2 fois par année, à leurs frais, des chefs venus d'ailleurs, dans le but, encore une fois, de créer quelque chose de différent, d'apprendre, d'amener du renouveau en cuisine, d'évoluer comme disait M. Bolduc précédemment.

La cuisine du H4C, n'est pas totalement locale, proprement dite. M. Bolduc veut, dans votre assiette, les plus beaux produits, mais veut également vous en faire découvrir d'autres. Il veut ouvrir vos horizons, et cela se fait souvent en dehors de nos frontières. Il prône le côté local pour ce qui est des légumes, plusieurs fruits de mer, mais est bien conscient que des produits avec lesquels il veut travailler ne se trouvent pas ici.

De Chicago pour Montréal en Lumières

Le H4C veut s'inspirer dans ce voyage que sera le festival Montréal en Lumières. Cette expérience avec le chef Phillip Foss, du restaurant EL Ideas de Chicago, deux fois étoilé Michelin, se veut comme une pièce de théâtre.



“There is the price, but a price of well-being. There is yes, the food, but also the experience. I'm not ready to do this job, which I love, and serve 140 people a night, every night...”

While the shortage of manpower in hospitality is really a problem, the H4C works with seven cooks, but this only in order to bring creativity further, to have fun, to take its time, to go elsewhere. “The H4C has my name on the door now, because maybe this place will not be his last home, I also want people to be able to follow me in my different projects. What are the next steps? To see ... the idea is the evolution of having fun, learning, etc.”

They invite, once or twice a year, at their own expense, chefs from elsewhere, with the aim, once again, of creating something different, of learning, of bringing something new to the kitchen, 'evolve as Mr Bolduc said earlier.

The kitchen at H4C is not entirely local, per se. Mr Bolduc wants the most beautiful products on your plate, but also wants you to discover others. He wants to open your horizons, and this is often done outside our borders. He advocates the local side in terms of vegetables, several seafood, but is well aware that the products he wants to work with are not found here.

From Chicago to Montréal in Lights

The H4C wants to be inspired by this trip that will be Montréal en Lumières festival. This experience with chef Phillip Foss, of the two-Michelin-starred restaurant EL Ideas in Chicago, is intended as a play.



« Le chef demande aux gens d'arriver à l'heure (15 personnes à 18 h et 15 personnes à 20 h 30), ceux qui arrivent en retard, débiteront où le chef sera rendu, car le menu sera en 9 actes et le chef présentera les plats aux 15 personnes en même temps. Je trouve ça super intéressant. C'est un respect mutuel. » Bref, ça sera comme une vraie pièce de théâtre où vous ne pourrez entrer (ou presque) si le spectacle est débuté.

"The chef asks people to arrive on time (15 people at 6 p.m. and 15 people at 8:30 p.m.), those who arrive late, will start where the chef will be, because the menu will be in 9 acts and the chef will present the dishes to the 15 people at the same time. I find it super interesting. It's mutual respect." In short, it will be like a real play where you will not be able to enter (or almost) if the show is started.

Le Brunch

Pour ce qui est du brunch, que j'ai essayé à la fin décembre 2019, c'est totalement différent de ce que vous pouvez trouver ailleurs. Un menu de trois services, vous n'avez pas vraiment de choix (sauf pour certaines options), c'est un peu conçu à la façon d'un menu gastronomique, mais fait pour être partagé. Il arrive sur des plateaux, c'est très convivial, gourmand, avec des petites portions. Et en plus, c'est un brunch anti-gaspillage puisque plusieurs des ingrédients que vous allez retrouver dans votre assiette proviennent des excédents de ce qui a servi à faire le menu du samedi soir. « Nous allons servir différents plats, pour vous faire plaisir, vous amuser, vous faire vivre quelque chose de différent, et le partager. Nous voulons utiliser tout ce que l'on a, et tout est fait maison. Le but c'est que les gens viennent ici, et prennent leur temps. Les clients peuvent rester trois heures, sans problème. » C'est également une belle façon de découvrir le restaurant si vous hésitez à investir pour le menu du soir.

Poursuivant dans cette vague d'expérience, bientôt, lors des réservations, ils demanderont quel menu les gens désirent. Ainsi, la soirée sera comme un rendez-vous où l'équipe du H4C vous attendra et sera ainsi prête à vous accueillir. Et ce service se fait en communion avec la cuisine, avec des gens ouverts d'esprits et qui veulent expérimenter. Vous serez en mesure de le savoir lors de votre prochaine visite. 

The Brunch

As for brunch, which I tried at the end of December 2019, it's totally different from what you can find elsewhere. Three-course meal, you don't really have a choice (except for certain options), it's a bit designed like a gourmet menu, but made to be shared. It arrives on trays, it's very friendly, gourmet, with small portions. And what's more, it's an anti-waste brunch since many of the ingredients that you will find on your plate come from the surplus from what was used to make the menu on Saturday evening. "We are going to serve different dishes, to make you have fun, make you live something different, and share it. We want to use everything we have, and everything is homemade. The point is that people come here and take their time. Customers can stay three hours, no problem." It's also a great way to experience the restaurant if you're hesitant to invest in the evening menu.

Continuing in this wave of experience, soon, when making reservations, they will ask what menu people want. Thus, the evening will be like a meeting where the H4C team will be waiting for you and will be ready to welcome you. And this service is done in communion with the kitchen, with people who are open-minded and who want to experiment. You will be able to find out on your next visit. 

**538 Place St-Henri
Montréal, QC
Canada
H4C 2R9**

H4C par Dany Bolduc. 

SEEDLIP

LA NOUVELLE FAÇON DE BOIRE

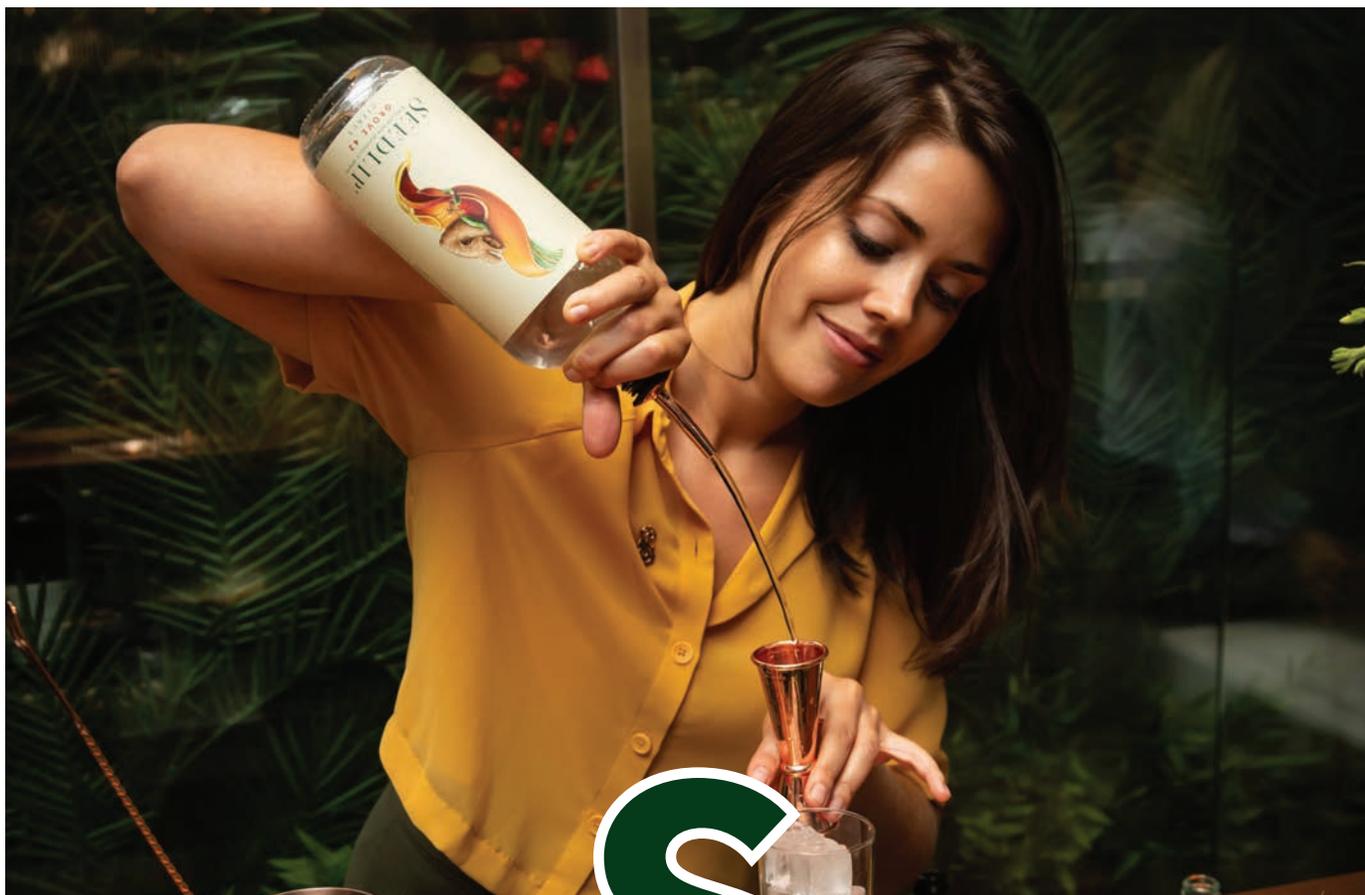
THE NEW WAY TO DRINK

Rencontrez Sarah Parniak, directrice du Marché Canadien pour Seedlip
Meet Sarah Parniak, Seedlip Canadian market manager

54



ART DE LA TABLE | FINE DINING



Alors que le Défi 28 jours sans alcool vient tout juste de commencer et que « Dry January » vient de se terminer il y a quelques jours, j'ai rencontré Sarah Parniak, la directrice du marché canadien de Seedlip, le premier spiritueux non alcoolisé distillé au monde, pour en savoir plus sur la marque et son histoire.

S

*As the 28 Days Sober Challenge just started and Dry January just finished a few days ago, I met with **Sarah Parniak**, the Canadian market manager of Seedlip, the world's first distilled non-alcoholic spirit, to learn more about the brand and its story.*

Assis au Crew Café, je suis entré dans le vif du sujet en demandant à Mme Parniak quelle était l'origine de la marque. « Ben Branson, le fondateur de Seedlip, ne consomme pas d'alcool et travaillait dans sa propre boîte de design à Londres, et il y avait évidemment beaucoup de dîners de clients, et il était déçu du manque d'options pour lui. C'était principalement des cocktails sans alcool sucrés, roses, qui ne se mariaient pas avec la nourriture, pas en lien avec le moment et ne correspondaient pas du tout à l'humeur. » Elle m'explique également qu'il a un esprit hyper curieux. En grandissant, il était toujours aux côtés de sa mère dans la ferme familiale. Là, Ben apprend différents légumes comme les petits pois et bien d'autres. « Ce qui devient un mouvement a vraiment commencé comme une histoire personnelle », a ajouté Mme Parniak.

Si l'on regarde l'esthétique de la bouteille, elle est très séduisante. Elle est une cause directe de la formation en design de M. Branson, aucun lien avec Sir Richard Branson. L'inspiration vient de son amour de la nature, il est constamment inspiré par le monde naturel. J'apprends qu'il a appris la taxidermie et est un jardinier amateur, alors il cultive de nombreuses herbes et légumes dans son jardin. Vous pouvez donc peut-être voir l'image déjà là. Cet homme curieux faisait une recherche sur ce qu'il pouvait faire avec toutes ces herbes et ces légumes et il a trouvé un vieux texte en ligne appelé « The Art of Distillation » par John French, publié en 1651. Mme Parniak me dit : « il feuilletait le livre et à la fin, il y a cette recette de distillats à base de plantes sans alcool et de remède à base de plantes et il dit que c'est intéressant, je ne le savais pas... Et cela se combine avec son expérience décevante de non-consommateur d'alcool le conduit à expérimenter. Il a acheté de petits pots et commencé des recettes avec des herbes de son jardin. Il était assez excité par ces résultats pour décider s'il pouvait faire quelque chose de plus grand. »



Sitting at the Crew Café, I entered in the heart of the subject by asking Ms. Parniak what's the origin of the brand. "Ben Branson, the Seedlip founder, is a non-drinker himself, and was working at his own design firm in London, and obviously there was a lot of clients' dinners, and he was disappointed with the lack of options for him. Mainly it was sugary-sweet mocktails, pink, that didn't pair with the food, the moment, didn't match the mood at all." She also explains to me that he has a hyper curious mind. Growing up, he was always at his mother's side of the family farm. There Ben learns about different vegetables such as sweet peas and many more. "What becomes a larger movement really started as a personal story" added Ms. Parniak.

If we look at the aesthetic of the bottle, it is very appealing, it came from Mr. Branson, no link to Sir Richard Branson, design background. The inspiration came from his love of nature, he's constantly inspired by the natural world. I learn that he taught himself taxidermy and is a hobby gardener, so he grows many herbs and vegetables in his backyard. So you maybe can see the picture already there. This curious man was doing a research as what he can do with all those herbs and vegetables and he found an old text online called The Art of Distillation by John French in 1651. Ms. Parniak says to me, "he was flipping through the book and at the end, there's this recipe for non-alcoholic herbal distillates and herbal remedy and he says it's interesting, I didn't know that... And that combines with his experience as being disappointed as a non-drinker leads him to experiment. He bought small pots and start recipes with herbs from his garden. He was excited enough by these results to decide if he can do something larger."



Le processus que Seedlip utilise contient de l'alcool au début du processus de macération, qu'ils distillent, et le reste appartient à l'histoire. Ils utilisent de l'alcool pour des raisons de stabilité. Ils n'utilisent pas autant d'alcool, environ 2 ou 3 %, et c'est un NGS (Spiritueux de Grains Naturels). En plus d'utiliser l'alcool comme moyen de préservation, ils l'utilisent également comme solvant pour éliminer toutes les huiles, les saveurs et les arômes des herbes et des plantes avec lesquelles ils travaillent pour les distiller. La première étape consiste à éliminer l'alcool et la deuxième étape consiste à concentrer les arômes et les saveurs. C'est un processus qui prend environ 6 semaines pour un lot de Seedlip. Notez également qu'ils n'utilisent pas d'huiles, d'infusion, tout est le résultat du processus de distillation et de macération. « La mission de Seedlip est vraiment la mission de Ben », ajoute Mme Parniak. « C'est vraiment pour changer la façon dont le monde consomme en offrant une meilleure option sans alcool. »

Mme Parniak m'explique qu'ils veulent offrir une alternative à ceux qui ne boivent pas pour une raison quelconque, et ils ne veulent pas faire de compromis pour le faire. Ils veulent montrer aux gens, à toutes sortes de consommateurs, que vous pouvez apporter la même quantité de soins et d'attention et d'artisanat dans un spiritueux sans alcool que vous mettez dans n'importe quel spiritueux traditionnel.

Seedlip n'est plus une petite entreprise, Diageo a acquis une participation majoritaire dans l'entreprise en août 2019. Mais l'histoire est fascinante, car Diageo a acheté 20 % de l'entreprise en 2016 via sa division Distill Ventures. Vous vous demandez peut-être pourquoi. Eh bien, le Spice 94 aromatique de Seedlip a fait ses débuts chez Selfridges à Londres à la fin de 2015. Le tout premier lot de 1000 bouteilles s'est vendu en seulement trois semaines, le suivant en trois jours



Le fondateur de Seedlip, Ben Branson
Seedlip founder, Ben Branson

The process that Seedlip uses alcohol in the beginning part of the maceration process that they distill, and the rest is history. They use alcohol for reason of stability. They don't use that much of alcohol, around 2 or 3%, and it's an NGS (Neutral Grain Spirit). Beside use the alcohol as a preservation, they also use it as a solvent to removes all the oils, and flavours and aromas of the herbs and plants they are working with to distill them. The first step is to remove the alcohol and the second step is to concentrate the aromas and flavours. It's a process that takes about 6 weeks for one batch of Seedlip. Also, note that they don't use oils, infusion, it's all in the process of distillation and maceration. "The Seedlip mission is really Ben's mission," add Ms. Parniak. "It's really to change the way the world drinks by offering a better non-alcoholic option."

Ms. Parniak explains to me they want to provide an alternative to those that aren't drinking for whatever reason, and they don't want to cut any corners to do that. They want to show people, all kinds of drinkers, that you can put the same amount of care and attention and craft into a non-alcoholic spirit that you will put in any traditional spirit.

Seedlip is not a small company anymore, Diageo bought a majority stake in the company in August 2019. But the history is fascinating, because Diageo bought 20% of the company in 2016 through its Distill Ventures division. You might ask why? Well, Seedlip's aromatic Spice 94 debuted in Selfridges in London in late 2015, the very first batch of 1000 bottles sold out in just three weeks, the next in three days, and the third 1000 in less than half an hour. Iconic bars, hotels & restaurants like The Fat Duck, The Clove Club, Dandelyan, The Savoy, The Ritz & The Hand & Flowers, even Buckingham Palace was soon in touch.

et le troisième lot de 1000 bouteilles en moins d'une demi-heure. Bars emblématiques, hôtels et restaurants comme The Fat Duck, The Clove Club, Dandelyan, The Savoy, The Ritz & The Hand & Flowers, même Buckingham Palace ont rapidement pris contact.

La demande était claire. Et cela a explosé. « Cela en dit long sur le fait que les boissons non alcoolisées sont plus qu'une tendance, c'est un mouvement, c'est une évolution dans la façon dont nous consommons, et c'est excitant », de dire Mme Parniak.

Comme il s'agit d'une boisson non alcoolisée, les canaux de distribution sont différents. Le produit n'est pas encore disponible auprès de la SAQ ou de la LCBO. Il est distribué par nos amis de Favuzzi, c'est en fait là que j'ai rencontré Mme Parniak pour la première fois. Vous pouvez le trouver dans des magasins indépendants tels que Marché Artisans au Fairmont Le Reine Elizabeth à Montréal, Alambika, Indigo, Pusateri's, et également sur le site Web de Seedlip.

Quant à l'avenir de Seedlip, c'est quoi ? « Eh bien, Seedlip est cette évolution. Nous avons été le premier spiritueux non alcoolisé distillé, nous sommes vraiment impatients de continuer à augmenter l'espace pour la catégorie. Nous voulons être plus accessibles, plus dynamiques, plus passionnants. Nous avons déjà lancé une marque sœur appelée Æcorn Drinks, uniquement disponible au Royaume-Uni pour le moment, qui, comme son nom l'indique, est une gamme d'apéritifs sans alcool. Donc Seedlip n'est pas conçu pour imiter les spiritueux traditionnels, ils ne sont pas du gin sans alcool, ils sont leur propre spiritueux, il n'y a pas de genévrier dans nos produits.

Mais avec Æcorn, c'est plus comme du vermouth sec, du vermouth aromatique et un apéritif amer. Il est basé sur des verjus anglais cultivés à partir de raisins de champagne et ils contiennent tous des

Une note sur le nom mocktail.

Alors que nous entamions la discussion, nous parlions du mot mocktail. Et ce que veut dire le mot mock, c'est une imitation de la vraie chose, un faux, un mime, pas aussi bon.

Eh bien, les cocktails Seedlip ne sont pas faits pour être une imitation d'un cocktail, c'est un vrai cocktail, pas une mauvaise option, c'est quelque chose que vous pouvez choisir plutôt qu'un cocktail alcoolisé. La complexité, les arômes, l'esprit sans alcool.

Je vous conseille donc: appelez-les désormais cocktails sans alcool.

A note on the mocktail name.

As we were going into the discussion, we were talking as the word mocktail. And as the word mock, it says it's an imitation of the real thing, a fake, mimic, not as good.

Well, the Seedlip cocktails are not made to be an imitation of a cocktail, it's a true cocktail, not a bad option, it's something you can choose over an alcoholic cocktail. The complexity, the aromas, the Non-Alcoholic spirit.

So I advise you: please called them Non-Alcoholic cocktails from now on.

The demand was clear. And this just exploded. "That says a lot about the fact that non-alcoholic beverages are more than a trend, it's a movement, it's evolution in a way that we drink, and it's exciting," says Ms. Parniak.

As it is a non-alcoholic drink, the distribution channels are different. The product is not available yet through the SAQ or LCBO. It is distributed by our friends at Favuzzi, it's actually where I met Ms. Parniak for the first time. You can find it in independent shops such as Marché Artisans at the Fairmont The Queen Elizabeth in Montreal, Alambika, Indigo books, Pusateri's, and also on the Seedlip website.

As for the future of Seedlip, what is it?

"Well, Seedlip is about this evolution. We were the first distilled non-alcoholic spirit, we really are eager to continue to increase space for the category. We want to be more widely accessible, more dynamic, more exciting. We've already released a sister brand called Æcorn Drinks, only available in the UK for now, which as the name says, is a range of non-alcoholic aperitifs. So Seedlip is not designed to mimic the traditional spirits, they're not non-alcohol gin, they're their own thing, there is no juniper in our products.

But with Æcorn, it's more like dry vermouth, aromatic vermouth and a bitter aperitivo. It's based on English grown verjus from champagne grapes and they all contain acorns, which is the British oak tree which is a symbol, and is a bittering agent. Some of the bitterness is coming from the acorn, and they are amazing."





glands, qui proviennent du chêne britannique, un symbole, mais également un agent amer. Une partie de l'amertume vient du gland, et ils sont incroyables. «

Il y a aussi The Harvest 36, qui a été fabriqué en quantités très limitées pour le *World's 50 Best Restaurant Awards* en 2018, c'est le premier spiritueux non alcoolisé distillé foncé au monde. Il est fait d'un mélange riche et fumé d'orge maltée, de vanille, de café, de chêne, de bois de Manuka fumé et passé en fûts de cognac. Mais, comme Mme Parniak me l'a dit, Seedlip sortira probablement d'autres produits avant que celui-ci ne soit mis en vente, malheureusement.

Seedlip est également partenaire de l'écurie de Formule 1 Mercedes-AMG depuis l'année dernière, ce qui est excellent pour offrir de meilleures options aux conducteurs désignés

Et un dernier mot de Mme Parniak :

"Il y a un Seedlip pour chaque humeur et il y a un Seedlip pour chaque buveur."

Faites votre propre cocktail Seedlip avec la recette à la page suivante. 🔗



There is also The Harvest 36, which was made in a very limited quantities for the World's 50 Best Restaurant Awards in 2018, it's the World's First Dark Distilled Non-Alcoholic Spirit. It's made with a smoky rich blend of malted barley, vanilla, coffee, oak, smoked Manuka wood and spent in cognac casks. But, as Ms. Parniak told me, Seedlip will likely release other products before this one hits the shelves, sadly.

Also Seedlip is a partner with the Mercedes-AMG Formula One team since last year, which is great to providing better options for designated drivers

And a final word from Ms. Parniak:

"There's a Seedlip for every mood and there's a Seedlip for every drinker."

Make your own Seedlip cocktail with the recipe on the next page. 🔗



Par | By **Stewart Howard**

AMBASSADEUR DE MARQUE EUROPÉEN DE SEEDLIP
SEEDLIP'S EUROPEAN BRAND AMBASSADOR

Photo: **Seedlip**

PEEL.

60



ART DE LA TABLE | FINE DINING



Le Peel est un cocktail éclatant qui se boit doucement, vous y retrouverez des notes zestées de mandarine et d'écorce de carottes – parfait pour un après-midi d'hiver ensoleillé ou un apéritif printanier. Vous pouvez ajouter une pincée de citron frais pour amener plus d'acidité au goût.



Peel is a bright, citrusy sipper with zesty notes of mandarin and carrot peel— perfect for a sunny winter afternoon or a springtime aperitif. You can add a squeeze of fresh lemon to coax out more acidity to taste.

INGRÉDIENTS :

- 50 ml | 2 oz de Seedlip Grove 42 :
- 20 ml | 3 / 4 oz de cordial de carottes * :
- Eau Gazéifiée Premium Fever-Tree
- Garniture : Feuille de sauge

MARCHE À SUIVRE :

- Dans un verre à fond plat rempli de glace
 - Versez le Grove 42 et le cordial de carottes
 - Garnir de soda
 - Mélanger avec une cuillère de bar
 - Garnir d'une feuille de sauge
- Dégustez

* Cordial de carottes

- Eau : 500 ml
- Sucre à fruits : 500 g
- Pelures de carottes : 250 g

• Méthode :

- Ajouter tous les ingrédients dans une casserole à feu moyen et porter à ébullition.
- Réduire le feu, couvrir et laisser mijoter 30 minutes.
- Retirer du feu, refroidir et filtrer dans une bouteille

INGREDIENTS:

- 50 ml | 2 oz of Seedlip Grove 42
- 20 ml | 3/4 oz of Carrot Cordial*
- Fever-Tree Premium Soda Water
- Garnish: Sage Leaf

RECIPE PREPARATION:

- *In a Rocks Glass Full of Ice:*
 - *Pour the Grove 42 and the Carrot Cordial*
 - *Top with Soda*
 - *Mixed with a bar spoon*
 - *Garnish with a sage leaf*
- *Enjoy*

* Carrot Cordial*

- *Water: 500 ml*
- *Instant dissolving/Berry Sugar: 500 g*
- *Carrot Peeling: 250 g*

• Method:

- *Add all the ingredients to a saucepan over a medium heat and bring to a boil.*
- *Reduce the heat, cover and simmer for 30 minutes.*
- *Remove from the heat, cool and strain into a bottle.*



TBSP. UNE CUILLÈRE À LA FOIS ONE SPOON AT A TIME

Le nouveau restaurant du W Montréal par le Chef Joris Larigaldie
The new W Montreal restaurant by Chef Joris Larigaldie

62



ART DE LA TABLE | FINE DINING



C'est par un jour glacial de décembre que je me suis dirigé afin de rencontrer **Joris Larigaldie**, nouveau chef exécutif du W Montréal afin d'en savoir plus sur sa nouvelle aventure qu'est le **tbsp.**, le nouveau restaurant de l'hôtel qui trône à côté du Square-Victoria, cœur du quartier des affaires de Montréal.

J

*It was on a freezing December day that I headed to meet **Joris Larigaldie**, new executive chef of W Montreal, to learn more about his new adventure, **tbsp.**, the new hotel restaurant which sits next to Square-Victoria, in the heart of Montreal's business district.*

Débutons par l'inspiration pour le restaurant. Il ne s'agit pas d'un restaurant italien, mais bel et bien d'une cuisine italienne moderne. Cette dernière, mais d'ailleurs les produits québécois en vedette. Tout est fait maison, et c'est généreux, tout comme la cuisine italienne.

Le nom Tbsp. (pour tablespoon ou cuillère à soupe en français) rappelle la générosité de la cuillère, mais également sa finesse. « Le premier repas que l'on prend est avec la cuillère lorsque l'on est enfant, et même dans toutes les cultures du monde, la cuillère est présente. Donc ici, on explore ce côté de la cuillère que ce soit la gastronomie, cuisine à la maison, le côté généreux, émotionnel, le partage, l'authenticité. Ce sont des choses qui résonnent au restaurant et qui sont importantes pour nous », de me dire le chef Joris.

J'y étais le midi. Et Chef Joris m'expliquait que le but avoué du repas du midi est d'avoir une table d'hôte où les gens peuvent manger en 50 minutes, c'est vraiment important pour les gens qui travaillent dans les bureaux aux alentours et qui sont souvent pressés. « On leur sert entrée, plat, café et mignardises, tout en ayant des plats de qualités, des pâtes fraîches faites maison. Pour les gens qui veulent passer un peu plus de temps, nous avons une carte qui offre 5 entrées, 6 plats principaux, des pâtes fraîches également. » Faire fonctionner un restaurant pour des lunchs corporatifs rapides demande certainement beaucoup de préparation et d'organisation, la journée où j'y étais le restaurant a servi 60 couverts en moins d'une heure.

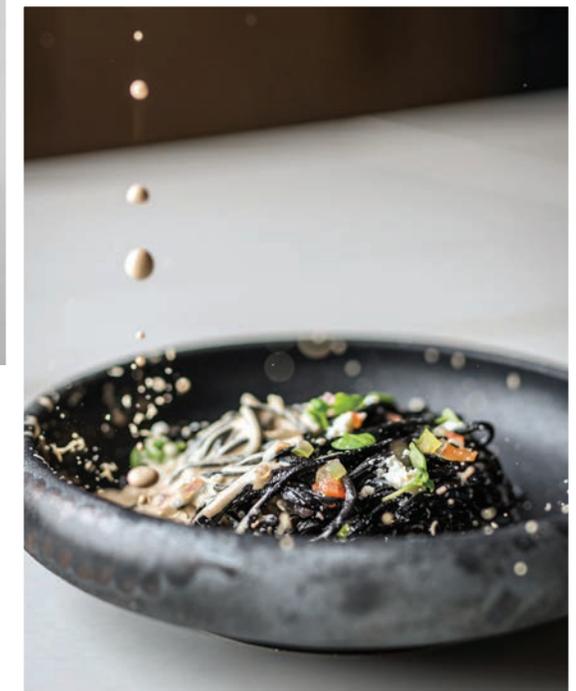
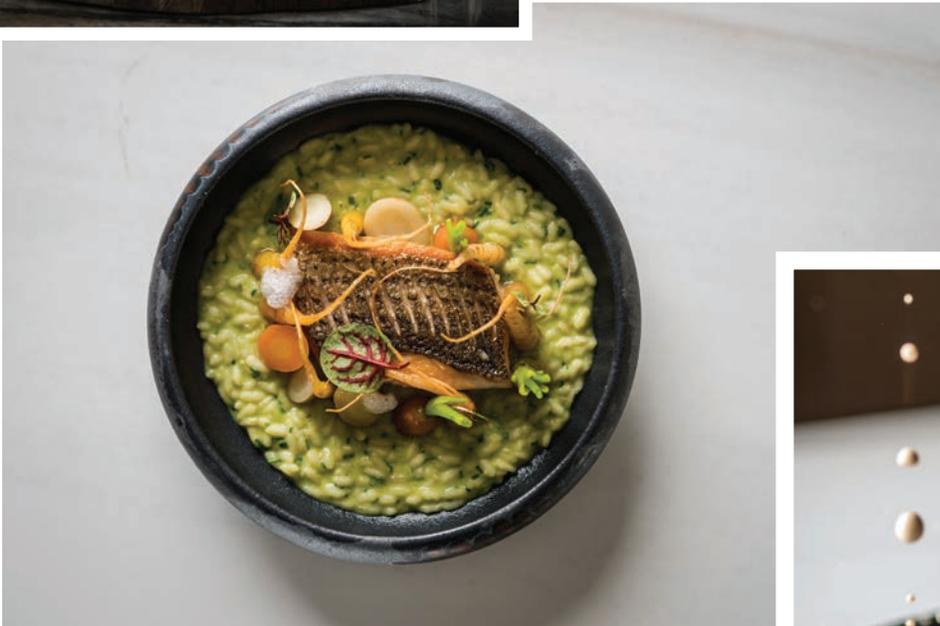


Let's start with the inspiration for the restaurant. It's not an Italian restaurant, but modern Italian cuisine. The latter, but also Quebec products featured. Everything is homemade, and it's generous, just like Italian cuisine.

The name Tbsp. (for tablespoon) recalls the generosity of the spoon, but also its finesse. "The first meal we take is with the spoon when we are children, and even in all cultures of the world, the spoon is present. So here, we are exploring this side of the spoon whether it be gastronomy, home cooking, the generous, emotional, sharing, authenticity. These are things that resonate in the restaurant and that are important to us," Chef Joris told me.

I was there for lunch. And Chef Joris explained to me that the avowed goal of the midday meal is to have a table d'hôte where people can eat in 50 minutes, it is really important for the people who work in the offices around and who are often hurry. "We serve them entrée, main course, coffee and sweets, while having quality dishes, fresh homemade pasta. For people

who want to spend a little more time, we have a menu that offers 5 entrées, 6 main courses, fresh pasta too. Running a restaurant for quick corporate lunches certainly takes a lot of preparation and organization, the day I was there, they served 60 seats in less than an hour.



Le chef Larigaldie me parlait de partage plus tôt, et j'ai pu observer des gens commander 2-3 entrées, et séparer le tout, la notion est bien présente et c'est une excellente façon de déguster les différents plats qui se retrouvent sur la carte. « S'il y a un mot que l'on essaye d'éviter, c'est le mot gastronomie; souvent, il y a quelque chose de péjoratif d'attacher à ce mot; les gants blancs, Joël Robuchon, qui est très bien, mais qui n'est pas ce que l'on veut ici, mais on veut la même qualité. » C'est tout dans l'esprit des hôtels W que d'aller dans cette direction également, un luxe différent, unique.

Le côté écoresponsable est très présent dans l'établissement, que ce soit dans la logique de travail autant que dans les différents produits utilisés. Les conserves, la saisonnalité des produits sont très importantes pour le chef et son équipe. Sur l'entrée de burrata, il y avait de l'ail noir produit directement dans les cuisines du W. « On a beaucoup de produits déshydratés, vinaigrés, confits, mis dans l'huile afin de respecter notre côté local. Par exemple, dans le plat de burrata, il y avait du persil racine dont la saison s'est terminée il y a deux mois, et bien, nous les avons conservés dans une saumure pour les servir. Notre sel au yuzu est fait avec du yuzu qui provient de chez O'Citrus de Laval, qui remet notre côté écoresponsable de l'avant, et pour les prochains 6 mois, 5 ans, 10 ans, nous voulons être le chef de file dans cette cuisine de qualité.

Si l'on parle du décor. Oubliez tout ce que vous avez connu des différents restaurants du W. Tout a changé et on pourrait dire que le restaurant a fait un 90 degrés. Même le bar a changé de place. Alors



Chef Larigaldie told me about sharing earlier, and I could observe people ordering 2-3 starters, and separating everything, the concept is there and it's a great way to taste the different dishes that are on the menu. "If there is one word that we try to avoid, it is the word gastronomy; often there is something derogatory about attaching to this word; the white gloves, Joël Robuchon, who is very good, but that is not what we want here, but we want the same quality. It's all in the spirit of W hotels to go in that direction too, a different, unique luxury.

The eco-responsible side is very present in the establishment, as much in the working logic as in the different products used. Preserves and the seasonality of products are very important for the chef and his team. On the burrata starter, there was black garlic produced directly in the kitchens of the W. "We have a lot of dehydrated products, vinegar, candied, put in oil to respect our local side. For example, in the burrata dish, there was root parsley whose season ended two months ago, well, we kept it in brine for serving. Our yuzu salt is made with yuzu which comes from O'Citrus in Laval, which puts our eco-responsible side back, and for the next 6 months, 5 years, 10 years, we want to be the leader in this quality cuisine.

If we talk about the decor. Forget everything you have known about the various restaurants on the W. Everything has changed and you could say that the restaurant is at 90 degrees. Even the bar has changed places. While Mr. Larigaldie arrived very early in the project, he worked with the sid lee architecture team



« ON OUBLIE PARFOIS QUE NOS CAPACITÉS À GOÛTER CE QUI EST BON ET CE QUI N'EST PAS BON EST AVANT TOUT UN INSTINCT DE SURVIE ET C'EST NOTRE CORPS QUI SE REND COMPTE DE CE QUI EST BON POUR NOUS ET DE CE QUI NE L'EST PAS. ET QUAND ON GOÛTE QUELQUE CHOSE D'EXCEPTIONNEL, AU NIVEAU DES SAVEURS, JE PARLE, ON SENT QU'IL SE PASSE QUELQUE CHOSE DANS NOTRE CORPS ET QU'IL DIT WOW! »

“WE SOMETIMES FORGET THAT OUR ABILITY TO TASTE WHAT IS GOOD AND WHAT IS NOT GOOD IS ABOVE ALL AN INSTINCT FOR SURVIVAL AND IT IS OUR BODY THAT REALIZES WHAT IS GOOD FOR US AND WHAT DOES IS NOT. AND WHEN WE TASTE SOMETHING EXCEPTIONAL, IN TERMS OF FLAVOURS, I MEAN, WE FEEL THAT SOMETHING IS GOING ON IN OUR BODY AND THAT IT SAYS WOW!”

JORIS LARIGALDIE
CHEF EXÉCUTIF | EXECUTIVE CHEF
W MONTRÉAL + TBSP.

que M. Larigaldie est arrivé très tôt dans le projet, il a travaillé avec l'équipe de sid lee architecture et du W afin d'en faire un projet qui allait dans une direction commune. "Tout ce qui est dans ce restaurant a été réfléchi jusqu'au mur de pousses, qui était mon idée, où je peux faire pousser de la salade ou des mini piments en hiver. Ça demeure dans le côté hyperlocal de l'endroit."

Montréal rencontre le Royaume-Uni à Montréal en Lumière.

Pour cette édition qui se déroulera le 28 et 29 février prochain pour ce qui est du W Montréal, ça sera une invitation à découvrir une gastronomie britannique revisitée avec Paul Burgalières, chef de cuisine au restaurant L'Enclume, de Simon Rogan, au Royaume-Uni, deux fois étoilé Michelin. L'Enclume, qui dès l'ouverture s'est mis la contrainte de travailler avec les produits de sa ferme. Tout un défi, surtout pour un restaurant situé en pleine campagne anglaise, dans le village de Cartmel dans le Cumbria.

« C'est un endroit unique, avec un lac tout près. Ils utilisent des techniques de conservation uniques qui m'intéressent énormément. J'ai travaillé avec Paul au Géranium, situé à Copenhague au Danemark, actuellement no.5 dans le Palmarès The World's 50 Best Restaurants, et je lui ai proposé de venir au tbsp. pour que l'on puisse faire un menu à deux. Ça sera un menu où l'on fera parler les produits du Québec, à travers nos techniques de conservation respectives. »

Il s'agit vraiment d'un renouveau pour le restaurant du W Montréal. Un endroit pour vivre l'Italie revisitée. 🍷

and the W to make it a project that went in a common direction. "Everything in this restaurant has been thought through to the wall of sprouts, which was my idea, where I can grow salad or mini peppers in winter. It stays in the hyperlocal side of the place."

Montreal meets the United Kingdom in Montréal en Lumière.

For this edition which will take place on February 28 and 29 in terms of W Montreal, it will be an invitation to discover British gastronomy revisited with Paul Burgalières, head chef at L'Enclume restaurant, by Simon Rogan, in the United Kingdom. Plain, twice Michelin starred. L'Enclume, which from the opening put itself the constraint to work with the products of its farm. Quite a challenge, especially for a restaurant located in the English countryside, in the village of Cartmel in Cumbria. "It's a unique place, with a lake nearby. They use unique preservation techniques that interest me greatly. I worked with Paul at the Geranium, located in Copenhagen, Denmark, currently No. 5 in The World's 50 Best Restaurants, and I suggested that he come to tbsp. so that we can make a menu for two. It will be a menu where we will speak Quebec products, through our respective conservation techniques."

It is truly a revival for the W Montreal restaurant. A place to experience revisited Italy. 🍷

**901 rue du Square-Victoria
Montréal, QC
Canada
H2Z 1R1**

Tbsp. 



Par | By **Normand Boulanger**

POUR VOUS RÉCHAUFFER *TO WARM YOU UP*



Certains font le « Défi 28 jours sans alcool » en ce mois de février, d'autres ont fait le « Dry January », ici, chez Gentologie, on aime vous donner des options. L'important dans tout ça, c'est de consommer en toute modération, et ce, 365 (ou 366) jours par année et d'éviter les excès ! Voici donc quelques-unes de nos suggestions.

Some are doing the "28 Days Sober Challenge" in February, others have done the "Dry January", here at Gentologie, we like to give you options. The important thing in all this is to moderate your drinking habits, and this, 365 (or 366) days a year and to avoid excess! Here are some of our suggestions.



Tom Gore Chardonnay

Un Chardonnay avec des arômes intenses de pommes mûres et de poires, complétés par des notes d'épices brunes et de chêne grillé. Le vin a des saveurs de fruits mûrs avec une texture onctueuse et crémeuse et une finale longue et pleine. Parfait avec un délicieux poulet rôti.

This Chardonnay has intense aromas of ripe apple and pear, complemented by notes of brown spice and toasted oak. The wine has ripe fruit flavors with a smooth, creamy texture and a long, full finish. Great with a tatsy roast chicken.



Bearface Canadian Whisky Canadien Triple Chêne | Triple Oak

Un whisky Canadien directement de la Colombie-Britannique. Nommé Triple Chêne en raison de son vieillissement dans des barils de chêne américain, français et hongrois. Ceux-ci lui donnent à la fois des notes de vanille, de fruits secs et épicées. À déguster en cocktail ou sur glace avec un zeste de citron.

A Canadian whiskey straight from British Columbia. Named Triple Oak due to its aging in American, French and Hungarian oak barrels. These give it notes of vanilla, dry and spicy fruit. To be enjoyed as a cocktail or on ice with a lemon zest.





Valpolicella Ripasso Superiore DOC

Quel délicieux vin ! Parfait pour l'hiver avec sa fraîcheur et ses tannins modérés. On y retrouve des notes fruitées de baies sauvages, boisées de tabac et la cerise également. Un vin italien qui vous réchauffera certainement et sera parfait avec des viandes rôties.

What a delicious wine! Perfect for winter with its freshness and moderate tannins. There are fruity notes of wild berries, woody tobacco and cherry too. An Italian wine that will certainly warm you up and will be perfect with roasted meats.

SAQ  | LCBO 



Rhum Sainte-Marie

Rose, épicé et québécois. À contre-courant des rhums « épicés » traditionnels, ce dernier est léger et subilement sucré. Le goût particulier de ce rhum provient de l'anis étoilé du piment de la Jamaïque et de cannerberges, entre autre. Celui-ci lui donne sa couleur rosée. Parfait avec ou sans glace ou dans vos cocktails favoris à base de rhum.

Pink, spicy and from the Quebec province. Contrary to traditional "spicy" rums, the latter is light and subtly sweet. The particular taste of this rum comes from the star anise of Jamaican piment and cranberries, among others. This gives it its pink color. Perfect with or without ice cream or in your favorite rum cocktails.

SAQ 



Vanessa Aubert Château d'Anielle

En avant le fruit dans cette bouteille du tout nouveau vignoble des Vignobles Aubert. Un magnifique Bordeaux que ce Saint-Émilion Grand Cru. Le Merlot l'emporte aisément sur le Cabernet Franc avec le fruit et la souplesse de ce grand vin!

Fruit first in this bottle from the brand new Vignobles Aubert vineyard. A magnificent Bordeaux that is this Saint-Émilion Grand Cru. Merlot easily prevails over Cabernet Franc with the fruit and flexibility of this great wine!

SAQ 



Bollinger Rosé

Voici le Champagne Rosé que choisirait 007. Alors qu'il choisit toujours le Bollinger, celui-ci propose des notes de fruits rouges comme la cerise et la fraise autant au nez qu'au palais. La présence du vin rouge se fait sentir parmi ces fines bulles. Un plaisir à partager que ce soit avec du saumon ou du homard...

Here is the Rosé Champagne that 007 would choose. While he always chooses the Bollinger, it offers notes of red fruits like cherry and strawberry as much on the nose as on the palate. The presence of red wine is felt among these fine bubbles. A pleasure to share whether with salmon or lobster ...

SAQ  | LCBO 



VOYAGER

PAR AFFAIRES OU PAR PLAISIR,
DIRECTION LE MONDE.

TRAVEL

FOR BUSINESS OR PLEASURE,
DISCOVER THE WORLD.

Par | By **Grégory Faye**

Photo de couverture: **Guillaume de Laubier**

72



VOYAGER | TRAVEL

PARIS LES ESSENTIELS DE GRÉGORY FAYE THE MUSTS OF GRÉGORY FAYE

Les endroits préférés du chef de l'Hôtel William Gray
William Gray's Hotel Chef favorite places

Débarquer à **Paris**, c'est revenir à la maison. Plusieurs de mes confrères, maintenant devenus amis, ont leurs restaurants et j'adore les visiter. Je partage donc avec vous quelques unes de mes adresses favorites dans la ville lumière.

Landing in **Paris** is coming home. Several of my colleagues, now friends, have their restaurants and I love to visit them. So I share with you some of my favorite addresses in the City of Lights.

Four Seasons Hotel George V L'Orangerie



Photo: **Four Seasons**

Le Four Seasons George V, c'est la classe ultime. J'ai une fibre particulière pour cet endroit, j'y ai travaillé 7 ans, j'y ai vu l'évolution de ce palace. Depuis que je suis parti, ils ont créé 2 nouveaux restaurants; le George et l'Orangerie.

Ce dernier, c'est un collègue avec qui j'ai démarré ma carrière qui s'en occupe. Il fait uniquement des légumes et des poissons. Il nous a servi un repas de 12 services, c'était exceptionnel. Il y a toujours des nouveautés et même le midi c'est attrayant.

31, Avenue George V
Paris, France
75008

Four Seasons 

The Four Season George V, it's the ultimate class. I have a particular fiber for this place, I worked there for 7 years, I saw the evolution of this palace there. Since I left, they have created 2 new restaurants; the George and the Orangerie.

The latter is a colleague with whom I started my career who takes care of it. He only makes vegetables and fish. He gave us a 12-course meal, it was exceptional. There is always something new and even at lunchtime it is attractive.

31, Avenue George V
Paris, France
75008

Four Seasons 

Hôtel Brach



Photo: Yann Audic

Le Brach, c'est une magnifique vue sur Paris. C'est également pour cette raison que c'est la photo de couverture de l'article. Ici, on se retrouve dans un ancien bureau de poste du 16e arrondissement tout refait par le designer mondialement connu, Philippe Starck, et ouvert depuis l'été 2018. Kristian Markovich, le chef exécutif adjoint de l'hôtel fait une cuisine incroyable. On retrouve ici, un mariage de différents styles ; de l'indien, de l'italien, des brunchs.

C'est principalement un hôtel avec des chambres magnifiques comme celle dont le bain donne sur la tour Eiffel. Le décor est majestueux, c'est moderne et classique à la fois.

1-7 rue Jean Richepin
Paris, France
75016

Brach Paris 

Le Brach is a magnificent view over Paris. It also is for this reason that it is the cover photo of the article. Here, we find ourselves in a former post office in the 16th arrondissement, all redone by the world-famous designer, Philippe Starck and open since the summer of 2018. Kristian Markovich, the assistant executive chef of the hotel makes an incredible cuisine. Here we find a marriage of different styles; Indian, Italian, brunches.

It is mainly a hotel with magnificent rooms like the one with a bath overlooking the Eiffel Tower. The decor is majestic, it is modern and classic at the same time.

*1-7 rue Jean Richepin
Paris, France
75016*

Brach Paris 



Brasserie Baroche



Photo: Brasserie Baroche

Celle-ci est de mon ami David Baroche. Il est un des rares à toujours posséder une brasserie française avec des charcuteries au comptoir, il fait aussi des pâtés croûtes de temps à autre.

C'est un endroit où l'on t'offre le vin blanc quand tu arrives, et il est vraiment très populaire dans le coin des Champs-Élysées.

C'est un magnifique espace avec une cuisine simple et bonne au jour le jour. Gourmande, pas de chichi.

C'est un charcutier de formation, tout comme moi.

101 Rue la Boétie
Paris, France
75008

Brasserie Baroche 

This is from my friend David Baroche. He is still one of the few to make a French brasserie with deli meats at the counter, he also makes pies from time to time.

It's a place where you get white wine when you get there, and it's really popular in the corner of the Champs-Élysées.

It's a beautiful space with simple, good cooking every day. Gourmet, no fuss.

He's a trained butcher, just like me.

101 Rue la Boétie
Paris, France
75008

Brasserie Baroche 

Le Royal Monceau



Photo: Royal Monceau

76



VOYAGER | TRAVEL

Ici, on retrouve un hôtel 5 étoiles qui casse les cotes des palaces. Chic, gastronomique et branché. Un mélange de design contemporain et de chic parisien. On y retrouve, entre autre, une galerie d'art et une salle de cinéma privée.

Les restaurants sont diversifiés. Le Matsuhisa Paris du chef Nobu Matsuhisa est un incontournable.

La signature sucrée est signée par Pierre Hermé. Les tartes infiniment vanille et infiniment café sont parmi les meilleures tartes du monde que j'ai goûté.

À ne pas manquer.

37 avenue Hoche
Paris, France
75008

Le Royal Monceau 

Here, we find a 5-star hotel that breaks the odds of luxury hotels. Chic, gourmet and trendy. A mix of contemporary design and Parisian chic. There is, among other things, an art gallery and a private cinema.

The restaurants are diverse. Chef Nobu Matsuhisa's Matsuhisa Paris is a must.

The sweet signature is signed by Pierre Hermé. The infinitely vanilla and infinitely coffee pies are among the best pies in the world that I have tasted.

You cannot miss it

37 avenue Hoche
Paris, France
75008

Le Royal Monceau 



Photo: KL Pâtisserie Paris

Une magnifique pâtisserie par Kevin Lacote dans la tradition des palaces, on y retrouve bien sûr un comptoir doré. Il maîtrise le Saint-Honoré à la perfection, du feu de dieu.

J'ai également goûté son kouign-amann, sa tarte Cara Damia, choux à la pistache. Tout est simple et soigné.

La présentation, il la soigne, c'est simple, mais tout est dans le goût. Il prime le goût, les saveurs, la finesse, l'acidité, le sucré, mais pas trop.

78, avenue de Villiers
Paris, France
75017

KL Pâtisserie Paris

A magnificent pastry shop by Kevin Lacote in the tradition of palaces, there is, of course, a golden counter. He masters the Saint-Honoré to perfection, awesomely delicious.

I also tasted his kouign-amann, his Cara Damia pie, pistachio choux pastry. Everything is simple and neat.

The presentation, he treats it, it's simple, but everything is in the taste. It takes precedence over taste, flavors, finesse, acidity, sweetness, but not too much.

*78, avenue de Villiers
Paris, France
75017*

KL Pâtisserie Paris

Le 24 Restaurant



Photo: 24 Le Restaurant

Par le chef Erwan Merdrignac, il a d'ailleurs remporté, en 2006, le Prosper Montagné (« Goncourt de la cuisine française »). C'est un vieil ami qui fait une cuisine gourmande et raffinée.

Des plats classiques assaisonnés avec la fraise gariguette au foie gras poêlé, tout est là, et très bien exécuté. Les jus et les assaisonnements sont parfaits, l'accompagnement est toujours au top. Ils ne sont que 3 en cuisine et ils font un super boulot.

Avec Hakim Seghaier comme associé et directeur du restaurant, ils font une équipe de feu!

24 rue Jean Mermoz
Paris, France
75008

24 Le Restaurant 

By chef Erwan Merdrignac, he won the Prosper Montagné ("The Goncourt of the french cuisine") in 2006. He's an old friend who makes gourmet and refined cuisine.

Classic dishes seasoned with gariguette strawberries with pan-fried foie gras, everything is there, and very well executed. The juices and seasonings are perfect, the accompaniment is always at the top. There are only three of them in the kitchen and they do a great job.

With Hakim Seghaier as partner and director of the restaurant, they make a great team!

24 rue Jean Mermoz
Paris, France
75008

24 Le Restaurant 



Yaya par /by Juan Arbelaez



Photo: YAYA

Un des huit restaurants de Juan Arbelaez, le restaurant Yaya, c'est une façon bien à lui de revisiter la nourriture grecque.

Des produits de saisons, des plats à partager, le tout dans une ambiance festive à la grecque!

Ici, on s'amuse, et la soirée pourra facilement dégénérer, dans le bon sens du terme évidemment.

Un peu à l'extérieur de Paris, mais c'est un must! 📍

8 rue de l'Hippodrome
Saint-Ouen, France
93400

Yaya [📍](#)

One of Juan Arbelaez's eight restaurants, the Yaya restaurant, is his own way to revisit Greek food.

Seasonal products, dishes to share, all in a festive Greek atmosphere!

Here, we have fun, and the evening can easily degenerate, in a good sense of the term, of course.

A bit outside of Paris, but it's a must! 📍

8 rue de l'Hippodrome
Saint-Ouen, France
93400

Yaya [📍](#)

VIRGINIA PLUS QUE LA PLAGES *MORE THAN THE BEACH*

La Virginie en 10 points
The Virginia in 10 points

80



VOYAGER | TRAVEL



Quand on pense à l'état de la **Virginie**, ce sont d'abord les longues plages de sable de Virginia Beach qui nous viennent en tête. Après tout, la Virginie est une destination estivale qui a longtemps fait partie des incontournables des Canadiens vivants sur la Côte Est.

*When you think of the state of Virginia, the long sandy beaches of Virginia Beach come first. After all, **Virginia** is a summer destination that has long been a must for Canadians who lives in the East Coast.*

Mais aujourd'hui, la Virginie, c'est beaucoup que cela. C'est un véritable centre d'intérêt qui ne renie pas son amour de la plage, mais qui y ajoute culture, histoire et gastronomie à son histoire. Un parcours que l'on fait en quelques jours en voiture, mais qui fera découvrir les richesses trop souvent négligées d'un état mal connu.

Notre voyage a duré tout au plus une semaine. Un simple « roadtrip » fait au volant d'un Honda Pilot Touring de grand confort. Paresseux, nous avons opté pour un atterrissage à Washington DC, mais il faut moins de dix heures pour relier Montréal au nord de la Virginie. Et s'amorce alors une découverte qui vaut le détour!

Voici donc la Virginie, en 10 points.

- **Alexandria, la ville**

Logée à un jet de pierre de Washington en bordure du Potomac — littéralement puisque des taxis aquatiques peuvent vous conduire aux principales attractions de la capitale — et à quelques minutes du cimetière national d'Arlington, Alexandria est un havre historique et culturel à découvrir. Fondée en 1791, elle continue d'abriter des maisons authentiques, des rues en pavé et même la plus petite maison d'Amérique, qui ne fait que 2 mètres sur 7.

Mais ce sont des lieux comme la célèbre rue King, dans la vieille ville, qui attirent les visiteurs. Les musées y sont légion, les restaurants plus qu'abondants, et les amoureux des chiens pourront y traîner leur compagnon presque partout.

L'hôtel Indigo par exemple, situé au cœur de la vieille ville, les accueille avec plaisir alors que la plupart des restaurants préparent avec plaisir des « puptails », des cocktails réservés aux compagnons à quatre pattes.



Photo: **Hotel Indigo**

But today, Virginia is much more than that. It is a real center of interest which does not renounce its love of the beach, but which adds culture, history and gastronomy to its history. A route that you can take in a few days by car, but which will reveal the too often overlooked riches of a poorly understood state.

Our trip lasted at most a week. A simple road trip made at the wheel of a Honda Pilot Touring of great comfort. Lazy, we opted for a landing in Washington, D.C., but it takes less than ten hours to connect Montreal to northern Virginia. And then begins a discovery that is worth the detour!

Here is Virginia, in 10 points.

- **Alexandria, the city**

A stone's throw from Washington on the edge of the Potomac—literally since water taxis can take you to the capital's main attractions—and minutes from Arlington National Cemetery, Alexandria is an historical and cultural haven to discover. Founded in 1791, it continues to house authentic homes, cobblestone streets and even the smallest house in America, which is only 2 by 7 meters.

But it is in places like the famous King Street in the old town that attract visitors. Museums abound, restaurants more than abundant, and dog lovers can drag their companion almost everywhere.

The Indigo hotel, for example, located in the heart of the old town, welcomes them with pleasure while most restaurants prepare with pleasure "puptails", cocktails reserved for four-legged companions.



- **Le festival artistique de la rue King**

L'événement se tient annuellement au cœur d'Alexandria et réunit des artistes des quatre coins des États-Unis. De l'art contemporain à la joaillerie, de la peinture à la sculpture toutes les disciplines sont représentées. Plus d'une centaine de kiosques extérieurs sont regroupés sur plus de deux kilomètres, tout au long de la rue King.

Elle-même tant le centre de l'activité de la ville, réunissant bars et restaurants populaires. L'événement a lieu en septembre et tiendra sa 18e édition en 2020.

- **Charlottesville, ville étudiante**

Quand une ville de 45 000 habitants compte dans les rangs de sa population quelque 18 000 étudiants, le titre est clair. L'Université de Virginie occupe une large part du territoire, et offre de nombreux services, mais c'est l'aspect touristique de Charlottesville qui retient l'attention.

Le centre-ville, piétonnier depuis les années 50, regorge de restaurant haut de gamme, de salles de spectacles et de bars animés. Chez Maya, un peu à l'écart, ou Hamilton, au cœur de Historic Downtown Mall, réservent quelques surprises et de produits locaux apprêtés avec goût.

- **The Oakhurst Inn**

Une petite maison au bord d'une rue sans suite. Quelques autres édifices bordant la rue. C'est ainsi que se distingue la charmante petite auberge Oakhurst Inn, de Charlottesville. Au choix, des logements plus grands ou de simples chambres dans l'auberge principale accueillent le voyageur, qui peut aussi profiter d'un bar à cocktail intime, ou d'une petite piscine extérieure.



- **King Street Arts Festival**

The event is held annually in the heart of Alexandria and brings together artists from across the United States. From contemporary art to jewelry, from painting to sculpture, all disciplines are represented. More than a hundred outdoor kiosks are grouped over more than two kilometers along King Street.

Itself as the center of activity in the city, bringing together popular bars and restaurants. The event takes place in September and will hold its 18th edition in 2020.

- **Charlottesville, Student City**

When a city of 45,000 has some 18,000 students in the ranks, the title is clear. The University of Virginia occupies a large part of the territory, and offers many services, but it is the tourist aspect of Charlottesville that attracts attention.

The city center, which has been pedestrian since the 1950s, is full of upscale restaurants, concert halls and lively bars. Maya, a little away, or Hamilton, in the heart of Historic Downtown Mall, reserve a few surprises and tastefully prepared local products.

- **The Oakhurst Inn**

A little house on the side of a street with no suites. Some other buildings lining the street. That's how the charming little Oakhurst Inn in Charlottesville stands out. Either larger accommodation or single rooms in the main inn can accommodate the traveler, who can also enjoy an intimate cocktail bar, or a small outdoor pool.

Les chambres typiques, avec leur immense foyer, et le service personnalisé et l'accueil sans reproche ajoutent au charme. Et les petits déjeuners gastronomiques, servis sur des pains cuits maison, viennent combler les papilles des visiteurs.

- **Monticello**

Véritable pan de l'histoire des États-Unis, la maison de Thomas Jefferson, le domaine Monticello, vaut à elle seule la visite. Située au sommet des collines, offrant une vue imprenable sur les vergers qui les collines environnantes, elle est surtout le haut lieu de l'histoire même de l'Amérique.

Jefferson, troisième président des États-Unis, et un des auteurs de la Déclaration de l'Indépendance, était un fervent hédoniste, appréciant les plaisirs de la table et de l'alcool qu'il entreposait dans son domaine où œuvraient aussi quelques 500 esclaves. La visite de la maison est incontournable, mais les leçons fournies par l'histoire le sont encore plus.

- **Williamsburg, épicerie historique**

Les plus curieux sauront que c'est à Williamsburg que se cache le parc d'attractions Busch Garden, qui tentera en 2020 de conserver pour une 30e année son titre de Parc le plus beau des États-Unis. Mais c'est surtout le Williamsburg Settlement et le centre-ville historique qui attirent l'attention.



Typical rooms, with their huge fireplaces, and personalized service and flawless hospitality add to the charm. And gourmet breakfasts, served on home-baked breads, fill the taste buds of visitors.

- **Monticello**

A true piece of American history, Thomas Jefferson's home, the Monticello Estate, is worth the visit alone. Located at the top of the hills, offering a breathtaking view of the orchards and the surrounding hills, it is above all the high place of the very history of America.

Jefferson, third president of the United States, and one of the authors of the Declaration of Independence, was also a fervent hedonist, enjoying the pleasures of the table and the alcohol he stored in his field where also worked some 500 slaves. Visiting the house is a must, but the lessons provided by history are even more so.

- **Williamsburg, Historic Epicenter**

The most curious will know that it is in Williamsburg that hides the amusement park Busch Garden, which will try in 2020

to keep for the 30th year its title of the most beautiful Park in the United States. But it is especially the Williamsburg Settlement and the historic city center that attract attention.

Véritable reconstitution de la vie des habitants à l'époque de la Révolution américaine, les trois villages reconstruits sont une riche mine de découvertes. Le petit centre-ville opte pour le même type de développement, et abrite quelques boutiques typiques, notamment une boutique de bonbons artisanaux, et une boutique de produits écossais haut de gamme. C'est le temps de changer votre kilt!

- **Williamsburg Winery**

Comme moi, vous ne deviez pas savoir que l'industrie vinicole est florissante en Virginie. Toute la portion centrale regorge de vignobles dont les produits sont essentiellement vendus localement. La Williamsburg Winery fait cependant exception, avec ses produits de grande qualité et sa taverne accueillante et ses dégustations de vin.

Mieux encore, le domaine abrite le Wedmore Place, un hôtel d'inspiration européenne, au pied des vignes. Chacune des 25 chambres est modélisée selon une destination différente (nous avons, par exemple, couché en Provence), et l'hôtel abrite un restaurant 5 étoiles qui met en valeur les produits frais. L'entrée de homard et de fenouil, par exemple, arrosée bien entendu d'un vin produit localement comble les plus exigeants.

L'histoire même du vignoble est exceptionnelle. L'établissement est dirigé par un américain d'origine européenne, et l'établissement offre tout le charme des petits villages italiens!



A veritable reconstruction of the life of the inhabitants at the time of the American Revolution, the three reconstructed villages are a rich mine of discoveries. The small town center opts for the same type of development, and is home to a few typical shops, including a craft candy shop, and a boutique of high-end Scottish products. It's time to change your kilt!

- **Williamsburg Winery**

Like me, you should not have known that the wine industry is flourishing in Virginia. The entire central portion is full of vineyards, the products of which are mainly sold locally. The Williamsburg Winery is an exception, however, with its high-quality products and its welcoming tavern and wine tasting.

Best of all, the estate is home to Wedmore Place, a European-inspired hotel at the foot of the vineyards. Each of the 25 rooms is modeled according to a different destination (we have, for example, sleeping in Provence), and the hotel has a 5-star restaurant that highlights fresh products. The entry of lobster and fennel, for example, of course, sprinkled with a locally produced wine fills the most demanding.

The very history of the vineyard is exceptional. The establishment is run by American of European origin, and the establishment offers all the charm of the small Italian villages!

- **Virginia Beach et ses plages**

Impossible de parler de la Virginie sans parler de Virginia Beach et des longues plages de sable. Bien sûr, on y retrouve les rues commerciales traditionnelles, mais c'est le long « boardwalk » qui regroupe les amateurs. Long de 8 kilomètres, on y marche, patine, ou roule en vélo à toute heure. Construit directement en bordure de la plage, il regroupe aussi des dizaines d'œuvres d'art, et abrite quelques hôtels.

C'est aussi dans ce secteur que se tient annuellement le concours de Châteaux de sable de Virginie, dans le cadre du Festival Neptune de septembre (petite précision, en septembre les touristes sont moins nombreux, mais le mercure oscille largement au-dessus des 25 degrés). Publiez vos châteaux d'enfant, ces réalisations faites par des professionnels sont de véritables œuvres d'art éphémères qu'il vaut la peine de contempler. Petite fierté nationale, plusieurs Québécois, dont Jonathan Bouchard, excellent dans ce concours année après année.

- **La gastronomie**

Le nom de Virginia Beach est de plus en plus associé à une forme de gastronomie locale. Oubliez les repas sophistiqués. Pensez aux producteurs locaux, aux produits frais, et même, comme c'est le cas du Leaping Lizard ou du Commune, aux produits cultivés directement dans la cour de l'établissement. Les goûts sont éclatants, les atmosphères conviviales et, comme pour le Buoy 44, la vue sur le Chesapeake Bridge est spectaculaire.

Une exception, cependant, qui vaut le détour : l'hôtel Cavalier, un hôtel historique construit à quelques centaines de mètres de la plage. On y retrouve une salle à manger raffinée, des chambres accueillantes, et l'hôtel, haut lieu de la bourgeoisie des années 20, abrite aussi une distillerie maison !

- **Virginia Beach and Its Beaches**

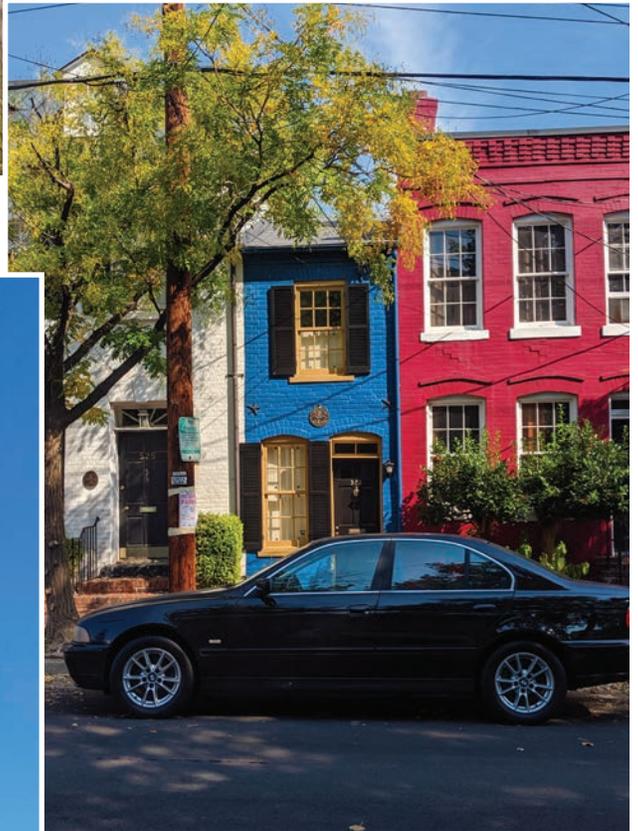
You can't talk about Virginia without talking about Virginia Beach and the long sandy beaches. Of course, there are the traditional commercial streets, but it is the long "boardwalk" which brings together lovers. Eight kilometers long, you can walk, skate, or ride a bike at any time. Built directly by the beach, it also houses dozens of works of art and houses a few hotels.

It is also in this sector that the annual competition of Virginia Sand Castles is held, as part of the Neptune Festival in September (small precision, in September the tourists are less numerous, but the mercury fluctuates widely above 25 degrees). Publish your childhood castles, these professionally made creations are very ephemeral works of art that are worth contemplating. Small national pride, many Quebecers including Jonathan Bouchard, excels in this competition year after year.

- **Gastronomy**

The name of Virginia Beach is increasingly associated with a form of local cuisine. Forget overly sophisticated meals. Instead, think of local producers, fresh produce and even, as is the case with the Leaping Lizard or the Commune, products grown directly in the courtyard of the establishment. The tastes are vibrant, the atmospheres friendly and, like the Buoy 44, the view of the Chesapeake Bridge is spectacular.

One exception, however, that is worth a detour: the Cavalier Hotel, a historic hotel built a few hundred meters from the beach. There is a refined dining room, welcoming rooms, and the hotel, a Mecca of the bourgeoisie of the 1920s, also houses a home-made distillery!



• VIBE

Le coup de cœur de Virginia Beach, c'est le quartier VIBE. District artistique, il regroupe les artistes et artisans de la ville qui, avec un petit coup de pouce municipal, ont pu recréer une véritable synergie. Les murs sont recouverts de dizaines de murales que l'on explore en marchant, les locaux sont réservés aux artistes en résidence qui sont plus qu'heureux d'accueillir des visiteurs. Même le paysage urbain est remodelé en conséquence, puisque les traverses piétonnières et les boîtiers de feux de circulation ont aussi leur personnalité propre.

Ajoutez à cela la présence d'un musée d'art contemporain, d'un immeuble locatif pour les personnes à revenus modestes, et une coordonnatrice, elle-même spécialiste en arts, qui réunit toutes ses énergies et vous obtenez une ville dans une ville, à quelques pas de la mer. Entrer dans VIBE, c'est être dans un autre Virginia Beach !

Note :

Il ne faut que 3 ou 4 heures pour parcourir la Virginie du nord au sud. Nous avons plutôt fait le détour, au volant de notre Honda Pilot, par les petites routes de campagnes.

Verdure, charme, parcs nationaux et routes sinueuses et tranquilles ont ponctué notre parcours et nous ont permis de découvrir un état plutôt méconnu. Un état dont nous nous sommes entichés, et une aventure que l'on revivra sans faute au cours des prochaines années

• VIBE

Virginia Beach's favorite is the VIBE neighborhood. Artistic district brings together the artists and artisans of the city who, with a little municipal help, were able to recreate a real synergy. The walls are covered with dozens of murals that can be explored by walking, the premises are reserved for artists in residence who are more than happy to welcome visitors. Even the urban landscape is reshaped as a result, since pedestrian crossings and traffic light boxes also have their own personality.

Add to that the presence of a museum of contemporary art, a rental building for people on low incomes, and a coordinator, herself an arts specialist, who combines all her energies and you get a city within a city, a few steps from the sea. To enter VIBE is to be in another Virginia Beach!

Note:

It takes only three or four hours to travel Virginia from north to south. We rather made the detour, driving our Honda Pilot, by the small country roads.

Greenery, charm, national parks and winding and quiet roads punctuated our journey and allowed us to discover a rather unknown state. A state in which we are infatuated, and an adventure that we will relive without fail in the coming years.



UVILLE

HÔTEL-MUSÉE DU VIEUX-MONTRÉAL

OLD MONTREAL HOTEL-MUSEUM

Bienvenue dans le Montréal des années 60-70
Welcome to Montreal in the 60s and 70s



Situé au cœur de la vieille ville, à quelques mètres du musée Pointe-à-Callière et de la Place Royale, berceau de ce qui deviendra plus tard Ville-Marie et Montréal, **le Uville**, ce magnifique hôtel d'une trentaine de chambres se permet de donner un petit clin d'œil nostalgique au Québec, et plus particulièrement du Montréal des années 60 à la fin des années 70...

*Located in the heart of the old town, a few meters from the Pointe-à-Callière museum and Place Royale, the cradle of what will later become Ville-Marie and Montréal, **the Uville**, this magnificent hotel with around thirty rooms are allowing you to give a nostalgic nod to Quebec, and more particularly to Montréal from the '60s to the end of the '70s...*

L'arrivée.

Dès votre arrivée dans le lobby de l'hôtel vous avez la réception à votre droite et ensuite vous avez le petit lounge/bar/restaurant, ouvert de 17 h à 23 h, servant cocktails, une bonne sélection de vins locaux et importés et pour combler votre faim, avec des plats classiques québécois réconfortants.

Les chambres

Avec ses étages thématiques, vous vivrez aux sons, images, couleurs, artefacts, et même du mobilier

des dites décennies. Des photos en noir et blanc du Montréal des années 60 sur un étage, des passeports de l'Expo 67 dans une chambre, et même des tourne-disques qui seront l'atout du mélomane. Par contre, si vous préférez utiliser votre appareil numérique, ces jouets peuvent se transformer en appareil Bluetooth également !

Toutes les chambres sont dotées d'une cafetière, téléviseur couleur (bien sûr !) avec technologies BYOD, d'un coffre-fort, et si cela vous chante, certaines chambres peuvent également accueillir votre petit animal de compagnie.

C'est donc dire que même si la thématique est axée sur la nostalgie, il s'agit bel et bien d'un hôtel moderne.

L'art du petit-déjeuner

Le petit déjeuner, qui est inclus, est servi aux chambres ; sans vous déranger, il sera accroché juste à l'extérieur de votre porte. Vous pourrez donc manger tranquillement au lit en écoutant des disques



The arrival.

As soon as you arrive in the hotel lobby, you have the reception to your right and then you have the small lounge/bar/restaurant, open from 5 p.m. to 11 p.m., serving cocktails, a good selection of local and imported wines and to satisfy your hunger, with comforting classic Quebec dishes.

The rooms

With its themed floors, you will live with sounds, images, colors, artefacts, and even furniture from these decades. Black and white photos of 60s Montreal on one floor, Expo 67 passports in one room, and even record players that will be the music lover's trump card. On the other hand, if you prefer to use your digital device, these toys can also turn into a Bluetooth device!

All rooms have coffee makers, color TVs (of course!) With BYOD technologies, safes, and if you want, some rooms can also accommodate your small pet.

This means that even if the theme is focused on nostalgia, it is indeed a modern hotel.

The art of breakfast

Breakfast, which is included, is served in the rooms; undisturbed, it will be hung just outside your door. So you can eat quietly in bed while listening to Charlebois records or even watching a documentary thanks to the collaboration of the ONF and the Hotel Uville..





de Charlebois ou encore en regardant un documentaire grâce à collaboration de L'ONF et de l'Hotel Uville. Bien sûr vous avez toujours l'option de prendre votre déjeuner dans le hall et vous détendre avec les autres invités tout en buvant votre café.

Of course you always have the option of having lunch in the lobby and relaxing with the other guests while having your coffee.



Une atmosphère chaleureuse et unique, des employés attentionnés, la proximité de plusieurs bars et restaurants réputés situés dans le Vieux-Montréal, voilà ce qui vous attend dans cet hôtel! 📍

A warm and unique atmosphere, attentive employees, the proximity of several renowned bars and restaurants located in Old Montréal, this is what awaits you at this hotel! 📍

204 place d'Youville
Montréal, QC
Canada
H2Y 2B4

Uville Montréal



Par | By **Marc Bouchard**

Photos: **Marc Bouchard**

ROUTE 66

LE RÊVE D'UNE VIE

A LIFE'S DREAM

La mythique route qui traverse les États-Unis
The legendary road that crosses the United States

92



VOYAGER | TRAVEL



La **Route 66** est mythique. La Mère de toutes les routes (merci, John Steinbeck de cette appellation) est pour les uns un but à atteindre, et pour les autres une véritable obsession. Quiconque a un permis de conduire et un peu de culture automobile rêve un jour de parcourir la première autoroute d'Amérique.

Route 66 is legendary. The Mother of all roads (thank you, John Steinbeck for this name) is, for some, a goal to achieve, and for others a real obsession. Anyone with a driver's license and a bit of automotive culture dreams of someday hitting America's first highway.

Le tracé n'est pas de tout repos. La Route 66 franchit 8 états, traverse trois fuseaux horaires et totalise près de 3980 kilomètres au total, de son départ au cœur de Chicago, jusqu'à son arrivée au pied du quai de Santa Monica, en Californie.

C'est donc armé de tout mon enthousiasme que je suis embarqué dans ce long périple qui, au volant des Nissan Murano, Kicks ou Altima, allait entraîner un groupe d'une dizaine de journalistes à travers l'Ouest américain. Le seul bémol : alors que les quelque 60 000 voyageurs qui traversent la route annuellement y mettent en moyenne 18 jours, il nous fallait concentrer le parcours en sept jours à peine!

Chicago, Illinois

Le départ de Chicago se fait au cœur du centre-ville. Rien, outre une petite affiche, n'indique la présence de l'une des autoroutes les plus importantes de l'histoire américaine. Précédé de notre guide, notre convoi s'élance sur la route par un froid mordant de décembre.

Règle d'or numéro 1 :

Ne pas tenter de faire la Route 66 sans préparation. D'une part, la route elle-même n'a pas été entretenue à la hauteur de sa réputation, et de larges pans sont dévastés, voire impraticables. D'autre part, sans préparatifs préliminaires, la quasi-totalité des lieux vous sembleront au mieux typiques, au pire inutile. Si l'on n'en connaît pas l'histoire, une station-service abandonnée ressemble à une station-service abandonnée. Et elles se comptent par dizaines le long de la Route 66.

The layout is not easy. Route 66 crosses 8 states, crosses three time zones and totals almost 3,980 kilometers in total, from its departure in the heart of Chicago, until its arrival at the wharf of Santa Monica, in California.

It is therefore armed with all my enthusiasm that I embarked on this long journey which, at the wheel of the Nissan Murano, Kicks or Altima, would lead a group of ten journalists across the American West. The only downside: while the approximately 60,000 travelers who cross the road annually take an average of 18 days, we had to concentrate the route in just seven days!

Chicago, Illinois

Departing from Chicago is in the heart of downtown. Nothing, apart from a small poster, indicates the presence of one of the most important freeways in American history. Preceded by our guide, our convoy sets off on the road in the bitter cold of December.



Golden rule number 1:

Do not attempt to do Route 66 without preparation. On the one hand, the road itself has not been maintained to live up to its reputation, and large sections are devastated, even impassable. On the other hand, without preliminary preparations, almost all of the places will seem typical at best, at worst useless. If you don't know the story, an abandoned gas station looks like an abandoned gas station. And there are dozens along Route 66.



Entre Chicago et Cuba au Missouri, la route est sans souci. Certains arrêts sont cependant obligés. C'est notamment le cas du Launching Pad, à Wilmington, un restaurant de type « dinner » (ils sont légion) qui affiche à l'extérieur le Gemini Giant, une reproduction format géant d'un astronaute des années 60 devenu symbole de la route.

Un arrêt à Odel et à la Standard Oil Station, une station-service restaurée construite en 1932, et un passage sur le pont Chain of Rocks, avec l'autorisation des autorités puisqu'il s'agit normalement d'un passage piétonnier, nous a permis de changer d'état. Passage sans s'arrêter dans la ville de Saint-Louis et son quartier le plus défavorisé, avant d'atterrir au Wagon Wheel Motel, à Cuba. Ne cherchez pas les étoiles à ce petit motel restauré, dont l'ouverture date de 1938. En fait, l'expérience a été mémorable, mais la nuit courte en raison des bruits impromptus du chauffage, déficient de surcroît!



Un bon mot pour nos véhicules Nissan. Dotées du siège Zéro Gravité, elles ont permis de franchir les 700 kilomètres de la première journée sans jamais ressentir la moindre douleur. Grâce à des pressions différentes, et à des mousses adaptées, inspirés des études menées dans la station spatiale, mon vieux dos n'a pas trop souffert. Une situation qui durera d'ailleurs toute la semaine.

Between Chicago and Cuba in Missouri, the road is carefree. Certain stops are however compulsory. This is particularly the case of the Launching Pad, in Wilmington, a restaurant type "dinner" (they are legion) which displays outside the Gemini Giant, a giant-size reproduction of an astronaut of the '60s become symbol of the road.

A stop at Odel and at the Standard Oil Station, a restored petrol station built in 1932, and a crossing over the Chain of Rocks Bridge, with the authorization of the authorities since it is normally a pedestrian crossing, we allowed to change state. Passing without stopping in the city of Saint-Louis and its most disadvantaged neighborhood, before landing at the Wagon Wheel Motel, in Cuba. Do not look for the stars at this small restored motel, which opened in 1938. In fact, the experience was memorable, but the night was short due to the impromptu noises of the heating, which was also

deficient!

A good word for our Nissan vehicles. Equipped with the Zero Gravity seat, they made it possible to cross the 700 kilometers of the first day without ever feeling the slightest pain. Thanks to different pressures, and adapted foam, inspired by studies carried out in the space station, my old back did not suffer too much. A situation which will last all week.

Du Missouri à Tulsa

La seconde journée du voyage a été ponctuée d'arrêts inusités. Il suffit de penser à la seconde plus grande chaise berçante au monde, située au site touristique baptisé Uranus, une véritable halte routière remplie de curiosités uniques (incluant un musée des horreurs du type femme à barbe), ou au musée automobile de Springfield qui compte, parmi ses objets, sur une des 8 Batmobile originales utilisées pour la série Batman.

Le point tournant a cependant été le court détour d'une vingtaine de kilomètres par le Kansas. D'une part, nous n'avions pas réalisé que la Route 66 traversait aussi cet état. D'autre part, c'est à cet endroit que l'on peut croiser Mater, le camion remorqueur du film Les Bagnoles. Anecdote intéressante, c'est du Kansas que vient l'idée, alors que le camion était vraiment en fonction. Les réalisateurs du film n'ont fait que reprendre l'idée!

Dernier détour par la ville de Commerce, pour un passage à la cantine station-service en fonction depuis 93 ans, avant l'arrêt au Campbell House Hotel, à Tulsa, un hôtel historique d'origine européenne.

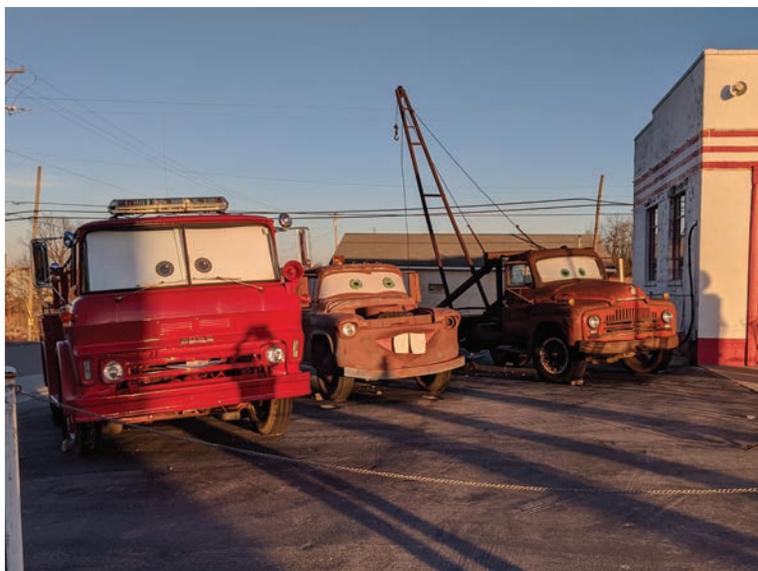
En route vers le Texas

Sans doute la portion de la Route 66 la moins spectaculaire. La route est jolie, mais sans plus. Les éléments historiques qu'on y retrouve sont plus rares, à l'exception d'une halte routière unique comptant sur une bouteille de 66 pieds de haut en néon pour se faire remarquer!

From Missouri to Tulsa

The second day of the trip was punctuated by unusual stops. Just think of the second largest rocking chair in the world, located at the tourist site called Uranus, a real rest stop filled with unique curiosities (including a horror museum of the woman with the beard type), or the Springfield automobile museum which counts, among his objects, on one of the 8 original Batmobiles used for the Batman series.

The turning point, however, was the short detour of about 20 kilometers through



Kansas. On the one hand, we didn't realize that Route 66 also crossed this state. On the other hand, this is where we can meet Mater, the tow truck from the movie Cars. Interestingly, Kansas came up with the idea when the truck was really in operation. The directors of the film have only taken up the idea!

Last detour through the city of Commerce, for a trip to the service station canteen in operation for 93 years, before stopping at the Campbell House Hotel, in Tulsa, a historic hotel of European origin.

On the way to Texas

Without doubt the least spectacular part of Route 66. The road is pretty, but nothing more. The historical elements found there are rarer, with the exception of a single rest area counting on a 66-foot-tall bottle in neon to stand out!



On y retrouve plus de 600 sortes de boissons gazeuses, ce qui est tout de même original.

Stations-service rénovées et musées automobiles sont de mise, avant l'arrivée à Amarillo, site du Big Texan et capitale du steak! Même le motel qui longe le restaurant affiche clairement son attachement aux bovins et aux cowboys, offrant une porte-saloon dans la salle de bain, et une lampe de chevet en tête de vache!

Nouveau-Mexique et plus

La Route 66 se poursuit ensuite vers le Nouveau-Mexique, à mi-chemin de la distance totale. Les longues portions de route peu ou mal développées s'allongent et les kilomètres s'accumulent. Le mauvais état de la route dans plusieurs sections coûte cher. Plusieurs de nos véhicules Nissan ont reçu des débris importants dans le pare-brise et deux d'entre eux ont même eu droit à un changement complet de glace.



La route nous mène ainsi à Del Rio, un village abandonné figé dans le temps, avec son motel, son garage et sa petite maison, devant lesquels continuent d'attendre des véhicules qui semblent presque en parfait état.

L'arrêt à l'incontournable Cadillac Ranch est de mise. L'endroit est mythique, bien qu'étonnamment peu impressionnant. Dix Cadillac plantées nez dans le sol, sont recouvertes de graffitis, que l'on est invité à renouveler.

There are more than 600 kinds of soft-drinks, which is still original.

Renovated service stations and automobile museums are in order before arriving in Amarillo, site of the Big Texan and capital of steak! Even the motel that runs alongside the restaurant clearly shows its attachment to cattle and cowboys, offering a saloon holder in the bathroom, and a cow's head lamp!

New Mexico and more

Route 66 then continues towards New Mexico, halfway of the total distance.

The long sections of poorly developed or poorly developed road lengthen and the kilometers accumulate. The poor condition of the road in several sections is expensive. Several of our Nissan vehicles received significant debris in the windshield, and two of them even received a complete load of ice.

The road thus leads us to Del Rio, an abandoned village frozen in time, with its motel, its garage and its small house, in front of which continue to wait for vehicles which seem almost in perfect condition.

A stop at the essential Cadillac Ranch is in order. The place is legendary, although surprisingly unimpressive. Ten Cadillacs nose planted in the ground are covered with graffiti, which we are invited to renew.

Rien autour, sinon quelques vaches, et une marche de 300 mètres dans le champ pour s'y rendre. Rien que de l'art! En soirée, arrêt à Albuquerque dans ce qui est probablement le plus bel hôtel depuis le départ, le Chaco, un hôtel moderne et raffiné non loin de la vieille ville.

Enfin la Californie

Les derniers jours nous feront d'abord sortir du Nouveau-Mexique, pour enfin se rendre en Californie. Un détour d'une centaine de kilomètres vers le nord permet une vue sublime du Grand Canyon avant de reprendre la direction de Santa Monica.

Au passage, un arrêt dans la ville de Kingsman qui abrite un des plus musées de la Route 66. Relatant l'histoire de la Route, c'est surtout son exposition de voitures électriques, certaines datant de plus d'un siècle, qui attire les regards.

C'est ici que débute la portion la plus spectaculaire de la Route 66. De Oatman, une ville western développée à l'aide d'ânes qui depuis ont envahi les rues de la ville, à Newberry Spring, site du célèbre Bagdad Café qui a servi au tournage du film iconique des années 80, la route sinueuse et de montagnes offre une vue imprenable, une conduite amusante, et une façon pour nos Nissan de nous prouver leurs capacités dynamiques. Pour l'anecdote, précisons que le Bagdad Café devait à l'origine se trouver directement dans la ville de Bagdad, mais au moment du tournage, la ville avait été soufflée par les vents, et c'est un café, 15 kilomètres plus loin, qui a changé son nom pour les circonstances et qui le conserve depuis.



Nothing around, except a few cows, and a 300-meter walk in the field to get there. Nothing but art!

In the evening, stop in Albuquerque in what is probably the most beautiful hotel since the start, the Chaco, a modern and refined hotel not far from the old town.

Finally, California

The last few days will take us out of New Mexico first, and then to California. A detour of a hundred kilometers to the north allows a sublime view of the Grand Canyon before returning to the direction of Santa Monica.

By the way, a stop in the town of Kingsman which shelters one of the most museums of Route 66. Relating the history of the Route, it is especially its exhibition of electric cars, some

dating back more than a century, which attracts the looks.

This is where the most spectacular section of Route 66 begins. From Oatman, a western city developed using donkeys that have since invaded the streets of the city, to Newberry Spring, site of the famous Bagdad Café which was used for the filming of the iconic film of the '80s, the winding road and mountains offers a breathtaking view, a fun ride, and a way for our Nissan to show us their dynamic capabilities. For the anecdote, note that the Bagdad Café was originally located directly in the city of Bagdad, but at the time of filming, the city had been blown by the winds, and it is a café, 15 kilometers away, who changed his name for the circumstances and has kept it since.

Les longues portions de route accidentées ne sont pas accessibles à tous. Dans certains cas, il faudra compter sur un VUS pour parcourir la Route 66, on se contentera de la longer sur une route parallèle. Mais le détour en vaut la peine, alors que les grandes étendues arides sont visibles de tous les côtés durant des dizaines de kilomètres.

Une dernière visite au Bottle Tree Ranch, une impressionnante installation artistique, sera le dernier arrêt obligatoire avant la fin de la Route 66, au cœur de Santa Monica. Et au pied de son quai unique, où néons et musiques nous accueillent avec enthousiasme, après 7 jours de route quasi ininterrompue!

Les voitures

Un bon mot pour les Nissan Altima, Nissan Kicks et Nissan Murano qui nous ont servi de chariot pour ce long périple. Ils se sont avérés fiables, confortables et faciles à manier. On aurait bien aimé un peu plus de puissance du Kicks par moment, mais sans plus.

Près de 4000 kilomètres plus loin, je peux enfin dire Route 66, Check! Un incontournable périple, mais qu'il faut bien préparer.



Long stretches of uneven roads are not accessible to all. In some cases, you will have to rely on an SUV to travel Route 66, you will just follow it on a parallel road. But the detour is worth it, while the great arid expanses are visible from all sides for tens of kilometers.

A final visit to the Bottle Tree Ranch, an impressive art installation, will be the last mandatory stop before the end of Route 66, in the heart of Santa Monica. And at the foot of its unique quay, where neon lights and music welcome us with enthusiasm, after 7 days of almost uninterrupted driving!

The Cars

A good word for the Nissan Altima, Nissan Kicks and Nissan Murano which served as a trolley for this long journey. They have proven to be reliable, comfortable and easy to handle. We would have liked a little more power from the Kicks at times, but nothing more.

Nearly 4000 kilometers further, I can finally say Route 66, Check! An essential journey, but it must be well prepared.



ARTS

DE LA MUSIQUE AUX GALERIES, TROUVEZ TOUT
POUR DEVENIR UN GENTLEMAN PLUS CULTIVÉ.

ARTISTRY

FROM MUSIC TO GALLERIES, YOU'LL FIND
EVERYTHING ON CULTURE

Photos: Tandem

IMAGINE VAN GOGH ART IMMERSIF IMMERSIVE ART



Jusqu'au 5 avril, l'Arsenal de Montréal accueille l'exposition immersive **Imagine Van Gogh**, réalisée par Annabelle Mauger et Julien Baron en collaboration avec l'historienne de l'art Androula Michael. Cette expérience artistique inédite offre un parcours ludique dans l'oeuvre de Van Gogh, accessible à tous.

*Until April 5, the Montreal Arsenal is hosting the immersive exhibition **Imagine Van Gogh**, produced by Annabelle Mauger and Julien Baron in collaboration with art historian Androula Michael. This unique artistic experience offers a fun journey through Van Gogh's work, accessible to all.*



Cet hiver, la lumière et le soleil de la Provence s'invitent à Montréal. L'exposition Imagine Van Gogh révèle l'univers de couleurs et d'émotions du peintre en invitant à voyager dans ses toiles. Les visiteurs se promènent au cœur d'images géantes extraites des tableaux de Van Gogh. Les détails, les touches, la matière, les couleurs les emportent pour vivre une expérience hors du commun où tous les sens sont en éveil. Cette approche artistique en « Image Totale » imaginée par Annabelle Mauger plonge le spectateur au cœur des œuvres peintes pour en explorer les détails.

Plus de 200 œuvres de Van Gogh sont ainsi projetées en « Image Totale ». Les œuvres sortent de leur cadre pour gagner l'espace dans un foisonnement de flux continu. Plongé dans l'obscurité, guidé par l'unique lumière des œuvres, chacun expérimente une approche personnelle de leur présentation. Libre de choisir son propre parcours, le visiteur devenu acteur porte son regard sans temps imposé dans plusieurs directions. Il se risque en toute liberté à pénétrer l'œuvre de Van Gogh. La projection s'accompagne d'œuvres musicales signées à la fois par des contemporains de Van Gogh et des compositeurs actuels. (Saint-Saëns, Mozart, Bach, Delibes ou Satie) La musique amplifie l'expérience d'immersion et offre des sensations nouvelles qui ouvrent l'espace propice au rêve et à la contemplation. C'est l'œil et l'oreille qui guident et non le savoir. Chacun se laisse porter sans soupçonner la performance technique et technologique d'une telle exposition.

« Didactique sur le fond et émouvante sur la forme, cette exposition est à contempler avec des yeux neufs », souligne Androula Michael, historienne de l'art de l'exposition.

This winter, the light and the sun of Provence are coming to Montreal. The Imagine Van Gogh exhibition reveals the painter's universe of colors and emotions by inviting him to travel in his paintings. Visitors stroll through the heart of giant images taken from Van Gogh's paintings. The details, the touches, the material, the colors prevail to live an extraordinary experience where all the senses are awakened. This artistic approach in "Total Image" imagined by Annabelle Mauger immerses the spectator in the heart of the painted works to explore the details.

More than 200 works by Van Gogh are thus projected in "Total Image". The works leave their framework to gain space in an abundance of continuous flow. Immersed in darkness, guided by the unique light of the works, everyone experiences a personal approach to their presentation. Free to choose his own route, the visitor who becomes an actor, carries his gaze without imposed time in several directions. He ventures freely into Van Gogh's work. The projection is accompanied by musical works signed by both Van Gogh's contemporaries and current composers. (Saint-Saëns, Mozart, Bach, Delibes or Satie) Music amplifies the experience of immersion and offers new sensations which open the space for dreaming and contemplation. It's the eye and the ear that guide, not the knowledge. Everyone lets themselves be carried away without suspecting the technical and technological performance of such an exhibition. "

"Didactic on the bottom and moving on the form, this exhibition is to be contemplated with new eyes" underlines Androula Michael, art historian of the exhibition.



« Ouvrir l'espace de l'émotion, du rêve et de la contemplation à tous les publics, y compris les plus jeunes est l'ambition de cette exposition immersive accessible à toute personne, quels que soient son âge, sa langue, sa culture » précise la réalisatrice Annabelle Mauger.

Défi technologie hors-norme

Véritable performance technologique, Imagine Van Gogh épouse les 1450 m² de l'Arsenal. Réalisés in situ et sur-mesure, les voiles de 8m de haut accueillent l'image des œuvres et s'adaptent à la hauteur de l'espace. L'expérience immersive associée à cette verticalité est l'une des caractéristiques fortes de cette œuvre artistique qui s'accorde à chaque lieu investi.

Les supports de projection sont des surfaces planes, des voiles, dont la forme reprend les dimensions de l'okio-e. En 1888, Van Gogh arrivant en Arles écrit à son frère combien les lumières de la Provence lui paraissent correspondre à celles du Japon. Ainsi les réalisateurs vous proposent de découvrir Vincent Van Gogh dans son œuvre la plus foisonnante, la plus riche de couleurs et d'émotions, celle des 2 dernières années de sa vie. Entre Arles et Saint Rémy de Provence, terre d'adoption d'Annabelle Mauger Julien Baron durant plus de 15 ans, terre de CATHEDRALE D'IMAGES également.

Cette scénographie permet d'accéder à Van Gogh comme le faisaient autrefois les bâtisseurs des cathédrales. 

"Opening the space of emotion, dream and contemplation to all audiences, including the youngest is the ambition of this immersive exhibition accessible to everyone, whatever their age, language, culture," says director Annabelle Mauger

Unconventional technology challenge

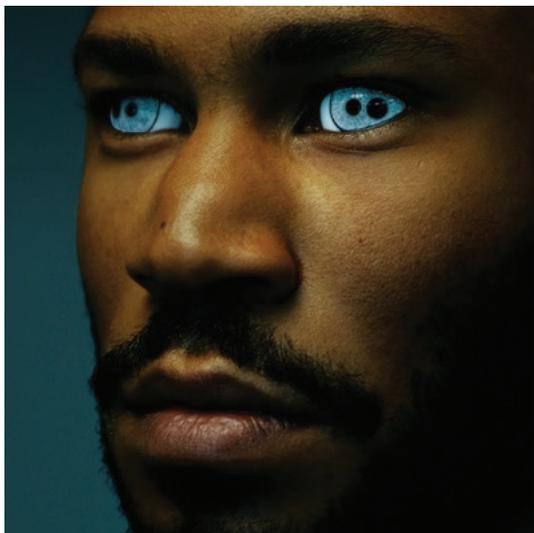
A true technological performance, Imagine Van Gogh marries the 1,450 m² of the Arsenal. Made in situ and tailor-made, the 8m high sails welcome the image of the works and adapt to the height of the space. The immersive experience associated with this verticality is one of the strong characteristics of this artistic work which fits into each invested place.

The projection supports are flat surfaces, sails, whose shape takes the dimensions of the okio-e. In 1888, Van Gogh, arriving in Arles, wrote to his brother how the lights of Provence seemed to him to correspond to those of Japan. The directors invite you to discover Vincent Van Gogh in his most abundant work, the richest in colors and emotions, that of the last 2 years of his life. Between Arles and Saint Rémy de Provence, land of adoption of Annabelle Mauger Julien Baron for more than 15 years, land of CATHEDRALE D'IMAGES too.

This scenography gives access to Van Gogh as the builders of cathedrals used to do. 

Arsenal art contemporain Montréal
2020, rue William,
Montréal, QC
H3J 1R9

Imagine Van Gogh. 

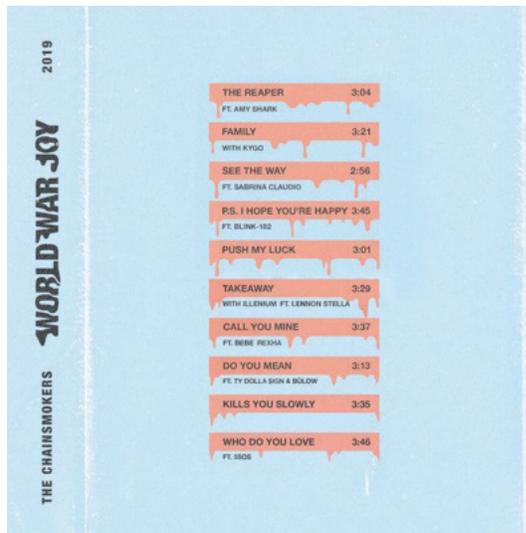


**Bubba
Kaytranada**

Des rythmes endiablés de l'artiste haïtien ayant grandi à Montréal. Les percussions sont au rendez-vous comme toujours. Plaisant à écouter, endiablé. On l'entendra certainement partout en 2020!

Crazy rhythms from the Haitian artist who grew up in Montreal. The percussions are still there as always. Pleasant to listen, furious. We will certainly hear it everywhere in 2020!

Apple Music



**World War Joy
The Chainsmokers**

Nouvel album sorti tout juste après leur tournée de 2019. On sent l'influence pop du duo américain. On en veut plus!

New album released just after their 2019 tour. You can feel the pop influence of the American duo. We want more!

Apple Music



Billions
Saison 4
Season 4

Amateurs de séries du milieu de la finance, cette dernière ne vous laissera pas le temps de vous asseoir sur votre chaise. Au cœur de cette dernière, des batailles entre Bobby Axelrod, Taylor Madison, Chuck et Wendy Rhoades. Une série à multiples rebondissements avant la 5e saison qui arrivera en mai. Offert également sur Crave.

Fans of series from the world of finance, it will not leave you time to sit on your chair. At the heart of the latter, battles between Bobby Axelrod, Taylor Madison, Chuck and Wendy Rhoades. A series with many twists and turns until the season 5 arrives in May. Also on Crave.

[iTunes Store](#)

[Crave sur l'App Store](#)



Succession
Saison 2
Season 2

La romance aura toujours sa place au temps des fêtes et quelle belle histoire que celle de Love Actually. Tout le monde rêve à l'amour au temps des fêtes et ce film nous y fait croire! Parfait devant la télé durant une soirée froids collés avec un bon chocolat chaud!

Every family has its traditions, but for the Roys, they include lying, backstabbing and all sorts of other chicanery.

[iTunes Store](#)

[Crave sur l'App Store](#)

CORPS & ESPRIT • BODY AND MIND

ART DE VIVRE | ART OF LIVING



BIEN PRENDRE SOIN DE SOI.
DE CORPS ET D'ESPRIT.

TAKING GOOD CARE OF YOURSELF.
BODY AND MIND

Par | By **Normand Boulanger**

Photos: **Victoria+Albert**



106

ART DE VIVRE | ART OF LIVING

TAIZU. INSPIRATION ASIATIQUE *ASIAN INSPIRED*

La baignoire Taizu de Victoria + Albert par Steve Leung
The Taizu bath by Victoria + Albert by Steve Leung

L'hiver est cette saison où les bains sont longs. Alors il vaut mieux être bien durant ce temps passé dans l'eau chaude et bien souvent moussante. Le modèle Taizu est une somptueuse baignoire circulaire inspirée par la fine porcelaine de la dynastie Song. Cette baignoire de style spa, conçue par le célèbre designer Steve Leung, basé à Hong Kong, est une pièce maîtresse luxueuse qui confère une touche asiatique à toute salle de bain. Voici nos questions au designer de cette somptueuse pièce d'art, Steve Leung.



Comment la collaboration avec Victoria + Albert a-t-elle débuté ?

Victoria + Albert est une marque tellement réputée pour son design intemporel et contemporain qu'une collaboration me semblait parfaitement naturelle. Lorsque j'ai été approché pour créer une baignoire haut de gamme, j'étais ravi de commencer cette collaboration avec cette marque très acclamée.

L'accent qu'elle met sur les baignoires de luxe s'accorde complètement avec ma philosophie en termes de design de salles de bain. L'esthétique, le confort et l'expérience personnelle sont les concepts auxquels j'accorde le plus d'importance. Il y a plusieurs petits détails qui peuvent transformer une salle de bain ordinaire en une d'ambiance « spa privé et confortable ».

La compagnie porte toujours une grande attention à ce genre de petits détails. Travailler avec eux m'a permis de créer une forme exquise et singulière avec le matériel unique de QuarryCast.

Winter is this season when the baths are long. So it is better to be well during this time spent in hot and often foaming water. The Taizu model is a sumptuous circular bathtub inspired by fine porcelain from the Song dynasty. This spa-style bathtub, designed by famous designer Steve Leung, based in Hong Kong, is a luxurious centerpiece that gives an Asian touch to any bathroom. Here are our questions to the designer of this sumptuous piece of art, Steve Leung.

How did the collaboration with Victoria + Albert start?

Victoria + Albert is a brand so renowned for its timeless and contemporary design that a collaboration seemed perfectly natural to me. When I was approached to create a high-end bathtub, I was delighted to start this collaboration with this highly acclaimed brand.

The emphasis that it put on luxury bathtubs fits perfectly with my philosophy in terms of bathroom design. Aesthetics, comfort and personal experience are the concepts that I value most. There are several small details that can transform an ordinary bathroom into a "private and comfortable spa" atmosphere.

The company always pays close attention to these kinds of little details. Working with them has allowed me to create an exquisite and unique shape with the unique material of QuarryCast.





Quelle était l'inspiration derrière le bain Taizu ?

Le Taizu a été nommé après le grand Empereur Taizu, le fondateur de la Dynastie Song, qui représente une ère « d'or » dans l'histoire de la Chine, réputée pour sa culture rayonnante. Le design du bain est inspiré par les céramiques Song, appréciées pour leurs proportions élégantes et sophistiquées et leurs formes simples. L'art de la céramique a atteint un niveau de perfection sans précédent à cette époque grâce à un travail artisanal exceptionnel, et c'est précisément ce à quoi je rends hommage avec le bain Taizu.

Il y a de très petits bains ronds sur le marché. Pourquoi avez-vous choisi ce genre de design ?

Au début de ma collaboration avec Victoria + Albert, je voulais créer quelque chose de spécial. En étudiant leurs collections existantes, il y avait déjà plusieurs magnifiques baignoires de forme ovale et rectangulaire, alors j'ai vu ceci comme une opportunité excitante d'explorer de nouvelles avenues en leur présentant leur tout premier bain rond. En mettant en relation la forme à l'inspiration de l'ancienne culture chinoise, la forme circulaire est un symbole propice qui représente l'unité et la perfection.

Comment ce modèle apporte-t-il la relaxation à la vie ?

En établissant un lien intime entre l'Est et l'Ouest, le Taizu célèbre la philosophie du bien-être chinois par un design minimaliste et contemporain. Sa construction même incarne la détente avec ses côtés en pente douce qui favorisent le confort. Prendre son bain est une expérience apaisante qui rajeunit le corps et l'esprit : comme le quotidien peut être de plus en plus intense, ce moment de tranquillité est précieux.

What was the inspiration behind the Taizu bath?

Taizu was named after the great Emperor Taizu, the founder of the Song Dynasty, which represents a "golden" era in the history of China, renowned for its radiant culture. The design of the bath is inspired by Song ceramics, appreciated for their elegant and sophisticated proportions and their simple shapes. The art of ceramics reached an unprecedented level of perfection at that time thanks to exceptional craftsmanship, and this is precisely what I pay tribute to with the Taizu bath.

There are very small round baths on the market. Why did you choose this kind of design?

At the start of my collaboration with Victoria + Albert, I wanted to create something special. By studying their existing collections, there were already several magnificent oval and rectangular baths, so I saw this as an exciting opportunity to explore new avenues by presenting them with their very first round bath. By relating form to the inspiration of ancient

Chinese culture, the circular form is an auspicious symbol that represents unity and perfection.

How does this model bring relaxation to life?

By establishing an intimate link between East and West, the Taizu celebrates the philosophy of Chinese well-being with a minimalist and contemporary design. Its very construction embodies relaxation with its gently sloping sides which promote comfort. Bathing is a soothing experience that rejuvenates body and mind: as everyday life can be more and more intense, this moment of tranquility is precious.



C'est pourquoi chaque composante du bain, de la forme au travail artisanal, en passant par le matériel de fabrication est soigneusement choisie pour assurer la plus luxueuse et confortable expérience au baigneur.

Quel autre objet de salle de bain aimeriez-vous créer ?

Comme je suis intrigué et visuellement stimulé par ce que les détails raffinés peuvent ajouter à une pièce, j'aimerais me mettre au défi en créant un robinet de salle de bains révolutionnaire qui allie de façon harmonieuse l'héritage traditionnel chinois à une touche occidentale contemporaine. 

This is why each component of the bath, from the form to the craft work, through the manufacturing equipment is carefully chosen to ensure the most luxurious and comfortable experience for the bather.

What other bathroom item would you like to create?

As I am intrigued and visually stimulated by what fine details can add to a room, I would like to challenge myself by creating a revolutionary bathroom faucet that harmoniously combines traditional Chinese heritage with a contemporary Western twist. 



Victoria + Albert. 

Par | By Normand Boulanger

Photos: Signature Kitchen Suite

SIGNATURE KITCHEN SUITE: PENSÉE POUR LE LUXE *MADE FOR LUXURY*

Les nouveaux électroménagers de luxe Signature Kitchen Suite
The new high-end luxury household, Signature Kitchen Suite

110



ART DE VIVRE | ART OF LIVING



Arrivée dans sur le marché québécois à l'été 2019, **Signature Kitchen Suite** est une gamme d'électroménagers de luxe novatrice qui se concentre spécifiquement sur la préparation et la préservation des aliments.

*In the Quebec market since the summer of 2019, **Signature Kitchen Suite** is an innovative line of luxury appliances that focuses specifically on food preparation and preservation.*

C'est la nouvelle étoile montante en matière d'innovation dans le monde des électroménagers de luxe pour la cuisine.

Endossée par le chef de file prisé en électroménagers domestiques LG Électro-
nique, et soutenu par ses ressources en R&D et en production avancées, la série Signature Kitchen Suite présente la crème de la crème en matière d'électroménagers encastrés, grâce à sa technologie de pointe.

Grâce à ses électroménagers prenant en charge le Wi-Fi, Signature Kitchen Suite se démarque par sa connectivité et sa commodité. Les utilisateurs d'appareils Android et iOS peuvent maintenant profiter des fonctions intelligentes au simple toucher d'un bouton grâce à l'application Signature Kitchen Suite, qui permet de préchauffer le four lorsque les embouteillages vous retiennent, ou de demander au réfrigérateur de faire plus de glace avant une fête.

« Alliant la fiabilité et l'innovation propre à LG et un concept à la fois attirant et fonctionnel, nous offrons une toute nouvelle expérience, pensée pour les chefs à domicile d'aujourd'hui, a annoncé David Oyagi, chef de la marque Signature Kitchen Suite. Chez Signature Kitchen Suite, nous sommes fidèles à la nourriture et fiers de contribuer à l'aventure qui achemine les bons repas vers votre assiette. Chaque étape mérite le plus grand respect, et Signature Kitchen Suite représente la dernière étape importante que les aliments doivent franchir avant d'arriver à la table », conclut-il.



It is the new rising star in innovation in the world of luxury kitchen appliances.

Endorsed by the popular leader in household appliances LG Electronics, and supported by its resources in advanced R&D and production, the Signature Kitchen Suite series presents the cream of the crop in built-in appliances, thanks to its advanced technology.

Thanks to its appliances that support Wi-Fi, Signature Kitchen Suite stands out for its connectivity and convenience. Android and iOS device users can now take advantage of smart features at the touch of a button with the Signature Kitchen Suite app, which preheats the oven when traffic jams hold you, or ask the fridge to do more of ice before a party.

"Marrying LG's reliability and innovation with beautiful, and functional design, we are bringing an all-new experience designed for today's home chef," said David Oyagi, Brand Manager, Signature Kitchen

Suite. "Signature Kitchen Suite believes in being True to Food—and we're proud to be part of the journey that good food takes to get to the plate. With each step deserving the utmost respect, our Signature Kitchen Suite serves as the last important step that food takes before it arrives to the table."



Voici quelques-uns des produits de Signature Kitchen Suite :

Cuisinière de style professionnel de 48 pouces à double alimentation avec fonctions sous vide et induction :

Il s'agit de la toute première cuisinière avec fonction sous vide intégrée directement à la surface de cuisson pour donner plus de liberté aux chefs créatifs qui obtiendront des résultats professionnels à chaque fois.

La gamme professionnelle offre également la technologie True Combi-Steam, qui combine les cuissons à la vapeur et à convection pour obtenir des résultats gastronomiques exceptionnels. Le système à convection cuit les aliments rapidement et uniformément, alors que la vapeur aide à conserver la texture, l'apparence et le goût. Il est également équipé de la technologie de convection ProHeat qui consiste en un élément et un ventilateur sur la paroi arrière, ce qui permet une cuisson uniforme, peu importe la grille.

Refroidisseur à vin à colonnes intégrées de Signature Kitchen Suite :

Les fonctionnalités innovantes de notre refroidisseur à vin à colonnes intégrées sont inspirées des conditions idéales de conservation retrouvées dans les anciennes caves à vin historiques. Conçus pour la conservation précise du vin, ces refroidisseurs utilisent notre technologie exclusive Wine Cave Technology pour protéger le précieux liquide des quatre grandes menaces : la vibration, la lumière, l'humidité et les changements de température. Modèles de 18 et de 24 pouces offerts.

The new luxury Signature Kitchen Suite product line features:

48-inch Dual Fuel Pro Range with Sous Vide and Induction:

Providing flexible cooking methods for innovative chefs, this is the industry's first and only range with built-in sous vide directly on the cooktop to deliver professional results every time.

The pro range also features True Combi-Steam technology which combines steam and convection cooking for gourmet results. The convection system cooks food quickly and evenly, while steam helps to preserve texture, appearance and taste. It also features ProHeat convection technology with a rear-wall element and fan, which evenly distributes heat to every rack.

Signature Kitchen Suite Integrated Column Wine Refrigerator:

The innovative features of our built-in wine columns were inspired by the ideal environment of historic old-world wine caves. Designed for precise wine preservation, these refrigerators utilize our exclusive Wine Cave™ technology to provide protection from wine's four biggest threats of vibration, light, and variations in temperature and humidity. Available in 18 and 24-inch models.

« Alliant la fiabilité et l'innovation propre à LG et un concept à la fois attirant et fonctionnel, nous offrons une toute nouvelle expérience, pensée pour les chefs à domicile d'aujourd'hui »

**David Oyagi,
chef de la marque Signature Kitchen Suite**

"Marrying LG's reliability and innovation with beautiful, and functional design, we are bringing an all-new experience designed for today's home chef"

**David Oyagi,
Brand Manager,
Signature Kitchen Suite.**





Réfrigérateur Signature Kitchen Suite :

Le seul réfrigérateur à porte française encastrable avec tiroir à 5 modes convertible sur le marché, le réfrigérateur Signature Kitchen Suite a été pensé pour conserver la fraîcheur des aliments. Des fonctionnalités ingénieuses comme un compresseur linéaire à inversion et un intérieur métallique aident à réduire les variations de température à moins de 1°F pour conserver la fraîcheur des aliments.

Réfrigérateur à colonnes Signature Kitchen Suite :

Doté du plus grand espace de rangement sur le marché, ce réfrigérateur à colonnes intégré de 30 pouces, homologué ENERGY STAR, offre un contrôle de la température optimal, pour garder la température dans un intervalle de 0,9 °F et ainsi conserver la fraîcheur des aliments pour éliminer les pertes.

Congélateur à colonnes Signature Kitchen Suite :

Le congélateur à colonnes intégrées offre le plus grand espace de rangement sur le marché, avec son superbe intérieur en verre et en métal qui, en plus d'être agréable au regard, aide le congélateur à conserver sa température en emprisonnant l'air froid, qui peut circuler rapidement et efficacement. Modèles de 18 et de 30 pouces offerts.

La gamme complète comprend des cuisinières de style professionnel, des fours muraux, des surfaces de cuisson, des produits de ventilation, des réfrigérateurs, des refroidisseurs à vin, des micro-ondes et des lave-vaisselle qui combinent à la perfection l'innovation, la précision et l'aspect pratique.

La nouvelle gamme d'électroménagers pour la cuisine de luxe est offerte chez les détaillants JC Perreault et Germain Larivière. 

Signature Kitchen Suite Refrigerator:

The industry's only built-in French Door refrigerator with 5-mode convertible drawer, the Signature Kitchen Suite Refrigerator was designed to preserve and maintain the integrity of fresh food. Ingenious features like an inverter linear compressor and metal interior help to minimize temperature fluctuations to within 1° F to maintain food freshness. Model available in 36-inch.

Signature Kitchen Suite Column Refrigerator:

The industry's largest capacity 30-inch Integrated Column Refrigerator is ENERGY STAR® certified and features Optimum temperature control to minimize fluctuations within 0.9° F to eliminate food waste and maintain food freshness.

Signature Kitchen Suite Column Freezer:

The Integrated Column Freezer is the largest capacity in the industry touting glass and metal interior that is not only aesthetically pleasing, but is designed to help the freezer stay at the set temperature by holding and transferring cold air fast and efficiently. Available in 18 and 30-inch models.

The complete portfolio of Signature Kitchen Suite Include pro ranges, wall ovens, cooktops, ventilation, refrigerators, wine columns, microwaves and dishwashers that are the perfect blend of innovation, precision and purposeful design.

The new luxury line of luxury kitchen appliances will be available at retailers including JC Perreault and Germain Larivière. 

Signature Kitchen Suite. 



TOUCHÉ X ARHOMA

FUSION CAFÉ + CHOCOLAT

CHOCOLATE + COFFEE FUSION

Un nouveau coffret haut de gamme pour les grands amoureux
A new high-end gift box for the grand lovers

116



ART DE VIVRE | ART OF LIVING



La gamme de cafés **Touché** révèle sa toute première collaboration avec **Arhoma** en dévoilant un superbe coffret pour les grands amateurs de café et de chocolat haut de gamme. Celui-ci met en valeur le parfait duo que font le café et le chocolat.

*The **Touché** coffee range reveals its very first collaboration with **Arhoma** by unveiling a superb gift box for great lovers of coffee and high-end chocolate. This one highlights the perfect duo that coffee and chocolate..*

Le coffret comprend, deux sacs de café ayant des bouquets différents au goût riche, ainsi que deux palettes de fin chocolat qui se marient bien avec chacun d'entre eux. De plus, celui-ci est agrémenté d'un petit carnet caféiné créé par nulle autre qu'une experte barista et composé de ses meilleures recommandations.

Le Café

Aujourd'hui encore, les legs emblématique de l'Expo 67 symbolisent la créativité, l'optimisme et l'avant-garde de notre île. Pour les curateurs de café de Touché, 1967 représente l'éveil de Montréal aux cultures du monde et son ouverture à de nouveaux goûts intenses et complexes.

En 1976, des athlètes de partout sur la planète débarquent à Montréal. Par leurs exploits, ils élèvent la barre de l'excellence, enflamment la métropole et ravivent la fierté des Montréalais. Pour Touché, ces jeux leur ont inspiré un café au goût riche et équilibré, ce qui lui confère une note parfaite.

Le Chocolat

Fier créateur de leur toute première recette de chocolat noir, l'équipe d'Arhoma a su créer un chocolat qui possède peu d'amertume et d'acidité, afin de laisser place à des arômes fruités aux saveurs caçotées. Il se déguste merveilleusement bien avec les éclats de café 1976.

Grâce à sa texture crémeuse et enveloppante et due à une lente caramélisation, le chocolat Dulcey, composé de chocolat blond 32 % et de pur beurre de cacao, se marie parfaitement avec les éclats de café 1967. 

The set includes, two bags of coffee with different bouquets with a rich taste, as well as two palettes of fine chocolate which go well with each of them. In addition, it is embellished with a small caffeinated notebook created by none other than a barista expert and composed of its best recommendations.

The Coffee

Even today, the emblematic legacies of Expo '67 symbolize the creativity, optimism and avant-garde of Montreal island. For the coffee curators of Touché, 1967 represents the awakening of Montréal to the cultures of the world and its opening to new intense and complex tastes.

In 1976, athletes from all over the planet land in Montreal. By their exploits, they raise the bar of excellence, ignite the metropolis and revive the pride of Montrealers. For Touché, these games inspired them a coffee with a rich and balanced taste, which gives it a perfect score.

The Chocolate

Proud creator of their first recipe for dark chocolate, the Arhoma team has created a chocolate that has little bitterness and acidity, to give way to fruity aromas with cocoa flavors. It can be enjoyed wonderfully with 1976 coffee beans.

Thanks to its creamy and enveloping texture and because it has been slowly caramelized, Dulcey chocolate, composed of 32% white chocolate and pure cocoa butter, goes perfectly with the 1967 coffee beans. 

DEKTON LIQUID COLLECTION: INSPIRÉE PAR LE MOUVEMENT *INSPIRED BY MOVEMENT*

Une nouvelle collection inspirée par les mouvements liquides
A new collection inspired by the movements of liquids

118



ART DE VIVRE | ART OF LIVING



Cosentino présente **Liquid Collection de PATTERNITY pour Dekton**, la surface grand format ultra moderne et ultra compacte. En collaboration avec l'équipe de design Cosentino, la collection 2020 propose trois couleurs innovantes.

*Cosentino presents the **Liquid Collection by PATTERNITY for Dekton**, the state-of-the-art, ultra-compact large format surface. In collaboration with Cosentino's Design Team, the 2020 collection offers three new innovative colors.*

Cosentino a demandé à Anna Murray et Grace Winteringham, les designers et expertes en motifs de PATTERNITY, de créer une collection pour Dekton qui se fasse l'écho des matériaux les plus modernes. Inspirées par Liquid, chacune de ces couleurs individuelles est esthétiquement innovante et, en tant que collection, préfigure l'avenir des tendances mondiales. Fidèle à la philosophie de PATTERNITY, le concept de la collection s'articule autour de la beauté de la nature, de la sensibilisation à l'environnement et de la célébration des pratiques de design durables.

Avec les trois nouvelles couleurs Liquid Sky, Liquid Shell et Liquid Embers, Liquid Collection matérialise le pouvoir du liquide, offrant la possibilité d'intégrer des idées tourbillonnantes, ondoyantes et fluides dans les espaces du quotidien.



Liquid Sky

Un motif tourbillonnant, marbré et aérien qui célèbre les principes scientifiques de la dynamique des fluides. Liquid Sky se compose d'une base blanche aux caractéristiques uniques, agrémentée de veines grises et fluides. Ce design explore le mouvement de la gravité et l'interaction des éléments et de la matière pour rendre hommage à l'énergie tourbillonnante et au mouvement perpétuel.

Cosentino commissioned pattern experts and designers, Anna Murray and Grace Winteringham of PATTERNITY, to create a collection for Dekton® that reflects the state-of-the-art material. Inspired by Liquid, each of the individual colors are aesthetically innovative and as a collection, touch on the future of global trends. True to the PATTERNITY ethos, the collection's concept centers around the beauty of nature, environmental awareness and celebrating sustainable design practice.

Introducing three new colors - Liquid Sky, Liquid Shell and Liquid Embers, The Liquid Collection visualizes and makes tangible the power of liquid, offering a chance to integrate swirling, rippling and fluid ideas into everyday spaces.

Liquid Sky

A swirling, marbled, cloud-like pattern that celebrates the scientific principles of fluid dynamics. Liquid Sky's unique characteristics consist of a white base with flowing grey veins. The design explores the movement of gravity, the interplay of the elements, their matter, and pays homage to swirling energy and perpetual motion.



Liquid Shell

Célébration de la subtilité et la douceur, Liquid Shell honore les forces à l'œuvre sous la surface de l'océan. L'océan évoque la nature rythmique de la vie, le flux et reflux harmonieux qui créent de nouvelles textures et des surfaces lisses au fil des courants. Le design de Liquid

Liquid Shell

Celebrating subtlety and softness, Liquid Shell honors what lies beneath the waves in the ocean. The ocean is reminiscent of the rhythmic nature of life, the gentle ebb and flow that softens, creating new textures and smooth surfaces with each passing current. The design of Liquid



Shell s'inspire également de la lune, en interaction avec la marée. La teinte nacrée est faite d'un blanc cassé associé à un motif de fond océanique ondulant.

Shell is also inspired by the moon, in union with the ocean's tide. The pearlescent shade is a varying off-white with a rippling pattern of the landscape of the ocean floor.

Liquid Embers

Liquid Embers représente le point de rencontre entre le feu et le liquide, un espace profondément enfoui sous la surface de la Terre. Rappelant le magma, au croisement des fins et des nouveaux départs, Liquid Embers est un design sombre et anthracite qui évoque l'alchimie des éléments. Là où émerge une connexion universelle, ce modèle réaffirme le pouvoir de l'intuition, de la puissance et de la créativité. 🔗

Liquid Embers

Liquid Embers represents a meeting point between fire and liquid, a space that lies deep beneath the Earth's surface. Reminiscent of magma, the cross of endings and new beginnings, Liquid Embers is a dark, carbon-like design that visualizes the alchemy of the elements. Where universal connection emerges, this pattern renews intuition, potency, and creativity. 🔗



QUE CE SOIT LA VOITURE, LE BATEAU OU LE VÉLO, SOYEZ DISTINGUÉ DERRIÈRE LE VOLANT.

AU TO VOLANT RIDE

NO MATTER IF IT'S THE CAR, THE BOAT OR THE BIKE, BE DISTINGUISHED BEHIND THE WHEEL.

Par | By **Normand Boulanger**

Photos: **Arctic Media**

PORSCHE ICE EXPERIENCE DÉFIER LES CONDITIONS EXTRÊMES CHALLENGE EXTREME CONDITIONS

Conduire une Porsche 911, c'est déjà une expérience, mais la conduire sur la neige et la glace sur une piste de course, c'est autre chose.

Bienvenue à la **Ice Experience**.

Driving a Porsche 911 is already an experience, but driving it on snow and ice on a race track is something else.

*Welcome to the **Ice Experience**.*



À la fin janvier, j'ai eu la chance de participer à la première de l'année 2020 de la Ice Experience à l'invitation de Porsche Canada. Voici le résumé de mon expérience.

L'histoire de Ice Experience

Lancé pour la première fois en 1996, Camp4 (maintenant nommé Ice Experience) a été initialement tenu à Rovaniemi en Finlande. Depuis 24 ans, Porsche Ice Experience est devenu le premier programme de conduite hivernale de Porsche et a vu ajout de niveaux d'entraînement progressifs. Le programme se déroule actuellement en Finlande, Suisse, Italie, Chine et Canada.

Lancé au Canada en 2011, Ice Experience (anciennement Camp4) revient à Mecaglisse, au Québec pour son neuvième hiver. Les participants du programme progressent à travers divers niveaux. En commençant par le Ice Trial (ce que nous avons fait), les participants peuvent ensuite passer au niveau Ice Intro, puis Ice Experience, puis Ice Force. Il n'est pas nécessaire d'être propriétaire d'une Porsche pour participer à cette expérience.

Ma Ice Experience avec Porsche

Tout d'abord, je me dois de vous dire que c'était ma première fois au volant d'une Porsche 911, et c'était incroyable. Ce fut une expérience qui a duré 2 jours.

Tout d'abord, j'ai eu la chance de passer la première journée à Estérel Resort, dont un souper avec la trentaine de différents participants. Ces derniers, des invités

In late January, I was fortunate to attend the 2020 premiere of the Ice Experience at the invitation of Porsche Canada. Here is the summary of my experience.

The HIStory of Ice Experience

First launched in 1996, Camp4 (now named Ice Experience) was initially held in Rovaniemi in Finland. For 24 years, Porsche Ice Experience has become Porsche's first winter driving program and has seen the addition of progressive



training levels. The program is currently taking place in Finland, Switzerland, Italy, China and Canada.

Launched in Canada in 2011, Ice Experience (formerly Camp4) returns to Mecaglisse, Quebec for its ninth winter. Program participants progress through various levels. Starting with the Ice Trial (which we did), participants can then move to the Ice Intro level, then Ice Experience, then Ice Force. You don't have to be a Porsche owner to participate in this experience.

My Ice Experience With Porsche

First of all, I have to tell you that this was my first time driving a Porsche 911, and it was incredible. It was an experience that lasted 2 days.



médias, provenaient d'un peu partout sur la planète; le Brésil, le Mexique, la Chine, Toronto et Vancouver.

Le lendemain, dès 8 h, nous avons eu droit à une séance d'information sur ce qu'est le programme Experience, il y en a d'ailleurs à différentes saisons et à différents endroits dans le monde, comme je vous disais plus tôt. En plus du programme, il était question, surtout, de ce que nous allions mettre en œuvre durant la journée. Des petits détails jusqu'à la pratique dans la voiture, tout est important, surtout lorsque l'on conduit une voiture de plus de 440 chevaux.

Pour ce qui est de la partie théorique qui se déroule à l'hôtel, les sujets qui sont abordés sont : la position correcte du siège, les effets des lois de la physique sur le véhicule et bien sûr, la position correcte du volant. Ces théories peuvent sembler anodines à la lecture, mais lorsque l'on se retrouve derrière le volant à faire des dérapages contrôlés, celles-ci sont cruciales.

Après la partie théorique, c'est direction le circuit Mécaglisse à Notre-Dame-de-la-Merci à environ 30 minutes de route de l'hôtel, le tout avec l'autobus du Porsche Ice Experience.

Bienvenue à Mécaglisse

Après 30 minutes de route, nous arrivons enfin au circuit où j'aurai la chance de conduire les modèles de Porsche 911-992 Carrera S et Carrera 4S. Avant de conduire, nous rejoignons nos différentes équipes et les pilotes professionnels qui seront eux qui nous dirigeront lors des différents exercices.

First of all, I had the chance to spend the first day at Estérel Resort, including a supper with around 30 different participants. The latter, media guests, came from all over the planet; Brazil, Mexico, China, Toronto and Vancouver.

The next day, starting at 8 a.m., we were treated to an information session on what the Experience program is, there are, moreover, in different seasons and in different places in the world, as I told you earlier. In addition to the program, it was mainly about what we were going to implement during the day. From small details to practicality in the car, everything

is important, especially when driving a car with more than 440 horsepower.

As for the theoretical part that takes place at the hotel, the subjects that are covered are the correct position of the seat, the effects of the laws

of physics on the vehicle and, of course, the correct position of the steering wheel. These theories may seem trivial to reading, but when you find yourself behind the wheel doing controlled skids, these are crucial.

After the theoretical part, it's towards the Mécaglisse circuit at Notre-Dame-de-la-Merci, about a 30-minute drive from the hotel, all with the Porsche Ice Experience bus.

Welcome to Mécaglisse

After 30 minutes of driving, we finally arrive at the circuit where I will have the chance to drive the models of Porsche 911-992 Carrera S and Carrera 4S. Before driving, we join our different teams





Le slalom

Nous débutons avec le slalom, je dis nous, car nous sommes en groupe et deux par voiture. Alors que ça semble facile, au contraire, il faut vraiment faire des manœuvres d'accélération et de freinage. J'ai eu la chance d'embarquer avec Ben Cooper, champion anglais de karting, et je dois vous dire que sa conduite était beaucoup plus intense que la mienne. Il ne lésinait pas pour appuyer sur les pédales de freins et d'essence afin de faire les mouvements de rotations parfaits à la voiture. J'ai tenté de répliquer ses mouvements par la suite dans la Carrera 4S, une voiture 4 roues motrices. La voiture jaune sur la photo de couverture.

Le sous-virage et survirage

Par la suite, pour le second exercice, c'était les techniques de sous-virage et de survirage, qui mènent souvent au « drift. » Nous faisons ce que l'on appelle de la « glisse sous accélération » (power slide) qui est une phase du drift, elle débute généralement dans le virage à partir du moment où la glisse s'épuise et, où l'accélération devient nécessaire pour la poursuivre. La voiture est gérée à l'accélérateur à partir de ce moment jusque-là fin de la courbe. Cette technique est généralement utilisée par des voitures à transmission intégrale très puissantes, ce que nous avons pour la phase du matin. C'était vraiment, plaisant, et essayer de tout comprendre les différentes composantes du véhicule. Ce n'est pas du tout évident, mais quand nous arrivons, c'est une joie. Et c'est souvent grâce aux conseils des pilotes professionnels que l'on y arrive.

Ensuite, c'est la pause dîner. Une pause bien agréable pour relaxer et échanger avec les autres participants. C'est quand même un 24 heures très intense !

and the professional pilots who will be the ones who will lead us during the different exercises.

Slalom

We start with the slalom, I say to us, because we are in a group and two by car. While it sounds easy, on the contrary, you really have to do acceleration and braking. I was lucky to get on board with Ben Cooper, the English karting champion, and I must tell you that his driving was much more intense than mine. He didn't skimp on pressing the brake and gas pedals to make the car rotate perfectly. I tried to replicate its movements later in the Carrera 4S, a 4-wheel drive car. The yellow car in the cover photo.

Understeer and Oversteer

Thereafter, for the second exercise, it was the understeer and oversteer techniques, which often lead to "drifting." "We do what we call" power slide, "which is a phase of drifting, it generally begins in the bend from the moment the glide runs out and where acceleration becomes necessary to pursue it. The car is accelerated from this point until the end of the curve. This technique is generally used by very powerful all-wheel drive cars, which we had for the morning phase. It was really, fun, and trying to understand everything about the different components of the vehicle. It is not at all obvious, but when we arrive, it is a joy. And it is often thanks to the advice of professional pilots that we get there.

Then it's dinner break. A nice break to relax and chat with the other participants. It's still a very intense 24 hours!

Après le dîner et un bon café Nespresso, commanditaire du programme, nous avons changé de voiture pour aller dans la Carrera S, un modèle à propulsion et non 4 roues motrices comme le précédent, j'ai d'ailleurs préféré cette dernière à la 4 S.

Le Circuit

Afin de mettre en pratique les différentes techniques apprises en matinée, nous allons sur un circuit fermé avec toutes sortes d'obstacles. Que ce soit le slalom, le freinage, les montées et descentes, les techniques de direction, la stabilisation du véhicule et le transfert de charge avec pneus d'hiver. Une pratique vraiment intéressante, j'ai adoré cette partie et c'était vraiment plus près des situations réelles sur la route. Comme nous étions plusieurs la route, il fallait être prudents et être attentifs aux différents dérapages des autres, par le walkie-talkie unidirectionnel.



Accélération au sortir d'une courbe

La dernière épreuve de la journée était de contrôler l'accélération. Après toute cette conduite intense, la dernière épreuve était moins évidente. Surtout, lorsque l'on nous dit de ne pas freiner ou accélérer, mais de laisser aller la voiture. Ce n'est pas toujours évident, surtout lorsque c'est une Porsche 911 qui ne nous appartient pas, on est toujours un peu plus prudent.

After dinner and a good Nespresso coffee, sponsor of the program, we changed cars to go to the Carrera S, a powered model and not 4WD like the previous one, I also preferred the latter to the 4 S.

The circuit

In order to put into practice the different techniques learned in the morning, we go on a closed circuit with all kinds of obstacles. Whether it's slalom, braking, uphill and downhill, steering techniques,

vehicle stabilization and load transfer with winter tires. A really interesting practice, I loved this part and it was really closer to real situations on the road. As there were several of us on the road, we had to be careful and

be attentive to the various slippages of the others, using the unidirectional walkie-talkie.

Carefully Accelerating Out of a Bend

The last test of the day was to control the acceleration. After all this intense driving, the last test was less obvious. Especially when we are told not to brake or accelerate, but to let the car go. It's not always easy, especially when it's a Porsche 911 that doesn't belong to us, we are always a little more careful.



Le retour

Après toutes ces épreuves, c'est le retour au chalet où nous nous réunissons tous. Ce fut un retour rapide, certains ayant un vol vers leur région d'origine dans la soirée.

Ce fut une expérience tout à fait incroyable et des apprentissages que je n'oublierai jamais.

S'il y a quelque chose que j'ai retenu de cette Ice Experience, c'est, dans les situations de panique, de toujours être calme derrière le volant et de ne pas faire de mouvements brusques. Il faut toujours privilégier l'accélérateur avant le frein, avec parcimonie.

The Return

After all these trials, it's back to the chalet where we all meet. It was a quick return, with some having a flight to their home region in the evening.

It was a totally incredible experience and learning that I will never forget.

If there is anything I have learned from this Ice Experience, it is, in panic situations, to always be calm behind the wheel and not to make sudden movements. Always use the accelerator before braking, sparingly.



Cette excursion a été payée par Porsche, mais les commentaires sont ceux de l'auteur.

This excursion was paid for by Porsche, but the comments are those of the author.



Dates pour l'hiver 2020

Ice Trial

- Du 14 au 15 février 2020

Ice Intro

- 10 au 13 février 2020
- 12 au 15 février 2020

Ice Experience

- 4 au 8 février 2020
- 7 au 11 février 2020

Ice Force

- Du 15 au 19 février 2020

Ice Force +

- 15 au 20 février 2020

Dates for winter 2020

Ice Trial

- February 14-15, 2020

Ice Intro

- February 10-13, 2020
- February 12-15, 2020

Ice Experience

- February 4-8, 2020
- February 7-11, 2020

Ice Force

- February 15-19, 2020

Ice Force +

- February 15-20, 2020

Porsche Experience. 



PORSCHE: VERS UNE ANNÉE ÉLECTRISANTE *TOWARDS AN ELECTRIFYING YEAR*

Les nouveautés chez Porsche en 2020
What's new at Porsche in 2020

130



AU VOLANT | TO RIDE



Afin de poursuivre dans la ligne Porsche, j'ai rencontré le le PDG de Porsche Canada, **Marc Ouayoun**, en marge du Salon de l'Auto de Montréal.

*To continue in the Porsche line, I met the CEO of Porsche Canada, **Marc Ouayoun**, on the sidelines of the Montreal Auto Show.*

Alors qu'il entame la 3e année à la tête de Porsche Canada et donc son 3e Salon de l'Auto de Montréal, les ventes de Porsche sont en progression alors que le marché du luxe est un peu en baisse. Il faut dire que la gamme est en expansion depuis quelques années déjà avec l'arrivée du Macan et du Taycan, première supervoiture électrique au monde. « Pour les 911, ce fut notre meilleure année en 2019, plus de 1400 voitures, sans compter l'augmentation de 40 % des ventes de Cayenne et plus de 3500 Macan, qui est arrivée avec un nouveau modèle en 2019 » me disait M. Ouayoun.

Pour le Taycan, je demandais à M. Ouayoun si c'était une déception de voir les différents résultats de l'EPA quant à l'autonomie du Taycan et lui de me répondre « Pour nous, on aurait aimé que l'autonomie homologuée soit plus proche des réelles performances du véhicule, mais au final, il vaut mieux avoir une voiture qui roule plus longtemps que dans la vraie vie qu'en homologation que l'inverse. Et les tests qui ont été faits par des instituts indépendants, on est parmi les meilleurs, on a fait des tests avec des journalistes lors du lancement en septembre de Niagara à New York, ils ont tous fait environ 400 kilomètres avec la voiture, si sur la route en conditions réelles, nous pouvons rouler 400 kilomètres, c'est très bien, et encore c'était la Turbo S, qui est la plus puissante, et qui devrait avoir l'autonomie la plus faible. »



Porsche Macan

« C'est une stratégie à la fois basée sur la flexibilité, mais aussi l'ambition d'être les précurseurs de l'électrification des voitures de sport »

**Marc Ouayoun,
PDG, Porsche Canada**

"It's a strategy that is both based on flexibility, but also the ambition to be the forerunners of the electrification of sports cars"

**Marc Ouayoun,
CEO, Porsche Canada**

As he begins his third year at the helm of Porsche Canada and thus his 3rd Montreal Auto Show, Porsche sales are increasing while the luxury market is slightly down. It must be said that the range has been expanding for a few years already with the arrival of the Macan and the Taycan, the world's first electric supercar. "For the 911s, it was our best year in 2019, more than 1,400 cars, not counting the 40% increase in sales of Cayenne and more than 3,500 Macans, which arrived with a new model in 2019" told me M. Ouayoun.

For the Taycan, I asked Mr. Ouayoun if it was a disappointment to see the different results of the EPA regarding the autonomy of the Taycan and he replied "For us, we would have liked the homologated autonomy to be closer to the real performance of the vehicle, but in the end, it is better to have a car that runs longer than in real life than in homologation than the reverse. And the tests that have been done by independent institutes, we are among the best, we did tests with journalists during the September launch of Niagara in New York, they all drove about 400 kilometers with the car, if on the road in real conditions, we can drive 400 kilometers, that's fine, and again it was the Turbo S, which is the most powerful, and which should have the shortest range. " including the durability of the batteries, the safety, and Porsche, unlike other



Ce qui est intéressant en regardant le développement de ce véhicule et en parlant de ce dernier, c'est que l'on ne parle pas uniquement de l'autonomie, mais c'est un ensemble de facteurs, dont la durabilité des batteries, la sécurité, et Porsche, contrairement à d'autres constructeurs, a mis ces points de l'avant. Et il ne faut pas oublier que les voitures se rechargent à 80 % en moins de 25 minutes.

Le futur chez Porsche

Pour le futur chez Porsche, c'est une stratégie en 3 piliers que m'expliquait M. Ouayoun. « On doit être flexible en fonction de la demande. Pour les 10 prochaines années, on va continuer à développer le 100 % électrique pour arriver rapidement à ce que 50 % de nos voitures soient 100 % électrique d'ici 2025.

On gardera une offre hybride pour les gens qui roulent plus, qui ont besoin de faire des longues distances, et l'on gardera le plus longtemps possible une offre de voitures à essence pure et traditionnelle comme la 911 et le Boxster 718 et le Cayman. C'est une stratégie à la fois basée sur la flexibilité, mais aussi l'ambition d'être les précurseurs de l'électrification des voitures de sport. »

Pour le Canada, il y aura des surprises dont on ne peut pas parler, il y aura beaucoup d'actualités avec le Taycan sur les routes, le Cayenne Coupé, les 718 GTS Boxster et Cayman GT4 et d'autres versions de la 911. Plusieurs nouveautés encore une fois.

What is interesting when looking at the development of this vehicle and talking about it, is that we are not only talking about the range, but it is a set of factors, manufacturers, has put these points forward. And don't forget that cars charge 80% in less than 25 minutes.

The Future at Porsche



Porsche 718 Boxster

For the future at Porsche, it is a 3-pillar strategy that Mr. Ouayoun explained to me. "We have to be flexible according to demand. For the next 10 years, we will continue to develop 100% electric to quickly achieve 50% of our cars being 100% electric by 2025. We will keep a hybrid offer for people who drive more, who need long distances, and we will keep as long as possible a supply of pure and traditional petrol cars like the 911 and the Boxster 718 and the Cayman. It is a strategy based both on flexibility, but also on the ambition to be the forerunners of the electrification of sports cars. "

For Canada, there will be surprises that we cannot talk about, there will be a lot of news with the Taycan on the roads, the Cayenne Coupé, the 718 GTS Boxster and Cayman GT4 and other versions of the 911. Several new features once again.

J'ai ensuite demandé en quoi la Ice Experience (que vous pouvez lire au début de la section « Au Volant ») augmentait les ventes suite à la participation des gens, et M. Ouayoun de me répondre « Nous, ça fait partie de notre volonté d'apporter une expérience non seulement à nos clients, mais à ceux qui veulent essayer et connaître la marque, mais vivre des choses hors du commun. On est fabricant de voitures de sport et l'on veut apporter une expérience unique à nos clients et à ceux qui n'en possèdent pas forcément.

Demain, vous allez peut-être vouloir une expérience de marque sans pour autant posséder une voiture et c'est pour cela que nous proposons ce type d'expériences que l'on veut continuer à développer et c'est vrai qu'Ice Experience est un programme tellement connu et réputé que ça permet non seulement de vivre quelque chose d'assez incroyable, j'y retourne justement en janvier après l'avoir vécu une fois déjà, et ça permet de se rendre compte de quoi sont capables nos voitures sur la glace, et ça permet de se rendre compte qu'une 911 c'est une voiture toute saison qui a un comportement extraordinaire et de rencontrer des passionnés et des instructeurs professionnels qui sont formés et certifiés par notre siège social en Allemagne et peu de marques sont capable de faire ça. »



Porsche Cayenne Coupe

I then asked how the Ice Experience (which you can read at the beginning of the "Driving" section) increased sales following the participation of people, and Mr. Ouayoun replied "We are part of our willingness to bring an experience not only to our customers, but to those who want to try and get to know the brand, but experience extraordinary things. We are a sports car manufacturer and we want to bring a unique experience to our

customers and those who do not necessarily have one.

Tomorrow, you may want to have a brand experience without owning a car and that is why we offer this type of experience that we want to continue to develop and it is true that Ice Experience is a program so well known and famous that it not only allows you to experience something quite incredible, I am going back to it precisely in January after having experienced it once already, and it allows you to realize what our cars are capable of ice, and it allows you to realize that a 911 is an all-season car that has an extraordinary behavior and to meet enthusiasts and professional instructors who are trained and certified by our head office in Germany and few brands are able to do that. "

FORD MUSTANG MACH-E: LE CHEVAL ÉLECTRIFIÉ *THE ELECTRIFIED HORSE*

Entrevue avec le responsable du marketing de la Mustang Mach-E, Fabrice Jund
Interview with Mustang Mach-E marketing manager, Fabrice Jund

134



AU VOLANT | TO RIDE



Ça fait quelques années que l'on attend une Mustang électrique, la voiture de sport iconique, et voilà que ça se produit... sous la forme d'un VUS, **la Mustang Mach-E**. Certains sont heureux de cette venue, d'autres ont été déçus en voyant ce véhicule inspiré de la Mustang. Est-ce le début d'une nouvelle sous-marque de Ford ou celui d'une réelle innovation électrique ?

*We've been waiting for an Electric Mustang, the iconic sports car, for a few years now and it's happening... in the form of an SUV, **the Mustang Mach-E**. Some are happy with this coming, others were disappointed to see this vehicle inspired by some of the Mustang. Is this the start of a new Ford sub-brand or the start of a real electrical innovation?*

Alors que ce tout nouveau VUS entièrement électrique a été dévoilé en première mondiale au Salon de l'auto de Los Angeles en fin d'année dernière et en première canadienne au Salon de l'Auto de Montréal, je me suis entretenu avec le responsable du marketing de la Mustang Mach-E, Fabrice Jund afin de discuter de cette première en 55 ans où Ford élargit la gamme Mustang et propulse son célèbre cheval galopant dans l'ère des véhicules électriques avec la Mustang Mach-E.

Alors que plusieurs sont sceptiques de cette arrivée, je demande cette question que tout le monde veut savoir, soit si les gens étaient justement craintifs de l'accueil du véhicule. La répond de M Jund, « On n'était pas vraiment inquiets en fait. On avait tous les éléments de l'ADN de la Mustang : la vitesse, la performance, le plaisir de conduire et la liberté et l'autonomie de la voiture. Cette dernière peut faire 475 km. On savait que l'on avait une voiture qui était tout à fait capable de porter le nom Mustang et être très bien acceptée. Souvent, la première réaction est émotionnelle, mais quand ils voient la voiture, c'est là où ils se disent qu'elle mérite le nom Mustang. Quand on la conduit, c'est encore plus évident puisqu'elle tient la route d'une manière magnifique et a l'esprit Mustang. »

Le Design

De fait, sur le côté du design, on remarque les 3 barres à l'avant, même chose à l'arrière, les hanches sont musclées, le capot est long et effilé, ainsi que des caractéristiques aérodynamiques du toit qui sont présentes afin d'améliorer la performance de la Mach-E. On remarque aussi l'espace intérieur qui est assez immense.

While this brand new fully electric SUV was unveiled for the world premiere at the Los Angeles Auto Show late last year and a Canadian premiere at the Montreal Auto Show, I spoke to the head of Marketing of the Mustang Mach-E, Fabrice Jund to discuss this first in 55 years when Ford widens the Mustang range and propels its famous galloping horse into the era of electric vehicles with the Mustang Mach-E.

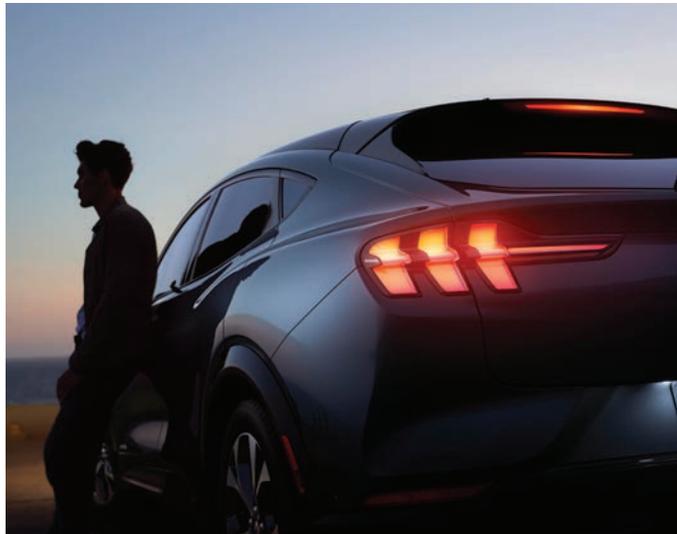
While many are skeptical of this arrival, I ask this question that everyone wants to know, whether people were justly fearful of the reception of the vehicle.

Jund replied, "We weren't really worried actually. We had all the elements of the Mustang's DNA: speed, performance, driving pleasure and the freedom and range of the car. The latter can cover 475 km. We knew we had a car that was quite capable of having the name Mustang and being very well accepted. Often the first reaction is emotional, but when they see the car, that's where they say it deserves the

name Mustang. When you drive it, it's even more obvious since it holds the road in a magnificent way and has a Mustang spirit."

The Design

In fact, on the design side, we notice the 3 bars at the front, same thing at the rear, the hips are muscular, the hood is long and tapered, as well as the aerodynamic characteristics of the roof which are present in order " improve the performance of the Mach-E. We also notice the interior space which is quite huge.





La technologie plus moderne est présente, j'ai par contre moins aimé le très grand écran. Ce dernier aurait pu vraiment être mieux intégré dans ce véhicule de performance.

Il y a également plusieurs choix d'options pour le client. Ces dernières débutent autour de 50 000 \$ jusqu'au modèle GT 1st Edition. La traction intégrable, en option, est parfaite pour nos conditions et donne une tenue de route inégalée selon M. Jund.

Une Mustang Électrique en vue ?

Une autre question qui brûle les lèvres est celle à savoir si un jour il y aura une Mustang électrique, la voiture et non le VUS. En bonne personne de marketing, M. Jund me répond qu'ils ne font pas trop de prévisions, et qu'ils préfèrent parler du présent modèle. C'est une vraie addition selon lui.

Je lui ai demandé les plus gros défis de conception du véhicule, et il me disait qu'au départ ils étaient partis dans un véhicule qui remplissait les normes d'émissions, et ils se sont dit que ce ne serait pas assez, que le véhicule ne serait pas différencié. Il ajoute que l'équipe de designers a travaillé sur la voiture, les designers sur la performance et c'est devenu une Mustang avec tout ce que l'on peut lui reconnaître.

TA more modern technology is present. However I didn't like the very large screen. The latter could really have been better integrated into this performance vehicle.

There are also several options for the customer who starts around \$50,000 up to the GT 1st Edition model. The integrated traction is optional and perfect for our conditions and gives unequaled road holding according to Mr. Jund.

An Electric Mustang in sight?



Another burning question is whether one day there will be an electric Mustang, the car and not the SUV. As a good marketing person, Mr. Jund replied that they do not make too many forecasts, and that they prefer to talk about the present model. It's a real addition, he says.

I asked him the biggest challenges in vehicle design, and he said to me that initially they left in a vehicle that met the emission standards, and they said that it would not be enough, that the vehicle would not be differentiated. He adds that the design team has worked on the car, the designers on the performance and it has become a Mustang with all that can be recognized.

L'ouverture des portières est assez incroyable, quelque chose de très innovateur en pesant sur un bouton. On sent que Ford a beaucoup pris les différentes rétroactions des clients, et ça paraît, beaucoup. Le tapis de chargement pour téléphone, les différents ports USB, l'orientation des écrans, etc.

« La Mustang Mach-E permet de rejeter cette idée que les véhicules électriques ne sont bons qu'à réduire la consommation de carburant, soutient Hau Thai-Tang, responsable du développement des produits et des achats chez Ford. Les gens veulent une voiture stimulante à conduire, qui a belle allure et qui peut facilement s'adapter à leur style de vie, et la Mustang Mach-E remplit tous ces critères dans son style incomparable. »

« Que vous souhaitiez vraiment ressentir ses performances ou recherchez l'atmosphère calme que peuvent offrir les véhicules électriques, la Mach-E utilise le pouvoir de l'électrification pour créer une expérience de conduite unique tout en conservant le sentiment de liberté incomparable qu'offre la Mustang », a déclaré Ted Cannis, directeur mondial de l'électrification pour Ford.

Autre petit détail de conception que m'expliquait M. Jund, le toit panoramique en verre fixe livrable a un secret : un revêtement spécial sur le verre avec une protection infrarouge qui aide à conserver la fraîcheur en été et la chaleur en hiver. De plus, une couche intérieure dans le verre offre une protection contre les rayons UV.

The opening of the doors is quite incredible, something very innovative at the push of a button. We feel that Ford has taken many different customer feedback, and it seems, a lot. A phone charging mat, different USB ports, screen orientation and more.

"The Mustang Mach-E wholeheartedly rejects the notion that electric vehicles are only good at reducing gas consumption," said Hau Thai-Tang, Ford's chief product development and purchasing officer. "People want a car that's thrilling to drive, that looks gorgeous and that can easily adapt to their lifestyle—and the Mustang Mach-E delivers all of these in unmatched style."

"Whether you want to really feel its performance capability or are looking for the quiet atmosphere that electric vehicles can offer, the Mach-E harnesses the power of electrification to create a unique driving experience while retaining that unmistakable Mustang feeling of freedom," said Ted Cannis, Ford Enterprise Product Line director, Global Electrification.

Another small design details that Mr. Jund explained to me, the available fixed glass panoramic roof has a secret: a special coating on the glass with infrared protection that helps keep it cool in summer and warm in winter. In addition, an inner layer in the glass provides protection against UV rays.

« On avait tous les éléments de l'ADN de la Mustang : la vitesse, la performance, le plaisir de conduire et la liberté et l'autonomie de la voiture. On savait que l'on avait une voiture qui était tout à fait capable de porter le nom Mustang »

**Fabrice Jund,
responsable du marketing de la
Mustang Mach-E**

"We had all the elements of the Mustang's DNA: speed, performance, driving pleasure and the freedom and range of the car. The latter can cover 475 km. We knew we had a car that was quite capable of having the name Mustang"

**Fabrice Jund,
Mustang Mach-E
Product Marketing Manager**



Enfin, rien de plus simple que d'entrer dans le véhicule et le démarrer grâce à la technologie Téléphone-clé, qui fait ses débuts dans la gamme Ford dans la Mustang Mach-E (on la retrouvait déjà dans la gamme Lincoln). Grâce à l'interface Bluetooth, le véhicule peut détecter le téléphone intelligent des clients lorsqu'ils approchent et déverrouiller la Mach-E, permettant ainsi aux clients de se mettre au volant sans avoir à sortir leur téléphone cellulaire de leur poche ou à utiliser une télécommande. Un code de secours peut également être saisi sur l'écran tactile central pour démarrer et conduire le véhicule si la batterie du téléphone est déchargée.



Un véhicule à découvrir, et qui fera sans doute beaucoup parler lors de son arrivée sur les routes à la fin de 2020. 📞

Finally, nothing could be simpler than getting into the vehicle and starting it thanks to the Key Phone technology, which made its debut in the Ford range in the Mustang Mach-E (it was already found in the Lincoln range). Thanks to the Bluetooth interface, the vehicle can detect customers' smartphones when they approach and unlock the Mach-E, allowing customers to get behind the wheel without having to take their cell phone out of their pocket or use a remote control. An emergency code can also be entered on the central touch screen to start and drive the vehicle if the phone battery is discharged.

A vehicle to discover and which will undoubtedly make a lot of talk when it arrives on the roads at the end of 2020. 📞



POUR ÊTRE UN BON GENTLEMAN, IL FAUT QUE
L'EXERCICE SOIT DE VOTRE QUOTIDIEN.

SPO RTS

TO BE A GOOD GENTLEMAN, EXERCISE MUST BE
PART OF YOUR EVERYDAY LIFE.

140

Par | By **Normand Boulanger**

Photo: **Tiffany & Co.**



SPORTS



*Alors que Laurent Duvernay-Tardif et les Chiefs de Kansas City viennent tout juste de remporter le Super Bowl, il fallait vous parler du **trophée Vince Lombardi**, une création de Tiffany & Co.*

*While Laurent Duvernay-Tardif and the Kansas City Chiefs have just won the Super Bowl, we had to talk about the **Vince Lombardi trophy**, a creation of Tiffany & Co.*

Depuis près de 160 ans, les artisans de Tiffany fabriquent à la main des trophées conçus sur mesure, les symboles les plus vénérés de la réussite sportive dans presque tous les domaines sportifs notables.

Dans le football professionnel, le Trophée Vince Lombardi du Super Bowl marque l'apogée de la gloire. Tiffany a produit le trophée convoité de 22 pouces et 7 livres depuis le premier Super Bowl en 1967.

En 1970, le trophée a été renommé pour Vince Lombardi, l'ancien entraîneur des Packers de Green Bay qui a mené les siens à la victoire dans les deux premiers Super Bowls. Le trophée a été initialement conçu par Oscar Riedener, un ancien vice-président de Tiffany & Co., qui a esquissé la conception de base sur une serviette lors d'une réunion de 1966 avec le commissaire de la NFL, Pete Rozelle.

Le design présente un ballon de football de taille réglementaire en position de frappe. Tiffany crée également les trophées de l'American Football Conference (AFC) et de la National Football Conference (NFC).

Un processus de quatre mois de brasage, de filage, de poursuite et de polissage de l'argent sterling est nécessaire pour créer le trophée Vince Lombardi, qui est présenté chaque année à l'équipe de championnat du Super Bowl de la NFL. 

For nearly 160 years, Tiffany artisans have handcrafted custom-designed trophies, the most revered symbols of athletic achievement in nearly every notable field of sport

In professional football, the Vince Lombardi Super Bowl Trophy marks the pinnacle of gridiron glory. Tiffany has produced the coveted 22-inch, 7-pound trophy since the first Super Bowl in 1967.

In 1970 the trophy was renamed for Vince Lombardi, the late Green Bay Packers coach who led the Packers to victory in the first two Super Bowls. The trophy was initially designed by Oscar Riedener, a former vice president at Tiffany & Co., who sketched the basic design on a napkin during a 1966 meeting with then NFL commissioner, Pete Rozelle.

The design features a regulation-size football in kicking position. Tiffany also creates the American Football Conference (AFC) and National Football Conference (NFC) trophies.

A four-month process of hand soldering, spinning, chasing and polishing sterling silver is required to create the Vince Lombardi Trophy, which is presented annually to the NFL's Super Bowl championship team. 

Par | By **Normand Boulanger**

Photos: **Nike**

NIKE JOYRIDE DUAL RUN: JAMBES FRAÎCHES TOUS LES JOURS *FRESH LEGS EVERYDAY*

Nouvelle technologie pour Nike
New technology for Nike

142



SPORTS



La **Nike Joyride Dual Run** est une pionnière. Les minuscules billes de mousse sous le pied combinées à l'amorti traditionnel à l'avant-pied offrent une sensation incroyablement douce qui enveloppe votre pied.

*The **Nike Joyride Dual Run** blazes its own route. Tiny foam beads underfoot combined with traditional cushioning in the forefoot give an incredibly smooth feel that contours to your foot.*

Dernière silhouette dotée de la technologie Nike Joyride, la Nike Joyride Dual Run est conçue pour garder les jambes fraîches pour toute une gamme de coureurs – que ce soit un jogger pour la première fois ou un vétéran lors d'une course à secouer.

Là où la Nike Joyride Run Flyknit offre une semelle intermédiaire Joyride pleine longueur, la nouvelle Nike Joyride Dual Run combine les avantages des perles Nike Joyride avec une sensation de chaussure de course plus traditionnelle. Doté de perles Nike Joyride au talon et au milieu du pied pour une meilleure absorption des chocs et un ajustement plus personnel, l'avant-pied de la nouvelle Nike Joyride Dual Run est construit en mousse souple et réactive pour une expérience sous le pied plus traditionnelle au niveau des orteils.

Amorti adapté

Les petites perles en mousse sont contenues dans 2 compartiments sous le talon et au milieu du pied. Elles s'adaptent à la forme de votre pied pour offrir une sensation de stabilité.

Foulée souple

La mousse durable et légère amortit votre avant-pied pour favoriser des transitions tout en douceur.

Respirabilité et légèreté

Le mesh enveloppe le pied pour un maintien tout en légèreté. Il permet à l'air de circuler librement pour un confort rafraîchissant.

Durabilité ciblée

Du caoutchouc résistant est situé sur la semelle extérieure dans les zones de forte usure. 

The latest silhouette to feature Nike Joyride technology, the Nike Joyride Dual Run is designed to help keep legs fresh for a range of runners – whether a first-time jogger or a veteran on a shake-out run.

Where the Nike Joyride Run Flyknit offers a full-length Joyride midsole, the new Nike Joyride Dual Run combines the benefits of Nike Joyride Beads with a more traditional running shoe feel. Featuring Nike Joyride beads in the heel and midfoot for better impact absorption and a more personal fit, the forefoot of the new Nike Joyride Dual Run is constructed of soft and responsive foam for a more traditional underfoot experience at toe-off.



Contouring Cushioning

Small foam beads are contained in 2 compartments under your heel and midfoot. They contour to the shape of your foot for a

stable feel.

Smooth Ride

Light, durable foam cushions your forefoot to promote smooth transitions.

Lightweight Breathability

Mesh wraps your foot in lightweight support. It lets air flow freely for cooling comfort.

Zoned Durability

Durable rubber is placed on the outsole in high-wear zones. 

Nike. 

Par | By **Normand Boulanger**, Rédacteur en Chef | Editor-in-Chief

L'ÉVOLUTION *THE EVOLUTION*

Il est bien difficile de ne pas penser à tout ce travail derrière ce magazine alors que celui-ci est maintenant entre vos mains (ou plutôt votre support numérique).

Un numéro sans doute différent, plus abouti, mieux défini, et qui ressemble plus à Gentologie.

Un gros merci aux différents collaborateurs qui s'ajoutent et aux gens de plus en plus nombreux qui manifestent leur intérêt pour Gentologie.

C'est en fonçant déjà vers un numéro de printemps que je termine celui d'hiver.

N'hésitez pas à m'écrire afin de me proposer vos idées, ce que vous aimez, ce que vous aimez moins, car ce magazine, je le fais pour qu'il soit lu, et ce par un plus grand nombre de gens.

Au plaisir de lire vos suggestions.

Normand



It is very difficult not to think about all the work behind this magazine when it is now in your hands (or rather your digital medium).

An editio no doubt different, more successful, better defined, and which looks more like Gentologie.

A big thank you to the various collaborators who are added and to the more and more numerous people who show their interest in Gentologie.

It is by rushing already towards a spring issue that I finish that of winter.

Do not hesitate to write to me in order to offer me your ideas, what you like, what you like less, because this magazine, I do it so that it is read, and this by a larger number of people.

Looking forward to reading your suggestions.

Normand



The devil can sleep tight,
we take good care of the details.

CLUSIER

www.clusier.com