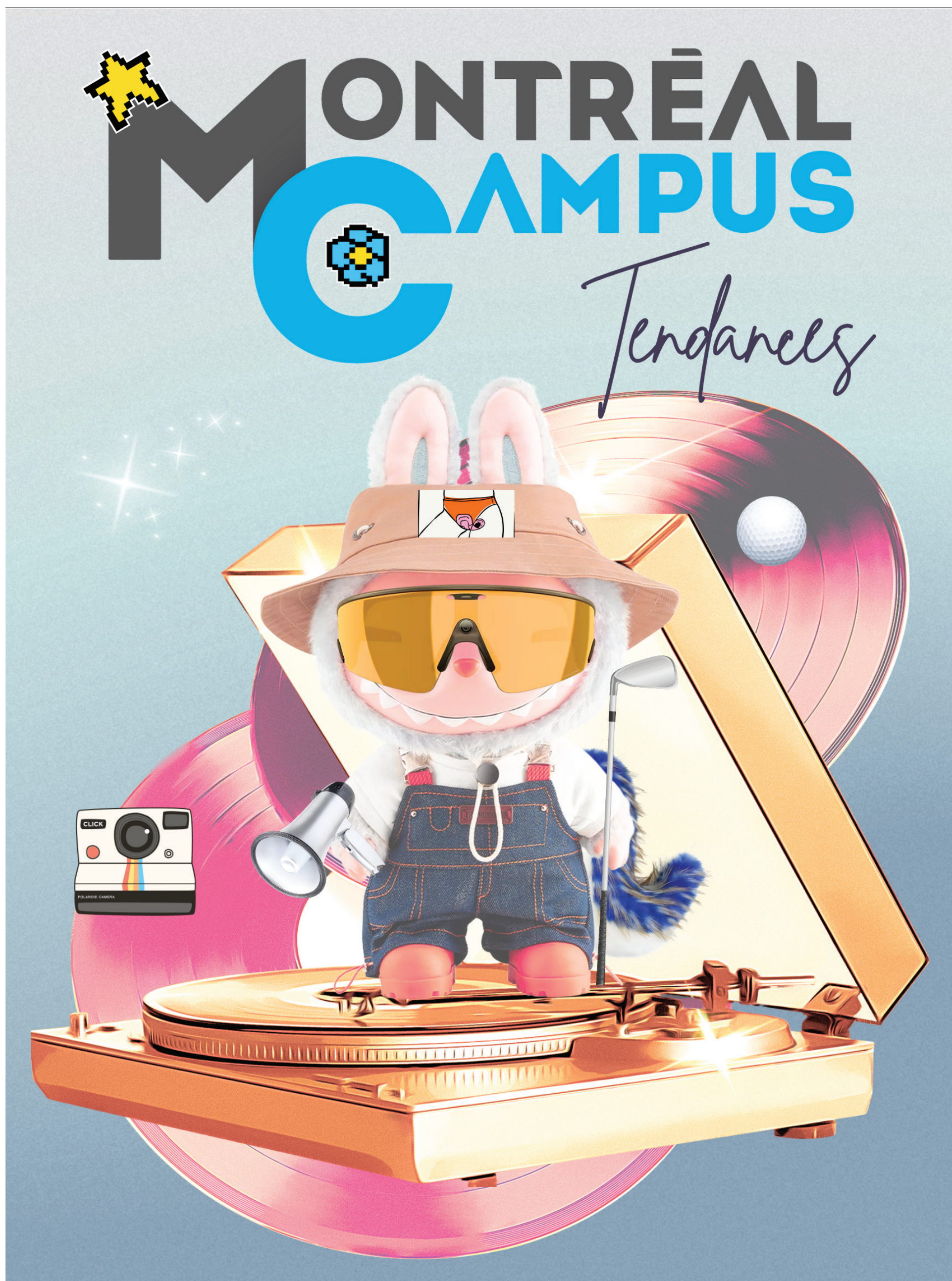




MOT DE LA DIRECTION



PHOTO : ALLYSON CARON-PELLETIER, MONTRÉAL CAMPUS

CAMILLE DESJARDINS (1)

C'est le moment que j'attendais avec impatience.

Soyez avisé(e)s que je vois les choses en grand cette année... et toute l'équipe aussi.

En discutant avec vous lors du Rendez-vous de la vie étudiante, nous nous sommes rendu(e)s compte que beaucoup ne connaissaient pas l'existence du *Montréal Campus*.

De là notre questionnement : comment se fait-il que la communauté étudiante de l'UQAM ne consulte pas ou peu le média qui lui est consacré?

Pour tout vous dire, nous sommes conscient(e)s que ce désintérêt découle en partie d'une méfiance à notre égard. Certain(e)s d'entre vous ont douté de notre travail et c'est tout à votre honneur.

Toutefois, une nouvelle équipe entraîne nécessairement une dose de réflexion et, conséquemment, de nouvelles façons de faire. Et on ne prend pas cette occasion à la légère.

On vous tend la main et on espère que vous la prendrez. Des critiques, amenez-en. Des suggestions, amenez-en. Le *Montréal Campus* est votre média.

Et vous êtes toujours invité(e)s à y contribuer.

Notre priorité reste avant tout d'amener le journal à vous et de faire de notre mieux pour qu'il soit une source d'information toujours fiable, objective et propre à votre réalité.

Notre souhait est que le *Montréal Campus* soit aussi important à vos yeux qu'il l'est pour nous et qu'il devienne enfin tendance entre les murs de notre université.

Bonne lecture de cette édition papier de votre journal, le *Montréal Campus*.

JEANNE CLAVEAU-LAVIOLETTE (2)

Cette édition que vous tenez entre les mains se veut à la fois une ode aux tendances et à leur antithèse : le papier.

Parfois ridicules ou « mal-vieilles », elles façonnent pourtant nos façons de nous habiller, de consommer, d'apprendre et même de penser.

Vous doutez de leur emprise? Le simple mot *tendance*, dérivé de l'anglais, illustre à lui seul l'influence persistante de la langue de Shakespeare sur notre langue : une *trend* en soi. Derrière son caractère éphémère, la tendance – tout

comme l'actualité – parle de notre génération, soit de ses préoccupations, mais aussi de ses espoirs.

Car suivre une tendance, ce n'est pas seulement céder à l'air du temps, c'est chercher à comprendre ce qui nous entoure.

Dans cette édition automnale, notre équipe entièrement bénévole a voulu explorer les courants qui nous emportent, qu'ils soient légers ou porteurs de problèmes plus profonds. L'étrange créature à la une (gracieuseté de notre direction artistique) incarne une synthèse visuelle de ces pages.

Remarquez l'absence inédite de chronique ou de prise de position éditoriale dans cette édition du *Montréal Campus*. Un choix conscient qui se veut une remise en question d'une tendance bien ancrée dans nos médias : préférer l'opinion aux faits.

Nous espérons que ces pages éveilleront votre curiosité, feront écho à vos propres réflexions et, pourquoi pas, vous inspireront à créer de nouvelles tendances.

Merci beaucoup d'encourager le journalisme étudiant.

Bonne lecture!



PHOTO : ALLYSON CARON-PELLETIER, MONTRÉAL CAMPUS

CHARLES DESSUREAULT (3)

Malgré ses 45 ans de service, le *Montréal Campus* sait se rajeunir. Cette année, nous inscrivons la production de balados, de photoreportages et de vidéos dans nos priorités. C'est pourquoi nous avons ajouté un troisième rouage à la direction, spécialisé dans le contenu multimédia. Vous savez ce qu'on dit, trois têtes valent mieux que deux, n'est-ce pas?

L'an dernier, les reportages en vidéo verticale du journal ont avoisiné les 3000 visionnements. Grâce aux joies des algorithmes, le journalisme étudiant uquamien a su

transcender les murs de l'université.

Cette année, nous embrassons l'information en sons ou en images. Spotify, YouTube, Instagram, nous y sommes déjà. Qu'elles soient cobayes, terrains, ou analytiques, nos productions multimédias sauront vous rejoindre, là où vous êtes.

Et pour y parvenir, le *Montréal Campus* a profité de ses deux dernières campagnes de sociofinancement pour s'armer. Notre équipe possède désormais son propre matériel audiovisuel.

Le journal peut donc répondre au foisonnement d'idées de ses

journalistes, en toute indépendance des services de l'UQAM.

Enfin, un balado et un reportage vidéo feront aussi partie des pages de cette édition papier, comme pour les prochaines.

Le contenu multimédia et les textes ne feront qu'un : une seule équipe, pour toute l'information uquamienne, sous toutes ses formes. Qu'un de ses reportages joue dans vos oreilles au parc Lafontaine ou que votre café matinal accompagne votre lecture de l'actualité uquamienne, le *Montréal Campus* vous salue. Allez, c'est ciao.



PHOTO : ALLYSON CARON-PELLETIER, MONTRÉAL CAMPUS

NOTRE ÉQUIPE 2025-2026



Rédactrice en chef : Camille Desjardins (1) | **Directrice de l'information :** Jeanne Claveau-Lavolette (2) | **Directeur multimédia :** Charles Dessureault (3) | **Cheffes du pupitre UQAM :** Léa Lemieux (4) et Élodie Bréniel (5) | **Cheffes du pupitre Société :** Élise Lécaudé (6) et Justine Bouchard-Girard (7) | **Cheffes du pupitre Culture :** Maïté Paradis (8) et Erika Laurendeau Echavarria (9) | **Direction artistique :** Allyson Caron-Pelletier (10) et Kilian Beauchesne (11) | **Chef(fe)s du pupitre Radio :** Pierre-Alexandre Larouche (12) et Flavie Gauthier (13) | **Chef(fe)s du pupitre Vidéo :** Lilou Ann Santos (14) et Tomy Tanguay (15) | **Correction :** Aurélie Lachapelle (16), Sarah-Jeanne Tremblay (17) et Eloïc Potel (18) | **Vigies de la diversité et de l'inclusion :** Romy Clermont (19) et Laurianne Nuñez-Pelletier (20) | **Cheffes de pupitre Promotion :** Justine Bertrand (21) et Camélia Boussaid (22) | **Impression :** Hebdo Litho. Cette édition a été réalisée avec la collaboration de l'École des médias.

Prière de recycler ce papier journal



VOL. LI | NO.1 | 15 OCTOBRE 2025

PUBLICITÉ :
Accès média : 514.524.1182
info@accemedia.com
Dépot légal : Bibliothèque nationale
du Québec- Bibliothèque
nationale du Canada



est publié par les Éditions Montréal
Camping inc.
CP. 8888 succ. Centre-Ville,
Montréal (QC) H3C 3P8
Téléphone : 514.987.7018

Suivez le *Montréal Campus* sur le web
www.montrealcampus.ca
Courriel: **montrealcampus@gmail.com**



TENDANCES AUX COUPURES

Projets mis en veilleuse

ROMY CLERMONT

L'UQAM est au bord du déficit. Le plafonnement des dépenses en infrastructures par le ministère de l'Enseignement supérieur force l'Université à mettre en pause pour une période indéfinie le projet Métamorphose visant à moderniser la bibliothèque centrale, confirme la directrice des relations de presse de l'UQAM, Jenny Desrochers. Les rénovations des résidences universitaires René-Lévesque, prévues pour 2035, sont également touchées par ce plafonnement. Comme plusieurs bâtiments vieillissants de l'UQAM, les résidences se détériorent et nécessitent des restaurations importantes à hauteur de 38 millions \$. Jenny Desrochers précise que « ce plafonnement est circonstanciel » et que l'UQAM travaille présentement à obtenir plus de subventions pour poursuivre ses projets. Elle ajoute que ces chantiers restent des « projets d'envergure pour l'Université » et que le budget 2025-2026 de l'UQAM est à l'équilibre.



PHOTO : KILIAN BEAUCHESNE,
MONTRÉAL CAMPUS

Le projet Métamorphose de la bibliothèque centrale a été mis sur pause pour une période indéfinie.

Des règles sans frais

PAR LÉA LEMIEUX
ET ÉLODIE BRÉNIEL

La distribution gratuite de produits menstruels par l'UQAM au campus central et au complexe des sciences est chose faite depuis septembre. Si le projet pilote de l'Université est bien reçu de façon globale, il mérite d'être peaufiné, estime la communauté étudiante.

Serviettes hygiéniques, tampons et protège-dessous sont à la disposition de la communauté étudiante dans six cafés étudiants et dans les bibliothèques du campus central et du complexe des sciences dans des présentoirs prévus à cet effet. Les produits écoresponsables et durables de l'entreprise québécoise Iris + Arlo sont payés entièrement par l'UQAM.

L'initiative vise à rendre plus accessibles les produits menstruels au sein de l'université. La directrice exécutive du vice-rectorat au Développement humain et organisationnel, Annie Poirier, explique que le projet découle de demandes de personnes étudiantes et employées à l'UQAM.

En février 2024, les sept associations facultaires, les quatre grands syndicats d'employé(e)s et de professeur(e)s ainsi que le Comité de soutien aux parents étudiants de l'UQAM avaient interpellé le recteur à ce sujet. Ils demandaient un programme d'accès gratuit aux produits menstruels à l'image de ceux déjà instaurés dans d'autres établissements d'enseignement supérieur de la province.

Tendance universitaire

Au total, 8 des 17 universités au Québec (excluant l'Université TELUQ) fournissaient déjà des produits menstruels gratuits à leur communauté étudiante à la fin 2024. Quatre autres universités en offrent sur leur campus par la voie de programmes menés par des étudiant(e)s ou des associations étudiantes.

Certaines initiatives étudiantes de distribution de produits menstruels étaient financées par l'UQAM depuis 2021. Mais pourquoi l'offre par l'Université elle-même a-t-elle tardé? L'administration réfléchissait depuis près d'un an à ce projet, soutient M^{me} Poirier. Après les demandes formulées par les associations et les syndicats, l'UQAM s'est mise à travailler sur le projet pilote en s'inspirant de celui du Service des bibliothèques.



PHOTO : ALLYSON CARON-PELLETIER, MONTRÉAL CAMPUS

L'UQAM se joint aux huit autres universités du Québec qui distribuent gratuitement des produits menstruels.

En 2023, ce sont 15 % des Canadien(ne)s menstrué(e)s qui affirmaient ne pas participer à « des activités quotidiennes, comme les sports, ou de se présenter à l'école ou au travail », faute de moyens financiers pour acheter des produits menstruels, selon un sondage de Plan International Canada.

Applaudi, mais perfectible

« C'est absolument indispensable que les personnes aient accès aux produits menstruels pour éviter un absentéisme [en classe] qui mènerait à une inégalité à la fois scolaire et entre les hommes et les femmes », juge Élise Brunot, directrice du Réseau québécois d'action pour la santé des femmes.

« C'est beau de le faire, mais il faut qu'on le sache »

Arianne Côté,
étudiante en communication
marketing

Pour l'Association étudiante de l'École des sciences de la gestion (AéESG), le programme de l'UQAM « est une excellente initiative », considérant la « précarité financière vécue par plusieurs étudiantes ».

Comme plusieurs associations étudiantes facultaires, l'AéESG offre des produits menstruels de dépannage dans son local depuis déjà plusieurs années, sans en faire activement la promotion, dit Stéphanie Millette, vice-présidente aux affaires sociopolitiques. Les autres associations facultaires n'ont pas répondu à nos demandes d'entrevue.

La dizaine d'étudiantes consultées par le *Montréal Campus* se réjouit de la mise en place d'un tel projet. « En tant qu'étudiante, je trouve que les produits menstruels coûtent vraiment cher. Avoir la possibilité d'en avoir gratuitement, je trouve que c'est parfait », croit Joliane Racine, étudiante en travail social.

Le projet pilote devrait recevoir plus de publicité, estiment plusieurs étudiantes qui ignoraient son existence. « La chose qui manque, c'est la publicité et l'affichage » dans des endroits fréquentés et visibles, juge l'étudiante en communication marketing Arianne Côté. « C'est beau de le faire, mais il faut qu'on le sache », dit-elle.

L'emplacement actuel des produits menstruels, loin des toilettes, est aussi critiqué par certain(e)s étudiant(e)s.

« Si tu vas aux toilettes et que tu remarques que tu as commencé tes règles, ça ne te tente pas de sortir, d'aller au café et de revenir aux toilettes », estime Émilie Lessnick, étudiante en travail social.

Placer les produits menstruels dans les cafés étudiants et les bibliothèques les rend visibles et aide à briser les tabous liés à leur utilisation, croit Annie Poirier.

La porteuse du projet n'exclut pas l'implantation future dans les toilettes, mais compte « maximiser les comptoirs, les cafés et les bibliothèques » pour l'instant.

Expansion envisageable

Le projet pilote actuel existera jusqu'à l'épuisement de son budget de 200 000 \$. M^{me} Poirier vise « au moins une année complète » pour évaluer les besoins de la communauté uqamienne et les coûts d'une telle initiative à plus long terme.

D'autres campus de l'UQAM, des centres sportifs et des départements l'ont approchée à ce sujet. Impossible de confirmer l'extension du projet pour le moment, mais « ça fera partie de la réflexion pour la suite des choses », assure Annie Poirier. ☺

Où aller?

- Café Aquin (A-2030)
- Café des arts (J-6170)
- Café Design (DE-3250)
- Café Sain Fractal (SH-R380)
- Café Le Philanthrope (N-S100)
- Salon G (A-M950)
- Bibliothèque centrale (A-M100)
- Bibliothèque de musique (F-5101)
- Bibliothèque des sciences



TENDANCES

Un répertoire 100 % uqamien de toutes les grèves étudiantes

AURÉLIE LACHAPELLE

Les grèves, une tendance? Pas vraiment. Le professeur en science politique Francis Dupuis-Déri l'a prouvé en comptabilisant toutes (ou presque) les grèves d'élèves dans le monde. Le résultat? La grève comme moyen de pression est utilisée depuis bien longtemps.

Dans un document de près de 600 pages, caché dans les fins fonds du site Web de dépôt institutionnel Archipel UQAM, se trouve une pépite d'or de la recherche uqamienne signée Francis Dupuis-Déri : un répertoire mondial de grèves d'élèves du secondaire depuis la fin du 19^e siècle.

Le professeur de science politique à l'UQAM essaie, à travers ce travail, de crédibiliser les grèves d'élèves mineur(e)s.

Registre complet

Chaque grève est accompagnée des informations suivantes : date, cause, forme (moyen de mobilisation), nombre de grévistes et outil de répression.

On peut donc y apprendre, par exemple, qu'en 1928, des élèves d'un pensionnat pour Autochtones à Onion Lake en Saskatchewan ont incendié leur école pour dénoncer la scolarisation forcée des enfants autochtones.

On peut aussi découvrir qu'en juin 2012, 300 élèves de l'école Jamal-Eddine Al Afghani au Maroc ont fait une grève d'occupation, soit un *sit-in* en anglais, pour dénoncer l'insécurité face aux voitures qui circulaient trop vite près de l'école, dont une qui a causé la mort d'un camarade de classe de 7 ans.

Francis Dupuis-Déri a commencé ses recherches sur le sujet il y a dix ans et a publié les résultats

2600

Grèves d'élèves du secondaire depuis le 19^e siècle à l'échelle mondiale

Source : Répertoire de Francis Dupuis-Déri



ILLUSTRATION : KILIAN BEAUCHESNE, MONTRÉAL CAMPUS

L'artiste et chercheuse Emanuel Dufour (à gauche) et le professeur en science politique à l'UQAM Francis Dupuis-Déri (à droite) ont coécrit la bande dessinée inspirée de faits réels *Quand les élèves se révoltaient*.

sous forme de bande dessinée cette année. *Quand les étudiants se révoltaient* (coécrit avec l'artiste et chercheuse Emanuel Dufour) se veut un faux manuel scolaire de l'année 2047-2048.

On y présente les révoltes d'élèves avant « l'Effondrement de la civilisation industrielle », une catastrophe fictive qui a eu lieu en raison d'une crise climatique globale pourtant prédite par les élèves.

Peu de ressources

En discutant avec ses étudiant(e)s, M. Dupuis-Déri s'est aperçu que plusieurs d'entre eux et elles avaient fait la grève au secondaire, mais qu'il trouvait peu de documentation sur le sujet.

« Je me suis dit que c'est bizarre, ça ne s'est pas du tout étudié. » Il a donc mené une soixantaine d'entretiens sur le sujet.

En parallèle, il a embauché des auxiliaires de recherche pour l'aider avec ce travail astronomique. Avec la pandémie, ceux-ci et celles-ci étaient pris(es) dans leur pays d'origine : en Espagne, en Norvège, au Portugal. Il a donc choisi d'élargir la recherche à l'ensemble de la planète.

Le résultat : 2600 grèves répertoriées. Les données proviennent d'entretiens avec les élèves et d'articles de journaux de partout dans le monde.

Les fonds d'archives diffèrent de pays en pays, ce qui a compliqué les recherches.

« J'ai voulu regarder les pays francophones d'Afrique, comme le Mali, le Sénégal. Mais les archives de la presse sont très limitées », explique M. Dupuis-Déri.

La langue a aussi été une barrière. « Je n'ai pas de grève répertoriée en Chine. Moi, je fais l'hypothèse qu'il y a eu au moins une grève en Chine au 20^e siècle. »

Comme bien des grèves étudiantes ne font pas l'objet d'articles, les entretiens avec les ancien(ne)s élèves ont permis de pallier ce manque.

La démocratie étudiante

Les raisons de beaucoup de grèves touchent directement la vie à l'école : chauffage qui ne marche pas, toit qui fuit, enseignant(e) bien-aimé(e) mis(e) à pied, discipline trop punitive, etc.

« J'ai des citations de directions d'écoles qui disent que la cause la plus commune, pendant tout le 20^e siècle, c'est la contestation des règlements des uniformes », constate M. Dupuis-Déri.

Sinon, il y a aussi les sujets qui touchent à la société en général, comme le racisme, la religion et le climat. D'autres touchent à l'international, comme par rapport à la Palestine ou contre la guerre en Irak.

« Régulièrement dans l'histoire, les grèves d'élèves au secondaire sont méprisées par des adultes. Ils disent que c'est comme une excuse pour manquer l'école », dénonce le chercheur.

Mépris face aux jeunes

Il argue que les élèves ne sont pas considéré(e)s comme « des citoyens politiques complets », notamment parce qu'ils et elles n'ont pas encore le droit de vote.

« Pourtant, ils sont capables de reconnaître des problèmes collectifs et de mener une grève qui est un moyen raisonnable et rationnel pour dénoncer une injustice », affirme Francis Dupuis-Déri.

« Ça fait longtemps que la sociologie politique ne considère plus les grèves d'adultes comme du niaisage ou comme du monde paresseux qui ne veut pas travailler. »

Il affirme que les jeunes sont peu étudié(e)s dans son domaine, il essaie donc de les impliquer dans ses recherches pour inverser la tendance.

« Je suis comme un militant pro-jeune », s'amuse-t-il à dire. Pourtant, il ne faut pas sous-estimer le pouvoir de ce genre de grève, selon lui.

Au Népal, la chute du gouvernement en septembre dernier a été rendue possible... grâce à une grève étudiante, évoque M. Dupuis-Déri. ☺

TENDANCES AUX COUPURES

Moins d'étudiant(e)s de l'étranger

ROMY CLERMONT

À l'UQAM, les demandes d'admission provenant de l'international ont baissé de 39 % par rapport à 2024, a annoncé le recteur, Stéphane Pallage, lors de son discours de la rentrée du 23 septembre. Depuis le mois de janvier, le gouvernement fédéral impose un plafond de 437 000 permis d'études pour 2025 aux universités canadiennes. Chaque établissement a un quota imposé sur le nombre d'étudiant(e)s de l'international qu'il peut accepter. « Notre quota, je peux vous le dire, n'a pas été atteint », admet le recteur. Il est d'avis que le débat concernant les étudiant(e)s de l'international avant l'instauration du quota aurait découragé plusieurs candidat(e)s. « [Les étudiant(e)s de l'international] contribuent à l'avancement de nos connaissances et à la vitalité de la recherche dans nos universités. Ce sont de futurs Québécois que nous devrions vouloir », a dit M. Pallage. Le recteur et d'autres membres de la direction ont soumis un mémoire à Québec plus tôt cette année qui soutient l'abolition des quotas imposés aux universités. Pour la chancellerie de l'UQAM, Pauline Marois, le débat sur l'immigration, très présent au Québec, est « malheureux ». « L'immigration est une richesse », soutient M^{me} Marois.



SOCIÉTÉ

TENDANCES

Le golf gagne du terrain

ÉLISE LÉCAUDÉ ET
JUSTINE BOUCHARD-GIRARD

Fini le cliché du vieil homme en pantalons à carreaux! Depuis la pandémie, le golf fait peau neuve au Québec. Les jeunes envahissent les terrains.

« C'est le *fun* pour nous [de voir les jeunes sur le terrain], ça assure la pérennité du sport », se réjouit Ben Boudreau, professionnel au Parcours du Cerf, un club longueuil-lois. M. Boudreau, qui joue au golf depuis plus de 50 ans et supervise les personnes enseignantes de golf, constate que de plus en plus d'enfants et de jeunes adultes se tournent vers ce sport depuis quelques années. « Ce qui a relancé le golf chez les jeunes, c'est la pandémie », avance-t-il.

« Tous les bars étaient fermés, les restaurants aussi. Tu ne pouvais pas voir tes amis, tu ne pouvais pas sortir, tu ne pouvais rien faire. Puis, la première activité extérieure qu'on a permise, c'était le golf », raconte le golfeur.

Sébastien Guévremont, étudiant en administration à l'UQAM, s'est mis à jouer au golf durant la pandémie. Pour lui, ce sport est une manière de « se retrouver seul avec [lui]-même », tout en étant entouré de ses proches.

L'Uqamien s'est intéressé au golf, parce que son cercle d'ami(e)s pratiquait déjà ce sport. Aujourd'hui, il joue en moyenne une fois toutes les deux semaines.

Pour tous les goûts

Selon Sébastien, le golf est une activité attirante pour les timides. « Il y a beaucoup de personnes introverties dans mon entourage qui n'ont jamais aimé les sports d'équipe. Au moins, avec le golf, tu peux avoir ton propre style et tu peux jouer seul », constate-t-il.

Pour Charlotte Boudreau, championne provinciale de golf dans la catégorie des 15 à 18 ans, le golf est un sport où il y a toujours des défis à relever. « Ce qui est le *fun*, c'est que tu n'atteins pas une limite, tu peux toujours t'entraîner et apprendre quelque chose », renchérit la golfeuse de 17 ans.

Les gens entre 18 et 25 ans s'intéressent aussi au golf en tant qu'activité de réseautage dans le milieu du travail, selon Jean-Sébastien Blackburn-Grenon, gérant du programme de golf public au Service des activités sportives de l'Université Laval.



PHOTO : RICHARD BOUDREAU

La joueuse de golf Charlotte Boudreau, qui a 17 ans, fait partie du grand nombre de jeunes Québécois(es) ayant occupé les terrains verts cet été.

« Notre clientèle compte beaucoup de jeunes étudiants, qui, dans le cadre de leur [profession], vont devoir jouer, donc ils s'exercent avec nous », explique-t-il. Certain(e)s s'entraînent, parce qu'ils et elles veulent savoir golfer lors des tournois organisés par leur future compagnie.

« C'est toujours important de savoir jouer au golf, mon père me disait ça », raconte Sébastien Guévremont. Ce dernier croit que c'est un sport où les gens de toutes les générations se retrouvent pour discuter du travail. Selon l'étudiant, le golf « d'avant » était un sport « bourgeois » et surtout « associé aux Blancs ». Il croit que la médiatisation de golfeurs et golfeuses professionnel(le)s comme Tiger Woods a favorisé la démocratisation du sport.

Charlotte et Sébastien sont d'avis que le golfeur américain Bryson DeChambeau contribue grandement à populariser ce sport auprès des jeunes, notamment grâce à ses vidéos sur les réseaux sociaux où il invite des célébrités à s'initier à cette pratique. Charlotte croit que la

visibilité médiatique de personnes populaires contribue à l'engouement pour ce sport.

Par exemple, la chaîne Youtube Good Good, qui compte près de 2 millions d'abonné(e)s, démontre que ce n'est pas juste un sport sérieux et qu'il est possible de s'amuser en y jouant.

« À la télévision, on voit de plus en plus de jeunes joueurs de golf et les filles prennent de plus en plus de place dans l'espace [médiatique] », affirme M. Blackburn-Grenon.

Golfer, mais à quel prix?

Même si le golf s'est popularisé au fil des ans, il reste coûteux pour plusieurs personnes. Par exemple, les joueurs et joueuses qui ne sont pas des professionnel(le)s déboursent « environ 500 \$ » pour l'équipement et « entre 20 \$ et 60 \$ » pour jouer sur un terrain de golf, estime Ben Boudreau.

Pour ce qui est des golfeurs et golfeuses professionnel(le)s, le prix peut atteindre des milliers de dollars pour les bâtons et le sac, mentionne

Charlotte Boudreau. Elle a pour sa part déboursé 5000 \$ pour son équipement. Selon M. Blackburn-Grenon, les jeunes peuvent s'en tirer à bas prix en se procurant de l'équipement de seconde main ou en cherchant sur la plateforme Facebook Marketplace.

« Ce qui a relancé le golf chez les jeunes, c'est la pandémie »

Ben Boudreau, professionnel du Parcours du Cerf

« Tu peux être un excellent joueur de golf avec un *stock* [équipement] moyen, mais quand tu arrives à un certain niveau, tu es obligé de dépenser », dit-il. Pour économiser de l'argent, Sébastien Guévremont essaye de jouer sur

de beaux terrains qui ne coûtent pas trop cher. Pour lui, le rapport « qualité-prix » est important.

Selon lui, il faut aussi dépenser pour les vêtements, parce que certaines normes esthétiques persistent. « On dirait que c'est une loi non écrite que tu dois avoir un polo quand tu vas jouer au golf, donc je m'en suis acheté », mentionne Sébastien.

Cependant, Charlotte Boudreau trouve que, depuis quelques années, le code vestimentaire est plus « lousse », les golfeurs et golfeuses peuvent tout mettre, « sauf des jeans ». Et au-delà du fait que chacun(e) puisse adopter son propre style, Charlotte croit que « les gens vont vers le golf, parce que c'est un sport qu'ils peuvent pratiquer toute leur vie ».

Si ce sport est populaire, c'est parce qu'il plaît à plusieurs générations, en plus d'offrir l'occasion aux joueurs et joueuses de profiter du plein air et de rencontrer de nouvelles personnes, d'après Ben Boudreau. « Le golf, c'est un sport pour tous les âges », s'exclame-t-il. 🏌️



SOCIÉTÉ

TENDANCES

Les *furries* au-delà du *fursuit*

LÉA LEMIEUX

L'identité *furry* est énigmatique pour bien des esprits. Derrière les controverses, les légendes urbaines et les *fursuits*, se cachent des humain(e)s qui ont trouvé leur communauté bien à eux et à elles. Qui sont réellement ces *furries*? Le *Montréal Campus* est allé à leur rencontre.

« Tu vois les animaux sur deux pattes de Disney? C'est pas mal ça [que les *furries* font], sauf que nous, on crée notre personnage. » C'est de cette manière que David Massé, étudiant à la *Maîtrise en administration* à l'UQAM, décrit sa communauté à tous les curieux et toutes les curieuses.

La communauté *furry*, ou peluchiste en français, rassemble les adeptes d'animaux anthropomorphiques, c'est-à-dire les animaux aux traits physiques et psychologiques humains.

Les *furries* créent leur *fursona*, un terme attribué au personnage qu'ils et elles inventent. Pour plusieurs, cette *fursona* est une « extension » de leur personne. Certain(e)s peuvent créer plusieurs personnages différents et choisir lequel incarner à un moment précis.

« J'ai fait Zéphyr, qui est mon renard, qui est moi, qui me ressemble, qui a mes caractéristiques, mais je peux me faire faire un autre animal [si désiré] », explique David. L'étudiant de 27 ans se considère comme *furry* en tout temps, mais souligne que d'autres s'estiment ainsi uniquement lorsqu'ils ou elles enfilent leur *fursuit*.

« Pour beaucoup de gens, leur *fursona* possède des traits qu'ils souhaiteraient avoir ou qu'ils veulent cultiver. Très souvent, cette *fursona* est plus extravertie, plus sociable, plus à l'aise dans les interactions sociales », décrit Elizabeth Fein, professeure associée en psychologie à l'Université Duquesne en Pennsylvanie. M^{me} Fein contribue au Projet international de recherche anthropomorphique, l'initiative derrière le site Web Furscience.

Philip Denis, étudiant en littératures de langue française et linguistique à l'Université de Montréal, reste « pas mal pareil », qu'il incarne sa *fursona* ou non. Le vif intérêt de Philip pour les chats, présent depuis un jeune âge, a inspiré la création d'Ember, sa *fursona*, lorsqu'il avait 13 ans.

Le *fursuit*, véritable symbole peluchiste, n'est pas si répandu dans



PHOTO : FALLING CAT MEDIA

David Massé porte le *fursuit* de sa *fursona*, Zéphyr le renard, lors d'un rassemblement de peluchistes, en 2024.

la communauté. Environ 20 % des *furries* en possèdent un, souligne Elizabeth Fein.

« Je ne sais même pas si je serais encore vivant »

Marcelin Laguerre-Tremblay, diplômé en arts visuels

Les *fursuits* peuvent coûter des milliers de dollars, selon David Massé. Certain(e)s peluchistes, à l'instar de Philip et David, se procurent plutôt un *fursuit* partiel, composé uniquement de la tête, des mains et de la queue.

Portrait de communauté

Selon Furscience, près de 75 % des *furries* ont moins de 25 ans. Environ 84 % de la communauté est composée d'hommes.

« C'est un groupe de personnes merveilleux, très solidaire, joueur et créatif, qui s'investit beaucoup afin de partager une expérience de groupe positive », croit Elizabeth Fein, qui a rencontré plusieurs

furries pour ses études. Il y a un engouement envers la communauté chez les jeunes, constate David Massé. « On commence à aller chercher des jeunes de peut-être 14-15 ans, ce qui est vraiment génial », se réjouit-il.

Plusieurs tentent de déconstruire les stéréotypes auxquels les peluchistes sont associé(e)s. David Massé assure que dès qu'un(e) membre est associé(e) à la zoophilie, la personne est « écartée » de la communauté.

« C'est vrai qu'on est peut-être un peu plus ouverts [sur la sexualité], mais pour moi, ça n'a rien de sexuel. Puis, il y a quand même une grosse partie de la communauté qui n'a rien à voir avec le sexe », renchérit Philip Denis.

Aimé(e) comme on est

Les amitiés nées grâce à la communauté *furry* ont marqué Marcelin Laguerre-Tremblay, diplômé en arts visuels du Cégep du Vieux Montréal.

« Ça m'a permis de me faire plein d'amis qui étaient vraiment géniaux et qui étaient dans des communautés similaires, souvent dans la communauté queer, entre autres, parce qu'il y a une bonne partie de la communauté *furry* qui est queer », note-t-il.

« Je ne sais même pas si je serais encore vivant, si ce n'était pas des gens que j'ai rencontrés

grâce à cette communauté-là », affirme Marcelin Laguerre-Tremblay.

Le jeune homme de 20 ans a aussi appris à dessiner au sein de l'univers *furry*, puisque l'art et le dessin y sont très présents. « Au final, grâce à ça, j'ai fini par avoir mon diplôme d'arts visuels. »

Pour Philip Denis, la communauté *furry* l'aide à surmonter ses difficultés personnelles.

« Je suis autiste, donc j'ai parfois de la misère à parler. Je pense que les événements *furry*, c'est l'un des seuls endroits où je suis capable de sortir de ma maison, d'aller là et d'y être à l'aise, même si je ne suis pas capable de parler », confie-t-il.

« Je sais que les gens là-bas vont juste m'accepter pour ce que je suis, alors qu'à l'école ou ailleurs, je me sens forcé d'avoir l'air à peu près normal », ajoute Philip. Marcelin et David assument leur appartenance à la communauté *furry* dans leur entourage.

Toutefois, Marcelin redoute la nouvelle étape qu'il doit franchir : son entrée au *Baccalauréat en musique* à l'Université Concordia cet automne.

« C'est sûr que j'ai une certaine appréhension face au fait d'arriver dans une nouvelle étape, avec plus d'adultes et plus de gens qui pourraient être fermés à ça », soulève-t-il.

Marcelin ne compte pas se cacher pour autant. « Ce serait invivable. Je serais malheureux. »

Les *furries* ne sont pas des animaux

Non, les *furries* ne pensent pas être des animaux. Du moins, pas la plupart. En 2023, la prétendue présence de litières dans les écoles pour des élèves s'identifiant comme des chats avait suscité un tollé au Québec. Même si ces nouvelles ont été démenties et qualifiées de « légendes urbaines », les dommages sont restés, selon David Massé. « On est pris avec cette image », se désolait-il. L'idée qu'un(e) *furry* se croit un véritable animal serait plutôt associée à la communauté *therian*. Les *therians* ressentent une connexion spirituelle aux animaux. Plusieurs se considèrent plutôt comme « piégés dans un corps humain » ou « moins de 100 % humain », d'après le site Furscience. Penser que tu es un animal, « ce n'est même pas *therian*, car un *therian* s'identifie aux animaux, mais il ne pense pas qu'il est un animal », soutient le *furry* Marcelin Laguerre-Tremblay. « À ce moment-là, si tu es convaincu d'être un animal, ça serait une maladie mentale », considère-t-il. Seulement 10 % des *furries* s'identifieraient comme *therians*, selon les données de Furscience. « Il y a beaucoup de *therians* qui ne sont pas des *furries*, tout comme il y a beaucoup de *furries* qui ne sont pas des *therians* », explique Elizabeth Fein, professeure associée en psychologie à l'Université Duquesne et contributrice à Furscience.



TENDANCES

Accessoiriser l'accessoire

Les jouets Labubu et Lafufu ont la cote chez les universitaires

MAÏTÉ PARADIS ET
ERIKA LAURENDEAU ECHAVARRIA

Petit monstre, ourson duvetoux ou breloque scintillante : la mode de personnaliser les objets du quotidien a pris d'assaut nos sacs à main et nos téléphones. Difficile à comprendre, l'engouement derrière les Labubu s'explique par un désir de refléter notre identité tout en voulant adhérer à la tendance.

Au cours de la dernière année, les Labubu ont gagné en popularité, notamment grâce aux réseaux sociaux. Ces petites créatures mythiques démoniaques sont un exemple de porte-clés populaires. On y trouve également les Monchhichi, les Jellycat ou les Sonny Angel.

Bien que cette tendance puisse sembler émergente, ce phénomène a toujours été présent dans l'histoire de la mode. Selon Liza Petiteau, docteure en histoire de l'art passionnée par la mode et la psychologie, cette pratique remonte aux années 1970, les fameuses années Jane Birkin. La personnalisation des objets du quotidien permettait alors aux « punks, grunges et hippies » de ce monde d'afficher leur résistance à la culture dominante.

La D^{re} Petiteau estime que cette tendance n'est pas passagère. « [Cette mode] est assez répétitive. On la retrouve vraiment partout, à tous les niveaux de la société. »

Aujourd'hui, à une époque dominée par les microtendances et la mode jetable, ce style reflète le besoin d'appartenir à un groupe tout en « [affirmant] une identité qui [nous] est propre », explique la D^{re} Petiteau.

D'après Madeleine Goubau, docteure en communication spécialisée en mode et en habillement, une personne qui achète un Labubu affiche donc sa culture générale et son appartenance à la « tribu ». Cependant, l'acheteur ou l'acheteuse peut aussi se procurer une couleur unique ou une édition limitée pour attester son unicité.

Sentiment de « fierté »

Au-delà de ce désir de distinction, d'après la D^{re} Petiteau, l'ajout de porte-clés procure du bien-être, de la fierté et du plaisir. En



PHOTO : ALLYSON CARON-PELLETIER, MONTRÉAL CAMPUS

L'étudiante Shaïna François Joseph trimballe sur son sac un bébé Kewpie, une figurine miniature à l'allure humaine enveloppée dans une pêche peluchée.

accessoirisant leurs biens, les individus « assument leur identité », ce qui provoque un réconfort.

Shaïna François Joseph, une étudiante en design graphique à l'UQAM, trimballe un large sac en cuir auquel est accroché un petit bébé Kewpie, soit une figurine miniature à l'allure humaine enveloppée dans une pêche peluchée.

L'uqamienne a commencé à collectionner des porte-clés il y a deux ans. Elle en possède six, qu'elle accorde à ses différentes tenues selon les couleurs ou le style recherché. Elle éprouve de l'affection pour ses accessoires de la même manière que certain(e)s sont attaché(e)s à leurs peluches. « Tout d'un coup, j'ai envie que celui-là sorte avec moi. C'est un peu comme un ami », affirme Shaïna François Joseph.

« Je pense que c'est plus en rapport avec l'attachement, quand je l'ai eu, dans quel contexte je l'ai acheté. Souvent, quand j'achète un porte-clés, [je l'associe à] des souvenirs », suggère-t-elle.

Celui qu'elle arbore au moment de rencontrer le *Montréal Campus* a été acquis dans un magasin

proche de la station de métro Guy-Concordia, à la suite d'une soirée karaoké avec des copines. Son amie en a un similaire ; elles sont allées les acheter ensemble.

Les poupées de ce genre viennent souvent dans des petites boîtes mystères. « Nous avons toutes crié quand je l'ai déballée et que nous avons vu laquelle j'avais eu », raconte Shaïna en riant.

« Nous avons
toutes crié
quand je l'ai
déballée »

Shaïna François Joseph,
étudiante en design graphique

Zoé Mekhoukh, étudiante en travail social à l'UQAM, transporte pour sa part avec elle un petit ourson duvetoux bleu. Cette peluche est son premier porte-clés qui suit la tendance. Après avoir essayé de l'attraper dans une machine à pince sans succès, Zoé

a choisi de commander en ligne son fidèle compagnon. En plus d'être une manière d'exprimer sa personnalité, son porte-clés est une sorte de soutien moral. Elle estime qu'avoir son « précieux » à ses côtés lui octroie du bien-être.

Lafufu ou Labubu?

Shaïna François Joseph admet avoir acheté un Lafufu après une réticence initiale. C'est une fausse poupée qui ressemble beaucoup à un Labubu, mais qui est moins chère et de moindre qualité que l'originale. Sa décision a été hautement influencée par les réseaux sociaux ainsi que le petit visage démoniaque du Lafufu qu'elle a appris à apprécier.

Bien que sa popularité a explosé au cours des derniers mois, ce type de porte-clés n'est pas nouveau sur le marché. Originaires de Chine, les personnages ont été créés en 2015 par Kasing Lung, un illustrateur de livres pour enfants. Étant donné leur rareté et leur adoption par de multiples célébrités, ils peuvent être très dispendieux et coûter plus d'une centaine de dollars dans certains cas.

Madeleine Goubau juge que le contexte économique difficile incite les gens à acheter des accessoires comme des Labubu. « Même si ça paraît déraisonnablement cher, il reste que c'est moins cher qu'un sac à main haut de gamme de luxe qui va coûter 6000 \$ », énonce-t-elle.

Ce serait une manière d'afficher un certain statut social et de se dire capable de payer quelque chose d'extrêmement dispendieux pour ce qu'il représente.

L'experte en mode mentionne que le désir de se procurer ce type de porte-clés vient tout simplement de l'engouement derrière ceux-ci. « Si on ne [les] voyait pas être adoptés par des gens qu'on admire et auxquels on veut ressembler, il n'y a jamais personne qui [les] achèterait », exprime-t-elle.

« [Lorsqu'on achète un petit jouet à la mode], la seule chose que ça dit à propos de nous, c'est qu'on a de l'argent pour le payer et qu'on est au courant de la tendance », conclut la Dre Goubau. Ainsi, elle propose d'afficher son originalité en investissant plutôt dans une breloque fabriquée par un(e) artisan(e), unique et de meilleure qualité. 🧡



TENDANCES

À l'assaut du *gorpcore*

Les vêtements de plein air sont populaires auprès des citadin(e)s

MAÏTÉ PARADIS

Les vêtements de plein air sont souvent très nocifs pour l'environnement, malgré certaines visées d'écoresponsabilité mises de l'avant par l'industrie. La mode *gorpcore* peut toutefois inciter ses adeptes à se tourner vers des vêtements durables, résistants tant aux intempéries qu'aux tendances capricieuses de la mode jetable.

Les manteaux Kanuk faisaient rage, les La Cordée faisaient fortune, « c'était l'époque de Bernard Voyer », se remémore Jocelyn Bellemare, chargé de cours à l'École supérieure de mode de l'UQAM. Bien avant qu'elle soit baptisée *gorpcore*, la tendance au suréquipement de vêtements de plein air chez les citadin(e)s avait aussi, il y a près de 40 ans, touché sa génération.

Le terme tire son origine de l'expression « good old raisins and peanuts ». C'est le fameux « trail mix » dégusté par les randonneurs et randonneuses en quête de connexion avec la nature. M. Bellemare explique que le *gorpcore* valorise un mode de vie plus actif. « Lorsqu'on a des chaussures de promenade, qu'on a des vêtements pour l'extérieur, qu'on est bien équipé, on aime ça, on se sent vivant. Je pense que c'est ce que cette communauté veut, se sentir saine et vivante », explique-t-il.

Un vêtement de sport est, en moyenne, composé à 90 % de matières pétrochimiques, comme le polyester, le nylon ou l'acrylique, selon la Fondation Terre Solidaire.

C'est sans compter les teintures et les enduits chimiques utilisés pour imperméabiliser ou lubrifier les vêtements techniques, tels que les SPFA, les tristement célèbres « produits chimiques éternels ».

Des conséquences néfastes

De plus, les teintures et autres produits de finition, grâce auxquels les imperméables sont si étanches et si pimpants, sont responsables d'environ 20 % de la pollution mondiale de l'eau, estime Environnement et Changement climatique Canada.

« Les fils synthétiques – tout ce qui est nylon, Gore-Tex, polyester – ce sont des microplastiques, explique M. Bellemare. Ça va dans nos eaux, même l'eau potable, et c'est très difficile à détecter. »

Le plus problématique? Le contact de ces matériaux avec la peau, surtout lorsque le corps bouge et transpire et que les pores sont dilatés.

Produire autrement

La fondatrice et présidente de la marque québécoise de vêtements plein air Bonnetier, Isabelle Marcotte, affirme que le public est de plus en plus sensibilisé aux répercussions des fibres synthétiques.

« On voit une certaine clientèle, par exemple des coureurs, qui auraient porté des vêtements synthétiques de la tête aux pieds, se tourner vers des matières plus naturelles, comme la laine mérinos », observe-t-elle.

Elle insiste toutefois sur le fait que cette conscientisation ne s'étend pas à l'échelle de « monsieur et madame Tout-le-Monde ».

« Je ne vais pas faire des randonnées dans les Laurentides à chaque jour »

Markhly Delva, étudiant en architecture

Sur le site de Bonnetier, un chandail pour femme fabriqué à 96 % de laine de mérinos, conçu pour garder au chaud lors d'activités hivernales, coûte 130 \$. Sur le site d'un détaillant de vêtements de plein air, un chandail du même type, mais composé à 100 % de polyester, revient à seulement 10 \$.

Cheffe d'entreprise depuis 2013, M^{me} Marcotte estime que la transition vers la production de vêtements techniques écoresponsables est impossible



PHOTO : KILIAN BEAUCHESNE, MONTRÉAL CAMPUS

Le mot *gorpcore* vient de l'expression anglophone « good old raisins and peanuts », le « trail mix » de randonnée.

si l'intérêt du public n'est pas au rendez-vous. Même si une compagnie utilise des matières écologiques dans la mesure du possible, il lui est coûteux de tenter de réutiliser ses surplus de matières, ses « déchets ».

« Ça prend des défibreuses, des équipements spécialisés, puis ça ne court pas les rues, c'est complexe, souligne la présidente de Bonnetier. On n'a pas encore l'écosystème en place pour rendre ça accessible aux entreprises. »

C'est en travaillant au Sports Experts que Markhly Delva, un étudiant à la maîtrise en architecture à l'Université de Montréal, a commencé l'élaboration de sa garde-robe extérieure.

Il sortait alors des cadet(te)s et avait un intérêt marqué pour le plein air, mais aucun équipement à lui pour le prouver. Entouré « de Salomon, de Gore-Tex et de Vibram » ainsi que des spécialistes sur le sujet, il s'est peu à peu approprié cet univers.

Vêtu d'un imperméable noir Arc'teryx en Gore-Tex et de chaussures Salomon blanches immaculées, le jeune homme avoue ne pas faire « des [randonnées] dans les Laurentides à chaque jour ».

Tout de même, investir dans des vêtements techniques de

qualité l'a conscientisé par rapport à ses dépenses.

« Acheter un produit qui coûte 300 \$, c'est vraiment intimidant et ça semble [insensé]. Mais quand tu te dis que tu ne vas pas racheter un autre produit comme ça dans les 15 prochaines années, ça justifie l'achat », explique-t-il.

Économie circulaire

Outre le fait de choisir ses investissements avec méticulosité, l'étudiant prend soin de ses achats pour assurer leur durabilité. Lorsqu'ils se brisent, il les répare ; lorsqu'il se lasse d'un morceau, un(e) ami(e) est toujours disposé(e) à faire un troc.

Cette perspective, inspirée de l'économie circulaire, engendre, sur une plus grande échelle, la création de programmes de seconde main, tels que ReBird Resale d'Arc'teryx ou Worn Wear de Patagonia.

Ces plateformes permettent à la clientèle de revendre ou d'acheter des produits usagés à prix réduit.

Ces pratiques, qui n'étaient pas courantes dans les années 1980, indiquent, selon le chargé de cours Jocelyn Bellemare, une conscience environnementale accrue chez la génération Z.

« Le jeune qui a 19 ou 20 ans, qui n'a pas d'argent, mais qui va s'acheter un produit au *look* technique, *gorp*, c'est déjà quand même un premier pas, s'il est pour garder son vêtement longtemps », estime M. Bellemare.

En développant un style de vie et des habitudes de consommation écoresponsables, les entreprises suivront la demande et développeront des mécanismes de production axés sur la durabilité et l'écologie, selon le chargé de cours. « Si Patagonia est devenue ce qu'elle est, ce n'est pas pour rien, remarque M. Bellemare. C'est qu'elle avait une niche de gens avec une philosophie. »

20 %

De la pollution mondiale de l'eau est attribuable aux teintures et autres produits de finition grâce auxquels les imperméables sont si étanches et si pimpants.

Source : Environnement et Changement climatique Canada.

RADIO ET VIDÉO

Sommes-nous plus nostalgiques qu'avant?



ILLUSTRATION : KILIAN BEAUCHESNE, MONTRÉAL CAMPUS

La nostalgie se matérialise au cinéma, en chanson et dans le secteur des jeux vidéo, constatent nos journalistes.

Suivez-nous sur nos plateformes



@instamontrealcampus



@montrealcampus



Radio Campus

PIERRE-ALEXANDRE LAROUCHE
ET FLAVIE GAUTHIER

Star Wars, la mode des années 2000, les séries télévisées de notre enfance... La nostalgie est une tendance sur les réseaux sociaux et sur le Web qui touche tant les plus jeunes que les plus âgé(e)s. Mais quelle est son influence sur les habitudes de consommation des uqamien(ne)s? Le *Montréal Campus* est allé à la rencontre de la communauté étudiante et d'un professeur en marketing numérique pour comprendre ce phénomène cyclique. Un balado réalisé par la chefferie du pupitre Radio à écouter sur Spotify en numérisant le code QR à droite.



« Il ne faut pas sous-estimer à quel point les gens s'attachent aux objets de leur enfance »

Alexis Perron-Brault,
professeur au département
de marketing de l'UQAM

Le platinisme ou l'art de mixer sur vinyles

LILOU ANN SANTOS
ET TOMY TANGUAY

Les histoires du vinyle et du *Djing* sont intimement liées : les premiers DJ utilisaient les tourne-disques comme poste de travail. Alors que le mixage évolue avec l'avènement de nouvelles technologies, les vinyles, eux, ont rapidement sombré dans la désuétude. Toutefois, une poignée d'enthousiastes ont préservé la pratique du platinisme avec vinyles, qui, à ce jour, continue d'attirer des disciples. Pour certain(e)s, il s'agit d'une tendance ; pour d'autres, c'est une véritable passion. Une vidéo réalisée par la chefferie du pupitre Vidéo à écouter sur Youtube.



« Dans les années 1990, on mixait juste avec des tables tournantes »

Pascal-Angelo Fioramore
propriétaire du bar Le Record



ILLUSTRATION : KILIAN BEAUCHESNE, MONTRÉAL CAMPUS

Certains bars ou cafés branchés montréalais diffusent encore aujourd'hui de la musique mixée sur vinyles.

Montréal Quizpus

Quel type de personnalité es-tu ?

Découvre-le à l'aide de ce jeu-questionnaire!

1. Si tu pouvais avoir un superpouvoir, lequel choisirais-tu ?

- A** Lire dans les pensées
- B** Devenir invisible
- C** Voler
- D** Voyager dans le temps

2. Quelle est ton astuce pour voir la vie en rose ?

- A** Une journée de magasinage
- B** Faire des activités en plein air
- C** De la bonne nourriture
- D** Rire avec des ami(e)s

3. Au karaoké, quelle chanson choisis-tu ?

- A** Provocante - Marjo
- B** L'Amérique pleure - Les Cowboys Fringants
- C** Pour que tu m'aimes encore - Céline Dion
- D** Embarque ma belle - Kaïn

4. Tes ami(e)s disent que tu es... ?

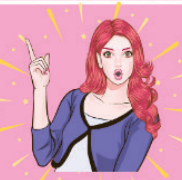
- A** Le ou la drama queen
- B** Toujours en retard, mais attachant(e)
- C** Le taxi du groupe
- D** Le ou la clown du groupe

5. Qui est la vedette québécoise qui te fait craquer ?

- A** Marie-Mai
- B** Roy Dupuis
- C** Magalie Lépine-Blondeau
- D** Stéphane Rousseau

Ton type de personnalité sera dévoilé sous peu ! Trouve la lettre qui est la plus souvent apparue dans tes choix de réponse pour découvrir quel genre de personnes tu es et à qui tu ressembles dans l'équipe du Campus !

A Diva lumineuse



Tu débarques comme un feu d'artifice dans une pièce trop beige et tu laisses derrière toi un parfum de scandale et de séduction. On t'adore autant qu'on te redoute parce qu'avec toi, la vie n'est jamais en mode silencieux.

Erika, Maïté, Flavie et Justine B. sont aussi des divas lumineuses!

B Loup solitaire



Tu disparais comme une brise, sans respect pour les horaires. Toujours un peu ailleurs, mais jamais loin du cœur des gens, tu as ce charme discret qu'on ne peut qu'aimer.

Charles, Jeanne, Allyson, Eloïc et Camélia sont aussi des loups solitaires!

C Parent du groupe



Tu es celui ou celle qui veille sur les autres sans faire de bruit, mais dont la présence rassure comme un bon repas partagé. Tu es toujours en mouvement et un peu débordé(e), mais avec un cœur assez grand pour embarquer tout le monde dans ton taxi imaginaire.

Pierre-Alexandre, Camille, Aurélie et Lilou sont aussi des parents du groupe!

D Extraverti(e)



Tu es toujours partant(e) pour un grand fou rire, même quand personne ne l'a vu venir. Tu débordes d'énergie comme un verre trop rempli et, franchement, personne ne veut qu'il arrête de couler.

Tomy, Laurianne, Justine B-G., Léa, Kilian et Élodie sont aussi extraverti(es)!

