

ACTUEL



intelligenceartificielle.com

Espace Pub
La famille sexy

Page 6

Page 7

Gap

La Presse

CAHIER B | LA PRESSE | MONTRÉAL | LUNDI 18 MARS 2002

PROFESSION DOMESTIQUE



MARIE ALLARD

mallard3@lapresse.ca

Le tablier de bonne est en vogue cette saison, et pas que sur les tablettes des sex-shops. Après que les domestiques du film *Gosford Park* aient intrigué les cinéphiles au début de l'année c'est maintenant au tour de deux *nannies* de New York de captiver le public avec leur oeuvre, *The Nanny Diaries*. Montréal n'est pas en reste, puisque selon l'Association des aides familiales du Québec, près de 10 000 employées de maison y travaillent. Regard socio-historique sur Nestor, Toinette, Fifine et les autres, à l'occasion de la Journée internationale des aides familiales, qui sera célébrée le 30 mars.

THE NANNY DIARIES, oeuvre «fictive» d'Emma McLaughlin et de Nicola Kraus (deux ex-gardiennes d'enfants de Park Avenue), n'est en librairie que depuis trois semaines. Mais le scandale entourant ce roman est si grand à New York — et se vend si lieu, puisque c'est l'intimité des riches et célèbres qui y est révélée — qu'il a déjà valu à ses auteures un contrat d'adaptation cinématographique signé par Miramax.

Bref, encore aujourd'hui, les travailleurs domestiques nous fascinent. Et plus que jamais, ils continuent d'appartenir «à un certain folklore littéraire et médiatique», comme l'indique Jean-François Leclerc, directeur du Centre d'histoire de Montréal, dans *Plus que parfaites* (Éditions du remue-ménage, 2001), un ouvrage retraçant l'histoire des aides familiales de Montréal de 1850 à 2000.

Pourtant, ces employés de maison n'existent pas que dans les films, les romans ou les séries télévisées britanniques. «Les gens sont souvent étonnés d'apprendre que les aides familiales, ça existe encore», reconnaît Louise Dionne, directrice de l'Association des aides familiales du Québec (AAFQ).

Une «aide familiale», qu'est-ce? C'est une servante, une bonne, une employée de maison, une domestique, une aide ménagère, une gouvernante, une gardienne, une nanny, un majordome, une femme de chambre, une cuisinière, un cocher, un Nestor, une Sidonie, bref, «un professionnel qui exécute diverses fonctions dans une maison privée», dit l'AAFQ.

«C'est l'âme de la maison», précise Maria Luisa Mora, une ancienne aide familiale, aujourd'hui agente de liaison à l'AAFQ. Selon le recensement de 1996, ce sont 9875 travailleuses qui oeuvrent comme aides familiales ou gardiennes d'enfants dans la grande région de Montréal, et 23 760 qui occupent ces mêmes fonctions dans l'ensemble du Québec.

Plus que parfaites

Où se trouvent ces femmes? «À Notre-Dame-de-Grâce, Westmount, Outremont, mais aussi dans Rosemont et en banlieue», répond Maria Luisa Mora. D'après une enquête menée en 1991 (Benzakour et Lemay, cités dans le livre *Plus que parfaites*), les employeurs d'aides familiales ont un revenu annuel moyen dépassant 100 000\$, sont âgés de 35 à 45 ans, et parlent anglais à la maison dans 74,6% des cas.



Photo RAPHAËLLE DE GROOT, collaboration spéciale ©

Voir DOMESTIQUE en B2
Suite du dossier en B3 et B4

FESTIVAL JAZZ À L'ANNÉE



L'AUDACIEUX PROJET QUI ALLIE LES RYTHMES TECHNO, HIP-HOP ET WORLD AU JAZZ CONTEMPORAIN.

Herbie Hancock

Future 2 Future

Première partie: THE NEW DEAL

DIMANCHE 24 MARS, 20h - Métropolis 34,50 \$*

BILLETS EN VENTE MAINTENANT (514) 790-1245

Aux comptoirs Admission et au Spectrum.

RENSEIGNEMENTS: (514) 871-1881 montrealjazzfest.com

*Les prix des billets n'incluent pas les taxes, les redevances et les frais de services.

en collaboration avec: avec la participation de: **Blélie** **SOPAC** **La Presse**

BANDE À PART



Fortin - St-Jean

DOMESTIQUE

Suite de la page B1

Traient-ils correctement leurs employés? « Quelques-uns le font, mais pas la majorité », affirme Mme Mora.

Cette réalité n'a pas échappé à Danielle Pineault, adjointe à la direction du Centre d'histoire de Montréal. « Un peu avant l'an 2000, tout le monde se pétait les bretelles avec la modernité, rappelle-t-elle. C'est alors que l'AAFG nous a parlé de son projet de faire une exposition, qui nous a intéressés. Ça devenait, en quelque sorte, une façon de dire : calmons-nous, il existe des sujets problématiques qui ne sont toujours pas réglés, dans nos sociétés. »

Le résultat, c'est l'exposition *Plus que parfaites*, présentée au Centre d'histoire de Montréal jusqu'au 27 avril, et dont un livre du même nom a par la suite été tiré. Cette expo « pas très glamour au premier abord », comme le souligne en riant Danielle Pineault, a constitué tout un défi pour sa conceptrice, l'artiste visuelle Raphaëlle de Groot.

« Plus ces femmes étaient parfaites, et moins on les voyait. »

Pourquoi? Parce que très peu de traces témoignent du passage des « servantes générales » dans les maisons. « Plus ces femmes étaient parfaites, et moins on les voyait », explique l'artiste. Pour « pallier cette invisibilité », Mme de Groot a mené 31 entrevues, tantôt avec des aides familiales, tantôt avec des gens qui en avaient côtoyé étant enfants. « Le cœur de l'exposition, c'est la voix de ces femmes qui se racontent. »

Un métier honorable

Parmi elles se trouve Gracia Constantineau, née en 1921 dans la région de Sherbrooke, et devenue bonne à 16 ans. « C'était des infirmes, dit-elle de ses anciens patrons. Il fallait tout faire à leur place. Le matin, je faisais le lit et le soir, je devais le défaire en pointe, sortir la robe de chambre, la mettre au pied du lit et mettre les pantoufles en dessous. Voyez-vous que j'avais affaire à des infirmes? »

Pour Noëlla Favreau Belleau, née en 1925 dans le comté de Laprairie, l'expérience a été plus grisante. « Hé! La champlure, les toilettes! Je me sentais comme une reine », a-t-elle confié à Raphaëlle de Groot.

« Pour ces femmes, le métier d'aide familiale était très honorable », analyse d'ailleurs l'artiste. « Alors que les manufactures semblaient être des lieux sales et douteux, le travail en maison privée permettait de vivre dans un bel environnement, en plus grande sécurité. » À moins que — comme c'est arrivé à Lucille Barabé, née en 1932 près de Québec — le « bonhomme » de la maison aime « venir faire un petit tour dans la chambre »...

Grâce au travail de la sociologue Élisabeth Ouellet, ces témoignages — parfois drôles, parfois tragiques, toujours éloquents — ont été replacés dans leur contexte sociopolitique. De l'existence du « Mille carré doré » — quartier de riches montréalais où chaque demeure avait son armada de personnel, vers 1900 — à l'action des groupes féministes, qui se sont penchés sur la domesticité dès le début du XX^e siècle, les informations abondent, tant dans le livre que dans l'exposition.

Ainsi peut-on apprendre l'existence des *displaced persons*, ces femmes qui avaient été internées dans des camps de réfugiés pendant la guerre et que le Canada a accueillies entre 1947 et 1951 à la condition qu'elles travaillent pendant un an comme bonnes ou femmes de ménage, soit chez des particuliers, soit dans un hôpital. Un programme qui marque le début du recrutement à l'étranger, qui n'a jamais cessé depuis.

Être bonne en 2002 : pire ou mieux?

« Entre 1850 et 2000, la situation des aides familiales n'a pas tant changé, souligne Mme Ouellet. Leur origine est différente. De 1850 à 1900, elles étaient surtout canadiennes-françaises, sauf pour quelques catégories de travailleuses, comme les *nannies*, qui venaient d'Angleterre. Aujourd'hui, les aides familiales viennent à 75 % des Philippines, les 25 % qui restent regroupant des gens d'une vingtaine de nationalités. »

Le profil des employeurs des aides familiales s'est aussi modifié, les patronnes oisives ayant cédé la place aux femmes de carrière sur-

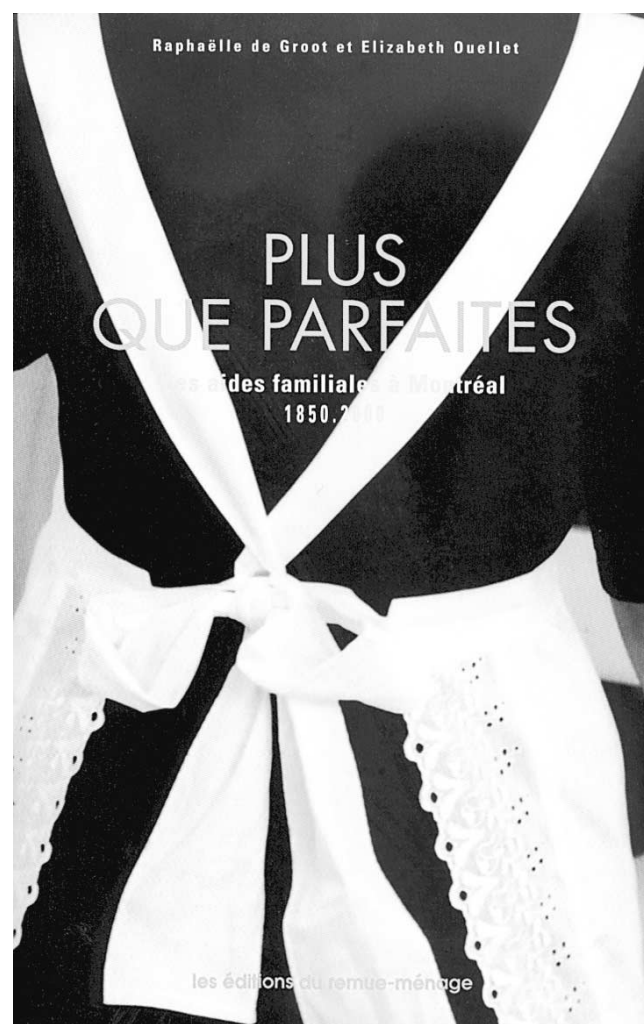
chargées. « La famille, notre noyau de vie, est présentement en train d'éclater à cause du manque de temps », observe Rolande, une aide familiale de 54 ans, dans *Plus que parfaites*. « Aujourd'hui, il faut survivre dans une société matérialiste. »

Ce qui ne veut pas dire que les gardiennes, femmes de ménage et autres aides de maison touchent le pactole. « Là où il n'y a pas eu beaucoup d'évolution, c'est sur le plan des conditions de travail, qui sont toujours aussi pénibles par rapport à leur époque », note Élisabeth Ouellet.

Alors que les exigences, elles, n'ont fait qu'augmenter... En 1910, une petite annonce parue dans *La Presse* demandait « une bonne personne de confiance de la campagne, veuve ou vieille fille, désirant se faire un chez-soi, devra être catholique ». En 1997, c'est « une personne non fumeuse, bilingue de préférence, excellente cuisinière expérimentée dans la cuisine végétarienne, au wok, créative » qui est recherchée pour garder deux enfants (selon une annonce parue dans *Le Journal de Montréal*)!

« Les gens veulent des Mary Poppins! » s'exclame Louise Dionne. « Et quoi encore? C'est hallucinant. D'autant plus que même si les employeurs recherchent des perles, ils ne sont pas prêts à les reconnaître à leur juste valeur. » Dans *Plus que parfaites*, Naina, aide familiale originaire de Croatie, raconte comment la personne âgée dont elle s'occupe lui dit : « Vous n'êtes qu'une aide familiale stupide qui ne fait que donner des bains! »

C'est que, comme le soulignent la plupart des personnes interrogées par *La Presse*, le travail d'aide familiale repose davantage sur une relation affective que sur l'exécution à proprement parler de tâches précises. Or, comment mesurer, rétribuer et calculer ce qui est considéré comme de l'amour? Dans *Plus que parfaites*, Rolande note que Saint-Exupéry a dit : « Il n'y a point de jardinier pour les hommes ». Or, souligne l'aide familiale, « c'est un peu ce que je fais... »



L'ouvrage *Plus que parfaites*, publié aux Éditions du remue-ménage, tiré de l'exposition éponyme qui se tient jusqu'au 27 avril au Centre d'histoire de Montréal.

Combien vaut le travail invisible?

MARIE ALLARD

« S'OCCUPER des gens demande une grande variété de qualités », note Ruth Rose, professeure au département des sciences économiques de l'UQAM. « C'est un travail qui a toujours été sous-estimé. »

Qu'à cela ne tienne puisque Mme Rose s'apprête à présenter, en avril, le résultat d'une enquête qu'elle a effectuée à l'automne 1999 auprès de 23 aides familiales afin de mieux connaître la valeur de leur travail. L'économiste, qui s'était penchée sur la question en 1998, a décidé de reprendre la recherche, cette fois avec une méthode mise au point par Statistique Canada pour estimer la valeur des tâches propres aux femmes.

Quels sont les résultats obtenus? Tout dépend de la catégorie dans laquelle se trouve l'aide fami-

liale. Il y a d'abord les travailleuses qui se chargent uniquement du ménage, dont le salaire horaire peut être évalué à 11,34 \$. Celles qui prennent soin d'enfants en plus de récuser et de passer le balai devraient recevoir 12,20 \$ et, enfin, celles qui ont la charge de personnes handicapées ou malades jusqu'à 14,30 \$.

Des sommes qui sont loin des salaires versés aux domestiques interrogés par Mme Rose. « Elles gagnaient de 3,65 \$ à 8,50 \$ l'heure », indique l'économiste, qui a recruté ces travailleuses par l'entremise de l'Association des aides familiales du Québec et d'annonces dans les journaux. « Les gens qui veulent un employé à temps plein — souvent des couples de professionnels qui gagnent 150 000 \$ par année et qui ont droit à des déductions fiscales — doivent accepter d'en payer le prix », conclut Ruth Rose.

- Roues en acier de 15 pouces
- Quatre coussins gonflables
- Freins ABS
- Serrures électriques
- Système audio stéréo à huit haut-parleurs
- Système d'alarme antivol et antidémarrage
- Banquette arrière rabattable et divisée 60/40

Golf GL 2002

À partir de **199\$** par mois*

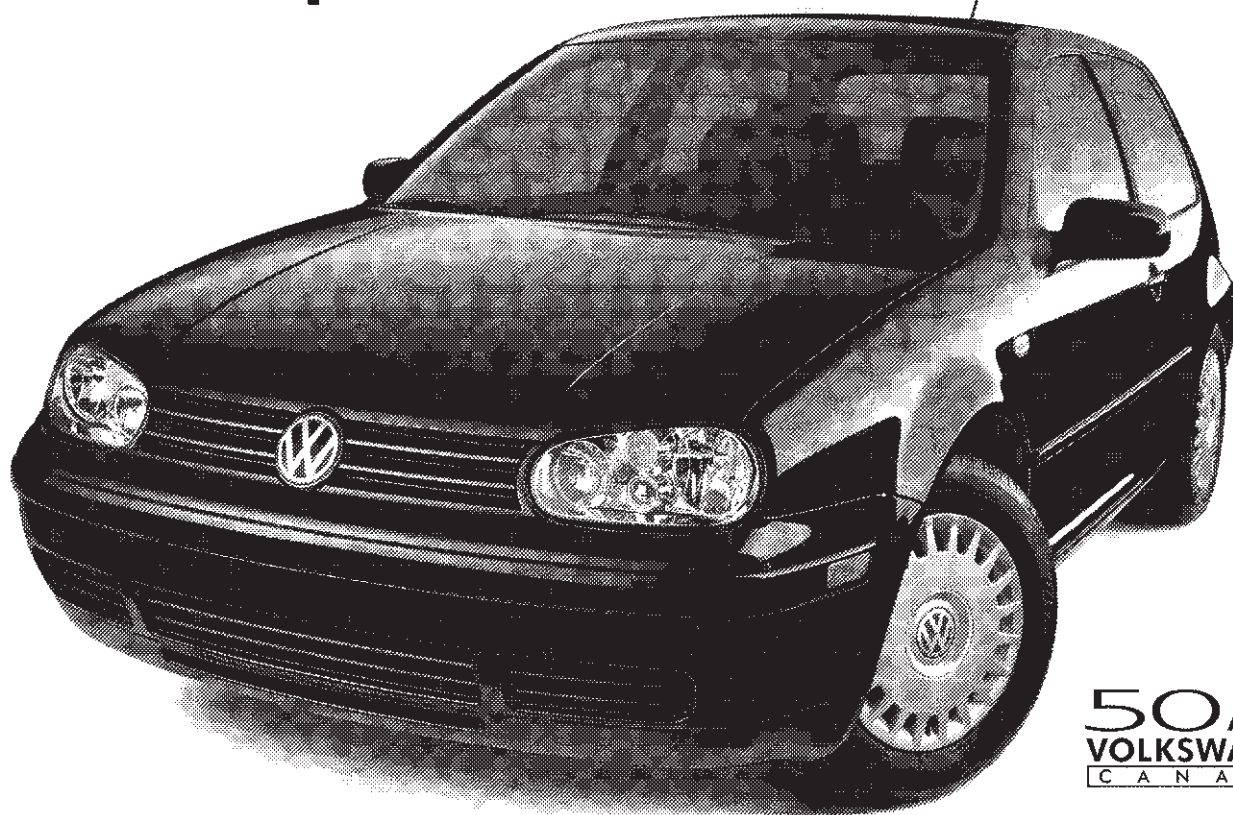
Location 48 mois

Remise de 750 \$ pour nouveaux diplômés collégiaux et universitaires. Certaines conditions s'appliquent.

vw.com

Êtes-vous fait pour Volkswagen?

Avouez que ses charmes opèrent.



50 ANS VOLKSWAGEN CANADA

*L'offre s'applique à une Golf GL 2002 de base, deux portes, transmission manuelle 5 vitesses, neuve. Photo à titre indicatif seulement. Versement initial de 3000 \$ ou échange équivalent. Dépôt de garantie de 249 \$ requis à la transaction. Transport et préparation inclus. Immatriculation, assurances et taxes en sus. Frais de 0,12 \$ du km additionnel après 80000 km. Sujet à l'approbation de crédit de Volkswagen Finance. Offre valable pour un temps limité chez les concessionnaires Volkswagen du Québec seulement. Ne s'applique qu'aux particuliers et que pour un usage personnel et non commercial. Les stocks peuvent varier d'un concessionnaire à l'autre. Et comme la Golf est si précieuse, nous avons même buriné 25 de ses composantes.

PROFESSION : DOMESTIQUE

Revendiquer malgré son tablier

MARIE ALLARD

« LES HEURES supplémentaires payées, c'est très rare, comme les vacances et les jours fériés », dit Louise Dionne, directrice de l'Association des aides familiales du Québec (AAFQ). « Le gros de notre travail, en fait, c'est tenter de faire respecter les droits des aides familiales. »

Encore heureux que nous ne soyons plus en 1937, alors que la nouvelle « Loi des salaires raisonnables » laissait en plan les domestiques...

Aujourd'hui, le boulot d'aide familiale est couvert par la Loi sur les normes du travail, à l'exception de celui des gardiennes « qui prennent soin de façon exclusive d'un enfant, d'un malade, d'une personne âgée ou handicapée », note M^e Myriam Bédard, avocate à la Commission des normes du travail.

Et bien que les plaintes d'aides familiales soient toujours rares — « il y en a moins que dans la restauration, mais cela n'empêche pas que l'on en voit régulièrement », dit M^e Bédard — certaines victoires réjouissent l'AAFQ. Dali, une aide

familiale congédiée sans raison après quatre années de service chez le même employeur, a par exemple porté plainte et reçu 3000 \$ de ce dernier (cf. *Plus que parfaites*, Les Éditions du remue-ménage, 2001, p. 155).

L'Association des aides familiales du Québec n'est pas à court de revendications pour autant. La fin de l'exclusion des gardiennes dans la Loi sur les normes du travail, la création d'un répertoire des employeurs d'aides familiales, l'instauration de mécanismes de vérification, voilà autant de souhaits formulés par les aides familiales.

Des demandes dont le Comité interministériel d'étude des conditions de travail des aides familiales avait pris note en 1996, bien que les résultats concrets se fassent toujours attendre. « Il y a un an et demi que l'on discute d'une révision de la Loi sur les normes du travail, indique Lucien Paquin, agent d'information au ministère du Travail. Comme c'est toujours à l'état de projet, on ne peut pas savoir ce qui en fera partie. »

De l'aide venue d'ailleurs

MARIE ALLARD

« VOUS VOULEZ embaucher une aide familiale résidente ? » demande-t-on sur le site Internet d'Immigration Québec (www.immq.qc.ca). Rien de plus facile : il vous suffit d'effectuer la « marche à suivre en deux étapes ! » Après tout, n'existe-t-il pas une disposition expresse dans la Loi sur l'immigration pour permettre aux familles de faire venir d'ailleurs des employés domestiques en résidence ? Abracadabra, vous voilà avec une domestique en main, croyez-vous ? Pas tout à fait, puisqu'il vous faut notamment « assurer des conditions de vie décentes » à votre employée et « respecter l'ensemble des dispositions de la Loi sur les normes du travail ».

« Or, quand on dit aux employeurs qu'il faut qu'ils paient le salaire minimum à leurs aides familiales, ils nous répondent : Dans ce cas, je vais faire venir une Mexicaine avec un visa de touriste ! », dit Louise Dionne, directrice de l'Association des aides familiales du Québec (AAFQ).

Pénurie ou exploitation ?

Pourquoi aller recruter à l'étranger ces femmes qui devront pénétrer au cœur des foyers québécois ? Afin de « combler, sur une base temporaire, des postes d'aides familiales laissés vacants par la main-d'oeuvre locale », affirme le site. Tout « temporaire » qu'il soit, ce programme a donné l'occasion au gouvernement canadien d'accorder plus de 100 000 permis de travail pour des postes de travailleurs domestiques entre 1982 et 2000 (selon *Plus que parfaites*, les aides familiales à Montréal de 1850 à 2000, Éditions du remue-ménage).

« Il est nécessaire de recruter à l'étranger parce que les travailleurs d'ici refusent de résider chez l'employeur », indique la sociologue Elizabeth Ouellet, coauteure de *Plus que parfaites*. Pourtant, « la thèse de la « pénurie » de domestiques résidentes, qui justifie depuis un siècle l'importation de main-d'oeuvre étrangère, laisse perplexe », note le rapport du Comité interministériel d'étude des conditions de travail des aides familiales présenté au ministère du Travail en 1996.

« Une pénurie de travailleurs, quels qu'ils soient, n'existe pas dans l'absolu, tant il est vrai que l'offre de travail augmente avec le salaire et l'amélioration générale des conditions d'emploi », poursuit le rapport. Le fait est, par ailleurs, que les ressortissantes étrangères qui occupent les postes de domestiques résidentes « les quittent dès qu'elles le peuvent pour devenir des non-résidentes ou exercer une autre profession ».



Photo tirée de *Plus que parfaites* (Éditions du remue-ménage)

« Je portais un uniforme, mais j'aimais ça, parce que je n'avais pas de sous pour m'acheter du linge », note Lucille Barabé, photographiée entre 1953 et 1957, alors qu'elle allait porter le petit déjeuner au lit à sa patronne.

D'abord esclave, Canadienne ensuite

Si ce programme est alléchant pour les travailleuses étrangères, en fait, c'est parce qu'il offre — au bout de deux années complètes de travail — la possibilité de présenter une demande de résidence permanente au Canada. Ainsi, Aline Ayetola, née au Bénin en 1966, a été aide familiale au Québec (alors qu'elle avait un diplôme de technicienne industrielle en topographie !) et a pu obtenir sa résidence. « Pour elle, à ce moment-là, demeurer chez son employeur était une bonne décision », lit-on dans *Plus que parfaites*.

Voilà qui n'empêche pas l'AAFQ de s'opposer au programme, « parce qu'il est propice à des situations d'esclavage ». En novembre dernier, l'Association a dû alerter les policiers, qui sont allés libérer une aide familiale gardée prisonnière dans une maison de Saint-Laurent. « L'obligation de résider chez l'employeur et le permis de travail délivré au nom de l'em-

ployeur rend les aides familiales vulnérables aux abus de toutes sortes », ont affirmé les membres de l'AAFQ lors de l'événement Toujours serviables, jamais servantes !, le 12 août dernier.

« Le Comité considère que ce sujet (l'obligation de résider chez l'employeur) est suffisamment sérieux et important pour qu'on entreprenne des représentations auprès du gouvernement fédéral quant au retrait de cette exigence », indiquait pour sa part le rapport du Comité interministériel d'étude des conditions de travail des aides familiales en 1996.

Depuis, pourtant, rien n'a changé... Pourquoi ? Selon Sedef Arat-Koc, chercheuse pour INTERCEDE (un groupe de défense de droits des domestiques), à Toronto, « ces programmes sont une réponse politique à une demande privée, celle de quelques milliers de familles faisant partie de l'élite sociale, politique et économique », lit-on dans *Plus que parfaites*. Des gens qui ont probablement plus de poids que 100 000 immigrantes...



Uniformes offerts dans le catalogue automne-hiver d'Eaton en 1921-1922 (reproduit avec l'autorisation de Sears Canada).

AUTOBAINES

7 jours consécutifs

pour seulement **35,70 \$*** pour 3 lignes

1,70 \$* par ligne supplémentaire par jour *taxes en sus

LES PETITES ANNONCES

La Presse
cyberpresse.ca

987-VENDU
sans frais 1 866 987-VENDU (8363)

Pour cette offre spéciale, aucun changement ne peut être apporté au texte original en cours de publication. On peut annuler après la première parution, cependant la facturation s'établira obligatoirement pour le nombre de jours de parution demandé lors de la réservation. Payables avant publication. 3031099

Votre prochain départ

EXPOGOLF 2002 22, 23 et 24 mars 2002
Place Bonaventure

Le salon qu'il faut voir!

EXPOGOLF La Presse

22, 23 ET 24 MARS

Place Bonaventure

Jouez au golf en France!

Le voyage pour deux personnes comprend le transport aérien, l'hébergement pour 7 nuits à Biarritz, 4 rondes de golf et la location d'une voiture pour une semaine.

Pour participer et connaître l'indice du jour, écoutez « Les amateurs de sports » avec **Mario Langlois à CKAC730** dès 16 heures, du lundi au vendredi. Remplissez le coupon de participation ci-dessous et déposez-le au salon Expogolf La Presse ou faites-le parvenir à l'adresse indiquée avant 17 heures, le 21 mars 2002.

Nom : _____ Prénom : _____

Adresse : _____ App. : _____ Âge : _____

Ville : _____ Code postal : _____

Tél. (rés.) () _____ Tél. (travail) : () _____

Date de l'indice: _____

Nom du professionnel de golf: _____

Je désire recevoir des offres promotionnelles de La Presse.

Adresse postale: La Presse Itée, case postale 11054, Succ. Centre ville, Montréal (Québec) H3C 4Z1, Fac-similés refusés. Les règlements du concours disponibles à La Presse. Valeur totale du prix offert, 4 800 \$.

SPORTVAC TOURS CKAC 730 Maison de la France AIR FRANCE www.franceguide.com

RADIO Première Chaîne

B A Z Z O
en semaine 9 h

Réalisation : Danielle LeBlanc

www.radio-canada.ca/radio 3032437A

Cette semaine : **Louise Vandelac, Gérard Poirier, Guy Rocher, Laure Adler et Pascal Bruckner.**

Aujourd'hui à **Indicatif présent** : Marie Allard, du cahier « Actuel » de *La Presse*, nous parle des aides domestiques.

La Presse

Écoutez pour voir. **95.1 FM** Montréal **106.3 FM** Québec **90.7 FM** Ottawa-Gatineau

PROFESSION : DOMESTIQUE

Le roman de deux ex-gouvernantes sème l'émoi chez les riches de New York

d'après le New York Times

NEW YORK – La question est murmurée discrètement aux cocktails, relancée dans les couloirs des écoles privées huppées de Manhattan, brassée derrière les portes closes des chambres à coucher des appartements hyper luxueux de Park Avenue : qui est M^{me} X ?

Théoriquement, M^{me} X est un personnage fictif au cœur du roman *The Nanny Diaries*, de St. Martin's Press, sorti en librairie il y a trois semaines. Mais tout le monde se demande de qui il s'inspire en réalité.

Les auteures du roman, Emma McLaughlin et Nicola Kraus, ont travaillé comme gouvernantes durant les années 1990 dans une trentaine de familles new-yorkaises. Puisant dans leurs expériences, elles ont rédigé un roman au sujet de l'inconduite de la haute société, qu'a vue de près leur héroïne, Nanny.

Les personnages sont « les produits de l'imagination des auteures », affirme le texte d'avertissement au début du livre. Un avis de non-responsabilité banal. Tellement banal, de fait, qu'il invite au scepticisme. Et tout Park Avenue s'interroge.

Ce livre n'est pas le premier à susciter un tel questionnement. On s'est longtemps demandé quel personnage réel avait inspiré la maîtresse du *Bücher des vanités* de Tom Wolfe. Et qui est réellement le Mr. Big de *Sex and the City* ?

Il y a de bonnes chances que *The Nanny Diaries* devienne le « succès de scandale » de 2002 à Manhattan. Les auteures ont déjà signé un contrat avec Miramax, qui en fera un film. Tantôt on fait leur éloge comme narratrices sociales, tantôt on les dénonce comme opportunistes.

Dans le roman, M^{me} X est présentée comme une mère au foyer oisive de Park Avenue. Elle conserve sa lingerie dans des sacs Ziploc. Obsédée par ses chaussures Prada et ses ensembles coordonnés Lilly Pulitzer, elle ne s'intéresse qu'aux apparences et à la situation sociale des gens.

Dans un passage du roman, elle demande à Nanny de s'assurer que son fils Grayer porte un blouson du Collegiate School pour une photo qu'il doit expédier à des amis, même s'il n'a pas encore été admis à ce bastion de l'éducation privée.

Des mensonges haineux ?

Les véritables mères de Park Avenue crient à l'injustice. Helen Schiffer, résidente de Park Avenue et mère d'une fille de sept ans, affirme que, dans son groupe d'amies, on croit que les auteures



Photo AP

Tout New York se demande qui sont les madames de la haute société dont on s'est inspiré pour *The Nanny Diaries*, ouvrage décapant et controversé sur les riches de Park Avenue vus par une gouvernante.

profèrent des mensonges haineux à l'égard d'employeurs innocents.

« Les gens que je connais jugent le roman très biaisé et mercenaire », déclare Schiffer, qui n'a pas connu les auteures. « Je pense qu'elles se sont dit, de façon délibérée : faisons de l'argent, nous serons les Candace Bushnell du monde des gouvernantes. »

M^{me} Bushnell a puisé dans ses observations des comportements sociaux et sexuels de New York pour rédiger *Sex and the City*. M^{mes} McLaughlin et Kraus ont observé de près la vie privée des New-Yorkais et exprimé le point de vue des domestiques.

M^{me} Schiffer reconnaît avoir lu seulement quelques passages du livre, mais elle se dit frappée par son ton condescendant. La plupart de ses amies, dit-elle, boycottent le roman. Elle avoue cependant que certains parents ne se montrent pas gentils envers les gouvernantes. « Il y a sans doute quelques pommes pourries dans le lot », dit-elle.

M^{me} Kraus a trouvé l'inspiration pour ses « pommes pourries » au 1000, Park Avenue, l'édifice où elle demeurait avec ses parents, propriétaires d'une librairie d'art dans le quartier Upper East Side, pendant qu'elle occupait un poste de gouvernante.

Un patron de Miramax, qui a accepté de parler au *New York Times* sous le couvert de l'anonymat, a révélé que Lisa Birnbach, correspondante de CBS qui réalise des reportages sur les soins des enfants pour l'émission *The Early Show* et ancienne résidente du 1000 Park Avenue, avait servi de modèle pour M^{me} X. Elle ne serait pas la seule.

Interrogée à son bureau de CBS, M^{me} Birnbach a confirmé qu'elle et une autre locataire de l'édifice avaient employé M^{me} Kraus comme gardienne. « Je la voyais davantage comme une compagne de jeu pour mon enfant », dit M^{me} Birnbach en refusant de commenter davantage.

Il existe peu de similitudes entre M^{me} X et M^{me} Birnbach. Celle-ci a une carrière, contrairement à M^{me} X. Elle a épousé un producteur ; M^{me} X, un banquier. Et ceux qui connaissent M^{me} Birnbach témoignent de ses manières polies, de sa solide réputation journalistique et de son respect d'autrui.

Il y a cependant des similitudes. Les deux femmes ont les cheveux noirs. M^{me} X connaît un célèbre styliste de chaussures et son épouse originaire d'une grande famille politique. Birnbach connaît le styliste de chaussures Kenneth Cole et son épouse Maria Cuomo Cole, la fille de l'ancien gouverneur de l'État de New York, Mario Cuomo. Et M^{me} X, déplore la narratrice, ne voit en Nanny qu'une compagne de jeu pour son enfant.

Une autre femme, identifiée comme modèle possible pour M^{me} X et qui demeure toujours au 1000, Park Avenue, n'a pas répondu aux appels du *Times*.

Une oeuvre d'imagination basée sur des expériences vécues

La semaine dernière, M^{me} Kraus a déclaré qu'elle ne voyait rien d'inconvenant à s'inspirer d'anciens voisins. Ses parents, qui habitent toujours au 1000, Park Avenue, l'appuient. « Ils sont très fiers de moi », a-t-elle déclaré, affirmant ne jamais avoir mentionné le nom de Birnbach à Miramax. Selon la coauteure, Emma McLaughlin, le roman « est tiré de (leur) expérience, mais c'est une oeuvre d'imagination. »

De toute façon, plusieurs mères regardent cette affaire en souriant. Ileene Smith, cadre chez Scribner, habite au 1000, Park Avenue. Elle estime que le roman propose des observations fort pertinentes sur la mentalité d'un certain type de mère dorlotée de Park Avenue. « Tchekhov devait songer à Park Avenue quand il a dit que chaque famille avait un secret », affirme-t-elle.

Durant une séance de dédicaces la semaine dernière, une centaine de personnes se sont entassées dans la librairie Lenox Hill pour grignoter de petites sandwiches au saumon et au fromage à la crème, boire du vin blanc et entendre Emma McLaughlin et Nicola Kraus parler de leurs expériences au sein de la haute société de Park Avenue.

« La teneur du roman n'est aucunement exagérée », a déclaré M^{me} Kraus.

« Wow ! » s'est exclamée Elizabeth Kingdale, une gouvernante originaire d'Angleterre qui a travaillé en Californie, en Ohio et dans l'État de New York. Elle se disait curieuse de savoir si les mères à New York étaient aussi terribles que dans le roman. « J'ai l'impression que ça dépend de la famille. J'ai été chanceuse. »

Les effets du roman se sont fait sentir immédiatement dans certaines agences de gouvernantes. Robin Kellner, directrice de l'agence de placement qui porte son nom à Manhattan, trouve le roman injuste. Des familles s'en sont plaintes, dit-elle.

« Selon moi, aucune mère ne jugerait qu'il s'agit d'un commentaire social acceptable », ajoute-t-elle. Les familles qui embauchent des domestiques, estime M^{me} Kellner, accordent la plus haute importance aux questions de confiance, de vie privée et de sécurité.

« Je pense qu'il est regrettable, poursuit-elle, que des gens aient décidé de laisser entendre que leur ancien emploi est la source de tout ce commérage, puis de l'exploiter et d'en profiter. »

Les familles qui ont entendu parler du roman demandent maintenant à M^{me} Kellner si elles peuvent faire confiance aux domestiques qu'elles embauchent pour qu'ils ne révèlent pas des détails de leur vie personnelle.

Promesse de confidentialité

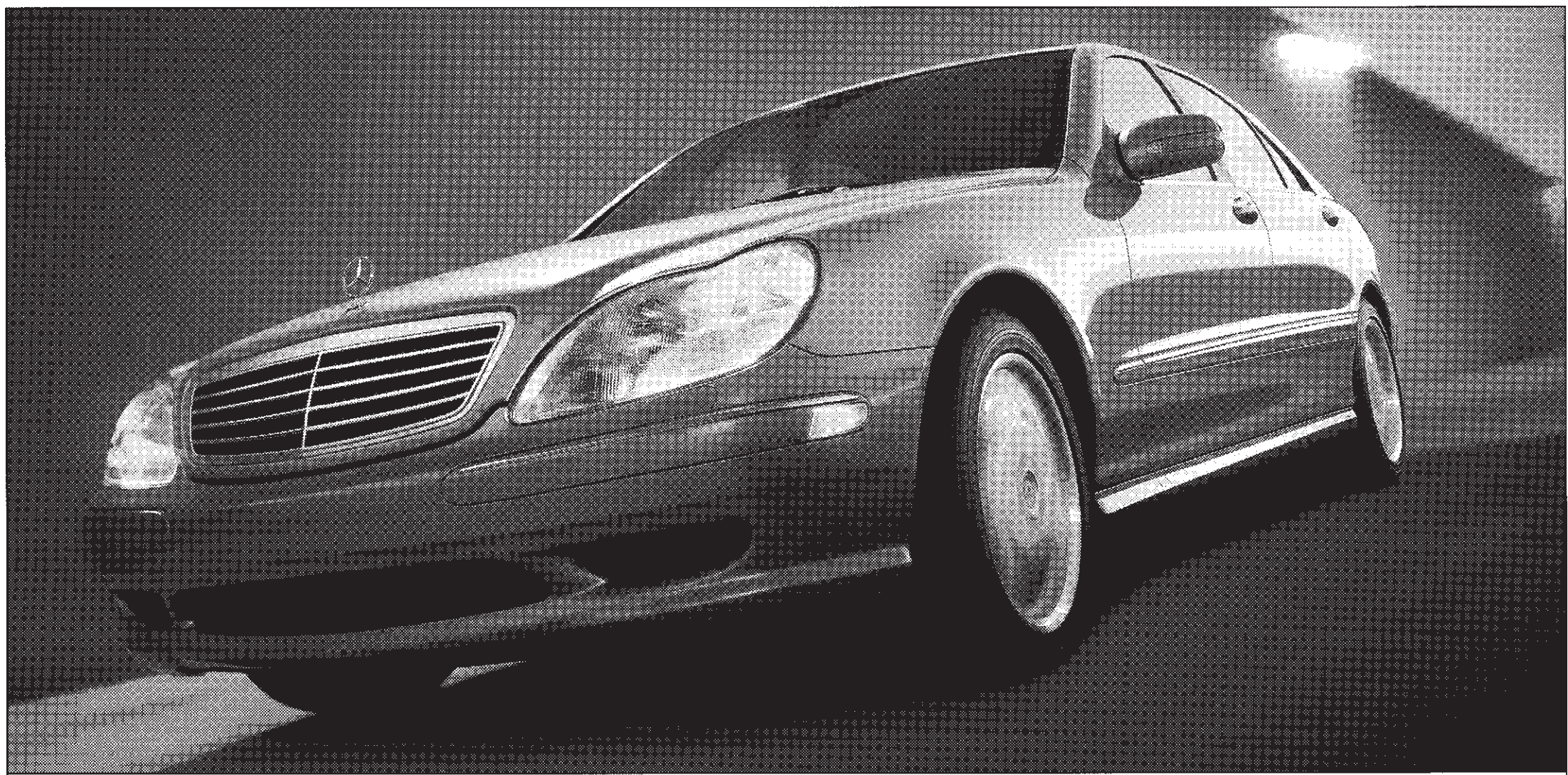
Clifford Greenhouse, directeur du Pavillion Agency et Nanny Authority, à New York, affirme que toutes ses gouvernantes doivent signer une promesse de confidentialité.

Au 1000, Park Avenue, un résident qui a voulu rester anonyme estime que les propriétaires de l'édifice devraient édicter des règles contre l'utilisation, dans une oeuvre de fiction, des vies des locataires. « La semaine dernière, le conseil a fait distribuer un avis sur la limite de grossier de nos chiens, et voilà que nous apprenons qu'une de nos résidentes était une délatrice. Je crois qu'il s'agit d'une question beaucoup plus importante. »

Alexandra von Furstenberg, mère du Upper East Side, explique qu'elle protège sa famille en demandant aux futures gouvernantes de signer un accord de confidentialité. Sa propre gouvernante, confie-t-elle, est fascinée par le roman.

« Elle m'a annoncé que les deux auteures seraient chez l'éditeur Barnes & Noble, et m'a demandé si elle pouvait y aller, dit von Furstenberg. Bien sûr, j'ai dit oui. Ce n'est pas comme si elle les appuyait. Elle trouve l'affaire comique, rien de plus. »

Elle ajoute, après une pause : « J'ai l'impression qu'on peut en rire. S'il ne s'agit pas de soi... »



Au 7^e rang des choses à faire dans la vie : posséder une Classe S.

► **LA CLASSE S.** Au cours d'une vie, certaines expériences se doivent d'être savourées. Une performance de virtuose, une destination célèbre, un chef-d'œuvre artistique. Naturellement, la Classe S, notre porte-drapeau, a été

qualifiée de tout cela, et bien plus.

► Mais ceci n'est pas une simple invitation à venir admirer ce tour de force. C'est une invitation à découvrir, en personne, la puissance, la tenue de route et l'assurance, combinées à la

perfection. Et ce au volant de notre automobile la plus avant-gardiste du point de vue technologique, mais la moins intimidante, la plus spacieuse et la plus gracieuse de notre gamme.

► Goûtez à la meilleure expérience

automobile qui soit : la Classe S. Faites le 1 800 387-0100 ou rendez-vous à www.mercedes-benz.ca pour localiser le concessionnaire le plus proche et imprimer une brochure du site Web. **UNE VALEUR ÉQUITABLE À PARTIR DE 95 350 \$***



Mercedes-Benz

L'avenir de l'automobile

Entrez dans l'univers Mercedes-Benz avec les articles griffés du catalogue *La Collection* en visitant www.mercedes-benz.ca

*Mercedes-Benz Canada Inc., Toronto, Ontario, 2002. Mercedes-Benz — une marque de DaimlerChrysler. *PDSF de la S430 en équipement standard (n'inclut ni les taxes, ni les frais de transport, de préparation et d'administration). Le concessionnaire peut offrir un prix moindre.

La Presse
18 mars 2002

Page B5 manquante

L'intelligence artificielle sur le Web

LUDOVIC HIRTZMANN
collaboration spéciale

LE NET EST devenu LE catalogue de toutes les applications en intelligence artificielle. Le réseau des réseaux présente parfois de biens curieux robots puisqu'il est même désormais possible de parler à Jésus...

Contrairement à ce que veulent nous faire croire nos voisins des États-Unis, les créatures mécaniques ne datent pas des années cinquante et de la science américaine, mais plutôt du XVIII^e siècle. « Les véritables automates sont nés en plein Siècle des lumières avec l'art de l'horlogerie », nous rappellent les concepteurs du site *Automates anciens*. Des robots volants aux robots serpents, en passant par les robots jouant au soccer (www.robotcup.org), les applications sont de plus en plus variées pour ces êtres artificiels.

Le Massachusetts Institute of Technology (MIT) est l'une des principales pépinières dans le domaine, et ce, depuis 1959. « Notre objectif intellectuel est de comprendre comment fonctionne le cerveau humain. Nous croyons que la vue, la robotique et le langage sont les clés pour comprendre l'intelligence », affirme le site du MIT dès sa page d'accueil. Avec son équipe de 200 personnes spécialisées en intelligence artificielle, le célèbre institut est sans conteste l'un des plus performants dans son domaine. Le Massachusetts Institute of Technology propose une véritable encyclopédie et présente des dizaines de projets de recherche sur l'imagerie médicale, la robotique, les humanoïdes ou encore le langage. Ne vous laissez pas impressionner par l'image prestigieuse du MIT puisque le site Internet est dans son ensemble très accessible au profane.

L'un des objectifs les plus intéressants et les plus délicats du MIT est de concevoir des machines intelligentes, capables d'apprendre de l'environnement qui les entoure. Lorsqu'il s'agit de recréer le



Le site Snakerobots.com

cerveau d'une personne adulte, les chercheurs ont souvent connu des difficultés. « Plutôt que d'essayer de produire un programme qui simule le cerveau d'un adulte, pourquoi ne pas tenter plutôt d'en concevoir un qui simule celui d'un enfant ? » se demandait déjà en 1950 Alan Turing, le père de l'intelligence artificielle.

L'an dernier, des savants russes de l'Académie internationale des sciences de l'information ont déclaré avoir construit le premier cerveau artificiel. Si celui-ci dispose du même potentiel que le cerveau humain, il faut néanmoins que les chercheurs russes l'éduquent ! Une autre piste pour les chercheurs en

intelligence artificielle est d'imiter les animaux. L'Université de Toronto a ainsi conçu l'*Ornithopter*, un avion-oiseau robot que l'on peut découvrir dans une vidéo sur le site de l'Université. L'International Society for Adaptive Behavior étudie les comportements évolutifs chez les animaux, agents logiciels et robots. D'autres conçoivent des serpents robots, tel l'Américain Gavin Miller, qui expose ses créations sur le site [snakerobots.com](http://www.snakerobots.com). De son côté, [Pekee.com](http://www.pekee.com) est consacré à la robotique ludique et met en vedette le robot du mois.

Applications quotidiennes

Le site *Automates intelligents* com-

prend des dizaines de liens, d'adresses et de nouveautés sur l'intelligence artificielle. Le site de l'American Association for Artificial Intelligence (AAAI) est également un incontournable en matière d'intelligence artificielle. « Imaginez des ordinateurs apprenant des dossiers médicaux afin de découvrir les nouvelles tendances dans l'apparition et la propagation de nouvelles maladies », évoque Tom Mitchell, président de l'AAAI. Le site est véritablement destiné au grand public et contient de nombreux articles de vulgarisation.

Ainsi, les applications en intelligence artificielle pour tout un chacun sont omniprésentes. Dans les

usines d'automobiles, les robots dotés de vision font leur apparition. Ceux-ci seront ainsi capables de conduire un véhicule d'un point à un autre. L'économie pourrait être de cinq milliards de dollars américains d'ici la fin de l'année pour les constructeurs. À Osaka, les Japonais ont construit une résidence *high-tech* pour personnes âgées, la première au monde. Cette maison, qui peut recevoir 106 patients, comporte des robots dont le seul but est de veiller sur les personnes âgées. Ces applications de la vie quotidienne devraient se multiplier puisque les robots conversationnels sont déjà une réalité. C'est le cas du site Internet d'Alice (<http://alicebot.org>). Grâce à ce dernier, vous pouvez parler à un robot, Alice, qui vous répondra en anglais (colonne Features, puis Talk to Alice). Mais le « Net plus ultra » demeure [Crucify.com](http://www.crucify.com), un site qui vous permettra de parler à Jésus...

Enfin, si vous êtes passionné par l'intelligence artificielle, le MIT s'adresse à vous : « Le groupe de robotique humanoïde est à la recherche de titulaires d'un post-doctorat qui ont de l'expérience dans la conception et la programmation de robots, disposant d'une bonne connaissance et d'une bonne appréciation de la neuroscience. »

En savoir plus sur l'intelligence artificielle
Laboratoire d'intelligence artificielle du MIT

www.ai.mit.edu

American Association for Artificial Intelligence

www.aaai.org

Automates intelligents

www.automates-intelligents.com

International Society for Adaptive Behavior

www.isab.org

Université de Toronto — Ornithopter

www.utias.toronto.edu/test/res/itm/fda-proj.html#proj2

Snake robots

www.snakerobots.com

Crucify.com

www.crucify.com

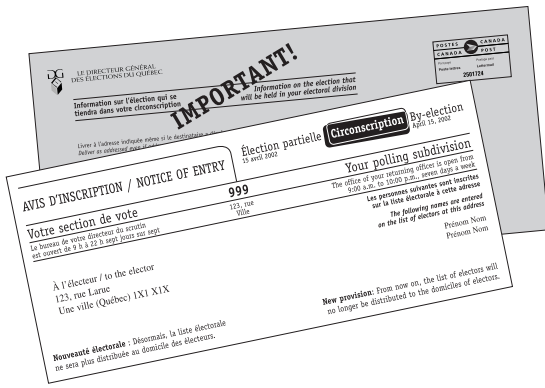
ÉLECTIONS PARTIELLES ANJOU ET VIGER LE 15 AVRIL 2002

J'y vois!

Élections dans les circonscriptions d'Anjou et de Viger 15 avril 2002

Votre nom est-il inscrit sur la liste électorale ?

Pour pouvoir voter, vous devez être inscrit sur la liste électorale. Un avis d'inscription vous sera transmis par la poste vous indiquant les noms qui figurent sur la liste électorale à votre adresse.



Vérifiez si vous êtes inscrit et correctement inscrit, c'est votre responsabilité.

Nouveauté électorale : Désormais, la liste électorale ne sera plus distribuée au domicile des électeurs.

Du 25 mars au 2 avril 2002

c'est la révision des listes électorales

Pour vous inscrire ou corriger votre inscription, rien de plus simple

Il suffit de vous présenter à votre bureau de révision. Pour en connaître l'adresse et les heures d'ouverture, consultez votre avis d'inscription, les journaux ou encore, le site Web du Directeur général des élections.

Important ! Pour vous inscrire, vous devez avoir la qualité d'électeur et présenter deux pièces d'identité.

Le Manuel de l'électeur

L'avis d'inscription que vous recevrez par la poste sera accompagné du *Manuel de l'électeur*. Conservez ces documents, vous y trouverez toutes les informations dont vous aurez besoin pour exercer votre droit de vote. N'hésitez pas à vous y référer !

Pour de plus amples renseignements :
1 888 ÉLECTION (1 888 353-2846)

Site Web : www.dgeq.qc.ca
Courrier électronique : dgeq@dgeq.qc.ca

Les personnes sourdes ou malentendantes peuvent composer sans frais le 1 800 537-0644.



LE DIRECTEUR GÉNÉRAL
DES ÉLECTIONS DU QUÉBEC

Parce qu'un vote, ça compte

ESPACE PUB



La famille sent bon

ISABELLE MASSÉ
collaboration spéciale

OUBLIEZ LES PUBS de parfum en noir et blanc où deux inconnus s'embrassent et s'enlacent à la volée dans un corridor étroit. Les affiches de mecs découpés au couteau et de déesses aux lèvres pulpeuses qui s'adorent et se dévorent des yeux, sous une vague d'eau ou contre le vent. Pourquoi sentir bon pour l'autre (légèrement vêtu si possible) quand toute la famille peut apprécier notre... proximité ?

Avec la toute dernière campagne de son parfum *Eternity*, Calvin Klein Cosmetics veut briser la routine publicitaire et nous offre la mannequin Christy Turlington en famille. Les deux messages télévisés et les quatre affiches parues depuis février dans les magazines de mode, tels *Vogue*, *Arena* et *Glamour*, montrent notamment la porte-parole d'*Eternity* (depuis 13 ans) entourée de trois enfants et de son copain (pour la cause, le mannequin Aaron Ward, nouveau visage masculin d'*Eternity*). « Nous ciblons d'une façon différente les consommateurs, a expliqué Hilary Dart, présidente de Calvin Klein Cosmetics, jointe à New York. Nos concepts précédents, révolutionnaires, ont tous été copiés par nos concurrents. Comme elle touche à la famille, cette campagne se différencie une fois de plus des leurs. Elle s'appuie sur l'attrait principal de la marque, le fait qu'elle évoque de beaux moments du passé. »

« Il y a une certaine usure dans les codes publicitaires, note Jean-Jacques Strélski, vice-président exécutif de l'agence de publicité Taxi Montréal. Les pubs de parfum et de désodorisant se ressemblent toutes. On a qu'à remplacer les logos d'un message à un autre. On arrive à s'y retrouver, mais c'est complexe. De temps en temps, on sent une volonté de se différencier de la part de certains annonceurs comme Benetton, il y a quelques années, et Kookaï (avec ses pubs dans lesquelles les filles donnent leur 4 % à leur mec en les jetant à la poubelle et dans la toilette !). Qu'une entreprise ait envie de se démarquer est sain et pas idiot. Mais est-ce que les jeunes mères iront chercher leur image à séduire avec cette campagne d'*Eternity* ? C'est tout un pari ! »

Voir la comédienne Caroline Dhavernas rire avec sa soeur et sa mère, Michèle Deslauriers, attablées autour d'un contenant de margarine Bécél, est un naturel. Comme toutes ces publicités de McDonald's ou des Rôtisseries St-Hubert, où fiston se régale joyeusement avec papa devant ses figurines de *La Guerre des étoiles*. Mais se parfumer ne relève-t-il pas de l'intimité ? « Il était primordial pour nous que notre publicité attire toutes les générations, comme *Eternity* est une marque importante vendue tant aux femmes qu'aux hommes de 24 à 54 ans », affirme Hilary Dart.

Un autre annonceur *glamour* a emprunté la voie de la famille. Un coup d'oeil dans le numéro de mars de *Flare* nous montre l'actrice Glenn Close enlaçant sa fille, toutes les deux habillées en Gap. Quelques mois plus tôt, c'était la chanteuse Erica Badu qui était photographiée avec sa soeur, joue contre joue. « Bien des choses ont changé depuis le 11 septembre 2001, note Jean-Jacques Strélski. La pub répond de plus en plus à des contrats vérité. Elle privilégie le « fait vrai » au lieu de la pure fantaisie. Les consommateurs ont tendance à se retrouver davantage dans la réalité aujourd'hui, car ils se rendent compte que la vie de tous les jours est



Le marchand de vêtements Gap mise lui aussi sur les liens familiaux pour façonner son image actuelle.

aussi intéressante, sinon plus que l'*American Dream*. »

Une marque *glamour* ne doit-elle pas plutôt s'assumer ? Assumer son côté non... essentiel ? « Les gens ne veulent pas sentir que les annonceurs forcent la note et tentent à tout prix de créer des liens avec les événements du 11 septembre, mentionne Heather Mee, associée et directrice, développement stratégique, de la firme Ziccardi Partners Frierson Mee, de New York. Les annonceurs doivent demeurer fidèles à leurs valeurs (le plaisir, le sport...), à ce que représente leur marque. »

« Tout est une question d'intelligence, juge Marie-Josée McGowan, vice-présidente, directrice de marques (dont L'Oréal), de l'agence de publicité Publicis. Une marque doit se donner une personnalité sans vendre de promesses irréalisables. En donner simplement pour que les gens aient envie d'y adhérer. »

« Avec son concept familial, *Eternity* risque de perdre de la crédibilité, ajoute-t-elle. On peut s'adresser à la maman autrement. Sans essayer de faire réagir par les clichés. Dès qu'on fait semblant que c'est à la mode, comme lorsqu'on conçoit des campagnes *full cool* pour les adolescents, c'est dangereux. Car les consommateurs

ont assez conscients aujourd'hui pour voir le jeu. »

D'autant plus que ces derniers n'auraient pas changé leurs habitudes de consommation. Ils auraient simplement réduit le montant de leurs achats, selon une étude menée par la firme Ziccardi Partners Frierson Mee. L'achat de bien de luxe serait encore une de leur priorité, pouvait-on lire la semaine dernière sur le site internet du magazine spécialisé *Advertising Age*. « En recherche, on remarque cependant que les valeurs des adolescents et des jeunes adultes ont changé, note Christine Melançon, directrice générale d'Impact Recherche. Avant, leurs rêves se mesuraient en biens matériels possédés. Maintenant, ils me répondent qu'ils veulent avoir une petite maison à la campagne avec des enfants et un chien. A la question : qui respectez-vous le plus ? on m'a déjà répondu : « Ma mère, car elle m'a élevé seule. » Ils sont aujourd'hui plus refermés sur le cocon familial. Mais qu'*Eternity* joue sur ces valeurs étonne, car le parfum est un accessoire de séduction. On n'en met pas pour plaire à sa famille... »

Calvin Klein se défend toutefois d'avoir « profité » des attaques terroristes de septembre, en concevant la campagne d'*Eternity*. D'abord parce que cette dernière a été réalisée avant que ne s'écroulent les tours du World Trade Center. « C'est une pure coïncidence », affirme Hilary Dart. Avouez que l'entreprise ne pouvait mieux tomber...



EN BREF

ISABELLE MASSÉ
Collaboration spéciale

E.T. au Chalet Suisse

E.T. CÉLÈBRE ses 20 ans, et Steven Spielberg, réalisateur du film culte qui ressort en salle vendredi, ne voulait qu'aucune chaîne de restauration rapide ne soit associée à l'événement. C'est chez Chalet Suisse que les cinéphiles pourront donc se procurer, au Canada, des figurines du plus célèbre extraterrestre. À compter d'aujourd'hui, ces restaurants servent des plats thématiques aux noms évocateurs : quart de poulet E.T., brownie au fudge décoré d'un biscuit E.T. Chaque jeune client court une chance sur 10 de repartir avec une figurine E.T., et trois familles, de gagner un voyage aux Studios Universal, en Floride, nous apprend le magazine *Marketing*. Kraft et Hershey sont les entreprises associées au film aux États-Unis. Tout comme Dairy Queen, qui sert un dessert avec des friandises Reese, Gâterie offerte par le petit Elliot à E.T.

Pour Jésus et les oeufs

LA FÊTE DE PÂQUES ne serait pas joyeuse si ce n'était la résurrection du Christ. Ni sans les oeufs Cadbury ! Depuis janvier, Cadbury Trebor Allan demande aux internautes d'envoyer une photo montrant comment ils réussissent à retirer la crème de leurs oeufs chocolatés. L'entreprise a reçu plus de 20 000 photos jusqu'à présent sur les sites www.creme-egg.ca et www.oeuffondant.ca.

Depuis la mi-janvier, à toutes les 24 heures, Cadbury choisit au hasard une photo. L'internaute qui voit son portrait exposé à 72 heures pour contacter l'entreprise et ainsi remporter 1000 \$.

La cigarette gentille

LES FUMEURS doivent être aux oiseaux ! S'ils optent pour les cigarettes de marque Omni (de Vector Tobacco), ils réduisent de façon significative leurs chances de contracter un cancer du poumon. C'est du moins ce qu'affirme l'entreprise dans des pubs parues dans plusieurs quotidiens et magazines américains : « *Name another brand that significantly reduces carcinogens* » (Nommez une autre marque qui diminue considérablement les produits cancérigènes dans ses cigarettes), dit la pub. Et on jure qu'elle a aussi bon goût que ses concurrentes. Évidemment, on ne dit pas qu'il n'y a rien comme pas de cigarette pour réduire les carcinogènes...

Dans une lettre parue en début d'année dans le quotidien *USA Today*, le président de Vector Tobacco se vantait d'être le premier à offrir une telle cigarette. « Il faut se faire à l'idée que 50 millions d'Américains fument, et que la majorité ne compte pas cesser de le faire. Nous nous devons de leur proposer une alternative... »

Burger King voit vert

LA CHAÎNE de restauration rapide Burger King lance aujourd'hui, aux États-Unis, son hamburger végétarien. Ce dernier fait son entrée après ceux des restaurants Denny's (en 1995) et McDonald's, en novembre dernier. Son arrivée est appuyée par toute une campagne publicitaire en quotidiens conçue par une agence de New York. « Son introduction au menu des chaînes de restauration rapide n'a pas été un succès dans le passé », a confié Bob Goldin, vice-président de la firme de consultants Technomic à un journaliste du magazine spécialisé *Advertising Age*. « Il faudra multiplier les efforts marketing et promotionnels pour convaincre les gens d'y goûter. »

Interdit aux moins de 13 ans

AU QUÉBEC, la question ne se pose même pas : interdit de diffuser de la publicité sur les atouts de la toute nouvelle poupée Britney Spears dans les émissions préférées des enfants. La situation est différente en France. Un rapport paru dans l'Hexagone propose toutefois d'encadrer la publicité destinée aux enfants âgés de six à 12 ans. Plusieurs solutions ont été lancées : diminuer la publicité aux heures d'écoute enfantines, créer une chaîne télévisée pour les jeunes gratuite et sans pubs, sensibiliser les professeurs à armer les enfants d'un sens critique, comme on l'a écrit sur le site internet du *Monde*. « Miser exclusivement sur la famille pour apprendre à décrypter les sollicitations commerciales dont les enfants de moins de 12 ans font l'objet est irréaliste à une époque où près de 80 % des mères travaillent en dehors de la maison, où les couples sont fragiles, et où l'individualisme s'affirme dans les comportements », dit la sociologue Monique Dagnaud, qui a rédigé le rapport commandé en octobre 2001 par le ministère de l'Éducation nationale.



Pour vendre son parfum Eternity, Calvin Klein mise maintenant sur une attrayante famille rayonnante de beauté et de bonheur.

Rencontre avec le biographe du Beatle tranquille



George Harrison en 1967.

Photo AP

WWW SUR LE WEB AUJOURD'HUI

RICHARD MARCHAND, internaute de l'Alberta, m'a fait découvrir le site *Devoir conjugal* (www.pomme.ualberta.ca/devoir), une initiative de la Faculté Saint-Jean de l'Université de l'Alberta. Attention, je sais à quoi vous pensez... et vous êtes dans l'erreur. Ce charmant petit site n'est rien d'autre qu'un outil très bien fait qui vient en aide aux gens qui cherchent à conjuguer des verbes en français. *Devoir conjugal* permet d'obtenir la conjugaison de 7913 verbes français, dont certains verbes peu communs et quelques canadianismes. À mettre à vos signets.

INVITATION aux amateurs des Beatles, mais plus particulièrement à ceux qui apprécient le travail de feu Georges Harrison. Le site Canal Chat (www.canal-chat.com) organise une rencontre avec le spécialiste français des Beatles Jacques Volcouve, qui vient de faire paraître, aux éditions Hors-Collection, une biographie de George Harrison intitulée... *George Harrison*. L'auteur y retrace le destin de celui que l'on surnommait le Beatle tranquille, à qui l'on doit quelques-unes des plus belles chansons des Beatles, dont *Something* ou *Here comes the sun*. La rencontre commence à midi.

QUI N'A PAS déjà vu cette photo d'une jeune réfugiée afghane aux yeux verts et perçants qui fixe intensément l'objectif ? Cette photo de Steve McCurry a fait le tour du monde, en bonne partie grâce au *National Geographic*, qui en avait fait une couverture en 1985. Aujourd'hui, le photographe a droit à sa petite place au temple de la renommée du projet Kodak Professional's Legends Online (www.pdnonline.com/legends/mccurry), qui honore le travail des artistes de l'image. Sur le site, on a droit à des photos de différents reportages qu'il a faits au cours des ans, des voyages qui l'ont amené de l'Inde à l'Afghanistan en passant par New York le 11 septembre dernier.

CEUX qui connaissent le groupe de musique électronique français Air sont invités à découvrir son nouvel album, intitulé *Everybody Hertz*. Il s'agit d'abord de se rendre au nouveau site du groupe (www.10000hzlegend.com), puis de trouver le studio d'enregistrement. Un lieu qui se cache quelque part dans une chic résidence futuriste perdue au beau milieu d'un désert qui ressemble à celui de l'Arizona. Voilà donc un nouvel environnement d'artiste qui vient s'ajouter à ceux des Mr. Oizo, David Bowie, Mötörhead, Notorious BIG et compagnie.

Bruno Guglielminetti, collaboration spéciale
actuel@guglielminetti.com

JEAN-PAUL Riopelle

PORTRAIT

Émission spéciale
en hommage au grand peintre canadien
Entrevues • Extraits d'archives

Aujourd'hui 10h
à la Chaîne culturelle
13h
à la Première Chaîne
Une émission de Mario Girard

La radio de Radio-Canada

95.1 FM
Première Chaîne



100.7 FM
Chaîne culturelle

Une campagne branchée signée Beigbeder

NATHALIE SCHUCK
Associated Press

PARIS — Robert Hue enfile son costume de Robin des bois... Le candidat du Parti communiste français (PCF) à la présidentielle a dévoilé mardi dernier les nouvelles affiches « de rupture et de colère » de sa campagne, réalisées par l'ancien concepteur publicitaire Frédéric Beigbeder. Quatre panneaux qui interpellent la gauche sur sa « dérive droite » et tentent de récupérer les électeurs séduits par le vote marxiste.

« C'est une campagne d'affichage qui marque la colère, la colère par rapport aux inégalités, la colère parce qu'il pourrait y avoir un glissement à droite de la gauche », a expliqué le leader communiste lors d'une conférence de presse au siège du parti, à Paris. « Cette dérive, il faut la stopper. »

Un sans-abri allongé sur une palette à même le sol, les employés de Lu à Calais dans la rue, un article de presse rapportant la hausse « inacceptable » de 36 % du salaire des patrons... « Où est la gauche ? », interrogent en lettres capitales ces affiches que le PCF a voulues coup de poing. Réponse : « Avec Robert Hue, aidons la gauche à rester la gauche ». « Comme diraient les lofteurs, c'est clair », sourit Frédéric Beigbeder, l'auteur du brûlot 99 francs.

« C'est une irruption de réalité », estime celui que Bernard Pivot a surnommé le « José Bové du Café de Flore ». Qui assure avoir proposé ses services au candidat communiste par « engagement citoyen » et « grand énervement, une envie d'ouvrir nos gueules ». « C'est Robin Hue en fait son vrai nom, c'est le seul candidat qui veuille prendre aux riches pour donner aux pauvres. C'est aussi Jimmy Crisquet, celui qui va donner un coup de coude au futur prési-



Photothèque La Presse

Frédéric Beigbeder

dent, si c'est Lionel Jospin, pour lui rappeler sa jeunesse. Symbole de cette volonté de donner un coup de jeune à la campagne du candidat, le mot « communiste » et la faucille et le marteau ont disparu... « J'aspire à aller au-delà de l'électorat communiste », se justifie le président du PCF. Bref, un appel du pied aux électeurs tentés par la « protestation stérile » de la candidate trotskiste Arlette Laguiller, qui culmine à 9 % des intentions de vote, quand lui-même stagne à 5,5%.

« Depuis 25 à 30 ans, il n'y a aucune mesure sociale dans ce pays que l'on doit à Arlette Laguiller », a dénoncé Robert Hue. « Elle n'a aucune ambition du tout pour faire avancer ses idées dans les institutions. » À charge pour Frédéric Beigbeder de proposer un nouveau slogan : « Voter Arlette Laguiller, c'est voter blanc »...



La nouvelle Audi A6 3.0.
Elle prend aussi bien les virages que les compliments.



A6 3.0

CARACTÉRISTIQUES

Nouveau style audacieux couplé à un puissant moteur V6 de 220 ch
Système de traction intégrale quattro^{MD} qui colle à la route
Boîte automatique à 5 vitesses avec Tiptronic^{MD}
Programme de stabilité électronique
Ensemble de luxe de choix avec toit ouvrant et cuir, offert à un prix attrayant

Taux de financement annuel de

3,9%

À L'ACHAT, OFFERT POUR TOUS LES NOUVEAUX MODÈLES 2002 JUSQU'AU 6 AVRIL.

Lâcher, jamais.
Être prévisible, jamais.
Dormir sur nos lauriers, jamais.
Se contenter d'être bon, jamais.
SUIVRE, JAMAIS^{MD}

AUTOMOBILES E. LAUZON
1384, boulevard Labelle
Blainville (QC)
(450) 430-1460

AUTO STRASSE INC.
5905, autoroute Transcanadienne
Saint-Laurent (QC)
(514) 748-6961

LES AUTOMOBILES NIQUET
5441, rue Saint-Hubert
Montréal (QC)
(514) 274-5471

LES AUTOMOBILES NIQUET
1905, boulevard Sir Wilfrid Laurier
Saint-Bruno (QC)
(450) 653-1553

PARK AVENUE AUDI
8805, boulevard Taschereau
Brossard (QC)
(450) 656-4811

AVANTAGE AUDI :
SERVICES D'ENTRETIEN
PÉRIODIQUE SANS FRAIS
PENDANT
4 ANS
OU 80 000 KM

Sur tous les véhicules neufs Audi d'année-modèle 2002 livrés à partir des stocks du concessionnaire. Les versements mensuels et le coût d'emprunt varieront en fonction de la durée du prêt, du montant emprunté et du versement initial ou de l'échange. Livraison avant le 6 avril 2002. Demandez les détails aux concessionnaires participants. Offre d'une durée limitée pouvant changer sans préavis. « Audi », « quattro », « A6 » et l'emblème des quatre anneaux sont des marques déposées de AUDI AG. « Suivre, jamais. » est une marque de commerce de AUDI AG. « Avantage Audi » est une marque de service de Audi of America, Inc. « Tiptronic » est une marque déposée de Dr. Ing. h. c. F. Porsche AG. © Audi Canada 2002. Pour en savoir plus sur Audi, visitez votre concessionnaire, composez le 1 800 367-AUDI ou visitez-nous à l'adresse audi.canada.ca