

# ACTUEL



La **voix** de son meuble

Page 7

Le Québec **allergique** au glamour?

Page 8

Marie-Josée Croze



La Presse

CAHIER B | LA PRESSE | MONTRÉAL | MARDI 27 FÉVRIER 2001

## CHRONIQUE D'UN INDÉMODABLE

DANS LES années 60, le film *The Story of Suzie Wong* avait propulsé le cheongsam au rang d'article de mode indispensable pour les jeunes femmes occidentales branchées. Aujourd'hui, *In the Mood for Love*, plus récent film de Wong Kar-wai, risque d'en faire autant pour la robe nationale chinoise.

ÈVE DUMAS  
collaboration spéciale

L'HÉROÏNE DE cette histoire d'amour impossible, Li-zhen (Maggie Cheung), porte plus de 20 modèles différents du cheongsam (ou qipao en mandarin), que l'on aperçoit en rafales dans les cinq premières minutes du film. Les chefs-d'œuvre que l'on dirait cousus à même la peau de l'actrice débordent la simple fonction de costumes. Véritables robes-symboles, elles traduisent mieux que tout l'esprit de cette époque pétrie de contradictions. Dans les années 60, à Hong Kong, l'épouse modèle emprisonnée dans son écrin de soie assistait comme la femme occidentale au relâchement progressif des moeurs.

La robe avait alors atteint sa forme la plus exagérée. Elle était si étroite que la pauvre esclave de la mode qui la portait ne pouvait marcher qu'avec peine, d'autant plus que le vêtement devait être assorti d'escarpins très à pic. Le col était dur et haut, donc pas question de tourner la tête. «On les appelait des cols transparents, parce qu'on y insérait une pièce de plastique pour le soutenir», explique le maître Leung Long Kong, dans une entrevue sur le site officiel du film.

Ce tailleur, propriétaire de la boutique Long Kong Ladies, à Hong Kong (capitale mondiale du cheongsam) a confectionné toutes les robes de *In the Mood for Love*. Pour créer certaines de ces merveilles, Maître Leung a dû passer son ciseau dans des robes de style européen que lui avait apportées William Chang, directeur artistique du film. Ce dernier aimait les matières et les imprimés floraux des robes *sixties* qu'il avait dénichées dans un vieux théâtre de Buenos Aires.

Si le cheongsam traditionnel est habituellement taillé dans des matières plus typiquement chinoises – surtout la soie et le velours –, il n'a pas été imperméable aux différentes modes qui ont défilé pendant le XX<sup>e</sup> siècle. C'est un mythe eurocentrique très commun que de croire que la mode chinoise n'a pas changé des siècles durant. Les dynasties des Ming et des Qing, par exemple, ont eu un important impact sur les styles vestimentaires de la Chine.

Né dans les années 20, le cheongsam est la version moderne, épurée et moulée de la robe impériale manchoue, aussi appelée «robe dragon». Au tournant du siècle, la Chine en quête d'identité cherchait à se moderniser et à s'occidentaliser. Au moment où une classe moyenne progressiste et éduquée se développait, les femmes, qui accédaient peu à peu au marché du travail, ne voulaient plus porter les lourdes robes manchoues. À la même époque, on a cessé de bander les pieds des jeunes Chinoises...

Les premières versions du cheongsam n'étaient pas moulantes, mais tout de même coupées plus près du corps que leur ancêtre. Il s'agissait d'un vêtement ample qui frôlait la cheville, avec des manches longues, un haut col mandarin et des fentes sur chaque côté.

À travers le temps, la robe chinoise a connu de multiples avatars, au gré des modes occidentales.

Voir CHRONIQUE en B2  
Suite du dossier en B3

## TOUJOURS PLUS HAUT..

Ouvrez n'importe quel magazine de mode, vous constaterez que les gourous du style nous chantent tous le même credo: en deçà du talon haut, point de salut.

CAROLINE DE LA RONDE  
collaboration spéciale

L'ÈRE EST à la pompe ultraféminine. Même la télé n'échappe pas à cette tendance. Prenez *Sex and the City*. À chaque épisode, Carrie, le personnage principal, se confesse d'avoir claqué 600 balles pour une paire de Manolo. Dans la fiction comme dans la vie, les New-Yorkaises semblent avoir troqué leurs *baskets* pour des échasses. Par les temps qui courent, le confort a la vie dure.

Pourtant, les premiers souliers «surélevés» avaient des vertus plus pratiques que décoratives: ils visaient à protéger les pieds de la boue et de la saleté des

routes non pavées. C'est plus tard que le talon haut a pris des connotations sexuelles. Au XVIII<sup>e</sup> siècle, par exemple, certaines chaussures dont l'arrière du talon était orné de pierreries portaient le nom de «Venez-y voir». Difficile d'être plus clair.

Qu'est-ce qui explique le retour en force du talon haut? On sait que la mode suggère sans cesse des idées qui contredisent les précédentes. Normal, donc, que les bien-aimées *baskets* aient trouvé leur antithèse dans le stiletto. Après une période marquée par le *sportswear*, nous voilà confrontés (à nouveau) à un look qui sacrifie le confort au profit de la mode. Cette obsession pour la nouveauté est une façon de s'assurer que les *fashionistas* se procurent de nouveaux accessoires et de nouveaux vêtements avant même d'avoir usé ceux qui ont été achetés quelques mois auparavant. Au sujet de la folie des accessoires, la critique de design Alice Rawsthorn disait récemment au quotidien *The Observer*: «Le coût de production de sacs et de souliers est relativement peu élevé. Des compagnies de design futées comme Prada et Gucci l'ont compris, se disant qu'il y avait beaucoup d'argent à y faire. Ils ont mis leurs meilleures équipes de design sur le coup et il en a résulté une véritable effusion de créativité».

Voir HAUT en B2



Graphisme JOCELYNE POTELLE



Sonnez LES MATINES

Lundi au vendredi  
6h à 9h

CITÉ  
ROCK détente

MA RADIO AU BOULOT

107.3 FM

www.rock-detente.com

## BANDE À PART

Roger a passé sa vie le nez dans les chiffres, assis derrière un bureau.



Il a travaillé dur pour qu'on puisse se payer une retraite active.



Maintenant, il passe tout son temps à surveiller ses placements.



Fortin - St-Jean

## CHRONIQUE

Suite de la page B1

La longueur variait, les matières reflétaient les tendances de l'époque — l'Art déco des années 20 et 30, par exemple. La soutache traditionnelle et faite à la main a parfois été remplacée par une fermeture éclair ou des boutons à pression. La constante fut toujours le col mandarin ouvert et les fentes sur chaque côté de la robe, qui ne devaient en principe jamais s'aventurer au-delà de la mi-jambe. Bien entendu, on n'a pas toujours respecté cette règle de bon goût!

En Occident, le cheongsam a connu sa véritable heure de gloire dans les années 50 et 60 et atteint son paroxysme avec la sortie du film *The World of Suzie Wong* (1961), dans lequel le personnage principal, interprété par Nancy Kwan, est une prostituée au cœur d'or qui porte la robe nationale chinoise comme s'il s'agissait d'un objet fétiche.

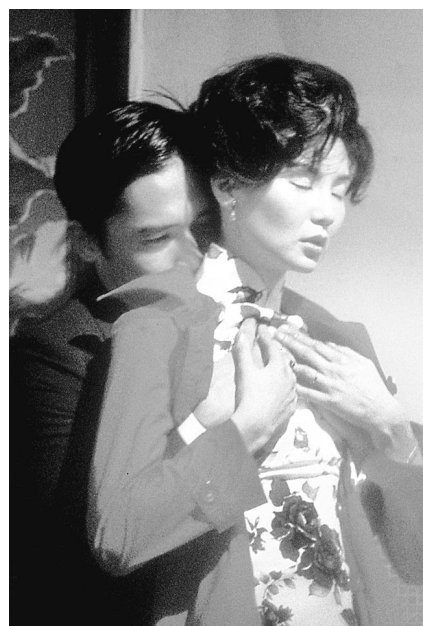
Peu après, sous Mao, la Chine traversait sa grande « révolution culturelle » et l'uniforme communiste a vite fait de remplacer le cheongsam. Les femmes qui osaient porter la robe, symbole décadent et bourgeois de l'ancien régime, étaient harcelées et persécutées. Les années 70 et 80 furent une période sombre pour la robe ultraféminine.

Aujourd'hui, en Chine, le cheongsam est souvent l'uniforme des écolières ou des femmes qui

travaillent dans les milieux de la restauration et de l'hôtellerie. Rouge, il est la robe de mariée traditionnelle des Chinoises, lorsqu'elles n'optent pas plutôt pour la robe blanche de Cendrillon. Dans les concours de beauté chinois, ici comme là-bas, une des épreuves consiste à porter le « costume national » avec plus de grâce que sa voisine!

En Amérique du Nord et en Europe, le cheongsam connaît un regain depuis le milieu des années 90. La plupart des grands designers en ont présenté dans leurs collections ces dernières années. Anna Sui lançait le bal, suivie de Jean-Paul Gaultier, de Jil Sander, de Prada et de Christian Dior, entre autres. Les grandes vedettes du showbiz n'ont pas tardé à embrasser la tendance. On se souviendra de la version écarlate portée par Madonna aux prix Grammys de 1995 et de la robe chartreuse d'inspiration chinoise qui moulait la silhouette filiforme de Nicole Kidman aux Oscars, il y a quelques années.

Il n'y a pas de doute, l'orientalisme bat son plein dans nos contrées éprises de philosophie bouddhiste, de poulet général Tao, de feng shui et de thé vert. Plus que jamais, le cheongsam, classique et indémodable, réclame sa place dans nos garde-robes d'Occidentales en mal d'exotisme.



L'héroïne de cette histoire d'amour impossible, Li-zhen (Maggie Cheung), porte plus de 20 modèles différents du cheongsam, que l'on aperçoit en rafales dans les cinq premières minutes du film.



Photo : PIERRE McCANN, La Presse ©

La designer Nadya Toto, qui habillait Maude Guérin et Marina Orsini dimanche soir à la troisième Soirée des Jutra, adore les chaussures.

## HAUT

Suite de la page B1

Grâce à des stratégies de marketing savamment orchestrées, certaines marques ont acquis le statut « d'icônes de la mode ». Et ce même pour des compagnies qui, au départ, n'étaient pas orientées vers la fabrication des souliers. « C'est le cas, entre autres, de Prada sport et de Miu Miu », affirme Nathalie-Andrée Vallerand, directrice du marketing chez Browns. « Bien sûr, il y a aussi Manolo Blahnik, qui nourrit les passions dans le monde de la chaussure, mais cette griffe est d'une classe à part. »

Si les femmes acceptent de grimper sur des escarpins et autres talons échasses, c'est que ces accessoires magnifient, à coup sûr, la silhouette. Trois pouces supplémentaires et la magie opère : la jambe s'allonge, le mollet se galbe, et les hanches deviennent soudainement plus minces. Catherine Pilon (cinq pieds, huit pouces), accro du talon, confie : « Je me sens plus sexy et plus élégante quand je porte des talons hauts. Et puis, quand tu dépasses de quelques pouces la moitié des hommes autour de toi, ça te donne une certaine assurance. Le plus important, c'est d'avoir de la prestance. Et ça, ce n'est pas donné à tout le monde. »

La journaliste Geneviève St-Germain est elle aussi maniaque des chaussures. « Parce qu'on se sent fragiles sur un talon haut, ça nous force à nous tenir encore plus, avance-t-elle. Mine de rien, ça nous donne une espèce de stature intérieure. Les féministes ont déjà dit que les hommes avaient mis les femmes en talons hauts pour les asservir. J'ai horreur de ce discours. Aujourd'hui, on peut porter une chaussure sexy et ne pas être « nounoune » pour autant. C'est une dualité qui me plaît et qui est tout à fait récente. »

Beatrice Faust, auteure de *Women, Sex and Pornography*, ajoute : « Les chaussures à talons hauts au-

raient un effet physiologique sur celles qui les portent en faisant doublement onduler le postérieur et en transmettant au corps entier des pulsions sexuelles. Le talon haut est pour les deux sexes symbole de séduction et de sophistication. » Pas la peine de s'étendre sur le sujet, on sait que les hommes sont sensibles à la beauté des corps perchés sur des hauts talons : poitrine et postérieur sortent de leur axe habituel et sont instantanément mis en valeur.

Les esprits retors verront derrière ces accessoires redoutables une pointe de sadomasochisme. Après tout, le mot stiletto signifie « petit couteau » ! Il faut admettre que, placée entre les mauvaises mains (ou dans les mauvais pieds), une chaussure au talon aiguille peut vite se transformer en une arme redoutable...

Cette association entre le « S and M » et le talon haut est particulièrement flagrante ce printemps. Nathalie-Andrée Vallerand, de chez Browns, explique : « Nous avons nommé l'une des grandes tendances de l'été, le « Madonnarama ». Nous faisons référence aux chaussures aux talons d'une hauteur d'au moins trois pouces, en cuir noir et avec des clous argentés. Plusieurs modèles emprisonnent la cheville à l'aide de courroies ou de lacets de type corset. La ligne directrice pour le printemps se résume en trois mots : sexy, sexy et sexy ! »

Que celles qui n'ont aucune en-

vie de se transformer en « dominatrix » le temps d'un été se rassurent : on croulera sous la variété des modèles. Les talons se déclinent en plusieurs formes : fins, robustes, coniques, sculptés, même la semelle compensée à sa place, « mais en version plus raffinée, plus graphique que celles des saisons passées », précise Nathalie-Andrée.

Face à la hauteur critique du talon, les Québécoises sont plus réservées que les New-Yorkaises et les Européennes. « Chez nous, c'est difficile d'aller au-delà de 50 millimètres (deux pouces) », indique Nicolas Huneault, acheteur chez Simard. « L'automne passé, nous avons proposé à notre clientèle des souliers aux talons de 70 millimètres (presque trois pouces) et ça n'a pas fonctionné du tout. Les femmes d'ici sont plus pragmatiques que les Européennes. Elle se soucient davantage du confort que du look. Il faut dire que notre climat y est pour quelque chose. À Milan et à New York, la neige et les plaques de glace sur les trottoirs ne sont pas chose courante. »

Mais la plupart des femmes aiment avoir au moins une paire de chaussures à talons hauts pour les jours où elles ont envie d'adopter le look de la femme fatale, selon Nathalie-Andrée, de chez Browns. « Il faut admettre que malgré le retour du talon, nos articles les plus vendus demeurent les chaussures pratiques, confortables, urbaines, qui n'entraient aucunement la démarche », souligne-t-elle.

Un conseil : si vous aimez les talons hauts, n'attendez pas trop. « Je reviens d'une foire en Europe où on présentait les prochaines tendances dans le domaine des chaussures, indique Nicolas Huneault de chez Simard. À l'automne 2001, on délaisse le glam pour revenir à un look plus sportif. »

Décidément, la seule chose sur laquelle on puisse compter, c'est la fugacité de la mode.

## Les chaussures de la page B1

Les modèles 1, 3, 4, 5, 7 et 8 sont vendus chez Browns; le modèle 6 provient de chez Rudsak; et le modèle 2 est offert chez Aldo.

SOLDE SOLDE SOLDE SOLDE

Tailles  
4  
à  
20 ans

DE 50 \$ À 250 \$

4060, rue Sainte-Catherine Ouest, Bureau 850  
Westmount QC H3Z 1P2  
(514) 939-1706Lundi au vendredi 10 h à 17 h  
Samedi 10 h à 14 h

POUR UNE SOIRÉE

Le spécialiste en location de tenues de soirée

Pour la première communion

Choix de robes et accessoires  
aux nouvelles tendances

Un service personnalisé

Nos conseillères sauront  
vous aiderMAISON  
Clalongé

Une division de Sauvé

6554, ST-HUBERT (2e étage)  
Métro Beaubien - Stationnement gratuit  
à l'arrière sur Châteaubriand

Quand ça bloque dans le trafic; pensez-y...

Près de 5 000 \$ en prix à gagner!



= GRATUIT

Découvrez une nouvelle façon d'arriver en ville en utilisant les stationnements incitatifs de l'AMT. Faciles d'accès, confortables et surtout gratuits, ils vous permettront de relaxer en vous faisant conduire par les services de transport en commun. Pour tout savoir sur les stationnements incitatifs et bien d'autres trucs qui vous transporteront, consultez le [www.amt.qc.ca](http://www.amt.qc.ca) ou renseignez-vous au (514) 287-TRAM.

Pour participer au concours « Pensez-y... P = GRATUIT », il suffit de remplir lisiblement ce bon de participation puis d'y inscrire la date et l'indice du jour aperçu à l'un des deux stationnements incitatifs suivants :

**Le Carrefour**  
Boul. Le Carrefour/Autoroute 15

**Brossard /Chevrier**  
Autoroute 10/Boul. Lapinière

Tirage le 15 mars 2001 de 2 forfaits à l'Hôtel Mont-Gabriel (valeur de 600 \$ ch.) et de 4 abonnements d'un an à la carte TRAM (zone 3; valeur de 930 \$ ch.)

Plus de détails sur les ondes de Rythme FM. Règlement officiel du concours disponible aux bureaux de l'AMT et de 105.7 Rythme FM. Les fac-similés ne sont pas acceptés.

La Presse  
cyberpresse.ca

105.7  
Rythme FM

AMT  
Agence métropolitaine de transport  
www.amt.qc.ca

CONCOURS  
« Pensez-y...  
P = GRATUIT »

Nom \_\_\_\_\_

Prénom \_\_\_\_\_

Âge \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

App. \_\_\_\_\_ Ville \_\_\_\_\_

Code postal \_\_\_\_\_

Tél. travail \_\_\_\_\_

Tél. résidence \_\_\_\_\_

Indice \_\_\_\_\_ Date \_\_\_\_\_

Postez ce bon à : Concours P = GRATUIT, C.P. 48871, comptoir postal Outremont, Outremont (Qc) H2V 4V3.

## MODE

## Pêle-mêle

CAROLINE DE LA RONDE  
collaboration spéciale

## FORSYTHE ET PACITTO-MERLO HONORÉS

Deux coiffeurs du salon Pure ont remporté les honneurs aux 12<sup>es</sup> North American Hairstyling Awards (NAHA) et à la 2<sup>e</sup> International Cosmetology Expo (ICE). Ces deux événements se déroulaient simultanément, à Los Angeles, il y a deux semaines, et réunissaient des spécialistes de la coiffure venus des trois Amériques, de l'Europe et de l'Asie. Pour la deuxième année consécutive, Leo Forsythe a reçu le prix du meilleur

coiffeur nord-américain de l'année au NAHA. Du jamais vu ! Et un double record pour Leo qui, l'an dernier, était le plus jeune coiffeur à remporter ce titre convoité. De son côté, Anna Pacitto-Merlo, copropriétaire du salon Pure avec Daniel Benoît, a gagné l'or dans la catégorie «look du jour» du concours ICE, exécuté devant un auditoire et plusieurs membres du jury. C'est l'aspect «portable» qui a convaincu le jury de lui décerner ce premier prix.



## LES DOUCEURS DE LA MER

La compagnie Matis, dont le siège social se trouve rue des Capucines, à Paris, à deux pas de la chic place Vendôme, est destinée aux esthéticiennes et aux pros de la beauté. Le *best-seller*? La crème fondamentale embellissante, vendue à toutes les trois minutes dans le monde. Credo de la compagnie: la vraie

valeur d'un produit est le service qui l'accompagne. Pas surprenant que la ligne, dont la nouvelle gamme nommée Douceur & Tonicité, soit disponible dans une multitude d'instituts de beauté du monde entier. C'est dans ces endroits que les clientes peuvent trouver des conseils judicieux sur Matis. La compagnie a déniché dans le milieu marin les éléments essentiels pour créer une dizaine de produits offrant les bienfaits de la thalasso-thérapie. Gel exfoliant, déodorant, gel tonique pour le buste ou pour les jambes, baume nourrissant pour les pieds et les mains... Une gamme d'une texture riche qui exhale un parfum franchement agréable. Difficile de choisir, on veut la ligne au complet! Les prix de la gamme Douceur & Tonicité varient de 19\$ à 56\$. Tél.: 1 800 361-3739.

## POILU COMME UN OURS

La designer Louise Charland donne une deuxième vie aux manteaux de fourrure qui croupissent dans le fond des penderies. Difficile de se défaire de ces vêtements qui ont appartenu à nos parents ou grands-parents. Leur valeur sentimentale en fait, malgré leur allure souvent défraîchie, des objets précieux. La solution proposée par M<sup>me</sup> Chartrand? Utiliser ces peaux pour en faire de mignons petits ours. «Chaque ourson que je confectionne est unique, il n'y en a pas deux pareils», assure celle qui travaille dans de son atelier du Plateau Mont-Royal. «Je me laisse inspirer par la fourrure mais aussi par l'histoire qu'elle recèle et par ce que m'en dit le propriétaire.» Certains de ses *nounours* portent un foulard, une veste ou même des lunettes. Voilà une belle façon de recycler de vieux souvenirs. Tél.: (514) 382-6931.



## SOLDES DE DÉMÉNAGEMENT

Il y a du changement dans l'air pour les designers Colette Chicoine et Jean-Claude Poitras. Ces deux créateurs qui partageaient jusqu'à maintenant la boutique Duo sur Canapé, rue Crescent, déménagent leurs pénates rue de Bleury, là où se trouve déjà leur atelier de production. «Nous avons décidé de centraliser nos opérations, question de faciliter la gestion, explique Colette Chicoine.

De plus, nous désirons nous concentrer sur la distribution en gros. Nos créations seront dorénavant disponibles chez des détaillants sélectionnés au Canada.» Le nouvel espace, rue de Bleury, réunira sous un même toit, l'atelier, la salle de montre et le coin boutique, où les créateurs pourront, sur rendez-vous, recevoir leur clientèle. «Mais nous n'aurons plus pignon sur rue comme c'était le cas, rue Crescent», précise la designer. C'est pourquoi il faut en profiter pour aller chiner à la boutique Duo sur Canapé avant le 3 mars. Les collections hiver, croisière et maison affichent des prix soldés de 50% à 80%. De même, certains éléments du décor seront mis en vente. Rappelons que la boutique a remporté, en 1999, le prix Arc pour son concept, en plus d'avoir été mise en nomination au concours Commerce Design Montréal. La boutique Duo sur Canapé est située au 2140, rue Crescent. Tél.: (514) 287-9820. Internet: www.kimono.ca.

## À chacune son cheongsam



«Il n'y a plus personne pour prendre la relève», déplore Bonnie Ngai.

ÈVE DUMAS  
collaboration spéciale

Bien que le cheongsam se soit aujourd'hui démocratisé au point où on peut s'en procurer un pour moins de 100 \$ dans n'importe quelle boutique à la page, la vraie robe chinoise, celle qui vous ira comme un gant, doit être taillée sur mesure.

Pour ce faire, nul besoin de prendre l'avion pour Hong Kong, bien que ce coin du monde soit reconnu pour ses cheongsams, considérés comme les plus beaux au monde. Dans tout quartier chinois de taille respectable, on peut dénicher, à force de recherches, un maître tailleur ou une couturière douée dans l'art du cheongsam. Car il s'agit bien d'un art,

et celui-ci serait malheureusement en perte de vitesse.

«Il n'y a plus personne pour prendre la relève, déplore Bonnie Ngai, qui confectionne des robes (chinoises et autres) dans sa boutique Chez Bonnie, située dans le Holiday Inn Sélect du Quartier chinois montréalais. Si vous allez à Hong Kong, vous verrez que ceux qui font encore des cheongsams sont des vieillards. Les jeunes ne sont pas intéressés à apprendre.» La dame a elle-même trois enfants, qui se dirigent tous vers... les sciences informatiques.

Pourtant, la demande est là. M<sup>me</sup> Ngai crée près d'une cinquantaine de cheongsams par année. On a recours à ses services pour toute une foule d'occasions spéciales:

mariages, bals de finissants, anniversaires ou autres soirées importantes. Le concours de beauté annuel Miss Chinatown lui commande également des robes.

La couturière a appris l'art du cheongsam à Hong Kong, où elle a grandi et étudié. Malgré ses 22 ans de métier, elle estime que son apprentissage n'est toujours pas terminé. Elle met environ une semaine à dessiner, couper, assembler et décorer la robe, selon le modèle. Le temps d'attente peut cependant atteindre un mois, surtout l'été, sa saison la plus occupée.

Les cheongsams de M<sup>me</sup> Ngai sont habituellement taillés dans la soie ou le velours. Ses clientes vont presque toujours préférer la version longue plus chic à la version sous le genou telle que portée par Maggie Cheung dans le film *In the Mood for Love*.

«Ma mère a porté des cheongsams de ce style, avec le col dur très haut. Pour la plupart de mes clientes, je fais des cols de deux pouces au plus, à moins qu'elles aient de très longs cous. Dans ce cas, je me permets d'aller jusqu'à deux pouces et demi.» La fente ne monte pas plus haut que la mi-jambe, sauf exception, et les manches peuvent être longues, courtes ou carrément absentes.

Fait sur mesure, le cheongsam est très confortable, au dire de M<sup>me</sup> Ngai, parce que parfaitement ajusté aux proportions de celle qui la porte. Il peut même avoir un effet amincissant. Mais pour que la robe soit parfaite, il est impératif que la cliente se déplace et fasse prendre ses mesures par la couturière.

«J'ai plusieurs clientes d'Ottawa et de Toronto. Elles doivent venir à la boutique si elles veulent un cheongsam pour que j'étudie bien leur silhouette.» Elle déplore les sites Internet qui promettent des robes aux clientes sous la seule condition qu'elles envoient leurs mesures, et évidemment, un chèque de 300 \$US.

Les créations exclusives de M<sup>me</sup> Ngai peuvent coûter moins de 300\$, mais selon la matière choisie et les décorations désirées (dentelles, perlage, soutaches compliquées), le prix peut monter jusqu'à 1000 \$ ou plus encore.

Chez Bonnie, Holiday Inn Sélect, 99, rue Viger Ouest, Montréal, (514) 866-5939.

Photo du film *In the Mood for Love*.

## LIQUIDATION

COLLECTION HIVER  
CROISIÈRE

70%

TOUTES TAXES  
INCLUSES

Tru ■ Frapp  
Hammer ■ Kappalua  
Blacky Dress ■ Cinzia Rocca  
Margaret M. ■ Daville Paris  
Sarah Pacini ■ Fenn Wright  
Manson

Autres rabais sur  
**FOURRURES**  
Paula Lishman  
Véronique Miljkovitch

*Chiffons*

1208, av. Greene, Westmount  
935-0550

# Le Vieux Carré de La Nouvelle-Orléans perd ses résidants

d'après USA Today

**Quand les chars du Mardi gras défilent rue Canal, aujourd'hui, à La Nouvelle-Orléans, des centaines de milliers de fêtards bruyants, venus de partout, pousseront les hurras traditionnels.**

Mais quand le party annuel s'éteindra et que les foules se retireront, La Nouvelle-Orléans se trouvera de nouveau confrontée à la réalité vexante d'une ville que tous aiment visiter, mais où peu de gens souhaitent élire domicile.

Pendant que d'autres villes du Sud comme Atlanta, Austin et Houston connaissent une explosion démographique, la cuisine divine et le charme décontracté de la métropole de la Louisiane ne l'ont pas empêchée de perdre plus de 8000 résidants par année, selon les données de l'Université de La Nouvelle-Orléans.

De 1969 à 1999, la population de la ville du delta a chuté de 600 000 à 450 000, disent les autorités mu-

nicipales, qui ont juré de renverser la vapeur.

Inquiet du départ de la classe moyenne, un front commun de résidants, de défenseurs du patrimoine, de dirigeants municipaux et de chefs d'entreprise a récemment lancé un projet à but non lucratif intitulé New Orleans 24/7, qui vise notamment à convaincre les résidants actuels de rester, à faire revenir d'anciens résidants et à en attirer de nouveaux.

« Nous prenons l'engagement de ramener des gens », dit Jim Pertuit, président du groupe qui jure de promouvoir la vie résidentielle à La Nouvelle-Orléans jour et nuit. « Nous avons identifié ceux et celles que nous voulons attirer. Ce ne seront pas des familles avec des enfants, parce que notre réseau d'éducation, franchement, n'est plus ce qu'il était. »

Les organisateurs ciblent plutôt les jeunes travailleurs autonomes, les gays et lesbiennes, les artisans et les retraités qui, croient-ils, pourraient être séduits pas les charmes de la ville et les prix attractifs de logements au centre-ville.

N'allez pas croire que La Nouvelle-Orléans soit une coquille vide.

Le Vieux Carré français, situé dans le croissant du fleuve Mississippi et connu mondialement pour ses nombreux divertissements, connaît un boom. De nouveaux hôtels essaient à la périphérie du quartier. Sa popularité est telle auprès des touristes en mal de loisirs que le quotidien *Times-Picayune* a récemment appelé le quartier français « une nouvelle Floride à la mode ».

L'État, qui a lui aussi subi les effets d'une migration négative depuis l'effondrement de l'industrie pétrolière au début des années 80, a également amorcé une campagne afin de persuader les touristes séduits par la Louisiane de rester pour de bon. « Nous avons entrepris de promouvoir la Louisiane comme un endroit formidable pour les gens retraités », affirme le lieutenant-gouverneur de l'État, Kathleen Babineaux.

## La pression du tourisme

Et pourtant, alors même que l'État et la ville s'évertuent à attirer de nouveaux habitants, plusieurs résidants du Vieux Carré de La Nouvelle-Orléans se disent obligés de partir sous la pression de l'industrie touristique. De riches entreprises, des touristes fortunés et des

globe-trotters à temps partiel gobent les logements du Vieux Carré à vue d'oeil, affirment-ils.

Il y a quelques années, Don et Betty Kearn ont vendu leur maison de banlieue et sont venus s'établir dans le quartier français. L'ambiance chaleureuse et bohémienne de la communauté résidentielle compensait pour la débauche et l'omniprésence des touristes.

Maintenant, disent-ils, cette culture distincte s'affaiblit. Il est de moins en moins commun de voir des artistes et écrivains vivant aux côtés de vieux richards et du personnel des bars, restaurants et boîtes de nuit du Carré.

« Nous croyons que l'élément résidentiel est essentiel », opine Berry Kern. « Sans résidents permanents, ce ne serait ici guère mieux que Disneyland. »

De plus en plus de commerces du quartier sont orientés vers les quelque 11 millions de touristes qui y passent tous les ans.

Catherine Vesper, directrice exécutive de l'organisation Vieux Carré Property Owners, Residents and Associates (800 membres), estime que le recensement 2000 démontrera que le nombre de résidents permanents du quartier a

diminué de moitié depuis 1990, passant de 4000 à 2000.

Des entreprises achètent des propriétés et les utilisent comme logements temporaires pour leurs employés. Des investisseurs convertissent des appartements jadis loués entre 600 et 800 \$ US par mois en condos à 150 \$ ou 200 \$ la nuitée.

Un règlement municipal restreint le nombre de logements à court terme, mais certaines entreprises le contournent en annonçant des locations d'une nuit sur Internet, dit Jane S. Brooks, professeure d'urbanisme à l'Université de La Nouvelle-Orléans.

« Je pense que ce qui arrivera, c'est que le caractère communautaire du quartier, ce quelque chose de spécial, cet endroit où des gens peu communs vivent à la bohémienne, sera perdu », affirme M<sup>me</sup> Brooks.

Entre-temps, des gens comme Stephen Scalia, 76 ans, qui vit dans le Vieux Carré depuis 48 ans, regrettent le temps où, jadis, ils pouvaient marcher dans le quartier et reconnaître les passants.

« Il me semble parfois que nous n'avons plus de voisins », dit l'ancien cadre d'une boîte de pub.



## Sélection Banque Laurentienne

**30 nouvelles façons de personnaliser votre portefeuille d'investissement.**



• GROUPE DE FONDUS •



PLACEMENTS  
TRIMARK

FONDUS



VISION À 360°

BLC Services Financiers vous offre maintenant Sélection Banque Laurentienne, une toute nouvelle gamme de 30 fonds communs de placement de grande classe.

Sélectionnés parmi six prestigieuses familles canadiennes de fonds communs de placement, ces fonds sont admissibles à 100% aux REER. Pour en savoir plus sur ces 30 nouvelles façons de personnaliser davantage vos placements, passez voir un représentant en épargne collective de BLC Services Financiers.



1 800 BLC-1846

Un placement dans un fonds commun de placement peut donner lieu à des commissions de vente et de maintien, des frais de gestion et autres frais. Veuillez lire le(s) prospectus simplifié(s) avant de faire un placement. Les fonds communs de placement ne sont pas garantis, leur valeur fluctue souvent et leur rendement passé n'est pas indicatif de leur rendement futur. Les fonds de la Sélection Banque Laurentienne ne sont pas parrainés par la Banque Laurentienne du Canada. A.I.C limitée, AIM, CI, Fidelity Investments, Mackenzie et Placements Spectrum ont payé une partie du coût de l'impression et de la distribution de cette annonce. Toutes les marques de commerce et tous les logos des sociétés de fonds communs sont la propriété de ces sociétés.

## L'élevage de saint-bernards à des fins culinaires prospère en Chine

ELIZABETH ZINGG  
Agence France-Presse

CHANGPING - L'élevage de saint-bernards est une activité en plein essor en Chine où le bon gros chien, symbole de la Suisse et du sauvetage en montagne, est principalement apprécié pour ses vertus culinaires.

Mais contrairement aux affirmations de certaines associations occidentales de défense des animaux, les gourmets chinois ne consomment quasiment pas de véritables saint-bernards, mais seulement des chiens locaux issus de croisements avec des saint-bernards.

« Un saint-bernard pure race, c'est beaucoup trop cher et puis c'est trop gentil », s'exclame Shou Weiping, directeur de la société Xianglong, spécialisée dans l'élevage canin, lors d'une visite de l'une de ses fermes à Changping, à 40 km au nord de Pékin.

L'élevage ouvert l'an dernier abrite quelque 200 gros chiens, principalement des bâtards, enfermés dans des cages minuscules où ils passent leurs journées dans des conditions d'hygiène déplorable. Les reproducteurs sont un peu mieux traités : ils ont droit de sortir de leur cage une fois par jour avant d'être attachés par une laisse à un piquet, mais à l'air libre.

« Avec de 600 à 1000 chiens, cela commencera à devenir véritablement rentable », explique M. Shou, un technicien recyclé depuis trois ans dans l'élevage canin où il espère bien faire fortune.

En reproduisant et en croisant des chiens de race, comme des saint-bernards, des bergers des Pyrénées ou des pointers anglais, il vise tantôt le marché des animaux domestiques, tantôt celui de la viande de boucherie.

« Les chiens-bernards pure race servent uniquement à la reproduction. Seuls les croisements avec des chiens locaux peuvent être utilisés comme viande de boucherie », explique-t-il.

Les chiens de boucherie sont généralement abattus en étant saignés à la patte. « C'est vrai, ils mettent environ dix minutes à mourir, mais la viande est meilleure » concède-t-il.

Selon Dong Dehui, un responsable de « l'Institut de recherche sur la viande canine » de Shenyang (nord-est), l'engouement pour la viande de chien reste vif principalement dans le nord-est du pays, mais également dans le Sud.

« Les chiens ont une très grande valeur nutritive, leur viande est tendre, et a un effet bénéfique sur les maladies des reins et de la rate » assure-t-il.

En élevant des chiens de boucherie produits à partir de trois à quatre saint-bernards importés chaque année, son « institut », partiellement financé par la province de Liaoning (nord-est), gagne de 2 à 3 millions de yuans (de 240 000 à 362 000 \$ US) chaque année.

L'intérêt des éleveurs chinois pour le saint-bernard s'explique par la taille de l'animal — qui peut peser jusqu'à 100 kg —, sa résistance physique et son bon rapport qualité-prix. « C'est un chien qui grossit très vite et ne mange pas pour plus de 2 yuans (0,24 US) par jour, voire moins pour un hybride, et dont la femelle a des portées de 10 à 12 chiots par an », note M. Dong.

La viande se vend elle à 17 yuans le kilo dans le Nord-Est, voire 20 yuans dans les environs de Pékin, ce qui la rend attrayante face au porc.

« Les Chinois ont mangé du chien bien avant de manger du porc » observe M. Shou, selon qui de plus en plus de Chinois mangent du chien, même s'il s'agit encore principalement d'une spécialité régionale. Avec la baisse du prix du porc, l'intérêt de certains éleveurs s'est reporté sur le chien de boucherie qui permet des recettes plus substantielles.

Des petits élevages se sont ouverts un peu partout en Chine, tandis qu'une vingtaine de gros centres industriels ont été répertoriés par l'association SOS Saint Bernard Dogs International qui a demandé au gouvernement suisse d'intervenir auprès des autorités chinoises.

« Nous ne pouvons pas rester les bras croisés et si pour l'instant la viande de saint-bernard reste encore trop chère, cela risque de se banaliser dans quelques années » note Éléonore Moser, présidente de l'Association, basée à Genève.

Le mystère reste entier sur la provenance exacte des saint-bernards importés par la Chine, pour des prix pouvant atteindre 100 000 yuans (12 000 \$ US), alors que le gouvernement suisse assure qu'aucun ne provient d'élevages suisses.

« Je crois qu'ils viennent de Suisse et qu'ils sont importés comme animaux de compagnie », estime M. Dong, tandis que M. Shou a entendu parler d'une filière russe.

# Suivez en direct l'appel déposé par Microsoft

**SUR LE WEB**  
**AUJOURD'HUI**

DEPUIS HIER, on peut suivre en direct sur Internet l'appel déposé par Microsoft dans la cause qui l'oppose à l'administration américaine, sous le gouvernement Clinton, concernant le monopole que détient le géant de l'informatique sur les systèmes d'exploitation. Est-ce que le géant de l'informatique devra se soumettre au jugement rendu en juin 2000 et scinder son entreprise en deux entités distinctes, l'une chargée des logiciels, l'autre des systèmes d'exploitation ? C'est ce que nous saurons peut-être à la fin des représentations qui se terminent aujourd'hui devant la Cour d'appel du district de Columbia. Si vous désirez suivre la retransmission des audiences en direct sur Internet, vous pouvez consulter les sites suivants : ABC-News ([www.abcnews.com](http://www.abcnews.com)) et C-Span ([www.cspan.org](http://www.cspan.org)).

■ ■ ■

LE PLUS GRAND symbole de l'arrivée du nouveau millénaire en Angleterre, qui est aussi l'un des plus grands échecs du gouvernement Blair, se donnera une dernière fois en spectacle aujourd'hui, mais sur Internet. La site d'encan Eaucationroom ([www.eaucationroom.com](http://www.eaucationroom.com)) présente en direct le désas-



Photo Reuter

**Lauren Hutton**

semblage du Dôme du millénaire londonien et la mise à prix, en temps réel, de tout le contenu qui composait les 14 zones thémati-



Photo AFP

**Bill Gates**

ques de l'aire d'exposition. À compter d'aujourd'hui et jusqu'au 2 mars, plus de 15 000 lots seront dispersés, des pièces qui vont des

éléments de décor au matériel de restauration et aux systèmes informatiques, en passant par le matériel audiovisuel, les objets d'art et de design, de même que les superbes costumes de scène utilisés pour le spectacle *Millennium*.

■ ■ ■

S'IL Y A une personnalité américaine qui incarne bien la génération des femmes issues du baby-boom, qui prennent tous les moyens pour vieillir en beauté, c'est bien l'ex-top-modèle Lauren Hutton. À 57 ans, forte de son expérience de vie et de travail, elle donne ses secrets de beauté pour venir en aide aux femmes de sa génération. Et aux plus jeunes, question de se préparer, car on vieillit tous... Elle est l'invitée du site Yahoo Chat ([chat.yahoo.com](http://chat.yahoo.com)) à compter de 19h.

■ ■ ■

TOUJOURS chez Yahoo, mais un peu plus tôt, à 15h, on veut faire rêver les golfeurs en organisant une discussion sur les vacances de rêves. Que vous rêviez de vacances de golf en Écosse, aux Bermudes ou sur de grands parcours américains, vous aurez la chance de poser vos questions et d'apporter vos commentaires au journaliste spécialiste du golf James Deacon, que l'on peut lire en ligne au site T&L Golf ([www.tlgolf.com](http://www.tlgolf.com)) et sur papier, dans les pages du magazine canadien *Maclean's*.

*Bruno Guglielminetti*  
collaboration spéciale

# Les bébés sont-ils grammairiens?

## Les enfants de deux ans seraient statisticiens, grammairiens et algébristes

MATHIEU PERREAULT

SAN FRANCISCO — Le bébé de 12 mois est assis sur les genoux de sa mère. Il regarde à gauche, à droite, vers le plafond. Une lampe de motocyclette s'allume devant lui pour attirer son attention. Une voix d'élève : « Pel wadim sic. Vot kicey rud. Vot wadim rud. »

Au bout d'une dizaine de secondes, le bébé recommence à promener son regard ailleurs dans la pièce. La lampe de motocyclette le rappelle à l'ordre : « Pel wadim sic. Vot kicey rud. Vot wadim rud. »

Le langage qu'enseigne la psychologue Rebecca Gomez à ses petits cobayes est complètement artificiel. La chercheuse de l'Université Johns Hopkins cherche à savoir si les bébés sont grammairiens. Après avoir répété pendant des heures des phrases vides de sens, mais qui obéissent à des règles grammaticales, elle a constaté que les enfants de 12 mois ne sont pas capables d'utiliser ces règles pour reconnaître une phrase, contrairement à ceux de 18 mois. « C'est justement pendant cet intervalle que le bébé apprend ses premiers mots, des centaines de mots », fait-elle remarquer.

Depuis une dizaine d'années, les psys analysent en portions de plus en plus congrues le phénomène de l'apprentissage du langage. Divers symposiums se sont penchés, il y a deux semaines, sur les premiers mots, l'importance de la finalité et de la causalité, la

distinction entre le début et la fin des mots, et la démarche scientifique des bébés, dans le cadre de la réunion annuelle de l'Association américaine pour l'avancement de la science, à San Francisco. Non contents de les comparer à des laborantins, les spécialistes du langage vont jusqu'à dire que les enfants de deux ans font du travail de statisticiens, de grammairiens et d'algébristes.

La psychologue Jenny Saffran, de l'Université du Wisconsin à Madison, a exposé des bébés de huit mois à des mots tout aussi ésotériques que le langage inventé par M<sup>me</sup> Gomez. « L'une des énigmes de l'apprentissage du langage est la séparation du discours en mots : comment un bébé sait-il quand un mot commence et finit ? lance M<sup>me</sup> Saffran. Peut-être est-ce une question de statistiques : dans tous les langages, l'ordre des syllabes à l'intérieur des mots obéit à des règles statistiques, alors que l'ordre des syllabes entre les mots est arbitraire. »

Pour vérifier ses hypothèses, M<sup>me</sup> Saffran a concocté un langage obéissant à une seule règle : les probabilités que certaines syllabes se suivent sont nulles. Par exemple, elle utilise les mots « tokibu » et « gopila » ; dans le langage de M<sup>me</sup> Saffran, la syllabe « to » est toujours suivie de « ki », « ki » de « bu », « go » de « pi », « pi » de « la ». Jamais « go » ne suit « bu ».

Après deux minutes de ce charabia, les bébés entendaient des mots qui n'obéissaient

pas à cette règle, comme « bugola », « gokipi » ou « kitola ». Au grand plaisir de M<sup>me</sup> Saffran, les bébés ont été plus attentifs à ces mots délinquants qu'à d'autres mots obéissant à la règle du langage fictif : ils les ont écoutés 7,5 secondes au lieu de 6,5. « Quand un bébé est exposé à un phénomène nouveau, il est plus attentif. Les bébés de mon expérience ont considéré les mots délinquants comme nouveaux ; cela signifie qu'ils avaient compris que ces mots n'obéissaient pas à la règle du langage qu'ils venaient d'entendre, qui est une règle de probabilités adjacentes. Donc, les bébés sont statisticiens. »

Un autre psychologue, Gary Marcus de l'Université de New York, va plus loin : selon lui, des bébés de sept mois sont capables de comprendre l'algèbre. M. Marcus a lui aussi inventé un langage, qui obéit à deux règles : les mots ont trois syllabes, et la première et la dernière sont la même. Après avoir exposé ses petits cobayes à une suite de « wo fe wo » et autres « la ta la », il leur a fait entendre des incongruités comme « wo fe fe ». Là encore, les bébés ont porté plus d'attention aux mots qui n'obéissaient pas à la règle « algébrique » du premier groupe de mots.

Les bébés peuvent même jeter une lumière différente sur les actions des adultes : les scientifiques découvrent de nouvelles théories parce qu'on les traite comme des enfants,

selon la philosophe Allison Gopnik, qui fait des expériences de psychologie à l'Université de Californie à Berkeley. « Les scientifiques n'ont rien de productif à faire pendant la journée, et ils ne travaillent bien que quand ils sont encouragés, qu'on organise les détails prosaïques de leur vie quotidienne, explique M<sup>me</sup> Gopnick. Peut-être est-ce parce que ces conditions, qui sont celles de l'enfance, sont nécessaires à la démarche scientifique. Du point de vue de l'évolution, il est intéressant de noter que les humains ont une enfance plus longue que toutes les autres espèces. Peut-être est-ce essentiel pour développer les capacités intellectuelles qui leurs sont propres. »

M<sup>me</sup> Gopnick suggère que les bébés utilisent très tôt la démarche scientifique : ils forment une hypothèse, la vérifient par l'expérience, et la modifient en fonction des résultats. « Les théories traditionnelles, comme celle de Piaget, considèrent que la démarche scientifique n'apparaît qu'à un âge scolaire avancé. Je crois qu'elle est très précoce. On peut penser, par exemple, que les « terrible two », quand le bébé fait exprès des activités interdites, sont liées à l'apprentissage que les autres ont des désirs différents. Le bébé voit que sa mère ne veut pas qu'il touche à la lampe, et cela le fascine parce que lui veut y toucher. Pour vérifier que sa mère a réellement des désirs différents, il doit répéter l'expérience. »

| AFGHANISTAN |

## Le plus grand bouddha du monde menacé de disparition

Agence France-Presse

KABOUL — Certaines des plus anciennes oeuvres d'art bouddhiques, dont le plus grand bouddha sculpté dans le monde, sont menacées de destruction par la décision prise hier par les talibans de détruire toutes les statues en Afghanistan.

La milice des talibans, qui a déjà endommagé par des tirs de mortier et des rafales d'armes automatiques les bouddhas géants découpés dans la falaise de Bamiyan, dans le centre du pays, a maintenant décidé de les achever.

Ces bouddhas, l'un de 55 mètres et l'autre de 38 mètres, datent de la première moitié du premier millénaire de notre ère. Si leurs visages en partie mutilés portent encore le sourire serein propre à de nombreuses reproductions du bouddha, leurs tuniques de style grec les rendent uniques non seulement dans l'histoire de l'Afghanistan, mais dans celle du monde en général.

Auparavant protégées par les pèlerins et les moines, les statues nichées dans la falaise ne sont plus désormais visitées que par les enfants de Bamiyan, qui aiment à grimper sur leurs têtes et quelques rares visiteurs.

Lors de leur construction, l'Afghanistan était un grand centre cosmopolite sur la route de la soie, au carrefour de puissantes civilisations. Dévasté par plus de vingt ans de guerre, ce pays est maintenant dominé par les talibans, les « étudiants en théologie » qui affirment en avoir fait le « plus pur » État islamique du monde.

Dans ce pays où les photos d'êtres vivants, les films, la télévision et la musique sont interdits, les jeunes filles ne sont plus éduquées et rares sont les femmes qui peuvent travailler. Tous les hommes doivent porter la barbe, à l'instar du Prophète.

Le mollah Mohamed Omar, le chef suprême des talibans, dont le régime n'est pas reconnu par la communauté internationale et qui est sous le coup de sanctions des Nations unies, a pris la décision de faire détruire toutes les statues du pays.

Ces statues « ont été utilisées auparavant comme des idoles et des divinités par les incroyants, maintenant elles sont respectées et peuvent redevenir des idoles dans le futur, a affirmé le mollah Omar. Seul Dieu, le tout puissant, doit être vénéré, personne et rien d'autre ».

Le décret ordonnant la destruction des statues est intervenu alors qu'une délégation de diplomates occidentaux à Kaboul s'est enquis d'une autre destruction par les talibans, celle d'une douzaine d'oeuvres d'art du musée de Kaboul, dont un bouddha assis datant de quelque 2000 ans.

L'un des diplomates, qui a demandé à ne pas être nommé, a estimé que « la communauté internationale ne peut pas accepter cela ». « C'est incroyable et scandaleux », a-t-il dit en souhaitant que le mollah Omar revienne sur sa décision de condamner à mort le grand bouddha de Bamiyan et les autres.

2869475

REPORTAGE PUBLICITAIRE

**CHEZ SOI 2001**  
les grands constructeurs

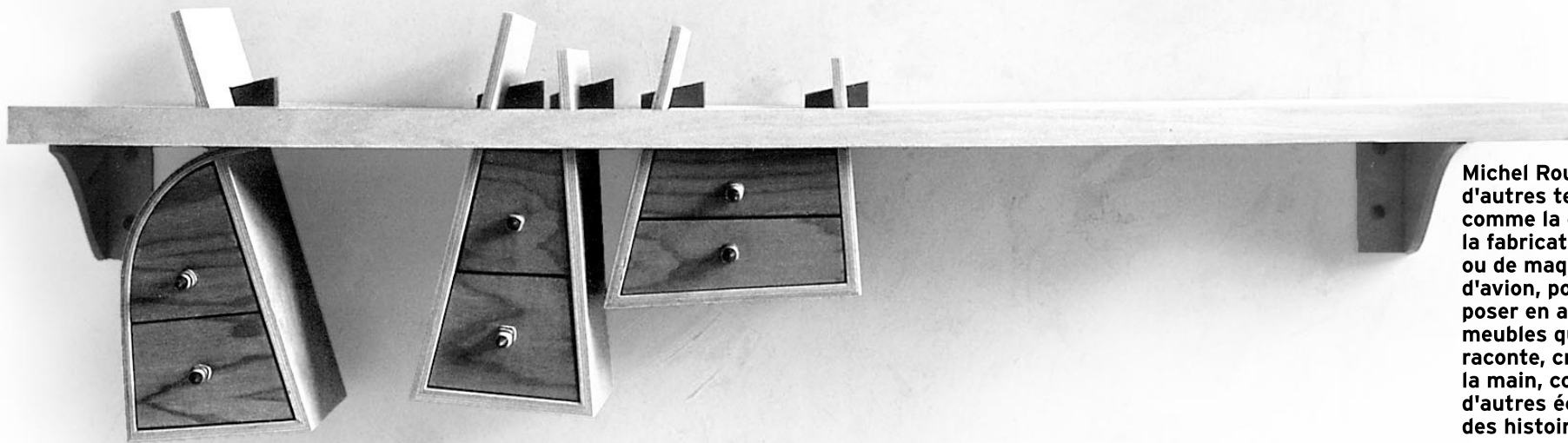
Ne manquez pas ce cahier spécial demain dans

**La Presse**

2869475

# FIGURES

## La voix de son meuble



Michel Rouleau s'inspire d'autres techniques, comme la couture, la fabrication de kayaks ou de maquettes d'avion, pour transposer en atelier des meubles qu'il se raconte, crayon à la main, comme d'autres écrivent des histoires.



**SOPHIE GIRONNAY**  
collaboration spéciale

**Dans notre univers cocooning, le meuble devient un ami, un animal de compagnie, un mode d'expression. Il ne lui manque que la parole! disent en substance deux créateurs, Michel Rouleau et François Massé.**

Les meubles de Michel Rouleau sont comme des fables moralistes. Pleins de drôlerie et de charme, ils ont, tout comme les chansons de Charles Trenet — bon voyage au ciel, cher poète! — la gravité dans leurs tiroirs et le sourire pour armature. D'un coup de hanche sur la gauche, d'une volée de bois vert sur la droite, ils se moquent de nos petits travers ou plus simplement de la nature humaine.

Prenez ce siège pour enfant, haut et mince à s'en tortiller sur sa base. Ce n'est pas un fauteuil, c'est un trône, fait de noble merisier. Intitulé «Henri 1<sup>er</sup>» par son concepteur, il est spécifiquement prévu pour que l'enfant-roi surveille à son aise les agissements de ses sujets, c'est-à-dire de ses parents. Voilà qui en dit long sur le statut familial de nos chers bambins, en ces temps de basse natalité. Dans la série des meubles «Vie de couple», Symbiose est une causeuse en forme de regard caustique sur l'effet pervers de la vie à deux. La deuxième place est tellement collée sur son amour, la première place, qu'elle en devient impraticable, trop étroite, dysfonctionnelle...

Diplômé de design industriel et occupant, durant la semaine, un poste d'illustrateur dans une maison d'édition, Michel Rouleau passe, depuis dix ans, ses temps de liberté à fabriquer ce qu'il appelle des meubles sculptures. Ce sont des exemplaires uniques qu'il accepte de reproduire deux fois, mais pas plus, le temps de peaufiner le modèle. Issu d'une famille de bricoleurs mais ébéniste peu orthodoxe, il s'inspire d'autres techniques, comme la couture, la fabrication de kayaks ou de maquettes d'avion, pour transposer en atelier des meubles qu'il se raconte, crayon à la main, comme d'autres écrivent des histoires.

Michel Rouleau, c'est quoi la différence entre meuble d'art et design? «Ben... Je ne le sais pas. C'est à toi de me le dire!», rétorque-t-il dans un grand rire. À chacun son métier, pardi! À lui la création et fabrication, aux journalistes et critiques le jeu stérile des catégories.

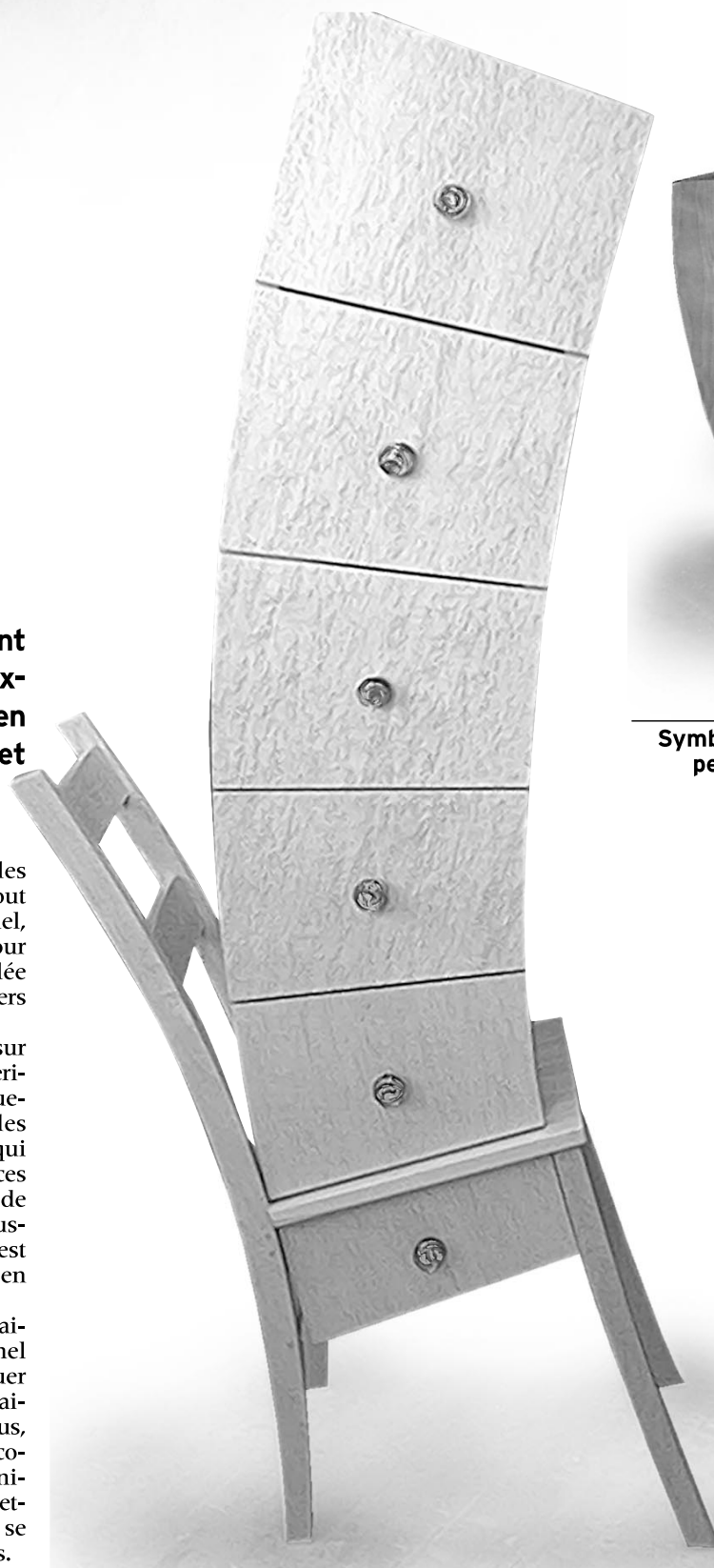
### L'histoire à tiroirs de Michel Rouleau

Pour situer Michel Rouleau dans l'histoire mondiale du design, je me réfère au catalogue que vient tout juste de publier le Musée des arts décoratifs de Montréal (MADM) chez Flammarion et portant sur sa collection: 5000 objets emblématiques du design international collectionnés en 20 ans, grâce au couple philanthropique Liliane et feu David M. Stewart, et à ce rabatteur de génie que fut l'ancien directeur du MADM, monsieur Luc d'Iberville Moreau. Outil superbe, que ce Design 1950-2000! Textes limpides et fouillés, images éloquentes... Organisé par décennies, il place les courants du design dans leur contexte historique puis présente, photo à l'appui, les exemples les plus représentatifs. Des esprits grincheux et provincialistes ont pu reprocher au MADM de ne pas acheter assez québécois. À ceux-là, je conseille de feuilleter ce livre. Il nous fait prendre conscience de la chance inouïe que nous avons de pouvoir trouver, à portée de la main, dans notre salon, quoi, à deux pas, au coin des rues Crescent et Sherbrooke, un tel trésor de pièces de référence.

Bien sûr, les meubles sculptures de Michel Rouleau sont à mille lieues des principes originels du «good design» d'après-guerre. Le design, dans son sens premier, avait pour mission de répondre à des besoins pratiques par des solutions élégantes, mais surtout reproductibles pour le plus grand nombre et au prix le plus bas possible. Comme le fait remarquer l'auteur de Design 1950-2000, David A. Hanks, ironiquement ce ne furent pas les grands créateurs de notre temps qui réalisèrent cet idéal, mais peut-être plutôt la chaîne IKEA...

Quant à Michel Rouleau, je l'inscris dans la lignée de certains designers outsiders de ces derniers dix ans (l'Allemand Ingo Maurer, l'Italien Gaetano Pesce, le Hollandais Tejo Remy) qui souhaitent donner à leurs pièces un supplément d'âme. Avec leurs formes presque humaines, leur côté marrant, personnalisé, ces meubles, pour un peu, rempliraient le même rôle que des animaux de compagnie. Et en plus ils ne font pas de crottes et on peut quand même y ranger ses chaussettes!

«Je ne pense jamais à la fonction, quand je fais des meubles», dit Michel Rouleau, sauf que c'est paradoxal parce que je travaille avec le matériau meuble, comme d'autres travaillent avec le matériau photo ou le matériau peinture. Le meuble est mon mode d'expression, donc il faut qu'il reste reconnaissable. C'est pour ça que je pars de modèles génériques: la chaise de base, sans fioritures, etc. Quand je vois un fauteuil sur le trot-



toir, défoncé et couvert de neige, je trouve ça triste et en même temps, ça me parle. C'est fou comme il y a des choses à faire, à partir de l'objet meuble.»

Et c'est fou, tout ce qu'il lui fait dire! Depuis les meubles nomades (le vide-poche Baluchon, la commode en sac à dos...) qui étaient le reflet d'un état intime, l'expression de l'humeur vagabonde «des gars qui arrivent à un certain âge», Michel Rouleau a évolué vers un commentaire plus social. Signe des temps, après «la vie de couple» sont arrivés ses «meubles transgéniques». Les chromosomes se télescopent et sous l'effet d'une mutation, la chaise devient chiffonnier, car des tiroirs s'empilent sur son siège. Ou bien c'est la commode tranquille qui se mue, dans sa partie haute, en rangement de camping fait de toile. Tel un personnage de dessin animé, la voilà qui a l'air de ployer, comme poussée par le vent de la vitesse. «L'idée m'est venue en blaguant sur les HLM: comme on a des logements sociaux, il devrait exister des meubles sociaux, qu'on peut emporter partout avec soi, dans la rue, les parcs...»

### Le banc de scie de François Massé

Palissandre, acajou, wengé, merisier: les essences qui entrent dans la composition des meubles créés par François Massé chantent comme un poème symboliste. Quoiqu'exposés dans une galerie d'art (chez Simon Blais jusqu'au 3 mars), ils se rapprochent de l'artisanat. Pièces uniques, ce sont des exercices d'esthétique dont la beauté et l'intérêt tiennent au travail sensible et fort minutieux de François Massé sur le jeu des lignes, des couleurs et des textures. «Des meubles d'art, oui, mais pas des sculptures», dit-il. Et je ne vois rien de dégradant à prendre une commande ou à inventer un meuble à partir d'une pièce qu'on me fournit.

À cause du fait qu'ils intègrent des morceaux de meubles venus de l'Inde des 17<sup>e</sup> et 18<sup>e</sup> siècles, certains ont voulu y lire l'expression de la rencontre de l'Orient et de l'Occident. «Ils sont surtout l'expression de ma propre quête d'équilibre», précise François Massé. Je ne fais pas de fixation sur l'Inde.» Designer industriel de formation, professeur de profession (de dessin de présentation technique), François Massé s'est beaucoup cherché (dans la musique, la photo, la reliure) avant de tomber, il y a un an et demi, sur ce mode d'expression qui l'emplit de bonheur.

Sceptique face au milieu du design, son côté commercial, jet-set, frelaté, dont il dit avoir décroché, François Massé est surtout frappé, à l'instar de Michel Rouleau, par la manière dont le public se laisse émouvoir par le meuble. «Le rapport des gens au meuble est direct, très intime et très personnel. Ça les touche vraiment. Et moi dans le fond, qu'on appelle ce que je fais du design ou de l'art, tant que je conserve l'intimité, la sensualité du travail sur le meuble, tant qu'on me laisse tout seul avec mon banc de scie, je crois que je garde l'essentiel.»



Symbiose est une causeuse en forme de regard caustique sur l'effet pervers de la vie à deux. Et sous l'effet d'une mutation, la chaise devient chiffonnier, car des tiroirs s'empilent sur son siège.



Palissandre, acajou, wengé, merisier: les essences qui entrent dans la composition des meubles créés par François Massé chantent comme un poème symboliste.



Quoiqu'exposés dans une galerie d'art, ces meubles se rapprochent de l'artisanat. «Des meubles d'art, oui, mais pas des sculptures», dit François Massé.

## LES JUTRA

# Le *glamour*: pas pour le Québec?

C'est sous le signe du *glamour* qu'on a voulu placer la troisième Soirée des Jutra, dimanche soir. Et qui dit *glamour* dit bien sûr belles robes, paillettes et strass. Concepteur de costumes pour l'événement, Jean Blanchette, qui a longtemps habillé les stars à Hollywood, n'a pas pris son rôle à la légère. Ce sont nos designers québécois qui en ont bénéficié, mais les spectateurs sont un peu restés sur leur faim.

ÈVE DUMAS  
collaboration spéciale

«Par le passé, quand j'ai regardé les remises de prix québécoises, je n'en revenais pas de ce que les vedettes se mettaient sur le dos!» affirme celui qui, depuis les Jutra de l'an passé, dessine les superbes robes que porte l'animatrice Élise Guilbeault et celles de plusieurs comédiennes et chanteuses qui font un numéro sur scène.

Paresse? Contraintes économiques? Humilité mal placée? Pourquoi nos vedettes québécoises craignent-elles souvent de se mettre sur leur 36? Sylvie Moreau, qui était en nomination pour son rôle de soutien dans *La Boutique*, explique à sa façon la réticence des artistes québécois à nous en mettre plein la vue dans les grandes soirées. «On travaille dans un milieu déjà tellement *glamour* que quand on se montre en public, on a juste envie d'être plus près de soi-même, pour démythifier un peu l'image de l'actrice.»

Pour d'autres, comme la toujours gracieuse Véronique La Flaguais, c'est une question d'habitude. «Il y en a pour qui être habillé, c'est porter une petite robe noire toute simple avec des bretelles spaghetti. Ça dépend de comment on s'habille au quotidien. Dans les galas, il y en a toujours qui sont plus *glamour* et d'autres qui sont plus simples.»

Déterminé à ne pas voir trop de «petites robes noires» — un pari qui n'a été qu'à moitié gagné au cours de cette soirée en noir et *black* —, Jean Blanchette a donc décidé de prendre les grands moyens. Il a demandé à quelques designers québécois s'ils voulaient vêtir les vedettes lors du grand soir. De même, les comédiennes ont été contactées pour se faire offrir les services des designers qui ont bien voulu se prêter à l'exercice de style.

Les hommes n'ont pas eu droit à ce traitement royal, ou devrions-nous plutôt dire que M. Blanchette n'en voyait point le besoin. «J'ai contacté quelques comédiens pour savoir ce qu'ils porteraient. Tant qu'ils ne me disaient pas qu'ils s'habillaient chez Croteau, je leur donnais le bénéfice du doute. De toute manière, c'est plus difficile pour un gars d'avoir l'air fou dans un gala.» Voilà qui est discutable. La chemise bleu-mauve iridescente de Patrick Huard et la redingote de velours moiré du meilleur acteur de soutien David Boutin n'ont pas fait l'unanimité.

Dans le rang des comédiennes, en revanche, aucune faute de goût n'a été commise, mais l'originalité et le grand chic n'ont pas toujours été au rendez-vous. Le noir de pied en cape

semblait être la norme encore cette année. Les plus belles tenues étaient à coup sûr portées par celles qui avaient accepté les services personnalisés des designers.

Maude Guérin remplissait de ses courbes généreuses une superbe tenue bleu turquoise de Nadya Toto, au motif de paisley très discret et agrémenté de brillance. «Nadya Toto, c'est une découverte pour moi. Je ne la connaissais pas, mais je suis sortie de sa boutique avec plusieurs pièces!» La styliste a également habillé la superbe Marina Orsini tout de noir, en ensemble pantalon au décolleté très plongeant. Sexy et élégant à la fois. Sylvie Moreau devait aussi profiter des services de la designer, mais lorsqu'elle a cogné à sa porte de la rue de la Montagne, M<sup>me</sup> Toto affichait déjà complet. M<sup>me</sup> Moreau s'est donc rabattue sur une jolie robe noire de l'excentrique New-Yorkaise Betsy Johnson qu'elle a pu avoir grâce à sa styliste pour l'émission *Catherine*.

Pascale Montpetit s'est laissé guider par les bons conseils de M. Blanchette et s'est donc retrouvée chez Marie Saint-Pierre, qui lui a proposé une tenue de tricot noir, complétée d'un collier en cuir noir décoré d'une fleur et rehaussée d'un foulard fuschia. «Si on m'avait demandé chez qui je voulais m'habiller, j'aurais sûrement dit Marie Saint-Pierre. Ça me plaisait de porter quelque chose d'aussi féminin parce que dans ma carrière, j'ai souvent joué des rôles de garçon manqué et je suis fière de montrer que ce n'est pas vraiment ma personnalité.»

De son propre chef, Chloé Sainte-Marie avait choisi de porter à son arrivée une robe rouge en soie et en dentelle (vivement de la couleur!) signée Ariane Carle, fille de Gilles Carle, lauréat du prix hommage pour l'ensemble de sa carrière et compagnon de la chanteuse et comédienne. Lors de son tour de chant sur l'air de *Cinéma, cinéma*, la jolie rousse portait une robe couleur chartreuse signée Jean Blanchette. Marie Tifo, en grand décolleté, s'est permis de demander une robe au maître costumier lui-même. «Je voulais une vraie robe d'actrice. Moi dans la vie, je ne suis pas du tout glamour, je vis à la campagne. Alors quand j'ai la chance...» Jean Blanchette lui a donc dessiné avec plaisir une superbe robe de velours vert sombre décorée de perlage.

Véronique Le Flaguais, en noir intégral, avait magasiné à la boutique Duo sur canapé, rue Crescent, pour se choisir une création de Colette Chicoine dont l'étiquette Lola en solo propose des vêtements élégants d'inspiration lounge et zen. «J'adore surtout les matières qu'elle utilise. Ce sont des

vêtements comme on n'en trouve nulle part ailleurs», dit-elle des créations de M<sup>me</sup> Chicoine, qu'elle a découverte il y a trois ou quatre ans.

Si tous et toutes parlaient volontiers de leurs tenues griffées, Marie-Josée Croze, sacrée meilleure actrice pour son rôle dans *Maelström*, a refusé de dévoiler ses bonnes adresses. À la question «Qui portez-vous?» Elle a répondu : «Je ne le dis pas parce que je l'ai payé! Je ne fais pas de promotion.» À la question «Que portait-elle?», l'on peut tout de même répondre qu'il s'agissait d'une jupe de soie rouge à motifs chinois assortie d'un simple chemisier noir. Quant à Marie-Jo Thério, meilleure actrice de soutien, elle n'a pas eu à dévoiler son allégeance. Sa robe signée George Lévesque, designer québécois qu'on ne peut confondre avec nul autre, parlait d'elle-même.

Il ne faut point oublier les charmants animateurs du gala, soit Yves Jacques et Élise Guilbeault. Cette dernière a porté des tenues qui étaient aussi *glamour* que l'an dernier. Sa première, une robe bleue digne des plus grands opéras, se démarquait surtout par son fabuleux corsage de plumes. L'élégante a par la suite revêtu une robe beige drapée d'inspiration grecque et une robe rouge un peu moins réussie, avec boa en plumes rouges.

Après son entrée remarquée en robe de dentelle noire sur soie bleue complétée de strass (signée Blanchette, toujours), Yves Jacques, fidèle, était griffé Philippe Dubuc. Il a porté en primeur des costumes de la collection printemps/été 2001 de son designer montréalais préféré. «Je le porte souvent quand je voyage, à Paris, notamment, et les gens aiment beaucoup ce qu'il fait.» Nos designers québécois aux Césars et aux Oscars? Si Jean Blanchette a son mot à dire...



Marie-Josée Croze, sacrée meilleure actrice pour son rôle dans *Maelström*, a refusé de dévoiler ses bonnes adresses.

Élise Guilbeault portait des tenues signées Jean Blanchette. Sa première, une robe bleue digne des plus grands opéras, se démarquait surtout par son fabuleux corsage de plumes.



Photos BERNARD BRAULT, La Presse ©



Maude Guérin remplissait de ses courbes généreuses une superbe tenue bleu turquoise de Nadya Toto.



Chloé Sainte-Marie portait une robe couleur chartreuse de Jean Blanchette.



Yves Jacques était griffé Philippe Dubuc. Il a porté en primeur des costumes de la collection printemps/été 2001 de son designer montréalais préféré.