



ACTUEL



Espace Pub
**La pub s'inspire
du cinéma**

Page 7

**Secrète
Jordanie**

Page 2

La Presse

CAHIER B | LA PRESSE | MONTRÉAL | LUNDI 15 AVRIL 2002

LA VODKA, LES RUSSES ET L'ALCOOLISME

Vodka, files d'attente, agents du KGB, ballet classique, poupées qui s'emboîtent les unes dans les autres... Les clichés qui sont associés à la Russie sont nombreux et malgré tous les chambardements qu'a connu ce pays, demeurent ancrés dans la tête de ceux qui la regardent de loin. Notre collaboratrice est à Moscou actuellement et nous parle de la Russie d'aujourd'hui en nous expliquant si les clichés d'hier sont encore pertinents aujourd'hui.



LAURA-JULIE PERREAULT
collaboration spéciale

LA RUSSIE EN 10 CLICHÉS

SAM | 1 > Files d'attente et cie

LUN | 2 > De la vodka au KGB

MOSCOU — Prenez un journal russe. N'importe lequel. Regardez les petites annonces. En première page, on vous proposera d'acheter une auto, une laveuse, un appartement. Ensuite suivra une page remplie de photos de jeunes femmes et de numéros de téléphone. Et finalement, vous tomberez sur une page couverte de mille et une versions de la même annonce pour le même service: une recette miracle pour ne plus être alcoolique.

Cette panoplie d'annonces est une réponse plus que surprenante au fléau qui fait rétrécir année après année la population masculine russe: l'alcoolisme.

Depuis toujours, la Russie est associée à une image de vodka bue en faisant cul sec avec quelques blinis et peut-être même un peu de caviar. La réalité c'est qu'aujourd'hui, malgré les percées de la bière, la vodka est omniprésente dans la vie quotidienne russe, qu'on en consomme encore et toujours en immenses quantités et qu'elle est associée à des problèmes d'éthylisme chronique répandus.

Il est impossible d'obtenir des chiffres précis sur la prévalence de l'alcoolisme en Russie, mais les données démographiques donnent quelques indications sur la gravité du problème. L'espérance de vie des hommes est maintenant de 60,2 ans en Russie, soit 15 ans de moins qu'au Canada.

La perte d'emplois, le démantèlement des familles, la violence: voilà les pièges que les Russes veulent éviter en faisant appel au service d'un médecin des petites annonces, qui pourra les guérir de leur mal.

La procédure médicale proposée dans toutes ces annonces a un nom, c'est la «cardirovanie» et elle est pratiquée depuis la pérestroïka par des médecins plus inventifs les uns que les autres.

Anatoli Medvedev est un de ceux-là. Ancien colonel de l'Armée rouge, dans laquelle il pratiquait aussi la médecine, M. Medvedev a travaillé dans les années 1980 dans une clinique psychoneurologique de l'État soviétique. Il devait y traiter les citoyens ivres que la police ramassait dans les rues pour les livrer aux cliniques.

«Ces endroits étaient redoutés. Les alcooliques étaient gardés là-bas pour la nuit, on leur imposait deux semaines de travail communautaire et on les obligeait à suivre un traitement contre l'alcoolisme», explique Alexei Medvedev, le fils du docteur qui observe le travail de son père depuis des années.



Dans la clinique étatique, le docteur s'est constitué une clientèle qui l'a suivi lorsqu'il a ouvert sa nouvelle clinique privée de «cardovanie». Le coût de l'opération: entre 500 et 1000\$ US, une somme importante considérant que le salaire moyen en Russie se situe entre 100 et 200 \$ par mois.

«Le cardovanie est devenu le moyen numéro un de se débarrasser de l'alcoolisme de la classe moyenne. Les cliniques psychoneurologiques existent toujours, mais elles sont associées à l'image du gars saoul ramassé dans la rue par les policiers», explique Medvedev fils.

Hypnose et boule de gomme

Les techniques des médecins diffèrent, mais elles ont toutes en commun l'élément psychologique qui y joue un rôle bien plus important que la médecine.



Voir VODKA en B2
Suite du dossier en B3 et B4

FESTIVAL INTERNATIONAL JAZZ À L'ANNÉE

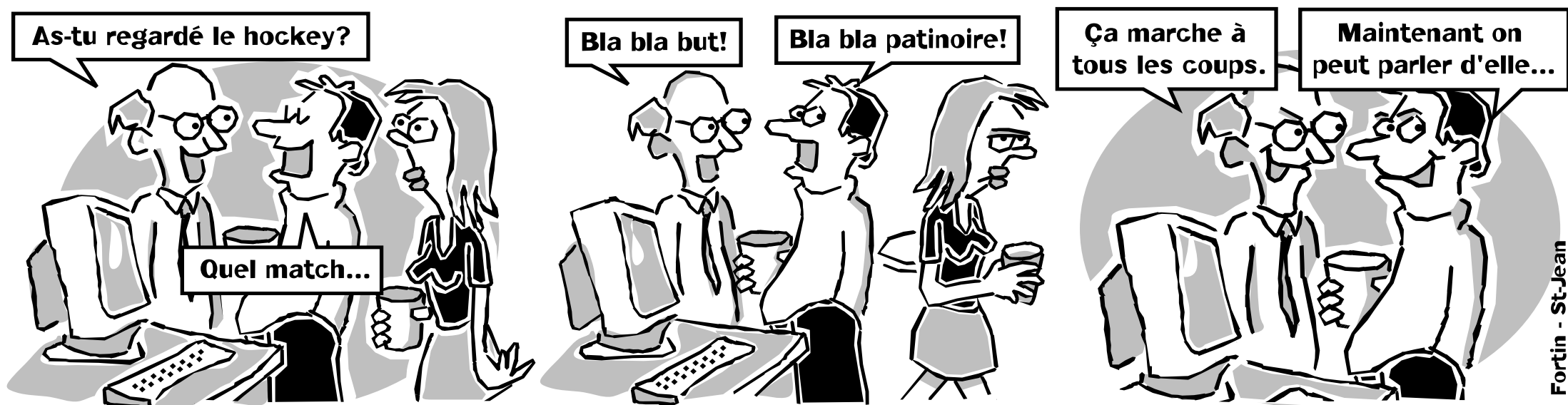
UNE RENCONTRE ENTRE DEUX MUSICIENS D'EXCEPTION !
Bernard Primeau
et le Montréal Jazz Ensemble
accompagné de Hugh Fraser et d'un quatuor à cordes
Première partie : Eduardo Pipman Quartet

BILLETTS 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:

MARDI 16 AVRIL, 20h - Maison de la Culture Frontenac 12,50 \$*

BANDE À PART



Fortin - St-Jean

« De quelle Église êtes-vous? »

La Presse publie toutes les semaines un témoignage personnel d'Anaïs Barbeau-Lavalette, jeune cinéaste québécoise diplômée de l'INIS, qui sillonne la planète en compagnie du caméraman polonais Przemyslaw Niczyporuk et du preneur de son kényan Julius Keya, dans le cadre d'un projet des Nations unies sur le volontariat.



ANAÏS BARBEAU-LAVALLETTE
collaboration spéciale
L'ODYSSÉE D'ANAÏS

AMMAN, Jordanie — « De quelle Église êtes-vous? » À mes côtés, une très grosse femme a du mal à me suivre, même avec mon énorme sac de voyageuse sur le dos. Elle sue, elle souffle, je lui prends le bras. Il est minuit et elle nous attend à l'aéroport depuis trop longtemps. Elle est fatiguée.

Devant nous, son mari pressé, entouré de mes deux mousquetaires, Julius et Przemec.

« De quelle Église êtes-vous? » me répète-t-elle.

J'hésite. Question très délicate, surtout au premier contact... À tâtons, je me risque: j'explique que je ne suis pas d'une église mais d'une ONG, qu'on est ici pour filmer les activités d'Operation Mercy, pour laquelle travaille son mari, que la Jordanie est notre deuxième escale, deuxième film... Je m'arrête parce qu'elle ne m'écoute plus. Les sourcils froncés, elle me regarde dans les yeux et me demande doucement, comme elle marche: « Êtes-vous croyante? »

Immuable, au milieu de l'aéroport d'Amman, Jordanie, à minuit, une grosse dame essouffée me demande si je suis croyante. Pause. Je réfléchis. Un instant.

Puis, mes yeux bien dans les siens: « Oui, ma'am ». Sourire et soupir. D'un côté comme de l'autre. Oui madame, je suis croyante. Je crois au monde. Je crois en l'être humain. Je crois en l'humanité. Et c'est pour ça que je suis ici. Pour filmer ceux qui, comme moi, osent encore y croire. Et en reprenant notre marche lente, je me serre contre cette grosse dame humide... et je suis contente, terriblement contente, qu'elle m'ait posé cette question.

Ma'am est la femme d'Abou Fahdi. Ils sont tous deux protestants dans un pays musulman.

Ma'am — c'est ainsi qu'on l'appelle — reste à la maison. Assise dans son fauteuil fleuri, elle attend. Ou elle prie. En tout cas, de toute la journée, elle ne bouge pas.

Abou Fahdi, lui, travaille pour Operation Mercy. C'est lui qui nous introduit à la Jordanie. Se-

crète Jordanie. Pays chuchoté, pays de silence et de cris étouffés.

« Ils vivent là, tous ensemble. Plusieurs familles, plusieurs générations... Avant, ils avaient plus de place. Toute la place... Avant, ils étaient libres... »

Il est ému, Abou Fahdi, devant les montagnes dorées de son pays. Il nous raconte les Bédouins comme on raconterait des oiseaux brisés. Des oiseaux du désert qui ne peuvent plus voler.

« Le soir, on les entend chanter sur les montagnes... »

Sur la rondeur du désert, des maisons dessinées. Blanches, identiques. C'est là que les Bédouins du centre de la Jordanie ont été casés. Il y a 20 ans, on a dit aux Bédouins qu'ils ne seraient plus Bédouins.

Du jour au lendemain, les nomades et leurs âmes ont pris racine. Du jour au lendemain, les enfants du vent ont dû atterrir et mourir un peu.

Je comprends ce sourire triste dans les yeux d'Abou Fahdi. Je comprends qu'il est amoureux de son pays. Et je comprends aussi que la liberté n'est ni protestante ni musulmane. Elle est libre, c'est tout.

Un autobus cabossé sillonne les routes de sable, d'un village à l'autre, d'un camp à l'autre. Bédouins et Palestiniens y cohabitent. Un peuple auquel on a imposé des racines, un autre auquel on les a arrachés. Tous deux privés de liberté.

Un autobus cabossé dans un nuage blanc, d'un camp à l'autre, collecte les enfants. Enfants blessés, nés de mariages forcés. Enfants handicapés qu'un autobus cabossé cueille d'une maison à l'autre, fruits fragiles du désert, premiers enfants des camps.

Souvent nés de mariages consanguins, les enfants brisés peuvent recevoir soins et tendresse au creux de la colline, dans une maison vide aux fenêtres ouvertes sur le ciel. Là, des médecins, professeurs et pédiatres posent un peu de baume sur ces petits êtres souriants malgré tout, plus vivants que les vivants, et pourtant exclus des exclus.

Voilée aussi, assise entre les femmes et leurs enfants de verre, je me laisse porter...

Au loin, une femme voilée, une femme volante, une femme trésor qui fait un petit rond noir sur la ligne sage de l'horizon. Un petit rond noir qui chatouille le dos du monde. En silence. En secret.



La Jordanie, terre des bédouins. « Le soir, on les entend chanter sur les montagnes... »

Dans l'air, la prière du matin. Dressée au milieu de rien, fière, digne, une mosquée chante la liberté. Une mosquée chante l'Islam, le vrai, celui qui fait du bien. Dans l'autobus rouillé, les enfants de verre ont les yeux fermés. Puis, au détour d'une rondeur, dans le creux d'un silence, entre deux chuchotements: une rencontre.

D'abord, un triangle. Comme un petit chapeau posé sur un front dégarni. Une tente, au milieu du désert. Un désert clown, juste pour un instant. L'instant suivant, je suis dedans. Dedans la tente, toute petite au milieu du désert tellement grand, et puis doux, très doux. Et plus clown du tout.

Devant moi, un visage. Et puis dessus, une vie. Une vie qui est longue, longue comme la ligne sage de l'horizon. Et des yeux qui ne disent rien parce qu'ils parlent trop bas, pour ne pas réveiller le vent. Des yeux brillants qui disent vivre, et c'est bien suffisant.

Des yeux eau sur un visage terre. Des yeux secrets. Qui me regardent. Qui me regardent avec une simplicité déroutante. Humainement. Simple.

Et puis une main usée, une main cordée, une main comme la racine d'un arbre qui a vu les années défilier. Une main noire qui, à elle seule, entre ses monts et vallées, porte tous les secrets du désert. Une main qui, avec la lenteur d'une caresse, me sert le thé. Le thé dans sa fumée. Le thé sucré qui veut dire je te donne un peu de moi et ça me fait plaisir...

Et moi qui ne parle pas ce pays, je ne cherche pas comment quoi dire et pourquoi, je souris avec mes yeux, seulement. Parce qu'ici, au milieu du désert où j'ai rencontré un humain, il n'y a d'important que la vérité... et ses secrets chuchotés.

Dans la tente, trois espaces. Celui de l'homme et de ses invités. Sol de terre tapissé et toile de cuir re-

montée pour permettre au soleil de s'y installer. Puis, noires, séparées par des bouts de tissu tendus, deux autres espaces sur plancher de sable. Là, seules les femmes peuvent pénétrer.

Pieds nus, je me faufile doucement de l'autre côté. Le côté caché. Assise par terre, une femme. Vieille, dessinée sur le visage, tatouée autour de ses yeux de lumière.

Par poignée, elle arrache les dernières plumes d'un coq d'un geste lent, rythmé. Elle me regarde, ne sourit pas, mais dans ses yeux, je lis que ça va. Que si je reste silencieuse et que mes pas s'effacent dans l'ombre de la tente, je peux rester et regarder.

Un filet de lumière perce l'obscurité. À travers, se faufile une femme, une autre, plus jeune, le dos bossu comme si elle y portait sa vie, lourde vie de femme nomade.

Elle me sourit, un court instant, puis m'oublie.

Ces femmes cachées partagent le plancher de sable avec les enfants, entre fruits et légumes, et dorment parfois avec l'homme du désert, quand il le désire.

Dehors, l'homme nourrit ses chameaux, sous le regard attentif de Julius et Przemec. Le vent souffle sur eux, mais ils ne s'envolent pas.

Doucement, je quitte les femmes cachées qui m'offrent un sourire en secret, un sourire de femme à femme, un cadeau, un vrai.

L'homme fait face au désert, son désert. Au fond de son regard, le soleil se couche. Et je comprends que le soleil n'a qu'un lit, et c'est celui-là. Et je me trouve chanceuse d'être là où le lit du soleil est aussi.

Et, suivant le vent, j'écoute les mots. Les mots qui appellent les moutons comme une chanson triste. Et j'écoute les cloches timides qui résonnent, petites touches de couleur sur le silence blanc du désert.

Demain, tous ils partiront. Ils déploieront leurs ailes et iront chercher ailleurs un morceau de vie, un peu de vert au milieu du désert pour nourrir les moutons. En attendant, ils vivent en secret.

Je ne sais pas s'ils regrettent ou s'ils ont peur quand ils ont faim comme aujourd'hui. Mais je sais cette ligne parfaite, cet horizon calme dans les yeux de cet homme et leurs éclats blancs. Je reconnais là, dessinée, la libération.

Je sais que je n'ai pas su vous raconter la Jordanie. Et c'est bien comme ça. Parce que la Jordanie ne se raconte pas... Elle se chuchote. Parce que la Jordanie n'existe pas. Elle se rêve seulement.

Parce que dans le désert où j'ai rencontré un humain, le vent qui parle pour les Bédouins parle aussi pour les Palestiniens. Parce que dans le désert où j'ai rencontré un humain, une bombe détruit un secret.

Dans le même désert. À côté du lit du soleil, une bombe brise l'horizon. Et à travers son écho, un homme et sa famille marchent. À travers son écho, un homme et sa famille s'accrochent à la liberté. Alors oui. Je suis croyante.

Dans le désert de Jordanie, il ne pousse plus rien. Plus rien que des poèmes.

Pour m'écrire au bout du monde: nanalavalette@yahoo.com

Pour communiquer avec le projet Operation Mercy, vous pouvez écrire à Fawaz Sharaiha (Abou Fahdi): opmercy@index.com.jo

Rendez-vous dès demain sur la plate-forme Web de Radio-Canada www.SilenceOnCourt.tv, pour voir le deuxième film de l'Odysée d'Anaïs, « Et j'ai écouté les fragiles secrets de Jordanie », un périple, une carte-postale où se mêlent l'ocre des sols sablonneux au blanc lumineux des maisons. Anaïs sera de retour dans nos pages le 22 avril, depuis Sao Paulo, au Brésil.

VODKA

Suite de la page B1

Le Dr Medvedev commence ses sessions en prodiguant un long discours au patient sur les effets néfastes de l'alcoolisme. Il invite à cette session les proches du patient qui contribuent à convaincre ce dernier de la nécessité de laisser tomber la bouteille de vodka.

Lors de la deuxième rencontre, le médecin demande à ses patients d'acheter eux-mêmes une bouteille du liquide transparent. Il leur propose alors de les mettre sous hypnose et de leur donner une injection de vitamines qui leur permettra de mieux se remettre de la procédure.

L'astuce commence dès lors: l'hypnose est fautive et les vitamines ne sont pas des vitamines. En fait, le docteur injecte un médicament qui rend le patient allergique à l'alcool pendant 24 heures.

Pendant la session « d'hypnose », il répète « l'alcool mène à la mort »! De la musique d'église remplit la pièce où le médecin travaille.

Après l'hypnose, le médecin demande au patient d'avaler une gorgée de vodka. L'effet est automatique: une gueule de bois multi-

pliée par 10 s'empare de l'ex-alcoolique. Le produit disparaît du sang du patient le lendemain, mais l'effet psychologique perdure.

Le médecin demande ensuite au patient de signer une carte, le déchargeant de toute responsabilité au cas où le patient déciderait de boire à nouveau. La boucle est bouclée: la peur de l'alcool est alors bien implantée.

La Dr Medvedev est content de dire que la procédure est efficace dans 70 % des cas. Plus de 50 % de ses patients abandonnent la bouteille pour plus de trois ans. Lors de rechutes, ils vont souvent retrouver le même médecin traitant.

Avoir la foi

Andrei, une ancienne vedette d'un groupe rock de l'époque soviétique, suit ce même traitement depuis plus de 10 ans.

Il se permet deux ou trois bières lors des fêtes, mais est convaincu qu'une goutte de vodka pourrait l'envoyer directement à l'hôpital. « On se fait souvent dire que la procédure est un placebo mais je ne suis pas le seul à l'avoir essayé. Un de mes amis qui a

aussi subi un « cardovannie » a tenté de boire un soir, il a été malade pendant deux jours », raconte-t-il dans son studio. Depuis qu'il a quitté la musique, Andrei est peintre.

Il se désole de voir sa génération, les 30 à 40 ans, se détruire à grands coups de toasts, mais il remarque que de plus en plus de jeunes ont troqué la vodka contre la bière, un produit qu'ils jugent moins néfastes.

Les ventes de bière augmentent de 20 % par année depuis 1995, selon le brasseur russe le plus important, Baltika.

La vodka s'embourgeoise

La vodka est néanmoins présente dans la vie de tous les jours. Une bouteille de 40 onces coûte entre 2 \$ et 5 \$. Les compagnies comme Flagman de l'enclave de Kaliningrad et Cristall, la principale distillerie moscovite, commencent aussi à varier leurs produits, ajoutant à leur panoplie de vodkas ordinaires des vodkas aromatisées.

Ce phénomène de vodka parfumée en surprend plus d'un. « Traditionnellement, les Russes détestent et le goût et l'odeur de la

vodka. C'est d'ailleurs pour cette raison qu'ils boivent leurs verres d'un seul trait. C'est l'effet d'ivresse qui est recherché », expliquait lors d'une soirée conviviale Alexandre Sadetski, directeur des études russes de l'Université Laval et spécialiste des traditions culturelles.

Philosophie de bouteille

Il expliquait en une seule plaisanterie la compréhension qu'ont les Russes du liquide transparent, associé partout dans le monde au caractère slave: « Un grand-père dit à son petit fils: Comment trouves-tu l'odeur de la vodka? Le petit-fils sent, plisse le front et répond: C'est dégoûtant, grand-père. Le grand-père demande alors: Et comment trouves-tu le goût de la vodka? Le petit-fils se mouille les lèvres et son visage se transforme en grimace. C'est dégoûtant! répète-t-il. Le grand-père le prend alors par le bras et lui dit dans l'oreille: Tu vois, c'est terrible, mais ton grand-père doit boire ça tous les jours! »

LA RUSSIE EN 10 CLICHÉS

Qui a (encore) peur du KGB?

Exit le KGB, place au FSB... Rebaptisé en 1992, le FBI russe a non seulement changé de nom, mais il a aussi perdu de son lustre et de sa triste réputation. Comme on dit, les temps changent. Mais changent-ils vraiment?

LAURA-JULIE PERREAULT
collaboration spéciale

MOSCOU — LaLoubianka : un édifice rose et jaune, planté au milieu d'une grande place. Loubianka, un mot qui a longtemps donné froid dans le dos aux Moscovites. Loubianka, siège de l'ancien KGB, a toujours la même gueule, malgré la disparition de la redoutée police secrète soviétique il y a 10 ans.

Aujourd'hui, la Loubianka abrite le FSB (le Service de sécurité nationale), l'organisme qui a succédé au KGB. Le service de renseignement externe, qui porte maintenant le nom du FCP, travaille indépendamment, aux dires des autorités.

Les drapeaux russes ont remplacé les drapeaux soviétiques et plus personne ne fait un détour pour éviter l'édifice qui autrefois symbolisait le pire du régime communiste : la surveillance permanente, le totalitarisme. Un supermarché occidental, Le Septième Continent, a même osé s'installer juste à côté.

Autre signe du temps qui passe et qui oublie : le 7 mars dernier,

une église orthodoxe a été ouverte dans l'arrière-cour du siège social pour les agents du FSB. Clin d'oeil de l'histoire : du temps du régime de Lénine, la police secrète était chargée de surveiller de près les moindres gestes de l'Église orthodoxe, bannie pendant 70 ans.

Depuis 1992, le KGB, rebaptisé pour la 17^e fois de son histoire, a définitivement changé de look et a perdu beaucoup de son importance, mais aussi de sa mauvaise réputation. Des milliers d'employés ont été mis à pied par le grand réformateur de la boîte, Bakatîn, qui voulait faire de la nouvelle police secrète un FBI à la russe... avec des ambitions égales au budget de la Russie et non plus de l'empire soviétique.

Dans l'ancre du KGB

Mais il suffit de prendre rendez-vous avec un guide assigné pour aller visiter le musée du KGB afin de réaliser que les changements sont bien relatifs au sein de cette organisation qui a donné lieu à un nombre incalculable de films et de romans policiers, du *Parc Gorky* aux *Bons baisers de Russie*, passant par quelques épisodes de la série *Mission Impossible*.

Le musée, élaboré pendant l'ère Gorbatchev en 1987 dans l'édifice qui jadis abritait le club social des agents du KGB et aujourd'hui celui des employés du FSB, a d'abord été mis sur pied pour les agents eux-mêmes. Les quatre pièces, faisant la rétrospective des moments glorieux et moins glorieux de la police secrète russe, devaient leur servir de lieu de réflexion et de formation.

En 1989, ce musée interne a aussi été ouvert aux « professionnels de la sécurité » et à quelques visiteurs triés sur le volet. Robert de Niro y aurait fait un bond alors qu'il préparait un de ces rôles.

Lorsque le KGB a rendu l'âme en



Photothèque La Presse

L'ancien édifice du KGB qui loge toujours les services secrets russes.

1992, l'exposition a été rendue publique. Mais n'entre pas qui veut : le musée reçoit uniquement une poignée de visiteurs par jour, tous accompagnés d'un guide qui a préalablement informé le FSB de l'identité des visiteurs. Le coût de la visite : 54 \$ US. On vous invite à payer en roubles ou en dollars US, une pratique rare à Moscou.

La première pièce de l'exposition rappelle que c'est Lénine qui a fondé cette police, d'abord appelée la Tcheka ou V-Ché-Ka par les Russes. Le père du bolchévisme voulait que cette force policière devienne « l'épée punitive de l'Union soviétique ». Contre-révolutionnaires, saboteurs, terroristes et ennemis du peuple devaient en être la cible principale.

La guide, Anna Preobrazhenskaya, une ancienne employée de l'agence touristique officielle Intourist, raconte l'histoire de chacun des leaders de cette institution pour le moins mystérieuse. Celui-ci, Félix Dzerzhinski, le premier patron de la Tcheka est mort après avoir

fait un discours sur la nécessité des réformes économiques. « Il était évidemment hors du cercle du pouvoir, car tous savaient que Staline était contre ces réformes. Lorsque Dzerzhinski l'a su, il n'a pas tenu le coup », raconte Anna. En 1992, c'est avec enthousiasme que les Moscovites ont déraciné une immense statue de Dzerzhinski qui régnait sur la place Loubianka. Il était le symbole même de l'oppression policière.

Les histoires des successeurs de Dzerzhinski se terminent toutes de la même manière : les six leaders suivants de la police secrète, devenue entre temps le NKVD, ont tous été fusillés pour différentes raisons pendant l'ère stalinienne. Le plus important de ceux-là, Lavrenti Beria, a été éliminé par le successeur de Staline, Nikita Khrouchtchev, et c'est alors que la célèbre institution a pris le nom de KGB.

Musée en deux temps

Alors que la première partie de l'histoire de la police secrète est glauque, ce qui suit dans la salle

d'exposition est plutôt un hymne aux grands espions russes... et à un des plus récents chefs du FSB, Vladimir Poutine. Dans trois salles, les plus grands exploits des espions russes sont étalés sur les murs qui rappellent la dure victoire des Russes contre les Allemands pendant la Deuxième Guerre mondiale. Des montres dissimulant des microphones, différents équipements d'espionnage interceptés, le récit des missions ultra-secrètes, sont présentés comme des trophées.

« Les professionnels du FSB sont encore aujourd'hui très fiers de leurs réalisations surtout lors du passage de Youri Andropov à la tête du KGB. Tout le monde le dit encore, c'était l'âge d'or du KGB », explique une Anna enthousiaste. Elle est tout aussi fière de montrer quelques armes de l'armée russe qui ont été vendues par des citoyens aux rebelles tchétchènes. « Ça démontre bien qu'il y a encore besoin de contrôle à l'intérieur de la Russie », commente la guide.

Le tour du musée est terminé. Rien n'a été dit sur le travail acharné du KGB pendant la guerre froide pour garder les citoyens russes bien tranquilles, rien sur leur grand rôle de chien de garde d'une population qui vivait dans la peur. Pas un mot non plus sur la présumée participation du FSB dans les explosions survenues dans des immeubles qui ont fait 300 morts à Moscou en 1999 et qui ont causé la reprise des hostilités avec la Tchétchénie.

À la sortie, dans un des halls cérémoniaux du club social du FSB, une grande statue blanche surgit. « C'est la statue de Dzerzhinski, dit la guide, les gens s'en sont débarrassés à l'extérieur de l'édifice, mais il est toujours très respecté à l'intérieur par les professionnels ».

Plus ça change....



L'événement
Traction intégrale
Bonheur total



319\$ /mois

LEGACY L Berline 2002
Édition spéciale

Transmission automatique

LOCATION 48 MOIS	
Mensualité	Versement initial (ou échange équivalent)
319\$ *	2 995\$
349\$ *	1 695\$
389\$ *	0\$

Traction intégrale
Moteur 2,5 litres, 165 ch
Style européen

L'atTraction
du mois



LEGACY SE Familiale 2002
Édition spéciale

299\$ /mois

Transmission manuelle à 5 rapports
Roues de 16 po. en alliage
Moteur 2,5 litres, 165 ch
Phares antibrouillard
Groupe électrique
Climatiseur • Freins ABS
Entrée sans clé
Et plus encore...

LOCATION 48 MOIS	
Mensualité	Versement initial (ou échange équivalent)
299\$ *	2 995\$
329\$ *	1 695\$
369\$ *	0\$



359\$ /mois

OUTBACK Familiale 2002
Sécuritaire, spacieuse, performante

LOCATION 48 MOIS	
Mensualité	Versement initial (ou échange équivalent)
359\$ *	2 995\$
389\$ *	1 695\$
429\$ *	0\$

Traction intégrale
Moteur 2,5 litres, 165 ch
Transmission manuelle à 5 rapports



459\$ /mois

WRX IMPREZA 2002
Championne des rallyes internationaux

LOCATION 48 MOIS	
Mensualité	Versement initial (ou échange équivalent)
459\$ *	2 995\$
489\$ *	1 695\$
529\$ *	0\$

Transmission manuelle à 5 rapports
Traction intégrale à prise constante
Moteur 2,0 litres, DACT, 16 soupapes, turbocompressé avec refroidisseur d'air, 227 ch à 6 000 tpm

Les Subaru obtiennent la cote la plus élevée de l'IIHS
(l'Institut des assureurs américains)

IMPREZA LEGACY FORESTER



379\$ /mois

FORESTER Sport 2002
L'hybride le plus sécuritaire de sa catégorie

LOCATION 48 MOIS	
Mensualité	Versement initial (ou échange équivalent)
379\$ *	2 995\$
409\$ *	1 695\$
449\$ *	0\$


Traction intégrale
Moteur 2,5 litres, 165 ch
Transmission manuelle à 5 rapports

Association des concessionnaires Subaru du Grand Montréal

Subaru Rive-Sud Greenfield Park (450) 465-3200	Subaru de Laval ADM Automobiles (450) 668-6041	John Scotti Subaru Saint-Léonard (514) 725-6777	Subaru St-Hyacinthe Saint-Hyacinthe (450) 773-5262 (514) 332-0062	Subaru Repentigny Repentigny (450) 585-9950 (514) 891-9950	Joliette Subaru Joliette (450) 755-1055	Subaru Ste-Agathe Ste-Agathe-des-Monts (819) 326-1600 1 800 463-1600
Subaru Auto Centre Montréal (514) 937-4235	Carrefour Subaru Auto Sainte-Rose, Laval (450) 625-1114	Caron Subaru Valleyfield (450) 371-8511	Concept Automobiles Granby (450) 372-2007	Subaru des Sources Dollard des Ormeaux (514) 683-3880	Subaru St-Jérôme Saint-Jérôme (450) 476-6165	Lachute Subaru Brownsburg (450) 562-0262

www.subaru.ca

Possibilité de financement de **1,8%** à l'achat **



L'atTraction intégrale™

* Offre d'une durée limitée réservée aux particuliers (jusqu'au 30 avril 2002 – ou jusqu'à épuisement des stocks). Véhicules neufs 2002 en stock, tels que décrits. Photos à titre indicatif. Sujet à l'approbation de crédit. Paiements mensuels basés sur un bail de 48 mois. Transport et préparation inclus. Immatriculation, assurances et taxes en sus. 20 000 km par année - 0,8¢ du km excédentaire. Pour plus d'informations, voyez votre concessionnaire Subaru participant.
** Possibilité de financement de 1,8 % (pour 24 mois) sur les modèles 2002 (excluant le modèle Brighton). Sujet à l'approbation de crédit.

LA RUSSIE EN 10 CLICHÉS

Le grand Bolchoï agonise, les petits théâtres grandissent

LAURA-JULIE PERREAULT
collaboration spéciale

MOSCOU — La seule évocation du nom du théâtre Bolchoï a longtemps fait naître des tonnes d'images dans l'imaginaire des Occidentaux : des rangées de ballerines exécutant avec brio la chorégraphie de Petipa du magnifique *Lac des cygnes* ; des rangées d'apparatchiks du parti communiste applaudissant à tout rompre et lançant des « bravos » en roulant les « r ».

À lui seul, ce théâtre rappelait haut et fort la sophistication de la culture russe pendant l'ère soviétique. « Les Américains ont le *Playboy*, nous avons le Bolchoï », aimaient rappeler les leaders de l'empire du froid.

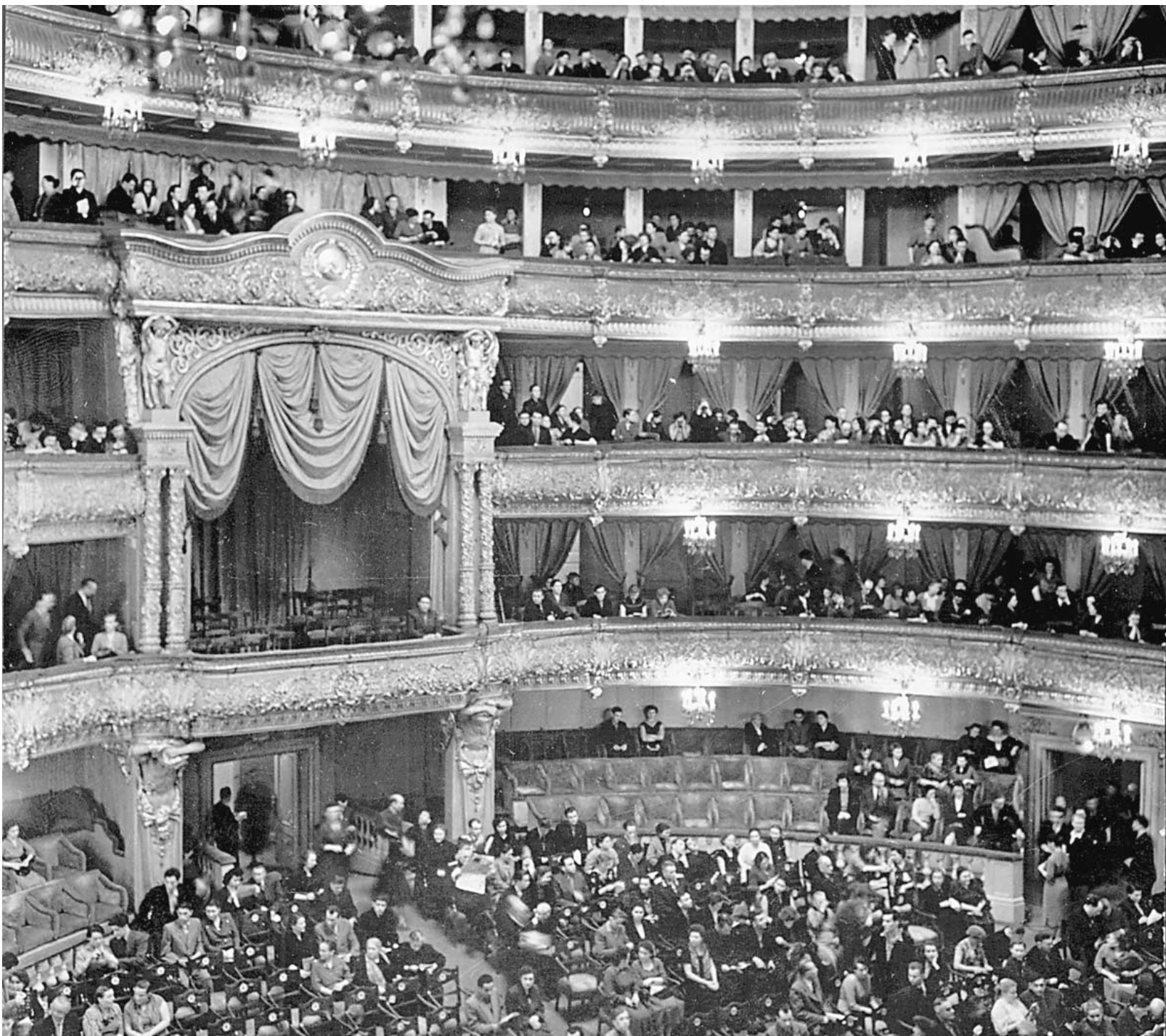
Une décennie après la tombée du système communiste et l'effondrement simultané de l'immense budget culturel, il est toujours aussi impressionnant de pénétrer dans l'antre de ce majestueux théâtre qui a célébré ses 225 ans le 28 mars. Les lustres brillent de tous leurs éclats. Des dizaines et des dizaines d'employés vendent des programmes pour la représentation de la soirée. Un tableau annonce les titres de la semaine : deux opéras, trois ballets.

La salle de spectacle, couverte de rouge et de doré, rappelle les meilleurs passages de *Guerre et Paix*. L'amateur ordinaire des grands arts de la scène y passe une soirée mémorable à un prix plus que raisonnable.

Malgré une hausse vertigineuse des prix en 2001 — ils ont quadruplé du jour au lendemain —, il est encore passablement facile de trouver des billets à moins de 20 \$ pour une soirée au Bolchoï, qui veut dire grand ou gros théâtre en Russie.

Mais le brillant s'arrête là. Depuis plus de cinq ans, le célèbre Bolchoï est en crise et cherche désespérément du financement pour sauver et son théâtre et sa troupe de danseurs, de chanteurs et de musiciens professionnels. Le toit coule, les fondations de l'édifice qui fait face à la place Rouge sont fragiles ; des lacunes dans le système électrique ont à maintes reprises forcé l'annulation des spectacles. Plus de 200 millions sont nécessaires pour la reconstruction, mais le début des travaux est sans cesse repoussé.

Du côté du personnel, c'est la saignée. Les salaires, versés par l'État russe, sont ridicules. Plusieurs grandes vedettes ont quitté le Bolchoï pour d'autres institutions prestigieuses dans l'Ouest ou pour des théâtres plus jeunes et plus dynamiques en Russie.



Le Bolchoï : 225 ans d'histoire, une salle qui rappelle les meilleurs passages de *Guerre et Paix*.

Second souffle après l'ouragan

Même si le bateau-émissaire de la culture russe a besoin d'être sauvé du naufrage, le reste de la flotte est bien loin de sombrer dans les eaux froides des lois du capitalisme.

En fait, avec plus de huit compagnies d'opéra et des dizaines et des dizaines de compagnies de théâtre et de ballet, Moscou est toujours la capitale des arts de la scène. L'opéra Hélikon et son directeur artistique, Dimitri Bertman, âgé tout juste de 35 ans, sont l'illustration même de la survie, voire de la renaissance, des grands arts russes, malgré les bouleversements qui secouent le pays depuis 10 ans.

M. Bertman a fondé son opéra en 1990, alors qu'il avait tout juste 23 ans, dans l'ancien palais de la princesse Shachovskoi qui abritait pendant la période communiste un club de médecins.

Au tout début, son opéra avait l'air d'un radeau bien plus que d'un bateau de croisière, se rappelle-t-il. « Nous avons commencé notre travail en pleine pérestroïka, alors que les magasins étaient vides et que tout tombait en morceaux. Je montais des opéras avec trois chanteurs. Je choisissais des titres que personne ne montait dans les grands théâtres russes, comme du Stravinski, du Prokofiev, du Debussy », raconte-t-il en

rigolant. Pour financer son projet, il a dû jouer de ruse. « J'empruntais dans une banque et je donnais le montant en garantie dans une autre banque ! Ce théâtre n'aurait jamais pu naître à une autre époque de notre histoire ».

Son petit Hélikon, qui ne peut accueillir que 200 spectateurs, était le laboratoire parfait pour ses expérimentations. Sa plus grande phobie : « Recopier la vie, c'est si cliché. C'est exactement ce que le Bolchoï fait. Ils montrent aux spectateurs ce qu'ils connaissent déjà. Ils ne les obligent pas à penser », commente le jeune Bertman, dans son bureau niché au deuxième étage de son lieu de création.

En 1993, alors que le pire de la tempête de la transition était passée — le rouble avait déjà dégringolé et les étalages des magasins se remplissaient à nouveau — le petit théâtre Hélikon a été nommé théâtre d'État. « Nous avons commencé à engraisser et nous avons pu faire de plus grandes productions. Les critiques nous détestaient. Ils disaient que nous étions trop élitistes. C'est alors que j'ai décidé de mettre en scène des titres très, très connus comme *La Traviata* et *Aida*. Les gens sont venus pour le cliché, mais ils ont été assez surpris ».

Ses productions, complètement débridées

et parfois transposées au présent, ont d'abord choqué la critique. Mais le public, lui, a acheté. Le petit théâtre Hélikon est, depuis lors, plein à craquer et Dimitri Bertman a pu traîner sa troupe en tournée en France, au Canada (il a monté *La Traviata* à Toronto), aux États-Unis. Le jeune metteur en scène a remporté plus souvent que quiconque en Russie des masques d'or, la récompense ultime dans le milieu culturel russe, pour ses productions audacieuses. Son petit théâtre qui était l'exception il y a 10 ans a inspiré bien d'autres directeurs artistiques.

C'est aujourd'hui Dimitri Bertman, l'ancien vilain petit canard de l'opéra russe, qui est président du jury du festival annuel des Masques d'or qui vient tout juste de débiter et qui se poursuivra jusqu'en mai. « Ce que je remarque en regardant ces nouveaux spectacles russes est que les vieux clichés commencent à tomber. Il y a un nouveau public russe, fait des 20-35 ans, qui s'intéresse à l'art en général et qui veut voir du nouveau, pas seulement *Boris Godounov*. Je dois beaucoup à ce public », dit-il.

Une chose dérange cependant beaucoup le directeur artistique. Le prix de ces billets est tellement élevé (100 \$ US) que seuls les étrangers et les nouveaux Russes peuvent se les offrir.

« Je veux construire un nouveau théâtre qui aura trois fois plus de sièges. C'est incroyable d'avoir 300 employés et moins de spectateurs. La construction devrait prendre plus de quatre ans », explique-t-il. « C'est presque impossible de trouver des mécènes qui peuvent aider en Russie. Ça ne fait pas partie de la culture ». D'ici là, sa troupe continuera à passer à l'Ouest plusieurs fois l'an, question de compenser pour le salaire de 200 \$ US que le gouvernement verse à ses membres chaque mois.

« Mais le miracle dans tout ça, est que la nouvelle génération d'artistes préfère travailler ici, à Moscou, plutôt que de s'exiler en permanence. C'est éventuellement ce qui sauvera nos arts de la scène. Au début des années 1990, il y avait l'attrait de l'Europe, de l'Amérique du Nord, mais rapidement, les artistes s'ennuient de leur langue, de leur famille », précise-t-il.

Il est lui-même la preuve vivante de ce retour aux sources. La Finlande, l'Autriche lui ont longtemps fait de l'oeil. Il y enseigne parfois. « Mais c'est ici que tout est possible. Ici, ironiquement, qu'il y a le plus de liberté de création », conclut-il avant de recevoir dans ses appartements un célèbre chef d'orchestre qu'il a réussi à dérober au Bolchoï.

LA MAFIA

De bums à hommes d'affaires?

CERTAINS COMPARENT le procédé actuel à celui qui a eu lieu aux États-Unis, d'autres parlent de remords de conscience : la mafia russe serait en train de se légaliser. Des sommes importantes, qui ont été encaissées par des hommes d'affaires aux mains souillées au début des années 1990 et qui ont été déposées dans des comptes *offshore*, sont maintenant de retour au pays, selon une foule d'analystes qui prévoient que la croissance économique russe, à la hausse depuis le krach boursier du rouble en 1998, devrait continuer sur sa lancée.

Les gardes du corps en manteaux longs sont encore présents dans certaines parties de Moscou mais ils rappellent surtout le vieux cliché des premières années de la nouvelle Russie.

La corruption qui touche les citoyens n'est cependant pas moins prévalante. Tous les propriétaires de magasins, de restaurants et d'entreprises doivent déboursier des sommes pour recevoir une protection. Les mafias des pays du Caucase contrôlent la plupart des marchés des grandes villes.

L'ARMÉE

Du boeuf à la grenouille

JADIS LA FIERTÉ de l'État soviétique, l'armée russe n'est plus que l'ombre d'elle-même. Alors que cette armée a jadis rivalisé avec l'armée américaine, son budget militaire est aujourd'hui 1,5 % du budget militaire des États-Unis. Les désastres de Tchernobyl et la tragédie du sous-marin Koursk ont rappelé au monde qu'une bombe à retardement, faite de matériel militaire mal entretenu, dort dans les steppes russes.

Le service militaire est toujours obligatoire, mais de nombreuses discussions sont

en cours quant à sa légitimité. Depuis la guerre d'Afghanistan, de puissantes organisations de mères se battent contre la conscription. Elles veulent leurs fils vivants et en Russie.

Les effectifs de l'armée sont cependant toujours importants. Plus de 348 000 hommes forment l'armée de terre, 184 600 autres complètent les rangs de l'aviation. La marine compte à son bord 171 500 hommes. L'armée canadienne est 10 fois plus petite.

L'information à

TQS

Une couverture fidèle de l'actualité locale, nationale et internationale

Le Grand Journal

Gilles Proulx 11 h 30
Jean-Luc Mongrain 17 h
Jean Lapierre 22 h

La Presse
15 avril 2002

Page B5 manquante



12 245 \$

PRIX LORS D'UN ACHAT COMPTANT.
TRANSPORT EN SUS (750 \$).

ou **159 \$**/MOIS/48 MOIS
louez pour 2314 \$ comptant

SATURN SL 2002

Comprend : Transmission manuelle • Deux sacs gonflables à l'avant • Banquette arrière à dossiers rabattables divisés 60/40 • Direction assistée

Même excellente voiture,
nouveau prix formidable.



Pour faire tout autrement.



14 765 \$

PRIX LORS D'UN ACHAT COMPTANT.
TRANSPORT EN SUS (750 \$).

ou **179 \$**/MOIS/48 MOIS
louez pour 2750 \$ comptant

SATURN COUPÉ 3 PORTES SC1 2002

Comprend : Transmission manuelle • Deux sacs gonflables à l'avant • Béquet arrière intégré • Direction assistée • Lecteur de disques compacts



21 300 \$

PRIX LORS D'UN ACHAT COMPTANT.
TRANSPORT ET TAXE D'ACCISE
EN SUS (930 \$).

ou **249 \$**/MOIS/48 MOIS
louez pour 2940 \$ comptant

SATURN INTERMÉDIAIRE L100 2002 GROUPE VALEUR SÛRE

Comprend : Transmission automatique • Freinage antiblocage (ABS) avec traction asservie • Rideau gonflable de pavillon
• Climatisation • Lève-glaces et verrouillage électriques • Télédévrouillage • Régulateur de vitesse • Lecteur de disques compacts
• Béquet arrière • Roues en alliage

3031862A

Chaque Saturn 2002 comprend une garantie limitée de 5 ans ou 100 000 km sur le groupe propulseur. Nos mensualités comprennent les frais de transport, la préparation à la route et la taxe d'accise, lorsque cela s'applique.

Achetez en ligne à saturncanada.com ou appelez au 1 888 4SATURN • Ces offres sont d'une durée limitée et ne peuvent être jumelées. Elles s'appliquent aux nouveaux modèles Saturn 2002 en inventaire. Le prix d'achat inclut un crédit de livraison et ne peut être jumelé à aucun autre programme incitatif d'achat ou de location. L'immatriculation, l'assurance et les taxes ne sont pas incluses. Le transport n'est pas inclus dans le prix d'achat comptant. À la signature du bail, un comptant initial (ou échange équivalent), un dépôt de garantie remboursable et un premier versement mensuel vous seront demandés. Pendant la durée du bail, le kilométrage qui vous est alloué est de 80 000 km et chaque kilomètre supplémentaire ne vous coûtera que 12 cents. L'offre de location est sujette à l'approbation de crédit. Les détaillants peuvent fixer un prix ou des mensualités moindres. Une commande ou un échange de véhicules entre détaillants peut être requis. Voyez votre détaillant Saturn pour plus de détails.

Décarie Saturn Saab Isuzu
6100, boul. Décarie
Montréal
(514) 342-2222
www.decariesaturn.com

West Island Saturn Saab Isuzu
9775, route Transcanadienne
Ville Saint-Laurent
(514) 332-4424
www.westislandsaturn.com

Saturn Saab Isuzu de Blainville
249, boul. Seigneurie Ouest
Blainville
(450) 437-6317
www.saturndeblainville.saturncanada.com

Gravel Saturn Saab Isuzu
1, Place Ville-Marie, # 11 180
Montréal
(514) 861-2000
www.gravelauto.com

Saturn Saab Isuzu de Laval
2800, boul. Chomedey
Laval
(450) 681-0028
www.bourassaauto.com

Mondial Saturn Saab Isuzu
9415, Papineau
Montréal
(514) 385-7222
www.mondial-ssi.com

Saturn Saab Isuzu de Brossard
5950, boul. Marie-Victorin
Brossard
(450) 672-2500
www.gravelauto.com

Saturn Saab Isuzu de Terrebonne
705, boul. des Seigneurs
Terrebonne
(450) 964-1374
www.saturndeterrebonne.saturncanada.com

3042703

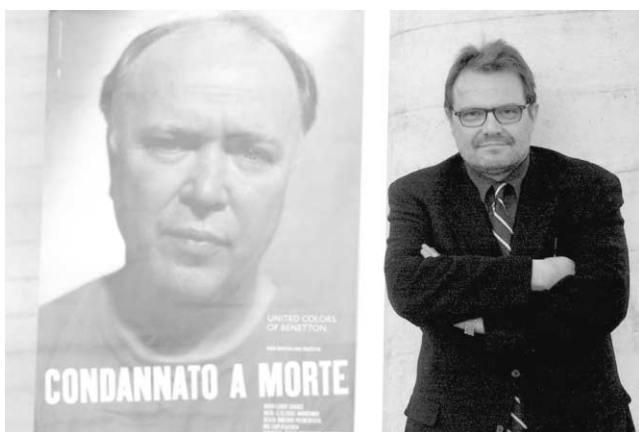
ESPACE PUB

SPOTS

ISABELLE MASSÉ
collaboration spéciale

Toscani après Benetton

LES PHOTOS de poumons intoxiqués, encrassés et souillés sur les paquets de cigarettes vous choquent ? Attendez de voir la prochaine campagne publicitaire antitabac de la World Health Organisation ! C'est nul autre qu'Oliviero Toscani que l'organisme a approché afin de diffuser les images les plus percutantes qui soient. On peut s'attendre à tout avec le photographe italien qui a fait beaucoup jaser avec ses campagnes publicitaires de Benetton, il y a quelques années. Rappelez-vous : le sidéen, le soldat mort au champ de bataille... Sa campagne antitabac risque de faire tout un... tabac ! Elle sera, en effet, diffusée mondialement et est déjà annoncée comme choquante, indique le quotidien *The Guardian*. Elle visera principalement les événements sportifs que commanditent des marques de cigarettes comme la Coupe du monde de soccer 2002, dans deux mois, en Corée et au Japon.



Qui fait combien ?

DANS SON numéro d'avril, *Info Presse Communications* publie un tableau des salaires des employés des agences de pubs au Québec. Une première pour le magazine spécialisé. Ainsi, on y apprend que les présidents des grandes agences (celles qui ont des revenus annuels de 10 millions de dollars et plus) font, en moyenne, de 200 000 \$ à 700 000 \$. Les directeurs de création font, en moyenne, de 150 000 \$ à 500 000 \$. Les directeurs de compte : de 80 000 \$ à 120 000 \$. Les concepteurs-rédacteurs (qui rédigent les textes des pubs) et les directeurs artistiques (qui assurent le graphisme et la production visuelle) : de 30 000 \$ à 150 000 \$.

Il est intéressant de les comparer à leurs homologues américains. Pour une dixième année, *Advertising Age* a mené une étude auprès des agences de publicité des États-Unis. Les 40 plus grandes agences américaines, dont la plupart ont leur siège social à New York, ont été sondées. La lecture des résultats vous fera peut-être renoncer au rêve américain !

Les présidents d'agence ont fait en moyenne 199 000 \$ (soit 311 000 \$ canadiens), primes incluses, en 2001. Les directeurs de création ? 119 000 \$ (186 000 \$ canadiens). Les directeurs de compte ? 73 000 \$ (114 000 \$ canadiens). Les concepteurs-rédacteurs et les directeurs artistiques ? Respectivement, 56 000 \$ et 55 000 \$ (87 500 \$ et 86 000 \$ canadiens).

LE MENSUEL DU MARKETING, DE LA PUBLICITÉ ET DES MÉDIAS

INFO PRESSE

COMMUNICATIONS

Vol. 37, N°7
Avril 2002
7,95 \$

les salaires de la pub

Québec
agences en croissance
les vedettes radio

McDo fait de l'oeil aux fillettes

LES RESTAURANTS McDonald's des États-Unis ont misé gros, cette année, pour attirer plus de fillettes à leurs comptoirs. Depuis la semaine dernière, c'est avec des reproductions de luxe de la célèbre poupée Madame Alexander avec les yeux qui ouvrent et qui ferment (vendue environ 50 \$ dans les boutiques Schwarz et Neiman Marcus) que la chaîne de restauration rapide espère féminiser sa clientèle.

La version McDo de Madame Alexander fait quatre pouces et trois quarts de haut, contrairement à huit pour l'originale. Elle vient en huit modèles. Les clientes doivent simplement se procurer un Happy Meal (hamburger, frite et boisson) à 1,99 \$ pour en avoir une !

Depuis une dizaine d'années, l'entreprise doit travailler fort pour attirer autant de filles que de garçons dans ses restaurants. Car en vieillissant, les filles perdent intérêt pour McDo beaucoup plus vite. D'après une étude américaine, 45 % des fillettes de six à huit ans disent que McDo est leur restaurant préféré. Le pourcentage baisse de moitié chez les neuf à 11 ans, tandis qu'il demeure à 37 % chez les garçons du même âge.

Selon la nutritionniste Tammy Baker, citée par le *Wall Street Journal*, « à l'adolescence, pendant que les gars développent un appétit féroce qui fait fi de toute considération alimentaire, les filles accordent de plus en plus d'importance à leur apparence. Comme elles prennent du poids durant la puberté, elles s'imposent un régime amaigrissant. Elles s'accrochent à des salades et des yaourts. Les filles et les gars à cet âge ont, par ailleurs, des idoles différentes. Ils préfèrent les athlètes. Elles, les mannequins et actrices rachitiques. »



Les modes sont de plus en plus passagères. L'effet *Amélie Poulain* s'estompera dès qu'un autre film marquant sortira.

Le fabuleux destin publicitaire d'Amélie Poulain

ISABELLE MASSÉ
collaboration spéciale

Regardez autour de vous, à la sortie de l'épicerie, lors d'une halte chez le fleuriste du coin ou d'une balade à la campagne en voiture. Vous constaterez à quel point *Amélie Poulain* a fait tout un effet de ce côté-ci de l'Atlantique. Pas tant sur votre entourage, mais dans le paysage... publicitaire. Suffit de jeter un coup d'oeil à un abribus ou de ne pas zapper entre deux intrigues de *Fortier*.

Ces dernières semaines, pas moins de cinq campagnes publicitaires québécoises inspirées du film de Jean-Pierre Jeunet ou de sa bande sonore signée Yann Tiersen ont vu le jour. La plus évidente est une campagne de McDo pour promouvoir ses filets de poulet et baptisée « Le délicieux festin d'Émilie Poulet ». « Lorsqu'on mousse un produit qui n'est pas nouveau, on n'a pas le choix de se démarquer », estime Hugues Choquette, directeur de groupe création, de l'agence de publicité Cossette Communications-Marketing, qui détient depuis des années le compte publicitaire des Restaurants McDonald's. « Il faut donc saisir les occasions. »

Les publicitaires (et les journalistes...) ne pouvaient espérer mieux : un film au titre évocateur, qui baigne dans un univers musical coloré, qui a récolté cinq nominations aux Oscars et a fait le bonheur de moult Français et Québécois. Combien de fois avez-vous entendu de l'accordéon dernièrement à la télévision ? Il y a un petit peu d'*Amélie Poulain* dans les récentes pubs de Tel-Jeune, des restaurants McDonald's, de la loterie La Roue de fortune et d'IGA.

« La pub récupère beaucoup les tendances, dit Hugues Choquette de Cossette. Elle les précède rarement. De toute façon, son format (15, 30, 60 secondes) ne nous permet pas de le faire. On se sert donc souvent des choses existantes, car elles sont un gage de succès et qu'on n'a que 30 secondes pour passer un message. La popularité d'*Amélie Poulain* était assez forte pour qu'on s'en inspire. On peut ainsi parfois se permettre de diffuser nos messages à une fréquence moins élevée. »

Les demandes d'airs de bal-musette ne se sont pas fait attendre, après l'arrivée d'*Amélie Poulain* sur nos écrans. « Il n'y a pas de demi-mesures en pub », juge Gaëtan Gravel, compositeur d'Audio Z, à qui l'on doit la musique du message d'IGA dans lequel on entend la voix de la comédienne Angèle Coutu. « On a connu la même chose après la sortie du film *Pulp Fiction*, il y a quelques années. Tous les clients, à l'époque, voulaient de la musique surf rock avec de la guitare de style Ventures. La vague *Pulp Fiction* était même plus grande encore que celle d'*Amélie Poulain*, ce dernier film étant très ciblé culturellement. »

Pour la pub d'IGA, l'agence de publicité LG2 désirait une bande son « à la *Amélie Poulain*, mais qui se démarquerait, précise Gaëtan Gravel. Elle voulait de l'accordéon, mais sans que ça sonne folklorique. »

Pour celle de la loterie La Roue de fortune, Communications bleu, blanc, rouge a demandé à son compositeur de « s'inspirer de l'instrumentation de la bande sonore et, évidemment, d'accorder la musique avec les images », explique Francis Armstrong, associé principal de l'agence de publicité.

La situation était quelque peu différente pour la pub dans laquelle le propriétaire d'un bistro français s'aperçoit que tous ses employés, sa femme y compris, mangent en cachette des plats de chez McDo. « Quelle musique met-on pour montrer que l'action se déroule dans un bistro français ? demande le compositeur Michel Corriveau. Avec l'agence, j'ai exploré différentes avenues musicales, pour réaliser qu'il fallait absolument de l'accordéon. Mais comme *Amélie Poulain*



La fille...



... le garçon...



... et la mère, sur un air du *Fabuleux destin d'Amélie Poulain*.

est populaire en ce moment, tout le monde associe ma musique à celle du film. Alors que ce genre n'est pas nouveau. On a simplement redonné ses lettres de noblesse à l'accordéon et au musette. »

Dans tous ces cas, pourquoi ne pas avoir simplement acheté les droits d'une des pièces de la bande sonore du film ? « Car elles ne sont pas nécessairement adaptées au format publicitaire, répond Jean-François Bernier, directeur artistique de l'agence Bos, derrière la campagne de Tel-Jeune. Et c'est trop dispendieux. Les droits d'une chanson des Rolling Stones (comme *Start Me Up*, utilisée pour un message publicitaire de Windows 95) peuvent coûter des millions. Mettre la main dessus, joindre la maison de disques, attendre une autorisation, peut prendre des semaines. »

Ce qui explique, en partie, tous ces dérivés des succès de l'album *Play* de Moby, l'an dernier, de la lambada et de la bande sonore oscarisée du film *Les Incorruptibles* (signée Ennio Morricone), il y a une quinzaine d'années. « De toute façon, la pub est un reflet de la société, de ce qui est à la mode, dit Gaëtan Gravel. Pour vendre, il faut prendre des influences ici et là lorsqu'on compose. »

« Entendre un air connu évoque un paquet de choses, poursuit Michel Corri-

veau. Mais qu'est-ce qui est plus efficace ? Une composition éclatée et originale ou une énième pub de voiture avec un air de Moby ? Les annonceurs doivent apprendre à se faire remarquer autrement. »

Il n'y a pas que la bande sonore ou les titres de films qui sont visés. Leurs scènes également. Vous avez dit *The Matrix* ? « Pour autant que les images s'accordent avec le produit annoncé, mentionne Hugues Choquette. Reproduire des scènes de *The Matrix* pour vendre des voitures, ça va, mais pas pour McDonald's. »

« Au départ, avant même de recourir à la musique d'un film, il faut avoir une bonne idée, un concept, dit Jean-François Bernier. Je suis contre les pubs qui ne vivent que par leur musique. »

Surtout qu'il y a de fortes chances qu'on finisse par se lasser d'un air ou d'une chanson... L'effet d'*Amélie* sur les publicitaires va-t-il durer ? « Non, croit Hugues Choquette. Les modes sont de plus en plus passagères. L'effet *Amélie Poulain* s'estompera dès qu'un autre film marquant sortira. Ça nous oblige à rester à l'affût. »

« *Amélie Poulain* va durer, estime en revanche le compositeur Michel Corriveau. Sa musique va devenir un code pour certains états d'âme. » Lorsque les personnages des pubs auront le goût de faire du bien autour d'eux ?

solde de 2 jours

Journée magasinage **homme d'affaires**
La Baie, Centre Rockland,
Mail Champlain et Place Rosemère
le samedi 20 avril
Précisions en magasin.

Mardi et mercredi 16 et 17 avril



mode
et lingerie
pour elle

30 % de rabais

• mode en tailles petites, courantes et fortes Pour elle. Alia, Alia Sport, Nygård Collection, Nygård Sport, Emma James, Villager, Tan Jay, Alfred Dunner, Haggard pour elle et Evan Picone

• toute la mode féminine Global Mind®, Levi's®, Ickeda, Manager, Tommy Jeans, CK Jeans, Polo Jeans, Guess Jeans et Buffalo

• pulls, interchangeables tout-aller et mode carrière Mantles™ et ToGo™ pour elle En tailles petites, courantes et fortes

25 % à 40 % de rabais

mode griffée sélectionnée pour elle Liz Claiborne, Bianca Nygård, Jax II, Joneswear, Jones New York et autres. Aussi en tailles petites.

25 % de rabais

soutiens-gorge, slips et dessous aminçissants
Exception : articles Calvin Klein



mode
masculine

40 % de rabais

toutes les vestes tout-aller pour lui Pacific Trail, ToGo™ et Impermeable

solde 49⁹⁹

• pantalons tout-aller Dockers® et Haggard®

35 % de rabais

hauts et pantalons Levi's® pour lui

30 % de rabais

• imperméables Weatherman pour lui
• chemises habillées et cravates pour lui Arrow, Hathaway, Jones New York et Geoffrey Beene

195 \$ de rabais

complets Shipleys pour lui
Ord. 495 \$. Solde 299,99 \$

25 % de rabais

• pantalons de ville Jones New York et Haggard® pour lui

• sportswear Polo choisi pour lui

solde 19⁹⁹

chemises tout-aller Natural Issue et Arrow
Ord. 34,99 \$ et 45 \$

15 % de rabais

• sous-vêtements pour lui Stanfield's, Harvey Woods, Prodiges et Joe Boxer

• chaussettes pour lui McGregor, Nike, Wilson, CCM, Levi's®, Weekender, Superstar, Dockers® et Mantles™

Exception : promos « 3 paires pour... »

mode enfantine

40 % de rabais vestes printanières et impers pour enfant

30 % de rabais

grenouillères et layette Baby's Own

solde 5⁹⁹ et 7⁹⁹

grenouillères pour bébé

En éponge unie ou à motifs et en velours.
Ord. 7,99 \$ et 9,99 \$

15 % de rabais

meubles et accessoires de la nursery

bijoux, produits de beauté et accessoires

60 % de rabais

liquidation du fabricant : bijoux en or à 10 ct et à 14 ct

50 % de rabais

• liquidation du fabricant : bijoux mode Monet et Jones New York

Prix tels qu'étiquetés

• produits Line Eraser de L'Oréal pour soin de la peau

• sacs à main ToGo™

• bagages Exceptions : articles « Aubaine la Baie », Outline, Travel Pro et ceux à parois rigides.

40 % de rabais

bracelets tennis diamantés et sélection de boucles d'oreilles et pendentifs diamantés

30 % de rabais

• lunettes de soleil

• montres Scandia

• pantoufles • collants fins Dim

• sacs à main et portefeuilles

• écharpes, ceintures, chapeaux et parures de cheveux

chaussures

50 % de rabais

bottes hivernales pour elle et lui

Sur nos derniers prix étiquetés.

40 % de rabais

• chaussures pour elle Modèles Aerocoles®, Clarks®, Hush Puppies®, Naturalizer®, Easy Spirit, LifeStride dans le lot.

• choix de chaussures de sport Reebok et Brooks® pour elle et lui

• choix de chaussures de sport Avia® pour elle

25 % de rabais

chaussures pour enfant

30 \$ à 50 \$ de rabais

chaussures pour lui Dans le lot : Florsheim®, Bostonian®, Nunn Bush®, Wolverine®, Mantles™, ToGo™ et sélection de modèles Rockport®, Ecco®, Clarks® et Hush Puppies®

liquidation!

50 % de rabais additionnel chaussures en liquidation à prix déjà réduit de 50 % pour femme et enfant. Dans le lot : marques griffées dans certains magasins.

30 % de rabais additionnel

• bijoux et montres à prix déjà réduits

• mode, tenues d'extérieur et lingerie à prix de liquidation pour femme Sur nos derniers prix étiquetés.

meubles, gros électros et appareils électroniques

jusqu'à 60 % de rabais

meubles, duos-sommeil, lampes et gravures de fin de série et en montre

jusqu'à 250 \$ de rabais

gros électros Frigidaire et Whirlpool

jusqu'à 25 % de rabais

appareils électroniques de fin de série et en liquidation, en montre



casseroles,
vaisselle, etc.

50 % de rabais

• ustensiles de cuisson sélectionnés Circulon, Professional de Circulon, KitchenAid, Le Cook's-Ware, Europa et Casa Bella de Lagostina, Integral et Restaurant Gourmet de Tfal

• verres à pied Claudia et Diana

• boîtes de chocolats Lindt, 108 g

Sur notre prix original

• chaise longue Easy Lounger de ToGo™ de notre coin jardin

Ord. 89,99 \$ Solde 44,99 \$

40 % de rabais

• verres à pied J.G. Durand et Schott

• articles de service en verre

• articles-cadeaux en métal. Exception : Seagull Pewter

30 % de rabais

• figurines Royal Doulton

• articles Bunnykins et Peter Rabbit pour enfant

25 % de rabais

• articles Rubbermaid et Thermos

• batteries de cuisine ToGo™ en acier inox

Ord. 200 \$. Solde 149,99 \$ et articles suivis

• verrerie Exception : articles Luigi Bormioli

• jeux d'ustensiles de table Oneida, 45 pièces

• jeux d'ustensiles de table Mantles™, 24 pièces

• nettoyeurs Hagerty pour l'argenterie

15 % de rabais

petits appareils de cuisine Sunbeam et Oster

10 % de rabais

papeterie Exception : articles Market Square

linge de maison

55 % de rabais

• serviettes ToGo™ en éponge

Tout coton. Débarbouillette, essuie-mains et serviette de bain. Ord. 18 \$ à 50 \$. Solde 7,99 \$ à 22,50 \$

• serviettes ToGo™ en velours

Débarbouillette, essuie-mains et serviette de bain. Ord. 12 \$ à 20 \$. Solde 5,40 \$ à 8,99 \$

50 % de rabais

oreillers Supreme de Healthy Living®

Standard. Ord. 20 \$. Solde 9,99 \$ Grand.

Ord. 28 \$. Solde 13,99 \$

40 % de rabais

• couvre-matelas Healthy Living® Une place à très grand lit. Ord. 70 \$ à 120 \$. Solde 41,99 \$ à 71,99 \$

• couettes Healthy Living® Une place à très grand lit. Ord. 100 \$ à 170 \$. Solde 59,99 \$ à 101,99 \$

30 % de rabais

cadres, bougies et accessoires déco

Être jumeau et chercher l'amour



DEUX JUMELLES australiennes viennent de lancer le tout premier site mondial de rencontres pour jumeaux qui espèrent l'amour et le mariage. Selon les éditrices du site, il semble que de nombreux jumeaux ont des difficultés dans leurs relations amoureuses parce que leurs partenaires ne comprennent pas la force du lien qui les unit et en deviennent jaloux. Elles ont donc lancé le service de rencontres *Exclusively Twins* (www.twinsrealm.com) dans l'espoir que sortir avec un autre jumeau soit la solution ou que le futur conjoint soit bien conscient de la situation avant d'aller plus loin. La base de données, qui regroupe des jumeaux célibataires du monde entier, est accessible moyennant un abonnement mensuel de 9,95\$ US.

ON DIT SOUVENT que lorsqu'on se compare, on se console. C'est souvent vrai, mais pas toujours... Prenez par exemple le site du Museum of Conceptual Art de Earl Vickers. Dans la section Biographie comparative (www.museumofconceptualart.com/accomplished), on nous propose un moteur de recherche qui permet de découvrir les réalisations des grands de ce monde à tel ou tel âge. Le genre de truc qu'on ne veut pas nécessairement voir le jour de son anniversaire ou lorsqu'on fait le bilan des années qui passent.

AVIS AUX UTILISATEURS du service Yahoo! Mail (mail.yahoo.com), celui-ci s'octroie dorénavant le droit de vous envoyer du courrier non-sollicité. Presque trois semaines après avoir annoncé que son service vendrait en partie payant, le service de messagerie électronique du portail américain Yahoo! vient de modifier sa réglementation sur les données personnelles « Privacy Policy » pour y inclure de nouvelles règles en matière de marketing direct. À compter du 15 juin, les abonnés du service recevront des offres publicitaires du service Yahoo! Delivers. On parle d'une douzaine d'offres publicitaires par courriel en plus d'offres postales si vous avez indiqué l'adresse de votre domicile lors de l'inscription.

LA FRANCE revit l'effervescence de Loft Story, avec la suite du concept télévisuel et Internet qui a enivré tout le pays l'an dernier. *Loft Story 2002*, était à la télé jeudi dernier sur M6 et sur le Web. Outre le site officiel (www.loftstory.fr) qui présente l'émission, les participants et donne accès aux caméras en temps réel moyennant abonnement, il existe une multitude de sites « off » *Loft Story* avec infos croustillantes et rumeurs sur les participants. Je cite au passage le portail de *Loft Story* (www.auloft.com), *La caverne du loft* (www.la-caverne-du-loft.com) ou encore tout simplement *Loft Story 02* (loftstory.02.free.fr).

Bruno Guglielminetti
collaboration spéciale
actuel@guglielminetti.com

Ceausescu n'est pas mort...

Associated Press

IASI (Roumanie) — Nicolae Ceausescu, le dictateur communiste qui a dirigé la Roumanie pendant des décennies avant d'être sommairement jugé et exécuté avec sa femme Elena en 1989, garde une certaine aura parmi les adolescents de Iasi, une ville du nord-est du pays, selon un sondage publié mardi dernier par le quotidien *Evenimentul Zilei*.

D'après cette enquête réalisée par des étudiants en science politique, 44 % des adolescents de Iasi pensent que Ceausescu était meilleur que les deux présidents qui lui ont succédé, Ion Iliescu et Emil Constantinescu. Les étudiants ont demandé à 1067 personnes réparties par groupes d'âge de remplir un questionnaire pour ce sondage comportant une marge d'erreur de 3 %. Aucune marge d'erreur n'a été donnée pour le sous-groupe adolescent.

La coordinatrice de cette étude, Georgeta Condur, estime dans les colonnes du quotidien que les résultats pourraient simplement refléter l'immaturité politique des jeunes. « Les adolescents entendent souvent leurs parents dire que sous Ceausescu c'était mieux (...) mais ils ne s'aperçoivent pas que c'est avant tout pour punir le gouvernement actuel », analyse-t-elle.



Primes HBC

TRANSFORMEZ VOS ACHATS DE TOUS LES JOURS EN RÉCOMPENSES.

Amassez des points dans tous les magasins de la Compagnie de la Baie d'Hudson : la Baie, Zellers, Déco Découverte ou hbc.com

Amassez rapidement des points en utilisant votre carte HBC, la Baie ou Zellers. Obtenez 25 points additionnels pour presque chaque dollar dépensé.

la Baie

J'aime, j'achète!



Adulée par les ingénieurs, les architectes, les psychologues... Appréciée par les comptables.

Pour en savoir plus sur la Lexus ES 300, visitez votre concessionnaire Lexus.

599 \$
par mois*

- V6 de 3 litres 210 ch.
- Écran pare-soleil arrière assisté
- Garniture de cuir pour les sièges
- Sièges avant assistés et chauffants
- Toit ouvrant
- Phares à décharge de haute densité (HID)
- Dispositif de contrôle de dérapage (VSC)
- Essuie-glace activés par la pluie

* Le taux d'intérêt de 7,9% s'applique à des plans de location de 48 mois de Toyota Crédit Canada Inc. sur approbation du crédit pour les véhicules Lexus ES 300 2002, Édition Luxe, neufs. Cette offre s'applique uniquement aux véhicules en stock chez le concessionnaire. EXEMPLE DE PAIEMENT : ES 300 (Édition Luxe). Taux d'intérêt de 7,9% - Durée : 48 mois - PDSF : 47 800 \$ - Acompte ou échange équivalent : 6 600 \$ - Transport et préparation : 1 500 \$ - Mensualité de location : 599 \$ - Taxes, immatriculation et assurances en sus. Limite de kilométrage : 24 000 km par an. Frais de 0,15 \$ pour chaque kilomètre supplémentaire (0,10 \$ par kilomètre si convenu au moment de la signature du contrat de location). Voyez votre concessionnaire Lexus le plus près pour plus de détails. L'offre prend fin le 30 avril 2002. Le modèle peut être montré avec un équipement en option.