

LES ARTS ET LA VILLE

lesartsetlavillelesartsetlavillelesartsetlavillelesartsetlavillelesartset
lavillelesartsetlavillelesartsetlavillelesartsetlavillelesartsetlavilleles
artsetlavillelesartsetlavillelesartsetlavillelesartsetlavillelesartsetla
villilelesartsetlavillelesartsetlaville

le réseau

leréseauleréseauleréseaulerése
auleréseauleréseauleréseauler
éseauleréseauleréseauleréseau
leréseauleréseauleréseaulerése
auleréseauleréseauleréseauler
éseauleréseauleréseauleréseau
leréseauleréseauleréseaulerése
auleréseauleréseauleréseauler
éseauleréseauleréseauleréseau
leréseau

10 / 06 / 08

Sommaire

Retour sur le 21^e colloque

Les plénières

Les ateliers



Retour sur le 21^e colloque

Le 21^e colloque de Les Arts et la Ville fut, à nouveau cette année, un véritable succès. Sept-Îles a accueilli 225 participants et des conférenciers en provenance des quatre coins du Québec, ainsi que de l'Ontario, du Nouveau-Brunswick et de France. Nous profitons de cette publication pour remercier à nouveau la Ville de Sept-Îles et sa communauté culturelle qui nous ont épaulés et qui nous ont offert un accueil chaleureux.

Nous proposons ici un compte rendu détaillé des communications et des échanges inspirants qui ont coloré cette rencontre. Nous vous souhaitons bonne lecture et vous donnons rendez-vous **du 27 au 29 mai 2009, à Lévis**. Inscrivez dès maintenant ces dates à votre agenda.

Les plénières

Stimuler la prise en charge des collectivités par les arts

Avec **Gabi Farage**, directeur, Bruit du frigo, France

et

Projets culturels : consulter, planifier et faire autrement

Atelier animé par **Marc Gauvreau**, animateur-coordonnateur culture, Ville de Port-Cartier

Avec **Gabi Farage**, directeur, Bruit du frigo, France

« Si le développement des projets démocratiques reste un enjeu de nos sociétés, alors de nouvelles formes d'urbanité restent à inventer. Un nombre croissant d'individus devrait trouver les possibilités d'avoir prise sur la fabrique permanente du monde où l'on vit ! »

Intégrer la participation citoyenne à l'aménagement et la transformation des espaces publics dans une perspective d'éducation populaire, de développement culturel et d'appropriation collective de l'espace public, voilà le parti adopté par Bruit du frigo, un collectif français multidisciplinaire et indépendant.

Comment les citoyens, de façon spontanée, détournent-ils l'usage d'un lieu public ? Comment le prennent-ils « en charge » selon leurs besoins et leurs aspirations de tous les jours plutôt qu'à partir de fonctions établies *a priori* par les spécialistes de l'aménagement des territoires locaux ? Voilà quelques-unes des questions lancées par Gabi Farage, architecte et directeur du collectif.

À travers des interventions dans et sur les espaces publics, par exemple des ateliers participatifs ou des projets artistiques, Bruit du frigo explore le rôle que peut jouer le citoyen dans la production ou la transformation de ces lieux. Ainsi, sans renier la formation spécialisée et les façons de faire des professionnels de l'aménagement urbain, Gabi Farage et son équipe remettent en question la préséance du spécialiste en lui préférant la culture de l'usager de tous les jours.

En observant le quotidien des citoyens, le collectif se demande comment fonctionnent les lieux de tous les jours, comment ils s'organisent et se gèrent. Selon Gabi Farage, l'enjeu est de chercher à comprendre comment construire et aménager des espaces « sans *fictionaliser* les besoins des usagers », c'est-à-dire sans imposer des usages qui ne répondent pas aux besoins réels des citoyens.

Ainsi, en opposition à une programmation préétablie de l'espace public, Bruit du frigo propose des ateliers d'exploration urbaine afin de comprendre comment les gens peuvent s'approprier spontanément un endroit en en détournant la fonction d'origine pour le mettre au service d'un nouvel usage. Le collectif met en place des dispositifs cherchant à stimuler la réflexion citoyenne sur des aspects de l'organisation de l'espace urbain ou des enjeux sociaux comme la pauvreté urbaine, l'accessibilité au logement et la propriété privée. Par exemple, il a déjà installé sur des vitrines des affiches sur lesquelles étaient inscrites des questions provocatrices voulant faire réagir et réfléchir les passants.

En somme, l'espace habité posséderait, selon le collectif, une configuration culturelle et quotidienne reflétant la capacité d'imagination et de débrouillardise des gens. Et c'est justement en misant sur cette capacité que Bruit du frigo cherche à stimuler la prise en charge des collectivités par les arts, en impliquant les usagers de la ville à des stratégies d'appropriation collective.

En écho à cette session plénière, Gabi Farage a présenté un atelier au cours duquel il s'est penché plus spécifiquement sur trois projets réalisés par son collectif. Dans le cadre d'un programme de résidence misant sur la revitalisation des collectivités par un travail de prospective et de réflexion avec des artistes, le premier de ces projets a été tenu à Cobonne, une commune française en milieu rural. En cherchant à travailler les lieux communs et à la suite du constat qu'il n'existait pas de réels espaces publics appropriables par et pour la population, Bruit du frigo a proposé différents aménagements participatifs tels *Le Bar-oudeur*, *Le Kiosque* et *Les Colporteuses – malles voyageuses*.

Le premier a vu à la transformation d'un abribus en un espace d'échange et de rencontre, avec également l'installation d'un plan de la commune afin d'aider les gens à s'orienter. *Le Kiosque* est l'aménagement d'un abri en bois ouvert et destiné à accueillir des rencontres formelles ou informelles : pique-niques, jeux, concerts, etc. La troisième intervention est liée à l'aménagement d'un espace commun qui, selon Gabi Farage, « n'est pas tant un lieu où l'on va mais plutôt un lieu qui vient vers nous ». Ainsi, puisque la commune n'avait pas les moyens de se payer une bibliothèque municipale, Bruit du frigo a puisé à même le budget de sa résidence pour fabriquer trois petites bibliothèques amovibles composées de divers ouvrages : films, romans, bandes dessinées, musique, etc. Dans l'idée d'un réseau, chacune de ces bibliothèques passe d'une résidence à une autre toutes les trois semaines, les contenus pouvant changer selon les gens chez qui elles « résident ».

Le deuxième projet a été tenu à Boulazac, une autre commune française, sur l'emplacement d'une petite cité de 168 logements sociaux complètement dégradés. Avec l'idée de requalifier un quartier pauvre et en délitescence, les interventions ont pris la forme de résidences régulières – une semaine par mois – dans un HLM, alors que des ateliers et des projets thématiques portant sur les réalités et l'avenir du quartier ont été conçus. De même, Gabi Farage a parlé de la réalisation d'une « enquête sociale sur les représentations mentales des gens de Boulazac », sur la perception de ce que c'est que de vivre et d'habiter à Boulazac. Une étude a également été réalisée pour la mise en place d'un réseau de promenades piétonnes – un « itinéraire bis », tel que nommé par Bruit du frigo – reliant diverses zones dissociées et cloisonnées de la commune.

À mi-chemin de son travail de recherche sur les « itinéraires bis » et l'enquête sociale, le collectif a organisé une exposition artistique dans son appartement et y a invité les habitants de la cité, le préfet, le maire et la direction des affaires culturelles. À la suite de cette rencontre, des démarches ont été entreprises par les décideurs afin de voir à la requalification du quartier et à un programme de relogement pour certains habitants. Bruit du frigo a également transformé temporairement la cité en camping et y a fait venir des touristes, des amis et des artistes de toute la France. Ensemble, ils ont produit du mobilier et des installations extérieures artistiques facilement appropriables pour les habitants, effectué un nettoyage de la cité avec les enfants et aménagé quelques potagers.

Le troisième projet a eu lieu à Marseille, dans une violente cité nommée Plan d'Aou qui sert de dépotoir à plusieurs entreprises. L'équipe d'un théâtre qui s'était implanté dans le voisinage du quartier cherchait à établir des relations humaines et artistiques avec les résidents, et a donc invité Bruit du frigo en résidence. S'est ensuivie une série d'interventions, par exemple un grand nettoyage de quatre jours du quartier, avec la participation de citoyens volontaires. Au-delà des aspects écologique et participatif de l'action, Bruit du frigo voulait que celle-ci ait un impact visuel, d'où la fabrication de plusieurs pièces de mobilier extérieur, certaines servant de « sarcophages à déchets non recyclables », pour reprendre l'expression de Gabi Farage.

Finalement, par un travail sur le projet de paysage articulé à une analogie entre mauvaises herbes et mauvaises graines (au sens de *vauriens*), le collectif a également mis en place une pépinière de production de végétaux. Il s'agit d'un espace public couvert, ouvert en permanence, et qui se veut un lieu de concertation et de convivialité, en plus d'être un espace pédagogique quant à la botanique et au domaine végétal. La production de végétaux, à partir des compétences et des connaissances des habitants de la cité, sert à

fleurir les balcons des immeubles et des espaces communs extérieurs.

1 <http://lovexperience.free.fr/bruitdufrigo.htm>

La créativité au service des élus

*Présentation des premiers laboratoires artistiques de développement local par **Carmen Gibbs**, directrice, Association acadienne des artistes professionnel.le.s du Nouveau-Brunswick*

*Avec **Isabelle Villeneuve**, mairesse de Saint-Didace (Québec), **Mathieu D'Astous**, artiste, Moncton et **Jean-Yves Vigneau**, artiste, Gatineau*

Est-il possible de penser le territoire à partir du point de vue d'un artiste et de revisiter de façon sensible l'espace collectif ? Comment croiser les visions d'artistes, les visions d'élus et celles des populations ? C'est pour créer des ponts entre ces points de vue que Les Arts et la Ville a mis sur pied en 2007 les deux premiers Laboratoires artistiques de développement local un élu-un artiste, avec l'aide de l'Association acadienne des artistes professionnel.le.s du Nouveau-Brunswick.

L'un a été tenu au Nouveau-Brunswick, à Caraquet et Bas-Caraquet, l'autre au Québec, à Saint-Didace. Tous deux ont été une façon originale et sensible de lire et d'appréhender une municipalité sous la forme d'un échange entre un élu et un artiste de l'extérieur de la municipalité. Concrètement, les laboratoires ont pris la forme d'une promenade d'une journée entre l'élu et l'artiste, la rencontre s'articulant autour d'enjeux de développement local et de gestion du territoire.

C'est l'impact des éoliennes sur les paysages qui a été le point de départ de l'expérience pour Caraquet et Bas-Caraquet. Dans le cas de Saint-Didace, ce sont des questions posées par la mairesse Isabelle Villeneuve qui ont lancé le laboratoire. Que dit le silence à Saint-Didace ? Y a-t-il trop d'arbres ? Mais où est donc Saint-Didace ? Se voulant d'abord des séances d'idées, les laboratoires ont mené à des pistes de réflexion stimulantes communiquées aux citoyens lors d'une rencontre publique tenue dans chacune des municipalités.

Isabelle Villeneuve, elle-même artiste, a expliqué que c'est au 20^e colloque de Les Arts et la Ville, en assistant à la présentation du projet français Mission Repérage(s), que sa curiosité a été touchée et qu'elle a voulu faire partie de l'expérience québécoise. Selon la mairesse, les intérêts pour les élus de participer à un laboratoire artistique sont multiples : la notoriété et la visibilité pour la municipalité participante, mais également l'expérience fondamentale que cela représente pour la compréhension du territoire – enjeux, organisation, défis, etc. – dans un contexte de participation citoyenne et d'exploration sensible plutôt que de planification traditionnelle.

Mathieu D'Astous, auteur-compositeur-interprète acadien, a été jumelé à la municipalité de Saint-Didace, entre autres pour sa connaissance des questions environnementales et son expérience en gestion et développement communautaire. Selon lui, les artistes ne sont pas assez invités à participer à des projets de planification, alors qu'ils peuvent pourtant aider à stimuler l'imaginaire des citoyens d'une municipalité.

À Saint-Didace, Mathieu D'Astous a mentionné comme principaux constats l'omniprésence de la nature, mais également son manque criant d'une centralité forte, d'un noyau villageois structuré afin d'y concentrer différentes activités (commerciales, culturelles, loisirs) et de

créer un véritable lieu de rencontre et d'échange au cœur du village. À l'instar de M^{me} Villeneuve, il a souligné que la rencontre publique tenue à l'église de la municipalité et à laquelle une vingtaine de personnes ont participé a été une démonstration extrêmement positive de l'attachement des citoyens à leur village et de leur volonté de prendre son développement en charge. Ainsi, la rencontre a mené à la création d'un comité de citoyens pour le renouveau villageois de Saint-Didace.

Dans le cas des municipalités de Caraquet et de Bas-Caraquet, c'est l'artiste québécois Jean-Yves Vigneau – sculpteur, photographe et installateur – qui a été retenu pour son intérêt pour les paysages et la culture insulaire. Il a mentionné que la rencontre publique, à laquelle ont participé une cinquantaine de personnes, a permis de démontrer que les éoliennes sont des objets architecturaux industriels possédant un intérêt certain, qu'il soit sculptural, plastique ou visuel, et qu'elles peuvent s'inscrire dans la lignée identitaire des deux municipalités.

Jean-Yves Vigneau a également mentionné l'opposition que suscite ce type de projet, les citoyens craignant pour la qualité de leur paysage. Pourtant, comme l'a souligné l'artiste, plusieurs éléments industriels marquent déjà nos paysages, comme c'est le cas à Caraquet et Bas-Caraquet avec les pylônes électriques, par exemple. Par leur filiation avec la réalité industrielle des deux municipalités, les éoliennes pourraient donc être considérées comme participantes à la composition d'un nouveau paysage contemporain, oscillant entre tradition et continuité et soulignant son aspect dynamique, évolutif, en autant qu'on ait le souci de leur donner une dimension culturelle et de réfléchir à leur intégration dans l'identité des paysages.

Enfin, Jean-Yves Vigneau a conclu en expliquant qu'au Nouveau-Brunswick, une taxe locale est perçue sur les parcs d'éoliennes, ce qui n'est pas le cas au Québec. Voilà pourtant un bon moyen de redonner à la collectivité et à sa vie culturelle.

Culture et capital social

Avec **André Thibault**, professeur-chercheur, Département d'études en loisir, culture et tourisme, UQTR, directeur, Observatoire québécois du loisir, administrateur et responsable des relations avec l'UNESCO, Organisation mondiale du loisir

«Le capital social est essentiel au rayonnement d'une communauté, à son avancement. En fait, sans capital social, l'existence même d'une société est en jeu», a indiqué André Thibault dès son entrée en matière.

Plus précisément, le capital social relève de la participation, de la réciprocité, de la confiance que les gens ont entre eux. Alors, se crée un tissu social fort qui se manifeste souvent par l'engagement bénévole des personnes. C'est la force de cet engagement qui forme des sociétés actives et en santé. Ce genre de capital se définit comme l'avoir de la collectivité sur le plan humain.

André Thibault a affirmé que «le bénévolat est tributaire du capital social d'une collectivité.» Alors, qu'est-ce qui pousse un citoyen à s'engager comme bénévole au sein des organismes de sa communauté ? Son besoin de rompre la solitude, de créer des liens, de faire partie d'un groupe et d'être reconnu par celui-ci. Bref, le bénévolat est l'ensemble du don de soi qui sous-tend la création d'un milieu d'échange. Et c'est grâce à ce milieu

d'échange que se développe le capital social d'une collectivité: c'est là sa spécificité sociale. Au final, on peut donc se demander comment développer des milieux d'échanges propices à l'émergence de capital social significatif. Pour exister, le capital social exige : un espace public au sens propre et figuré; un sens commun partagé; un sentiment de pouvoir agir; une organisation de l'action et du leadership !

Dans le domaine de la culture seulement, il faudrait 202 millions de dollars pour remplacer les bénévoles. Les organismes culturels survivent grâce à ces « volontaires », comme préfère les nommer André Thibault. Et ces personnes se mobilisent autour du domaine des arts parce qu'il s'agit là du domaine au cœur du capital social : les arts stimulent la connaissance de soi et la définition de l'identité. Plus largement, donc, lorsqu'un tissu social est formé autour de la culture, ce sont les villes et les villages qui en bénéficient. Il a été prouvé que ce sont les communautés ayant un fort capital social qui démontrent une grande capacité de résilience lorsque des situations dramatiques les touchent. Et pour André Thibault, l'artiste se pose en appui au capital social d'une collectivité. En fait, la démarche artistique est une façon de concevoir le réel au même titre que la démarche scientifique ! Autrement dit, une communauté qui ne compte pas d'artiste se prive des moyens de se connaître et de se mobiliser pour se développer. L'artiste développe la connaissance du « je » des citoyens mais dans l'optique plus large du « nous » comme société distincte.

Le capital social est trop souvent pris pour acquis. Pourtant, il est fragile et demande à être soutenu sur le plan social certainement, mais aussi sur les plans professionnel, organisationnel et économique.

Sa grande fragilité tient d'abord du fait que les citoyens bénévoles sont plus souvent qu'autrement convertis en « clients » plutôt que considérés comme des forces vives. Cette attitude entrave la définition de leur identité et de leur conscience de soi. Les motivations qui poussent fondamentalement au don de soi sont donc évacuées et, par conséquent, le capital social qui sous-tend l'ensemble des dons de soi ne peut exister.

Enfin, pour développer un fort capital social, la pratique artistique doit être soutenue. Il devient nécessaire de décroquer la culture, de la rendre accessible au plus grand nombre afin de maximiser les liens créés à l'intérieur des milieux culturels.

La participation citoyenne aux arts : des stratégies qui fonctionnent

Avec **Manon Barbeau**, cinéaste, productrice et conceptrice, *Wapikoni mobile*, **Alain Laroche**, **Jocelyn Maltais**, artistes, *Interaction Qui* et **Michel Vallée**, directeur, *Musée de société des Deux-Rives*, *Salaberry-de-Valleyfield*

À l'occasion de cette session, trois projets artistiques ayant comme visée la participation des citoyens ont été présentés. Manon Barbeau, Alain Laroche, Jocelyn Maltais et Michel Vallée ont touché les congressistes par leur implication et leur sensibilité. En bref, voici le récit de ces réalisations aux retombées sociales remarquables.

Wapikoni mobile

À l'été 2000, la réalisation du documentaire *L'Armée de l'ombre* a transformé la vie d'une dizaine de jeunes de la rue de Québec. Décrocheurs, toxicomanes et souvent judiciairisés, ils ont collaboré à la scénarisation et à la réalisation du film sous la supervision de Manon Barbeau. L'expérience s'est révélée des plus valorisantes : elle a redonné confiance à ces

jeunes alors que le film remportait le prix Gémeaux du meilleur documentaire.

En 2001, à Wemotaci, la réalisatrice scénarise un long-métrage de fiction avec des jeunes atikamekw. Leur potentiel créatif la touche mais l'isolement qu'ils vivent et la détresse qui les habite encore plus. Ces projets ont été des plus significatifs pour les jeunes qui y ont pris part, ils ont été d'autant plus déterminants pour Manon Barbeau. Elle mettrait maintenant tout en œuvre pour répéter le même type de démarche avec un plus grand nombre de jeunes désemparés.

En fait, on a pu observer que même lorsqu'ils ont tout laissé tomber, la création de films ou l'enregistrement de disques les motivent instantanément, leur donne le goût de se dépasser. La création et l'apprentissage sur le terrain leur redonne une raison d'être. Alors, à l'automne 2002, la réalisatrice imagine un studio de production cinématographique itinérant pour aller à la rencontre des communautés autochtones du Québec. En 2004, son projet prend finalement la route : le Wapikoni mobile donne la parole, et les outils pour l'exprimer, à des jeunes pour qui l'absence de projet fait trop souvent place à des problématiques tels la délinquance, la toxicomanie, l'alcoolisme et le suicide.

Le studio mobile est doté de trois caméras PD-170, de deux unités professionnelles de prise de son, de deux stations de montage Final Cut Pro sur Apple G5 double processeur, d'un studio d'enregistrement musical sur G5 et d'un environnement Pro Tools. Il est également muni d'un projecteur et d'un écran, pour permettre des projections publiques, ainsi que d'une indispensable machine à pop corn ! Ainsi, d'un endroit à l'autre, le studio devient un lieu de rencontres, d'apprentissage et d'expression en donnant l'occasion aux jeunes de réaliser, seul ou en groupe, des documents vidéo ou des enregistrements musicaux.

Le Wakiponi mobile

Wapikoni Awashish était une jeune leader dynamique des Premières Nations décédée en mai 2002, dans un accident de la route. Le studio itinérant porte son prénom en son honneur

La mission du studio ambulante est de donner la parole aux jeunes en mettant à profit leur créativité. C'est en initiant les jeunes aux technologies numériques et en leur transmettant les connaissances qui y sont liées que Manon Barbeau réussit à leur redonner confiance en eux et la force d'aller de l'avant, de se réaliser en tant que personne à part entière. Le studio sert d'outil de sensibilisation, de communication et de formation dans les milieux souvent délaissés par les autorités en place.

C'est parce qu'ils apprennent à manier les technologies numériques, à réaliser, à scénariser et à écrire que les jeunes reprennent confiance en eux. La transmission des connaissances et le développement des compétences est au cœur du projet de studio ambulante. L'apprentissage de techniques sur le terrain encourage l'émergence et le développement de talents artistiques. S'ensuit la création d'emplois dans le milieu visité et même le rayonnement des jeunes, à l'extérieur des communautés autochtones par exemple.

Les studios ambulants sont une alternative à l'isolement vécu par les jeunes. En captant l'attention des jeunes et en leur donnant une tribune pour s'exprimer, pour exister, les risques de décrochage scolaire, de consommation de drogue et de criminalité diminuent. Non seulement les problématiques liées aux milieux défavorisés peuvent être évitées mais

un tel projet favorise aussi la réinsertion sociale des jeunes. Aussi, les documents réalisés par les jeunes, sur des sujets qui les touchent, dans leurs propres mots, avec des images qui sont les leurs, deviennent les meilleurs outils de prévention pour s'adresser aux autres jeunes aux prises avec des problématiques semblables.

Au-delà du studio et de son équipement, la roulotte est aussi un lieu de rencontre et d'échange où les jeunes de tous les horizons peuvent se parler franchement, apprendre à se connaître, à se comprendre et à s'entraider. Plus précisément, c'est l'occasion pour les jeunes de sortir un peu de leur quotidien, d'exprimer leur point de vue et d'écouter celui des autres, de s'enrichir et de contribuer à l'enrichissement des autres.

Au terme des différentes visites dans les communautés, les jeunes ne deviennent pas seulement cinéaste, réalisateur ou artiste. En fait, cette démarche de valorisation les amène aussi à retourner à l'école, à se reprendre en main, à retrouver le goût de vivre, ce qui, dans un milieu où le taux de suicide est beaucoup trop élevé, n'est pas peu dire.

Plus précisément, quelque 700 jeunes autochtones ont créé 140 courts-métrages et autant de disques compacts. Une vingtaine de films ont d'ailleurs remporté des prix dans divers festivals nationaux et internationaux. Et d'autres grands succès sont à prévoir puisque d'autres projets se préparent déjà : le Wapikoni mobile fera des petits dans les communautés de la Polynésie française et du Brésil.

Samuel Tremblay, alias « Samian »

Samian est un Algonquin de Pikogan, en Abitibi. En 2004, il participe au Wapikoni mobile : Samian enregistre des vidéoclips de rap et devient rapidement une des figures emblématiques du projet. Le jeune rappeur est invité à se produire au Québec et en Europe. Révélé lors du festival Voix d'Amérique en 2006, il compose de concert avec Loco Locass *La Paix des braves*, un rap qui chante l'histoire des Amérindiens depuis la venue des Blancs. Samian devient en quelque sorte la voix des Premières Nations. C'est à l'automne 2007 qu'il sort son premier album, *Face à soi-même*, sous l'étiquette 7^e Ciel.

Interaction Qui, L'événement-Ouananiche, La grande marche des Tacons-Sites

L'artiste multidisciplinaire Alain Laroche et le sculpteur Jocelyn Maltais, de l'organisme Interaction Qui, à Alma, placent les citoyens au cœur de leur démarche artistique. Leurs créations ont pour but de marquer le territoire régional en mettant de l'avant des stratégies de participation populaire.

En 1988, le duo d'artistes entreprend de réaliser une ouananiche géante, l'emblème animalier du Saguenay-Lac-Saint-Jean, sur une surface de 140 kilomètres de long sur 40 kilomètres de large. Le tracé de la ouananiche prendra forme par la création de 60 petites ouananiches stylisées, de quatre mètres de long sur deux mètres de large et un mètre de haut, appelées *tacon-site*, tous les cinq kilomètres sur le pourtour de cet immense signe emblématique. Chaque *tacon-site* est créé pour et par la population locale afin de mettre en valeur son histoire et ses traditions. Ainsi, le *tacon-site* est à l'image de la communauté qui l'accueille et l'œuvre finale représente une région dont les habitants ont leur identité propre. Ce projet d'envergure, appelé La grande marche des Tacons-Sites, devrait être achevé en 2012.

Aussi, pour rapprocher les partenaires et les citoyens, une stratégie a été élaborée par la boutique de menterie et le cabinet des curiosités. Plus précisément, des objets, dits des « curiosités », ont été laissés sur les sites et sont le sujet d'un conte dans la collection les *Contes du pays de la Ouananiche*. Ces contes ont été créés sur le territoire réel du Saguenay-Lac-Saint-Jean, un territoire fabuleux fondé sur les mythes et les légendes de la région. Si traditionnellement le conte transmet les valeurs de la société qui l'a vu naître, dans ce cas-ci, le conte cimenter les liens entre les membres de la communauté et plus largement tous les Saguenéens touchés par la réalisation de ce monument.

La réalisation des *tacons-sites* appartient nécessairement aux habitants de la région : ils ne peuvent exister que par une réalisation collective. Installés sur des terrains privés et publics, les *tacons-sites* sont confiés aux propriétaires des lieux. Ceux-ci ont la responsabilité d'entretenir la sculpture et d'informer les éventuels visiteurs de sa signification. Quant au tracé de l'emblème animalier, il marque d'une empreinte permanente le territoire du Saguenay-Lac-Saint-Jean. En fait, il sera même possible de voir le dessin de la ouananiche sur l'ensemble du territoire grâce aux satellites. Chaque *tacon-site* est donc une sculpture environnementale en ce sens qu'elle donne aux citoyens le moyen de s'approprier leur territoire et une sculpture sociale parce qu'elle appartient à la communauté.

Un *tacon-site* marque l'emplacement d'un lieu où se sont mobilisés des individus avec un seul dessein : celui de construire ensemble une œuvre qui leur est propre. Des forces positives émanent donc des *tacons-sites* et, avec eux, un message de solidarité régionale est lancé. Chaque *tacon-site* est aussi comme un souhait de revitalisation des communautés de plus en plus désertées par les jeunes. Il s'inscrit dans la communauté comme porteur d'un message positif pour l'avenir de la région.

Actuellement, 20 *tacons-sites* ont été réalisés. Tous construits selon une logique participative propre à leur lieu d'érection, les *tacons-sites* deviennent souvent des places publiques où les citoyens et les touristes prennent l'habitude de se rencontrer.

Aussi, la réalisation de ce projet nécessite la collaboration de partenaires de milieux différents. Ainsi, gens d'affaires, acteurs culturels et personnalités politiques unissent leurs voix pour faire avancer la Grande marche des *tacons-sites*.

Tacon-site des Semences, Centre d'interprétation de l'agriculture et de la ruralité (CIAR), Métabetchouane-Lac-à-la-Croix

À l'occasion du *tacon-site* des Semences inauguré le 1^{er} juin 2005 sur le site du Centre d'interprétation de l'agriculture et de la ruralité de Métabetchouane-Lac-à-la-Croix, les citoyens ont décidé de créer un jardin potager adjacent à leur petit musée et d'y faire pousser les « trois sœurs » des autochtones : du maïs, des haricots et des courges. Les pierres fournies par les cultivateurs locaux pour ceinturer le jardin ont aussi servi à la construction du *tacon-site*. Le conte *Le Festin des trois sœurs* a mis en scène un épouvantail planté à proximité du jardin. Non seulement le Jardin des trois sœurs est aujourd'hui un point de rencontre quotidien pour les habitants mais ces derniers ont aussi décidé de faire avec leur récolte un repas collectif, le potage des trois sœurs, partagé annuellement avec les membres de la communauté.

Tacon-site des Patenteux, Parc du millénaire de Bégin

Le 18 octobre 2006, au Parc du millénaire de la municipalité de Bégin, le *tacon-site* des Patenteux était inauguré. Les 80 élèves de l'école primaire Saint-Jean ont déposé au cœur de la sculpture des capsules d'espoir dans lesquelles ils avaient rédigé un message personnel sur leur avenir. Les capsules ont été déposées dans une boîte scellée par une pierre en forme de pigeon voyageur. Ce pigeon portera la vision d'avenir de tous les jeunes de Bégin jusqu'en 2022, année durant laquelle les messages seront dévoilés pour souligner le 100^e anniversaire de la municipalité. L'auteur Bertrand Bergeron était sur place pour échanger avec les élèves et le personnel de l'école sur le conte écrit pour l'occasion, *La Reine malade*. Le conte explique la curiosité nommée *L'arbre hache* installée dans les sentiers pédestres de Bégin.

Musée de société des Deux-Rives, projet Ma ville, ma vision, mon avenir

Dans un milieu durement touché par les pertes d'emplois massives, le décrochage scolaire, la pauvreté et les problématiques qu'elle engendre, les arts et le patrimoine font rarement partie des domaines prioritaires. Pourtant, le projet Ma ville, ma vision, mon avenir a prouvé que la culture contribue largement au développement positif des collectivités.

Le projet Ma ville, ma vision, mon avenir consiste d'une part à faire connaître le patrimoine à des jeunes de la rue en leur permettant de réaliser une exposition de photos et un livre et, d'autre part, à susciter chez les adultes une réflexion sur la responsabilité qui leur incombe, en tant que citoyens, de considérer ces jeunes dits marginaux. Ce projet, mis de l'avant par Michel Vallée, directeur du Musée de société des Deux-Rives, en collaboration avec Partenaires pour la revitalisation des anciens quartiers (PRAQ) et parrainé par la Ville de Salaberry-de-Valleyfield, vise en fait à rejoindre directement la population, à agir concrètement sur le développement social du milieu et à initier les jeunes au patrimoine et à l'art.

Grâce à ce projet, 10 jeunes en difficulté ont repris leur vie en main. Après une formation de six mois durant laquelle ils ont exploré à l'intérieur d'une centaine d'ateliers des thèmes aussi variés que l'art, le patrimoine, la connaissance de soi, l'informatique, la photographie, ils ont offert à la population un livre de 125 pages et une exposition de photos.

La réalisation du livre et de l'exposition *Ma ville, ma vision, mon avenir* aura d'abord permis à la population d'être sensibilisée aux dures réalités sociales vécues par les jeunes. Les citoyens ont enfin posé les yeux sur ces jeunes desquels ils détournaient habituellement le regard. Un pont a été érigé entre deux réalités qui ne se rejoignaient pas. Aussi, les jeunes engagés dans le projet se sont appropriés les espaces publics et les quartiers plus défavorisés : ils les ont transformés en lieux de rencontres et d'échanges. Enfin, la démarche entreprise par les jeunes leur a surtout permis de reprendre confiance en eux et de profiter de cet élan pour aller de l'avant.

Les retombées positives de ce projet ont touché tous les milieux de la municipalité de Salaberry-de-Valleyfield : aux 10 jeunes au cœur du projet se sont joints 60 partenaires et formateurs; plus de 300 personnes se sont déplacées pour le lancement de l'exposition et du livre; 400 livres ont été achetés et 6000 personnes ont visité l'exposition. Que peut-on

espérer de mieux ? Eh bien, des 10 jeunes qui ont commencé le projet, neuf l'ont terminé et tous ont trouvé un domaine d'études qui les comblait ou un emploi qui leur ressemblait.

En fait, le succès du projet a été tel que le Musée en a lancé un second portant sur les différences qui amènent certains citoyens à avoir des préjugés, par exemple sur les ethnies, les personnes handicapées ou homosexuelles. Et un troisième projet vient de commencer sur le thème Se retrouver, se rassembler, afin d'inciter la population à foncer vers l'avenir, ensemble.

Les secrets de la persuasion

*Animé par **Raymond Cloutier**, comédien*

*Avec **Lise Bissonnette**, présidente-directrice générale, Bibliothèque et Archives nationales du Québec, **Liza***

***Frulla**, femme politique et collaboratrice, Le club des ex, RDI*

Pourquoi est-il si difficile de justifier la nécessité d'un projet culturel ? Comment est-il possible de convaincre d'une part, les citoyens, et d'autre part, les décideurs du bien-fondé d'investir en culture ? Raymond Cloutier, comédien et animateur de cette session, a lancé ces questions en sachant bien à qui il s'adressait. Les réponses ont été spontanées, marquées d'une longue expérience de négociation, d'argumentation et de passion pour la culture.

Lise Bissonnette et Liza Frulla sont du même avis. La méthode pour persuader n'est pas toute faite, elle s'acquière. C'est d'ailleurs à un auditoire tout ouïe qu'elles ont dévoilé quelques as cachés dans leurs manches.

D'abord, Liza Frulla a exposé qu'il est plus facile au Québec que dans les autres provinces de convaincre le public et le milieu politique de la nécessité d'engager des fonds dans le domaine culturel. En fait, des femmes de tête comme Louise Beaudoin et Lise Bacon, qui croyaient fermement à la nécessité de la culture pour notre société ont, dans les années 1990, fait un travail de sensibilisation extraordinaire auprès des élus et de la population. Un atout déjà !

« Mais il reste du travail à faire. Vous en savez quelque chose ? », a lancé Lisa Frulla en s'adressant aux congressistes. Ce à quoi Raymond Cloutier a répondu « quels seraient l'un de vos trucs alors ? »

Selon Lisa Frulla, appuyée par Lise Bissonnette, on ne peut travailler seul. On a beau être extrêmement convaincu de son projet, si on travaille de façon isolée, les résultats tarderont à se faire sentir. Il faut savoir créer des alliances en facilitant les échanges de bons procédés. « Une faveur en attire une autre ! », a exprimé Lisa Frulla. Il faut jouer d'astuces. Il faut se faire une tête sur ces acolytes possibles, observer ce qui pourrait les convaincre, ce qu'on peut leur offrir en échange d'un appui. Lise Bissonnette a ajouté à ce propos qu'il est aussi important de ne pas se laisser décourager par les critiques. Il faut miser sur ses alliés plutôt que de se laisser miner par ses adversaires.

Aussi, selon les deux femmes, pour être véritablement persuasif, il faut bien connaître tous les tenants et les aboutissants du projet culturel en question. Les arguments qui mèneront à sa réalisation doivent être bien étoffés. Plusieurs projets sont souvent présentés en même temps au gouvernement ou au conseil municipal. Le projet que l'on propose ne doit

comporter aucunes failles. Le dossier doit être clair et, surtout, être présenté de façon à sembler incontournable.

En parlant d'un argumentaire béton, Liza Frulla a donné cet exemple : « Il y a quelques années, lorsque le gouvernement a taxé tous les biens et services, croyez-vous qu'il a été facile de convaincre les décideurs de ne pas taxer le livre, alors que les denrées essentielles comme le lait ne devaient pas faire l'objet d'exemption ? Évidemment, les arguments invoqués pour justifier une telle mesure d'exception étaient bien ficelés et valables pour tous les partis ».

Les retombées positives qui résultent de la réalisation d'un projet culturel sont d'ordre social et économique. Et justement, c'est en transformant ces retombées en arguments qu'il est possible d'être convainquant.

« Mais mettre de l'avant ces arguments pour convaincre les élus ou les citoyens de l'importance de la culture, n'est-ce pas instrumentaliser la culture ? », a questionné Raymond Cloutier. Pour sa part, Lise Bissonnette a dit ne pas partager cette crainte. Mme Bissonnette a plutôt indiqué qu'elle n'hésite pas à utiliser les effets positifs engendrés par un projet culturel lorsque ces arguments peuvent le faire avancer. Et les retombées économiques sont pour certains décideurs les données les plus parlantes et les plus significatives pour justifier la réalisation d'un projet. Bien que Lisa Frulla et Lise Bissonnette soient d'accord sur le fait que les projets culturels ne doivent pas être réduits à leurs impacts économiques, il faut parfois utiliser un langage qui trouve écho chez les interlocuteurs à qui l'on s'adresse.

Le rôle, les défis et les stratégies des diffuseurs pour développer les publics

Forum de discussion mené par Michel Neault

Avec Chantale Bellemare, directrice, Bibliothèque publique de Moncton, Blaise Gagnon, directeur de la Salle de spectacle Jean-Marc Dion à Sept-Îles, Jacques Matte, Président-directeur du Festival de cinéma international de l'Abitibi Témiscamingue

De nos jours, l'offre culturelle est de plus en plus grande. Mais pour que les spectacles, les expositions et les festivals aient leur raison d'être, il faut que les publics répondent à l'appel. Alors, comment faire pour attirer les foules, développer de nouvelles clientèles et arriver à les fidéliser ?

Chantale Bellemare, directrice de la Bibliothèque publique de Moncton, Blaise Gagnon, directeur de la Salle de spectacle Jean-Marc Dion à Sept-Îles et Jacques Matte, président-directeur du Festival de cinéma international d'Abitibi-Témiscamingue se sont fait les porte-voix des diffuseurs qui rencontrent des défis et qui usent de stratégies, souvent simples, mais parfois extravagantes, pour développer les publics.

D'entrée de jeu, les conférenciers sont unanimes. Pour conquérir le public, il faut l'intéresser, le passionner, piquer sa curiosité. Cela demande du temps, de l'énergie et, surtout, des moyens financiers dont les diffuseurs ne disposent pas toujours.

Blaise Gagnon a enchaîné, « mais avec un peu d'audace, on peut arriver à de bons résultats ». Des résultats souvent mesurables à long terme toutefois. « C'est là notre plus grand défi », ont ajouté à tour de rôle les trois diffuseurs. Ce qui ne les empêche pas de

cogiter encore et toujours de nouvelles façons de favoriser la fréquentation de leurs activités.

Les trois interlocuteurs s'entendent aussi sur le fait qu'il s'agit d'une des responsabilités des diffuseurs de sensibiliser les gens à la culture. Bien entendu, l'école doit également faire sa part, tout comme les artistes doivent s'impliquer, mais ils sont d'avis qu'ils ont un rôle d'entremetteur à jouer entre l'œuvre et le citoyen. Et ce de façon toute simple parfois. Informer le public, aller à sa rencontre, voilà l'une des stratégies des plus banales mais des plus efficaces. Blaise Gagnon croit fermement que parler avec des danseurs de danse contemporaine ou un acteur peut parfois faire toute la différence entre une personne qui pense acheter un billet et celle qui se présentera au guichet. « La rencontre avec un auteur, un réalisateur de film peut effectivement permettre à une personne de comprendre, de découvrir un nouveau domaine », a renchéri Jacques Matte.

Un autre défi auquel sont confrontés les diffuseurs est celui du vieillissement des publics, donc par le fait même celui de former les jeunes publics. C'est en les initiant le plus tôt possible en fait, que les jeunes répondront certainement à l'appel. Chantale Bellemare a indiqué à ce sujet que dans les bibliothèques, par exemple, des projets existent pour encourager les parents à lire des histoires à leur enfant alors que celui-ci n'est pas encore au monde !

Aussi, pour rejoindre de nouveaux publics, Jacques Matte a indiqué que le Festival de cinéma international d'Abitibi-Témiscamingue avec ses astuces pour attirer de nouveaux cinéphiles prouve qu'innover sur le format de l'événement s'avère efficace. Par exemple, organiser une nuit du court métrage attire certainement une foule nouvelle, avide d'expériences atypiques, et une clientèle plus jeunes aussi, habituée aux activités nocturnes.

L'idée soumise par les trois participants à cette session est de saisir les opportunités et d'aller au-delà des actions traditionnelles de rencontres après spectacles ou de la matinée du livre. Il s'agit non pas de réinventer ces façons de faire, mais de les actualiser.

Les ateliers

Droits d'auteur et contrat d'artiste

Animé par Marie-France Lévesque, directrice, Conseil régional de la culture et des communications de la Côte-Nord

Avec Georges Azzaria, professeur, faculté de droit, Université Laval

D'entrée de jeu, Georges Azzaria a fait une distinction entre le brevet, la marque de commerce et les droits d'auteur. Le brevet a trait à une invention alors que la marque de commerce sert à distinguer un produit ou un service. Les droits d'auteur font partie de la propriété intellectuelle. Et ils ont été créés pour protéger les auteurs et les artistes.

De la même façon, la distinction entre l'objet et le droit d'auteur doit être claire. Par exemple, lors de l'achat d'un tableau, si le tableau appartient à l'acheteur, les droits d'auteur ne lui appartiennent pas. Ils demeurent la propriété de l'artiste, à moins que celui-ci les cède volontairement.

Mais d'où vient ce droit ? Les droits des auteurs ont commencé à être considérés lors de l'invention de l'imprimerie, au XV^e siècle. Avec l'arrivée de l'imprimerie, l'industrie culturelle a été créée du même coup ! Le livre devenait rentable, mais malheureusement pas pour les auteurs. C'était l'imprimeur qui profitait de l'engouement du public pour un bouquin en particulier. Ce n'est qu'au XIX^e siècle qu'une première esquisse de ce qui deviendrait les droits d'auteur a été établie.

En regard de l'évolution de la notion de droits d'auteur au fil des siècles, deux grands constats s'imposent. Le premier étant que les droits d'auteur n'ont jamais été étrangers aux nouvelles technologies. Même que les nouvelles technologies les perfectionnent. Le deuxième constat étant celui de l'affirmation du droit à l'invention du sujet, du droit de propriété intellectuelle plus précisément.

Deux arguments ont donc mené à la création des droits d'auteur. Le premier, d'ordre économique, a fait adopter la loi pour stimuler la création. Ainsi, l'artiste sait qu'il pourra tirer des revenus de ses œuvres. Le deuxième argument met plutôt l'accent sur l'œuvre comme l'extension même de la personne qui l'a créée. Il faut donc la protéger comme on protège une personne.

De ces arguments se dessinent deux courants distincts : le courant européen, qui protège davantage l'auteur, et le courant anglo-saxon, présent au Canada, qui considère l'auteur d'une part, mais d'autre part l'œuvre, qui devient un bien de consommation dans l'économie actuelle. Dans ce dernier courant, il est entendu que, même si l'on retire certains droits à l'artiste, il continuera de créer. Au final, dans le droit d'auteur, il y a une part de l'individu évidemment, mais une part publique aussi. Et cette part publique, depuis l'arrivée d'Internet, met de plus en plus de pression sur les droits d'auteur, considérés comme un frein à l'accès aux œuvres.

Les grands principes derrière la notion des droits d'auteur

1- Les droits d'auteur ne protègent pas les idées

Les droits d'auteur protègent plutôt l'expression des idées : les idées appartiennent à tous et ne sont pas détenues par un seul individu. On ne peut pas donner de droit de propriété sur les idées car, très vite, on ne pourrait plus créer.

2- L'expression des idées doit être originale

L'originalité étant dans ce cas considérée comme un minimum de talent et de jugement. L'esthétique n'est pas comprise comme un critère d'originalité. Les pages blanches d'un annuaire téléphonique par exemple ne sont pas protégées par les droits d'auteur parce que l'alignement des noms en ordre alphabétique n'est pas jugé original. Les pages jaunes, par contre, compte tenu de la démarche graphique nécessaire à leur mise en page, peuvent être protégées par les droits d'auteur.

3- Pas de formalité d'enregistrement

L'œuvre lors de sa création est déjà protégée par le droit d'auteur, contrairement aux brevets et à la marque de commerce. Évidemment, le créateur de l'œuvre détient les droits d'auteur. Il peut exister plusieurs auteurs pour une seule œuvre; dans ce cas, tous les créateurs détiennent les droits d'auteur. Aussi, il est important d'ajouter que si l'artiste professionnel a un statut particulier, tous les créateurs possèdent des droits d'auteur. Si, par

exemple, un enfant de cinq ans fait un dessin délibérément, il a des droits d'auteur sur cette création.

De quoi les droits d'auteur sont-ils propriétaires ?

1- Droit de reproduction

Toute reproduction doit être autorisée par l'auteur. Une reproduction étant considérée comme une copie supplémentaire de l'œuvre, sans égard au support utilisé.

2- Droit de communication publique

Au Canada seulement, pour les œuvres créées après le 7 juin 1988 s'applique le droit de communication publique. Plus précisément, l'auteur doit donner son accord chaque fois qu'une de ses œuvres est exposée. Par ailleurs, lorsqu'une œuvre est exposée pour être vendue, le droit n'existe pas parce que l'auteur y trouve son profit.

3- Droit d'adaptation

Finalement, l'auteur doit donner son accord à la transformation de son œuvre pour des fins d'adaptation. La traduction d'un livre, par exemple, est considérée comme une adaptation.

Les impacts économiques de la culture

Présentation des résultats de l'étude du Conseil de la culture des régions de Québec et de Chaudière-Appalaches intitulée L'impact économique des domaines d'activités culturelles des régions de la Capitale-Nationale et de Chaudière-Appalaches

*Animé par **Serge Bernier**, professeur associé, UQTR*

*Avec **Camille Courchesne**, directeur des statistiques économiques et sociales, Institut de la statistique du Québec*

D'abord, Camille Courchesne a indiqué que les résultats de l'étude sur l'impact économique de la culture, effectuée par l'Institut de la statistique du Québec en 2007-2008, démontrent l'importance que le poids économique de la culture peut avoir dans une région.

Cette étude, commandée par le Conseil de la culture des régions de Québec et de Chaudière-Appalaches, est la troisième du genre mais la plus importante et la plus complète réalisée à ce jour par l'Institut de la statistique du Québec. L'étude a été conduite en trois étapes : l'évaluation de l'ensemble des dépenses des activités culturelles, l'estimation de l'impact économique de ces dépenses à partir du modèle intersectoriel du Québec et la comparaison des résultats obtenus avec ceux des deux études précédentes ainsi qu'avec l'impact économique des principaux secteurs d'activité économique au Québec.

Globalement, en 2004-2005, 2,2 milliards de dollars de dépenses ont été liées au secteur culturel et ont soutenu 24 000 emplois directs, soit une augmentation de 70 % comparativement aux 1,3 milliard de dollars dépensés en 1997-1998. En seulement huit ans, donc, les dépenses en culture ont généré quelque 6000 emplois additionnels dans les deux régions. Du 2,2 milliards de dollars de dépenses, 1,6 milliard de dollars attribuables aux dépenses d'exploitation des entreprises et des organismes culturels et 654 millions de dollars ont été dépensés par des touristes québécois et étrangers qui ont visité les deux régions pour des motifs culturels.

Camille Courchesne a précisé que la croissance des dépenses depuis les huit dernières

années est en partie attribuable au développement des activités culturelles dans les deux régions, à une meilleure connaissance du secteur et à une amélioration des techniques d'enquête.

En 2004-2005, dans les régions de Québec et de Chaudière-Appalaches, avec une part du PIB de 4,8 % et ses 31 000 emplois directs et indirects à temps plein, soit 7 % de tous les emplois, les activités culturelles auraient davantage contribué à la croissance économique que l'ensemble des secteurs professionnels de la construction, du transport, de l'agriculture, de la chasse et de la pêche des deux régions, au cours des dernières années. Au titre des emplois, la culture dépasserait même le secteur de l'enseignement.

L'étude révèle que chaque dollar dépensé directement pour l'ensemble des activités culturelles entraîne une contribution de 1,48 \$ dans l'économie québécoise. Au final, chaque emploi créé dans le domaine culturel soutient 1,31 emploi dans l'ensemble de l'économie. De plus, il a été démontré qu'une grande part des dépenses effectuées reste dans l'économie québécoise. En fait, à elles seules, les dépenses d'exploitation des entreprises culturelles ont un contenu québécois de 80 %.

«Certes, les chiffres parlent », a ajouté Camille Courchesne. Mais l'impact économique de la culture est d'autant plus significatif lorsqu'il prend en compte, par exemple, la contribution de la culture et des artistes qui y sont rattachés, la qualité de vie des citoyens et l'identité des communautés. Par cette contribution, la culture appuie directement le développement économique de municipalités québécoises en créant un milieu attirant pour les nouveaux investisseurs et les nouveaux arrivants.

Ainsi, compte tenu des résultats concluants de cette étude, le Conseil de la culture des régions de Québec et de Chaudière-Appalaches espère que le poids économique des activités culturelles soit considéré par les décideurs lors de l'attribution de fonds. Même que, selon le Conseil, cette étude devrait conduire à la mobilisation des partenaires de tous les milieux. En effet, pour développer davantage la culture au Québec, il est essentiel que tous ceux qui y contribuent puissent s'appuyer sur des alliés appartenant aux secteurs privé et public.

Développer la culture dans les régions et les zones rurales

*Forum de discussion mené par **Andrée Fortin**, chercheure, Université Laval*

*Avec la complicité de **Sylvain Aumont**, directeur du développement culturel, Fédération culturelle canadienne française, **Rose-Marie Gallant**, présidente, Collectif des créateurs de la Haute-Côte-Nord, **Micheline Huard**, directrice, Musée régional de la Côte-Nord, et **Anne-Marie Larochelle**, agente culturelle, MRC Haute-Côte-Nord*

La MRC de la Haute-Côte-Nord ne compte pas plus de 12 000 citoyens et est l'une des MRC les plus pauvres du Québec. Choisir d'y travailler en tant qu'artiste est un défi en soi. Essayer d'y développer la culture aussi. Rose-Marie Gallant, artiste, et Anne-Marie Larochelle, agente culturelle de la MRC Haute-Côte-Nord, ont réussi à relever le défi avec brio !

Rose-Marie Gallant voulait vivre de son art tout en restant dans sa région. Comment s'y prendre ? En s'associant à d'autres artistes ayant les mêmes préoccupations qu'elle, elle a réussi à relever le défi. Entourée de trois artistes de la région, après moult discussions, un collectif, le Collectif de créateurs associés de la Haute-Côte (CRÉA), a été fondé en 2005.

Avec l'appui financier de 12 000 \$ que lui a accordé la MRC, le CRÉA a été en mesure de se doter d'outils de promotion. Ainsi, seulement trois ans après sa création, maintenant 16 artistes, et autant de membres de soutien, font partie de l'aventure.

Sans partenariat, sans le soutien du milieu, le collectif n'existerait pas. « Le milieu est fier, et plus le milieu est fier, plus le collectif a l'énergie et les moyens pour aller de l'avant ! », explique Rose-Marie Gallant. Par exemple, avec un budget de 5000 \$, les 400 \$ nécessaires pour s'assurer d'une publicité dans le guide de l'ATR, c'est trop cher payé ! Un accord plus avantageux pour les deux parties a donc été conclu : en échange d'un encart publicitaire, la CRÉA offre un panier d'œuvres à l'ATR. Ces œuvres sont offertes entre autres aux journalistes. Si les organismes du milieu sont une tribune pour le collectif, Rose-Marie Gallant espère créer des ponts culturels avec d'autres collectifs, d'autres intervenants, afin de créer des échanges avec des municipalités à l'extérieur de la MRC Haute-Côte-Nord.

Comment ramener les gens de la Haute-Côte-Nord à consommer la culture chez eux plutôt que dans les grands centres comme Québec, par exemple ? Et surtout, comment les inciter à créer la culture chez eux ? Voilà les questions auxquelles s'est attaquée Anne-Marie Larochelle.

C'est en agissant concrètement dans le milieu qu'on sensibilise la population. À la suite de l'adoption d'une politique culturelle en 1998, les ententes de développement culturel ont permis la distribution de sommes d'argent importantes dans la communauté et de nombreux partenariats ont été développés entre la MRC et les organismes culturels. De plus, si l'argent fait avancer les choses, le temps donné par les différents intervenants du milieu est aussi payant pour les artistes de la région. Que ce soit pour monter des dossiers avec les artistes ou participer à l'organisation d'un festival, les acteurs du milieu culturel de la MRC de la Haute-Côte-Nord se tiennent les coudes serrés. La mise en place d'une politique d'acquisition d'œuvres d'art a aussi créé l'engouement des artistes. Bien que tous les artistes qui ont présenté leur dossier n'étaient pas tous professionnels, cette initiative de la MRC leur aura permis de s'émanciper et de se regrouper. L'autre stratégie mise de l'avant par la MRC est de travailler en partenariat avec les journalistes. Enfin, c'est en innovant que la MRC croit qu'il est possible de créer un milieu culturel dynamique. Un exemple d'innovation ? L'Ubus théâtre, un théâtre qui, faute de lieu, s'en est créé un. L'autobus théâtre se promenait de municipalité en municipalité au Québec alors que cet été, c'est en Europe qu'il partira plutôt en tournée.

Le Musée régional de Sept-Îles est le seul musée accrédité pour une faible population qui compte peu d'artistes professionnels. Comme le mandat du Musée est vaste, on parle autant d'exposition sur le patrimoine que sur l'histoire ou que sur la photographie, par exemple. Alors que plusieurs artistes de la région, cherchant le statut d'artiste professionnel, désespéraient d'y exposer, le Musée subissait une pression de plus en plus forte, a affirmé sa directrice Micheline Huard.

Ainsi, comment satisfaire tout le monde ? De concert avec les artistes et la Conférence régionale des élus, le Musée a entrepris de créer un réseau de lieux de diffusion partout sur la côte. En fait, il s'agit d'un réseau d'exposition et de formation tout à la fois. En faisant la tournée des municipalités de la côte, les intervenants ont tenté de convaincre les décideurs d'utiliser leurs bibliothèques, leurs salles municipales pour en faire des lieux de diffusion. En

sensibilisant ainsi de nouveaux intervenants sur la nécessité de nouveaux lieux de diffusion, c'est aussi la qualité du loisir culturel qui était bonifiée. Maintenant parrainé par le CALQ, le réseau améliore aussi le professionnalisme des différents intervenants du milieu régional.

Convaincre le milieu de la nécessité de miser sur le développement culturel est un mandat plutôt ardu. Convaincre les décideurs de tout le Canada de miser sur le développement culturel francophone, c'est un défi encore plus grand ! Et c'est celui que Sylvain Aumont a décidé de relever.

Pour promouvoir les artistes de la francophonie, Sylvain Aumont a privilégié une approche globale. Il faut développer le sentiment d'appartenance des jeunes et des adultes à la francophonie. C'est en privilégiant l'amalgame de l'art et de l'éducation qu'il tente d'y parvenir. L'école doit offrir une vie culturelle riche et c'est en sensibilisant les enseignants que les jeunes développeront un intérêt pour l'univers francophone. Sylvain Aumont appelle ce concept celui du « passeur culturel ».

De plus, en partenariat avec l'Université du Québec à Trois-Rivières, un site Internet interactif sera bientôt mis en ligne. Ce site est le résultat de recherches menées depuis les cinq dernières années. La Fédération culturelle canadienne-française a accompagné des villes du Nouveau-Brunswick et de l'Ontario, par exemple, dans leurs démarches auprès de leur municipalité. L'idée était de développer un modèle d'approche où l'organisme doit être convaincu de sa valeur ajoutée avant d'essayer de convaincre les instances municipales de le soutenir. Cet exercice a amené les organismes à se questionner sur leur rôle au sein des communautés et en bout de ligne à mieux l'assumer.

La planification culturelle locale : un exercice réalisable

*Animé par **Philippe Drolet**, conseiller professionnel et architecte, Phd-architecture*

*Avec **Réal Gervais**, directeur général, Ville d'Edmundston, **Louis Lafond**, directeur section culture et équipements, arrondissement Haute-Saint-Charles, Ville de Québec, **Hélène Nadeau**, conseillère à la culture, arrondissement Haute-Saint-Charles, Ville de Québec*

Ville centenaire de 17 000 habitants dont 95 % sont francophones, Edmundston est une ville québécoise frontalière avec l'État du Maine. Comme plusieurs petites villes du Nouveau-Brunswick, c'est l'industrie forestière qui l'a mise sur la carte. En 1998, lorsque les villes adjacentes et Edmundston fusionnent, une planification stratégique est nécessaire à la réorganisation de la ville. Ce plan comporte trois phases : la consolidation des services aux citoyens, l'identification des enjeux de société et l'approfondissement des valeurs municipales. Quatre enjeux majeurs sont aussi déterminés : la mise sur pied d'un cadre de gestion, l'adoption d'une politique de communication et l'implication des citoyens dans le processus décisionnel de la Ville. Un processus de consultation publique était donc nécessaire pour permettre à la Ville d'aller de l'avant avec cette réorganisation des objectifs municipaux. C'est ce processus qu'a présenté Réal Gervais, directeur général de la Ville d'Edmundston.

Ainsi, pour donner la parole aux citoyens, la Ville décide de convertir ses six quartiers en arrondissements et forme des comités d'arrondissements à l'intérieur desquels travaillent les citoyens. Enfin, en septembre 2002 est créé le Carrefour des citoyens. Tous les quartiers y sont représentés par quatre de leurs habitants. Ces citoyens ont été désignés par la Ville parce qu'ils étaient engagés dans leur communauté et qu'ils faisaient figure de

leaders positifs. Leur mandat ? Guider le conseil municipal, identifier les grands enjeux municipaux et trouver des indicateurs de performance. Bien qu'il y ait eu quelques frustrations, de la part des travailleurs de la Ville comme de la part des membres du comité, le Carrefour a fini par devenir autonome. Aussi, afin de bien répondre aux attentes de la population, un sondage a été réalisé auprès de tous les citoyens. La cote de satisfaction générale était de 92 %. «Quand même une bonne moyenne, n'est-ce pas ?» s'exprime Réal Gervais. Au terme de ce processus de consultation publique, un rapport final de 52 propositions, incluant la construction d'un centre multifonctionnel, a été déposé à la Ville.

Ce plan stratégique a aussi mené à la réalisation du projet Une ville : un artiste, qui consiste à choisir un ambassadeur culturel qui crée une œuvre pour la municipalité. De plus, une politique d'intégration d'art public a été votée : 1 % des budgets sera maintenant consacré à l'achat d'œuvres d'art, qui seront exposées dans la ville, sans compter que la Ville vient de s'associer avec le Conseil des arts de la région.

Pour sa part, l'arrondissement de la Haute-Saint-Charles, à Québec, compte 50 000 habitants. Il s'agit d'un arrondissement composé essentiellement de quartiers résidentiels fréquentés par les jeunes familles. Louis Lafond et Hélène Nadeau, respectivement directeur de la section culture et équipements et conseillère à la culture pour l'arrondissement Haute-Saint-Charles (Ville de Québec) précisent qu'on n'y retrouve pas de lieu de diffusion culturelle, étant donné que la majorité de ces lieux sont situés au centre-ville, et très peu d'artistes professionnels y sont répertoriés.

Lors des fusions municipales, l'arrondissement de la Haute-Saint-Charles s'est trouvé à absorber le manque de vision de développement des anciennes villes et a eu de la difficulté à s'arrimer à la nouvelle politique culturelle de Québec. D'abord, il fallait assurer une meilleure coordination des ressources du milieu et assurer la synergie entre les différents partenaires du nouveau milieu pour définir un créneau spécifique à l'arrondissement.

Pour ce faire, les intervenants municipaux ont décidé de s'engager dans un processus de planification culturelle. D'une part, il s'agit d'une planification qui préconise une approche fondée sur le lieu. Quels sont les besoins de la communauté relativement à leur milieu de vie ? Et comment les ressources culturelles peuvent créer un milieu de vie épanouissant ? D'autre part, cette approche s'arrime à l'idée d'implication citoyenne. La municipalité veut d'abord offrir à ses citoyens un lieu de concertation publique, un lieu de réflexion commune.

Dans ce contexte précisément, il est important de distinguer la politique culturelle de la planification culturelle. La planification culturelle conçoit le lieu dans son ensemble, dans une perspective de développement urbain et communautaire. En fait, la planification culturelle englobe la politique culturelle.

Dans un premier temps, pour aller de l'avant avec cette planification culturelle et s'assurer que tous les efforts soient groupés vers l'atteinte d'un même objectif, l'arrondissement a fait appel à une firme de consultants professionnels en gestion de projets. Cette firme tient un rôle de médiateur. Elle permet la concertation de tous les travailleurs et accompagne par le fait même l'ensemble du processus.

Après avoir trouvé l'appui des employés de la Ville, il fallait convaincre les citoyens de la pertinence d'une telle planification. Alors, dans un deuxième temps, une série de

consultations publiques avec les acteurs du milieu a eu lieu. « Comment voyez-vous la Haute-Saint-Charles dans 25 ans ? Et comment peut-on y arriver ? », voilà les questions auxquelles ont tenté de répondre les intervenants issus de tous les domaines. Au final, un portrait du territoire a été tracé, les préoccupations citoyennes ont été considérées et les ressources culturelles de l'arrondissement ont été identifiées. Bref, la cartographie culturelle de l'arrondissement a été tracée !

Un plan de mise en œuvre commun a résulté du processus. En bref, la planification culturelle de l'arrondissement Haute-Saint-Charles se conçoit d'abord selon une approche partagée avec les acteurs du milieu afin de favoriser les échanges sur l'idée du développement culturel. Un comité composé d'artistes, d'un architecte du paysage et d'un architecte a été formé pour répondre « artistiquement » à tous les besoins des citoyens, que ce soit sur le plan du transport ou de la signalisation, par exemple. Enfin, ce plan de mise en œuvre privilégie la création de lieux de réflexion commune. La revitalisation de l'artère principale du quartier a justement été réalisée à cet effet. Évidemment, la poursuite du dialogue avec les citoyens est au cœur de cette planification culturelle qui continue encore aujourd'hui.

Comment effectuer un lobby culturel efficace?

*Animé par **Lorraine Dubuc-Johnson**, conseillère municipale, Ville de Sept-Îles
Avec **Richard Messier**, président, La Boîte de Comm.*

Quelle est la bonne manière de faire avancer un projet qui nous tient à cœur ? Selon Richard Messier, le lobby public « est la capacité pour des organisations de tout ordre de pouvoir occuper la place publique pour faire avancer une cause, un projet, atteindre un objectif, aller chercher des appuis ». C'est également « l'art de jumeler ensemble notre capacité d'intervention politique et la possibilité, entre autres, d'utiliser les médias » afin d'établir un rapport de force sur la place publique. Ainsi, lorsqu'un projet est diffusé et que la population en comprend les enjeux, il est beaucoup plus facile d'avoir son adhésion.

Cette stratégie comporte certaines règles. D'abord, il faut être à même de bien comprendre la situation des élus et des décideurs afin d'être capable de se mettre à leur place. Notre projet n'étant pas le seul qu'ils ont sur le bureau, ils doivent nécessairement faire des choix. On doit donc, au montage du projet, tenir compte de leur réalité. Le consultant donne l'exemple d'une intervention pour le Service des loisirs de la Ville de Montréal, alors que des élus cherchaient à convaincre leurs collègues d'augmenter le budget des loisirs. Sachant que ce sont rarement les éléments propres à notre dossier qui persuadent directement les décideurs, il a élaboré un argumentaire global sortant des logiques sectorielles afin de présenter le projet comme fédérateur de plusieurs enjeux.

Il a donc démontré que, pour l'ensemble du Québec d'ici 2010-2011, le principal élément attractif pour une entreprise était la disponibilité de la main-d'œuvre, et que ce que recherchait le plus cette main-d'œuvre était la qualité de vie, articulée à des concepts telles la sécurité, la capacité de s'intégrer et la vie en dehors du travail, soit les loisirs et la culture. C'est donc, affirme-t-il, « par la pénurie de main-d'œuvre que l'on a su faire avancer un dossier de loisirs et de culture ».

Ainsi, à partir du moment où l'on est capable de faire la preuve que notre dossier aura un impact sur l'ensemble des besoins de la communauté, les décideurs y portent une oreille

beaucoup plus attentive. Bref, la clé, c'est d'être capable de démontrer comment le projet peut aider la collectivité dans laquelle il s'inscrit.

Finalement, Richard Messier affirme que la meilleure façon de convaincre quelqu'un, c'est de comprendre ce qui le préoccupe le plus. Par exemple, si c'est le développement économique qui occupe l'espace de décision dans une municipalité, le message porteur du projet devrait y être articulé.

La nouvelle muséologique communautaire, une approche de développement local durable

*Animé par **Lauréat Moreau**, coordonnateur et muséologue, Musée Shaputuan*

*Avec **Laurette Grégoire**, artisane, participante de Uashat, **Jean-François Vachon**, animateur-formateur, projet Design et culture matérielle : développement communautaire et cultures autochtones, UQAC*

Le projet Design et culture matérielle : développement communautaire et cultures autochtones a été créé en 1993 par Elisabeth Kain, professeure à l'UQAC. L'objectif de ce projet est d'utiliser le design et la culture matérielle des autochtones comme outils de développement, mais aussi comme outils de valorisation et de promotion afin de permettre la transmission de cette culture dans un contexte de développement communautaire.

Un des volets de ce projet, Mémoires du territoire (2003 à 2008), préconise le développement local durable par la muséologie communautaire. Plus précisément, Jean-François Vachon, animateur-formateur de ce projet, indique que grâce à la création d'un inventaire participatif, la communauté est invitée à définir ce qu'elle considère comme étant son propre patrimoine. Cet inventaire devrait faire l'objet d'une exposition, temporaire ou permanente, et être intégré dans une banque de données informatisée qui devrait devenir sous peu un musée virtuel à l'intérieur duquel les enseignants seront invités à développer des activités éducatives pour les jeunes. Si l'UQAC amène l'expertise dans les communautés, son but ultime est d'y former des experts en design et en patrimoine.

Depuis maintenant quatre ans, l'UQAC travaille de concert avec le musée Shaputuan, et plus particulièrement avec Lauréat Moreau, coordonnateur du musée et animateur de cette session. Pour ce muséologue de formation, la pertinence de la muséologie communautaire tient à ce qu'elle exige des autochtones qu'ils s'approprient leur communauté, qu'ils se réapproprient leur culture pour arriver à la sauver. Et cette nouvelle approche est d'autant plus souhaitable qu'elle est innovatrice : ce sont auparavant les experts et les anthropologues extérieurs aux communautés qui venaient leur parler de leur culture, l'exposer. L'approche de la muséologie communautaire redonne aux autochtones leur savoir et leurs traditions.

Le cas du Shaputuan, par exemple, est assez probant à cet égard. Le besoin d'un musée n'a pas été exprimé par la communauté. Il n'y a donc pas eu de consultation publique et une fois l'engouement de son inauguration passé, en 1998, le musée a rapidement été déserté. Les gens ne s'identifiaient pas à l'exposition. Les années suivantes, l'exposition permanente a donc été repensée par et pour sa communauté. Le Shaputuan est maintenant plutôt un lieu de préservation et de diffusion de la culture. En effet, l'une des grandes problématiques des communautés autochtones est le manque de diffusion des traditions ancestrales. Le musée a donc choisi de travailler de concert avec les aînés pour transmettre cette culture aux jeunes.

Pour développer davantage ce concept de muséologie communautaire, Lauréat Moreau s'est déplacé au Mexique où une réflexion collective sur le développement de la culture et la question de son partage a amené plusieurs communautés à se doter de « musées communautaires ». Ce qui a frappé le muséologue, c'est la débrouillardise de ces communautés : sans-le-sou, elles ont mis à profit les forces vives des communautés pour exister culturellement. Elles ont créé leurs propres musées, sans attendre l'aide du gouvernement ou des entreprises privées, par exemple. Cette autonomie que les peuples de l'Amérique du Sud ont développée, Lauréat Moreau aimerait bien que son peuple la retrouve aussi. Voilà le rêve auquel aspire le muséologue en travaillant d'arrache-pied pour mobiliser sa communauté.

Les participants de cet atelier ont pu prendre connaissance du travail réalisé par l'UQAC grâce à la présentation d'œuvres réalisées par les artisans de la communauté d'Uashat-Mak Maliotenam, près de Sept-Îles.

Le projet Design et culture matérielle : développement communautaire et cultures autochtones a été créé en 1993 par Elisabeth Kain, professeur à l'UQAC. L'objectif de ce projet est d'utiliser le design et la culture matérielle des autochtones comme outils de développement, mais aussi comme outils de valorisation et de promotion afin de permettre la transmission de cette culture dans un contexte de développement communautaire.

Un des volets de ce projet, Mémoires du territoire (2003 à 2008), préconise le développement local durable par la muséologie communautaire. Plus précisément, Jean-François Vachon, animateur-formateur de ce projet, indique que grâce à la création d'un inventaire participatif, la communauté est invitée à définir ce qu'elle considère comme étant son propre patrimoine. Cet inventaire devrait faire l'objet d'une exposition, temporaire ou permanente, et être intégré dans une banque de données informatisée qui devrait devenir sous peu un musée virtuel à l'intérieur duquel les enseignants seront invités à développer des activités éducatives pour les jeunes. Si l'UQAC amène l'expertise dans les communautés, son but ultime est de former des experts en design et en patrimoine dans les communautés.

Depuis maintenant quatre ans, l'UQAC travaille de concert avec le musée Shaputuan, et plus particulièrement avec Lauréat Moreau, coordonnateur du Musée et animateur de cette session. Pour ce muséologue de formation, la pertinence de la muséologie communautaire tient à ce qu'elle exige des autochtones qu'ils s'approprient leur communauté, qu'ils se réapproprient leur culture pour arriver à la sauver. Et cette nouvelle approche est d'autant plus souhaitable qu'elle est innovatrice : ce sont auparavant les experts et les anthropologues extérieurs aux communautés qui venaient leur parler de leur culture, l'exposer. L'approche de la muséologie communautaire redonne aux autochtones leurs savoirs et leurs traditions.

Le cas du Shaputuan par exemple, est assez probant à cet égard. Le besoin d'un musée n'a pas été exprimé par la communauté. Il n'y a donc pas eu de consultation publique et une fois l'engouement de son inauguration passée, en 1998, le musée a rapidement été déserté. Les gens ne s'identifiaient pas à l'exposition. Les années suivantes l'exposition permanente a donc été repensée par et pour sa communauté. Le Shaputuan est maintenant plutôt un lieu de préservation et de diffusion de la culture. En effet, l'une des grandes problématiques

des communautés autochtones est le manque de diffusion des traditions ancestrales, le musée a donc choisi de travailler de concert avec les aînés pour transmettre cette culture aux jeunes.

Pour développer davantage ce concept de muséologie communautaire, Lauréat Moreau s'est déplacé au Mexique où une réflexion collective sur le développement de la culture et la question de son partage a amené plusieurs communautés à se doter de « musée communautaire ». Ce qui a frappé le muséologue, c'est la débrouillardise de ces communautés : sans le sous, elles ont mis à profit les forces vives des communautés pour exister culturellement. Elles ont créé leurs propres musées, sans attendre l'aide du gouvernement ou des entreprises privées, par exemple. Cette autonomie que les peuples de l'Amérique du sud ont développée, Lauréat Moreau aimerait bien que son peuple la retrouve aussi. Voilà le rêve auquel aspire le muséologue en travaillant d'arrache pied pour mobiliser sa communauté.

Les participants de cet atelier ont pu prendre connaissance du travail réalisé par l'UQAC par la présentation d'œuvres réalisées par les artisans de la communauté d'Uashat-Mak Maliotenam, près de Sept-Îles.

La médiation de l'art contemporain pour les œuvres d'art public

*Animé par **Luc Bourassa**, directeur, Direction de la Côte-Nord,
Sylvie Lacerte, Ph.D., chercheuse et commissaire indépendante*

Il cause la controverse ou l'indifférence, provoque des tollés ou s'inscrit dans l'espace sans toucher la collectivité qui l'accueille. Dans un cas comme dans l'autre, l'art public contemporain doit faire l'objet de médiation pour être compris, apprécié ou non, mais à juste raison !

Pourquoi parler de médiation ? Parce que chaque personne doit posséder les connaissances inhérentes à la compréhension d'une œuvre. Ne sommes-nous pas tous un peu néophytes d'une forme d'art ou d'une autre ? Ainsi, pour être en mesure de juger justement une œuvre d'art contemporain, les artistes, les organismes culturels et les autorités en place doivent intervenir auprès du public. Non pas pour le convaincre de la cause de l'art contemporain, mais plutôt pour lui donner les moyens de juger véritablement de la pertinence d'une œuvre d'art public.

Certaines organisations culturelles et plusieurs artistes se sont justement employés à créer des canaux de communication pour contrer cette pathologie d'irrecevabilité dont semble atteint l'art public. Entre autres, le **Millenium Park à Chicago** et le **Grand Palais à Paris** se sont dotés de sites Internet à l'intérieur desquels le visiteur retrouve une pléthore d'informations et d'explications pertinentes qui facilitent l'interprétation des œuvres, donc leur juste appréciation. Aussi, la démarche de l'artiste Rose-Marie E. Goulet, qui a convaincu les administrateurs du métro de Montréal de réaménager une voiture de métro en œuvre d'art inédite, est tout à fait remarquable. L'artiste est allée vers le métro, ses administrateurs, vers tous les publics aussi. Et tous semblent avoir répondu à l'appel parce qu'ils avaient les moyens de comprendre la démarche que sous-tendait le projet...

Cependant, dans bien des domaines, la médiation de l'art contemporain est inexistante, ou

presque. Les décideurs responsables de l'éducation, par exemple, tardent à intégrer la fréquentation des œuvres au cursus scolaire et ne forment pas non plus les enseignants en conséquence. De plus, les différents responsables des milieux de l'éducation et de la culture devraient se concerter plus rigoureusement et mettre effectivement de l'avant les ententes culturelles trop souvent reléguées aux oubliettes. Bref, la médiation de l'art contemporain pour les œuvres d'art public est un travail de sensibilisation qui se dessine sur une base permanente et dont les résultats probants ne se feront sentir qu'à long terme...

Pour en savoir plus sur les propos tenus par Sylvie Lacerte, consultez son texte d'allocation sur le site Internet de Les Arts et la ville dans la section Activités, sous colloque 2008.



[S'abonner au bulletin le réseau](#) | [Consulter les archives](#)
[Nous joindre ou nous transmettre vos infos culturelles](#) | [Se désabonner](#)

Responsable de l'édition : Martin Valiquette

Recherche et rédaction : Ève Gauthier, Andrée Daigle, Bis Petitpas et Martin Valiquette

Le réseau Les Arts et la Ville reçoit le soutien de :



LES MEMBRES DU RÉSEAU