

6 juin 2005

### Compte-rendu du 18<sup>e</sup> colloque

#### Mutations sociales et culturelles

#### Les grands changements

#### Les tendances

#### L'importance du développement culturel local

#### Quelques avenues à explorer

#### D'un atelier à l'autre

### Mutations sociales et culturelles

#### Des défis à relever avec optimisme

En 2006, 31,3 % de la population de Rivière-du-Loup aura 65 ans et plus. De 1996 à 2001, la ville a perdu 1 % de ses citoyens, ce qui, en 20 ans, signifie la mort de Rivière-du-Loup.

Bien que les jeunes trouvent un intérêt certain à s'installer à Rivière-du-Loup pour la qualité de vie et les emplois disponibles, les *baby-boomers* reviennent plus nombreux dans leur région. Déjà, les besoins sont difficiles à concilier entre les jeunes, les adultes et les aînés. Alors que la population vieillissante est intéressée par le patrimoine, l'histoire et les métiers d'art, les jeunes, eux, veulent des activités qui leur ressemblent. À ce tableau s'ajoutent le déséquilibre fiscal, l'invasion des nouvelles technologies, l'instantanéité des modes et la diversité culturelle.

À l'instar de Rivière-du-Loup, dont le portrait a été dressé par son maire Jean D'Amour, plusieurs municipalités au Québec subissent déjà les contrecoups des changements démographiques appréhendés.

Ces mutations sociales auraient effectivement pu faire frissonner les élus, les fonctionnaires, les artistes, les responsables d'organisations artistiques et culturelles qui étaient réunis du 11 au 13 mai 2005 à Gatineau, à l'occasion du colloque de Les Arts et la Ville. Pourtant, c'est un vent de dynamisme qui a soufflé sur les quelque 275 congressistes qui sont repartis de ce 18<sup>e</sup> rendez-vous annuel avec de nouveaux défis à relever en termes de développement culturel local.

En effet, le ton du colloque a été donné par Simon Langlois, sociologue à l'Université Laval, qui a affirmé que les mutations sociales amorcées au Québec apporteront leur lot de problèmes, tant économiques que culturels, mais que les municipalités et les organisations artistiques sauront relever ces nouveaux défis avec optimisme parce qu'elles sont mieux informées et mieux armées qu'auparavant. Nous vous présentons ici les principales tendances qui se dégagent de ces trois journées d'échanges. Au cours des prochaines semaines, nous vous informerons dans ce bulletin de la publication du rapport détaillé du contenu du colloque.

## Les grands changements

### **Nouvelle pyramide, nouveaux besoins, nouveaux défis**

En 1961, les jeunes étaient nombreux à la base de la pyramide de la vie. Le grand défi de cette période était de leur faire une place dans la société et c'est pourquoi le milieu scolaire s'est organisé autour des collèges et des universités. À ce moment, des mesures particulières, tel le régime des rentes, ont été mises en place pour les aînés puisqu'ils étaient peu nombreux. Étant donné le contexte de croissance des années 1960, il était donc possible d'adopter à la fois des politiques pour les jeunes et les aînés.

Aujourd'hui, les jeunes des années 1960 ont entre 40 et 45 ans et ils ont fait moins d'enfants. En 2011, les jeunes des années 1960 formeront le centre de la pyramide. Le groupe d'âge le plus nombreux aura entre 50 et 64 ans. Ce vieillissement d'un groupe dominant de la société engendrera de nouveaux besoins en termes de logement (ex. : condos en ville pour la clientèle des 50 ans ou maisons de villégiature), de santé, de loisirs, etc.

Selon Simon Langlois, nous entrons dans un monde où il faudra concilier des demandes différentes de la part de chacun des groupes. Tout cela dans un contexte moins marqué par la croissance économique. Voilà le défi !

### **Le profil des générations**

La typologie suivante des groupes d'âge rend compte des portraits présentés par Simon Langlois, sociologue à l'Université Laval, Diane Pacom, sociologue à l'Université d'Ottawa, et Jean Payeur, directeur de l'Institut canadien de Québec.

- **Les jeunes**

Nés avec les nouvelles technologies, les jeunes utilisent l'ordinateur comme outil de recherche et support de lecture mais surtout pour communiquer entre eux. Ils vivent dans un temps éphémère où le présent change au rythme des modes. Ils sont attirés par la ville parce qu'ils y trouvent des lieux d'études, des biens culturels, des loisirs de leur âge. Tandis qu'ils ont du mal à trouver leur place dans l'économie et dans la politique, ils trouvent dans la culture un espace de liberté et d'appartenance.

- **Les 30-45 ans**

Les jeunes adultes ont des besoins qui concernent la famille (services de garde, terrains de jeux, piscine, etc.). Ils sont confrontés aux diverses transformations du monde du travail et doivent s'adapter aux emplois contractuels, aux horaires atypiques, tout en conciliant travail et famille.

- **Les seniors**

À mi-chemin entre le travail et la retraite, les seniors sont éduqués et en bonne santé. Ils vivent sans enfant et veulent plus d'activités pour occuper leur temps libre. Ils demeurent en ville et possèdent souvent une résidence secondaire dans leur région d'origine. Ils sont mobiles et voyage davantage. Les seniors ont de nouvelles attentes face à leurs élus locaux, notamment en matière de culture.

## Les tendances

### Les principales tendances en matière de pratique et de consommation culturelle

François Colbert, professeur à HEC Montréal, a suscité plusieurs réactions en affirmant avec aplomb que le marché des arts est saturé et que la clientèle est la même depuis 40 ans. « On a pensé qu'en investissant des fonds publics dans les arts, on favoriserait la consommation, mais voilà que s'installe un jeu de vases communicants qui freine le développement des publics », a-t-il précisé. Aujourd'hui, si une activité culturelle réussit à attirer une nouvelle clientèle, c'est qu'un autre domaine vient de perdre des plumes. L'an passé, le cinéma et les spectacles en salle ont connu une hausse de 5,4 % et de 3,8 % respectivement, alors que la consommation de livres a diminué de 4 % et les visites des musées, de 2 %. S'ajoutent à la compétition le cinéma maison, Internet, les jeux vidéo...

### Les pratiques éclectiques des jeunes

« Les jeunes ont des pratiques très fragmentées », voilà le portrait général qu'a dressé Diane Pacom, sociologue à l'Université d'Ottawa, en parlant de leurs pratiques culturelles. Alors que les *baby-boomers* choisissaient des activités plus homogènes, écoutaient la même musique, allaient au théâtre ou au concert, les jeunes aujourd'hui passent de Britney Spears au jazz sans problème.

À plusieurs reprises dans ce colloque, il aura été question des jeunes et des nouvelles technologies. Si plusieurs se sont dits dépassés par les pratiques technologiques des jeunes et les technologies en général, d'autres ont insisté sur l'importance d'encadrer ces pratiques, surtout en ce qui concerne l'utilisation d'Internet, non pas pour freiner la créativité des jeunes, mais pour leur transmettre une rigueur et un esprit critique.

## **Les *baby-boomers* : une solution à la fréquentation ?**

Si Simon Langlois est convaincu que les arts et la culture prendront une place plus importante chez les *baby-boomers*, qui auront plus de temps à leur consacrer, François Colbert, professeur à HEC Montréal, semble plus sceptique. Les *baby-boomers* n'auront plus un travail régulier au même endroit, certes, mais ils ne travailleront peut-être pas moins. Prférant consacrer leur temps au mentorat, à un travail à temps partiel, au bénévolat, ils ne cesseront pas d'être actifs et leur société des loisirs demeurera sans doute une belle utopie. De plus, leur choix de vivre en ville ou de retourner dans leur région influencera le type de consommation qui les caractérisera. Ni Simon Langlois ni François Colbert ne se sont risqués à imaginer clairement le profil de consommateurs culturels que seront les *baby-boomers*.

## **Quand la culture classique dépend de la capacité à s'adapter aux changements**

Pour s'adapter aux changements, le Carrefour international de théâtre de Québec mise sur le potentiel d'actualisation immense du théâtre et l'Opéra de Montréal se tourne vers la musique techno pour attirer un nouveau public. Mais il en va autrement pour le Conservatoire de musique de Gatineau qui peine à adapter son enseignement à des demandes nouvelles et à se frotter aux pratiques émergentes. Même s'il ne s'agit pas de jeter des dizaines d'années d'enseignement traditionnel par-dessus bord, Danielle Dubé, directrice du Conservatoire, est consciente que la formation doit s'adapter à la créativité débordante des jeunes pour qu'ils deviennent des professionnels capables de faire face à la concurrence et des transmetteurs de passion.

Depuis toujours, a rappelé François Colbert, l'art savant semble majoritairement l'apanage des gens scolarisés, que l'on investisse ou non des fonds publics pour démocratiser la culture. Pour reprendre les mots de Dominique Violette, l'avenir de la culture classique dépendra donc de notre capacité d'adaptation. Les publics déjà acquis devront accepter plus de bruits. Ils devront par exemple accepter que les jeunes consomment différemment les œuvres.

## **L'importance du développement culturel**

### **Les arts et la culture pour faire face aux changements**

Les propos tenus par les conférenciers ont fait apparaître les arts et la culture comme faisant partie à la fois du problème et de la solution. Bien entendu, le thème des mutations sociales a été discuté en fonction des impacts appréhendés sur le développement culturel local. En contrepartie, les arts et la culture sont apparus comme un outil essentiel pour s'adapter et se réinventer.

Si les jeunes ont leur mode de vie et leurs référents qui leur permettent de se créer un univers propre, la culture « régionale », selon Robert Tremblay, vice-président chez Les Productions Vic Pelletier, s'exprime comme une indescriptible sensation qu'en un lieu, avec des gens, on se sente en pleine possession de ses moyens. En d'autres mots, la culture est le ciment de la société qu'il lui permettra de faire face aux changements.

## **La culture comme un outil de développement**

À Philadelphie, la revitalisation du centre-ville est passée par les arts. Le succès du renouveau de cette ville réside sans aucun doute dans la mise en place de l'organisation *Avenue of the Arts* qui a été présentée par sa directrice, Karen A. Lewis. Composée de bénévoles du milieu des affaires et de la culture, *Avenue of the Arts* travaille à la planification, au marketing, à la coordination des actions, au positionnement touristique et au développement de l'avenue principale du centre-ville de Philadelphie.

L'expérience de Philadelphie, tout comme le projet de revitalisation du Vieux-Terrebonne, de la salle de spectacle de Ville-Marie ou de la coopérative Méduse, confirme que la culture est un outil de concertation puissant puisque ce projet a favorisé l'implication de consultants, de représentants d'organisations culturelles, d'urbanistes, de commerçants, d'intervenants touristiques autour d'une même vision et d'une même stratégie. Dès lors, plusieurs bâtiments ont été rénovés et de nombreux commerces de qualité se sont implantés dans les rues du quartier. Ce district culturel attire désormais plus de résidents, de touristes et d'investisseurs, favorisant ainsi les retombées économiques.

Nathalie Courville, consultante en marketing et financement d'événements tout comme Lucien Frenette, directeur du Conseil de la culture du Saguenay-Lac-Saint-Jean, ont indiqué que l'image de marque d'une municipalité peut être renforcée par des événements artistiques forts et des activités culturelles uniques. Les arts et la culture peuvent donner une couleur particulière à la municipalité qui lui permettra d'attirer de nouveaux résidents, d'accueillir des visiteurs et de favoriser les investissements. Pour Lucie Fréchette, professeure au Département de travail social et des sciences sociales de l'Université du Québec en Outaouais, l'image que la municipalité renvoie à l'extérieur du milieu est importante, mais si l'on compte retenir ses citoyens, les forces du milieu doivent aussi être promues auprès d'eux. Les élus peuvent agir sur la perception qu'ont les résidents de la qualité de vie de leur municipalité.

## **Quand vitalité culturelle rime avec qualité de vie**

La vitalité culturelle d'un milieu rend souvent compte de la qualité de vie. Actuellement, à Rivière-du-Loup, la diminution de la population s'inverse grâce à l'explosion économique et aux divers projets de développement incluant les arts et la culture. Les jeunes reviennent à Rivière-du-Loup parce qu'ils y trouvent un milieu de vie dynamique et des emplois. « Aujourd'hui, les familles veulent ce petit plus qui fait que le milieu de vie est agréable : une œuvre d'art dans un parc de quartier, des événements culturels déstabilisants et des activités artistiques de qualité pour les enfants », a indiqué Jean D'Amour, maire de Rivière-du-Loup.

D'après Lucie Fréchette, les jeunes migrants sur le territoire québécois, tout comme les immigrants, cherchent d'abord une municipalité où ils pourront travailler ou étudier. Leur intégration est facilitée par un milieu culturel dynamique. Selon certaines études menées par Lucie Fréchette, les jeunes identifient toujours les loisirs comme l'expérience significative permettant la création de nouveaux réseaux de socialisation puisqu'il y a un partage d'intérêts communs.

Les Productions Vic Pelletier à Matane, avec ses 40 employés spécialisés, prouve que les jeunes sont prêts à vivre en région s'ils ont un emploi à la mesure de leurs compétences et y trouvent un environnement sain et propice à leur plein épanouissement.

## Quelques avenues à explorer

### **Le développement des publics : une responsabilité à ne pas négliger**

Si le marché est saturé et que l'art savant est essentiellement consommé par les gens scolarisés, alors comment développer le public des disciplines classiques ? « Le travail doit se faire spectateur par spectateur », ont répondu à tour de rôle Dominique Violette, directrice du Carrefour international de théâtre de Québec, et David Moss, directeur de l'Opéra de Montréal.

D'abord, dans le cas du Carrefour international de théâtre, Dominique Violette a indiqué qu'il faut rejoindre le nouveau spectateur et le convaincre de tenter l'expérience du festival. Ensuite, il faut faire en sorte que cette expérience soit le premier jour d'un intérêt durable pour le théâtre.

Par ailleurs, comment faire la promotion de l'art contemporain alors que l'opinion publique véhicule l'idée que l'on déteste l'art contemporain et que même l'élite déteste cela ? Comment faire en sorte que les jeunes participent au festival ? Comment aider le spectateur à briser les obstacles d'accès aux représentations ? Ce sont ces questions qui ont alimenté la stratégie de renouvellement et de développement de l'auditoire déployée en 2002 par le Carrefour international de théâtre :

- En 2002, le Carrefour international de théâtre, qui présente tour à tour le festival et l'événement Théâtre d'ailleurs, a mis en place son propre service de billetterie. En 2003, le Carrefour a effectué plus de 70 % des ventes de billets et 100 % de tous les forfaits.
- L'organisation a renforcé la visibilité de Théâtre d'ailleurs pour fidéliser la clientèle et a ainsi doublé sa fréquentation.
- Le Carrefour a publié l'avant-programme plusieurs mois avant l'événement pour faciliter la planification des sorties et mettre de l'avant les nouveautés et le caractère avant-gardiste du festival.
- Son site Internet a également subi une cure de rajeunissement.
- En 2004, le Carrefour s'est attaqué aux jeunes en arborant une nouvelle image et en présentant des spectacles ciblés à coût réduit. Cette démarche a fait augmenter de 15 % la clientèle jeunesse. En 2004, il y avait 48 % des spectateurs qui assistaient au festival pour la première fois et la fréquentation totale du Carrefour a augmenté de 15 %.

- Cette année, le Carrefour international de théâtre de Québec joue son rôle de médiateur culturel en mettant en place le Carrefour des cyber-critiques amateurs qui permet aux spectateurs de critiquer ouvertement les pièces.
- Des représentations avec un médiateur sont offertes à des groupes de jeunes âgés entre 18 et 34 ans et à des immigrants. Sept des participants sont ensuite invité à prendre part à un forum présenté devant public.

Dans la même veine, l'équipe de l'Opéra de Montréal avait plusieurs questions en tête lorsqu'elle s'est lancé le défi de rajeunir son auditoire il y a plus de deux ans. Est-ce que l'Opéra de Montréal est impliqué dans son milieu ? Comment participe-t-il à améliorer la qualité de vie ? Est-ce qu'il s'adapte aux réalités d'aujourd'hui ?

- L'Opéra a créé le technOpéra. Il s'agit de soirées qui réunissent des *vidéo-jockeys*, des *disc-jockeys* et des chanteurs de l'Atelier lyrique de Montréal. Ils initient les jeunes aux thèmes de l'opéra que ceux-ci pourront ensuite voir à la Place des Arts en bénéficiant de rabais (premier billet 35 \$ et 20 \$ les billets suivants pour des places au parterre). La première année, 240 jeunes se sont inscrits et en 2005, l'Opéra compte presque 2000 participants.
- L'Opéra offre désormais des abonnements à la carte qui donnent accès à deux ou trois spectacles et à des conférences et des publications thématiques.
- Le forfait Diva, comprenant un séjour à l'hôtel, un souper au restaurant et le spectacle, fait aussi partie des nouvelles mesures de l'Opéra pour attirer les jeunes touristes des autres régions du Québec, de l'Ontario et des Etats-Unis.
- En ce qui concerne l'éducation des jeunes, l'Opéra mise sur ses générales ouvertes, ses matinées scolaires, des guides pédagogiques pour les professeurs et des ateliers dans les écoles.
- Prochainement, le grand public pourra assister à une représentation de *Carmen*, sur grand écran, à l'esplanade de la Place des Arts.

« Tous les intervenants du milieu culturel devraient se préoccuper du développement des publics », a résumé Danielle Dubé, directrice du Conservatoire de musique de Gatineau. Conscient de la responsabilité qui lui incombe, le Conservatoire a élargi au fil des ans son mandat de formation professionnelle fondé sur l'excellence. Soutenir et susciter une formation musicale de qualité dans son milieu, surtout en partenariat avec les écoles primaires et secondaires, fait maintenant partie de sa mission. Il tente également de soutenir la création et le dynamisme d'organisations, en partageant des ressources humaines et techniques.

L'éclectisme des tendances fait en sorte qu'il faut s'éveiller aux nouvelles pratiques et expérimenter. Le marché est saturé ? Peut-être mais, selon Paul Lemay, directeur du Service de la vie communautaire, de la culture et des communications de la Ville de Laval, la mission des travailleurs culturels n'est-elle pas d'essayer de multiples actions pour faire en sorte que le petit miracle arrive, que les choses bougent, que les gens consomment la culture qui se fait dans leur municipalité ?

## **Faire place à la relève artistique**

Si les jeunes sont prêts à mener à bout de bras des projets dont ils sont fiers et s'ils sont optimistes quant à l'avenir de la création d'ici, il n'en demeure pas moins qu'ils rencontrent souvent des obstacles. Selon Marianne Coineau, coordonnatrice de Caravansérail à Rimouski, Philippe Venne, musicien et directeur des Soirées de musique fraîche à Québec, ainsi que Tristan Arnaud, coordonnateur de Kino Hull, les municipalités pourraient :

- Mettre des locaux de création à la disposition des artistes
- Soutenir les organismes qui mettent en valeur le travail des jeunes, surtout en région, afin de créer une masse critique d'artistes et d'encadrer les jeunes artistes en voie de professionnalisation.
- Accorder des bourses de création pour la relève parce qu'il est difficile pour un jeune qui commence d'accéder aux bourses du CALQ et du CAC.
- Inclure la relève dans leurs actions de développement en faisant appel à des partenaires. Par exemple, la CRÉ du Bas-Saint-Laurent a signé une entente de développement culturel, dont un volet est consacré aux jeunes créateurs qui n'ont pas de statut professionnel. Le CALQ a d'ailleurs observé que, depuis cette entente, il reçoit plus de demandes de bourses en provenance de cette région.
- Attribuer des prix de reconnaissance afin de valoriser les jeunes et de réunir le milieu des arts et de la culture qui n'a pas souvent l'occasion de se rassembler.
- Nommer une personne responsable de la relève au sein de la municipalité. Souvent, les jeunes ne savent pas à qui s'adresser, ils ne connaissent pas leurs élus, ils ne savent pas comment fonctionne le financement des arts. Comme autre piste à suivre, Philippe Venne a présenté L'Annexe, mise sur pied par Ex Machina et Premier Acte à Québec, qui viendra en aide aux organisations artistiques sur le plan de l'administration, du financement, des communications, etc.
- Développer des espaces d'échange et de dialogue avec les jeunes créateurs. À ce sujet, François Bergeron, directeur d'Oxy-jeunes à Montréal, a invité les municipalités à créer des espaces d'échange pour les jeunes en général, comme la Commission jeunesse de Gatineau.

## **Stimuler l'immigration et favoriser l'intégration par les arts**

Montréal accueille chaque année 80 % des nouveaux arrivants au Québec, mais la tendance pourrait changer puisque les régions du Québec témoignent d'une volonté marquée de recevoir des immigrants et surtout de les intégrer.

Le premier défi des municipalités, surtout en région, est d'attirer les nouveaux arrivants.

- Depuis 2002, des représentants de la Ville de Québec se rendent directement en Roumanie, en Bulgarie, en France, au Mexique et en Amérique du Sud pour faire la promotion de la ville comme terre d'accueil. À la suite de ces rencontres, Québec reçoit 20 % d'immigrants, alors que sans ces démarches, elle n'en accueille que 4 %.

Ensuite, le plus grand obstacle à franchir pour retenir les nouveaux arrivants est de leur offrir un emploi.

- Depuis six ans, Québec offre des stages en emploi. En 2004, elle a organisé 180 stages, dont 56 à la Ville et dans les arrondissements.

La seconde difficulté d'intégration concerne l'apprentissage de la langue.

- Pour Trois-Pistoles, l'apprentissage du français est au cœur de la réussite de l'intégration puisque l'École des langues offre un accompagnement exemplaire. Michel Rioux, directeur du Centre d'accueil, de développement et de formation en langues, a indiqué que sur les 27 Colombiens accueillis par la petite municipalité de Trois-Pistoles depuis les 18 derniers mois, 23 sont restés.
- À Montréal, 650 000 \$ par année sont investis dans des projets favorisant l'apprentissage du français par les immigrants. Le projet Contact vise par exemple à inciter les parents et les enfants à fréquenter la bibliothèque de leur quartier par des animations littéraires dans les lieux publics (CLSC, garderies...).

Pour créer un lien de confiance, la Ville doit accueillir les nouveaux venus.

- Gatineau et Québec offrent notamment des activités de formation (présentation des services offerts par la Ville, réalisation d'un répertoire des organismes, visites des institutions municipales – bibliothèques, centres communautaires).

Afin de mettre en valeur le patrimoine des nouveaux venus, présenter ces derniers aux citoyens de la ville d'accueil et organiser des activités spécifiques

- La Ville de Gatineau a un projet d'émission de télévision communautaire dans ses cartons.
- En plus de fournir des informations aux nouveaux arrivants, le site Internet de la Ville de Gatineau offre un calendrier des activités organisées par les communautés culturelles et il présente un historique de l'immigration.
- En 2007, Québec devrait avoir sa Maison interculturelle qui réunira l'ensemble des intervenants de la Ville.
- Le réseau des maisons de la culture et des autres diffuseurs dans les arrondissements de Montréal permet de rejoindre 120 000 jeunes écoliers, dont 40 % de la clientèle est issue de l'immigration.

- En 1999, le MAI (Montréal, arts interculturels) a ouvert ses portes en tant que diffuseur pluridisciplinaire à vocation interculturelle. Le MAI présente des œuvres contemporaines interpellant le public et puisant aux diverses cultures du monde.

L'intégration des nouveaux arrivants semble plus facile lorsque ces derniers entretiennent rapidement des liens avec le milieu.

- Annie-Claude Scholtès, coordonnatrice communautés culturelles à la Ville de Gatineau, a affirmé que son travail en tant qu'agente de milieu facilite l'insertion des nouveaux venus.
- L'École des langues de Trois-Pistoles privilégie l'hébergement des élèves dans des familles d'accueil.
- Paul Langlois, chef de division action culturelle et partenariats à la Ville de Montréal, a indiqué que leur programme de soutien à l'interculturalisme permet le maillage entre les organismes de la communauté d'accueil et ceux des communautés culturelles afin qu'ils réalisent une création artistique.
- Selon Sylvie Lachance, directrice du MAI, son organisation joue un rôle d'animateur entre le milieu communautaire, universitaire, les arrondissements et les communautés culturelles en mettant de l'avant des projets impliquant des acteurs locaux.

La participation des immigrants à des activités culturelles facilite leur intégration.

- L'Académie de langues de Trois-Pistoles vise à développer des séjours langue-culture-nature et des forfaits voyage aventure qui privilégieront l'interprétation du patrimoine et de l'histoire de la région du Bas-Saint-Laurent.
- Québec offre dans ses trousseaux d'accueil des billets gratuits pour les différentes activités culturelles majeures (Festival d'été de Québec, Fêtes de la Nouvelle-France, Carnaval, etc.).

Dans les municipalités du Québec, la population est souvent homogène, alors comment faire valoir la richesse de la diversité culturelle ?

- Contre la dénatalité, attirer de la main-d'œuvre et des investisseurs étrangers : ce sont les raisons qui ont longtemps été évoquées pour attirer des immigrants. Aujourd'hui, les municipalités ont compris que mettre de l'avant l'apport de la diversité culturelle dans un milieu a un effet positif sur l'opinion publique et facilite grandement l'intégration des nouveaux venus.
- Selon Yves Dallaire, commissaire à l'immigration à la Ville de Québec, les médias sont importants dans l'image que l'on veut transmettre de la diversité culturelle. Toutefois, ils ont tendance à donner une image négative des immigrants. Pour améliorer cette perception, la Ville de Québec achète des espaces médias pour présenter des artistes, des chercheurs qui ne sont pas nés au Canada et qui vivent ici.

- À Trois-Pistoles, il y a une tradition d'accueil liée aux écoles de langue, mais la meilleure façon de faire en sorte que la communauté d'accueil ne se sente pas menacée par les nouveaux arrivants est d'impliquer les citoyens, de les faire participer à l'hébergement, à la recherche d'emploi, aux visites, à l'aide aux devoirs, etc.

À Montréal et à Gatineau, la provenance des immigrants s'est grandement diversifiée au cours des dernières années, et ce, sans compter la présence des autochtones. Les villes devront donc gérer cette diversité. C'est pourquoi la Ville de Gatineau compte adopter prochainement une politique de gestion de la diversité.

### **Diversifier les sources de financement**

Lors de son allocution, Line Beauchamp, ministre de la Culture et des Communications, a invité les municipalités et les organismes culturels à examiner les différentes formules de partenariat entre le secteur public et le secteur privé et à tirer profit des mesures annoncées pour la culture dans le budget 2005-2006 du gouvernement du Québec, notamment la création de Placement-Québec. La ministre a réitéré la volonté du gouvernement de mettre de l'avant des stratégies énergiques pour rallier d'autres joueurs et ainsi continuer de soutenir activement la croissance culturelle.

La plénière du jeudi a été l'occasion d'explorer quelques pistes d'alliances avec le privé, notamment les partenariats public-privé. Pierre Bernier, professeur associé à l'École nationale d'administration publique, a dressé une intéressante typologie des différents contrats de partenariats, de la gestion en régie publique à la privatisation complète. Ce qui distingue les types d'entente est le degré de responsabilité et de risque qu'assument respectivement le secteur public et le secteur privé.

M. Bernier a également fait ressortir quelques avantages des PPP ; croissance potentielle du financement en raison de la mobilisation de capitaux privés, souplesse organisationnelle au service de la performance, rapidité d'accès aux innovations technologiques, économies d'échelle possibles, accélération de la réalisation et, surtout, partage des risques.

Mais le partage des risques techniques, financiers, voire commerciaux, demande des investissements de part et d'autre. Comme l'a mentionné Réjean Chartrand, directeur du développement économique et des projets spéciaux à la Ville d'Ottawa, « un PPP, ce n'est pas gratuit ! ». Il faut que les parties, publique et privée, soient prêtes à investir. Comme dans le cas du Centre sportif ou du Complexe des arts d'Orléans à Ottawa, la Ville a assumé une partie des frais et elle fournit les sites. Elle demeure propriétaire des lieux mais la conception, la réalisation et l'entretien relèvent des partenaires privés.

Il faut également miser sur la communication, la transparence et une définition claire des rôles de chaque partenaire, surtout à l'étape du choix de ces derniers et de la rédaction des clauses contractuelles. Par exemple, la Ville d'Ottawa a embauché un commissaire à l'éthique pour s'assurer de la clarté des ententes qu'elle a conclues avec des partenaires privés et pour qu'il observe chaque étape du processus.

Bien qu'il soit un outil de développement important, notamment dans le secteur culturel et artistique, le partenariat public-privé ne saurait s'appliquer dans tous les contextes et pour tous les projets. On observe que les pouvoirs publics sont encouragés à recourir au PPP lorsque le projet requiert un niveau élevé de technicité ou des investissements importants, lorsque le financement du projet repose davantage sur le contribuable que sur le citoyen bénéficiaire du service ou encore lorsque, conjoncturellement, le secteur privé est plus à même d'assurer la qualité et l'efficacité d'un bien ou d'un service public. Lorsqu'il s'agit d'un important projet d'infrastructure, par exemple, un partenariat de gestion avec le privé peut être un choix intéressant.

Gérard Klein, directeur général de la Société anonyme de construction de la Ville de Lyon (SACVL), a également été invité à aborder la question des partenariats avec le secteur privé. La société de gestion qu'il dirige, basée sur la formule de société d'économie mixte, se caractérise par la copropriété des éléments d'actif par les secteurs public et privé. Dans ce cas-ci, la Ville de Lyon possède la majorité du capital, tandis que le reste des actionnaires sont des particuliers, des banques, des salariés. Tous les actionnaires sont toutefois représentés au conseil d'administration de la société. La mission de cette organisation consiste à construire et à administrer des édifices favorisant la mixité sociale (logements) et fonctionnelle (vocation résidentielle, commerciales et de services publiques). La société fonctionne sans subvention, à même les revenus que génère son parc immobilier. Selon Gérard Klein, cette autonomie allège l'administration des projets et favorise une plus grande liberté d'action.

Cette façon de faire n'entraîne pas une baisse de la qualité des projets, tant sur les plans architectural qu'artistique. En effet, la société a recours au service d'un artiste professionnel qui agit comme conseiller. De plus, pour chaque projet, on s'assure de la présence de l'art par la réalisation d'œuvres permanentes ou éphémères.

### **Changer les façons de faire et tenter des expériences**

« Il est temps d'oser et de tenter des expériences », a lancé Jean D'Amour, maire de la ville de Rivière-du-Loup. Selon lui, l'éclosion de la vitalité culturelle locale passera par le décloisonnement des institutions majeures des villes et le partage des ressources au sein des MRC. Et, bien que la concertation avec les communautés rurales pour le partage d'équipement demeure une question délicate, les régions n'ont pas les moyens en ce moment de jongler avec ces susceptibilités.

Plusieurs fois au cours du colloque, il a été question de la lenteur du processus décisionnel des municipalités par rapport aux nouvelles réalités. Il a d'ailleurs été convenu que les villes doivent trouver rapidement des réponses aux nouvelles tendances et utiliser les moyens de communication des jeunes pour rester en contact avec eux afin de voir venir les changements.

Pour sa part, Robert Tremblay, vice-président au développement des projets pour Les productions Vic Pelletier, a énoncé l'importance partagée par plusieurs intervenants de multiplier les collaborations internationales et de se tourner vers de nouveaux marchés, d'autant plus que les technologies actuelles le permettent.

## D'un atelier à l'autre

Vous auriez apprécié assister à deux ateliers en même temps, vous avez entendu parler d'une séance en particulier ou vous avez raté ce 18<sup>e</sup> rendez-vous annuel ? Pas de panique puisque nous vous en proposons un résumé. Les présentations des ateliers techniques concernant les indicateurs de performance et les protocoles d'entente seront disponibles dans le site Internet de Les Arts et la Ville au cours de l'automne 2005.

### **Se regrouper pour devenir propriétaire et gérer sa destinée**

D'abord, Jocelyn Robert, artiste et codirecteur artistique de l'association de création et de diffusion sonore Avatar, a présenté la coopérative Méduse née à Québec en 1993. Méduse réunit une dizaine de groupes communautaires, artistiques et culturels sans but lucratif qui proposent une offre de services complémentaires aux autres groupes, de la photographie à l'estampe en passant par l'art audio et vidéo. Les organismes impliqués dans la création de Méduse ont opté pour un modèle de coopérative d'habitation qui permet aux diverses associations de conserver leur autonomie tout en mettant en commun les expertises de chacun. Le centre est géré par un conseil d'administration, composé de représentants des organismes membres, de qui relève deux employés : une coordonnatrice du bâtiment et un préposé à l'entretien. La situation stratégique du lieu choisi, le soutien et la vision de la Ville de Québec, qui a fait de ce projet un élément central de la revitalisation du quartier Saint-Roch, ont été sans conteste des facteurs de réussite.

Ensuite, Marie-Jeanne Musiol, photographe et administratrice de Daïmōn, centre d'artistes autogéré qui se consacre principalement aux arts médiatiques et à la photographie, a présenté La Filature, qui a ouvert ses portes en 2002 à Gatineau. La Filature est un ensemble immobilier et un parc d'équipements abritant deux centres d'artistes autogérés qui ont fondé une corporation afin d'acheter un ancien bâtiment industriel et de le transformer en lieu de création et de diffusion. L'important dans une telle démarche est d'adapter le projet aux différents programmes de subventions et de ne pas craindre de frapper à toutes les portes. Évidemment, plus la démarche est représentative d'une masse critique d'artistes, plus elle gagne en crédibilité et s'assure l'appui du milieu. Le fait d'avoir intégré le projet à celui plus vaste de la revitalisation du centre-ville a été également un facteur de réussite essentiel.

### **Les bibliothèques publiques : vers une révolution des services**

Avec les changements démographiques et les bouleversements liés aux nouvelles technologies de l'information, les bibliothèques publiques devront redéfinir et diversifier leurs services, savoir s'adapter et mieux s'intégrer dans la vie locale. Voilà en quelques mots les constats qui ressortent de la présentation des trois intervenants de cet atelier, Suzanne Payette, présidente des Bibliothèques publiques du Québec, Jean Payeur, directeur général de l'Institut canadien de Québec, et Isabel Assunção, chef de la division de la culture et des bibliothèques de l'arrondissement Villeray-Saint-Michel-Parc-Extension de la Ville de Montréal.

La question de ces changements se pose en cinq grands termes : celui de l'adaptabilité aux nouvelles technologies de l'information, de la flexibilité de l'espace, de la convivialité, de la personnalisation et de l'identification. La bibliothèque du XXI<sup>e</sup> siècle devra également participer activement à la promotion de la lecture et, surtout, devenir un véritable lieu citoyen, ouvert aux divers groupes sociaux et nationalités.

La bibliothèque du quartier Parc-Extension est un bon exemple d'une bibliothèque qui a su s'adapter au milieu et s'intégrer dans la vie communautaire d'un quartier au multiculturalisme très marqué (collections et services adaptés ; documents dans 10 langues d'origine, cours de français, service d'aide aux lecteurs, agente de liaison entre la bibliothèque et le milieu, etc.). Mentionnons également le projet de partenariat des espaces café Van Houtte qui a contribué à actualiser l'image des bibliothèques publiques, renforcer leur rôle d'espace citoyen convivial et stimuler la fréquentation des usagers, si bien que le projet est reconduit pour l'année 2005.

### **La lecture au rythme du techno**

En ouverture, Alain Boucher, directeur des projets spéciaux en bibliothéconomie à la Bibliothèque nationale du Québec, a présenté le portail de la nouvelle Grande bibliothèque, exemple pertinent de l'utilisation des nouvelles technologies de l'information au profit des lecteurs et des usagers d'une bibliothèque publique.

Pour leur part, les professeurs Christian-Marie Pons (Département des lettres et communications, Université de Sherbrooke) et Olivier Dyens (Département d'études françaises, Université de Concordia) ont tenté de démystifier certaines croyances liées à l'utilisation et l'appropriation des nouvelles technologies.

Premier mythe à relativiser : l'engouement des jeunes pour Internet est raisonnable et les excès sont minoritaires. Internet est utilisé majoritairement dans un rapport de relation avec les amis et la navigation sur le Web demeure très circonscrite. Il semble également que plus les jeunes sont en contact avec les nouvelles technologies, plus ils développent une expertise et une réflexion critique par rapport à Internet.

De plus, la lecture virtuelle ne signifie pas la fin de la lecture traditionnelle. Les jeunes ne lisent et n'écrivent pas moins, ils le font différemment. Le texte et le support de l'écrit changent. La lecture linéaire s'envole avec une jeune génération beaucoup plus libre de transformer, d'inventer et de réinventer. Le résultat de ces bouleversements ? Selon M. Dyens, cela crée une société productive et créatrice, habilitée à réagir avec efficacité aux défis auxquels elle est confrontée, une société ouverte aux changements mais happée par l'instant présent et l'éphémère. Peut-être devons-nous changer nos schèmes de pensée mais il faudra faire confiance aux jeunes, les accompagner, utiliser leurs outils pour développer chez eux ce qui semble leur faire défaut et, surtout, aller vers eux avec notre bagage et partager nos connaissances avec les leurs.

### **La culture, un levier économique qui interpelle le privé**

La culture est un véritable moteur de développement économique lorsque les instances privées et publiques y travaillent de concert et, pour en témoigner, Jean-Luc Labrecque et André Shatskoff, respectivement conseiller municipal et président de la Société de développement culturel de la Ville de Terrebonne, sont venus partager l'histoire de la revitalisation du Vieux-Terrebonne.

Dans les années 60, l'environnement du Vieux-Terrebonne s'était fortement dégradé. Les commerces, les manufactures et la population active avaient déserté le centre-ville pour y laisser un milieu peu accueillant. Vers la fin des années 60, les grands chantiers de restauration se sont mis en place et diverses initiatives ont vu le jour dans le but d'améliorer le cadre de vie des citoyens. À titre d'exemple, mentionnons la création d'un parc urbain, la reconversion du moulin à scie en centre d'interprétation de l'histoire du site, la création d'un symposium de sculptures, d'un théâtre, d'une bibliothèque, etc.

Ce sont d'ailleurs les citoyens qui sont à l'origine du mouvement, quoique l'enthousiasme a vite gagné les instances municipales qui se sont dotées d'outils pour encadrer ce virage culturel : plan directeur d'aménagement misant sur le patrimoine et la culture, règlement de zonage et concours d'architecture. La revitalisation du Vieux-Terrebonne, doublée d'une véritable volonté politique, est désormais portée par les gens d'affaires qui s'associent à divers événements culturels, si bien qu'aujourd'hui le milieu culturel est devenu un des acteurs les plus importants du secteur et contribue à consolider l'image de marque de la municipalité.

Une des clés de réussite de cette aventure est l'important travail de collaboration entre les différents partenaires, qu'il s'agisse de citoyens, de bénévoles, de gens d'affaires ou d'élus municipaux. Comme l'a dit M. Shatskoff, « il faut la folie du milieu culturel pour créer de grands projets, mais il faut l'expertise du milieu des affaires pour les réaliser ! »

### **Les événements, des leviers pour l'image de marque des municipalités**

Comment se servir des événements pour qu'ils deviennent des leviers et qu'ils favorisent le développement de nos municipalités ? C'est la question à laquelle la consultante en marketing et financement d'événements Nathalie Courville a répondu à l'occasion de cet atelier.

Les événements, tout comme les produits de consommation, doivent se démarquer pour devenir des leviers de développement. Ainsi, plus la marque d'un événement est forte et positive, plus la notoriété sera grande, plus elle sera susceptible d'avoir des impacts sur l'achalandage et des retombées économiques plus vastes sur l'ensemble de la ville (tourisme, développement urbain, nombre de résidents, etc.). Mais qu'est-ce qu'une marque exactement ? C'est une somme de caractéristiques tangibles, associées étroitement au produit et à ses qualités, et intangibles, associées plutôt à l'expérience et à l'image du produit.

Pour bâtir son image de marque, il est important d'étudier différents aspects : la notoriété, le niveau de confiance, la force du positionnement par rapport à l'offre concurrente, la force des signes de reconnaissance (logo, graphisme) et la richesse de l'imaginaire de marque. Plus le positionnement est unique, plus le créneau est spécifique, plus il se démarquera et aura du succès. Il est également intéressant de transférer la marque d'un événement à celle de la ville. Ainsi la ville sera associée positivement à l'image de l'événement. Pensons simplement au Festival de jazz de Montréal, à la Fabuleuse histoire d'un royaume à Saguenay ou encore aux Jardins de Métis qui représentent de véritables leviers de développement et contribuent à renforcer la forte image de marque de ces villes.


## **Le village urbain : arts et culture au coin de la rue**

Lors de cet atelier, Suzanne Dagenais, chef de la planification stratégique à la Ville de Gatineau, Louise Poirier, membre du comité exécutif de la Ville de Gatineau et l'urbaniste Patrick Déoux ont abordé la question des villages urbains tels que développés dans la Ville de Gatineau. Également présent, le consultant Michel Frojmovic a exposé le cas du quartier Hintonburg à Ottawa, un exemple enrichissant d'initiative communautaire axée sur la culture.

D'abord, le village urbain renvoie au concept d'urbanisme néo-traditionnel ou de nouvel urbanisme. Il se caractérise par un lieu de vie pour les citoyens qui intègre les dimensions culturelle, communautaire, écologique et participative. Comportant des caractéristiques sociales, historiques et physiques qui lui sont propres, le village urbain est un milieu distinctif qui s'adapte aux besoins des résidants. Sur le plan formel, il se définit par son échelle humaine (mobilier urbain, architecture, arts publics, parcs et espaces verts) qui favorise le renforcement des liens sociaux.

À la suite des fusions municipales, la Ville de Gatineau s'est engagée sur cette voie afin de renforcer le caractère distinctif des différents secteurs et ainsi rapprocher les citoyens de leur milieu de vie. La Ville implantera au total 16 de ces villages ayant tous leur identité propre et une dimension culturelle marquée. Des aires de rassemblement, une scène extérieure, des panneaux éducatifs, un monument, un parc de lecture à proximité d'une bibliothèque ont déjà été créé dans les premiers villages urbains de Gatineau.

Une telle initiative serait évidemment impossible sans la précieuse implication des citoyens qui choisissent de prendre en charge leur environnement immédiat. Dans le quartier Hintonburg, plusieurs expériences innovatrices ont également été mises en œuvre avec les artistes et les résidants : un quartier des artistes, une association qui organise des événements culturels, des excursions sur le thème du patrimoine, des activités artistiques dans la rue pour les jeunes, un concours de photos, etc. Le cas de ce village urbain d'Ottawa est fort intéressant parce qu'il présente une vision communautaire et artistique inclusive et qu'il s'appuie sur l'implication des citoyens comme facteur essentiel de changement.



La coalition **Les Arts et la Ville** reçoit le soutien du ministère de la Culture et des Communications du Québec, du Fonds de stabilisation et de consolidation des arts et de la culture, de la Ville de Québec et de ses membres.

Responsable de l'édition : Ève Gauthier  
Recherche et rédaction : Ève Gauthier et Nadine Lizotte

Pour nous rejoindre : [info@arts-ville.org](mailto:info@arts-ville.org)