

**Étude sur les actions culturelles
en milieu rural au Québec**

Rapport et analyse de contenu des fiches d'action

**Par Ève Gauthier
Agente de recherche
Les Arts et la Ville**

Les Arts et la Ville

Avril 2004

Table des matières

Liste des tableaux et des graphiques.....	3
Introduction.....	4
1. Objectifs.....	4
2. Démarche méthodologique	5
2.1 Cadre de référence (définition des concepts).....	5
2.2 Méthodologie.....	5
2.2.1 Étapes de réalisation.....	5
2.2.2 La recension d'actions culturelles et artistiques.....	6
2.2.3 Le questionnaire.....	6
2.2.4 Le processus de réalisation de l'enquête.....	7
2.2.5 Recherches complémentaires et entrevues téléphoniques.....	7
3. Fiches d'actions et rubrique du site Internet.....	7
3.1 Réalisation des fiches d'actions.....	7
3.2 Organisation de la rubrique et création du moteur de recherche.....	7
3.3 Une rubrique conçue pour une croissance continue.....	8
4. Profil des actions et analyse de contenu.....	9
4.1 La provenance des actions.....	9
4.2 Le rayonnement de l'action et le public visé.....	10
4.3 La municipalité, un partenaire de premier plan pour le maillage financier.....	12
4.4 Budgets d'exploitation diversifiés.....	13
4.5 Statuts des organisations et initiateurs.....	13
4.6 Un employé à temps plein et un conseil d'administration.....	14
4.7 Les difficultés rencontrées et les principaux facteurs de succès.....	14
4.8 En résumé.....	15
5. Les résultats et les retombées	16
Références.....	17
Annexe A.....	19

Liste des tableaux et des graphiques

Tableau 1 – Le nombre d'actions répertoriées par région administrative

Tableau 2 – Le public visé

Tableau 3 – Le nombre d'utilisateurs ou de visiteurs

Tableau 4 – Les actions récurrentes

Tableau 5 – Le nombre d'actions en fonction des budgets d'exploitation

Graphique 1 – Le premier partenaire à soutenir l'action

Graphique 2 – L'organisation qui dirige l'action

Graphique 3 – Les initiateurs de l'action

Étude sur les actions culturelles en milieu rural au Québec

Répertoire d'actions culturelles en milieu rural de la rubrique *Les arts et la culture dans nos villes et villages* du site Internet de Les Arts et la Ville

Introduction

Associé à de vastes espaces et aux ressources naturelles, le territoire rural comprend pourtant un ensemble de collectivités qui soutiennent diverses activités artistiques et culturelles. Ces actions sont généralement initiées pour permettre l'affirmation de l'identité locale, le développement de la qualité de vie ou le développement économique. La mise en place de telles initiatives sert aussi à faire face à des situations démographiques variables, au vieillissement de la population, à l'exode des jeunes, à la dégradation des milieux bâtis et à la difficulté de maintenir des services adéquats.

Soucieux de l'apport important et encore trop méconnu de la vitalité culturelle des villages du Québec, conscient que le réseautage et l'information alimentent le développement culturel au sein des municipalités, le réseau Les Arts et la Ville a porté une attention particulière à la réalisation de sa nouvelle banque électronique de données sur l'action culturelle en milieu rural.

La réalisation de ce carrefour de ressources visait la recension d'actions artistiques, culturelles, architecturales et urbanistiques réalisées hors des grandes agglomérations urbaines par les municipalités, les MRC, les organismes culturels, les citoyens ou les entreprises privées. Par cette étude, Les Arts et la Ville voulait dresser un portrait, même partiel, de ce qui se fait en milieu rural au Québec en termes de développement culturel afin de faire connaître davantage la vitalité culturelle des milieux ruraux, de la mettre en valeur et d'offrir un outil d'information, de ressources et de recherche qui puisse enrichir le développement culturel des municipalités québécoises.

1. Objectifs

La réalisation de la rubrique *Les arts et la culture dans nos villages* représente la partie la plus importante du projet. En résumé, il s'agit d'une banque de données électronique constituée de 75 fiches d'analyse d'actions artistiques et culturelles rurales, accessibles par un moteur de recherche.

Par cette étude, la coalition voulait faire connaître davantage et mettre en valeur la vitalité culturelle des milieux ruraux, offrir un outil d'information, de ressources et de recherche qui puisse enrichir le développement culturel des municipalités québécoises œuvrant dans le contexte de la ruralité.

De façon plus spécifique, la réalisation de la banque de fiches d'actions devait permettre de :

- Répertorier, décrire et analyser des actions culturelles qui se déroulent au sein du territoire rural québécois ;
- Recueillir des données quantitatives et qualitatives permettant de dresser un portrait, même sommaire, de la vitalité artistique et culturelle rurale ;
- Rendre accessibles des informations utiles, tant sur les plans de l'idéation, de la résolution de problèmes, de l'argumentaire et de la recherche, aux travailleurs municipaux, culturels et aux chercheurs ;
- Développer un réseau de personnes-ressources pour favoriser l'échange et le transfert d'expertise ;
- Assurer le libre accès à ce répertoire ;
- Favoriser le développement continu du répertoire.

2. Démarche méthodologique

2.1 Cadre de référence (définition des concepts)

La définition **d'actions culturelles** fait référence aux événements récurrents, aux organismes ou aux institutions de diffusion ou de production, à la réalisation d'infrastructures culturelles (bibliothèque, salle de spectacles), à l'aménagement du territoire, aux projets de promotion ou d'animation.

Ainsi, les actions artistiques et culturelles pouvaient être liées aux arts de la scène (musique, théâtre, danse, cirque), aux arts visuels et médiatiques, au cinéma, à la littérature, aux loisirs culturels – impliquant des professionnels de l'art –, aux métiers d'art, au patrimoine, aux produits du terroir, etc. Les interventions urbanistiques ou architecturales offrant une valeur culturelle constituaient aussi des actions à considérer dans l'aménagement du territoire.

Des exemples d'actions ont été transmis aux personnes sondées, dont Petite-Vallée et son Festival en chanson, Saint-Jean-Port-Joli et son centre Est-Nord-Est, L'Anse-à-Beaufils et la reconversion de son ancienne usine de poissons en centre culturel, Sainte-Camille et son P'tit Bonheur, Métis et son Festival international de jardins.

La définition de **milieu rural** que nous avons retenue stipule que la ruralité est « [...] une notion qui englobe les territoires et les populations qui vivent en dehors des grands centres urbains et de leur zone d'influence immédiate. Les zones rurales se composent d'espaces agricoles et forestiers, de villages et de villes petites et moyennes qui organisent et polarisent la vie économique et sociale¹ ».

2.2 Méthodologie

2.2.1 Étapes de réalisation

Préparation des outils de cueillette de données

- Recherche documentaire
- Élaboration des renseignements recherchés
- Formulation des questions
- Réalisation du questionnaire
- Validation du questionnaire auprès d'intervenants

Démarche de collecte et de traitement des données

- Envoi des demandes de suggestions (VVAP, MCC, conseils régionaux de la culture)
- Rappel
- Envoi du questionnaire aux personnes-ressources
- Rappel
- Recherche de renseignements complémentaires dans Internet
- Réalisation des entrevues téléphoniques

Réalisation des fiches et création du moteur de recherche

- Révision linguistique
- Mise en page des fiches
- Réalisation de l'interface de la rubrique et de la section *Répertoire d'actions culturelles en milieu rural*
- Création du moteur de recherche
- Conversion du questionnaire en formulaire électronique

¹ Vachon, Bernard. *Actes du forum sur le développement local en milieu rural*. Sherbrooke, 21 octobre 1998

2.2.2 La recension d'actions culturelles et artistiques

Tout d'abord, nous avons demandé aux agents de Villes et villages d'art et de patrimoine, à différents intervenants des directions régionales du ministère de la Culture et des Communications ainsi qu'à plusieurs acteurs des conseils régionaux de la culture de nous suggérer des actions culturelles qui se déroulent sur leur territoire.

Les personnes contactées ont reçu une lettre explicative, un document annexé contenant certaines définitions et des exemples d'actions ainsi qu'une fiche à remplir permettant d'inscrire trois propositions. Cette fiche contenait les informations à identifier, soit l'intitulé de l'action, une brève description de l'action, le nom, la fonction et les coordonnées de la personne-ressource à contacter.

Personnes contactées	Demandes adressées	Réponses
Agents de Villes et villages d'art et de patrimoine	70	41
Directions régionales du ministère de la Culture et des Communications	11	8
Conseils régionaux de la culture	13	7
Total	94	56

En moyenne, chacune des 56 personnes qui ont répondu à notre demande nous a suggéré trois actions, ce qui nous a permis d'inventorier 187 actions réalisées dans les 15 régions administratives que nous avons retenues, à l'exception de la région du Nord-du-Québec où aucune action n'a été proposée. Soulignons que nous ne tenons pas compte des régions de Montréal et de Laval qui comportent peu de zones rurales.

Des 187 actions suggérées, 161 ont été retenues pour la réalisation du projet. Quelques fiches ont été éliminées puisque certaines actions se déroulaient dans des municipalités trop peuplées au regard de la définition de la ruralité retenue. D'autres actions ne constituaient pas des événements à caractère spécifiquement rural.

2.2.3 Le questionnaire

Dans un premier temps, nous avons effectué une recherche documentaire afin de préciser les renseignements que nous recherchions. Par la suite, à partir des informations retenues, nous avons créé un questionnaire. Ce questionnaire a été étudié par plusieurs intervenants (chercheurs, directeurs de conseils régionaux de la culture, etc.) afin de vérifier la pertinence et la clarté des questions posées (annexe A).

Le questionnaire final concernant les actions culturelles comporte six grands thèmes qui se subdivisent en renseignements spécifiques.

1. Les renseignements généraux comprennent l'intitulé de l'action et les coordonnées d'une personne-ressource à joindre pour des informations supplémentaires ou pour l'expertise développée.
2. La deuxième partie touche la description de l'action, sa mission, ses objectifs, son public cible, etc.
3. La troisième partie tient compte de l'organisation actuelle qui nous permet notamment de déterminer le statut général des actions ainsi que les partenaires et les sources de financement les plus fréquents.
4. La quatrième partie précise le contexte de mise en œuvre de l'action et répond à la question pourquoi les collectivités rurales mettent-elles en place des actions culturelles dans leur milieu ? Cette partie, qui aborde également les difficultés rencontrées et les solutions apportées, est une source de renseignements intéressante pour qui veut mettre en branle une nouvelle action, en améliorer une (action) qui a déjà court ou résoudre un problème.

5. La cinquième partie touche les résultats et plus particulièrement les effets de l'action sur le milieu culturel, les citoyens, la municipalité et la région. Cette section vise à démontrer que les efforts réalisés pour améliorer la vie culturelle à l'échelle locale ne sont pas vains.
6. La dernière partie touche les facteurs de succès.

2.2.4 Le processus de réalisation de l'enquête

Après avoir complété la première étape de recension des actions, nous avons fait parvenir une lettre d'information, accompagnée du formulaire d'analyse d'action, aux personnes responsables des activités.

La lettre d'invitation explicitait le contexte de réalisation de l'étude, la pertinence d'une telle démarche et la marche à suivre. La lettre stipulait que le retour d'un formulaire complété serait considéré comme un accord à la diffusion des renseignements inscrits au questionnaire. La lettre informait également les personnes que Les Arts et la Ville communiquerait avec eux afin de valider la fiche finale.

En parallèle, nous avons demandé aux agents de Villes et villages d'art et de patrimoine, aux directions régionales du ministère de la Culture et des Communications et aux conseils régionaux de la culture de contacter les personnes-ressources des actions, afin de les inciter à prendre part à notre démarche.

Sur les 161 formulaires acheminés, 75 ont été complétés par les personnes-ressources. Nous avons obtenu un taux de réponse de 46,6 %, alors que pour des enquêtes équivalentes en sciences sociales, le taux moyen de réponse est de 15 %.

2.2.5 Recherches complémentaires et entrevues téléphoniques

À la réception des questionnaires, une première vérification des informations fournies et du niveau d'élaboration des réponses a été effectuée. La majorité des questionnaires remplis exigeaient la validation de certaines informations et l'élaboration des réponses. Cela a été effectué, dans un premier temps, par des recherches complémentaires sur le réseau Internet. Dans un second temps, nous avons contacté l'ensemble des personnes-ressources par téléphone. Le processus d'enquête téléphonique, bien que long, s'est avéré nécessaire et bénéfique au contenu final des fiches d'actions.

3. Fiches d'actions et rubrique du site Internet

3.1 Réalisation des fiches d'actions

En interrogeant la base de données qui se trouve dans la rubrique *La culture dans nos villes et villages* à l'adresse www.arts-ville.org/accueil.html, vous retrouverez des fiches détaillées de chacune des actions.

L'information transmise par les formulaires a nécessité une première saisie électronique permettant d'uniformiser la présentation des textes en vue de leur révision linguistique et de leur mise en page finale par un graphiste.

Pour chacun des formulaires finaux, les informations ont été regroupées sous différentes catégories. Outre l'identification de la municipalité, de la région concernée et de l'organisation qui chapeaute l'action, ces fiches comprennent la description, les objectifs, le public cible et le rayonnement de l'action, le budget, les sources de financement, les ressources humaines, les étapes de démarrage, les difficultés rencontrées, les facteurs de succès et les résultats.

Chaque fiche électronique a été transformée en format pdf, en vue de la réalisation de la rubrique du site Internet. Le choix d'une présentation en format pdf nous permettait d'assurer la flexibilité de la structure de la rubrique du site Internet.

3.2 Organisation de la rubrique et création du moteur de recherche

La réalisation de l'interface de la section *Répertoire d'actions culturelles en milieu rural* avec ses différentes pages ainsi que la création de l'outil de recherche ont été réalisées afin de faciliter l'accès aux actions culturelles.

Tout d'abord, la rubrique *La culture dans nos villes et villages* offre deux sections. La première concerne les inventaires culturels des municipalités membres de Les Arts et la Ville. La seconde section intitulée *Répertoire d'actions culturelles en milieu rural* est le résultat de la démarche dont il est question dans ce rapport.

Plutôt que de présenter les fiches sous forme de listes énumératives, nous avons privilégié la création d'un moteur de recherche qui permet à la fois une recherche générale ou précise, en fonction d'une diversité de critères. En accédant au répertoire, il est possible de faire une recherche simple en sélectionnant une région administrative ou un domaine d'intervention. Il est aussi possible de préciser la recherche en croisant les champs, c'est-à-dire en choisissant un domaine qui nous intéresse et une région spécifique. Le moteur de recherche a donc été conçu en fonction des divers domaines d'intervention susceptibles d'être utiles dans la pratique des intervenants culturels.

Les domaines d'intervention se déclinent de la façon suivante :

- Aménagement du territoire
- Animation
- Architecture et design
- Arts de la scène (danse, musique, théâtre, cirque, variétés et humour, spectacle)
- Arts médiatiques
- Arts visuels (peinture, sculpture, dessin, gravure, photographie, infographie)
- Bibliothèques
- Cinéma et audiovisuel
- Commercialisation
- Conservation – Mise en valeur
- Création
- Diffusion
- Festivals et événements
- Formation professionnelle
- Gestion municipale de la culture
- Institution d'enseignement
- Littérature
- Métiers d'art
- Musées et centres d'interprétation
- Organismes de représentation et de promotion en culture
- Patrimoine et archives
- Politiques culturelles
- Pratique amateur
- Produits du terroir
- Recherche
- Reconversion de bâtiments
- Sensibilisation
- Soutien aux organismes

3.3 Une rubrique conçue pour une croissance continue

Afin de favoriser le développement continu du répertoire, nous avons transposé le questionnaire original en formulaire électronique. Tous les commentaires exprimés lors des entretiens téléphoniques ont été retenus afin d'améliorer le questionnaire qui a été transposé en version électronique et qui permettra l'ajout de nouvelles actions. Nous comptons également lancer un appel aux personnes-ressources de certaines actions qui n'ont pas été suggérées mais qui, à notre avis, devraient faire partie du répertoire.

4. Profil des actions et analyse de contenu

Avez-vous déjà entendu parler des Murmures de la Ville, du concours Jeunes cinéastes, de la Biennale internationale du lin de Portneuf, du Cap-à-l'Aigle et de ses jardins, des circuits photo-découvertes, de la route touristique de la Nouvelle-France, des activités de médiation de la salle de spectacle de Sept-Îles ? Voilà autant d'initiatives réalisées hors des grands centres urbains qui sont liées à la mise en valeur des spécificités locales, au tourisme culturel et à la participation citoyenne que vous retrouverez dans notre nouveau répertoire d'actions culturelles en milieu rural !

4.1 La provenance des actions

Tableau 1 – Le nombre d'actions répertoriées par région administrative

Régions administratives	Nombre d'actions
Bas-Saint-Laurent	15
Saguenay–Lac-Saint-Jean	3
Capitale-Nationale	15
Mauricie–Bois-Francs	2
Etrie	9
Outaouais	2
Abitibi-Témiscamingue	0
Côte-Nord	3
Nord-du-Québec	0
Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine	9
Chaudière-Appalaches	3
Lanaudière	3
Laurentides	2
Montérégie	4
Centre-du-Québec	5
Total	75

Plus de la moitié des actions ont lieu dans les régions du Bas-Saint-Laurent, de la Capitale-Nationale, de la Gaspésie et de l'Etrie. En ce qui concerne les régions de la Mauricie et de l'Outaouais, il est possible que les actions culturelles se concentrent majoritairement dans les centres urbains d'autant plus que la fusion municipale a englobé des milieux autrefois périurbains à une plus grande agglomération. La différence de la provenance des actions pourrait aussi s'expliquer par une connaissance inégale de l'organisme Les Arts et la Ville sur le territoire québécois.

4.2 Le rayonnement de l'action et le public visé

Dans 37 % des cas, les personnes interrogées ont indiqué que le rayonnement actuel de l'action était régional, suivi à 32 % par une portée provinciale. Presque à parts égales, les actions auraient un rayonnement local (11 % des réponses), national (7 %) et international (13 %).

Tableau 2 – Le public visé

Public cible	Nombre d'actions
Public en général	3
Artistes, résidants et touristes	6
Résidants et touristes	18
Artistes	2
Résidants	29
Touristes	4
Villes et MRC	2
Villes, MRC et résidants	3
Clientèle scolaire	1
Résidants, touristes et clientèle scolaire	7
Total	75

Dans une forte proportion, les sondés ont indiqué s'adresser de façon générale aux résidants (39 %), aux résidants et aux touristes (24 %) et, finalement, toutes catégories confondues, aux résidants, aux touristes, aux artistes et à la clientèle scolaire dans une proportion de 88 %. À noter que ce sont majoritairement les attraits tels le Moulin du Petit-Pré ou la Maison Vézina et les centres d'interprétation qui visent une clientèle à la fois composée des habitants de la localité, des touristes et de la clientèle scolaire.

Tableau 3 – Le nombre d'utilisateurs ou de visiteurs

Nombre d'utilisateurs ou de visiteurs	Nombre d'actions
Entre 100 et 499	5
Entre 500 et 999	9
1000	6
Entre 1001 et 4000	8
Entre 4001 et 9999	14
Entre 10 000 et 15 000	14
50 000	3
Autres (100 participants par activité, 15 demandes, 50 % de la population, etc.)	3
Non disponible	13
Total	75

Il est intéressant de souligner que, d'un côté, quelques actions ont une portée locale (800 visiteurs ou utilisateurs et moins) souvent associée aux milieux ruraux alors que, de l'autre côté, quelques actions ont un rayonnement visiblement plus grand (50 000 visiteurs ou utilisateurs). Ces derniers cas semblent des exceptions souvent liées à une tradition de longue date, mais ils font tout de même mentir le fait que les actions rurales ne s'adressent qu'à une clientèle restreinte. D'autant plus que le tableau précédent indique que plus du tiers des actions a attiré entre 4000 et 15 000 visiteurs ou utilisateurs en 2003, une moyenne peu négligeable.

Tableau 4 – Les actions récurrentes

Types d'action	Total
Festivals de chansons (concours)	4
Festivals et programmations culturelles saisonnières	13
Circuits culturels (ateliers d'artistes)	7
Symposiums de peinture	7
Outils de développement du patrimoine	7
Mise en valeur de bâtiments et attraits	9
Centres d'archives	3
Centres d'interprétation	5
Actions liées aux bibliothèques et à la lecture	5
Salons – foires – expositions	4
Formation – école	3
Autres ²	8
Total	75

Sur les 75 actions recensées, 28 d'entre elles tournent autour des festivals, des symposiums ou des expositions. C'est donc dire que plus du tiers des actions sont liées à des festivités mettant à l'honneur les arts et la culture à l'échelle locale en offrant une vitrine aux artistes locaux et aux produits régionaux. En rapportant ces résultats à ceux concernant le rayonnement de l'action, nous observons que les actions prennent majoritairement vie à l'échelle locale tout en rayonnant sur l'ensemble de la région (37 % des actions) et de la province (32 % des actions).

Nous pouvons aussi remarquer que la mise en valeur des spécificités locales et des éléments patrimoniaux revêt un caractère particulier en ce qui a trait aux actions réalisées en milieu rural, puisque 24 actions touchent à la mise en valeur d'attraits, au développement du patrimoine, aux archives et aux centres d'interprétation.

Bien que la valorisation des collectivités passe par la mise à profit des spécificités locales, quelques actions démontrent également que l'épanouissement des communautés nécessite la reconnaissance du travail des artistes. Des actions comme le Souper-gala Artquimédia, la créativité en héritage, le café-spectacle La Pierre angulaire, la Table sectorielle culture de la MRC de Nicolet-Yamaska, le Salon des artisans, entre autres, témoignent de cette préoccupation.

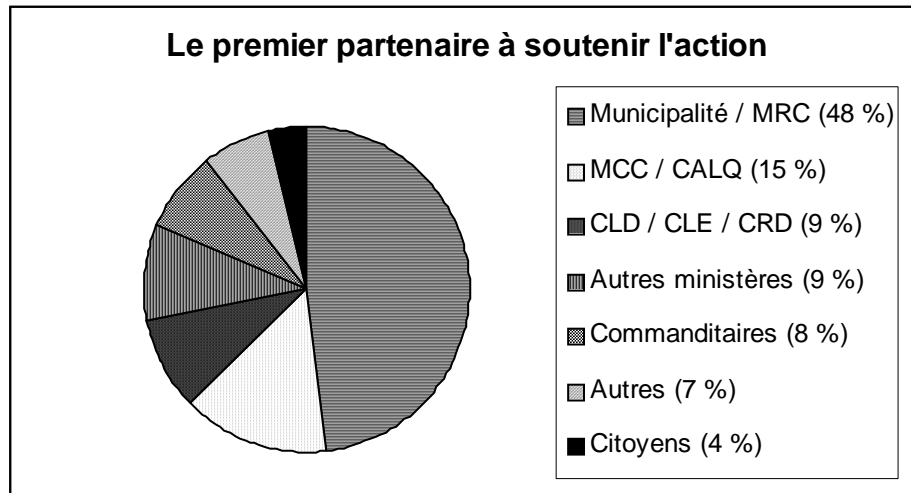
Aussi, le succès de certaines actions est assuré par la circulation des événements ou des services offerts sur le territoire (symposiums itinérants, école de musique mobile, centre d'interprétation qui fait le pont entre divers attraits).

² La catégorie Autres comporte des actions qui, par leur nature, ne peuvent être classées dans les types d'action élaborés à même les liens émergeant des actions recensées. Notons, entre autres, le café-spectacle La Pierre angulaire, Les productions Cour des miracles, la Salle de spectacles de Sept-Îles, Gaspésie : terre et mer d'accueil et de culture, Les Murmures de la Ville, etc.

4.3 La municipalité, un partenaire de premier plan pour le maillage financier

Il appert que les premiers partenaires financiers à soutenir les projets sont les municipalités dans 38 % des cas recensés. La municipalité s'avère un levier important de développement pour plusieurs actions puisque son apport, tant financier et humain que matériel, est reconnu par les sondés.

Graphique 1 – Le premier partenaire à soutenir l'action



Le soutien financier des instances locales (municipalité, MRC, CLD, CLE, commanditaires et citoyens) est identifié à 69 % comme le moteur de mise en œuvre de l'action. Dans 15 % des cas, c'est le ministère de la Culture et des Communications et le CALQ qui ont accompagné les premiers pas des initiatives. Le soutien des instances locales n'est pas nécessairement le plus important en termes de sommes investies, mais il est souvent la clé qui ouvre les portes à d'autres sources de financement.

Outre les partenaires financiers, plusieurs projets ont développé des partenariats particuliers avec des organismes de plus grande envergure. Par exemple, le Festi Jazz de Rimouski a accepté de présenter le Festival de théâtre amateur d'Esprit-Saint, petite localité de 443 habitants, sur ses outils promotionnels. Les Jardins de Métis et le Festival des jardins sur la Baie partageront également des outils de promotion et de communication.

4.4 Budgets d'exploitation diversifiés

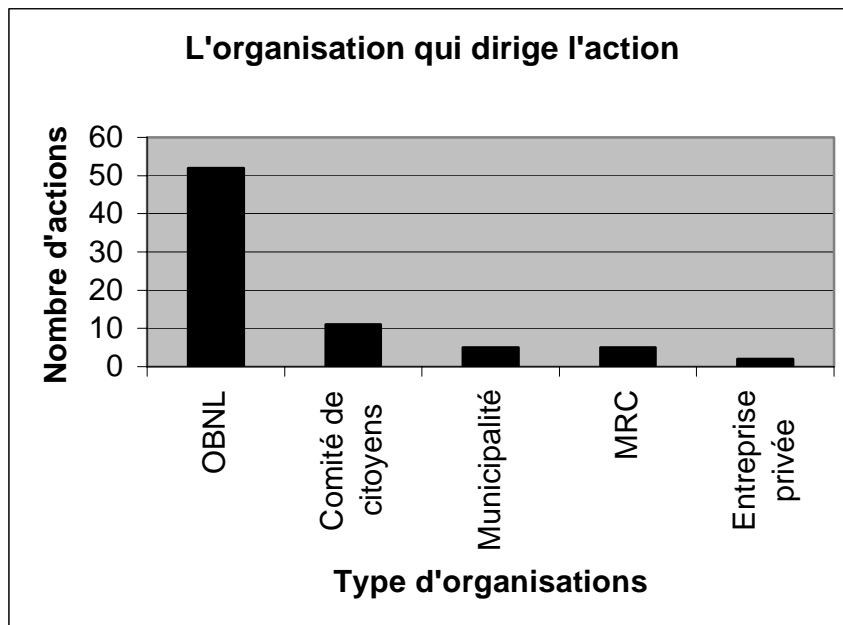
Tableau 5 – Le nombre d'actions en fonction des budgets d'exploitation

Budget d'exploitation	Nombre d'actions
400 \$ – 500 \$	4
1000 \$ – 5000 \$	3
5000 \$ – 10 000 \$	11
10 000 \$ – 15 000 \$	4
20 000 \$ – 30 000 \$	8
35 000 \$ – 50 000 \$	7
60 000 \$ – 100 000 \$	10
150 000 \$ – 200 000 \$	9
250 000 \$ – 300 000 \$	4
500 000 et plus	5
Non disponible	10
Total	75

Le tableau 5 nous permet d'aborder l'adéquation observée entre le nombre d'actions touchant une clientèle composée de 100 à 200 personnes et le nombre d'actions ayant un budget qui se situe entre 400 \$ et 500 \$. Ces actions font souvent partie d'un ensemble d'actions visant le développement culturel entrepris par un organisme. Il y a également un rapprochement à faire entre les événements qui accueillent plus de 50 000 personnes et les budgets de 250 000 \$ et plus. Dans ce cas, le budget d'exploitation est lié à l'organisme comme tel qui présente une seule action (festival, centre d'interprétation, symposium, etc.).

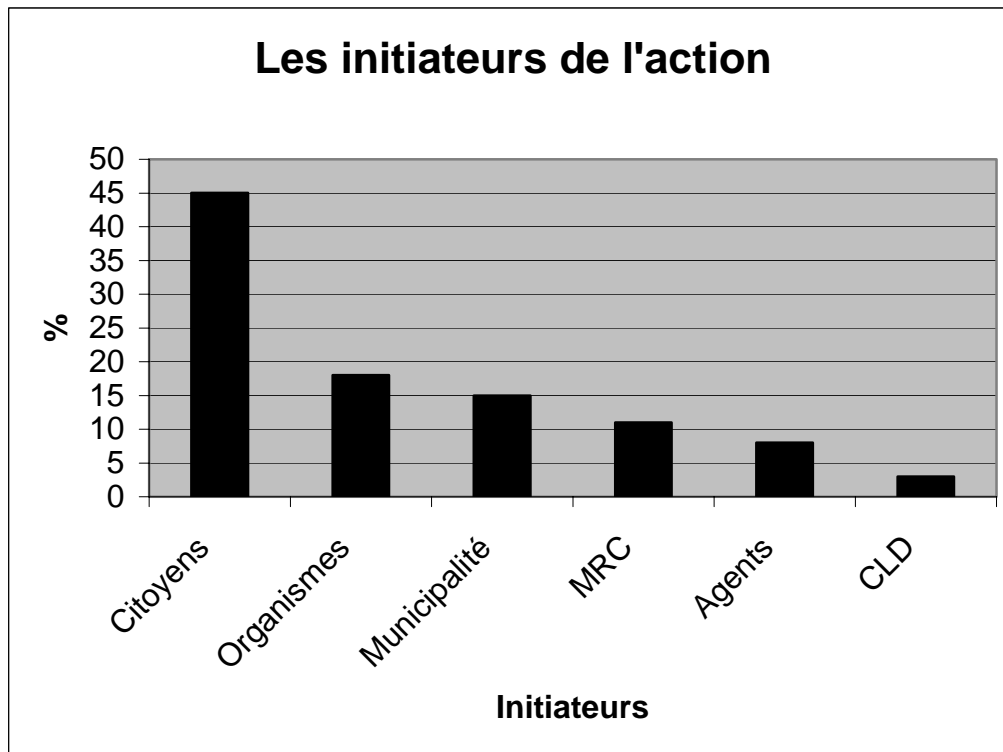
4.5 Statuts des organisations et initiateurs

Graphique 2 – L'organisation qui dirige l'action



Plus des deux tiers des actions sont chapeautées par des organismes à but non lucratif, alors que dans 15 % des cas, leur fonctionnement est assuré par des comités de citoyens et dans 6 %, par les municipalités et les MRC.

Graphique 3 – Les initiateurs de l'action



Les citoyens, soit par intérêt personnel ou par le biais d'un comité de citoyens autonome, initient les actions répertoriées dans 45 % des cas. On trouve ensuite comme initiateurs des projets les organismes à but non lucratif (18 %), les municipalités (15 %), les MRC (11 %), les centres locaux de développement (3 %) et les agents de développement, souvent liés au programme Villes et villages d'art et de patrimoine (8 %). Il est à noter, dans ce dernier cas, que ce sont les agents qui ont suggéré les actions.

Donc, environ la moitié des actions répertoriées sont initiées par des groupes de citoyens ou prennent forme grâce à des initiatives personnelles pour ensuite donner naissance à un organisme ou être chapeauté par un organisme du milieu qui prendra la relève.

4.6 Un employé à temps plein et un conseil d'administration

Plus de la moitié des projets comptent sur un employé à temps plein ou à temps partiel et sur un conseil d'administration constitué de 5 à 15 bénévoles. Ces actions sont aussi soutenues par quelques bénévoles supplémentaires. De façon générale, les projets qui comptent sur des employés saisonniers font moins appel à des bénévoles. De plus, une quinzaine d'événements qui demandent une logistique importante comptent entre 40 et 120 bénévoles.

4.7 Les difficultés rencontrées et les principaux facteurs de succès

En tête de liste, la recherche de financement est identifiée comme une difficulté majeure qui freine les élans de développement chez la plupart des sondés. En fait, la non-récurrence du financement, les projets qui ne répondent pas aux critères de sélection des programmes nationaux de subvention, l'association difficile à des partenaires privés et les commandites en argent semblent être les principaux freins.

Viennent ensuite, au chapitre des difficultés : les défis concernant le recrutement de bénévoles ou l'épuisement de ces derniers ; la promotion qui est souvent onéreuse, parfois difficile à soutenir sur une longue période et peu accessible localement ; le manque de main-d'œuvre qualifiée et permanente ; la participation des citoyens ; le recrutement de nouveaux artistes et la coordination des projets parmi plusieurs autres.

En contrepartie, les actions progressent lorsqu'elles ont la reconnaissance des partenaires et des acteurs locaux (municipalité, MRC, CLD, etc.), le soutien des commanditaires et qu'elles peuvent compter sur la persévérance, le dynamisme et l'accueil chaleureux des bénévoles. Les personnes-ressources ont aussi indiqué comme facteurs de succès : le caractère unique et original de certaines actions ; la qualité des outils promotionnels et le soutien des médias locaux ; la participation active des citoyens ; la concertation entre les intervenants du milieu ; un contenu varié ; la passion des employés ; l'attrait de la clientèle touristique.

4.8 En résumé

En moyenne, les actions recensées proviennent de chacune des régions administratives du Québec. Par ailleurs, les régions du Bas-Saint-Laurent et de la Capitale-Nationale sont davantage représentées. À notre avis, cette différence quant à la provenance des actions peut s'expliquer par une connaissance inégale de l'organisme Les Arts et la Ville dans tout le Québec. C'est pourquoi il est indispensable de continuer à faire connaître la coalition au sein des municipalités et des organismes de la province.

De façon générale, les actions recensées ont un rayonnement régional et visent une clientèle composée de résidents, de touristes et d'artistes. Le noyau dur du nombre de visiteurs se situe entre 1000 et 15 000. La plus grande disparité entre les actions concerne justement le nombre de visiteurs ou d'utilisateurs puisque certaines actions attirent entre 100 et 200 visiteurs, alors que d'autres actions ont une clientèle de plus de 50 000 personnes. Cette différence s'explique probablement par la variété d'actions recensées, dont des actions ponctuelles et d'autres annuelles.

Indéniablement, la municipalité est considérée comme un levier financier important qui ouvre la porte à un maillage financier plus important.

Ce sont majoritairement des organismes à but non lucratif qui chapeautent les actions. Les activités comptent généralement sur un employé à temps plein ou à temps partiel et sur un conseil d'administration constitué de 5 à 15 bénévoles.

Les difficultés rencontrées sont, dans l'ordre :

- la recherche de financement
- le recrutement des bénévoles
- la promotion onéreuse
- le manque de main-d'œuvre qualifiée et permanente
- la participation des citoyens
- le recrutement de nouveaux artistes
- la coordination des projets parmi plusieurs autres

Les facteurs de succès sont les suivants :

- la reconnaissance des partenaires et des acteurs locaux (municipalité, MRC, CLD, etc.)
- le soutien des commanditaires
- la persévérance, le dynamisme des bénévoles
- le caractère unique et original de certaines actions
- la qualité des outils promotionnels et le soutien des médias locaux
- la participation active des citoyens
- la concertation entre les intervenants du milieu
- un contenu varié
- la passion des employés
- l'attrait de la clientèle touristique

5. Les résultats et les retombées

- Réalisation de 75 fiches d'action culturelle et artistique en milieu rural (un taux de réponses élevé de 46,6 % qui confirme l'intérêt du projet) ;
- un formulaire en ligne pour une évolution continue de la rubrique ;
- une meilleure connaissance de Les Arts et la Ville par les travailleurs culturels et les agents municipaux ;
- des collaborations nouvelles (agente de développement culturel de la MRC Rimouski-Neigette et l'organisme SARP) ;
- pour Les Arts et la Ville, une banque de personnes-ressources et d'idées (constats sur les difficultés rencontrées, histoires de succès, etc.) qui pourront nourrir le contenu de ses futures activités.

Références

Bassand, Michel & all, (1986). *Innovation et changement social*, Lausanne : Presses polytechniques romandes, 136 pages.

Carrefour des collectivités locales. *Les bonnes pratiques locales*, récupéré de : http://www.carrefourlocal.org/experiences_locales/bonnes_pratiques/

Carrefour québécois de développement local, (juin 2002). *Recensement des réseaux de développement local et économique communautaire*, 140 pages.

Centre de création industrielle, (1981). *Animation et développement en milieu rural*. Paris : Cci – Edition, 72 pages.

Conseil de la culture de la Gaspésie et Arrimage, la Corporation culturelle des Îles-de-la-Madeleine et le Conseil québécois des ressources humaines en culture, (juin 2003). *Portrait des organisations culturelles de la région Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine*, 97 pages, récupéré de : http://www.zonegaspesie.qc.ca/comm/documents/Gaspesie_FINAL%20031017.pdf

Conseil du paysage québécois. *Les fiches-paysage – présentation de cas exemplaires*, récupéré de : <http://www.paysage.qc.ca/guide/frames.html>

CQRHC, (septembre 2001). *Guide pour la réalisation des portraits régionaux de la culture*, 68 pages.

Gouvernement du Canada, RéseauBiblio. *Les pratiques exemplaires : Utilisation novatrice d'Internet dans les bibliothèques publiques canadiennes*, récupéré de : <http://www.librarynet.ca/f/apropos/pratiques/index.asp>

Institut de la statistique du Québec. *Système de classification des activités de la culture et des communications*, récupéré de : http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/classif_obs/index.htm

Ministère des Affaires municipales, du Sport et du Loisir, (2003). *Les collectivités viables en milieu rural : bref regard sur les enjeux et sur certaines pistes d'action*. Ce texte est tiré du guide faisant partie de la trousse d'actions Vers des collectivités viables réalisé par Vivre en Ville.

Ministère de la Culture et de la Communication de France. *Le développement culturel en actions*, récupéré de : <http://www.culture.gouv.fr/culture/bdd/index.html>

Ministère de la Culture et de la Communication de France. *Le portail de la culture*, récupéré de : http://www.culture.fr/recherche_organisme

Ministère des Régions du Québec, (21 octobre 1998). *Actes du forum sur le développement local en milieu rural*, Sherbrooke, 108 pages.

Joyal, André, (2002). *Le développement local : comment stimuler l'économie des régions en difficulté*, Éditions de l'IQRC, Sainte-Foy, Québec, 156 pages.

Rural Europe. *Guide méthodologique pour l'analyse d'une action innovante*, récupéré de : <http://europa.eu.int/comm/archives/leader2/rural-fr/action/question.htm>

Réseau québécois de Villes et Villages en santé. *La boîte à outils*, récupéré de : http://www.rqvvs.qc.ca/outils/bo_cat.htm

Solidarité rurale du Québec. *Les pages vertes*, récupéré de : <http://macchampion.com/solidariterurale/pages/search.shtml>

Solidarité rurale du Québec. *Revue d'initiatives locales de développement en milieu rural 2003. Les savoirs collectifs locaux*, récupéré de :
http://www.solidarite-rurale.qc.ca/c_services/pages_vertes/pagesvertes_pdf/revue_6e_pvert.pdf

Solidarité rurale du Québec. *Revue d'initiatives locales de développement en milieu rural 2001. La mobilisation*, récupéré de :
http://www.solidarite-rurale.qc.ca/c_services/pages_vertes/pagesvertes_pdf/Repertoire.pdf

QUESTIONNAIRE SUR LES ACTIONS CULTURELLES EN MILIEU RURAL

Vos réponses contribueront à la création d'une banque de données qui permettra certainement de mettre en valeur la vitalité culturelle en milieu rural et d'enrichir le développement culturel de nos municipalités. Nous vous informerons avec plaisir de l'entrée en fonction de cet outil d'information.

Vous pouvez nous transmettre votre réponse à la présente étude par la poste :
Les Arts et la Ville, 870, avenue de Salaberry, bureau 302, Québec (Qc) G1R 2T9
Téléphone : (418) 691-6117
Par télécopie : (418) 691-6119 Par courriel : recherche@arts-ville.org

1. Renseignements généraux

1.1 N'hésitez pas à compléter ou à modifier les informations déjà inscrites, si nécessaire.

Intitulé de l'action : _____
Responsable(s) actuel(s) : _____
Fonction(s) : _____
Adresse postale : _____
Téléphone : _____ Télécopieur : _____
Courriel : _____ Site Internet : _____
Municipalité : _____ Population : _____
MRC : _____ Région : _____

1.2 Indiquez le nom de l'organisation qui dirige l'action si celui-ci diffère du titre de l'action.

2. L'action

2.1 Décrivez brièvement l'action par quelques mots clés.

2.2 Précisez les objectifs poursuivis par l'action.

2.3 Quels sont les facteurs qui ont déclenché cette action ? (Par exemple : l'action a-t-elle été mise en place pour répondre à des besoins non couverts dans le milieu, pour favoriser la croissance économique ou le développement social, pour s'adapter à une réglementation nouvelle ?)

2.4 Identifiez le public cible.

2.5 Quel est le rayonnement actuel de l'action ? Cochez le niveau le plus élevé.

- Local Régional Provincial
 National International

2.6 Indiquez la date d'entrée en vigueur de l'action : _____

* S'il s'agit d'un événement, précisez :

A. Le moment où l'action a lieu : _____ B. Sa durée : _____

2.7 Identifiez, parmi les fonctions suivantes, celle(s) qui caractérise(nt) plus spécifiquement l'action.

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Diffusion | <input type="checkbox"/> Recherche |
| <input type="checkbox"/> Conservation – Mise en valeur | <input type="checkbox"/> Commercialisation |
| <input type="checkbox"/> Création | <input type="checkbox"/> Soutien aux organismes |
| <input type="checkbox"/> Sensibilisation | <input type="checkbox"/> Formation professionnelle |
| <input type="checkbox"/> Animation | <input type="checkbox"/> Pratique amateur |

3. L'organisation actuelle

3.1 A. Parmi les statuts suivants, lequel est attribuable à l'organisation qui gère l'action ?

- Organisme à but lucratif Organisme à but non lucratif

3.1 B. Précisez la structure de cette organisation (par exemple : coopérative, corporation, comité de citoyens, etc.). _____

3.2 L'action a-t-elle donné lieu à des partenariats ou à des collaborations ? Si oui, précisez lesquels.

A. Partenaires : _____

B. Collaborateurs : _____

3.3 Combien d'employés salariés ont travaillé spécifiquement à l'action au cours de l'année 2003 ?

Temps plein : _____ Temps partiel : _____ Saisonnier : _____

3.4 Au cours de la dernière année (2003), combien de bénévoles ont travaillé à l'action ? _____

3.5 Précisez, pour chacun des modes de financement suivants, le pourcentage approximatif qu'il représente dans le budget d'exploitation (indiquez votre réponse en référence à l'année 2003).

Revenus de subventions : _____ Revenus de ventes : _____

Dons et commandites : _____ Échanges de services : _____

3.6 Pour la dernière année financière (2003), indiquez le budget d'exploitation de l'action ou de l'organisation qui la gère.

Action : _____

Organisation : _____

3.7 Indiquez le premier partenaire financier qui a pris part à l'action.

3.8 Parmi les sources de subvention suivantes, identifiez par ordre d'importance celles qui participent à votre financement (considérant que 1 signifie la plus grande part et 14, la plus petite part). Pour les quatre premiers choix, précisez le nom de la municipalité, de la MRC, du CLD et du CRD.

- Municipalité : _____
- MRC : _____
- Centre local de développement (CLD) : _____
- Conseil régional de développement(CRD) : _____
- Ministère de la Culture et des Communications
- Conseil des arts et des lettres du Québec
- Société de développement des entreprises culturelles (SODEC)
- Ministère de l'éducation
- Ministère du développement économique et régional (ancien ministère des régions)
- Emploi-Québec
- Patrimoine Canada
- Conseil des arts du Canada
- Développement des ressources humaines Canada
- Autre(s) : _____

4. Le contexte et la mise en œuvre de l'action

4.1 Par qui l'action a-t-elle été initiée ? Spécifiez s'il s'agit d'une initiative de la municipalité, de la MRC, d'une organisation existante ou de citoyens, etc.

4.2 Décrivez les principales étapes de démarrage de l'action (étude de marché ou de faisabilité, rencontre auprès des élus, recherche de financement, etc.).

4.3 Quelles sont les principales difficultés inhérentes à la mise en œuvre de l'action (par exemple : financement, communication, promotion, participation, main-d'œuvre qualifiée, etc.) ?

4.4 Quels sont, selon vous, les principaux facteurs qui contribuent au succès de l'action en cours ?

5. Les résultats

5.1 De façon générale, quels sont les effets de l'action (retombées économiques, développement social, sentiment d'appartenance, partenariats, nouvelles initiatives, etc.) sur les acteurs suivants ?

Milieu artistique _____

Citoyens _____

Municipalité _____

Région _____

5.2 Quel est le nombre de visiteurs ou d'utilisateurs annuellement ? Indiquez, si possible, la réponse pour l'année 2003. _____



Merci d'avoir pris le temps nécessaire pour répondre à ce questionnaire.