



FORUM NATIONAL SUR LA
DIFFUSION 24 au 26
SEPTEMBRE
DES ARTS DE LA SCÈNE **2007**

les ACTES

Novembre 2007



Table des matières

Remerciements	3
Préambule.....	4
La diffusion, état de situation et perspectives d'avenir.....	5
Le 24 septembre 2007	8
La diffusion et son environnement : principaux constats et enjeux	8
Le 25 septembre 2007	25
Fréquentation des spectacles et pratiques culturelles des Québécois	25
Atelier 1 — Profession diffuseur.....	31
Atelier 2 — Une culture accessible à tous	33
Conférence — Les instances municipales et la diffusion des arts de la scène	36
Table-ronde 1 — Développement de publics et développement de marchés	42
Table-ronde 2 — Concertation et concurrence.....	58
Le 26 septembre 2007	72
Exposé — L'organisation et le financement – 1 ^{re} partie.....	72
Atelier 3 — Lignes directrices des programmes et exigences liées aux fonds publics.....	76
Exposés — À livres ouverts	78
Plénière — L'organisation et le financement – 2 ^e partie.....	81
Bilan synthèse et perspectives d'avenir	87
Membres du comité d'orientation du Forum.....	102
Cet événement a été rendu possible grâce au soutien de :	102

Remerciements

C'est à l'été 2005 que démarrait l'aventure du premier *Forum national sur la diffusion des arts de la scène*. Elle aura bien vite dépassé ses protagonistes, grâce à la complicité des dirigeants d'une vingtaine d'associations du milieu. et de représentants de tous les paliers de gouvernement. Tous ces organismes ont été largement représentés lors de la tenue du Forum. L'implication de tous ces collègues était plus qu'importante et garante de la réussite de cet événement historique.

Il y a eu, bien sûr, au sein de RIDEAU, une extraordinaire implication du conseil d'administration et, au sein de ce même conseil d'administration, un comité d'organisation composé de Marie-Claire Lévesque, de Louise Martin, de Jean-Pierre Leduc et auquel s'est joint Gilles Dessureault. Ensemble, nous avons vécu des moments très riches. Je les remercie.

J'ai été ravie et, permettez-moi de l'exprimer, émue, de voir cet événement si bien fréquenté. Nous avons récolté le fruit mûr d'une réflexion qui devait se faire. Nous vous en faisons état dans les pages qui suivent, en remerciant tous ceux que vous lirez.

Merci à Érika Palmer qui a coordonné cet événement avec brio et mené rondement le travail d'une toute petite équipe composée de Dominique Simoneau à la logistique, de Stéphanie Leblanc et de Christiane Verroeuilst. L'équipe entière de RIDEAU a joint les rangs pour vous accueillir à l'événement. Merci à l'équipe de la Bourse RIDEAU qui a cohabité avec nous au cours de cette épopée ! Je souhaite exprimer toute ma gratitude à Myriam Grondin, responsable de l'élaboration des contenus. Rarement une telle rigueur aura-t-elle connu tant de souplesse. Le cap fut admirablement maintenu, à travers vents et marées !

Merci à Ariane Émond, qui a donné la couleur et le ton, tellement agréables, à cette rencontre, et qui a fait un travail formidable en amont du Forum pour réunir et alimenter ceux qui ont animé les rencontres. Merci également aux diffuseurs membres de RIDEAU qui ont largement contribué à nourrir la documentation en dépit de ressources et de moyens souvent restreints.

Merci à Denise Arsenault, qui terminait de belle façon son mandat à la présidence de RIDEAU. Collaboratrice et complice de tous les instants, elle formulait pour nous tous, en clôture de l'événement, ce voeu de voir la diffusion reconnue comme un service public.

Je me permettrai, pour ma part, de dire combien il m'apparaît important d'affirmer que la culture doit être une valeur de société, et qu'elle commande une vision politique. Que l'élaboration des programmes qui incarnent ensuite cette vision doit s'en inspirer tout en tenant compte de la réalité des praticiens, et ce, peu importe les disciplines et les milieux. Et que la concertation, voire la complicité des acteurs de ces milieux demeure essentielle à l'atteinte de notre ultime objectif : la rencontre des oeuvres et de leurs publics.

C'est grâce à vous tous que cet événement aura constitué un autre jalon historique dans l'histoire de RIDEAU et celle de la diffusion des arts de la scène au Québec. Merci.

Colette Brouillé

Directrice générale

Préambule

RIDEAU présente les actes du premier Forum national sur la diffusion des arts de la scène. Cet événement d'envergure a rassemblé plus de 250 participants les 24, 25 et 26 septembre derniers.

Notre document s'ouvre sur un texte de synthèse et sur une présentation schématique du bilan dressé à l'issue du Forum. Ces textes brefs font écho aux échanges des participants et reflètent le contenu dense et vigoureux qui en est ressorti.

Suivent les actes proprement dits, d'après le déroulement des deux jours d'échanges, en terminant par le rapport du bilan synthèse de conclusion. Nous présentons très fidèlement les allocutions des invités et des panélistes. Chacune des sections touchant les travaux en plénière et en table-ronde comprend aussi, sommairement, les points de vue émis par l'ensemble des participants au cours des périodes d'échange avec la salle.

Nous produisons aussi une synthèse des principaux résultats des travaux en ateliers. Le déroulement prévoyait trois périodes de travail au cours desquelles les 250 participants étaient réunis en 8 sous-groupes. Un rigoureux travail conjoint des secrétaires et des animateurs de ces ateliers nous permet de disposer de notes qui traduisent la nature des débats, et de retenir les principaux points de consensus. Ceux-ci sont insérés sous la présentation de chacun des ateliers.

Une remarque générale s'impose : afin d'alléger le texte, nous l'avons axé sur les interventions des participants. Pour cela, nous avons retiré les interventions de l'animatrice Ariane Émond. Nous tenons à le signaler, en rappelant aux lecteurs que l'important travail d'animation réalisé par Mme Émond ainsi que par les animateurs et animatrices des ateliers, quoiqu'absent sur papier, aura été l'un des éléments clés du bon déroulement du Forum et du résultat qui en émane. Ce travail d'animation, invisible après coup, demeure essentiel et présent en filigrane.

Nous souhaitons que ce document contribue à maintenir le dynamisme des échanges et des rencontres que le Forum a suscités.

Myriam Grondin

Responsable de l'élaboration des contenus et de l'animation du Forum

Responsable de la rédaction des actes et de la synthèse

Nous remercions nos collaborateurs à la transcription et au secrétariat, sans qui ces actes n'auraient pu être colligés : Suzanne Garneau et Serge Simard, ainsi que les secrétaires du Forum.

Révision : Serge Simard

La diffusion, état de situation et perspectives d'avenir

En organisant ce premier Forum, les instances de RIDEAU s'étaient fixé des objectifs précis : dresser un portrait et un bilan des 10 ans d'application de la politique de diffusion des arts de la scène ; reconnaître et valoriser les acquis ; prendre connaissance de l'environnement actuel ; concevoir des pistes d'action, les prioriser et établir le plan de leur mise en œuvre.

Ce plan de travail ambitieux, qui a guidé les travaux préliminaires et l'élaboration du document préparatoire, a trouvé son aboutissement au cœur des échanges qui ont constitué le Forum. De plus, la volonté de favoriser l'évolution d'une connaissance et d'une compréhension réciproque entre l'ensemble des participants s'est matérialisée pendant ces trois jours. Cette détermination manifeste a permis de délimiter les territoires de cohésion et de vision partagée, tout en démarquant les zones à investir et à explorer pour préciser les champs d'intervention de chacun, distinguer les intérêts communs et particuliers, et ce, pour mieux envisager l'avenir des arts de la scène pour les diffuseurs, les créateurs et les producteurs, et les citoyens, le public des arts de la scène.

En préambule à la reproduction des allocutions, exposés et échanges qui ont jalonné le parcours de ce premier Forum, nous résumons ici ce qui se dégage comme vision commune et ce qu'elle soulève comme pistes exploratoires.

● Les principaux territoires de cohésion et de vision partagée ► et un aperçu des zones à préciser

- La reconnaissance de la fonction de la diffusion, de sa place essentielle au cœur de la rencontre entre l'œuvre et le spectateur. À ce sujet, non seulement la définition de la profession énoncée dans le document préparatoire est accueillie positivement, mais des participants demandent qu'on y intègre la mention du rôle social du diffuseur. ► Le diffuseur étant reconnu comme l'expert dans son environnement, il faut préciser les conditions d'exercices à rassembler pour assurer sa maîtrise d'œuvre. La direction artistique étant très majoritairement reconnue comme un aspect fondamental de la profession, comment en permettre l'exercice optimal ? Comment arriver à réduire la charge du travail administratif qui empiète sur l'artistique ?

- La richesse du travail en partenariat, manifeste dans les réseaux formels, mais à ramification et portée plus étendues que ces réseaux. Les réseaux constituent un acquis indéniable, à préserver et à consolider, pour leur contribution aux multiples aspects de la diffusion, notamment à la professionnalisation. ► L'opportunité de déployer de nouveaux réseaux a été évoquée, notamment pour soutenir le développement disciplinaire. Par ailleurs, certains affirment qu'il est nécessaire de constituer de nouveaux réseaux pour assurer la diffusion de spectacles de la relève ou des pratiques émergentes. Jusqu'où les

réseaux établis et ces nouveaux réseaux peuvent-ils cohabiter, dans le respect et la complémentarité ?

- L'importance du travail de développement de publics. L'importance du développement de publics s'exprime conjointement à la nécessité de mieux le définir, d'en préciser les objectifs et de constituer des outils d'évaluation appropriés. Développement de publics ou de marchés, ces deux secteurs d'intervention sont dorénavant envisagés avec des visées précises : atteindre la grande part de la population québécoise – environ 75 % – qui n'exprime actuellement aucun intérêt pour les arts de la scène. ► Ce parti-pris clair et net envers le développement de publics cohabite avec la nécessité de distinguer et de soutenir le développement de marchés, ainsi qu'avec une affirmation ferme de la nécessité de reconnaître et renforcer le travail de fidélisation, « l'attachement ».
- Le concept de médiation culturelle gagne du terrain et s'impose comme terme relié aux divers champs de préoccupation et d'action des diffuseurs, et de tous les acteurs de la chaîne de la création, production et diffusion. Proche parent du développement de publics, il englobe une réalité déjà présente dans la pratique d'une majorité de diffuseurs. ► Qu'ajoute la notion de médiation culturelle aux pratiques établies ? Qu'impose-t-elle ? Il faudrait voir à préciser le concept et ses applications pour éviter qu'il se vide de sens ou encore, qu'il devienne l'apanage d'un nombre restreint d'acteurs.
- La reconnaissance de la nécessité de structurer, d'outiller, de soutenir le travail réalisé et à réaliser auprès du jeune public s'impose comme un des constats forts qui a suscité un assentiment général. Contrairement aux orientations en vigueur chez les instances publiques, les participants réclament un retour des dossiers Culture et éducation sous la responsabilité du MCCC. ► Quel sera le terrain d'entente et de réalisation des visées de soutien et de développement des actions tournées vers ce segment de public ? Comment assurer un développement du travail auprès du jeune public en prenant en compte l'expertise reconnue des diffuseurs ?
- La nécessité de favoriser l'émergence et l'intégration d'une relève de la profession de diffuseur. Liées à cette vision commune, s'expriment plusieurs préoccupations : la consolidation, la professionnalisation et la pérennisation des organismes de diffusion. ► La question de la relève au sein des structures administratives n'est pas propre aux organismes de diffusion, au contraire. Toutefois, l'évolution récente de la profession impose des actions particulières pour contrer la pénurie de ressources humaines.
- L'importance d'accueillir et de diffuser la relève artistique, les pratiques émergentes ou des propositions artistiques particulières. Une part de la solution réside pour plusieurs dans l'ouverture manifeste à l'adaptation des lieux, à une forme d'éclatement des espaces de diffusion. ► Les problèmes concernant la relève et les pratiques particulières, tout comme les solutions à constituer, rejoignent des visées de développement artistique, d'accessibilité, d'ouverture et d'adaptation. Quelles conditions devraient être rassemblées

pour assurer le développement de la relève et des pratiques émergentes ? Quels sont les acquis sur lesquels fonder l'action ?

- Le développement indéniable de la diffusion au cours des 10 dernières années repose sur des acquis fragiles, faute de soutien public adéquat et conséquent aux orientations de la politique de diffusion des arts de la scène. Cet hiatus entre la politique, les fonds alloués à la diffusion et les programmes de financement public constitue une limite et une menace réelles non seulement pour les organismes de diffusion et les professionnels de la diffusion, mais pour les créateurs et pour les citoyens. De plus, cette situation amplifie l'effet des pressions qu'exercent sur l'écologie de la diffusion les pratiques de diffusion des entreprises et organismes libres des contraintes et des exigences qu'imposent les programmes de financement.

Le 24 septembre 2007

La diffusion et son environnement : principaux constats et enjeux

Animation : Ariane Émond

Mot de bienvenue de la présidente de RIDEAU, Mme Denise Arsenault.

Madame la Ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine du Québec,

Madame la Secrétaire parlementaire du Premier Ministre,

Membres du conseil d'administration de RIDEAU,

Chers membres de RIDEAU,

Chers collègues,

Chers invités,

Je ne suis pas peu fière aujourd'hui d'être ici avec vous à titre de présidente du Réseau indépendant des diffuseurs d'événements artistiques unis, organisme à l'initiative de ce 1^{er} Forum sur la diffusion des arts de la scène. Notre association aura trente ans en 2008. Et c'est pourtant le premier grand rendez-vous que nous donnons à nos pairs pour réfléchir sur l'avenir de la diffusion des arts de la scène. Un espace de réflexion, d'échanges, qui ne soit pas attaché à une opération « rentable à tout prix ». Bon, il y aura peut-être quelques tractations de couloirs, quelques échanges intéressés au bar, mais, ça, ça vous appartient...

Ce projet, les membres du conseil d'administration et la direction de RIDEAU le portent depuis deux ans. Puis, nous l'avons partagé avec plusieurs d'entre vous, les associations de créateurs et de producteurs, différentes instances liées à la diffusion des arts de la scène et les instances gouvernementales. Parce que nous voulions cette démarche la plus inclusive possible. Les gens qui ont siégé au comité d'orientation que nous avons formé à cet effet ont mené les travaux qui vont orienter nos échanges avec une rigueur exemplaire. Mais aussi, dans une ouverture d'esprit qui laisse présager que cette concertation sur l'avenir de la diffusion sera des plus fructueuses.

Il y a 10 ans, vous le savez, le gouvernement du Québec adoptait la première politique de diffusion des arts de la scène, Remettre l'art au monde. Cette politique venait officialiser la reconnaissance du travail des diffuseurs et l'importance de donner un meilleur accès à la population québécoise, à des spectacles diversifiés et de qualité, sur tout le territoire.

Le diffuseur de spectacle, cet être un peu obscur dont les multiples tâches n'avaient d'égal que les multiples appellations qu'on lui donnait, allait désormais faire partie du milieu du spectacle. Dès lors, on lui reconnaissait un rôle majeur grâce auquel s'orchestrerait l'essentielle rencontre entre artistes et publics. Aujourd'hui, tous les intervenants de la

chaîne création, production et diffusion le reconnaissent : l'adoption de la Politique de diffusion des arts de la scène a été un moment crucial. Le temps est maintenant venu de poser la question : dix ans plus tard, où en sommes-nous ?

Des percées considérables méritent d'être soulignées : un meilleur soutien à la diffusion des arts de la scène, la mise sur pied d'infrastructures, la rénovation d'équipements, une diffusion plus efficace de l'offre artistique grandissante, et une meilleure fréquentation des arts de la scène en général. Les travaux préparatoires du Forum démontrent nettement que l'augmentation de la part des régions tant en terme d'offre de spectacles que de fréquentation a fait, pour les dix dernières années, un bond, si vous me permettez l'expression, spectaculaire ! L'organisation sur tout le territoire, l'émergence pour certains et la consolidation pour d'autres organismes ont créé un modèle enviable de réseautage.



Les acquis demeurent fragiles. Forts du chemin parcouru et de l'élan donné par cette première politique, sommes-nous en mesure de poursuivre à ce rythme ?



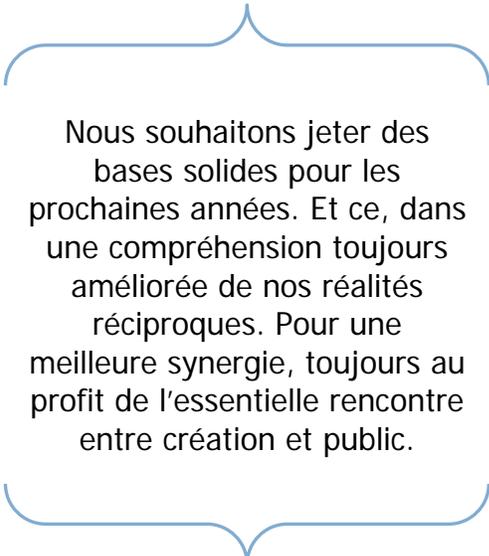
Mais il faut le souligner, les acquis demeurent fragiles. Forts du chemin parcouru et de l'élan donné par cette première politique, sommes-nous en mesure – et pour combien de temps encore – de poursuivre à ce rythme, considérant, notamment, le soutien financier et les ressources humaines que cela commande ? Comment réussir à diffuser l'offre artistique plus qu'abondante au Québec ? Le réseau des salles de spectacle est-il adapté aux nouvelles exigences technologiques inhérentes à la création ? Doit-il y avoir un clivage entre l'offre de produits « commerciaux » - pensons à une certaine chanson populaire qui bénéficie de grosses machines de mise en marché - et la diffusion de disciplines « à risque », telles que la danse contemporaine ou le théâtre de création ? Autant de questions qui chercheront leurs réponses, ou tout au moins des pistes de travail, durant les prochains jours.

Un portrait précis de l'évolution de la diffusion et de son environnement actuel s'impose. La situation commandait une réflexion commune. Nous voilà donc ici, ensemble, à l'amorce d'une étape de bilan. Mais dans l'immédiat, il faut, nous semble-t-il, tabler sur les acquis pour passer à une importante étape de consolidation.

Je suis convaincue, et vous tous ici, assurément... je suis convaincue que nous devons continuer d'assurer aux créateurs la diffusion de leurs œuvres et aux Québécois, un accès démocratique à ces œuvres. Je demeure convaincue de la nécessité que cet accès aux œuvres de nos créateurs soit offert dans des conditions de qualité, comparables sur tout le territoire québécois. Je suis aussi convaincue, et peut-être plus personnellement cette fois-ci, que les gens de toutes les régions ont besoin de spectacles de qualité pour leur culture, bien sûr, mais aussi pour leur santé, pour la santé de leur économie locale et régionale et pour le rayonnement de notre vitalité à l'échelle nationale et internationale. Nous sommes tous convaincus de ça ? Assurément ? Alors, passons à la suite.

Au fil des travaux, le Forum s'est organisé autour de trois grands thèmes. Les enjeux qui concernent la diffusion et son environnement, les publics et la programmation, mais aussi l'organisation et le financement. Ces éléments font partie de ceux qui mobilisent déjà l'ensemble du milieu de la création, de la production et de la diffusion. Les instances gouvernementales sont elles aussi interpellées depuis plus d'un an, au sein du comité d'orientation de ce premier Forum national sur la diffusion des arts de la scène.

La conjoncture exige que l'on questionne les pratiques et les moyens qui soutiennent l'activité de diffusion, nous sommes prêts à le faire ! Mais elle exige aussi une planification



Nous souhaitons jeter des bases solides pour les prochaines années. Et ce, dans une compréhension toujours améliorée de nos réalités réciproques. Pour une meilleure synergie, toujours au profit de l'essentielle rencontre entre création et public.

de son développement. Si nous nous sommes engagés, avec vous tous, dans la réalisation du bilan des dix dernières années, nos gouvernements ont, à leur tour, le devoir de nous faire part de leur vision au regard de la diffusion des arts de la scène pour... au moins les dix prochaines années ! Nous remercions leurs représentants d'avoir accepté notre invitation d'aujourd'hui et d'avoir répondu *Présents* tant à l'appel du comité d'orientation que du Forum lui-même.

Ce n'est pas ici que nous allons refaire le monde. RIDEAU, en prenant l'initiative d'organiser ce Forum, ne s'est pas donné cette mission. Mais nous avons deux jours devant nous pour amorcer un bilan des 10 ans d'application de la politique de

diffusion des arts de la scène, prendre connaissance de l'environnement actuel dans lequel s'effectue le travail du diffuseur et finalement, pour concevoir des pistes d'action et réfléchir à leur mise en œuvre.

Dans une perspective qui nécessite que l'on parle de consolidation avant de poursuivre le développement, nous souhaitons jeter des bases solides pour les prochaines années. Et ce, dans une compréhension toujours améliorée de nos réalités réciproques. Pour une meilleure synergie, toujours au profit de l'essentielle rencontre entre création et public. Oui, nous avons de l'ambition, et nous souhaitons que ce rendez-vous majeur puisse devenir historique.

Nous ne vous avons jamais caché qu'à l'origine du projet qui se concrétise aujourd'hui, il y avait une motivation profonde. Elle l'est toujours. Nous souhaitons favoriser une meilleure compréhension des réalités, mais aussi du rôle de la diffusion. Il ne s'agit pas d'orgueil ou de gloire. Parlons plutôt de reconnaissance. De professionnalisation. Et de pratique viable, sur l'ensemble du territoire.

Je veux remercier ceux par qui ce rendez-vous a été rendu possible. À commencer par les membres des comités d'orientation et d'organisation. Mais aussi, les instances publiques

qui ont accepté de nous soutenir dans cette entreprise qui a vite dépassé l'univers de RIDEAU. C'est un bonheur aujourd'hui pour l'équipe de RIDEAU et les complices avec lesquels nous nous sommes associés, de voir se concrétiser cette invitation à la réflexion que nous avons lancée à l'ensemble du milieu. Vous y avez répondu, merci, vous êtes 250 à prendre maintenant le relais pour faire de cette rencontre un moment décisif pour l'avenir de la diffusion du spectacle.

Je déclare donc le premier Forum national sur la diffusion des arts de la scène officiellement ouvert.

Merci.

Denise Arsenault

Présidente du conseil d'administration de RIDEAU

Directrice générale et artistique du Théâtre de Baie-Comeau

Directrice, Arts, Culture et vie communautaire, Ville de Baie-Comeau

Allocution d'ouverture — Mme Lise Bissonnette, présidente-directrice générale de Bibliothèque et Archives nationales du Québec.

Dans tout colloque qui se respecte, on retrouve une « personne extérieure » appelée à jouer, en quelque sorte, le rôle du Survenant qui a le droit d'être à peu près étranger à l'environnement qui l'accueille. En retour, on s'attend à ce qu'il bouscule un peu ou beaucoup les idées reçues.

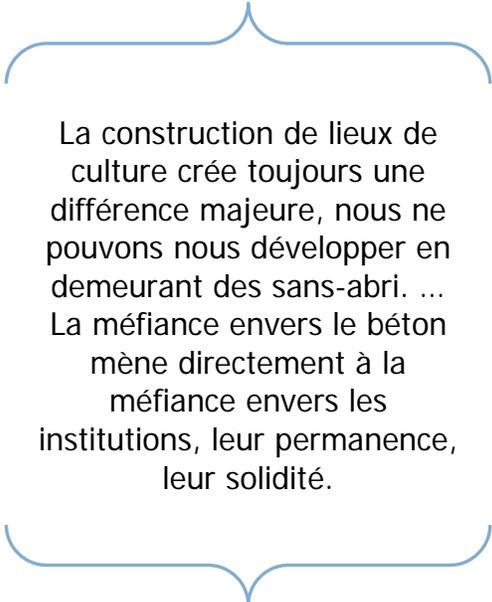
On verra si je peux remplir un peu cette mission. Mais rarement aurai-je autant apprécié mon rôle d'étrangère que durant ma lecture du document préparatoire de votre Forum, si riche d'informations vraiment utiles. Quand j'étais journaliste, j'analysais souvent des dossiers culturels et je ne cessais de déplorer l'absence de données factuelles, quantitatives, sur l'économie et la sociologie de la culture au Québec. Un peu plus tard, j'ai eu le bonheur – et la satisfaction – de participer à la création de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec, qui est venu combler cette lacune. (J'y ai présidé jusqu'à tout récemment le Comité livres, littérature et bibliothèque, et Bibliothèque et Archives nationales en est devenu cette année un partenaire financier). L'usage abondant, débordant que vous faites des statistiques désormais disponibles et le statut de *star* de M. Rosaire Garon dans vos débats ne peuvent donc que me réjouir. Mais je vous avoue, du même souffle, que j'ai failli me noyer dans vos chiffres. Après quelques heures d'étude, je me suis paresseusement réfugiée dans mon rôle de *survenante* pour m'éloigner de leur interprétation, en pensant que vous aviez deux jours pour vous y promener en spécialistes. J'en évoquerai quelques données, mais je vous parlerai en généraliste.

Je suis née en région, mon pays intérieur est celui de l'Abitibi, je n'ai jamais cessé de parcourir le territoire et je le fais de façon plus intensive encore depuis neuf ans, c'est-à-dire depuis les débuts du projet de la Grande Bibliothèque. Notre principal défi, malgré les apparences, était moins celui de sa construction au centre-ville de Montréal que de l'implantation significative de ses services sur le territoire, comme le commandait notre loi constitutive de 1998. J'ai mené à trois reprises des tournées de consultation dans toutes les régions, dont la plus récente l'année dernière. Je suis coprésidente depuis plusieurs années de la coalition Les Arts et la Ville qui représente 75 organisations culturelles et 350 municipalités qui rassemblent 70 % de la population du Québec. Notre réseau soutient l'information et l'échange sur les meilleures pratiques du développement culturel local.

Ce que votre document, en page 46, appelle le « développement phénoménal » de la diffusion en régions au cours de la dernière décennie tombe sous le sens de tout observateur attentif. Après des années de déséquilibre majeur, la part de l'activité des régions dans le paysage culturel québécois n'a cessé d'augmenter. Cela ne signifie pas, rappelons-le, que le Québec lui-même a fait des bonds, les statistiques de fréquentation indiquent plutôt une quasi-stagnation des publics. Mais, tout au moins, les rattrapages sont en bonne voie, les écarts rétrécissent entre centre et périphérie. En pratique, cela

signifie qu'il y a des années-lumière de différence entre mon enfance et celle de mes petits-enfants par alliance qui vivent pourtant leur adolescence à quelques rues de l'endroit où je me rongerais d'impatience et d'ennui, à 650 kilomètres au nord de Montréal. Ce ne sont pas les sorties et l'accès aux biens culturels que j'évoque et mesure ici, mais l'impalpable bien-être d'un quotidien qui ne soit pas désertique. Quoi qu'on en dise en exaltant les délices de la vie près des forêts, des lacs et des rivières, la nature trouve mieux à se goûter quand on a un peu de culture, quand il y a des poètes pour la mettre en mots, pour la dire. Les temps ont donc changé, merveilleusement à mon avis.

Les raisons de ce rattrapage sont évidemment multiples. Si l'on s'en tient à la diffusion des arts de la scène, la progression des nouveaux équipements et la professionnalisation des médiateurs que vous êtes ont été des facteurs déterminants. Mais, plus largement, il faut évoquer la décentralisation de l'enseignement postsecondaire, notamment l'implantation des universités régionales qui ont contribué à une hausse de la scolarité, engendré une vie étudiante qui à son tour a créé une demande accrue d'accès aux biens culturels, et des exigences nouvelles de qualité de l'offre. De la gastronomie jusqu'aux habitudes de lecture, on ne dira jamais assez comment ce changement sociologique a affecté le Québec des régions. Sa population n'a guère augmenté, mais elle s'est plutôt transformée. La décentralisation de l'activité artistique y est reliée à cette mutation. Vivre et créer en région tout en participant aux réseaux culturels nationaux est aujourd'hui chose courante, en progression constante chez les écrivains et les artistes en arts visuels. Rarissimes il y a 15 ans, les événements d'art contemporain en région – symposiums, colloques, rassemblements internationaux – sont devenus monnaie courante et se font une telle concurrence qu'ils en perdent paradoxalement – dans les médias nationaux – une visibilité qu'ils devaient à leur caractère inusité et clairsemé.



La construction de lieux de culture crée toujours une différence majeure, nous ne pouvons nous développer en demeurant des sans-abri. ... La méfiance envers le béton mène directement à la méfiance envers les institutions, leur permanence, leur solidité.

Malgré le plaisir que me donnent ces constats, notamment quand je me trouve sur le terrain, je ne vis pas dans le *nirvana*. Je le disais plus haut, tout cela n'est que la correction d'un déséquilibre autrefois criant. Amenuiser des écarts, réduire des moyennes, c'est bien, mais le paysage culturel d'ensemble reste préoccupant. Les nœuds de résistance sont multiples. Je n'en évoquerai que quelques-uns :

Malgré le plaisir que me donnent ces constats, notamment quand je me trouve sur le terrain, je ne vis pas dans le *nirvana*. Je le disais plus haut, tout cela n'est que la correction d'un déséquilibre autrefois criant. Amenuiser des écarts, réduire des moyennes, c'est bien, mais le paysage culturel d'ensemble reste préoccupant. Les nœuds de résistance sont multiples. Je n'en évoquerai que quelques-uns :

► Malgré les progrès, les équipements restent insuffisants. Qu'il s'agisse de la Grande Bibliothèque ou de vos salles de spectacle, vous savez que la construction de lieux de culture crée toujours une différence majeure, que nous ne pouvons nous développer en

demeurant des sans-abri. Les milieux de la diffusion le savent parfaitement, mais sont à mon avis encore bien trop timides devant le discours encore prédominant des milieux de création qui aiment tant décrier les crédits consentis à ce qu'ils appellent avec mépris le « béton ». Et la méfiance envers le béton mène directement à la méfiance envers les institutions, leur permanence, leur solidité. Quand Montréal affirme que ses nombreux festivals suffisent à assurer son statut de métropole culturelle et regarde de haut les équipements extraordinaires dont se dote actuellement Toronto, elle se conduit en cigale de la fable et perd volontairement du terrain contre les autres grandes villes de culture dans le monde. Cela est vrai aussi pour les régions : pendant qu'on cherche avec ardeur l'événement éphémère qui pourrait les faire apparaître et briller sur la carte culturelle du Québec, on risque de négliger les efforts nécessaires à l'incontournable investissement dans leurs infrastructures culturelles.

► Les politiques de développement culturel local s'améliorent sans cesse, mais nous sommes encore loin d'un dynamisme généralisé. En observant de près le monde municipal, il me semble que le chaînon manquant vient moins des élus, dont l'engagement culturel ne cesse de grandir, que des milieux d'entreprise qui, dans la plupart des régions, sont à la traîne et ne font pas le lien entre vitalité économique et vitalité culturelle, malgré les exemples éclatants qui ne cessent de leur être offerts.

► Certaines barrières à la fréquentation persistent. Ce sont les plus fermes, mais il n'est

Culture de masse, contre culture de découverte, souvent dite « d'élite », c'est un dilemme que nous n'aimons pas évoquer, mais il perdure sous des formes plus cruelles que jamais pour ceux des diffuseurs qui ne sont pas des relais de la seule culture de masse.

plus à la mode de les analyser. Je lis avec perplexité, en page 20 du Bulletin de l'OCCQ sur la fréquentation des arts de la scène (août 2007), l'analyse suivante. « (...) L'élargissement du public ne s'est pas accompli dans les arts d'interprétation traditionnels qui rejoignent toujours la même part de la population (environ 40 %) depuis 30 ans. Ce sont plutôt les nouveaux produits du spectacle (humour, chansonniers, comédies musicales, etc.) qui ont permis l'élargissement du public des arts de la scène. Cette stabilité du public des arts d'interprétation traditionnels est due à la fidélité des jeunes de l'après-guerre, les baby-boomers et la génération qui les a précédés. Les jeunes étant pour leur part moins attirés par les spectacles des arts d'interprétation traditionnels, il en résulte d'une

part un clivage du public fondé sur les générations et d'autre part, un vieillissement du public des arts d'interprétation traditionnels. » Avec tout le respect que je dois aux rédacteurs de ce bulletin, je ne peux que contester fermement leur insistance sur un « clivage » de générations. En quoi nos omniprésents spectacles d'humour, descendants directs des divertissements que proposaient La Poudre ou Olivier Guimond il y a 50 ans

avec un succès déjà phénoménal, seraient-ils moins « traditionnels » qu'un spectacle de danse contemporaine classé parmi ceux que fréquentent surtout les baby-boomers ? En quoi un spectacle de rap à la québécoise, descendant direct du yéyé des années soixante qui faisait aussi très bonne recette, serait-il moins traditionnel qu'une soirée de poésie contemporaine, pourtant classée elle aussi parmi les activités qui n'attirent que les solides et plus âgés habitués de la culture ?

Comme toujours, le clivage se situe moins entre les générations qu'entre les exigences différenciées des publics, à l'intérieur des mêmes groupes d'âge. Disons-le froidement, ce sont les contenus des spectacles qui divisent leurs publics. C'est là un problème vieux comme le monde. Et votre propre document le dit mieux que je pourrais le faire (Observations générales, page 7), en soulignant que le travail de fond que persistent à présenter les organisations artistiques soutenues par les pouvoirs publics et nourries par la création professionnelle dite ici « à risque », est désormais de plus en plus concurrencé par de « nouvelles entreprises privées de diffusion », « ce qui bouscule, voire menace l'équilibre précaire de l'ensemble du milieu ». Culture de masse, contre culture de découverte, souvent dite « d'élite », c'est un dilemme que nous n'aimons pas évoquer, mais il perdure sous des formes plus cruelles que jamais pour ceux des diffuseurs qui ne sont pas des relais de la seule culture de masse. L'écho médiatique extraordinaire que reçoit le *star-system* le plus commercial du Québec vient renforcer la difficulté.

Aucune génération n'est plus ou moins intelligente que l'autre, chacune compte sa part de personnes qui apprécient les œuvres exigeantes, la qualité, l'originalité, les propositions fortes. Cela est vrai dans les méandres d'Internet comme dans une salle de spectacle. Aujourd'hui comme hier, nous le voyons dans les tableaux de l'OCCQ, c'est le niveau de scolarité et le revenu qui font la différence, qui sont les marques d'identité de ces publics intéressés, dits même « passionnés » par l'Observatoire. Le regretté sociologue Pierre Bourdieu et même les vieux marxistes continuent à avoir raison. Les différences de classes sociales – dont la scolarité et les revenus sont les déterminants principaux – continuent à faire la loi dans l'accès aux biens, qu'ils soient culturels ou matériels. C'est pourquoi, au lieu de nous casser la tête pour trouver une façon son et lumière d'attirer les jeunes en passant par les technologies convergentes du iPhone, de l'Internet, du Blackberry, du iPod et autres marchés aux puces électroniques, il me semble que notre réflexion devrait retrouver le chemin de l'école. C'est le seul endroit où les inégalités de naissance et de fortune entre individus ont une chance de se résorber, et y arrivent de temps à autre. Nous nous dispersons beaucoup dans des chemins de traverse quand nous tentons de courtiser des générations dont les engouements techniques se succèdent aujourd'hui à un rythme artificiel, dont la technique est relativement facile à rattraper.

Et qu'on ne vienne pas me dire que tout a été dit et tenté pour rapprocher la culture de l'école. À la périphérie, celle des activités parascolaires et autres initiatives ponctuelles, c'est vrai. Mais ailleurs, au fond, dans les programmes et la formation des maîtres, c'est faux. La véritable initiation culturelle, celle qui devrait être quotidienne, durable, aussi

indispensable que l'apprentissage de la grammaire ou des mathématiques, n'est toujours pas au programme. Je ne m'étendrai pas sur ce sujet aujourd'hui puisque j'ai l'intention, avec des collègues, d'entreprendre un état des lieux plus systématique à cet égard, à partir des programmes. Nous pourrons y revenir.

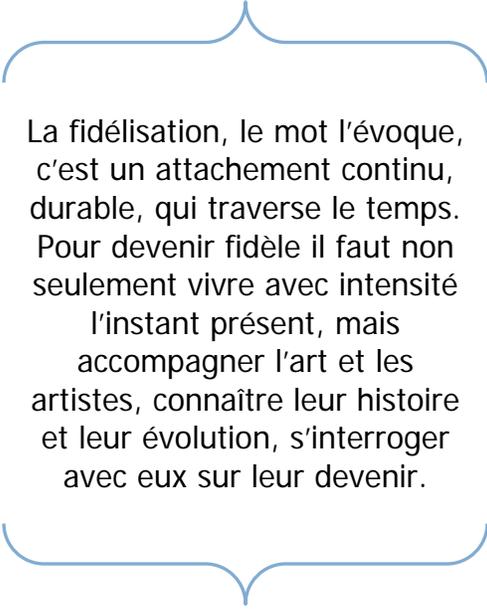
Une expérience concrète et récente, dans votre domaine d'activité, vient nourrir mon analyse. J'ai remarqué que vous souhaitez souvent vous intéresser non plus au seul « développement de publics », mais à la « fidélisation » de ces publics qui font trois petits tours dans nos salles et qui s'en vont, qui butinent et finissent par rentrer chez eux et se contenter de glaner quelques spectacles à la télévision ou au hasard des rues de nos festivals d'été.

La fidélisation, le mot l'évoque, c'est un attachement continu, durable, qui traverse le temps. Pour devenir fidèle, il faut non seulement vivre avec intensité l'instant présent, mais accompagner l'art et les artistes, connaître leur histoire et leur évolution, s'interroger avec eux sur leur devenir. Combien de fois, au Québec, avons-nous dit, écrit et répété, que notre sens très malingre de l'histoire contribue directement à nos flottements identitaires ?

Dans les préoccupations actuelles sur le patrimoine, la mémoire des arts de la scène est la zone la plus sinistrée que je connaisse. Même le patrimoine industriel, qui est menacé un peu partout sur le territoire, est moins délaissé que ne l'est celui des arts vivants. Les documents administratifs et professionnels des compagnies de théâtre qui ont cessé leurs activités sont souvent perdus corps et biens. Les quelques costumes, même signés par de grands noms, qui n'ont pas été déchiquetés et recyclés pour être loués aux activités de mascarades, s'empilent et pourrissent dans des conditions indescriptibles, des maquettes d'importance historique finissent aux poubelles. Et pour un Centre d'art dramatique qui collectionne les manuscrits et scénarios, il se trouve cent institutions qui passent leurs archives à la déchiqueteuse : programmes, affiches, photos, dossiers de programmation, revues de presse, notations de chorégraphie, cahiers de mise en scène, de régie et d'éclairages, partitions annotées, plans de décors, esquisses de costumes, correspondances d'artistes, accessoires, souvenirs nationaux et internationaux, tout disparaît chaque jour un peu plus. Et cela, dans un domaine, les arts vivants, où nous nous complaisons à nous croire parmi les plus doués du monde.

Mais il y a pire : les quelques tentatives de correction de ce désastre rencontrent indifférence et méfiance.

Il y a une vingtaine d'années que le regretté comédien et directeur de théâtre Serge Turgeon, disposant d'un mandat et de ressources que lui avait confiés l'ancien ministre canadien des Communications, M. Marcel Masse, a constitué une Société pour le



La fidélisation, le mot l'évoque, c'est un attachement continu, durable, qui traverse le temps. Pour devenir fidèle il faut non seulement vivre avec intensité l'instant présent, mais accompagner l'art et les artistes, connaître leur histoire et leur évolution, s'interroger avec eux sur leur devenir.

développement d'un Musée des arts vivants, qui existe toujours théoriquement. Chaque mouture de ses travaux n'a jamais pu trouver de sol fertile, pour des raisons parfois politiques et techniques trop complexes à résumer ici. Mais le fond du problème était ailleurs, comme il me l'a souvent confié alors que nous avons repris ensemble les travaux, au début des années 2000. La mobilisation du milieu était quasi inexistante. Tous les deux, avec un vaillant petit comité, nous avons reçu en audience pendant des semaines des représentants de presque tous les regroupements et associations du Québec dans le domaine des arts vivants. À une ou deux exceptions près, nous avons pu compter sur leur approbation dans le diagnostic

du problème et même quant à l'urgence d'agir. Mais de forte détermination, nous n'en avons pas trouvé, pour une raison élémentaire : chacun craignait que cette juste cause canalise des sommes publiques qui seraient mieux investies dans la création, ou la production ou la diffusion. Le raisonnement était assez semblable à celui qui avait accompagné la planification de la Grande Bibliothèque, dont on prédisait qu'elle allait bouffer les ressources des plus petites et nuire à leur développement, alors que c'est tout le contraire qui est survenu, bien que les réseaux de lecture publique soient encore imparfaits, je suis la première à le reconnaître.

Comment peut-on penser qu'une nouvelle institution, dont la mission première serait d'assembler les fonds patrimoniaux des arts vivants, d'assurer leur conservation et leur restauration, de les mettre en valeur, d'assurer la diffusion de ces connaissances dans l'ensemble du territoire – cette fois avec les extraordinaires moyens technologiques d'aujourd'hui dont BANQ fait un usage assidu – ne serait pas un outil extraordinaire d'animation, d'éducation, de stimulation de l'intérêt pour les œuvres anciennes et contemporaines que vous diffusez ? Melbourne, New York, San Francisco, Amsterdam, Singapour et plus récemment Moulins en France, ce ne sont là que quelques exemples de lieux qui ont créé de tels lieux que le public plébiscite, et qui sont à peu près totalement ignorés ici.

Ce n'est pas là le sujet de vos travaux des deux prochains jours, je le sais. Mais je devais saisir l'occasion de vous rappeler que votre objectif premier « une meilleure compréhension du rôle de la diffusion dans la chaîne (...) des arts de la scène » devrait désormais intégrer ce souci majeur, si tant est que vous voulez vraiment participer au

développement culturel du Québec et non uniquement au développement de publics. Nous avons dans nos dossiers, à BAnQ, les outils et données nécessaires à la relance de cette idée. Et vous pourriez trouver, dans notre institution, un partenaire majeur pour soutenir votre volonté, si elle se manifestait.

Je vous remercie de m'avoir permis, en m'invitant aujourd'hui, d'ajouter, certes, à vos problèmes, mais aussi, je l'espère, à vos projets.

**Allocution de la ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine,
Mme Christine Saint-Pierre.**

Madame la présidente directrice-générale de Bibliothèque et Archives nationales du Québec (Lise Bissonnette),

Madame la présidente de RIDEAU (Denise Arsenault),

Chers partenaires en diffusion de spectacles,

Mesdames,

Messieurs,

Je suis heureuse de pouvoir mieux faire connaissance avec des diffuseurs de tout le Québec, à l'occasion de ce Forum national en diffusion des arts de la scène.

Inutile de vous dire que je m'attarderai avec beaucoup d'attention sur les comptes rendus de vos travaux et, surtout, sur les conclusions que vous tirerez de vos échanges.

Je veux profiter de ce moment entre nous pour vous dire tout le bien que je pense des hommes et des femmes qui œuvrent en diffusion de spectacles partout sur notre territoire.



Plus que jamais, nous devons permettre à nos artistes de rejoindre leur public jusque dans tous les coins du Québec... nous devons encourager une stimulante diversité dans les arts de la scène... nous devons offrir à nos concitoyens ce contact avec les arts d'interprétation, qui élève l'âme et embellit la vie.

Leur apport est d'autant plus remarquable que ces travailleurs de l'ombre ont pour mission de faire triompher les artistes sous les projecteurs tout en assumant les risques en coulisse.

C'est une tâche gratifiante et parfois ingrate, car comme on dit dans le milieu : « en diffusion, on n'est jamais meilleur que le dernier *show* ».

C'est pourquoi je tiens à vous le redire : si les arts de la scène ont atteint cette qualité au Québec, le mérite vous en revient en grande partie.

Et je veux prendre cet engagement envers vous : le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine continuera d'être à vos côtés, car vous êtes de grands alliés de la culture québécoise.

À ce sujet, je suis très fière de ce que mon ministère ait su reconnaître votre apport et votre expertise et qu'il consacre d'importantes ressources pour soutenir les arts de la scène.

Ces efforts se traduisent, entre autres, par la création d'une direction responsable à la diffusion, direction qui travaille actuellement à une actualisation du programme d'aide de soutien aux diffuseurs.

Ils se concrétisent par le financement de la construction et de la rénovation de nombreuses salles de spectacle, dans lesquelles le gouvernement aura, à la fin du présent exercice, investi près de 100 M\$ en dix ans.

Ils sont à l'origine d'initiatives comme le volet culturel de la politique internationale du Québec, qui prévoit des tournées d'artistes étrangers dans nos salles.

Ils se manifestent par un soutien au fonctionnement des réseaux ainsi que des diffuseurs pluridisciplinaires, aide qui atteint un total de 5,5 M\$ en 2007, une augmentation de près de 50 % en dix ans.

Enfin, ils s'incarnent au quotidien dans la mise en œuvre de la Politique de diffusion des arts de la scène.

Comme vous le savez, cette politique a fêté ses dix ans en 2006. Lorsqu'elle a été lancée, elle marquait une évolution très importante, car elle reconnaissait le rôle majeur que tient la diffusion des arts de la scène dans la démocratisation et dans le rayonnement de la culture québécoise.

Elle visait deux grands objectifs : le développement des publics et l'accès pour la population à un éventail diversifié de spectacles.

Dix ans après, ces objectifs sont toujours d'une brûlante actualité.

Plus que jamais, nous devons permettre à nos artistes de rejoindre leur public jusque dans tous les coins du Québec.

Plus que jamais, nous devons encourager une stimulante diversité dans les arts de la scène.

Plus que jamais, nous devons offrir à nos concitoyens ce contact avec les arts d'interprétation, qui élève l'âme et embellit la vie.

Dans de nombreuses communautés, les productions offertes par l'unique diffuseur constituent les seules possibilités d'expérimenter un lien « vivant » avec la chanson, la musique, le théâtre ou la danse. Et les citoyens de nos régions apprécient leur chance d'avoir accès à des spectacles de qualité.

Cela dit, les objectifs de la politique de diffusion ont été atteints dans une très large mesure.

Les Québécois n'ont jamais eu accès à une telle qualité et à une telle variété de spectacles. Les productions étrangères en tournée chez nous sont à la hausse et les taux de fréquentation sont comparables au Québec à ceux qu'on observe en France ou aux États-Unis.

En termes purement chiffrés, nos études démontrent que, pour la dernière année seulement, l'offre et la demande en arts de la scène ont connu une augmentation de près 6,5 % au Québec !

Somme toute, nous avons lieu d'être optimistes, ce qui ne nous dispense pas de reconnaître que nous aurons à relever de grands défis.

C'est pourquoi j'appuie sans réserve le choix que vous avez fait de vous astreindre, pour les prochains jours, à un exercice vigoureux et rigoureux : débattre des problématiques et des perspectives en diffusion qui se présenteront à nous dans la décennie qui vient.

À cet égard, j'ai pris connaissance du document préparatoire du Forum, et les constats qui y figurent m'ont inspiré quelques réflexions.

Il apparaît évident que la demande de diffusion en arts de la scène est appelée à subir une évolution rapide, notamment à cause de tendances sociales lourdes.

Par exemple, le vieillissement général de la population amènera des auditoires plus âgés et probablement plus assidus pour certains types de spectacles.

Quant aux jeunes, leurs « fréquentations culturelles », fort différentes de celles de leurs aînés, forceront sans doute les diffuseurs à leur accorder des niches spécifiques et à faire preuve d'encore plus de créativité pour gagner leurs faveurs.

Les changements démographiques créeront, par ailleurs, des distorsions et des disparités régionales particulières, car certaines régions verront leur population diminuer, tandis que d'autres seront jeunes et en pleine croissance.

En outre, la présence grandissante de citoyens issus de l'immigration modifiera le paysage artistique et culturel de certaines régions urbaines, ce qui exigera des diffuseurs la capacité de s'adapter à cette clientèle nouvelle.

À ces transformations sociales s'ajoutent les mutations provoquées par la révolution technologique.

Nous avons tous conscience que les nouvelles technologies modifient notre style de vie et entraînent, entre autres bouleversements, de nouveaux rapports avec les loisirs et la culture.

Ainsi, les créateurs se font de plus en plus « technos » dans leurs outils de création et leurs moyens de diffusion, ce qui nécessite des appareils et des équipements toujours plus sophistiqués.

Pour leur part, nos concitoyens ont accès à des divertissements de plus en plus variés qui les incitent à rester à la maison, devant la console de jeu, l'écran haute définition ou l'ordinateur.

Ce phénomène en croissance entraîne inévitablement des impacts sur les habitudes en matière de sorties culturelles.

De plus, les outils technologiques sont à même de modifier la nature, voire la notion de spectacles.

Qu'advient-il lorsque des diffuseurs nouveau genre tenteront de produire en salles des spectacles en 3-D, ou encore des retransmissions interactives permettant de contacter à distance les artistes ?

Les diffuseurs ont le grand avantage d'être les seuls à pouvoir offrir à la fois la communion entre spectateurs et le contact direct avec l'artiste, mais à l'ère du virtuel, cet avantage devient relatif...

Il nous faudra donc tenir compte des nouvelles réalités liées à la technologie, afin que la diffusion s'y adapte et tire profit des nouvelles possibilités, voire des nouveaux marchés qui s'offriront.

De quoi seront donc faits nos arts de la scène dans dix ans ?

Si j'avais prévu la venue du iPod, il y a dix ans, je n'hésiterais pas à vous décrire avec exactitude les univers culturels des années 2020, mais, pour l'heure, je trouve l'exercice hasardeux.

Néanmoins, j'ai la conviction que nos chanteurs, nos comédiens, nos musiciens, nos danseurs et nos créateurs en arts d'interprétation continueront de faire rayonner, avec votre complicité, une culture québécoise vigoureuse et fière.

En terminant, je veux souhaiter à tous les participants du Forum de trouver ce qu'ils sont venus y chercher : de solides matières à réflexion, mais aussi un nouvel optimisme, à l'image de votre dynamisme.

Sans présumer du déroulement des travaux, je peux déjà parier sur votre audace et votre persévérance pour maintenir ce bel élan que connaissent les arts de la scène.

Car vous êtes des battants et des gagnants. Après tout, vous êtes diffuseurs de spectacles !

Merci.

Allocution de Mme Sylvie Boucher secrétaire parlementaire du Premier Ministre et pour La Francophonie et les Langues officielles au nom de l'honorable Josée Verner ministre du Patrimoine canadien, de la Condition féminine et des Langues officielles.

Madame St-Pierre (Christine St-Pierre, ministre québécoise de la Culture, des Communications et de la Condition féminine),

Madame Bissonnette (Lise Bissonnette, présidente-directrice générale de la Bibliothèque nationale du Québec),

Mesdames et messieurs,

Bonsoir. Je suis heureuse d'être avec vous au nom de la ministre du Patrimoine canadien, de la Condition féminine et des Langues officielles, l'honorable Josée Verner.

Tout d'abord, j'aimerais féliciter RIDEAU pour l'organisation du premier Forum national sur la diffusion des arts de la scène.

Le 10^e anniversaire de la politique « Remettre l'art au monde » est l'occasion idéale de réunir les gens du milieu des arts et de la diffusion pour faire le point.

Propager la culture aux quatre coins de la province et du pays est essentiel.

Au cours des deux prochains jours, vous aurez la chance de discuter de la place à donner à la culture et des façons de la promouvoir.

À mes yeux et aux yeux de la ministre Verner, propager la culture aux quatre coins de la province et du pays est essentiel. Personnellement, c'est une richesse que je veux être capable de faire connaître à mes deux filles.

C'est pourquoi je suis heureuse que le gouvernement du Canada appuie des organismes comme RIDEAU et ses membres, diffuseurs ou autres ; des organismes qui font connaître nos artistes et qui contribuent au succès du milieu culturel.

C'est dans cette optique que notre gouvernement a récemment alloué 30 millions de dollars en fonds supplémentaires au financement annuel continu du Conseil des Arts du Canada.

Et comme vous le savez probablement, la ministre Verner vient tout juste d'annoncer une somme annuelle de 30 M\$ pour appuyer de façon continue les festivals et les activités qui célèbrent le patrimoine et les arts locaux.

De cette somme, plus de 7 M\$ seront consacrés aux activités des festivals professionnels. Cet appui vient reconnaître le fait que ces festivals favorisent la participation des membres de leur communauté à des manifestations artistiques.

Voilà des exemples concrets de notre volonté de donner accès aux arts et à la culture à tous les Canadiens, qu'ils habitent près des grandes villes, comme les gens de Boucherville, ou qu'ils soient dans des régions plus éloignées.

Je vous souhaite un premier forum fructueux. Je suis certaine qu'il sera porteur d'avenir et de réussite.

Merci.

Le 25 septembre 2007

Fréquentation des spectacles et pratiques culturelles des Québécois

Animation : Ariane Émond

Conférence de Mme Christine Routhier, chargée de projet, Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ)¹

Je vous présente ce matin les faits saillants de l'enquête statistique sur la présentation des spectacles que réalise l'Observatoire de la culture. Vous trouverez l'ensemble de l'analyse dans le numéro de *Statistiques en bref* qui a été publié dans le cadre du Forum et que vous avez déjà reçu.

L'OCCQ fait partie de l'Institut de la statistique du Québec. Son rôle est de produire des statistiques sur la culture au Québec. L'enquête sur la fréquentation des spectacles est réalisée sur une base continue depuis l'automne 2003. C'est donc une enquête permanente. Les établissements qui diffusent des spectacles et les établissements propriétaires de salles de spectacles reçoivent un questionnaire dans lequel ils doivent déclarer l'ensemble des représentations payantes présentées. À partir de cela, tous les deux mois, nous présentons de nouvelles statistiques sur le site Web de l'OCCQ. Vous y avez donc accès en tout temps. Une fois par année, nous publions un bulletin qui porte sur les résultats de toute l'année. C'est important de comprendre qu'il s'agit d'une enquête sur les représentations payantes. Cela exclut donc les représentations gratuites. Cela comprend tous spectacles en arts de la scène, et exclut les présentations qui ne relèvent pas des arts de la scène, comme, par exemple, des conférences des grands explorateurs.

L'enquête dure depuis trois ans. Trois ans, c'est trop court pour dégager des tendances à long terme, mais suffisant pour tracer un portrait de la taille du marché des arts de la scène au Québec. On observe ici qu'en 2004 et 2006, on a environ 6,9 millions d'entrées aux représentations payantes. On voit qu'en 2005, il y a eu un peu moins d'entrées que les deux autres années. Cela peut être circonstanciel ; en effet, ce qu'il faut comprendre, c'est que le corpus des spectacles présenté chaque année n'est pas le même. Les spectacles présentés n'ont pas les mêmes caractéristiques. C'est un peu comme dans le cinéma, il y a les films qui génèrent de grands succès et une augmentation de l'assistance, suivie d'une redescende dès l'année suivante. Cela n'indique pas nécessairement une tendance, c'est circonstanciel.

On remarque très peu de variabilité sur les trois ans étudiés, soit un peu moins d'entrées aux spectacles, mais plus de revenus. Nous en déduisons que les billets étaient en moyenne plus chers en 2006 qu'en 2004. Le prix des billets est passé de 30,13 \$ à 33,78 \$

¹ Avec projection de diaporama.

en 2006. Évidemment, c'est un prix moyen, le prix des billets varie beaucoup en fonction de la région et de la discipline, comme nous le verrons plus tard.

En bref, entre 2004 et 2006, l'assistance est restée la même, les revenus de billetterie ont augmenté et le nombre des représentations est resté sensiblement le même à environ 16 000 représentations. Le taux d'occupation des places disponibles est resté stable à 72 %. Ce sont les paramètres du marché du spectacle sur les trois années étudiées.

En ce qui concerne l'augmentation des revenus de billetterie, elle peut s'expliquer par une augmentation du prix des billets. Cela peut être un phénomène d'inflation — le prix des choses à tendance à augmenter —, mais cela peut aussi provenir du fait que la programmation comptait en 2006 plus de spectacles dont le coût des billets était très élevé par rapport au coût habituel, par exemple, les billets pour de très grands spectacles comme celui de Madonna, offerts dans de grandes salles et dont le prix du billet est très élevé.

En considérant la provenance des spectacles, on observe que les revenus de billetterie pour l'ensemble des spectacles au Québec atteignent 199 M\$. Si on répartit ces 199 M\$ en fonction de l'origine, selon qu'ils sont des spectacles québécois ou étrangers, on constate que les spectacles en provenance du Québec génèrent 72 % des revenus de billetterie, ceux d'ailleurs au Canada représentent 1 % des revenus, et les spectacles qui viennent de l'étranger 17 % (10 % des revenus sont générés par des spectacles d'origine inconnue ou mixte). On constate que l'essentiel, soit les trois quarts des revenus, est lié aux spectacles québécois (en comparaison, la part de marché québécoise est plus faible dans le cinéma, le livre et le disque). Cette part, qui est à peu près des trois quarts, est demeurée stable entre 2004 et 2006. Par contre, elle varie selon les disciplines. Par exemple, en chanson anglophone, la part attribuée aux spectacles québécois est de 15 %, alors qu'en théâtre, elle est de 95 %.

Le taux d'occupation des spectacles québécois est pratiquement le même que celui des spectacles étrangers. C'est une nouvelle relativement positive, car cela signifie que le spectacle québécois remplit autant les salles que le spectacle étranger, ce qui n'était pas le cas en 2004, lorsque l'OCCQ a commencé l'enquête. L'écart a diminué, jusqu'à devenir inexistant. Par contre, si on compare le spectacle québécois et le spectacle étranger, le revenu par spectateur — le prix moyen des billets — est plus faible pour le spectacle québécois (32 \$) que pour le spectacle étranger (39 \$), mais l'écart s'est réduit entre 2004 et 2006.

En ce qui concerne les disciplines, on observe une évolution très légère du nombre d'entrées pour chacune des disciplines au cours des trois années étudiées. Les fluctuations demeurent mineures. On constate aussi que la part relative de chacune des disciplines au sein de l'ensemble est à peu près la même pour les trois années. Les disciplines les plus populaires sont les variétés, qui détiennent environ 27 % des entrées, la chanson (31 %) et le théâtre (24 %). Le taux d'occupation, de 72 % pour l'ensemble des spectacles, varie en

fonction de chacune des disciplines. Il est plus bas dans certaines disciplines comme la danse (69 %) et la musique (65 %), et plus élevé dans le cas des variétés (76 %) et de la chanson anglophone (74 %). Évidemment, chacune des disciplines a sa logique et constitue un marché en soi. Nous les comparons ici, mais il est sans doute normal qu'elles n'aient pas toutes le même taux d'occupation.

Comment les disciplines ont-elles évolué au cours des trois ans ? Le théâtre est resté stable. La danse a eu moins de représentations en 2006 qu'en 2004, mais plus d'assistance. C'est un cas intéressant : avec moins de représentations et plus d'assistance, on comprend qu'il y avait un taux d'occupation meilleur. C'est là un résultat positif, je ne sais pas si c'est lié à une nouvelle et meilleure stratégie de commercialisation, mais c'est un bon résultat. Au niveau de la musique, on observe une fluctuation du nombre de représentations et de l'assistance. La chanson francophone est en progression, alors que pour la chanson anglophone, c'est un peu le contraire : l'offre a beaucoup augmenté, mais l'assistance moins, par conséquent le taux d'occupation des salles a diminué. Du côté des variétés, l'offre et l'assistance ont légèrement diminué au cours des trois ans.

Concernant le prix moyen des billets pour différents genres de spectacles, ici aussi, on constate que le prix des billets varie selon la discipline. Le coût moyen des billets est plus bas en théâtre à 22,13 \$, mais plus élevé en cirque et magie à 58 \$ et 57 \$. Au théâtre, cela peut s'expliquer par le fait que les billets sont vendus en abonnement, ce qui entraîne un prix unitaire moins élevé.

Il est intéressant de considérer les entrées par 10 000 habitants pour différentes régions du Québec, soit le nombre d'entrées au prorata de la population. On constate que ce sont dans les régions périphériques et dans les régions éloignées que la fréquentation est la plus faible, alors qu'elle est très élevée dans les grands centres (Capitale-Nationale et Montréal). Cela peut s'expliquer, notamment, parce que les gens qui habitent les régions périphériques vont sans doute voir des spectacles dans les grands centres. En ce qui a trait aux régions éloignées, il faut comprendre aussi que les caractéristiques de ces populations qui vivent dans ces régions sont particulières, notamment la répartition de groupe d'âge, de revenu moyen, de niveau d'éducation. Les résidents des régions éloignées ont aussi adopté des modes de vie différents, ce qui peut faire en sorte que leur propension à aller aux spectacles n'est pas la même. Nous retenons toutefois que la question de l'accessibilité joue ici un rôle majeur. La population est très disséminée sur le territoire et les salles ne le sont pas. On comprend bien que l'accessibilité aux spectacles n'est pas équivalente partout sur le territoire du Québec.

Ce que l'OCCQ explique dans *Statistiques en bref*, c'est que l'offre de représentations dans les différentes régions et l'assistance qu'on obtient vont de pair. Là où l'offre est élevée, l'assistance est élevée et où l'offre est faible, l'assistance est faible. On remarque certaines exceptions, dans des régions où on a beaucoup de représentations par 100 000 habitants et où on obtient une assistance peu élevée. Il y a des régions où il y a eu augmentation et d'autres où il y a eu baisse. Nous avons retenu ici les régions où

l'augmentation a été la plus forte : Bas-Saint-Laurent, Mauricie, Estrie, Outaouais, Gaspésie - Îles-de-la-Madeleine. Depuis 2004, on a observé une faible baisse (10 %) dans les régions centrales (Montréal et Capitale-Nationale). Nous ne pouvons tenter d'explication ou savoir si c'est une tendance qui se vérifiera à plus long terme, car nous ne disposons que de données sur trois ans. Montréal, comme vous vous en doutez, représente le cœur du spectacle au Québec. En fait, c'est environ la moitié en nombre de représentations, en nombre d'entrées et en revenus de billetterie.

Concernant le prix moyen des billets dans différentes régions, c'est un peu comme pour les disciplines, cela varie beaucoup. Ce qui se comprend bien sûr en partie, car ce ne sont pas les mêmes spectacles qui sont présentés. Les spectacles plus dispendieux, comme celui de Madonna, on ne les verra jamais en Gaspésie - Îles-de-la-Madeleine. Par ailleurs, les écarts tiennent aussi au fait qu'un même spectacle n'est pas vendu aux spectateurs au même prix à Montréal et dans l'Outaouais, par exemple.

En somme, pour conclure et résumer ce que révèlent les faits saillants dans l'enquête depuis trois ans, c'est que l'assistance des arts de la scène est plutôt stable. C'est un résultat positif, si on le compare avec le cinéma, où les entrées ont diminué de 12 % pour ces années — ce qui est assez important — et avec les musées, où les entrées ont diminué de 3 %. Évidemment, ce sont des choses fort différentes d'aller au musée ou au cinéma et d'aller aux spectacles, mais ce sont des sorties culturelles.

Les revenus ont augmenté de 9 %, le spectacle québécois obtient les trois quarts du marché. Le taux d'occupation du spectacle québécois est le même que celui de l'étranger. On observe des disparités régionales : les régions éloignées et périphériques sont plus faibles en terme d'assistance que les grands centres, et des régions sont en baisse pendant que d'autres sont en hausse.

Conférence de M. Rosaire Garon, sociologue et professeur associé, Université du Québec à Trois-Rivières.²

J'ai le plaisir d'être avec vous ce matin pour discuter du public du spectacle. Ce public du spectacle, qui est-il ? D'abord, nous allons parler des sources de données. Les données viennent de l'enquête du ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine sur les pratiques culturelles des Québécois en 2004. Cette enquête téléphonique a été faite auprès de la population âgée de 15 ans et plus de tout le Québec, à l'exception des villages cris et des villages nordiques. L'échantillon est très gros. Nous avons rejoint 6 670 répondants, ce qui nous permet d'avoir une fiabilité très grande et d'effectuer des croisements. Le domaine d'étude est très varié, les entrevues durent une moyenne de 30 minutes et les thèmes étudiés vont des pratiques audiovisuelles aux pratiques en amateur, en passant par les sorties.

² Avec projection de diaporama.

Pour la majorité des Québécois (64 %), la sortie au spectacle est une sortie exceptionnelle qui a lieu rarement au cours de l'année. Une minorité de Québécois assistent plus régulièrement aux spectacles : certains mensuellement (19 %), d'autres à toutes les semaines ou presque (3 %), ce sont des assidus. Enfin, il faut remarquer que 14 % des Québécois n'assistent jamais à des spectacles des arts de la scène.

Parmi la population, qui a la plus grande propension à fréquenter assidûment les spectacles, soit tous les mois ou toutes les semaines ? Ce sont les personnes issues de parents très scolarisés (36 %), les ménages à revenu élevé (28 %) – ceux dont le revenu annuel s'élève à 70 000 \$. Les personnes qui ont réalisé des études collégiales et universitaires font aussi partie de ce public. En ce qui concerne les groupes d'âge, nous retrouvons les 15-34 ans et les 45-64 ans parmi les assidus. Entre 35 et 45 ans, on observe une baisse de fréquentation du spectacle qui correspond au cycle de vie, aux charges familiales et à l'engagement professionnel.

Maintenant, qui forme le public assidu ? C'est-à-dire de qui est composé l'auditoire ? On voit que 80 % des personnes qui assistent aux spectacles vivent dans des ménages de deux personnes ou plus. C'est donc une activité sociale. Il y a le plaisir d'aller aux spectacles, mais le plus souvent elle est faite dans un cadre de sociabilité. Ensuite, les personnes ayant des études supérieures — collégiales ou universitaires — fréquentent beaucoup les spectacles et forment un peu plus de 70 % de l'auditoire. Viennent ensuite les personnes mariées, environ 50 %. On remarque aussi que 50 % de l'auditoire vient de parents peu scolarisés. C'est étonnant, car on sait que le milieu familial exerce une influence sur les pratiques culturelles. Les ménages à faible revenu, soit moins de 30 000 \$ par année, forment 32 %, les ménages à revenu moyen, 31 %, et les ménages à revenu élevé, 37 %. Les 15 à 34 ans forment un bon groupe à 38 %, les 35 à 54 ans, 34 %, et les 55 ans et plus, 28 %.

Maintenant, quels sont les spectacles vus par un auditoire assidu ? Principalement le théâtre en saison, puis les spectacles de chansonniers, de jazz, les artistes de groupes populaires et l'humour ; par la suite, cela baisse : la danse, le rock, le concert classique, la comédie musicale, le théâtre d'été, le cirque, l'opéra et les spectacles western ou country.

Quelles sont les raisons de fréquenter les spectacles par les assidus ? Il y a la discipline, que ce soit la danse, le théâtre ou la musique (32 %) ; il y a aussi le spectacle en soi (29 %) ; la publicité joue un peu (22 %) ; puis la volonté de se divertir (13 %) ; les intérêts personnels (12 %) ; la sortie avec des parents ou des amis ; voir des vedettes joue assez peu (8 %). Enfin, on remarque que l'abonnement n'est pas une raison majeure de faire une sortie.

Maintenant, quelles sont les raisons de ne pas fréquenter les spectacles, chez ceux qui vont rarement ou jamais aux spectacles ? C'est le manque de temps qui est la raison la plus souvent avancée (47 %). Or, on peut dire que souvent cette réponse cache un manque d'intérêt ! L'argent, bien sûr, est un autre facteur important (30 %). Certains sont

très honnêtes, ils disent qu'ils ne sont pas intéressés (18 %). Viennent ensuite l'éloignement des salles (8 %), le manque d'événements intéressants, puis la maladie et l'invalidité, et enfin d'autres raisons variées.

Maintenant, quels sont les types de spectateurs ? Il y a l'indifférent qui occupe une sphère assez grosse avec une proportion de près de 75 %. Par la suite, il y a le public des variétés (16 %), les passionnés (6 %) et le public de la danse (4 %). On voit donc que la sphère de la danse est plutôt petite par rapport à celle de l'indifférent.

Maintenant, que va voir le public des variétés ? Il y a la chanson (67 %), l'humour (56 %), les vedettes ou groupes populaires (56 %), le théâtre en saison (47 %), le rock (47 %), le jazz et le blues (42 %), le théâtre d'été (21 %). On voit donc que ce sont les intérêts de divertissement qui priment pour le public des variétés. L'opéra et l'opérette viennent en dernier, avec le western, la danse et le cirque.

Alors que chez les passionnés, on retrouve un public plus âgé, les baby-boomers. Le concert classique arrive en premier (95 %), suivi du théâtre en saison (79 %), de la chanson (61 %), jazz et blues (61 %), danse (54 %). Ce sont des disciplines traditionnelles qui motivent les passionnés. Viennent ensuite les vedettes ou groupes populaires (47 %), avec, au tout dernier rang, le western.

Maintenant, pour le public de la danse, on voit qu'il va à des spectacles de danse, mais les autres disciplines sont aussi présentes, mais à un niveau moins élevé que pour les passionnés. Ils s'intéressent au théâtre en saison (43 %), à la chanson (43 %), à l'humour (40 %), aux jazz et blues (39 %), aux vedettes et groupes populaires (39 %), l'opéra et l'opérette occupant ici la dernière place.

En terminant, une phrase : le public, c'est votre raison d'être.

Atelier 1 — Profession diffuseur

La présentation de la politique *Remettre l'art au monde* s'ouvrait en 1996 sur l'affirmation du rôle majeur de la diffusion des arts de la scène. On y soulignait l'importance du travail de ceux et celles qui s'étaient investis pour diffuser les arts de la scène. On affirmait que leur apport avait permis de faire reconnaître cette activité – la diffusion – comme une profession dépassant largement les limites de la simple présentation d'œuvres. La reconnaissance était claire : le diffuseur exerce un rôle majeur dans l'essor et l'accessibilité de la culture québécoise.

Parmi tous les contenus générés par les travaux en atelier, nous avons retenu les principaux points de convergence et les présentons ci-dessous en lien avec les questions qui constituaient les axes autour desquels s'articulait l'atelier.

1. Comment la profession a-t-elle évolué en 10 ans ? Quelle place y occupe la direction artistique ?
 - Les avancées de la professionnalisation et le développement des compétences sont reconnus unanimement.
 - La professionnalisation est manifeste avant tout dans le développement d'une direction artistique. On admet de façon générale que la profession de diffuseur comprend une responsabilité de direction artistique (certains préconiseraient l'utilisation des termes vision artistique pour traduire leur conception de l'intervention des diffuseurs en la matière).
 - On reconnaît la contribution majeure des diffuseurs en matière de développement de publics.
 - On dénote et déplore un accroissement important de la charge administrative qui incombe aux diffuseurs, souvent au détriment de la dimension artistique de leur travail.
 - Les réseaux sont reconnus comme des agents ayant exercé et exerçant un rôle majeur dans la professionnalisation de la diffusion. On cible en premier lieu les réseaux de diffuseurs, mais aussi les réseaux et liens multiples établis entre créateurs, producteurs et diffuseurs.
 - On affirme que diffuseurs pluridisciplinaires et diffuseurs spécialisés exercent un même rôle d'intermédiaire et de médiateur.

2. Quel est le rôle social du diffuseur ? Que devrait-il être ?
 - On reconnaît unanimement qu'à titre d'intermédiaire entre le public et l'œuvre, le diffuseur agit comme médiateur.

- Ce rôle s'exerce en fonction du milieu et de la communauté, selon les différents éléments constituant l'environnement du diffuseur.
 - L'organisme de diffusion et le diffuseur constituent un pivot pour la ville et la région et contribuent à la définition de la vie sociale et culturelle de leur communauté.
 - Véritable animateur et agent de son milieu, le diffuseur exerce un rôle social à multiples facettes, dirigé vers le public et ses divers segments, vers ses partenaires privés et publics dont, particulièrement, les instances municipales, scolaires, communautaires.
3. Comment les créateurs et les producteurs perçoivent-ils le rôle de la diffusion et des diffuseurs ?
- Les créateurs et les producteurs reconnaissent le rôle d'intermédiaire qu'exerce le diffuseur, le lien essentiel qu'il établit avec le public, en particulier en région. À cause de la connaissance du public et de son environnement, le diffuseur joue un rôle prépondérant dans le développement de publics.
 - On reconnaît une nette amélioration des relations qui lient créateurs, producteurs et diffuseurs, basée sur une confiance mutuelle.
4. Comment se dessine l'avenir de la profession dans les 10 prochaines années ?
- Imprégnés des données entendues en plénière le matin même, les participants ont retenu que près de 80 % des Québécois constituent un segment de public qualifié d'*indifférent* parce qu'ils ne fréquentent pas les spectacles (N. D. L. R. : M. Garon désigne par ce terme un groupe, 75 % de la population étudiée, pour lequel l'activité culturelle est marginale dans son univers de loisir.). Pour eux, cette donnée trace la voie de l'avenir : il faut rejoindre ce non-public et pour cela, entre autres, déborder les lieux traditionnels de diffusion, s'intéresser aux divers groupes d'âge, viser les communautés ethnoculturelles, etc.
 - En droite ligne avec la reconnaissance de la professionnalisation accrue de la diffusion, pour renforcer les structures et assurer la pérennité des acquis, les participants estiment qu'il faut éviter que le poids des organismes repose sur un seul individu, favoriser la relève en diffusion, notamment avec des programmes de mentorat, et soutenir les équipes professionnelles (limiter le recours au bénévolat comme mode de fonctionnement).
 - Il faut s'assurer d'alléger la part de l'administratif pour que le travail artistique occupe la première place.

Atelier 2 — Une culture accessible à tous

La première grande priorité de la politique *Remettre l'art au monde* est l'accès de la population à un éventail diversifié de spectacles qui reflètent la richesse de la création québécoise et étrangère. La politique affirme l'importance d'assurer la diffusion sur tout le territoire, de manière à offrir une programmation régulière à toute la population. La politique reconnaît que fidéliser le public tout en lui présentant de la nouveauté est un immense défi, d'autant plus que les choix de programmation doivent viser la recherche d'équilibre budgétaire.

Concernant le jeune public, on affirme la nécessité « d'inscrire l'éducation artistique et la dimension culturelle à l'école et au collège au cœur de la mission générale du système scolaire en y valorisant, notamment, la fréquentation et la connaissance des œuvres. ».

En ce qui a trait aux infrastructures, le réseau des salles devait être amélioré. Il fallait augmenter le nombre de salles de qualité, de gabarits variés et adaptés aux divers types de spectacle appelés à y être présentés (du spectacle à grand déploiement au spectacle intimiste).

5. En considérant l'évolution de la diffusion, comment évaluer le travail accompli depuis 1996 ? Quels sont les facteurs de succès ? Les contraintes ?
 - Le travail en réseau (réseaux de diffuseurs, réseaux mixtes de producteurs et de diffuseurs) s'impose comme le premier facteur de succès.
 - Vient ensuite le développement d'une offre continue, diversifiée, de qualité.
 - Le tout porté par une vision artistique, avec cohérence et continuité.
 - Les participants ont fait référence à des pratiques, notamment en matière de communication (p. ex. l'utilisation du Web pour contrer les limites des médias traditionnels, le soin apporté à la promotion), à l'amélioration des infrastructures, au financement dédié de manière spécifique au soutien des disciplines (p. ex. pour soutenir la diffusion de la danse ou du théâtre de création) ou à des initiatives particulières favorisant une façon différente d'amener créateurs et public à se rencontrer (p. ex. le travail en résidence).
 - Au chapitre des contraintes, on déplore, globalement, que l'environnement soit de moins en moins propice à développer le goût de l'art et la connaissance de la création contemporaine.
 - Toujours d'un point de vue global, on déplore le manque de temps et d'argent dont souffrent les diffuseurs, en particulier pour travailler auprès du jeune public ou pour soutenir la diffusion de disciplines ou de propositions artistiques plus exigeantes.

- Le contexte socioéconomique et l'évolution démographique constituent d'autres contraintes quant au développement.
 - La concurrence entre diffuseurs constituerait une autre contrainte importante.
 - On déplore les lacunes en matière de salle et d'équipements spécialisés adaptés à la diffusion des artistes en émergence et de propositions artistiques particulières.
 - Enfin, on souligne les contraintes découlant des ressources humaines limitées et de l'absence de permanence professionnelle au sein de plusieurs structures.
6. Comment s'explique la disparité de la programmation d'une région à l'autre ? Quels sont les freins à l'accueil chez les diffuseurs ? Quels sont les freins à la circulation chez les producteurs ?
- De l'avis de plusieurs, la disparité de la programmation d'une région à l'autre serait inévitable, la programmation étant établie d'après la vision artistique de chaque diffuseur et d'après son environnement (entre autres, clientèles et marché).
 - La disparité s'explique par la disponibilité des spectacles pour l'ensemble des régions, la volonté des artistes et des producteurs de circuler (ou non) sur tout le territoire.
 - L'inadéquation de certaines salles contribue à la disparité régionale.
 - Le financement de l'accueil et de la tournée constitue une double contrainte.
7. Comment s'intègre la programmation d'artistes hors Québec ?
- Les participants estiment que la programmation des artistes hors Québec serait facilitée par des améliorations aux programmes de soutien public, davantage de souplesse, une redéfinition des exigences.
 - La programmation d'artistes hors Québec s'intègre souvent difficilement aux structures d'abonnement des diffuseurs.
 - L'état des structures d'accueil en milieu francophone hors Québec permet difficilement de constituer un travail de réseau.
8. L'état des lieux et des équipements de diffusion permet-il aux diffuseurs de s'adapter à l'évolution de l'offre de spectacles, aux exigences techniques des formes émergentes ? Que considérer prioritairement pour planifier l'amélioration du réseau des salles de spectacles ?
- D'un avis presque unanime, les participants insistent sur la nécessité de diversifier les lieux de présentation de spectacles, sur l'éclatement des lieux, le développement de l'adaptabilité des salles. Bref, on adhère à la nécessité de

changer de vision à cet égard en demandant un changement d'attitude similaire chez les instances de financement, ainsi qu'un assouplissement de la réglementation.

- Ainsi, l'amélioration des équipements et des salles de jauge variées (en particulier de petite jauge) permettrait aux diffuseurs de mieux accueillir la diversité des propositions, notamment en arts du cirque, en danse.
- Le développement des salles et les investissements dans les infrastructures doivent notamment répondre à la nécessité de renforcer et compléter la chaîne des salles pouvant assurer des tournées complètes sur le territoire.

9. Quelles sont les pistes à privilégier pour accroître la circulation des œuvres ?

Formulée à l'issue de deux séances consécutives d'échange, cette question a suscité, comme en conclusion, plusieurs rappels d'éléments mentionnés précédemment, à divers égards (financement, salles et équipements, ressources humaines, direction artistique). Parmi ceux-ci, deux éléments se démarquent nettement par la fréquence des mentions.

- Il faut poursuivre le travail en réseau, le consolider, l'intensifier, en assurer le financement public.
- Il faut assurer l'accès des jeunes aux arts de la scène, soutenir les diffuseurs pour qu'ils réalisent le travail nécessaire auprès du milieu de l'éducation.

Conférence — Les instances municipales et la diffusion des arts de la scène

Animation : Ariane Émond

Allocution de Mme Francine Ruest Jutras, mairesse de Drummondville et présidente de l'Union des municipalités du Québec.

Madame Christiane Barbe, sous-ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine,

Madame Danielle-Claude Chartré, sous-ministre adjointe de la Culture, des Communications et de la Condition féminine,

Madame Denise Arsenault, présidente de RIDEAU

C'est avec plaisir que j'ai accepté l'invitation de l'équipe de RIDEAU de participer à ce premier Forum national sur la diffusion des arts de la scène.

La place des arts et de la culture dans notre société est de plus en plus importante. Il y a quelques années, au moment où j'agissais à titre de présidente de l'Union des municipalités du Québec, j'ai eu à faire une tournée du Québec. Au cours des différentes rencontres auxquelles je prenais part, il se dégagait un consensus : la priorité des municipalités était accordée au développement économique et à la création d'emplois. Toutefois, autre constat important, tous étaient unanimes à dire qu'on ne pouvait prétendre faire de véritable développement sans qualité de vie. D'où notre intérêt à exprimer notre volonté claire de développer les arts et la culture, d'offrir aux citoyens des activités diversifiées, enrichissantes et divertissantes qui font vraiment partie intégrante de son milieu de vie, puisque cela est essentiel pour accroître notre capacité d'attraction et de rétention des citoyens.

On m'a demandé de vous parler des relations harmonieuses que la Ville entretient avec son diffuseur de spectacles, la Corporation du Centre culturel de Drummondville. La ville de Drummondville a un centre de diffusion des arts de la scène depuis 1967. Pour souligner le centenaire de la Confédération, le gouvernement fédéral avait investi dans la construction d'un certain nombre de centres culturels. Ce centre desservait, outre la population de Drummondville, un bassin important de clientèle entre Montréal et Québec. Il fut construit légèrement en périphérie du centre-ville où on retrouve le Cégep et de nombreuses écoles.

Peut-être eût-il été préférable de le construire en plein centre-ville, où son rayonnement aurait pu susciter la venue d'autres activités. Toutefois, même si certains auraient peut-être souhaité, dans le cadre d'un projet d'agrandissement dont je vous parlerai tout à l'heure, le voir déménager, nous sommes d'avis que sa localisation actuelle est adéquate.

Si certains ont pu croire qu'il serait un éléphant blanc — on se rappellera l'appellation « la place des autres » (arts) —, la réalité a démontré le contraire et, au fil du temps, il s'est imposé de façon plus significative dans la vie des Drummondvillois.

Pour souligner ses 40 ans, la Corporation du Centre culturel évoquait il y a quelques semaines, de façon fort appropriée, 40 ans de passion artistique, passion partagée autant par les gestionnaires et animateurs du Centre que par les artistes qui s'y sont produits et le public qui a applaudi leurs performances. On voit ici l'importance du rôle du diffuseur qui met en relation artistes, créateurs et leurs œuvres, interprètes et citoyens. Pendant cette période, le centre a tenu 5 800 manifestations scéniques qui ont attiré quelques millions de personnes.

La Corporation du Centre culturel, pour sa part, a 20 ans. Son conseil d'administration compte 10 membres provenant de différents milieux dont un du milieu scolaire, trois du milieu socio-économique, trois de la population, un des organismes résidents, un élu municipal et un élu de la MRC de Drummond.

Il s'agit de l'entité à qui la ville a confié le mandat de gérer tant cette salle de 1 000 places et ses équipements que les programmes. Sa vocation culturelle rayonne localement et régionalement, notamment dans la diffusion des arts de la scène et des arts visuels. En 2006, elle accueillait 122 151 spectateurs, dont 40 % provenaient de l'extérieur de la MRC de Drummond pendant l'année et 87,5 %, pendant la saison estivale.

Par ses programmes et services, elle s'adresse à une clientèle de tous âges et évolue dans le respect de ses clients, de ses partenaires, de ses liens politiques et de ses ressources humaines, physiques et financières. Elle doit rendre vivants et habités les lieux qu'elle opère, assurer un développement optimal de son potentiel et offrir une programmation et des services accessibles par la diversité des coûts.

De plus, et c'est ce qu'il faut retenir, elle doit avoir un souci d'éducation en faisant place, dans ses programmes, à des activités de développement tant auprès du public qu'à l'égard des produits présentés, et ce, dans tous les secteurs d'intervention. C'est un mandat large qui laisse place à l'initiative.

En somme, et c'est ce qu'il faut retenir, la Corporation, c'est le bras agissant de la Ville en matière de diffusion des arts de la scène tout comme l'est la SDED (Société de développement économique de Drummondville), en matière de développement industriel et touristique ou le Commissariat au Commerce, en matière commerciale.

Cela suppose, bien sûr, que la Ville lui donne les moyens et les outils nécessaires pour accomplir sa tâche de façon dynamique et efficace. Notre contribution financière, pour la partie diffusion du Centre culturel, excluant les activités aquatiques, est d'environ 400 000 \$ annuellement.

Le Centre culturel contribue de façon très active à la vie culturelle en hébergeant gratuitement six organismes qui utilisent les différents plateaux de répétition et profitent des services offerts.

En effet, l'Académie de ballet, l'école de musique À la portée des sons, l'ensemble folklorique Mackinaw, l'école de théâtre Languedor, l'Orchestre symphonique de Drummondville et l'Ensemble vocal de Drummondville attirent des centaines de participants hebdomadairement qui font du centre un lieu toujours fréquenté. Cela démontre clairement que les citoyens, dont un très grand nombre de jeunes, se sont approprié le Centre. Plus qu'une salle de spectacle, il est devenu ainsi une véritable maison de la culture.

Le Centre culturel est aussi un incubateur pour l'éclosion d'initiatives culturelles structurantes, par exemple, le Mondial des cultures.

Il génère des retombées économiques de 3,2 M\$ par année. Il a été un acteur important dans la mise en marché de l'infrastructure touristique en initiant, il y a quelques années, la forfaitisation des événements estivaux. À ce titre, au cours de l'été 2007, plus de 15 000 forfaits ont été vendus par le service de sa billetterie.

Ces forfaits repas/spectacles, au nombre de 8 000, et forfaits hébergement, au nombre de 7 000, contribuent grandement à la notoriété de la ville de Drummondville. Voilà l'une des initiatives du diffuseur qui a élargi son mandat et fait en sorte d'être au premier plan dans son milieu.

Le Centre culturel a actuellement un projet majeur de réaménagement, de rénovations et d'agrandissement de l'ordre de 11,5 M\$, dont une participation municipale de 3 M\$.

Ce projet veut affirmer davantage sa présence et témoigner de l'atmosphère et de l'effervescence des activités qui s'y déroulent.

Il s'agit, en fait, d'agrandir la scène d'un tiers, de doubler la superficie des foyers pour favoriser la convivialité, de rehausser la qualité acoustique de la salle et d'augmenter sensiblement la superficie des espaces de support à la scène.

Ce projet doit obtenir le soutien financier du gouvernement. Oui, il est encore important d'investir dans le béton. Les artistes ont besoin de lieux de qualité où se produire.

Pour plusieurs municipalités, c'est le cas particulièrement des plus petites, le point d'ancrage des activités culturelles, c'est la bibliothèque, même si, dans de plus petits milieux, des salles de spectacles ont vu le jour (par exemple, le Théâtre Belcourt à Baie-du-Febvre et la petite chapelle Saint-Gérard à Saint-Félix-de-Kingsey).

Dans les villes, les choses sont différentes. Si la bibliothèque est toujours un pôle fort significatif, les lieux de diffusion ont un rôle de premier plan et sont parfois, comme c'est le cas chez nous, de véritables maisons de la culture.

Leur influence sur la vie culturelle est certaine et ils deviennent rapidement des endroits courus, des lieux de rencontres très fréquentés – et leur apport à la qualité de vie d'un milieu est indéniable.

Les villes l'ont bien compris, et de plus en plus d'entre elles tiennent à avoir sur leur territoire une salle de spectacle. Elles sont bien conscientes que le développement économique et le développement culturel vont de pair, comme je l'ai mentionné d'entrée de jeu.

De plus, le développement culturel fait aussi partie de leurs responsabilités. Elles sont nombreuses à s'être dotées de politiques culturelles, seules ou encore avec l'ensemble de leur MRC, où la diffusion des arts de la scène figure en bonne place.

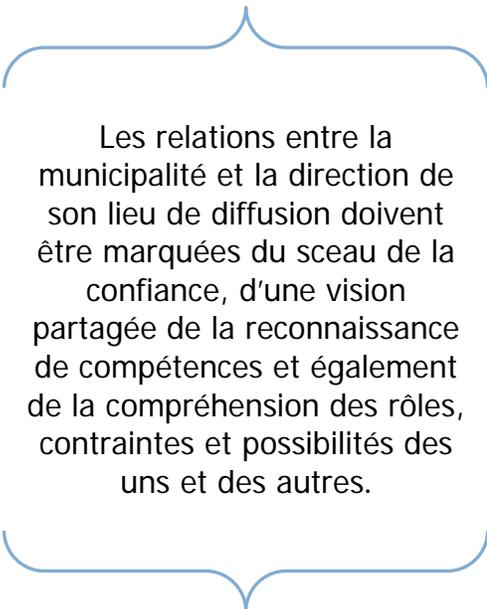
À cet égard, la politique culturelle de la MRC reconnaît l'importance de la présence du Centre culturel comme salle de spectacle à caractère régional.

Elle vise à encourager une présentation régulière et diversifiée de spectacles accessibles à toute la population et à promouvoir, auprès de la population, une plus grande fréquentation des lieux de diffusion répondant aux exigences des créateurs.

Les municipalités se retrouvent avec de plus en plus de responsabilités, toutes importantes pour le citoyen. Le développement des arts et de la culture est en concurrence avec beaucoup d'autres services. Vous avez tous lu dans les journaux les sommes énormes que les villes devront investir pour la mise à niveau de leurs infrastructures par exemple. Et si les besoins sont de plus en plus grands et diversifiés, l'argent, lui, n'est pas facile à trouver puisque l'impôt foncier, dans bien des cas, a atteint ses limites.

Les élus municipaux doivent donc faire des arbitrages et procéder à des choix souvent difficiles et cela, sans compter que les subventions, en ce qui a trait à notre lieu de diffusion, provenant du gouvernement, ont légèrement fléchi, dans notre cas, pour être maintenant gelées (97 000 \$).

Voilà pourquoi les relations entre la municipalité et la direction de son lieu de diffusion doivent être marquées du sceau de la confiance, d'une vision partagée de la reconnaissance de compétences et également de la compréhension des rôles, contraintes et possibilités des uns et des autres.



Les relations entre la municipalité et la direction de son lieu de diffusion doivent être marquées du sceau de la confiance, d'une vision partagée de la reconnaissance de compétences et également de la compréhension des rôles, contraintes et possibilités des uns et des autres.

Comment, chez nous, percevons-nous la fonction de diffuseur ? Le dirigeant d'un centre de diffusion est, certes, quelqu'un qui apprécie les arts, qui a su développer un sens artistique sûr. Quelqu'un, aussi, qui doit avoir le sens des affaires et avoir du flair. Il doit être un bon négociateur : attirer des artistes de renom sans tout laisser sur la table. Il doit aussi être capable d'audace, présenter des spectacles qui sortent des sentiers battus, le Ministère a certaines exigences à cet égard.

Il doit être prêt à accueillir des spectacles locaux même si ce n'est pas vraiment payant, parce qu'il s'agit d'une façon extraordinaire, pour les citoyens, de s'approprier leur salle de spectacle. C'est une chose importante pour les élus.

Il doit savoir établir de bonnes relations avec les artistes, la qualité des rapports humains joue un rôle important. Il doit être soucieux de l'accueil et des services au public, mais également faire en sorte d'offrir aux artistes de se produire dans les meilleures conditions. Ce sont là des améliorations que nous permettra de faire notre agrandissement. Il doit également se préoccuper du développement de disciplines pas toujours les plus populaires, la musique classique, la danse, le théâtre, par exemple.

Dans ces circonstances, de bonnes ententes avec différents partenaires, comme cela se fait chez nous avec la Commission scolaire et le Cegep, auront un impact important.

Il y a, dans le rôle de directeur d'un centre de diffusion des arts de la scène, une dimension artistique indéniable, mais aussi un aspect financier non négligeable.

Quelques spectacles moins courus, parce que moins populaires, des assistances en baisse à cause de mauvaises critiques par exemple, auront un résultat négatif sur la fin de l'année financière. Cela pourra amener la municipalité à augmenter sa contribution aux opérations ou encore cela constituera des contraintes financières non négligeables pour l'organisme. Une baisse d'achalandage à la bibliothèque n'aura pas ce genre d'impact. Le rôle de diffuseur a donc sa dynamique bien particulière.

À Drummondville, la Corporation jouit de la confiance de la Ville et elle a toute la latitude voulue pour remplir son mandat et faire du développement. Elle bénéficie d'une grande liberté d'action. Il y a 20 ans, cette relation entre la Ville et le diffuseur était innovatrice et cela le demeure toujours.

Il s'agit là d'un élément important pour stimuler la création dans les façons de réaliser différents projets : exemple, la mise en place du réseau Ovation en tant que principal actionnaire de la compagnie. Les surplus d'Ovation sont investis dans le fonctionnement afin d'assurer la pérennité des budgets pour poursuivre le développement de la qualité artistique et des publics.

Cette latitude permet également un climat de travail très stimulant et favorise l'esprit d'initiative. Nous savons que les projets qu'elle nous présente ont été bien réfléchis, que les demandes qu'elle nous adresse ont été bien pesées. Nous les évaluons, bien sûr, au

mérite, mais nous savons que les dirigeants de la Corporation partagent notre souci de rigueur, d'efficacité. Comme nous, ils veulent faire grandir la ville et offrir à la population des produits de qualité.

Cette saine relation entre la Ville et son diffuseur se sent dans le milieu et a des répercussions très positives. Depuis la création de la Corporation du Centre culturel de Drummondville, celle-ci a développé plusieurs collaborations. À ce titre, plusieurs partenaires privés s'y associent annuellement.

On estime que, depuis près de 20 ans, plus de 1 072 000 \$ ont été versés par les principaux commanditaires. Cette relation d'affaires est une démonstration éloquente supplémentaire de la liberté d'action et de la confiance mutuelle.

On peut dire que le Centre culturel s'est trouvé des appuis solides dans la collectivité qui, d'ailleurs, seront appelés à faire leur part dans le projet de réaménagement, tout comme la population.

En terminant, je vous dirai, et j'espère l'avoir démontré, que vous jouez un rôle stratégique dans le développement de la culture puisque vous offrez aux créateurs un lieu où s'exprimer et faire connaître leurs œuvres.

Répartis un peu partout au Québec, vous permettez aux citoyens des régions une meilleure accessibilité aux arts.

Villes et diffuseurs ont tout intérêt à créer des partenariats productifs, à être des alliés sûrs puisque nous partageons un objectif commun pour nos concitoyens : ouvrir une porte sur le monde fascinant de l'expression artistique.

Je vous souhaite à tous des discussions fructueuses. Bonne fin de Forum.

Table-ronde 1 — Développement de publics et développement de marchés

La deuxième grande priorité de la politique *Remettre l'art au monde* est la sensibilisation et le développement de publics. Ce qui demande des échanges nouveaux entre les professionnels et le public et nécessite une action à long terme. Au moment de la promulgation de la politique, il s'agissait de stimuler et de raviver l'intérêt des citoyens pour les arts, et d'encourager les médias dans leurs efforts pour sensibiliser davantage les citoyens aux arts de la scène.

Animation : Ariane Émond.

Gilles Dessureault, directeur général du Centre culturel de Joliette

Quel beau sujet que le développement de publics et le développement de marchés ! Un sujet à la mode s'il en est un. D'abord, il faudrait clarifier ce qu'on entend par développement de publics et développement de marchés. Je ne suis pas sûr qu'il y ait beaucoup de gens et de diffuseurs qui sachent exactement ce que c'est. Je suis diffuseur depuis 1988 et j'ai ce même flou artistique quant à la définition de ces termes.

Pour moi, le développement de publics est souvent lié à une discipline, soit le jazz, la musique classique, musique du monde, la danse et la chanson, ou à une clientèle particulière, soit le jeune public. L'objectif est d'augmenter l'assistance dans ces disciplines par des activités de sensibilisation. Le développement de marchés est lié à un territoire ou une partie de territoire et vise à augmenter le public par la promotion, la publicité, le marketing. En principe, les deux vont de pair pour assurer un meilleur développement d'une discipline. Le travail sera différent selon la région ou le marché, qu'il soit « ouvert » ou « fermé ».

Un marché ouvert, c'est un marché où l'offre de spectacles est nombreuse, la concurrence vive et où les clientèles se déplacent. C'est le cas des salles situées en périphérie de Montréal, entre autres, ou de Québec. Un marché fermé est un marché où l'offre de spectacles et la concurrence sont limitées, et où la clientèle est plus ou moins captive. C'est le cas de l'Abitibi, de la Côte-Nord, entre autres. Le développement de publics lié aux disciplines et le développement de marchés se font probablement de façon différente selon qu'on travaille dans un marché ouvert ou dans un marché fermé.

Je vais citer mon propre exemple : je suis diffuseur à Joliette depuis l'an 2 000. Je présente un soir un pianiste de concert ou un quatuor à cordes en musique classique. La même semaine, l'offre de spectacles pour les gens de Joliette comprend Kent Nagano avec l'Orchestre symphonique de Montréal ou Louis Lortie avec l'Orchestre métropolitain. J'ai beau être à Joliette où, selon le mythe, c'est le paradis de la musique classique, grâce au Festival international de musique de Lanaudière créé par le Père Lindsay, j'ai beau avoir le Père Lindsay et son armée de bénévoles de l'Opus 130 pour m'aider dans le

développement de publics dans cette discipline – ils font des téléphones et des activités de sensibilisation – je vais quand même avoir 32 personnes dans ma salle de 856 places. Pourquoi ? La clientèle de musique classique étant une clientèle plus fortunée, entre autres, elle n'hésitera pas, elle choisira d'aller à Montréal, située à 45 minutes de Joliette. Je perds ainsi mon public de base avec lequel je pourrais bâtir une clientèle. Je diffusais à Grand-Mère en Mauricie, au début des années 90, dans une salle de 250 places, et là, j'attirais fréquemment 200 spectateurs par représentation aux concerts de musique classique dans un marché où, à l'époque, la concurrence se limitait à l'Orchestre symphonique de Trois-Rivières.

Je pensais que ce serait plus facile de développer la musique classique à Joliette puisque j'étais dans le paradis de la musique classique, alors que ça a été le contraire. À Grand-Mère, je faisais un développement de public de cette discipline qui fonctionnait jusqu'à un certain point. Le certain point est lié à la discipline elle-même et à sa mise en marché. À Joliette, je dois faire un développement de marché avec la musique classique que je n'ai pas les moyens de réaliser, parce que je n'ai pas les moyens d'annoncer dans le Journal de Montréal et dans La Presse toutes les semaines, entre autres.

Durant ma première année à Joliette, j'ai programmé des noms assez connus - que je tairai, question de respect -, et j'ai perdu jusqu'à 10 000 \$ pour un spectacle. Il ne faut donc surtout pas penser que le développement de publics des disciplines et le développement de marchés doivent se faire de façon semblable dans chaque région. S'il y a une recette, j'aimerais la connaître.

Les gouvernements ont inclus dans leur formulaire de demande de subvention la notion d'activités de développement de publics ou d'auditoires. Il faudrait peut-être penser que selon les régions et les marchés ça n'entraîne pas nécessairement le même succès. Dans certains cas, c'est l'argent en publicité ou en promotion qu'il faudrait augmenter. Par ailleurs, il ne faut pas penser non plus que le poids du développement de publics d'une discipline incombe au diffuseur. Il incombe d'abord et avant tout à la discipline elle-même, au producteur et à l'artiste d'en faire la promotion. Voilà. J'aurais beaucoup de choses à dire encore, mais...

Pierre MacDuff, directeur général de la compagnie de théâtre Les Deux Mondes

Quelques mots d'abord sur Les Deux Mondes dont je suis directeur général. La compagnie a été fondée sous le nom La Marmaille il y a 35 ans. Ses fondateurs sont toujours à pied d'œuvre. La compagnie a changé de nom lorsqu'elle a eu 20 ans parce que ses spectacles n'étaient plus que des spectacles destinés au jeune public. Certains le sont, d'autres sont des spectacles qui s'adressent au public adulte et enfin d'autres spectacles touchent les deux publics dans leur entendement respectif.

La compagnie comporte trois directeurs artistiques, dont deux fondateurs : Daniel Meilleur et Monique Rioux, Monique ayant une passion pour l'animation. En fait, la

compagnie est née en 1973 d'expériences menées auprès d'auteurs et d'enfants qui travaillaient des spectacles ensemble. C'est peut-être ça qu'elle a gardé, la compagnie j'entends, au fond de sa mémoire et de son cœur. Pendant des années, l'animation n'était plus mise au service de la compagnie. Elle est revenue au premier plan lorsque nous avons créé et bâti un centre de production en 1996 dans le quartier Villeray, une année qui correspondait aussi au retour de la compagnie d'une tournée au Vietnam, avec son spectacle sans paroles *Terre promise Terra promesa*. Nous étions la première compagnie à jouer à Hanoï depuis la guerre d'indépendance. C'était là un événement fantastique pour le public et pour nous. Au retour, nous nous sommes dit *O.K. c'est très bien, mais qu'est-ce qu'on fait pour les Vietnamiens de la rue Chabot, là où on est installé*. C'était aussi — il faut bien le dire — au moment où nous avons un peu renoncé à tourner au Québec puisque, à l'évidence, on ne nous demandait pas. On va jouer là où on veut de nous. Si c'est Hanoï et bien c'est là que ça se passe. Si c'est chez nous et bien nous sommes encore plus contents, mais ça ne se présentait plus guère alors que nos spectacles, à l'évidence, ne sont pas des spectacles conventionnels, mais qui ont un fort degré d'accessibilité. Alors, nous nous demandions : *comment ça se fait que ça joue ailleurs, que ça ne joue pas chez nous, alors que notre désir était de jouer chez nous ?*

Ça a été l'occasion de remettre sur pied les ateliers d'animation qui accompagnent les spectacles, des activités d'animation que nous proposons aux diffuseurs, en particulier au Québec, et qui font en sorte que la compagnie, Monique Rioux en l'occurrence, se déplace longtemps avant la venue du spectacle. Elle le fait pour travailler dans les régions, avec les communautés, sur les thématiques du spectacle, pour faire en sorte qu'il y ait des gens qui, par le biais d'arts, que ce soit la peinture le théâtre, le chant choral, la photo, l'installation, travaillent sur des sujets qui sont en cause dans le spectacle. Les résultats du travail sont présentés le soir même de la représentation dans le hall des endroits qui nous accueillent, ce qui, évidemment, crée un événement dans la communauté.

Nous allons aborder la partie multimédiatique de l'exposé, puisque je vais vous montrer quelques images de cette animation qui accompagnait le spectacle *Leitmotiv*, un spectacle sur la guerre que nous avons eu le bonheur de présenter dans neuf villes du Québec. Vous verrez que dans les différentes villes, ces travaux prennent diverses formes, mais ils sont tous en étroite résonance avec le sujet du spectacle. Vous verrez dans tous les cas, ce qui pourrait être des installations ou, ici, des gens qui font des actions au ralenti. Ces actions sont reprises en boucle. Elles se déroulent en étroite corrélation avec un texte qui est posé sur un lutrin, un texte où on pouvait lire des lettres de guerre qui avaient été écrites pendant la guerre de Sarajevo et qui étaient, là aussi, en étroite corrélation avec le spectacle.³

Vous entendez la musique du spectacle *Leitmotiv*, un spectacle sans paroles. Une chanteuse d'opéra, qui est la protagoniste, joue le personnage principal.

³ Une projection vidéo commence à l'instant dans la salle.

Ces gens sont de simples citoyens qui ont suivi un atelier de théâtre la veille.

Le soir du spectacle, le public déambule autour de ces statuaires, prend connaissance des lettres qui sont écrites...

Ici, nous sommes à Baie-Comeau. Au total, 120 personnes avaient participé aux ateliers.

Ailleurs, l'animation pouvait mener à une composition musicale ou à une prestation musicale en direct, comme c'était le cas à Valleyfield... ou à Chicoutimi.

Ici, nous apercevons des artistes qui exécutaient une peinture en direct... avec, toujours, dans le hall ces statuaires, ces scènes de théâtre qui sont reprises au ralenti et en boucle, ce qui crée un leitmotiv, un véritable climat hypnotique, qui attire l'attention. Comme je le mentionnais, ce sont des citoyens, cette dame, qui s'agenouille, fêtait ce jour-là son 82^e anniversaire. Évidemment, un travail de cette nature implique des moyens, suppose d'abord le désir de le faire. Il implique la capacité, la compétence pour le faire. Il exige et engage des ressources. Chez nous, une codirectrice se consacre à ce travail.

Ce qui est intéressant aussi, c'est que... on parle davantage du spectateur. Ce n'est pas qu'une question quantitative, c'est une question qualitative. Les gens qui portent un regard sur le spectacle, a fortiori les participants d'un atelier, portent un regard absolument acéré sur la représentation qui leur est donnée à voir. Même comme public, quand vous arrivez dans un hall où se passe *cela*, vous comprenez que ce n'est pas une soirée d'humour, d'abord, et, ensuite, qu'il y a une mise en disponibilité du spectateur qui est fabuleuse. (Fin de la projection)

Ce travail-là peut se décliner de différentes façons. Je viens de présenter un aperçu de la façon dont nous le faisons. À la Maison Théâtre, la Maison québécoise du théâtre pour l'enfance et la jeunesse que je préside, il y a tout un travail, systématique, qui s'est fait avec les Habitations Jeanne-Mance, qui sont les citoyens d'en face, pour qui c'est tout aussi difficile de traverser la rue que de se rendre dans un endroit éloigné. Avec les ans, au fil du travail assidu qui a été fait par les gens de la Maison Théâtre, les enfants et leurs parents ont été conquis un à un, et de la poignée qu'ils étaient au départ de ce travail, ils sont devenus plus nombreux et constituent des auditoires.

Pour moi, l'importance est là... le défi est là... le défi, c'est de trouver comment faire pour attirer un public qui n'est pas acquis d'avance. À mon sens, ce n'est pas par une surenchère de moyens publicitaires, c'est dans ce travail de fourmi où il faut aller chercher le spectateur... Nous, sur la rue Chabot, nous nous sommes dit *on va les avoir*. Même si nous ne sommes pas un centre de diffusion, le défi c'était d'attirer nos voisins, c'était de les avoir rue par rue, maison par maison, un par un. C'est un travail qui doit s'installer dans la durée.

De la même façon, lorsqu'il y a des événements comme ceux que nous proposons en région, les diffuseurs doivent s'y agripper et y donner suite rapidement. Idéalement, la

fois suivante, pas nécessairement avec nous, avec une autre compagnie. Sinon ce ne sont que des événements. Comment fidéliser le public s'il n'a accès qu'à des expériences sporadiques ? Moi, je suis convaincu qu'il y a des gens qui ont vu *Leitmotiv* ce soir-là qui s'en souviennent encore, comme nous nous souvenons, au théâtre Les Deux Mondes, de chaque ville visitée, parce que c'était une expérience marquante.

Mais des expériences comme celles-là doivent être répétées pour pouvoir véritablement construire dans la durée et fidéliser les gens. On y reviendra...

Josiane Arsenault Dubé, responsable du développement scolaire à l'Arrière Scène, centre dramatique pour l'enfance et la jeunesse en Montérégie

Je viens vous parler de l'OSE, qui veut dire oser, qui est *l'opération séduction des enseignants*. Je n'ai pas peut-être autant de bagage que mes éminents et sages collègues, la plupart en tout cas de ce panel, mais je peux vous dire que j'ai consacré les dix dernières années de ma vie à cette passion de développer des liens particuliers avec les enseignants. Je vous dirais que durant ces dix dernières années, tous les outils que nous avons mis en place auprès du public scolaire ont quintuplé l'assistance dans les salles. Je pense que nous avons pris une bonne tangente. Nous espérons continuer dans la même voie.

Il faut surtout ne pas voir l'enseignant comme un client, ne pas voir l'enseignant comme quelqu'un qui va juste venir passer une heure dans le théâtre avec vous, mais comme un partenaire, presque un associé. Comment fait-on pour en arriver là ? C'est sûr qu'il y a plusieurs façons d'entrer dans les écoles, et les enseignants constituent la plus grande porte d'entrée. Dites-vous que souvent, dans l'école, l'enseignant qui aime le théâtre c'est celui qui a la plus grande bouche, qui peut être le porteur de paroles et, souvent, celui qui peut être votre ambassadeur. Sa passion est communicative et il peut aller chercher ses collègues.

J'en suis venue à me dire que dans chaque école se trouve au moins un professeur sur qui je peux compter. Je sais qu'il va être un agent multiplicateur. Si j'ai un nouveau projet, si j'ai un spectacle un peu plus difficile à passer, je vais l'appeler et je vais le lui proposer à lui en premier. Je vais lui demander d'en parler à ses collègues en faisant une sorte de mélange : de moi, ma langue, mes mots et de ma façon de parler du spectacle, et de la sienne.

Le truc aussi pour réussir à créer ce lien-là avec les enseignants, c'est d'être à l'écoute de leurs besoins. Le métier d'enseignant au Québec vit présentement une grande, grande, grande période de dévalorisation et, sans nécessairement en prendre avantage, je pense que, quand on a une oreille, une écoute pour ce que vivent les professeurs — avec le boycottage, on le sait, qu'ils ont quand même des difficultés à amener les enfants au théâtre..., parce que la sortie au théâtre, la sortie dans un lieu culturel, n'est pas une

activité obligatoire ni même essentielle, je pense qu'il faut les aider le plus possible dans leur démarche.

Comment y arriver ? Je crois qu'une des solutions est de proposer des activités clés en main. Par le nouveau programme, on demande aux enseignants de faire une chose pour laquelle ils ne sont pas du tout formés, c'est-à-dire d'enseigner l'art dramatique dans leur classe. Nous pouvons les aider, leur dire : *écoutez, si vous venez voir un spectacle chez nous, y a quelqu'un qui va aller chez vous 20 minutes avant pour préparer les enfants.* Nous pouvons leur donner des trucs, leur envoyer des feuilles de diction, créer ce dialogue avec eux. Quand ils nous appellent et nous disent : *écoutez, moi je voudrais bien monter une pièce avec mes enfants, mais je ne sais pas trop comment faire,* nous leur répondons : *madame, venez au théâtre, vous allez voir ce qui se fait professionnellement, et après, nous pourrons discuter avec les enfants et voir comment ils peuvent appliquer ça à leurs pratiques.*

Je pense que les enseignants ressentent un très grand plaisir de se sentir écoutés, de se sentir compris, compris aussi dans leur besoin de ce qu'ils ont envie de voir comme spectacles. À l'Arrière-Scène, nous présentons souvent une programmation qui est audacieuse, des spectacles qui sont un peu avant-gardistes. Aussi, des professeurs nous disent parfois : *ben moi cette année j'ai une classe qui vit des choses très dures, je veux voir un spectacle plus léger, plus facile.* Il faut être à l'écoute de ça.

Je travaille pour l'Arrière-Scène de tout mon cœur, mais je travaille aussi pour les enseignants. C'est comme ça que le vois. Ainsi, j'agis aussi comme une intermédiaire face à la direction artistique, face à la direction générale et puis je leur communique un peu ce que les enseignants ressentent, leur fais part des problèmes qu'ils rencontrent.

Voilà ce que nous avons développé, nous, avec quand même... pas des moyens immenses – moi, je suis toute seule au développement scolaire. Nous avons quand même créé ces rencontres avant spectacle dans les classes où je me déplace, où je vais voir environ 2 000 enfants par spectacles pour leur parler pendant une vingtaine de minutes du contenu, du contenant. Les enfants viennent au théâtre, participent à une rencontre après le spectacle avec les artistes et ça, ça fait en sorte que c'est pas juste une classe, un professeur, des individus qui viennent au théâtre et qui après s'en vont faire des mathématiques chez eux.

Il faut s'implanter dans les écoles, il faut rentrer dans les écoles. De quelle façon ? En début de saison, prenez des rendez-vous avec les directeurs, allez faire des présentations pour présenter votre saison, les enseignants adorent ça. Les journées pédagogiques c'est plate, c'est lourd. Vous, vous arrivez pour présenter votre saison, ils *tripent*. Au début, j'étais obligée de les appeler un à un. Maintenant, j'envoie un courriel et je suis obligée de refuser des demandes parce qu'ils veulent tous m'inviter.

On m'a demandé d'aborder les défis que nous vivons par rapport au monde de l'éducation, par rapport aux ministères plus directement concernés par nous. Ce qui est

dommage, c'est que nous nous soyons fait enlever la gestion du programme Culture à l'école. Maintenant, la gestion du programme est entièrement remise aux commissions scolaires et on ne sait à peu près pas comment ça se passe. Ainsi, l'année passée, nous avons travaillé fort, nous avons déposé trois projets pour une école, puis nous avons appris que cette école-là ne recevrait pas un sou parce que les commissions scolaires avaient décidé de favoriser certains secteurs... des secteurs qui recevront de l'argent cette année ne pourront pas faire de nouvelle demande de projet avant 2012... Nous n'avons pas le choix, il faut être proactif. Cette année, j'ai su dès le mois d'août quelles étaient les écoles qui seraient privilégiées, je les ai appelées en août, j'ai choisi les écoles avec lesquelles je travaillerais dans le secteur privilégié, et les projets sont déjà déposés...

Nous n'avons pas le choix, il nous faut contourner tous les obstacles. D'après moi, le plus gros obstacle, c'est celui de la non-reconnaissance de la sortie culturelle comme essentielle au programme de formation de l'école québécoise. Écoutez, c'est un document gros comme ça qui est plein d'ambiguïtés, d'incongruités. On y affirme que c'est essentiel que les enfants soient notés sur la compétence *Apprécier une œuvre d'art*, mais ce n'est écrit nulle part qu'il faut que ce soit une œuvre d'art professionnelle. S'ils sortent au théâtre et que les enseignants leur demandent un travail qui est noté, c'est l'école qui, en principe, est obligée de payer pour la sortie totalement. Sinon, les parents sont sollicités. Si ça devient essentiel au cursus scolaire, et bien à ce moment-là, c'est l'école qui devra payer.

Avec le programme, on est comme pris entre deux chaises, parce que c'est écrit que les sorties culturelles ne sont pas essentielles à l'apprentissage. Mais c'est aussi écrit que les élèves doivent être notés sur la compétence *Apprécier une œuvre d'art*. Ce qui fait qu'on se retrouve dans un... marais incroyable duquel on ne peut sortir et qui se transforme en sables mouvants...

Je conclus en vous disant que je pense qu'il y a de l'espoir parce que les professeurs veulent travailler avec nous. Impliquez-les dans vos projets. Nous, à l'Arrière Scène, nous avons créé un petit comité de consultation scolaire, composé entre autres de gens fidèles. Quand je prépare un document d'accompagnement, je consulte des enseignants. Impliquez-les dans votre vie culturelle, la vie de votre théâtre. Affichez dans tout le théâtre les dessins que les enfants ont faits sur le spectacle à la suite de votre visite dans les écoles. Créez un sentiment d'appartenance...

Sandy Boutin, directeur général du Festival de musique émergente en Abitibi-Témiscamingue

Je vous ai fait remettre un crayon et un papier, prenez la recette on va remplir les salles avec du monde pas connu... je pense, justement, qu'il n'y a pas de recette magique. Essayons de clarifier un point : la musique émergente c'est la musique alternative. En France, on appelle ça les musiques actuelles. C'est des gens qui sortent un peu du cadre

commercial. À mon sens à moi, d'après ma définition, un gars comme Richard Desjardins qui va vendre 50 000 albums et qui va remplir la plupart des salles des diffuseurs qui sont ici, est encore quelqu'un d'émergent par sa démarche artistique, parce qu'il est toujours boudé par les médias de masse et la radio commerciale. On peut avoir une vision assez large de la définition de musique émergente.

Au Festival de musique émergente, sur l'ensemble d'une programmation, les gens me disent qu'en gros, sur 50 groupes, s'ils en connaissent 3 ou 4, c'est beau. Et pourtant, nous affichons salle comble depuis 5 ans, avec, à chaque année, un taux d'occupation d'environ 96 %. J'en ai appris certaines choses. Notamment que, en musique émergente, différents facteurs sont importants et un des facteurs, c'est le lieu de diffusion.

Je suis également gérant d'artistes, j'en ai un peu fait des salles de spectacle, j'en ai fait plusieurs. On trouve des salles qui sont magnifiques au Québec, mais aussi des salles qui ne sont pas adaptées aux spectacles qu'ils veulent présenter. Des salles, c'est par exemple... prenez un gros spectacle rock d'un groupe de la relève qui est en train de se développer, on pense atteindre 10, 30 ou 200 personnes. Dans une salle de 800, ça vient tout changer. Même avec le meilleur spectacle au monde, toute l'atmosphère qui entoure ça est différente. Ça fait que tout dépend de comment vous vous adapterez... J'ai vu des salles multifonctionnelles, par exemple le Théâtre des Eskers à Amos, où on peut rajouter des planchers par-dessus les bancs. Le problème, avec la musique émergente, c'est la diffusion dans des salles à l'italienne qui ne conviennent habituellement pas. Même si c'est pas toujours le cas. Par exemple, si on va voir un spectacle de Patrick Watson, ça peut convenir parfaitement parce que c'est un type de musique avec lequel on peut facilement s'asseoir dans un fauteuil et se laisser embarquer.

Toute la politique de prix également a une certaine importance. Quand on prend des artistes en développement et qu'on établit le coût du billet à 20 \$ ou 25 \$, on a un problème. On sait que ce groupe est moins connu, que pour plein de raisons, il ne tourne pas à la radio, il a moins d'albums, il a peut-être moins de spectacles – c'est toujours pas une question de qualité – et on fixe le billet à 25 \$... alors que ça va peut-être viser un public plus jeune, de 18 à 35 ans, habituellement un peu moins fortuné. Un billet 25 \$, ça ne correspond pas à la réalité du bar de spectacle à Montréal ou au Cabaret de la dernière chance à Rouyn-Noranda où, habituellement, quand on présente un spectacle de musique alternative ou de musique émergente, le billet est à 10 \$ ou 15 \$. Est-ce que 10 ou 15 \$ c'est le bon prix ? Pas nécessairement, parce que ça coûte très cher faire tourner un spectacle, mais il faut s'ajuster.

Vous pouvez suivre certains groupes alternatifs aussi. Quand nous avons développé Karkwa, la première présentation dans une salle de spectacle a attiré environ 20 personnes. Ensuite, il y en avait 40, et puis 100, et ensuite 200, mais je ne suis toujours pas capable de remplir le Théâtre du cuivre ou le Théâtre Télébec à Val d'Or, malheureusement... Pourquoi ? Le groupe a pourtant une notoriété, un succès d'estime extraordinaire de la part des médias...

Il faut vraiment s'ancrer dans son milieu, en lien avec des personnes clés. Quand je veux faire la promotion de mon festival, le concept, par exemple, c'est de présenter 3 groupes dans nos plus grosses salles qui contiennent entre 300 et 400 personnes. Je travaille comme un vrai programmateur, je prends mon coup de cœur de cette soirée-là – même si on les aime les 3, il y en a toujours un sur les trois qu'on préfère – et puis je m'en vais dans le bar du coin donner l'album, soit au Cabaret de la dernière chance, soit à l'Abstracto. Que font les gens ? On les entend dire : *qu'est-ce qui joue ?* De cette façon, on va vraiment chercher des personnes contacts. En région, vous le savez on n'en a pas des CIBL et des CISM. Il faut connaître ceux qu'on a, sur qui on peut compter. Radio-Canada est toujours là, on a accès à des sites Internet, que ce soit les sites de Bande à part ou les sites de téléchargement – le piratage de la musique, c'est aussi un moyen de circuler. C'est une question éthique, mais ... comprenez-moi, je fais 1 \$ par vente d'album. Ce qui fait que, malheureusement, j'aime peut-être mieux qu'on pirate mon disque et qu'il y ait des spectateurs dans la salle parce qu'ils connaissent le disque et l'artiste.

Un autre élément difficile à expliquer, mais réel, c'est la rumeur urbaine... ce qui fait qu'on entend parler de la nouvelle coqueluche. Il faut être à l'affût de ces rumeurs-là quand vous faites votre programmation et quand vous décidez de prendre des risques en musique émergente. Les gens des régions c'est pas parce qu'ils n'ont pas CIBL ou CISM qu'ils ne sont pas au fait de ce qui se passe, de ce qui se jase et de ce qui s'en vient aussi.

Les partenariats aussi. C'est important d'aller chercher des partenariats et de faire les choses différemment. Ce n'est pas en investissant des masses d'argent dans la publicité qu'on va développer des choses. Ça en prend de la publicité, mais on peut aussi affecter l'argent pour faire autre chose. Par exemple, au Festival, nous avons créé notre radio. Pendant un mois, sur tout le territoire de Rouyn-Noranda, nous diffusons de la musique émergente en continu, et nous recevons des tonnes de courriel pour savoir quel groupe jouait à 2 h 10, telle journée. Cette radio-là donne vraiment des bons *feedbacks* et coûte une fraction de ce que coûte une page de publicité dans tous les journaux de la région.

Les *bands de cover* sont parmi les pires ennemis de la musique émergente. Ça, les *bands de cover*, c'est comme vos plus gros vendeurs dans vos salles de spectacle, c'est ceux qui vendent 100 000 albums, qu'on voit dans Échos-Vedettes, dans la revue 7 Jours, qu'on voit partout, et avec qui vous êtes assurés d'avoir du succès et de remplir votre salle. Mais nous, les plus petits diffuseurs, c'est contre ça que nous nous battons. Depuis que nous avons le Festival de musique émergente, il y en a de moins en moins de *bands de cover* ... de hommage à un tel ou hommage à ça, que les propriétaires de bar, les diffuseurs de petites salles prennent habituellement parce qu'ils sont assurés d'avoir des revenus, alors que c'est vraiment un de nos ennemis. C'est à ça que ça sert des partenariats. Je vais vous donner un exemple : l'université fait un spectacle de rentrée chaque année. Chaque année, avant que le Festival existe, c'était des *bands de cover*. Depuis 5 ans, c'est différent, parce que nous avons construit un partenariat avec l'université et le spectacle

de la rentrée, maintenant, c'est le spectacle de lancement du Festival, parce que nous avons une programmation conjointe.

Faites aller vos méninges. C'est un peu comme ça qu'on réussit, parce que dans la musique émergente et la musique alternative, on n'en a pas d'agent. Alors qu'est-ce que ça prend ? Ça prend de l'imagination, beaucoup de volonté et de passion. Et la passion, aussitôt qu'on est dans les arts et qu'on est des diffuseurs comme vous et comme moi, je pense que c'est ça qui fait pencher la balance du bon côté.

Frédéric Julien, directeur général de Réseau Ontario

On parle de séduire un public, encore faut-il d'abord le trouver ce public-là. On parle de défi : en Ontario, c'est un défi particulier. Le marché francophone représente 600 000 personnes dont la langue maternelle est le français ou qui parlent le français comme première langue officielle parlée. Ces personnes sont dispersées sur un grand territoire, parmi une population de 12 millions d'Ontariens. Ce n'est pas écrit sur leur front qu'ils parlent le français. Souvent ils vivent dans des milieux exogames – monsieur est anglophone et madame est francophone ou vice versa. Parfois même ils vivent presque exclusivement en anglais, mais il y a une présence francophone à cause de l'un ou l'autre.

Comment est-ce qu'on les rejoint ces gens-là, en sachant que s'ajoute aussi le marché des anglophones qu'on dit francophiles ? C'est un marché qui est tout sauf homogène. Ces défis-là appellent des solutions particulières. En Ontario, historiquement le développement communautaire est beaucoup passé par le développement des écoles. Grâce à la Charte canadienne des droits et libertés, chacun a droit à une éducation dans sa langue maternelle, française ou anglaise. En Ontario se trouvent beaucoup d'écoles de langue française et ce sont d'excellents partenaires de développement de publics.

Parmi les différentes actions que nous avons initiées, en début de processus (si on suit la chronologie de l'action), nous amenons des élèves à Contact Ontario, le marché du spectacle de l'Ontario français. Chaque année, il y a 30, 40, parfois jusqu'à 50 élèves du secondaire qui viennent à l'équivalent de la Bourse RIDEAU, qui viennent assister aux spectacles, qui partagent leurs commentaires, qui rencontrent les artistes, qui posent des questions à l'artiste. Ces jeunes ont un travail : faire des choix de programmation. Parfois, ils sont mandatés par leur conseil scolaire pour faire une programmation au scolaire ; parfois, ils sont mandatés par un centre culturel qui a un comité de jeunes qui fait une sélection de spectacles.

Ces jeunes-là, en les impliquant dans le processus – on espère toujours en recruter parce qu'on a toujours besoin de ressources humaines plus tard – on permet qu'ils deviennent des ambassadeurs de la programmation. Ils en parlent dans l'école, ils en parlent chez eux, autour d'eux, c'est les meilleurs vendeurs, c'est la meilleure promotion qu'on peut trouver dans un milieu comme celui-là.

Bien sûr les élèves, dans certains cas, participent à d'autres étapes du processus de diffusion. Certains centres culturels ont des programmes de bénévolat et de stages, mais ce que nous faisons, comme ailleurs, c'est aussi des activités de sensibilisation dans les écoles. Rien de neuf direz-vous, sauf que nous avons vraiment institutionnalisé ce processus-là pour l'intégrer à la programmation en groupes. Chez Réseau Ontario, nous faisons tourner des spectacles, mais nous faisons aussi tourner des activités de sensibilisation. Ainsi, on peut avoir un artiste – comme on a fait avec Amélie Veille, avec Véronique Dicaire – qui tourne dans les salles de spectacle, que nous faisons aussi tourner dans les écoles où il offre des ateliers. Nous obtenons ainsi une complémentarité de programmation et l'artiste en profite pour annoncer le spectacle qui passe dans le centre culturel.

Rien de neuf, sauf que nous forçons un peu les choses en intégrant ça dans le processus de programmation en groupes pour que les écoles prennent non seulement des spectacles, mais des activités de sensibilisation. Nous avons même établi une activité de mise en marché que nous appelons La série en chantier — ça réfère à une politique d'aménagements linguistiques où la construction identitaire est très importante.

Passons maintenant à un autre niveau. Nous avons développé un partenariat avec le programme *eyeGO to the Arts* et nous allons administrer en français le programme *j VAIS*, un programme de billets à 5 \$ pour les élèves du secondaire. Ce qui donne une variété de programmes qui ensemble vont amener l'élève à sortir de l'école, à aller voir des spectacles dans les salles professionnelles et à amener ses amis, ses parents. C'est un exemple important de développement par le partenariat, qui se fait aussi entre les diffuseurs ou à d'autres niveaux, au niveau communautaire.

On trouve des partenariats de codiffusion qui sont très intéressants. Ceux qui retiennent particulièrement mon attention sont les partenariats avec les diffuseurs anglophones. Un diffuseur de Chapleau qui, chaque année, codiffuse avec un diffuseur anglophone un spectacle d'un artiste ethnoculturel, un par année. Ça leur permet, eux, d'aller rejoindre un public francophile auquel ils n'auraient peut-être pas accès autrement et ça leur permet d'augmenter leur programmation parce qu'ils peuvent, à deux, accueillir un spectacle que chacun ne pourrait pas faire seul.

Il y a aussi les partenariats avec les organismes ethnoculturels, que ce soit des organismes d'aide à l'établissement ou autre. Certains diffuseurs excellent dans le développement de lien avec des organismes, que ce soit haïtien ou autre. Par exemple, certaines années, on a pu voir des super beaux partenariats entre un diffuseur ethnoculturel et le Festival franco-ontarien. Avec une soirée haïtienne, nous avons vu 2 000 Haïtiens qui sont sortis tout d'un coup... Nous n'avions aucune idée qu'il y avait autant de Haïtiens à Ottawa et tout d'un coup, tout le monde était là au Festival. C'était impressionnant. Nous réalisons que ces organismes-là ont une capacité de réseautage qui est de loin supérieure à celle de nos centres culturels francophones en Ontario. Ce sont des alliés à utiliser.

D'autres partenariats intéressants sont ceux qui se passent entre diffuseurs. Ça commence à émerger de plus en plus, entre des diffuseurs qui sont dans un rayon relativement rapproché, ou qui sont dans le Nord, là où 100 km ou 200 km, comme distance, ça ne fait plus de différence. Ces partenaires font des échanges de promotion pour inviter les gens à aller voir des spectacles en dehors de leur collectivité, à aller voir un spectacle ailleurs que chez leur diffuseur traditionnel. On parle beaucoup de fidélisation, mais pourquoi ne pas parler en termes de partage de publics ? Parce que si on offre plus de choix au public, ça ne veut pas nécessairement dire qu'il va moins consommer. Bien souvent il va consommer davantage parce que dans bien des cas, ce qu'on lui offre n'est pas suffisant.

Des partenariats de promotion, nous en réalisons aussi en achats publicitaires. Dans la région d'Ottawa, des diffuseurs se sont réunis pour faire une seule campagne promotionnelle pour tous les milieux des diffuseurs non québécois. Un calendrier commun, avec une mise en marché commune. C'est un dernier exemple de nouvelle forme de partenariat qui émerge pour ultimement amener plus de gens dans les salles. Et il y en a bien d'autres.

LORRAINE HÉBERT, REGROUPEMENT QUÉBÉCOIS DE LA DANSE, MONTRÉAL

Relevant l'affirmation de conclusion de M. Dessureault (« le poids du développement de publics incombe à la discipline, à l'artiste et à la compagnie »), Mme Hébert invite M. Dessureault à préciser son propos. Celui-ci aborde les trois sujets suivants :

- la nécessité d'un partage de la responsabilité du développement de public entre diffuseurs, créateurs et producteurs ;
- la difficulté de contrer la sous-médiatisation de certaines disciplines ou de certains genres (par exemple, la danse et la musique de concert) ;
- les efforts qui devraient être consentis pour rapprocher la sortie montréalaise et la tournée.

M. MacDuff enchaîne alors en énonçant son questionnement devant le fait que des spectacles québécois, des démarches singulières fortes, soient plus vus à l'étranger qu'au Québec. Tout en reconnaissant le travail de défricheur que plusieurs font individuellement, il affirme une attente claire : que le Forum entraîne notamment une demande commune des diffuseurs québécois : réclamer des moyens pour pouvoir enfin offrir ce genre de spectacles au Québec.

AÏDA KAMAR, PRÉSIDENTE DE VISION DIVERSITÉ, MONTRÉAL

L'intervention de Mme Kamar porte principalement sur la place de la diversité – les artistes de toutes origines, la relève et les pratiques émergentes –, sur le potentiel artistique de la diversité comme force de développement majeur au Québec. Elle signale qu'une part importante du public québécois dit *de souche* démontre un intérêt réel pour une programmation diversifiée (par exemple, pour la programmation du Festival du monde arabe, pour Nuits d'Afrique, deux événements dont de 75 % à 80 % de la clientèle n'est ni africaine, ni arabe). Et exprime le souhait que des maillages lient Montréal, où est aujourd'hui concentrée – qu'on le veuille ou pas – l'écrasante majorité de cette diversité ethnoculturelle, et les régions afin d'assurer la diffusion des pratiques issues de la diversité culturelle et la reflétant.

M. Julien, de Réseau Ontario, renchérit brièvement en citant l'exemple de diffusion d'artistes *ethnoculturels*, où les résultats ont été immédiats dès la présentation du premier spectacle, en attirant une clientèle qui ne venait pas autrement aux spectacles, une clientèle métissée, c'est-à-dire *blanche* et de *couleur*. Cette clientèle demeure une clientèle potentielle pour les autres spectacles, les retombées viennent très rapidement par rapport aux efforts qui sont investis, et le tout renforce les liens avec la communauté et des organismes communautaires.

PIERRETTE GINGRAS, SOCIÉTÉ DE MUSIQUE CONTEMPORAINE DU QUÉBEC, MONTRÉAL

L'intervention de Mme Gingras porte sur la conclusion de M. Dessureault, « le développement de la discipline incombe d'abord à la discipline », en affirmant d'abord qu'elle reconnaît que c'est en partie vrai, en citant l'exemple de La danse sur les routes du Québec, créé grâce à l'expertise, à la détermination et au leadership des représentants de la danse, en partenariat avec des diffuseurs. Mme Gingras enchaîne en affirmant que la musique classique, la musique contemporaine et la musique de concert devraient faire l'objet de *La musique sur les routes du Québec*, dans toutes ses dimensions, soutien, concertation, travail d'agents de développement. L'important étant de cesser de penser les uns contre les autres et de chercher des coupables, pour plutôt travailler ensemble, mais vraiment à une large échelle. Mme Gingras conclut ensuite en suggérant une action conjointe : demander que les journées de la culture se clôturent par la journée « je m'abonne ».

JACQUES BÉRUBÉ, AGENT DE DÉVELOPPEMENT DE PUBLICS, SPECT'ART, RIMOUSKI.

Relativement nouveau dans le milieu de la diffusion de spectacles et intervenant principalement en danse, M. Bérubé affirme que le développement de publics relève de la discipline, en partenariat avec les diffuseurs qui, eux, y travaillent en partenariat avec les organismes, que ce soit les écoles de danse, les écoles, commissions scolaires des régions, etc.

Il enchaîne en affirmant que ce sont les diffuseurs qui connaissent leurs publics, qui savent comment aller les chercher, qui choisissent les activités de sensibilisation selon cette connaissance de leur environnement. Ce qui amène aussi la présentation en régions de diverses propositions artistiques devant un public de spectateurs présents pour Cas public, Louise Lecavalier, O Vertigo, Marie Chouinard, etc. M. Bérubé conclut en insistant sur le fait que La danse sur les routes du Québec donne des résultats.

JEAN-PIERRE LEDUC, VALSPEC, SALABERRY-DE-VALLEYFIELD

Donnant en quelque sorte suite à une intervention précédente sur le fait que des artistes québécois tournent davantage à l'étranger qu'au Québec, M. Leduc commence son intervention en énonçant quelques faits sur les conditions de financement public des diffuseurs en Europe, plus particulièrement en France. Il enchaîne en exposant quelques aspects de la réalité des diffuseurs au Québec en mettant l'accent sur l'évolution de la diffusion, malgré l'état du financement public, en déplorant que les programmes gouvernementaux n'arrivent pas à soutenir le fonctionnement minimal des organismes et qu'ils fassent défaut lorsqu'il s'agit de développement disciplinaire et de développement de publics.

Il conclut en exprimant l'espoir de voir naître une sorte de front commun des artistes et des producteurs avec les diffuseurs, pour revendiquer davantage de ressources pour faire

le travail fait et à faire pour obtenir les résultats espérés, en traduisant la passion qui anime les diffuseurs.

Sur ce, deux panélistes, M. Boutin et M. Dessureault, interviennent. Se référant aussi à certaines conditions de diffusion en Europe, M. Boutin affirme qu'il faudrait des salles soient dédiées précisément aux pratiques émergentes, à la musique nouvelle. Affirmant la nécessité d'un financement particulier, il dit douter que ce financement doive être accordé à des organismes de diffusion établis, et privilégie que des petits lieux soient soutenus à cette fin. Quant à M. Dessureault, il vient renchérir sur les propos de M. Leduc sur la faible part du financement public qui peut contribuer à soutenir le développement, en ajoutant que tous gagneraient à ce que le travail de développement soit évalué avec des critères qualitatifs appropriés. Enfin, en conclusion sur cette séquence d'intervention, M. MacDuff admet avec les derniers intervenants, que les réalités européennes et québécoises sont très différentes, que le travail comme celui auquel se livre le théâtre Les Deux Mondes commande des moyens, des moyens dont ne disposent pas la plupart des structures d'accueil du Québec. Reconnaisant l'évolution de la diffusion au Québec, M. MacDuff conclut en exprimant son espoir que dans quelques générations, il y ait une plus grande diversité de spectacles qui tournent dans l'ensemble des lieux pour faire en sorte de réaliser le vœu de la politique culturelle, c'est-à-dire offrir un éventail de productions significatives à l'ensemble du public québécois. Afin que cet espoir devienne réalité, il exprime son souhait que l'ensemble des diffuseurs énonce ses objectifs artistiques.

ALAIN GRÉGOIRE, MAISON THÉÂTRE, MONTRÉAL

Par son intervention, M. Grégoire exprime une dimension à inclure dans la réflexion, celle du renouvellement du public, renouvellement auquel est lié le travail auprès du jeune public. Percevant au cœur du Forum l'expression d'une volonté que les diffuseurs pluridisciplinaires puissent travailler auprès du jeune public, M. Grégoire évoque un moyen pour aider tout diffuseur qui voudrait le faire, en s'inspirant (ici aussi, la France est à l'honneur) de l'ONDA, l'Office national de diffusion artistique, qui accompagne chacun des diffuseurs sur le territoire français dans une prise de risque qui est, en fait, en conséquence de l'histoire de ce diffuseur, de la ville où il se trouve, du contexte concurrentiel, etc.

À la demande de l'animatrice, M. Grégoire émet quelques réflexions sur les liens culture et éducation. En se référant aux décennies de travail autour de divers projets de protocole, reconnaissant que le ministère de l'Éducation est un ministère extrêmement sollicité par tous les secteurs de la société québécoise, M. Grégoire émet l'opinion qu'il revient au MCCCCF d'appuyer toute initiative faisant que les Québécois – jeunes, enfants, adolescents – puissent avoir accès à ce qui mérite d'être soutenu par le Conseil des arts et des lettres du Québec.

La panéliste Mme Dubé renchérit sur l'importance d'établir la reconnaissance des activités culturelles comme faisant partie du cursus scolaire, comme faisant partie de l'éducation des enfants.

JEAN-GUY CÔTÉ, CONSEIL QUÉBÉCOIS DU THÉÂTRE

M. Côté revient d'abord sur la nécessité de distinguer développement de marchés et développement de publics, comme l'indiquait M. Dessureault au début de son intervention. Apportant sa contribution à la définition du développement de publics, en opposition à l'objectif d'augmentation des auditoires par les actions de sensibilisation, M. Côté suggère de définir le développement de publics comme le développement de la sensibilisation des personnes à l'art, en recherchant comme conséquence à long terme, le développement de l'auditoire, en associant à ce développement les notions de permanence, de fidélisation et d'attachement, déjà évoquées au cours du Forum.

Souscrivant aux propos de M. Grégoire, M. Côté affirme d'abord que c'est au MCCCCF de reprendre la responsabilité du soutien aux activités de développement en milieu scolaire. Il affirme aussi sa conviction que cette responsabilité ne peut donner lieu qu'à l'inscription de l'éducation aux arts dans les programmes éducatifs du curriculum scolaire, et ce, de la garderie jusqu'à l'université. Enfin, il ajoute qu'il faut inscrire des cours d'initiation aux arts dans la formation des enseignants et des enseignantes.

Table-ronde 2 — Concertation et concurrence

Un des principes moteurs de la politique de 1996 est le partenariat. On y cible surtout les liens à resserrer entre producteurs et diffuseurs, entre les municipalités, le Ministère et les diffuseurs, entre le milieu scolaire et les diffuseurs.

Animation : Ariane Émond

Jacques Pineau, directeur de Spect'Art Rimouski

Je n'ai pas la prétention, par mon propos, de changer la vie de la plupart des collègues diffuseurs. Par contre, ça peut en aiguiller quelques-uns, quelques-unes, et surtout, changer un peu nos solitudes de producteurs et de diffuseurs.

Avant même de camper les formes de partenariat, je pense que je dois camper l'historique de la situation à Rimouski. C'est un historique un peu spécial, vous le savez, qui a culminé en 2005, avec l'ouverture de la nouvelle salle.

Rimouski est une ville de service, 42 000 habitants, 50 000 quand on inclut les villages environnants. Une tradition culturelle qui est tissée depuis 1940. De 1940 à 1970, on a eu une société de concert qui a encadré et qui a donné naissance à plusieurs structures artistiques et culturelles. De 1970 à 1991, le service d'animation culturelle du Cégep de Rimouski a fait de la diffusion en salle, à la salle Georges-Beaulieu, et à la Coudée. De 1991 à 2005, c'est là que Spect'Art Rimouski est rentré en scène. Nous avons diffusé dans huit lieux différents : la salle Georges-Beaulieu, la Coudée, le Centre civique, le Colisée, l'Hôtel Rimouski, la cathédrale Saint-Germain, l'église Saint-Pie X, l'église de Notre-Dame-du-Sacré-Cœur. Vous comprenez un petit peu ce que ça entraîne... Depuis 2005, même avec l'arrivée de la nouvelle salle, nous continuons à diffuser à la Coudée du Cégep de Rimouski. Nous travaillons dans le Colisée, d'après trois configurations différentes, et nous travaillons dans la salle récemment inaugurée, la salle Bouchard-Morisset, située dans le Conservatoire de musique. Comme vous pouvez voir, notre parcours est fortement imprégné par l'adaptabilité, la multiplicité des partenariats et la concertation.

Maintenant, un survol rapide des organismes qui interviennent dans Rimouski et les environs : la (nouvelle) Coopérative Paradis ; Paralœil, une structure d'intervention et de production vidéo ; Caravansérail, centre de recherche, de production et de diffusion en art actuel ; Tour de Bras, une structure de diffusion, de création et de production dans le domaine des musiques actuelles, des arts performatifs et des nouvelles pratiques sonores et instrumentales ; le journal Le Mouton Noir, le Théâtre l'Exil ; l'Orchestre symphonique de l'Estuaire et l'Orchestre des jeunes du Québec maritime ; Cinéma IV ; le Salon du livre de Rimouski, le plus ancien au Québec ; le Musée régional de Rimouski ; le Conservatoire de musique ; le Carrousel international du film de Rimouski ; le Théâtre Les gens d'en Bas ; le ROSEQ ; Rimouski Festi Jazz international ; l'Ensemble Antoine-Perreault ; l'Opéra-

Théâtre de Rimouski ; le Chœur de chambre de Rimouski et trois chorales ; l'École de danse Quatre-Temps ; l'École de musique du Bas-Saint-Laurent ; le festival les Grandes fêtes du Saint-Laurent ; une vingtaine de groupes musicaux tout acabit ; et un ensemble de projets de diffusion ponctuels, d'activités-bénéfices, etc.

Vous pouvez constater que cet historique et ce contexte amènent le partenariat comme culture d'entreprise. Dans le passé, notre statut d'itinérant – bien sûr, entendre « sans domicile fixe » – a favorisé notre culture d'entreprise. Annuellement, nous pouvons évaluer à environ une vingtaine les projets de codiffusion, d'accompagnement artistique, de mentorat, etc.

Ce qui m'amène à décrire un peu notre partenariat avec le cégep de Rimouski. Lors du retrait de la diffusion du cégep et pour y suppléer, en 1991, la Ville a donné naissance à Spect'Art, un OSBL. En 1991, lors de ce retrait et de cette fondation, la Ville s'est assuré que le cégep mettait vraiment fin à ses activités de diffusion. Ils ont élaboré un protocole d'entente avec eux en disant : « Écoutez, vous pouvez faire un spectacle pour votre collectivité étudiante, à l'interne, il y a pas de problème, mais idéalement, pas trop de publicité à l'extérieur parce que nous, on va mettre sur pied, une structure de diffusion. »

De 1991 à 1999, nous avons aiguillé un ensemble de projets de diffusion réguliers avec le cégep puisque l'entente était basée, bien sûr, sur la complicité de deux intervenants. De 1999 à aujourd'hui, avec la SODEC et le cégep, nous avons codiffusé 19 groupes, ce qui nous a permis d'aller plus loin dans l'offre, d'oser des projets plus risqués. Ce qui a favorisé, bien sûr, le développement des artistes. En plus du partenariat de base - le diffuseur et le service d'animation – s'ajoutait parfois la radio étudiante, ce qui permettait d'aller dans l'alternatif, le métal, etc. Le constat actuel, au niveau des clientèles du cégep : une diminution. Nous avons réalisé qu'il fallait réaligner l'intervention. Nous avons réalisé aussi que la curiosité culturelle est moins présente chez ces jeunes-là, à cause de l'individualisme des jeunes, parce qu'il y a moins de groupes de filiation, c'est moins favorable aux sorties culturelles dans leur cas. Aujourd'hui, la plupart des jeunes ont un ordinateur. Ils ont des groupes de discussion, ils *chattent*. Leur iPod propose une musique sélectionnée par eux et mixée par eux. Ils se font un petit peu leurs propres spectacles.

Je vais aussi décrire une autre forme de partenariat, un genre d'outil pour contrôler la concurrence menaçant l'équilibre de diffusion. Le principe de base, c'est que le diffuseur occupe la plage de diffusion, tous les créneaux pour tous les âges pour rejoindre le plus large éventail de public. Le diffuseur connaît son milieu, son métier. Il diffuse en concertation avec les organismes artistiques du milieu en fonction des calendriers et des styles.

Nous avons assuré à la fois le développement et la reconnaissance. Depuis 16 ans, nous avons développé dans le milieu l'arrivée de méga productions avec des producteurs indépendants. Nous avons pu faire des spectacles à grand déploiement, développer trois configurations distinctes. Nous avons favorisé la reconnaissance et le respect, bien sûr, et

prouvé l'expertise, le professionnalisme du diffuseur, autant aux autorités de la Ville qu'aux producteurs.

C'est souhaitable de favoriser les codiffusions mandataires - c'est souhaitable, parce que le diffuseur connaît le marché, les médias et les fournisseurs de services. Il est un peu le représentant du producteur et ça lui assure automatiquement un retour dans le milieu. Depuis quelques années, certains nouveaux producteurs ont voulu court-circuiter cette « écologie culturelle », comme je l'appelle. Spect'Art a revendiqué que les responsables de l'infrastructure de la Ville doivent référer le producteur et son intérêt de diffusion au diffuseur. Ce qui permet de jauger l'offre dans l'équilibre du milieu autant en ce qui concerne la qualité que l'accessibilité et la pertinence.

Mon message, en quelques mots : producteurs, diffuseurs, essayons de cultiver à nouveau notre confiance mutuelle.

Louis Carrière, directeur général de Preste

Preste, c'est une agence de spectacles qui produit des spectacles et qui fait aussi du marketing de rue, c'est-à-dire du tractage et de l'affichage.

Voici son histoire, brièvement : en 1991, j'avais 16 ans et à Longueuil, il n'y avait pas de spectacles de punk rock, entre autres, ou de rock. En s'inspirant de l'exemple américain du DIY, *do it yourself*, la solution c'est de rentrer dans un ancien local désaffecté ou peu importe et de faire le *show*. C'est un peu comme ça que ça a commencé, en lien aussi avec la volonté des groupes de cette époque-là de faire des spectacles, alors qu'il n'y avait pas vraiment de lieu. En fait, il y en avait à Montréal, mais pas en banlieue.

Au fil du temps, c'est devenu une habitude, de faire des spectacles. En 1996, j'ai commencé à travailler avec le groupe Grimskunk qui a été un phénomène, à cette époque-là, entre 1996 et 2001. C'était un phénomène dans les sens suivant : la distribution de 100 tracts en noir et blanc permettait de remplir un aréna. C'était vraiment un phénomène ; ce n'était pas quelque chose de médiatique, ce n'était pas quelque chose non plus que tout le monde connaissait.

Au fil du temps, j'ai fondé Preste, en 1999, pour être une structure, avoir accès aux subventions... Et c'est là que je suis allé faire un tour à RIDEAU. J'ai découvert c'était quoi, RIDEAU. Pour moi, à cette époque-là – pas aujourd'hui, mais à cette époque-là -, c'était de la diffusion parallèle, parce que je ne connaissais pas ça. En fait, je ne connaissais pas les réseaux organisés, municipaux, etc.

Depuis, j'ai constaté qu'il y a des diffuseurs qui se sont ouverts à produire certains créneaux, certains spectacles. Il nous a fallu continuer quand même à produire nos *shows* parce que nous n'avons pas des créneaux faciles. C'est sûr que, pour reprendre ce que Sandy Boutin a dit plus tôt, dans des salles à l'italienne, *tu ne peux pas rentrer une masse*

de monde debout qui se garroche partout. Ça ne marche pas. À moins de vouloir détruire les deux ou trois premières rangées.

C'est ce qui nous a amenés à produire beaucoup de spectacles partout au Québec, dans des sous-sols d'église, des cabanes à sucre, en tout cas, nommez-les. Et c'est ce qui, par le fait même, nous a aussi rapprochés des diffuseurs municipaux, du moins, de plusieurs, dont Jacques (Pineau), qui s'est bien amusé avec nous dans plusieurs spectacles. C'est important de le mentionner : nous continuons à produire nos *shows*, mais il y a beaucoup de diffuseurs qui se sont, comment je pourrais dire ? ralliés, ou avec qui nous avons développé une façon de procéder. Il n'y a pas un modèle, il y en a plusieurs, selon les villes, les réalités locales, et, aussi, selon les diffuseurs.

Nous avons travaillé autant dans les lieux des diffuseurs, quand ça le permettait, c'est-à-dire dans des salles multifonctionnelles, et puis quand les salles n'étaient pas multifonctionnelles, souvent, nous contactons quand même les diffuseurs pour savoir si ça les intéressait – et ça, nous le faisons encore – des fois, de sortir de leur lieu pour peut-être diffuser un spectacle... en configuration debout.

Beaucoup de diffuseurs se sont beaucoup impliqués avec nous et ça les a amenés à s'impliquer énormément dans leur milieu aussi, avec les jeunes, entre autres, Guy Boulanger, à Saint-Jean ; Louis Morin, entre autres ; Luc Mercure, à Lévis ; récemment, Drummondville, qui est sorti du Centre culturel pour aller au cabaret Box Office. Je pense qu'il y a beaucoup de diffuseurs qui ont compris qu'avec certains producteurs, c'est possible d'accomplir ce genre de diffusion.

Il existe plusieurs modèles. Notons, entre autres, le Programme de sensibilisation à la chanson francophone dans les cégeps, qui est arrivé au début des années 2000. Nous y avons inscrit plusieurs artistes. C'est comme ça que nous sommes arrivés à découvrir et à connaître de plus en plus, les diffuseurs et leurs politiques, ainsi que les différents partenariats possibles avec, par exemple, les écoles ou les municipalités.

Ça aussi ça a été aussi un apprentissage parce qu'avant, nous travaillions vraiment plutôt en dehors des circuits traditionnels. Je sais que dans le développement de certains types de musique, il y a des artistes qui arrivent de nulle part dans des salles, puis les diffuseurs prennent un risque. C'est bien, mais avec un prix de billet élevé et un lieu peut-être pas toujours adapté, ça risque de ne pas être un succès tout de suite en partant. D'où l'importance d'un petit lieu adjacent ou même de faire des plateaux, ce qu'on encourage encore beaucoup. Nous sommes prêts à prendre des risques là-dessus avec les différents diffuseurs.

Enfin, je termine avec la question de choix de lieu. Il ne faut pas être confiné nécessairement à un seul lieu. Nous, c'est ce qui fait que nous continuons à produire et à vouloir codiffuser avec les diffuseurs, encore aujourd'hui.

Pierre Gourde, directeur de l'Association des petits lieux d'art et de spectacles (APLAS)

Je vais d'abord définir ce que c'est qu'un PLAS, un petit lieu d'art et de spectacles, parce qu'il y a plusieurs définitions qui circulent. D'une part, l'élément déterminant de ce que c'est qu'un petit lieu d'art et de spectacles, pour nous, pour l'APLAS, ça se base sur la programmation. C'est-à-dire, comme disait tantôt Sandy, un bar qui fait des groupes de reprises à toutes les semaines (les *bands de cover*), c'est pas un PLAS. C'est pas un lieu que nous considérons, nous, comme étant un diffuseur réel. L'important, c'est de faire une programmation qui est basée sur l'artistique, qui a vraiment une définition du culturel.

Évidemment, la définition est aussi liée au nombre de places. En général, on parle d'un lieu plus petit que 400 places... Les salles de 800 places ne sont pas des petits lieux, évidemment.

Ensuite, ça prend plusieurs formes. Il y a des bars, mais il y a aussi des coopératives de travail, des auberges aussi. Je pense au Crapet Soleil qui est une auberge, restaurant et, évidemment, salle de spectacle, à l'Île-aux-Coudres. Il n'y a pas qu'un seul modèle, il y en a plusieurs, l'important étant toujours, et surtout, la programmation culturelle.

Les petits lieux, ils jouent un rôle extrêmement important pour les artistes parce que c'est d'abord et avant tout un laboratoire, un endroit où on peut prendre des risques, où on peut essayer des nouveaux spectacles. Évidemment, on peut développer ces nouveaux spectacles, mais également de nouveaux publics parce que c'est souple, c'est pas énorme, ça ne coûte pas une fortune à louer, ça ne coûte pas des millions pour faire une tournée de petits lieux, contrairement à une tournée de plus grandes salles où ça peut être plus complexe et plus cher pour un artiste qui commence dans le métier.

Ultimement, ça peut également stimuler une certaine forme de création en région. Parce que des gens ont vu jouer tel *band* dans tel bar, une fois, ils ont été inspirés d'en faire un, eux aussi. Parce qu'il y a une relation, d'intimité et de proximité avec l'artiste.

Une des particularités de ces petits lieux-là, c'est d'être versatiles. Ça permet des nouvelles sonorités, moins présentes dans certains des lieux de diffusion reconnus, pas parce que les diffuseurs de ces lieux ne veulent pas les présenter, mais parce que c'est plus complexe de le faire. Je ne pense pas que vous faites des groupes de *métal* toutes les semaines. C'est normal. Je peux comprendre que vous n'en fassiez pas à toutes les semaines. Ce n'est pas nécessairement une sonorité qui est simple à vendre pour amener 800 personnes dans une salle. C'est comme ça.

Entendons-nous bien. Je dis ceci : les petits lieux se définissent en complémentarité avec les autres salles, avec les plus grands lieux, dans la mesure où c'est un peu – ma métaphore du hockey, je l'aime bien – c'est un peu le *midget AAA* du spectacle, alors que vous êtes un peu le *junior majeur* quand vous parlez de développement - parce que vous aussi, vous faites du développement – et le Centre Bell, pour continuer dans la même veine, c'est la Ligue nationale de hockey.

On a vraiment différents niveaux de développement et d'intervention. D'après moi, les petits lieux d'art et spectacles et les petites salles sont les réseaux de première ligne, la porte d'entrée du *show-business* et, par conséquent, de la diffusion culturelle. Le problème est le suivant : les petits lieux ont un manque de reconnaissance et ne sont pas reconnus comme diffuseurs, mais comme des bars, alors qu'il y a une différence entre un PLAS qui offre vraiment une programmation axée sur le développement culturel, et un bar qui présente des *bands de cover* pour vendre de la bière. C'est une autre dynamique.

Parmi les bars, il faut distinguer deux choses : les bars qui vendent de la bière et, d'un autre côté, les bars qui sont des bars par obligation, pour générer des sous, parce que ce n'est malheureusement pas le culturel qui aide à payer le loyer, à payer les employés et à soutenir, justement, leurs activités économiques. Donc, les petits lieux d'art et de spectacles, c'est la porte d'entrée. C'est la porte d'entrée pour plusieurs types d'artistes, que ce soit Malajube, Patrick Watson, Xavier Caféine, Champion, ils ont tous commencé dans des petits lieux d'art et de spectacles. Ils ne se seraient pas rendus où ils sont rendus sans ces petits lieux-là, ils n'auraient peut-être même pas fait d'album sans ces petits lieux-là parce que...

Bon, je vous explique. Je ne suis pas seulement à l'APLAS. J'ai travaillé également au développement avec plusieurs artistes. J'ai fondé une compagnie qui s'appelle Bonsound (qui existe toujours d'ailleurs). Un *band* comme Malajube, je les ai *bookés* devant 20 personnes, à Drummondville, avec une facture qui, aujourd'hui, coûterait environ 10 000 \$, en plateau. Hotsprings, Malcolm Ball, Malajube devant 20 personnes, il fallait le faire, à l'époque. C'était quand même quelque chose. Sans ce lieu-là, Malajube n'aurait pas joué. Ils n'auraient pas été entendus par les 20 personnes qui en ont parlé à 20 de leurs amis. Le lendemain, à Québec, ils ont joué devant 75 personnes ; 75 personnes qui en ont parlé à 75 de leurs amis. Le bouche-à-oreille, il part de là. C'est-à-dire que sans ces petits lieux-là, il n'y a pas de bouche-à-oreille, il n'y a pas de... Vous-mêmes, vous ne les connaissiez pas, les médias non plus. Sans ces lieux-là, les artistes, ils n'existent pas, en réalité. (Court silence)

Ultimement, je pense que l'APLAS, avec ses membres et ses membres en devenir, a des... oui ? non ? a des affinités avec vous dans la mesure où – comme je vous disais tantôt – c'est une porte d'entrée qui amènera justement des artistes à se développer un public et ultimement à entrer dans vos salles, mais après une progression. C'est, ultimement, le plus gros lien avec RIDEAU. On pourrait éventuellement, même, devenir un réseau complémentaire à RIDEAU en devenant un membre collectif ou d'autre chose.

Nous avons fait – je terminerai là-dessus – une plénière au début du mois de septembre et il y a des recommandations qui ont été adoptées durant cette plénière. C'est disponible sur papier. Je vous invite, si vous le souhaitez, à venir en prendre une copie. C'est également disponible en téléchargement sur le www.aplas.ca. Ça explique la réalité de ces petits lieux-là.

Ce que j'ai entendu, aujourd'hui – je termine vraiment, pour vrai – ce que j'ai entendu aujourd'hui, ce qui s'est dit, c'est que la réalité de vos lieux, de votre travail de diffuseurs et de celles des petits lieux reste la même à une autre échelle, il y a vraiment des similarités. C'est en travaillant ensemble, à l'échelle locale, nationale et internationale que justement tout ce beau cycle de la chaîne de diffusion culturelle au Québec va pouvoir, à mon avis, prendre la place qu'elle mérite. Voilà.

Jean-Robert Bisailon, responsable de la veille numérique, Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec (SPACQ)

Je reviens d'un colloque à Washington, la semaine dernière, celui de la Future of Music Coalition qui est un organisme de veille de Washington et de ce qu'ils appellent *advocacy*. De veille juridique, en fait, pour l'avenir de la musique. Ça tombe bien parce que je savais que j'étais invité ici pour parler de MySpace, un peu parce que c'est ce qu'on connaît davantage. J'en suis revenu avec des résultats mirobolants dont je vais vous entretenir.

Je suis en train de lire, en ce moment, un livre de William Gibson intitulé *Neuromancer*, qui est supposément le livre qui a donné naissance au cyberspace ou à la notion de cyberspace. Je suis en train de le lire en anglais et puis je ne comprends rien de ce qu'il dit. (Rires) Il y a plein de néologismes et plein de concepts... je pense qu'il avait vraiment pris des drogues puissantes au moment où il a écrit ce livre-là. Je pense aussi que mon exposé risque de vous faire un peu le même effet. (Rires)

Mais c'est le but. Donc, je suis sûr que vous êtes déjà familier avec iTunes, avec iPod, avec MySpace. En fait, les concepts et les logiciels qui vont surgir, et qu'on va utiliser sous peu, ont des noms comme Ning, Twitter, le tagging, les wikis, les widgets, le scrobbling, évidemment, les blogues. Je ne parle pas chinois, je ne sais pas quelle langue je parle.

Avec ce qu'on appelle le Web 2.0 et bientôt le Web 3.0, on assiste finalement à un gros bouleversement des plateformes Internet. Ce qui est intéressant, c'est que ce qui est né beaucoup dans l'univers musical va éventuellement pouvoir être applicable dans d'autres secteurs de la culture, dans d'autres initiatives de diffusion culturelle et pas nécessairement celles liées au monde de la musique. Le monde de la musique, pour certaines particularités, a été la pointe de l'iceberg. Éventuellement, ça va donner lieu à des applications utiles pour tous les secteurs de la diffusion culturelle – je compare cette arrivée-là à quelque chose d'aussi important que l'arrivée de l'avion pour nos grands-parents. On en perçoit encore mal la portée.

Ce qui est intéressant et ce qu'il faut retenir, fondamentalement, c'est que ces outils-là mettent la communauté en mode « recherche ». Alors que les médias traditionnels poussaient de l'information vers nous, Internet nous permet, à la rigueur, d'aller la rechercher. Il devient de la responsabilité du public et des gens d'aller chercher les choses

qui font leur affaire, qui les inspirent, qui les passionnent, qui les alimentent. Ça modifie complètement nos rapports avec les médias.⁴

Comment communiquer la tenue d'événements culturels à l'aide de nouvelles approches Internet ? Comment utiliser Internet comme outil de repérage ? Parce qu'il permet les deux. Il permet à la fois de communiquer et de repérer du contenu. Aux États-Unis, le Web remplace les médias traditionnels dans le relais de l'information culturelle pour de larges pans de l'industrie. On parle notamment des maisons de disques indépendantes qui sont en train de jouer un rôle important aux États-Unis, les multinationales se retirant beaucoup de l'offre de l'enregistrement sonore.

Les maisons des disques indépendantes vont travailler, souvent, dans la même logique que les artistes autoproduits. Ça dépend du développement de la carrière. Ils vont utiliser MySpace ou Last FM, qui sont des communautés virtuelles. C'est un exemple ; il en existe plusieurs. De là, ils vont obtenir, attirer l'intérêt d'un webzine qui est notamment Pitchfork, aux États-Unis, qui est devenu le magazine en ligne qui a la même pénétration ou le même pouvoir d'influence que Rolling Stone ou Spin pouvait avoir. Ça va se répercuter chez les ventes au détaillant, chez Music, qui est un détaillant numérique. Éventuellement, ça va se répercuter aussi chez un site Web qui s'appelle Eventfull.

Eventfull, qui est un site qui fait du géomarketing de concerts. Dès que vous vous *loggez* sur son site, Eventfull sait d'où vous venez et peut vous vous pousser de l'information en lien avec les concerts qui correspondent à la région de votre code postal. Et ça existe aujourd'hui. Vous allez sur Eventfull, ils vont tout de suite vous *spotter*, ils vont vous pousser de l'information en ce qui a trait à votre code postal.

Si c'est devenu comme ça, c'était en réaction à la concentration de la propriété dans les médias. Il y a un cas notoire aux États-Unis, celui de Clear Channel qui est aujourd'hui propriétaire de 1200 stations de radio. Aux États-Unis, on trouve des marchés urbains importants dont la totalité des stations de radio est la propriété de Clear Channel. Antérieurement, Clear Channel était aussi un producteur et diffuseur de concerts. Il était propriétaire des salles clés de la plupart des agglomérations urbaines aux États-Unis. Il a été forcé de s'en séparer, puis aujourd'hui il y a une scission forcée entre Clear Channel et Live Nation. Puisque l'effet pervers de ça, c'était qu'à l'époque, et même encore aujourd'hui, il faut jouer dans une salle Live Nation pour être joué sur les radios Clear Channel. Ça ne laissait pas d'alternatives.

Nous arrivons aux approches médias, aux approches relations publiques qu'on utilise tous les jours, toutes les semaines. On est habitué de soumettre de l'information par le biais de communiqués de presse, notamment. Ça subit le filtre éditorial pour se rendre ensuite au filtre public. On s'entend que le filtre éditorial, ça peut être la question du coût. Ça peut être *Est-ce qu'ils m'aiment la face ou ils ne m'aiment pas la face ?* Ça peut être *À quelle*

⁴ Une projection vidéo débute.

page ils vont me placer dans la publication? On est très... très dépendants du filtre éditorial. Et ultimement, aussi du filtre public, aussi, on s'entend bien là-dessus. En résumé, on soumet, on fait pression, on espère, on se croise les doigts. C'est comme ça que je l'interprète.

L'approche des relations publiques Internet... ce n'est pas la panacée, ni la solution à tous nos problèmes. On soumet et, ultimement, on peut s'attendre à ce que ce soit immédiatement le filtre public qui fasse son œuvre. Parce que le public peut, éventuellement, recommander un spectacle à ses amis, il peut donner une cote au projet ou à la musique qu'on lui recommande. Éventuellement, vous, vous pouvez mesurer le taux de clics de vos campagnes de publicité, puis repérer la provenance de ces clics-là. Ce qui fait qu'un moment donné, vous vous croisez moins les doigts (Rires) parce qu'il y a eu des prescripteurs, le public a été lui-même prescripteur.

« Le commerce électronique, au Canada, souffre de l'absence d'une offre spécifique répondant aux goûts et aux besoins des Canadiens. » C'est tiré du résumé d'une étude d'une firme qui s'appelle eMarketer, que je n'ai malheureusement pas eu les moyens d'acheter parce qu'elle coûte 650 \$. Mais s'il y a des gens ici qui veulent me l'acheter, je suis prêt à fournir la photocopieuse.

Le Québec branché. Présentement, la haute vitesse, au Québec, c'est aux alentours de 63 %, il y a donc beaucoup de gens qui ont accès à de la haute vitesse. C'est un chiffre qui émane de l'étude NeTendances qui est publiée chaque année par le CEFRIO (Centre francophone d'informatisation des organisations) qui, elle, coûte beaucoup moins cher, 150 \$. Certainement à lire. Dommage, par ailleurs, que le gouvernement ne nous présente pas des statistiques gratuites en ces matières de fréquentation et d'usage de la bande passante d'Internet au Québec.

Je traite un peu de l'approche d'une promotion Internet. On a connu les sites personnels classiques, tout ce qui était les *point com*, les *point org*, les *point net*. De plus en plus, on a le Web 2.0, le Web 3.0 qui sont des approches modulaires, des approches de communication virale, reprises par le public.

On a les sites interactifs que vous connaissez, les MySpace, Facebook, etc. On a aussi, de plus en plus, la possibilité d'utiliser des blogues ou des wikis, des sites qui sont super faciles à programmer parce qu'ils permettent l'usage de ce qu'on appelle des CMS, des Content Management Systems. C'est une interface qui permet à quelqu'un qui ne connaît pas la programmation de programmer les mises à jour de son site. On n'avait pas accès à ça il y a quelques années. Maintenant, c'est possible.

Ces outils-là, les blogues et les wikis permettent aussi ce qu'on appelle les fils de nouvelles (fils RSS) qui permettent à des abonnés à votre fil de nouvelles, comme salle de spectacle, de recevoir sur leur fureteur l'information que vous émettez, par exemple, sur un spectacle qui vient d'être mis en vente.

Histoire de faire peur au monde et de stimuler le scepticisme, voici un bref glossaire des sites et des propositions en ligne... pour le plaisir de survoler tout ça. Vous avez les médias classiques en ligne qui sont toujours importants : la presse, la radio, la télé, des médias traditionnels, qui ont des sites en ligne.

Vous avez toujours la possibilité d'utiliser les publicités par bannières qui vont vous permettre de calculer les taux de clics. Ça, ça se paie, ça s'achète, c'est ce qui est plus *standard*, la fameuse bannière. Il y a des serveurs pour ça. Règle générale, vous allez mettre ça sur Canoë, sur Sympatico.

De plus en plus, vous pouvez utiliser des publicités par mots clés, en vente ou en achat. Sur votre site, vous avez ce qu'on appelle les Google Ads : les Google AdWords, les Google AdSense où vous gagnez de l'argent en mettant de la pub sur votre site et éventuellement, vous payez pour que vos mots clés apparaissent sur les sites de partenaires ou de concurrents.

Vous avez toujours les campagnes de courriels, mais de plus en plus, on utilise des logiciels d'accompagnement dans les campagnes de courriels, des logiciels qui vont pouvoir vous dire combien de personnes l'ont reçu, combien l'ont ouvert, combien ont cliqué sur le lien, donc finalement, combien de personnes ont vu votre message. Vous avez des logiciels extrêmement complexes, de cette nature-là, notamment ReverbNation pour les groupes. C'est vraiment génial.

Vous pouvez toujours faire de l'envoi d'hyperliens : un message avec un lien qui amène les gens vers votre site, vers votre page, vers un fichier musical en ligne. Vous avez aussi Bouche à oreille Musique qui est un projet québécois qui pousse des chansons vers le public.

Vous avez des bases de données qui sont extrêmement importantes, de plus en plus, parce qu'elles permettent, en fait, de connaître l'offre musicale. Je n'entrerai pas trop là-dedans, mais pour les artistes, pour les producteurs, pour les gens qui ont une offre, c'est extrêmement important que votre offre se ramasse dans des bases de données qui, après ça, vont alimenter les divers sites dont je parle.

Vous avez les communautés virtuelles : MySpace, Facebook, Bebo, High Five, Last.fm, pour la musique, et Ning (une nouvelle entreprise américaine qui vous permet, à vous, de créer vos communautés virtuelles selon vos exigences). Plutôt que d'aller sur MySpace pour faire une page sur votre bar ou votre salle de spectacle, vous pouvez créer une communauté virtuelle pour votre lieu. Et là, c'est vos abonnés, c'est les gens qui fréquentent votre salle qui peuvent décider d'adhérer et devenir votre ami ; le « I want to be your friend », c'est vous qui en fixez les règles, vous pouvez choisir les questions à poser aux gens qui adhèrent à votre communauté.

De plus en plus de concours proposent les soumissions en ligne, les Francouvertes vont l'offrir lors de leur prochaine édition. Aux États-Unis, il y a des sites qui permettent à des

artistes ou à des producteurs de soumettre des propositions artistiques à des séries de concerts, à des festivals, par le biais d'une interface en ligne. Vous pouvez faire la même chose ; au lieu de recevoir plein d'enveloppes, vous recevez des courriels avec un lien qui vous permet d'aller écouter le matériel.

Vous avez les webzines, vous avez les blogues et les forums tiers. C'est de l'information qui provient des producteurs ou des artistes. Vous pouvez aussi vous créer vos blogues, vos forums dédiés. Il est très facile de créer un site avec un logiciel comme Blogger.

Les wikis, j'en ai parlé. C'est un peu le même principe. Ce sont des sites, des environnements qui permettent à des profanes de programmer. Les webtélés, les webradios, qui s'en viennent de plus en plus sophistiqués, qui vont analyser vos profils, vos goûts, qui vont être capables, éventuellement, de vous proposer des choses que vous ne connaissez pas dans un registre similaire à un style que vous aimez.

Toute la question des fils RSS, des agrégateurs de signets – ce qu'on appelle les widgets et les tags. Concernant les widgets, voici un exemple d'un widget développé par ReverbNation : un producteur qui prépare une tournée crée son widget et il le met sur un des 75 sites qui affichent des calendriers. Si une date change, il le change à un endroit et les dates vont changer dans les 75 endroits où a été inséré ce petit widget, ce qui accélère le processus de travail.

Comme je le mentionnais plus tôt, on assiste au phénomène des « fans aux commandes et géomarketing », à un point tel que les gens disent aux producteurs : « Si tu ne fais pas venir ton artiste chez nous, on va être en pétard parce qu'on sait qu'on est 300, à Baltimore, à vouloir les voir. Présente-le dans telle salle parce que c'est la meilleure salle pour le genre de musique. » C'est rendu que c'est le public qui est à l'affût et à la pointe de la demande.

Internet offre un univers nouveau, complet, distinct et parallèle aux médias traditionnels. Utiliser Internet avec succès implique de tout essayer, de multiplier les tentatives et les approches. Envisager d'effectuer des suivis et des mises à jour périodiques très fréquentes. Ce que les ressources financières rendaient possible dans le cadre d'approches traditionnelles est remplacé ici par l'investissement en temps et en approche ciblée. Tout ce qui est vrai pour les maisons de disques indépendantes et les artistes l'est autant pour les diffuseurs, les salles. Il n'appartient qu'à vous de développer ces outils de promotion directe.

Mon blogue, qui est le blogue de la SPACQ, est tout nouveau, accessible sur le site Web de la SPACQ. On y trouve le signet Delicious (c'est ce qu'on appelle un agrégateur de signets en ligne qui permet de *taguer* vos préférés). Pour retrouver ce que j'ai dit aujourd'hui, vous irez sur mon site, puis sur mes Favoris Delicious. Vous aurez juste à cliquer sur le tag RIDEAU, puis vous allez avoir la liste des sites dont je vous ai parlé aujourd'hui. Merci.

HÉLÈNE BEAUCHAMP, MONTRÉAL

La question adressée à M. Gourde vise à savoir si les petits lieux accueillent seulement la musique ou si les autres propositions de spectacles d'art vivant sont aussi possibles. Pierre Gourde et Jean-Robert Bisailon confirmant que ces lieux accueillent principalement la musique et un peu les arts visuels, elle demande qu'est-ce qui accueille la présence corporelle et la parole sur scène. Jean-Robert Bisailon mentionne l'existence de petits lieux en friche à Montréal pour d'autres disciplines (théâtre, littérature)

CLAUDE BERNATCHEZ, QUÉBEC.

En soulignant l'effet *vitaminant* de la présentation de Jean-Robert Bisailon, le participant vient s'assurer que le document PowerPoint sera disponible.

ROBERT MIGUÉ, SPECTOUR

M. Migué attire l'attention des participants sur l'âge des utilisateurs des outils de communication Internet. Avouant ne pas disposer de données précises, Jean-Robert Bisailon émet l'hypothèse que le public utilisateur est d'âge varié et affirme que ces moyens de communication sont particulièrement appropriés pour des gens qui vivent dans des régions où l'accès à des sources multiples d'information est limité.

COLETTE BROUILLÉ, RIDEAU

L'intervention vise à diriger les échanges vers la question de la concurrence et des gros spectacles automédiatisés. Dans ce contexte de concurrence extrême, il y a sans doute là des éléments à considérer pour trouver des façons de contourner ce problème qui existera toujours. D'autre part, en citant l'émergence de l'APLAS, elle souligne l'importance d'agir en concertation dans la concurrence, puisqu'il y a des niveaux de problématiques qui se rejoignent, et de réfléchir à une complémentarité qui a beaucoup à gagner de la concertation, qui doit s'y appuyer pour préciser la place des petits lieux et reconnaître le travail déjà en cours, par exemple, celui du ROSEQ, où il y a des endroits qui se transforment dans le réseau d'été pour devenir des lieux d'accueil de disciplines différentes de la chanson et de la musique.

MARTIN FAUCHER, CONSEIL QUÉBÉCOIS DU THÉÂTRE

L'intervention de M. Faucher vient souligner l'importance d'une pratique artistique au Québec qui trouve vraiment, essentiellement, sa raison d'être dans des petits lieux et que ces petits lieux correspondent tout à fait à un public, à une pratique, et pas seulement à une relève, pour toutes les disciplines et sur tout le territoire.

SOLANGE MORRISSETTE, ROSEQ

En complément de l'intervention précédente, Mme Morrissette vient exposer la réalité d'un réseau de petites salles très actif, le Réseau d'été (du ROSEQ). Elle rappelle que les diffuseurs sont intéressés à travailler en tenant compte des petits lieux, avec l'APLAS, mais en précisant qu'il faut résoudre les problèmes de concurrence d'offre particulièrement aigus dans des milieux restreints. Son intervention met en évidence l'impossibilité de faire circuler un spectacle dans le réseau des salles après l'avoir fait tourner dans le réseau des bars, à moins de respecter un délai minimal d'un an.

MANON FORTIN, THÉÂTRE LIONEL-GROULX, SAINTE-THÉRÈSE

Mme Fortin s'interroge sur la présence des petits lieux sur tout le territoire, ce à quoi M. Gourde répond qu'au départ, surtout montréalaise, l'APLAS veut se déployer sur tout le territoire. Elle s'interroge aussi sur la nature des lieux, à savoir s'il s'agit surtout de bars, ce que réfute M. Gourde, qui affirme l'intention de l'APLAS de regrouper tous les petits lieux. Mme Fortin enchaîne en signalant que les objectifs de l'APLAS (regrouper des bars ou toutes les petites salles, regrouper des lieux seulement ou aussi des artistes, faire circuler la musique émergente ou l'ensemble des disciplines) doivent être clarifiés. M. Gourde admet qu'étant donné la formation récente de l'association et le peu de ressources qui y travaillent, des éléments demeurent à clarifier et que l'inscription des lieux sur leur site Web porte à confusion. L'important étant, selon Jean-Robert Bisaillon, l'existence d'une situation et d'une réalité, d'un microcosme qui n'était pas reconnu, bien qu'il travaille dans la chaîne de diffusion culturelle. Tout ceci étant un *work in progress*.

RÉJEAN BOUCHARD, THÉÂTRE CÔTÉ COUR, JONQUIÈRE,

L'intervention de M. Bouchard vient rappeler l'existence dans le réseau de diffuseurs professionnels qui disposent de salles avec des jauges de 100, 200 places... où est entre autres présenté du théâtre. Il poursuit en exprimant que malgré sa position favorable au développement de partenariats avec des lieux qu'il tend à voir comme des partenaires avant de les voir comme des concurrents, il est inquiet de la concurrence directe qu'exerce des lieux qui offrent des spectacles que les diffuseurs peuvent offrir, mais avec un coût de billet de beaucoup inférieur au coût moyen régulier chez les diffuseurs professionnels et dans un contexte qui comporte beaucoup moins de contraintes chez les petits lieux par rapport aux mandats et aux contraintes des diffuseurs pluridisciplinaires soutenus par le MCCC.

ALAIN CHARTRAND, COUP DE CŒUR FRANCOPHONE, MONTRÉAL

M. Chartrand dirige l'attention de l'assemblée sur la réalité des festivals et les partenariats qui s'installent pour soutenir la circulation des artistes, potentiellement avec les petites salles et avec les diffuseurs pluridisciplinaires membres de RIDEAU. Ce travail porte fruit

en particulier au chapitre de la programmation des artistes étrangers pour bonifier leur passage dans le cadre d'un événement en assurant ensuite la circulation.

Ce qui ouvre le sujet de la concurrence exercée en région par une flopée d'événements qui, gratuitement ou pour un prix minime, offrent à la population une programmation qui entre en concurrence avec la programmation régulière des diffuseurs.

Le 26 septembre 2007

Exposé — L'organisation et le financement – 1^{re} partie

Animation : Ariane Émond

Myriam Grondin, responsable de l'élaboration des contenus et de l'animation pour le Forum national sur la diffusion des arts de la scène.

D'entrée de jeu, je veux vous indiquer que les données dont il est question ce matin sont tirées du document préparatoire sur lequel nous avons beaucoup travaillé au cours des derniers mois. Il s'est évidemment passé des choses depuis l'impression, entre autres, un bulletin Constat du CALQ sur la diffusion qui est sorti tout récemment. Ce que nous vous présentons, ce matin, ne résulte pas d'un deuxième document préparatoire ; il s'agit des données que certains d'entre vous ont déjà lues.

Nous parlons ici de financement, et beaucoup de financement public. Il faut se rappeler que si nous en parlons autant, c'est que dans le cadre de la Politique, on avait identifié deux grandes priorités : la sensibilisation et le développement des publics, ainsi que l'accès de la population à un éventail diversifié de spectacles. Parmi les mesures que commandaient les deux grandes priorités de la Politique - et il y en avait plusieurs - s'en trouvait une d'importance : la consolidation et la bonification du soutien public à la diffusion.

Toujours pour situer le cadre de cet exposé, je cite un numéro de *Survol*, le bulletin de la recherche et de la statistique du MCCC, qui portait sur la sortie du document *20 ans de pratiques culturelles*. Nous faisons ici encore référence - et c'est normal - aux études menées par M. Rosaire Garon : « L'action des pouvoirs publics a non seulement contribué à la mise en place des infrastructures culturelles et à la modernisation des appareils institutionnels et industriels, mais elle a soutenu la professionnalisation des milieux artistiques, le maintien des standards de qualité dans la production et la diffusion, l'accessibilité des services culturels sur l'ensemble du territoire, le soutien à la diversité des formes d'expression, et la promotion de la participation des citoyens. »

Lorsqu'au cours de mes travaux, je suis revenue sur cet élément, je me suis dit que ce serait trop long pour une diapositive, et c'est le cas, c'est la plus longue de toutes. C'est important de se rappeler que ce que le domaine public fait, le privé ne le ferait pas. Lorsqu'on parle de dispersion sur le territoire, de diversification d'action, de professionnalisation, ça dépend largement des acteurs sur le terrain, mais c'est avec du soutien public qu'ils ont pu le réaliser.

La prochaine partie porte sur les diffuseurs pluridisciplinaires soutenus par le Ministère. Nous commençons en abordant la question des revenus totaux. Ici, nous parlons des

diffuseurs pluridisciplinaires soutenus par le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine. Ils sont 93 pour l'année de référence 2005-2006. Nous ne pouvons pas aborder l'ensemble de la réalité (de tous les diffuseurs) parce que les données qui sont, heureusement – comme le disaient Mme Bissonnette et d'autres intervenants – compilées par l'OCCQ ne comprennent pas ces données budgétaires. Les données qui concernent les diffuseurs pluridisciplinaires soutenus par le MCCCCF sont cependant disponibles sur le très intéressant site de l'Observatoire. Elles sont compilées par le MCCCCF et transmises à l'Observatoire qui les diffuse.

EN 2005-2006, les revenus totaux étaient de l'ordre 64,5 M\$. Là-dessus, la plus grande part est attribuée aux revenus de diffusion, pour 51 %. Les revenus de location, eux, s'élevaient à 11 %. Et les revenus auxiliaires étaient à 6 %. Pour un total de 68 % de revenus autonomes. Les revenus de l'aide privée représentent 4 % du budget total de plus de 64 millions. Et l'aide publique représente 28 % du budget total.

Toujours en 2005-2006, l'aide publique se répartit comme suit : l'aide provenant du palier municipal représente 51 % des revenus de l'aide publique. En deuxième lieu, pour 30 %, vient l'aide du gouvernement du Québec (on parle ici de l'aide qui provient directement du MCCCCF par le Programme de soutien au fonctionnement, par divers autres programmes et d'autres ministères qui sont associés au développement de la culture) ; en provenance du palier fédéral, 12 % ; des organismes scolaires, 5 % ; et du palier régional, 2 %.

Passons maintenant aux dépenses. Je dois souligner au départ que diffuseurs et producteurs jugeraient pertinent de connaître les détails des dépenses, pour mieux saisir et analyser l'ensemble de la réalité. Malheureusement, ces détails ne sont pas disponibles actuellement.

La catégorie des dépenses, qui s'élève à plus de 67 M\$, se divise en trois grandes catégories : les dépenses de diffusion qui regroupent, majoritairement, l'ensemble de dépenses liées à l'achat de spectacles ; les dépenses de location de salle ; les autres dépenses. Les dépenses de diffusion représentent 61 % du budget des dépenses. Le budget global des 93 diffuseurs pluridisciplinaires soutenus par le MCCCCF se solde, en 2005-2006, par un déficit de près de 3 M\$, ce qui correspond à 4,6 % de leurs revenus.

Concrètement, des revenus à un niveau de 64 M\$ et des dépenses à 67 M\$, ça s'incarne dans un déficit d'exercice qu'accusent 49 des 93 diffuseurs pluridisciplinaires soutenus, soit 53 % de ces diffuseurs.

Nous passons maintenant à un portrait qui situe l'évolution de la diffusion, un des objets de notre réflexion ici, dans le cadre du Forum. Je n'ai pas pu faire un lien direct entre 1993-1994 et 2005-2006. Il y a des questions de concordance et disponibilité de données qui demeurent problématiques. Nous ne pouvions arriver à le faire. Nous avons travaillé à

nos propres compilations, en limitant nos sources, pour être sûrs de disposer des données comparables et cohérentes.

Nous travaillons principalement avec les données diffusées sur le site de l'Observatoire. Au chapitre des revenus de 1999-2000 à 2005-2006, globalement, les revenus des diffuseurs pluridisciplinaires ont augmenté de 39 %. Durant cette période, le soutien public a augmenté de 34 %, puis les revenus de diffusion, eux, sont en hausse de 49 %. En bref, dans cette augmentation globale, la part importante vient des revenus de diffusion, des revenus de guichet, des revenus générés par l'activité de programmation et des activités des diffuseurs.

Au chapitre des revenus, toujours, l'aide privée est en hausse relative de 66 %. Ça a l'air gros, mais ça ne change rien au fait qu'au bout du compte, ça représente seulement 4 % du budget total. Tout de même, l'augmentation doit être soulignée. Cette part du budget des diffuseurs pluridisciplinaires soutenus par le MCCCCF est passée de 1,5 à 2,5 M\$ et cette part du financement représente maintenant 4 % des revenus totaux.

Les revenus de guichet de spectacles professionnels, c'est une catégorie qu'on distingue dans les chiffres disponibles, ont augmenté de 60 %. Les revenus de location ont augmenté, eux, de 50 %.

En chiffres absolus, l'augmentation des revenus de guichet de spectacles professionnels est l'augmentation la plus substantielle, soit plus de 11 M\$.

Nous passons aux postes de dépenses. Le budget total est en hausse de 47 % et les dépenses de diffusion sont en hausse de 62 %. À l'intérieur des dépenses de diffusion, le coût d'achat des spectacles professionnels a connu la hausse la plus importante, de l'ordre de 80 %, puisque ce poste est passé de 15 M\$ à un peu plus de 27 M\$. Pendant cette période, aussi, les frais de fonctionnement, eux, ont augmenté de 53 %.

En somme, la hausse de revenus la plus remarquable est celle des revenus de guichet de spectacles professionnels qui se sont accrus de 60 %, puis du côté des dépenses, le poste qui démontre une hausse la plus remarquable est celui des dépenses d'achat de spectacles professionnels, une hausse de 80 %.

Notre objectif est de contribuer à ce portrait-là, de démontrer où on se situe et de voir comment le soutien public, en ce moment, vient soutenir chacun de ces organismes qui ont un mandat de diffusion. Je dessine ici brièvement l'ensemble de l'évolution de l'aide financière du Ministère et du CALQ.

Premièrement, l'aide financière octroyée par le MCCCCF aux diffuseurs pluridisciplinaires. On observe une hausse de 16 %, de 1999-2000 à 2005-2006. L'aide octroyée par le CALQ aux diffuseurs spécialisés, elle, durant cette même période, a vécu une hausse de 55 %. Et l'aide octroyée aux organismes responsables d'événement nationaux et internationaux a crû de 5 %.

Je suis certaine que vous pouvez revenir sur ce point, que ça pourra faire partie des échanges. Nous ne disons pas ici que tout le monde est parti du même point et nous reconnaissons qu'il y a eu certains gestes de rattrapage qui n'ont pas été posés partout ou qui se sont manifestés différemment. C'est ce que la situation illustre, en ce moment.

Dernière diapositive, sur des éléments de budget comparables dans les trois catégories de diffuseurs. Nous avons donc comparé, en premier lieu, la part des revenus totaux provenant des revenus de spectacles. Chez les diffuseurs pluridisciplinaires soutenus par le MCCCCF, c'est 46 % des revenus, les revenus de spectacles représentent 46 % ; chez les diffuseurs spécialisés soutenus par le CALQ, il s'agit de 25 % ; et pour les organismes responsables d'événements, il s'agit de 12 %.

La part provenant de l'aide privée chez les diffuseurs pluridisciplinaires soutenus par le MCCCCF, 4 % ; les spécialisés, 14 % ; chez les événements, 27 %.

La part des revenus qui provient de l'aide publique, 28 % chez les diffuseurs pluridisciplinaires soutenus par le MCCCCF ; 47 % chez les diffuseurs spécialisés ; 56 % chez les événements.

Et la part, parmi toute cette aide publique, qui provient soit du MCCCCF, soit du CALQ, est de 7 % chez les diffuseurs pluridisciplinaires soutenus par le MCCCCF, de 22 % chez les diffuseurs spécialisés et de 20 % chez les événements.

En terminant, je vous rappelle que ces données proviennent des chiffres du MCCCCF cités sur le site de l'OCCQ, du CALQ - avec la collaboration de M. Gaétan Hardy.

Atelier 3 — Lignes directrices des programmes et exigences liées aux fonds publics

L'aide au fonctionnement octroyée aux diffuseurs par le MCCCCF vise à leur permettre d'augmenter la diversification des spectacles professionnels qu'ils offrent, de maintenir leurs activités visant à développer des publics et d'augmenter la fréquentation de leurs salles. L'aide allouée par le ministère du Patrimoine canadien répond à des objectifs similaires, en mettant notamment l'accent sur la présentation de spectacles hors Québec.

D'après les règles du programme d'aide du MCCCCF, de 50 à 70 %⁵ de toute la programmation professionnelle achetée par les diffuseurs pluridisciplinaires doit toucher au moins deux (ou trois) des disciplines suivantes : théâtre, danse, musique, chanson. Les diffuseurs intermédiaires et majeurs sont tenus de réaliser des activités de sensibilisation et de développement des clientèles. Ces derniers doivent aussi inclure des spectacles étrangers à leur programmation annuelle.

Les diffuseurs spécialisés et les événements soutenus par le CALQ sont aussi soumis à des règles qui visent à assurer leur contribution au développement et au rayonnement des arts de la scène.

Les programmes établis par les autres instances publiques apportent également leurs propres exigences en ce qui concerne la programmation et le développement de publics.

10. Comment les exigences liées aux fonds publics affectent-elles les diffuseurs dans un contexte où se multiplient les activités de diffuseurs et de promoteurs libres de contraintes ?
- D'emblée, les participants affirment que les exigences liées à la diffusion de théâtre, danse, musique, chanson (TDMC) sont démesurées par rapport à la part de financement public à laquelle elles sont rattachées.
 - Plusieurs contestent l'utilisation de pourcentage comme repère de la diffusion de TDMC et suggèrent plutôt l'utilisation de nombres absolus.
 - On déplore les modalités diverses de présentation de demandes de financement et de rapports, la surcharge de travail qu'entraîne cette situation.

Cette question suscite aussi des remarques et des commentaires très diversifiés touchant le sous-financement de la diffusion, l'accès limité au financement public, l'absence de prise en compte des coûts de la diffusion, les délais entre la présentation de demandes de

⁵ Ce pourcentage ainsi que d'autres critères sont définis en fonction de la catégorie à laquelle appartient l'organisme de diffusion. Il existe trois catégories de diffuseurs soutenus : majeur, intermédiaire ou complémentaire.

subvention et le temps réel de programmation, l'absence d'analyse qualitative du développement de publics, etc.

11. Certaines mesures pourraient-elles être améliorées ? Des mesures (assorties d'enveloppes budgétaires afférentes) pourraient-elles être établies sans surcharger davantage les structures de diffusion ?
 - Le programme de financement du MCCCCF devrait tenir compte du contexte et de l'environnement d'exercice des diffuseurs.
 - Les participants souhaitent l'instauration d'un financement pluriannuel qui viendrait reconnaître et soutenir une vision globale à long terme.
 - On souhaite une harmonisation et une complémentarité des programmes de financement.

12. Le travail pour le jeune public peut-il se maintenir et se développer sans mesures de soutien particulières ?
 - Les participants s'entendent sur un aspect fondamental : le financement public est essentiel pour assurer le développement des arts de la scène et le travail auprès du jeune public, ce travail étant actuellement déficitaire pour les diffuseurs et pour les producteurs.

Exposés — À livres ouverts

Cette partie du Forum était constituée d'exposés comparatifs et complémentaires des coûts de création, de production et de diffusion de spectacle dans deux disciplines différentes, soient les variétés et la danse. Deux diffuseurs et deux producteurs, associés à une même proposition artistique dans chacune des disciplines, sont venus ouvrir leurs livres. Les exposés n'étaient suivis d'aucun échange avec la salle. Nous nous limitons dans ce rapport à citer certains constats énoncés par les panélistes, sans nous attarder à reproduire l'ensemble des chiffres.

Animation : Colette Brouillé, directrice générale de RIDEAU et Ariane Émond

Après un rappel de l'objectif général de favoriser une meilleure connaissance des réalités financières et des contraintes que vivent respectivement les diffuseurs et les producteurs, Colette Brouillé présente les invités qui ont accepté de participer à cette présentation de budgets types des revenus et dépenses en création, production et en diffusion.

En danse, Mme Hélène Blackburn, directrice artistique de Cas public, compagnie de danse contemporaine qui s'adresse au jeune public, et Mme Luce Couture, directrice de programmation du Théâtre Centennial, à Lennoxville, et vice-présidente de la Danse sur les routes du Québec. Elle a également collaboré à l'exercice d'élaboration de la Charte des compétences du diffuseur (élaborée par le CRHSC).

En variétés, M. Jean-François Renaud, agent chez Spectra et M. Marcel Alexander, directeur général de la Corporation de la Salle André-Mathieu, également président de l'Association des professionnels de l'industrie de l'humour et président du réseau Diffusion Inter-Centres.

Premier exemple : 2 représentations du spectacle Barbe Bleue au Théâtre Centennial de Lennoxville en septembre 2005

Hélène Blackburn et Luce Couture présentent conjointement et en parallèle le cas qui vient illustrer la réalité de la diffusion de la danse contemporaine de chaque point de vue (productrice et diffuseur).

Du côté de Cas public, on note d'abord :

- L'exemple retenu pour illustrer réfère à une situation de « succès », malgré les problèmes inhérents à la circulation de la danse contemporaine.
- On constate que malgré le succès, la compagnie de danse ne peut amortir les frais de production.
- Le soutien à la tournée accordé à la compagnie de danse est essentiel non seulement pour assurer la circulation des spectacles, mais pour contribuer aussi à

assurer son fonctionnement.

Du côté du Centennial, on note d'abord :

- Le diffuseur est de type *intermédiaire*, qui doit inscrire à sa programmation 20 spectacles professionnels par année (dont 60 % de toute la programmation professionnelle achetée doit toucher au moins deux des disciplines suivantes : théâtre, danse, musique, chanson), qui agit à l'intérieur d'une université (ses subventions proviennent du MCCCCF, du Patrimoine canadien et de l'Université Bishop's). Ce lien avec l'université agit aussi sur les coûts de main-d'œuvre (les coûts de rémunération des techniciens sont moins élevés parce que ce sont des étudiants formés par le directeur technique, qui est aussi professeur au département de théâtre).
- L'année citée ici est atypique pour deux raisons : d'abord, il s'agit d'une année de construction et rénovation du Théâtre Centennial et, par ailleurs, d'une année de boycottage des sorties culturelles par les enseignants du Québec.

Le survol des revenus et des dépenses de l'une et l'autre expose principalement ce qui suit :

- Les coûts et les risques financiers de l'une et l'autre peuvent varier. Par exemple, le solde budgétaire de la compagnie de danse sera différent si une nouvelle distribution impose plus d'heures de répétition ou selon l'importance de l'aide à la tournée. Celui du diffuseur varie notamment selon le soutien au cachet apporté par La danse sur les routes du Québec.
- Comme une des représentations s'adresse au jeune public, les revenus de guichet sont limités.
- L'exemple illustre l'importance du soutien qu'apporte La danse sur les routes du Québec au diffuseur tant pour couvrir une part du cachet que pour assurer la rémunération de l'agent de développement. Malgré ce soutien, le budget du diffuseur accuse un déficit important pour ces deux représentations, les dépenses égalant 171 % des revenus. Du côté de la compagnie de danse, le solde est aussi déficitaire, mais les dépenses représentent ici 104 % des revenus.

Deuxième exemple : représentation (s) de spectacle de chanson

Jean-François Renaud et Marcel Alexander présentent non pas un exemple particulier, mais une hypothèse à variables multiples.

Du côté de la Corporation de la Salle André-Mathieu, on note d'abord :

- Le diffuseur est de type majeur, cette catégorie imposant notamment la présentation de 40 spectacles différents, dont 70 % en TDMC.

- Le financement public représente entre 5,5 et 6 % du budget annuel de l'organisme, soit 50 % qui proviennent du gouvernement du Québec et 50 % de la Ville de Laval.

Du côté de Spectra, on note d'abord :

- L'exemple créé réfère à un artiste « à succès », en chanson, dont la carrière dépasse une vingtaine d'années, qui a vendu des milliers d'albums, qui a tourné à travers le Québec à plusieurs reprises et qui effectue un retour après quelques années d'absence de la scène.

La présentation conjointe expose, en utilisant diverses variables, les principaux paramètres du budget de circulation, d'une part, et de diffusion, d'autre part, en mettant en évidence la zone de calcul du risque et du profit de chacune des parties. Par cet exposé conjoint, diffuseur et agent exposent aux participants les bases de calcul et de négociation généralement reconnues, ainsi qu'une proposition nouvelle, qui contribuerait plus particulièrement à réviser la définition de la catégorie des dépenses admissibles avant calcul des profits, en incluant des honoraires de diffusion.

Chacune des deux présentations expose, à sa façon, la part de risque qu'engendre la présentation de tout spectacle, ainsi que l'importance du rapport de négociation intrinsèque aux relations de producteur à diffuseur, comme le formule Colette Brouillé en conclusion.

Plénière — L'organisation et le financement – 2^e partie

La politique affirme qu'il est nécessaire d'adopter des mesures qui permettent la consolidation et la bonification du soutien public destiné aux activités de diffusion des producteurs et des diffuseurs, pour qu'ils aient les moyens de remplir leur mandat de diffusion avec efficacité et compétence. Elle énonce dix mesures à cet effet.

Animation : Ariane Émond

Introduction par Myriam Grondin

Ce matin, nous avons évoqué le fait que le financement public de la diffusion des arts de la scène avait évolué et se manifeste actuellement par un soutien important des municipalités, du gouvernement du Québec, du gouvernement du Canada, des instances régionales, des instances scolaires.

Chacun des secteurs d'intervention a évolué d'après un rythme, des paramètres, un contexte qui étaient définis à la fois par les acteurs sur le terrain et par des éléments de contexte propre à chaque secteur (diffuseurs pluridisciplinaires, diffuseurs spécialisés, événements).

C'est ce que traduisent les données sommaires que nous avons exposées. En ce qui concerne les diffuseurs pluridisciplinaires, nous pouvons retenir que de 1999-2000 à 2005-2006, les revenus de diffusion des diffuseurs pluridisciplinaires soutenus par le MCCCCF ont augmenté de 49 %. Et ils représentent, en 2005-2006, 51 % des revenus totaux. Durant la même période, l'aide publique (tous paliers confondus) a augmenté de 34 % et elle correspondait, en 2005-2006, à 28 % de ces revenus totaux.

Quant aux dépenses de diffusion des diffuseurs pluridisciplinaires, nous disposons de peu de détails et d'information, par exemple, sur l'évolution du prix des cachets. Nous savons que les dépenses de diffusion des diffuseurs pluridisciplinaires soutenus par le MCCCCF sont passées de 25 M\$ à 41 M\$, soit une augmentation de 62 %. Ce poste de dépense occupe 61 % de toutes leurs dépenses. Voici où nous nous sommes laissés ce matin, à la fin du premier exposé.

Nous abordons maintenant le sujet du financement privé. En 2005-2006, les revenus de sources privées des diffuseurs pluridisciplinaires soutenus représentent 4 % des revenus totaux. Leur part relative a crû de 1 % entre 1999-2000 et 2005-2006, mais ce poste budgétaire demeure relativement marginal, surtout si on considère les autres revenus autonomes générés par les activités de diffusion.

Ici comme dans le document préparatoire, nous vous présentons quelques éléments d'information concernant Placements Culture, étant donné sa place dans le contexte actuel de financement privé. Ce programme a été créé en novembre 2005 pour assurer un

financement stable, à long terme, des organismes du domaine culturel. Il a démarré avec un budget de 5 M\$. Au 31 mai 2007, son budget a atteint 12 M\$.

Dans le document préparatoire, nous abordons aussi un autre sujet lié au financement privé de vos activités, celui de la mesure fiscale liée aux abonnements. Une première version de cette mesure fiscale a été appliquée dès le milieu des années 1990 et, depuis, a été peaufinée et améliorée à quelques reprises. Actuellement, c'est une mesure qui permet aux entreprises – et ici, par entreprise, on désigne aussi les travailleurs autonomes – d'obtenir une déduction de 100 % du coût d'abonnement comprenant au moins trois représentations d'événements culturels qui ont lieu au Québec. La mesure vise diverses disciplines dont les arts de la scène et, plus particulièrement : orchestre symphonique, ensemble de classique ou de jazz, opéra, spectacles de chanson, de danse et de théâtre, et depuis 2005, les variétés. Ce n'est pas exclusif aux arts de la scène ; les musées ont accès à cette mesure, c'est-à-dire les visiteurs des musées, tout comme vos spectateurs.

Les recherches que j'ai réalisées sur ce sujet, notamment auprès des ministères concernés, nous obligent à constater qu'il est impossible, malheureusement, d'évaluer l'impact attribuable à cette mesure fiscale implantée depuis maintenant 10 ans. Des projections ont été faites lors de sa mise en vigueur. Toutefois, les renseignements relatifs à son utilisation par les entreprises et les travailleurs autonomes ne font l'objet d'aucune compilation, contrairement à la compilation faite d'autres mesures ou déductions, par exemple, pour une contribution à un fonds de recherche ou au cinéma.

Avant de terminer cet exposé, nous abordons maintenant les contenus que révèle une étude sur le financement privé réalisée par la Chambre de commerce de Montréal métropolitain à la suite des travaux intitulés *Pourvoir la culture ensemble* qui ont eu lieu en 2005. Évidemment, c'est établi à partir de la réalité de la métropole, de cette région particulière du Québec, mais on y trouve certains éléments qui confirment ce que plusieurs sentent sur le terrain, peu importe leur région d'exercice.

L'étude de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain révèle que les gens d'affaires estiment que la culture n'est pas un besoin prioritaire de la population. Les causes liées à des enjeux sociaux occupent toujours une place beaucoup plus importante que la culture. Les gens d'affaires sont davantage touchés par des enfants qui ont faim ou qui sont malades que par la culture. La dimension sociale de l'importance de la culture n'est vraiment pas saisie, sauf exceptions. Encore ici, nous travaillons avec des statistiques rassemblées dans une étude très documentée. On y confirme à quel point la taille des contributions privées varie en fonction de la taille des organismes culturels. Et je me permettrais d'ajouter, pour en avoir longuement discuté dans le cadre d'une autre enquête, que la somme des efforts consentis par les organismes culturels demeure toujours assez imposante lorsqu'on parle de financement privé, et ce, peu importe le résultat.

Échanges avec la salle

Est-ce que le recours au financement privé est une voie prometteuse pour financer la diffusion ?

CLAUDE DE GRANDPRÉ, THÉÂTRE HECTOR-CHARLAND, L'ASSOMPTION

M. de Grandpré relate l'expérience vécue au Théâtre Hector-Charland. Les principaux constats se résument comme suit :

- Les modalités de traitement de dossier dans le cadre du programme Placement culture entraînent actuellement une période d'attente incompatible avec la mobilisation de partenaires privés, mobilisation réalisée au prix d'efforts importants.
- Comme d'autres organismes, le Théâtre Hector-Charland est confronté aux limites du bassin de partenaires privés potentiels dans sa région.
- Les partenaires privés peuvent contribuer au financement d'activités liées au tourisme, de théâtre d'été, de chanson populaire, etc. Mais le financement public demeure essentiel, en particulier pour des disciplines ou des propositions moins populaires ou plus exigeantes.

ALLAN CÔTÉ, VILLAGE EN CHANSON, PETITE-VALLÉE

M. Côté aborde aussi les difficultés auxquelles il se heurte actuellement, la première mentionnée étant que les différentes démarches de recherche de financement privé demandent beaucoup de temps, plus de temps que prévu. Et ce, même en travaillant avec une firme spécialisée en souscription (levée de fonds).

SUZANNE AUBIN, THÉÂTRE DU VIEUX-TERREBONNE, TERREBONNE

Mme Aubin intervient pour rassurer son collègue de l'Assomption et l'inviter à tenir le coup, l'organisme qu'elle dirige venant tout juste d'être accepté par Placements Culture, environ deux ans après le dépôt de sa demande.

MICHEL LÉTOURNEAU, BOULEV'ART, QUÉBEC

D'entrée de jeu, M. Létourneau précise qu'il a travaillé au sein du comité ministériel qui a élaboré le projet de Placements Culture. Ses propos touchent les aspects suivants :

- Placements Culture est à la fois une bonne et une mauvaise affaire. Il est justifié d'encourager la recherche de fonds privés aux fins de création d'un fonds de dotation. Mais comment financer les dépenses courantes d'exploitation ?
- Il est clair que ça oblige les organismes à avoir une vision à long terme parce qu'un fonds de dotation commence à être rentable à partir d'un certain nombre de millions. C'est un premier pas dans la bonne direction.

- Certaines recommandations du comité n'ont pas été retenues, alors qu'elles s'imposent : la nécessité de former les organismes en financement privé ; la réalisation d'une campagne sociétale afin de sensibiliser le citoyen qui donne son argent.

DIANE PERREAULT, SALLE PAULINE-JULIEN, MONTRÉAL

Mme Perreault expose succinctement les faits suivants :

- L'organisme qu'elle dirige réalise annuellement des activités de souscription qui génèrent 10 % de son budget annuel, une somme qui ne peut être placée dans un fonds, parce qu'elle est nécessaire à la réalisation de ses activités régulières, au quotidien.
- De plus, l'organisme a pu bénéficier des services d'une ressource spécialisée en commandite, grâce au programme Développement des compétences. Comme il s'agissait d'une ressource ponctuelle, l'organisme se retrouve devant un problème récurrent : un problème de temps et de compétences pour poursuivre la recherche de financement privé.

PATRICK DARBY, PRODUCTIONS TRAQUENART, MONTRÉAL

M. Darby témoigne de l'expérience de Traquenart, qui s'est engagé avec le programme Placements Culture, dès le début ; qui s'est fixé un objectif modeste ; qui a misé avant tout sur le réseau naturel de son conseil d'administration et sur la réalisation d'une activité-bénéfice ; sur l'engagement du président du conseil d'administration.

SOLANGE DROUIN, ADISQ

Mme Drouin représente les producteurs de disques, de spectacles et de vidéos. Elle attire l'attention des participants sur un fait que les échanges sur le financement privé et le mécénat évacuent généralement : les secteurs de la musique, de la chanson et de l'humour sont des secteurs qui s'appuient déjà largement sur le financement privé puisque 90 % des dépenses des entreprises sont assumées par les producteurs de disques et de spectacles, pour financer les disques et les spectacles. Dans ces conditions, il devient difficile de penser à accroître la part privée de leur financement comme voie prometteuse pour l'avenir.

BLAISE GAGNON, CORPORATION DE LA SALLE DE SPECTACLE DE SEPT-ÎLES ET ROSEQ

L'intervention de M. Gagnon porte sur deux points :

- Le financement privé n'est pas une solution parce que c'est souvent trop compliqué, parce que trop peu de gens y croient, surtout chez les gens d'affaires. Le succès remporté dans sa région dépend de la volonté d'entreprises qui n'investissent pas dans la culture, mais dans la qualité de vie de leurs travailleurs et de leurs familles, et dans l'attraction et la rétention de main-d'œuvre.

- Les résultats obtenus en matière de financement privé ne sont pas proportionnels aux efforts déployés.
- De plus, au nom de l'ensemble des membres du ROSEQ, M. Gagnon insiste sur la difficulté que vivent les organismes en région, dans un contexte économique difficile (problèmes de l'économie de la forêt, du poisson, des grandes industries, etc.).

Que permettrait un financement accru de la diffusion ?

PIERRE PAQUETTE, COMITÉ CULTUREL, MÉGANTIC

Une réponse, brève et nette : plus de récurrence dans les risques artistiques que prennent les diffuseurs.

COLETTE BROUILLÉ, RIDEAU

Sur le même registre, bref et net : dans la situation où se trouve la diffusion, un financement accru permettrait de maintenir les acquis.

CHRISTINE BELLEFLEUR, MUNI-SPEC, MONT-LAURIER

D'après Mme Bellefleur, la question devrait plutôt se formuler comme suit : qu'est-ce que nous arrêterons de faire si le financement ne vient pas à la hauteur de ce qu'il nous faut ? Le financement ne permettra pas d'abord de faire plus, mais de maintenir ce que nous faisons. Actuellement, la diffusion pour les jeunes publics est menacée. La contribution des municipalités est importante et essentielle, mais le MCCCCF doit assumer ses responsabilités.

JEAN-SYLVAIN BOURDELAIS, SERFILM, SAINT-BRUNO

Rappelant que de nombreux organismes sont soutenus par des structures bénévoles, M. Bordelais estime qu'un financement accru permettrait aux diffuseurs de constituer des équipes permanentes, une main-d'œuvre qualifiée qui les appuierait dans toutes leurs démarches.

STÉPHAN LAROCHE, PALAIS MONTCALM, QUÉBEC

M. Laroche, lui aussi, formulerait la question différemment : quelle est la hauteur du financement dont nous avons besoin ? Premier constat, il faut reconnaître qu'il manque minimalement 3 M\$, tout simplement pour combler les déficits. Pour en faire plus, entre autres en développement de publics, développement de marchés et recherche de financement privé, il faudra injecter plus que ces 3 M\$. Et ceci, en admettant d'abord le constat suivant : le milieu de la diffusion au Québec est dans une situation financière globalement très difficile.

CLAUDIA BERARDI, MONTRÉAL

Mme Berardi émet le souhait qu'un financement accru des diffuseurs leur permette, dans le cas d'achats de spectacles d'arts de la scène spécialisés, de rémunérer les compagnies et les artistes un peu mieux et faire en sorte que *les artistes ne soient pas obligés de s'ouvrir une veine à chaque fois qu'ils veulent faire de la tournée au Québec.*

Revenant au sujet du financement privé, Mme Berardi veut souligner un problème qu'entraîne Placements Culture : d'après elle, les organismes qui ont pu bénéficier du programme ont dû réaliser deux campagnes de financement dans leur année : la première campagne de financement pour leurs activités régulières et la deuxième, pour le fonds de dotation. Cette situation est problématique à la fois pour les organismes du milieu culturel et pour le milieu des affaires, qui est doublement sollicité.

CLAUDE DE GRANDPRÉ, THÉÂTRE HECTOR-CHARLAND, L'ASSOMPTION

À l'instar d'autres participants, M. de Grandpré attire l'attention sur les activités qui ne peuvent être maintenues faute de ressources au lieu de répondre directement à la question. D'après lui, subtilement, des diffuseurs sont en mode de consolidation depuis quelques années. Ils n'arrêtent pas de diffuser en danse, en musique ou en théâtre de création : ils en font un peu moins, chaque année. Dans la même veine, il n'a pas les ressources pour aller chercher le public perdu lors du dernier boycottage des activités culturelles par les enseignants.

Autre problème à résoudre avant de chercher à faire plus : la rémunération de la main-d'œuvre, notamment pour offrir un niveau de rémunération acceptable et pour mettre fin à la surcharge de travail assumée par plusieurs.

LOUIS MORIN, NEW RICHMOND

M. Morin réitère la nécessité d'accroître les subventions.

ANDRÉ LAMBERT, OVASCÈNE, SAINTE-MARIE-DE-BEAUCE

M. Lambert réitère le besoin en matière de main-d'œuvre en insistant sur la nécessité d'alléger la charge de travail des directions générales et de hausser leur rémunération.

ANDRÉE GARON, THÉÂTRES UNIS ENFANCE JEUNESSE

Tout en appuyant les propos précédents, Mme Garon attire l'attention des participants sur les artistes en émergence. En effet, même en osant espérer une augmentation des revenus des diffuseurs et un transfert vers ceux qui sont déjà là chez les producteurs, on ne parle pas de l'émergence. Actuellement, s'il n'y a pas de revenus supplémentaires pour ceux qui sont déjà là, *il y en a encore moins pour ceux qui nous suivent et qui doivent être là si nous voulons demeurer, tout simplement.*

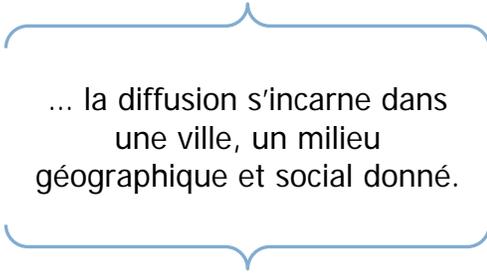
Bilan synthèse et perspectives d'avenir

Animée par Ariane Émond, cette dernière partie du Forum est amorcée par un aperçu des sujets abordés en atelier. Pour ce faire, RIDEAU a invité deux des huit animateurs à présenter la synthèse des travaux qu'ils ont dirigés. Suit le bilan que dresse chacun des deux observateurs mandatés par RIDEAU, puis celui qu'ébauchent les participants.

Mme Dominique Violette, animatrice.

J'ai travaillé dans un bel atelier, avec un beau groupe.

La reconnaissance de la profession diffuseur est un thème transversal. Les échanges en atelier ont fourni à des producteurs et des représentants d'association déjà actifs il y a 10 ans l'occasion de rendre des témoignages. On reconnaît qu'il y a 10 ans, la dynamique était davantage axée sur la méconnaissance et la confrontation. À ce chapitre, on reconnaît qu'il y a bel et bien eu évolution, une évolution énorme dont tous sortent gagnants. Les participants à l'atelier apprécient ce qu'ils ont compris de la profession de diffuseur. L'avenir s'appuie sur un passé fait d'expériences communes et sur une volonté de collaboration accrue entre producteurs et diffuseurs.



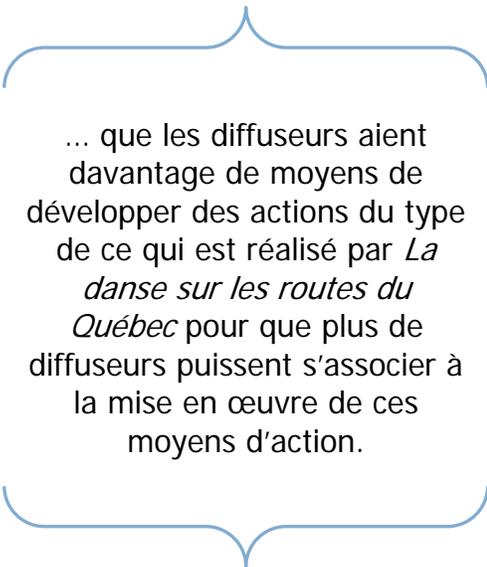
... la diffusion s'incarne dans
une ville, un milieu
géographique et social donné.

La reconnaissance de la dimension artistique de la profession de diffuseur a connu une nette amélioration du côté du milieu du spectacle. Cette dimension de la profession devra être mieux promue, par exemple sur le plan local et notamment auprès des instances municipales, pour faire reconnaître le rôle social des diffuseurs. Les organismes de diffusion sont déjà généralement reconnus pour leur impact économique et touristique. Il faut aussi reconnaître l'impact social de leur travail.

On assiste actuellement à une recherche d'équilibre entre les nombreuses fonctions des diffuseurs. L'équilibre recherché vise particulièrement la fonction artistique, qui s'est développée au cours des dernières années. Cette dimension artistique est actuellement contrainte par la lourdeur de la recherche de financement. Le rôle social du diffuseur est pourtant ressenti comme un de ceux qui lui apportent le plus de satisfaction et entraîne des collaborations fructueuses. Par ces collaborations, des artistes peuvent exercer leur rôle social comme artiste dans des lieux et des milieux où travaille le diffuseur. Ces expériences sont d'une très grande richesse et unissent des professionnels de divers domaines. Elles démontrent aussi que le diffuseur est reconnu comme un spécialiste de son milieu, ce qui est important parce que la diffusion s'incarne dans une ville, un milieu géographique et social donné. Les résidences d'artistes constituent un exemple concret de

piste à exploiter, de projets porteurs et riches pour les diffuseurs, les artistes et le public. Il s'agit d'un exemple qui illustre tout le potentiel du travail en commun à l'avenir.

Du côté de l'accessibilité, la clé du succès observé au cours des dernières années se trouve du côté de l'implication dans les milieux et du réseautage. Les statistiques démontrent un progrès, mais on constate que celles-ci cachent les coûts du succès. Le rôle social, le développement des publics, l'accessibilité, tout est mesuré en termes quantitatifs alors que ce sont des aspects qualitatifs du travail. De plus, les orientations et les programmes de financement devraient mieux prendre en compte ces aspects qualitatifs du travail de diffusion. Quant à l'analyse quantitative des résultats, on demande que soient mieux exposés les coûts de la diffusion, en distinguant les données qui concernent les diffuseurs privés et ceux qui sont subventionnés.



... que les diffuseurs aient davantage de moyens de développer des actions du type de ce qui est réalisé par *La danse sur les routes du Québec* pour que plus de diffuseurs puissent s'associer à la mise en œuvre de ces moyens d'action.

Au sujet de l'espace occupé par les diffuseurs privés, on ne peut lutter contre les initiatives privées, on ne peut s'opposer au contexte de libre marché, mais il faut reconnaître les conséquences qu'il impose aux diffuseurs subventionnés. Il faut aussi reconnaître que la libre diffusion de spectacles a des conséquences chez le spectateur, étant donné la ponction importante dans son budget de sortie. On ne peut lutter contre cette situation, mais les organismes de diffusion soutenus par les instances publiques doivent l'être de manière à être équipés pour contrebalancer, faire le travail de développement requis au chapitre de l'accessibilité, notamment.

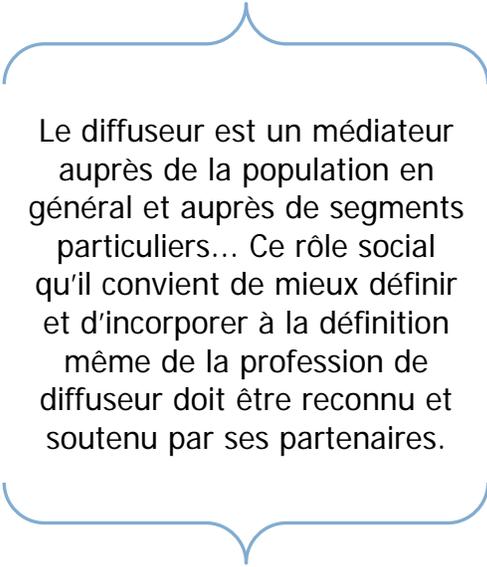
Concernant les équipements, le maître mot semble être la souplesse. Au chapitre des équipements, rien n'est parfait, la désuétude s'installe à un rythme accéléré, tout va vite, surtout quand il est temps d'accommoder les nouvelles technologies. Par contre, c'est clair qu'il faudrait agir du côté de la réglementation. En effet, on observe des règles désuètes, qui ne conviennent pas aux nouvelles formes et aux nouvelles façons dont le public souhaite fréquenter les arts. Il faudra donc créer des conditions d'assouplissement pour optimiser les espaces et les équipements spécialisés. Le MCCCCF devra exercer un rôle important auprès des autres instances pour optimiser ce qu'on a en main et pour dégager une vision du développement des équipements.

En conclusion, il faut signaler un consensus très fort en ce qui concerne les questions liées aux jeunes publics. La politique affirme que la culture doit être accessible à tous, les enfants font partie de ce « tous »! Producteurs et diffuseurs s'entendent sur la nécessité de dédier des sommes aux interventions auprès des jeunes publics. On demande aussi que les diffuseurs aient davantage de moyens de développer des actions

du type de ce qui est réalisé par *La danse sur les routes du Québec* pour que plus de diffuseurs puissent s'associer à la mise en œuvre de ces moyens d'action.

M. Georges Comtois, animateur.

Ça a été pour moi un vrai plaisir de travailler avec les participants (une quarantaine) à



Le diffuseur est un médiateur auprès de la population en général et auprès de segments particuliers... Ce rôle social qu'il convient de mieux définir et d'incorporer à la définition même de la profession de diffuseur doit être reconnu et soutenu par ses partenaires.

l'atelier et c'est un privilège de commenter pour vous les contenus abordés en atelier, avec une sensibilité et une vision proches de la diffusion, tout en conservant un regard externe, puisque je ne suis pas vraiment du milieu de la diffusion. Mes commentaires se répartissent d'après les trois thèmes d'atelier.

Concernant la profession de diffuseur, on constate d'abord que d'un métier, le travail de diffuseur est devenu une profession, avec des champs spécialisés et une imputabilité beaucoup plus grande. Parmi ces champs spécialisés, la direction artistique devient une dimension de plus en plus fondamentale – on assiste à un consensus fort à ce sujet, même à une quasi

unanimité. Une autre dimension forte émerge aussi parmi les nouvelles préoccupations : celle du rôle social du diffuseur. Chacun le ressent et l'exerce selon son milieu et son territoire (urbain sophistiqué ou urbain dévitalisé, milieu rural, région éloignée, etc.). Chacun, à son niveau, ressent l'importance de ce rôle social, de passerelle et de médiation entre la création et le public. Le diffuseur est un médiateur auprès de la population en général et auprès de segments particuliers, par exemple d'après l'âge ou les caractéristiques ethnoculturelles. Ce rôle social qu'il convient de mieux définir et d'incorporer à la définition même de la profession de diffuseur doit être reconnu et soutenu par ses partenaires.

Concernant l'accessibilité, la médiation entre ici aussi en ligne de compte, puisqu'elle consiste à réconcilier les personnes en servant d'intermédiaire. Les diffuseurs sont conscients de l'adéquation et de l'inadéquation du réseau d'équipements. Certains estiment que si le lieu physique reconnu, la « salle », ne convient pas, il leur faut permettre que ces prestations s'exécutent ailleurs, par exemple, dans les foyers, dans des lieux physiques qui conviennent davantage. Ils sont prêts à relever le défi d'accueillir des formes nouvelles, de présenter des prestations dans des lieux adaptés, de faire éclater le cadre trop rigide des lieux. Cette façon d'aborder la problématique des lieux est liée à la possibilité de créer des événements rassembleurs, ce qui, en soi, constitue aussi un geste de médiation. Il importe que cette dimension du rôle social soit reconnue tant par les

instances de financement que par des partenaires disciplinaires et territoriaux avec lesquels les diffuseurs sont en lien.

Concernant le soutien public et ses exigences, le soutien de base devrait être plus souple et plus englobant, spécialement concernant le rôle social. Il devrait être bonifié et majoré, et établi sur une base pluriannuelle. Ce financement de base « amélioré » devrait être complété par du financement ad hoc, modulable en fonction de réalités, particularités et de besoins, et favorisant l'intégration de tous les rôles.

L'atelier était formé de professionnels disciplinés et responsables. Toutes ces vertus ont d'autres facettes. À titre d'animateur, j'ai senti que certains sujets ont été rapidement évités, probablement en bonne partie par souci d'économie de temps. Il m'apparaît certain qu'il faudrait créer d'autres lieux de discussion pour aborder l'ensemble des sujets, sûrement très importants, qui se situaient à l'extérieur des questions formulées pour diriger les ateliers.

M. Martin Faucher, praticien en théâtre, metteur en scène, président du Conseil québécois du théâtre, conseiller artistique au Festival TransAmériques.

Jusqu'à il y a deux ans, avant que j'occupe la présidence du Conseil québécois du théâtre, le terme de diffuseur ne m'était pas familier, alors encore moins diffuseur spécialisé et diffuseur pluridisciplinaire. Dans la foulée de la préparation des États généraux du théâtre, j'ai été appelé à réfléchir à cette dimension du travail et je remercie RIDEAU de m'avoir invité à observer les débats, les enjeux, les questionnements que soulève la diffusion des arts de la scène au Québec.

Je me suis rappelé que j'ai bénéficié des effets de la diffusion depuis 35 ans. Je viens de Granby. Quand j'étais jeune, j'ai fréquenté très rapidement les arts de la scène. Je ne sais pas qui je devrais remercier, mais des gens présentaient au Palace à cette époque des spectacles de chanson, ainsi j'ai été en contact avec des spectacles divers, de Robert Charlebois, de Diane Dufresne, de Beau Dommage. Et c'est là que j'ai découvert la notion d'interprétation et de réinterprétation grâce à un spectacle magistral de Monique Leyrac qui chantait Félix Leclerc. Il n'y avait pas de théâtre à Granby. Je suis allé à Cowansville où on présentait du théâtre. J'ai appris l'art de la mise en scène par un fabuleux spectacle mis en scène par Paul Buissonneau, le jeu avec Denise Filiatrault et Jacques Godin dans *Le Sea Horse*. C'est des choses qui m'ont constitué dès ma plus tendre enfance et je porte encore ces spectacles en moi. Je peux vraiment dire, quand on s'interroge sur le rôle social du diffuseur, que ça se loge à l'intérieur d'une personne et je remercie ces personnes qui, il y a 35 ans, ont fait ce travail. Je ne sais pas avec quels moyens, parce que si c'est difficile maintenant, ça devait être vraiment épique à l'époque, mais c'est une composante importante de notre société.

Tous ces spectacles étaient des spectacles pour adultes. J'avais entre 10 et 16 ans. Il n'y avait pas à l'époque de théâtre pour enfant présenté à Granby, il n'y avait pas de cadre professionnel et je ne suis pas certain qu'il y en ait encore beaucoup.

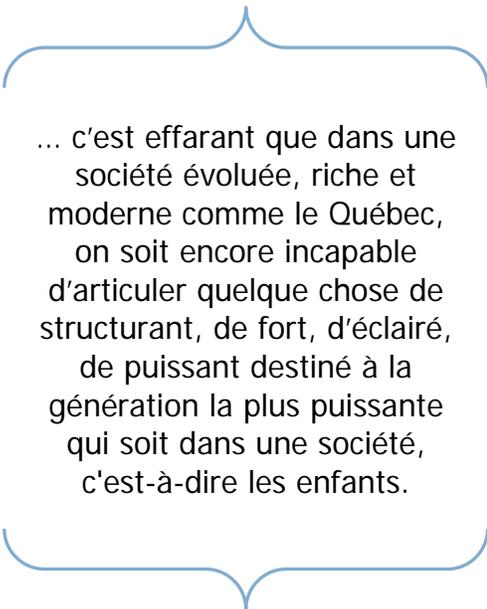
Toute cette dimension pour les enfants... c'est effarant que dans une société évoluée, riche et moderne comme le Québec, on soit encore incapable d'articuler quelque chose de structurant, de fort, d'éclairé, de puissant destiné à la génération la plus puissante qui soit dans une société, c'est-à-dire les enfants. Je ne comprends pas. Ça n'a aucun sens. C'est même triste.

Ça me semble évident que des enfants qui fréquentent la musique, la danse, la chanson, le théâtre, les arts du cirque, enfin qui fréquentent d'autres humains dans une dimension autre que quotidienne, ça ne peut qu'élever, ne peut qu'ouvrir, ne peut qu'enrichir. Ce n'est pas au-dessus de nos moyens, on est un peuple intelligent, alors comment se fait-il qu'il y ait un *statu quo* ? Je trouve ça désolant.

Depuis deux jours, je constate que le métier de diffuseur est exercé par une foule de personnes qui sont passionnées, qui ont développé une immense expertise, un immense respect du public et des artistes. Je trouve ça vraiment extraordinaire que cela persiste dans notre société, malgré les embuches. Il est temps de reconnaître la grande valeur du métier de diffuseur, c'est un métier important dans une société, la tâche artistique qui leur incombe... parce que, au-delà de la gestion, il y a l'intuition, qui fait en sorte qu'un événement ait lieu.

J'ai senti un immense plaisir à pratiquer ce métier, une immense ardeur à vouloir poursuivre ce plaisir et le partager. Le métier du diffuseur est un métier de partage, partager l'inconnu, partager la vie... Et je pense que c'est une valeur essentielle de notre société.

Dans le premier atelier auquel j'ai assisté, George Crump, de Louise Bédard Danse a dit : « Les théâtres sont des espaces de socialisation, des repères indispensables dans nos villes. Les théâtres sont comme de nouvelles églises. Les gens qui fréquentent les théâtres développent un sentiment d'appartenance, une fierté, une identification aux lieux et aux gens qui l'habitent. Je crois que ces lieux doivent être non seulement préservés, mais absolument développés parce que ce sont des points névralgiques de rencontre, où tout est possible. »



... c'est effarant que dans une société évoluée, riche et moderne comme le Québec, on soit encore incapable d'articuler quelque chose de structurant, de fort, d'éclairé, de puissant destiné à la génération la plus puissante qui soit dans une société, c'est-à-dire les enfants.

Les diffuseurs sont, tout naturellement, au cœur de ces salles de spectacle. Un soin particulier doit leur être accordé. Nous vivons dans une société où le violent, le brutal, le vulgaire et le facile triomphent trop facilement. Les diffuseurs font en sorte de

Les gouvernements du Canada et du Québec n'ont jamais eu l'audace de donner les moyens nécessaires afin que l'aventure essentielle artistique et culturelle soit réellement au cœur de la société québécoise.

Il est temps que ce geste audacieux soit posé pour que les missions essentielles que nous jouons tous soient tenues pleinement. Nous prétendons tout de même à être une société moderne et

rééquilibrer les choses, les diffuseurs font le pari de l'humain qui rencontre d'autres humains. Et ce pari est tenu jusqu'à maintenant. Faisons en sorte qu'il soit davantage tenu. Les spectacles québécois et les spectacles étrangers sont vus. C'est maintenant une réalité indéniable, on le constate dans les statistiques. Le défi est de maintenir une offre diversifiée de spectacles étrangers et québécois, parce que l'ouverture aux mondes est vraiment primordiale sur l'ensemble du territoire québécois. C'est un défi constant que nous voulons relever, mais ça prendra des moyens réels.

Je réfléchissais sur l'accessibilité des publics et sur le mandat qu'on accorde aux diffuseurs des arts de la scène au Québec. Ce mandat des diffuseurs est excessivement large, d'où un certain malaise, ou un effarement du diffuseur qui se demande ce qu'il doit faire exactement. Le mandat des diffuseurs québécois, si on le

transposait à la radio télédiffusion, serait le mandat de Radio-Canada – télévision et radio —, Télé-Québec, TVA, ARTV et également Canal Évasion... Comment composer avec ces larges mandats de diffusion des arts de la scène, un domaine extrêmement large et riche ?

Il est temps que soit reconnu le rôle structurant des diffuseurs dans notre société, auprès du public, évidemment, mais également auprès des artistes. Les diffuseurs jouent un rôle fondamental pour prendre en relais les paroles des artistes et les propulser très loin. J'ai eu la chance de voir des spectacles que j'ai mis en scène faire le tour du Québec. C'était important pour moi de savoir ce qui s'est passé avec *Simon Labrosse* à Gaspé, avec *La Reine de beauté* à Baie-Comeau, de savoir comment les spectateurs y ont reçu le spectacle. Quand les acteurs revenaient chargés de ces émotions, de ces expériences humaines, je constatais que ce contact les nourrissait différemment des expériences des grands centres pour les aider à poursuivre leur métier, à poursuivre leur rôle. Ainsi, Philippe Thibodeau, qui jouait dans *Simon Labrosse*, faisait un poète négatif. À Montréal, le public riait. À Gaspé, il a fait sa grande crise de poésie qui durait trois-quatre minutes et quand il s'est arrêté, épuisé, un spectateur s'est levé pour crier *Lâche pas, Léo !* C'était extraordinaire. Philippe en est revenu complètement énergisé pour le reste des

représentations. Avoir à présenter nos œuvres et à se confronter à différents publics, c'est essentiel. N'ayez pas peur d'inviter des artistes à collaborer avec vous.

Il y a peut-être des artistes capricieux qui ne veulent pas faire le tour des réseaux, mais il y en a aussi qui veulent côtoyer pendant quelques jours le public des villes qui les invitent. Les résidences d'artistes en musique, en danse et en théâtre, c'est essentiel. Ça nous permet de voir notre métier différemment, les espaces, les cadres offerts aux artistes urbains sont fabuleux. Vous avez des équipements fabuleux, bien plus que ce qu'on peut connaître en ville. Je pense entre autres à la Salle Pauline-Julien, ce sont des instruments et des façons différentes d'approcher le public. Faites-nous en profiter.

En terminant, j'ai entendu dans atelier la phrase paradoxale suivante. *Nous, diffuseurs, sommes un milieu qui va bien, tout en étant sous-financé.* Il y a un paradoxe là. Le public ne voit pas vraiment les difficultés que peuvent rencontrer les diffuseurs, et c'est tant mieux. Ça nous tient à cœur de bien faire les choses, de présenter malgré tout les spectacles. Par contre, il ne faudrait pas que ça dérape et que ce milieu devienne un milieu qui va mal à cause de son sous-financement. Les gouvernements du Canada et du Québec n'ont jamais eu l'audace de donner les moyens nécessaires afin que l'aventure essentielle artistique et culturelle soit réellement au cœur de la société québécoise. Il est temps que ce geste audacieux soit posé pour que les missions essentielles que nous jouons tous soient tenues pleinement. Nous prétendons tout de même à être une société moderne et évoluée. Un soin particulier doit être impérativement accordé aux spectacles en danse, musique, théâtre, chanson destinés à l'enfance à la jeunesse

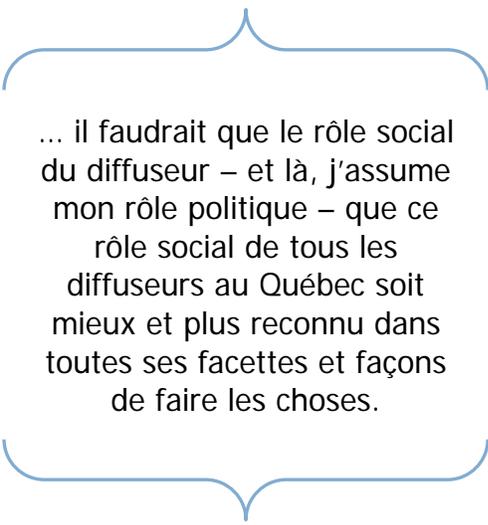
Je salue le travail des organisateurs de RIDEAU qui ont travaillé d'arrache-pied depuis un an à l'organisation du Forum; je salue tous les intervenants du milieu de la diffusion qui se sont astreints à réfléchir pendant deux jours sur la pratique pour dégager un avenir. J'espère que cet avenir sera prometteur pour que dans 10 ans, un autre petit gars de Granby voie sa vie allumée et transformée par des artistes qu'il découvre sur ce formidable espace de liberté qu'on nomme la scène.

Mme Denise Arsenault, présidente du conseil d'administration de RIDEAU, directrice générale et artistique du Théâtre de Baie-Comeau, directrice, Arts, Culture et vie communautaire, Ville de Baie-Comeau.

J'ai un grand privilège de voir une association aussi importante que RIDEAU d'avoir mené à terme ce Forum. Nous nous étions donné ce défi et je crois que nous y sommes arrivés. Dès le début, par rapport à notre mission d'observateurs, à Martin et moi, ce qui a été un élément de cœur et de fierté, par rapport au Forum, ce sont les propos de Mme Lise Bissonnette. Nous vous avons demandé de vous plier à un exercice rigoureux, celui de lire le document préparatoire rédigé par Myriam Grondin et Colette Brouillé, de faire vos devoirs. Quand arrive quelqu'un comme Mme Lise Bissonnette, qui a accepté de bon cœur de réaliser cet exercice et qui émet des propos aussi motivants et importants

sur ce que devrait être la diffusion des arts de la scène, et comment elle a perçu notre métier à nous, diffuseurs, dans le sens large du terme, en visant diffuseurs spécialisés et diffuseurs pluridisciplinaires, ça m'a touché énormément et nous a donné un élan intéressant par rapport à nos institutions, – puisque c'est ce que nous sommes, des intendants des institutions – par rapport au contenu et à ce que nous voulons livrer à nos gens chez nous, de faire confiance à tous les citoyens et citoyennes de nos communautés qui sont intelligents et capables de suivre ce que nous voulons leur présenter.

J'ai entendu la même chose que nos deux animateurs et Martin. C'est vrai qu'il faudrait que le rôle social du diffuseur – et là, j'assume mon rôle politique – que ce rôle social de tous les diffuseurs au Québec soit mieux et plus reconnu dans toutes ses facettes et façons de faire les choses. Je ne le sens pas de la part de nos gouvernements. Il faut revendiquer cette reconnaissance haut et fort. C'est extrêmement important, les témoignages entendus le confirment. La façon qu'ont les diffuseurs de faire leur métier sur tout le territoire est remarquable. Il faut le revendiquer haut et fort auprès des gouvernements et dans nos communautés.



... il faudrait que le rôle social du diffuseur – et là, j'assume mon rôle politique – que ce rôle social de tous les diffuseurs au Québec soit mieux et plus reconnu dans toutes ses facettes et façons de faire les choses.

Au sujet de la professionnalisation, j'ai entendu hier, et particulièrement en plénière, des choses qui m'ont heurtée, par rapport à la question du discours collectif des diffuseurs pluridisciplinaires. Oui, nous avons un discours collectif, nous avons un discours artistique et ce discours a beaucoup évolué au cours des 10 dernières années. J'en parle à l'occasion avec mes collègues – puisque, comme le dit notre futur président Jean-Pierre Leduc, nous sommes quelques-uns qui faisons ce travail de diffusion depuis très longtemps – ça fait 30 ans que je suis dans le milieu de diffusion, dans une région éloignée. Nous étions tributaires uniquement des offres. Les quelques fois où nous osions demander ou souhaiter avoir un

spectacle particulier dans notre milieu, nous devions dérouler le tapis rouge et sortir nos dollars. C'est sérieux ce que je dis. Nous étions tributaires des offres. Maintenant, avec les réseaux et les moyens qu'on nous donne pour faire notre travail, nous pouvons faire de la vraie direction artistique. Pour faire cette profession, il faut soutenir et raffiner tous nos réseaux, que ce soit des réseaux spécialisés par exemple en danse, en théâtre et en jazz, qui existent grâce aux réseaux géographiques ou par affinités. Pour faire cette profession, il faut avoir des réseaux et du relais.

Au sujet de l'accessibilité, là aussi j'ai été heurtée, beaucoup même. Je relisais la politique de la diffusion des arts de la scène. J'y lis, à la page 39, l'énoncé de ce que c'est que l'accessibilité. À ce chapitre, je crois que tous les efforts ont été faits, mais nous pouvons nous demander où nous devons maintenant nous engager pour y arriver, quelle direction

prendre ? Comment y arriverons-nous ? En rendant le spectacle plus accessible pour le spectateur ? Le spectacle disponible pour la diffusion ? En rendant l'œuvre accessible partout sur le territoire ? Ce n'est pas simple.

Dans nos milieux, les diffuseurs ne devraient pas porter l'odieux de ne pas recevoir ou accueillir certains spectacles parce qu'ils sont en région ou à cause du gabarit des salles. Nous aimerions accueillir des spectacles, ceux que des gens de nos communautés nous demandent, mais, malheureusement, ils ne sont pas disponibles, pour toutes sortes de raisons. Certains affirment parfois que certains artistes ne souhaitent pas faire de tournée dans toutes les régions du Québec, et ce, pour des raisons qu'on ne remet pas en question, qui peuvent être fondées. Mais alors, il ne faut pas attribuer cette responsabilité, l'odieux de cette situation, uniquement au diffuseur. Cependant, à partir du moment où une compagnie de création et un diffuseur désirent faire la rencontre, il faut la rendre possible. Et c'est là qu'intervient la responsabilité de nos gouvernements qui doivent donner les moyens de la faire. Jamais je ne céderai sur cet aspect extrêmement important du financement pour soutenir ces initiatives.



Je veux m'assurer que nos instances, peu importe le niveau, feront attention aux structures et à l'écologie du milieu de la diffusion. Il faut vérifier la volonté et la capacité d'accueil de certains spectacles avant de créer des réseaux parallèles.

Par rapport au lieu, nous avons entendu que les nouvelles générations, les nouvelles formes trouvent mal leur place. Il faut faire confiance au milieu de la diffusion, aller vérifier des choses. Je reconnais qu'on assiste à une sorte d'éclatement par rapport à cette bonne volonté de faire les choses, d'être accueilli... les jeunes en musique émergente, en théâtre de création, peu importe les nouvelles disciplines ou les nouvelles technologies, ont le droit d'être accueillis et de se faire diffuser. Cependant, je fais une mise en garde pour éviter de répéter ce qui a été fait auparavant – je ne veux pas pleurer sur le lait renversé, mais... je veux m'assurer que nos instances, peu importe le niveau, feront attention aux structures et à l'écologie du milieu de la diffusion. Il faut vérifier la volonté et la capacité d'accueil de certains spectacles avant de créer des réseaux parallèles. Pour éviter des écueils connus, par exemple en lien avec la diffusion de la chanson dans les cégeps. Il faut s'assurer de faire les choses d'après les règles de l'art.

En ce qui concerne la culture à l'école, ce que nous souhaitons, c'est de reconnaître le diffuseur comme autorité pour tout ce qui concerne les arts de la scène en lien avec le milieu de l'éducation. Nous sommes des spécialistes, nous sommes des professionnels et nous sommes capables de faire le travail. Nous avons entendu des témoignages, autant de la part des artistes et des maisons de production, que des diffuseurs spécialisés et des diffuseurs pluridisciplinaires. J'ai d'ailleurs entendu une phrase sublime de la part d'un diffuseur spécialisé qui affirmait que depuis quelques années, elle ne faisait plus de

différence entre diffuseur spécialisé et diffuseur pluridisciplinaire. Entendre cette phrase est valorisant pour l'ensemble de la profession.

En ce qui concerne le financement, nous sommes obligés d'y revenir : nous sommes sous-financés. La démonstration est faite par les statistiques et les graphiques présentés par les spécialistes. Notre affirmation est simple : nous avons le droit de réclamer les moyens de diffuser les spectacles qu'on souhaite créer et produire. Il faut nous donner les moyens de les accueillir et des les faire circuler sur l'ensemble du territoire. C'est essentiel. On ne peut pas laisser *sur le carreau* ces œuvres. Un artiste des arts de la scène souhaite une scène et nous, nous avons les scènes et nous voulons les accueillir, il faut donc leur donner les moyens de circuler et nous donner le moyen de les accueillir.

Il est urgent de faire en sorte que la chaîne de la diffusion se tienne et pour le faire, il faut assurer la pérennisation de tous les organismes.

Nous avons beaucoup parlé de consolidation et des acquis. C'est important, les diffuseurs sont à bout de souffle. En entendant les témoignages, une expression me vient, elle est de la Côte-Nord : *on est au bout du rouleau*. Il est urgent de faire en sorte que la chaîne de la diffusion se tienne et pour le faire, il faut assurer la pérennisation de tous les organismes. Il faut donner aux petits organismes bénévoles les moyens de disposer d'une permanence, des ressources, sinon une demi-ressource, mais nous visons une ressource. Sinon, nous n'y arriverons pas. Cela pour éviter de briser la chaîne.

BLAISE GAGNON, SEPT-ÎLES ET PRÉSIDENT DU RÉSEAU DES ORGANISATEURS DE SPECTACLES DE L'EST-DU-QUÉBEC (ROSEQ)

Après un vibrant message de reconnaissance à l'endroit Mme Denise Arsenault, M. Gagnon, en son nom et au nom des 32 diffuseurs membres du ROSEQ, exprime le message qui suit :

- Les diffuseurs offrent aux gouvernements l'opportunité de vraiment démontrer sa volonté de doter le Québec d'une réelle politique de diffusion des arts de la scène et d'assurer la circulation des œuvres sur tout le territoire au Québec.
- Il faut soutenir adéquatement le mandat qu'on nous demande de réaliser.
- Le mot clé est la consolidation pour permettre aux diffuseurs de faire de la diffusion, de consacrer plus de temps à la programmation et au développement de publics – notamment auprès des jeunes -, d'embaucher et de fidéliser des ressources rémunérées, d'alléger le fardeau qui incombe à des structures bénévoles.
- Il faut soutenir la diffusion pour payer des vrais cachets à des vrais artistes qui s'adressent à du vrai public, et je parle du jeune public.

- La bonification de la politique et le soutien amélioré de la diffusion auront des répercussions sur les artistes et les producteurs, ainsi que sur les spectateurs.
- Le développement s'est réalisé au cours des dix dernières années. L'heure est à la consolidation.

MANON FORTIN, SAINTE-THÉRÈSE ET PRÉSIDENTE DE RÉSEAU SCÈNES.

Mme Fortin, en son nom et au nom des diffuseurs membres de Réseau Scène, affirme d'emblée qu'au cours des 10 dernières années, les diffuseurs ont littéralement appliqué la politique, sans savoir dans quoi ils s'embarquaient, sans savoir qu'ils n'avaient pas vraiment les moyens de l'appliquer. Elle énonce les questions et le message suivants :

- Les diffuseurs se sont investis dans le développement de la diffusion sans en avoir vraiment les moyens. À cet égard, il faut se rappeler que 49 % des diffuseurs pluridisciplinaires soutenus par le MCCCCF accusent un déficit d'exercice en 2005-2006. Certains des organismes se sont gravement mis en péril.
- On constate que les diffuseurs pluridisciplinaires offrent majoritairement une programmation qui dépasse les critères imposés par le programme d'aide au fonctionnement du MCCCCF, notamment en TDMC. Devront-ils revoir cette pratique (qui témoigne de leur engagement), s'en tenir aux exigences du programme et réduire leur programmation par souci d'équilibre financier ? Ce serait très difficile pour les créateurs. Est-ce que le gouvernement demande que les diffuseurs réduisent leurs réalisations ?
- Les membres de Réseau Scènes ont besoin à la fois de plus de moyens pour le fonctionnement régulier et pour assurer le développement disciplinaire.
- Les investissements dans les salles (le *béton*) et les équipements étaient et demeurent nécessaires. Toutefois, ces infrastructures ont créé des attentes de la part des artistes qui veulent être diffusés et de la part de la population qui a répondu à l'appel et veut voir des spectacles. Ceci, dans un contexte où les diffuseurs n'ont pas les moyens suffisants pour la diffusion comme telle. Les diffuseurs ont quand même dû reculer.
- La preuve est faite (notamment par *La danse sur les routes du Québec* et par *Les Voyagements*) que les actions concertées des diffuseurs pluridisciplinaires, diffuseurs spécialisés et des créateurs et producteurs portent fruit. Ces réseaux sont toutefois restreints, faute de moyens. Les budgets n'évoluent pas. Il est temps que ça change !

DOMINIQUE VIOLETTE, CARREFOUR INTERNATIONAL DE THÉÂTRE

Après avoir signalé que c'est la première fois qu'elle intervient à titre de praticienne en théâtre depuis le début des travaux du Forum, puisqu'elle a accompagné la démarche à titre d'animatrice, Mme Violette centre son message sur sa perception des points de

convergence des diffuseurs pluridisciplinaires, diffuseurs spécialisés et des créateurs et producteurs.

- En découvrant RIDEAU, elle a découvert un monde où elle se sent à l'aise comme diffuseur spécialisé, où elle avait sa place en tant que directrice d'un festival de création contemporaine en théâtre et praticienne associée au milieu du théâtre, proche de la production, à Québec. Elle entre dans un univers où elle trouve des préoccupations et des aspirations qu'elle partage. *On parle de la même chose.*
- Un festival est un lieu virtuel, notamment de développement disciplinaire. *On est des spécialistes des disciplines à risque.* Ses questions sur le développement de public des disciplines à risque, sur le défi de donner le goût au public de découvrir de nouveaux artistes, des artistes de la relève ou des artistes étrangers rejoignent celles des diffuseurs pluridisciplinaires. En ce qui la concerne, le rapprochement des univers de production et de diffusion est appelé à rester.
- L'importance de la diffusion ne fait aucun doute. Il faut avoir les moyens de faire la rencontre entre les arts et le public. Au Québec, on a encore énormément de travail à faire. Le milieu dispose des gens et des œuvres. *Nous allons arriver à quelque chose qui va nous surprendre. C'est une question de vision et de volonté.*

MARIO COURCHESNE, BAIE-DU-FEBVRE ET PRÉSIDENT DE RÉSEAU CENTRE.

Après un bilan qui se résume en quelques mots : 10 ans de passion et de bénévolat, d'efforts à bout de bras, à tenter de payer nos dettes de jeu, de tristesse à voir nos collègues tomber, de voir tant d'artistes qui nous nourrissent et qu'on ne peut présenter, l'intervention de M. Courchesne porte sur la nécessité de mieux financer la diffusion.

- Les organismes de diffusion et les diffuseurs soutiennent la diffusion au péril de leur santé et certains *tombent au combat. Des artistes, eux, ne mettent pas de beurre sur leur pain.*
- Nous avons assisté à 10 ans d'amour sur les scènes, entre les artistes et le public.
- Quant aux 10 prochaines années, il faut se mettre à la tâche demain.
- Le message est clair : le cahier des charges doit comprendre moins de papiers blancs à remplir, mais plus de billets verts pour servir et desservir la population, faire vivre les artistes sur nos scènes dans toutes les régions.
- Il faut faire preuve de cohérence entre la création, production et diffusion. *Longue vie à nous tous et ne lâchons pas le combat.*

PATRICK DARBY, TRAQUEN'ART, MONTRÉAL

D'après M. Labbé, les échanges des 2 jours révèlent qu'il faut préciser à qui on s'adresse, préciser les cibles à atteindre, notamment pour s'assurer de bien imposer les points de

vue auprès des instances provinciales et fédérales et auprès des administrations municipales.

- Il faut préciser nos objectifs pour orienter les décisions qui devront être prises par les gouvernements.
- Il faut viser la consolidation des organismes, le renouvellement des ressources et l'adoption d'un programme triennal de soutien pour une meilleure planification et développement.

MARTIN FAUCHER, PRÉSIDENT DU CONSEIL QUÉBÉCOIS DU THÉÂTRE

Ayant quitté son poste d'observateur, M. Faucher prend la parole pour exposer la position officielle du conseil d'administration du Conseil québécois du théâtre. Après avoir affirmé une position globale de confiance envers les diffuseurs et de reconnaissance du travail accompli depuis les 35 dernières années, il formule les demandes suivantes :

- S'assurer de la diversité des spectacles et pratiques sur tout le territoire et pour tous les publics.
- Retrouver une cohérence dans la chaîne recherche, création et diffusion.
- Susciter une table de concertation entre paliers de gouvernement pour nous mettre en relation avec la politique culturelle et nous donner les moyens pour enfin appliquer cette politique.
- Assurer la récurrence du financement des diffuseurs pour assurer la continuité et un avenir fort.
- Promouvoir un fonctionnement par contrat d'objectif.
- Témoigner de l'effervescence de la création, assurer l'équilibre de la présentation de diversité esthétique et artistique et reconnaître les besoins particuliers de la relève.
- Faire en sorte que les spectacles pour l'enfance et la jeunesse aient accès aux scènes et que les enfants y aient accès.

LUC MERCURE, DIFFUSION CULTURELLE DE LÉVIS

Se présentant sous le titre de « diffuseur multispécialisé en région périphérique », M. Mercure centre son intervention sur l'avenir et sur la nécessité d'un financement accru de la diffusion pour en assurer la consolidation. Il retient et appuie tout particulièrement certains des propos et positions exprimés par d'autres participants.

- De M. Faucher, l'affirmation du rôle structurant du métier de diffuseur.
- De M. Gagnon, l'importance d'un financement qui permettrait aux diffuseurs de se consacrer à l'essentiel du métier de la diffusion.

- Le financement accru de la diffusion permettrait de soutenir le dernier maillon de la chaîne, celui qui est le plus près du citoyen : le réseau de distribution. Dans les autres sphères de l'économie et des affaires, on reconnaît l'importance du réseau de distribution pour atteindre le public avec le produit. En diffusion des arts de la scène, c'est négligé. Le soutien de la diffusion assurerait le rayonnement de l'offre (l'œuvre).
- Les diffuseurs pluridisciplinaires peuvent porter un discours collectif clair. À cet égard, une statistique l'habite : près de 80 % des Québécois assistent rarement ou jamais à des spectacles. *À nous de déterminer comment nous pouvons faire reculer cette statistique effroyable.*

ANDRÉE GARON, THÉÂTRES UNIS ENFANCE JEUNESSE (TUEJ)

En supposant que *nous sommes déjà demain et que nous, diffuseurs et créateurs, sommes déjà mieux financés*, Mme Garon centre son intervention sur le besoin de fidéliser le public, et ce, très tôt, dès l'enfance. En référant à l'entrée en matière de M. Faucher au début de cette plénière, elle réitère la nécessité de rejoindre les enfants et les jeunes et, pour ce faire, de réaliser un travail essentiel auprès d'un intermédiaire, les écoles, qui ont leurs propres préoccupations, ce qui nous impose de l'aider à nous rejoindre.

Elle enchaîne par la lecture d'une position adoptée récemment à l'unanimité des producteurs enfance-jeunesse au cours d'une session de travail préparatoire aux états généraux du théâtre qui auront lieu en octobre 2007.

Attendu que l'accès des jeunes au théâtre est un acte citoyen qui permet d'acquérir et de développer les moyens de former son jugement, de mieux comprendre sa réalité présente, de s'ouvrir à l'autre, de se projeter dans l'avenir,

Attendu que l'art permet au jeune de développer sa capacité d'interroger ce monde et d'en interroger les formes,

Attendu que l'art lui permet de développer son esprit de tolérance,

Attendu l'importance pour les élèves du Québec d'avoir accès aux arts de la scène professionnels,

Nous demandons à l'État québécois de rendre obligatoire la fréquentation du théâtre professionnel par tous les élèves du Québec et que le Conseil québécois du théâtre en fasse une priorité.

PAULE BEAUDRY, DIRECTRICE GÉNÉRALE DE LA DANSE SUR LES ROUTES DU QUÉBEC

En relatant brièvement l'expérience de *La danse sur les routes du Québec*, un bébé de la Politique de diffusion des arts de la scène, Mme Beaudry témoigne des retombées que génère ce réseau disciplinaire.

- C'est un beau projet-pilote qui est né de deux milieux, celui de la danse et de la diffusion. Auparavant, la danse ne circulait presque plus au Québec. Maintenant, après 10 ans, près de 600 représentations sont offertes, 300 000 \$ de cachet annuellement, les diffuseurs accompagnent des artistes pendant plusieurs années, ensemble ils réalisent des résidences d'artistes, se concertent pour que les tournées puissent avoir lieu.
- Les diffuseurs font un travail de fond auprès du public.
- La discipline est prise sous leur aile.
- C'est un mode de travail qu'il faut retenir pour l'avenir, bénéfique pour les disciplines.

JEAN-PIERRE LEDUC, VALLEYFIELD ET PRÉSIDENT DE RIDEAU

Nouveau président de RIDEAU, M. Jean-Pierre Leduc viendra clore les échanges par une allégorie. Partant de l'image de la diffusion des arts de la scène au Québec comme rejeton illégitime d'un spermatozoïde créatif qui a rencontré un ovule communautaire il y a plus de 30 ans, il transpose le Forum en une réunion de famille à laquelle l'enfant vient d'assister.

- Les lieux de diffusion sont nés de la passion et du désir de certains individus qui voulaient contribuer à la rencontre des artistes et du public.
- M. Leduc demande à l'État québécois de reconnaître sa responsabilité envers ces enfants de l'assistance que sont ces lieux.
- Bien plus que de l'argent, les diffuseurs veulent être reconnus, écoutés et entendus, pour devenir davantage que ce qu'ils sont.
- Il s'agit d'enjeux supérieurs de la nation. L'État doit les assumer et s'asseoir avec ceux qui s'occupent de l'enfant pour trouver comment le faire grandir adéquatement.

Membres du comité d'orientation du Forum

RIDEAU souhaite souligner l'implication des représentants des organismes suivants qui ont éclairé, tout au long du parcours, des échanges très ouverts au sein du comité d'orientation. Nous les en remercions chaleureusement.

Association des diffuseurs spécialisés en théâtre (ADST)
Association des professionnels de l'industrie de l'humour (APIH)
Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ)
Auditorium d'Alma
Centre des arts de la scène Pauline-Julien
Conseil des arts du Canada
Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ)
Conseil québécois de la musique
Conseil québécois du théâtre
Corporation de la Salle de spectacle de Sept-Îles
Corporation du Centre culturel de Drummondville
Culture Montréal
En Piste

La danse sur les routes du Québec
Les Arts et la Ville
Les Voyagements
Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine
Observatoire de la culture et des communications
Patrimoine canadien
Regroupement québécois de la danse
Service culturel de Val d'Or
Société de développement des entreprises culturelles (SODEC)
Ville de Montréal – Direction du développement culturel et des bibliothèques

Cet événement a été rendu possible grâce au soutien de :

Ministère de la Culture des Communications et de la condition féminine du Québec
Ministère du Patrimoine canadien
Conseil des arts et des lettres du Québec
Conseil des arts du Canada
Secrétariat aux Affaires intergouvernementales canadiennes