

DIFFUSER, DÉVELOPPER,
RAYONNER, REJOINDRE,
RENCONTRER, SOUTENIR,
ACCUEILLIR, CONVAINCRE,

DIAGNOSTIC DU RÉSEAU
MUNICIPAL DE DIFFUSION
CULTURELLE
ACCÈS CULTURE | MONTRÉAL

⇒ UNE ORGANISATION EN DEVENIR

RAPPORT FINAL

SEPTEMBRE 2009

RASSEMBLER, FACILITER,
DÉCOUVRIR, ACCOMPAGNER,
APPRENDRE, BÂTIR, CONCERTER,
DIVERTIR, INFORMER,
PROMOUVOIR, ENRICHIR.

La valeur de la contribution du réseau municipal ne se mesure pas seulement en termes de nombre de participants aux activités, mais par la variété des initiatives culturelles vécues en collaboration avec les communautés locales, par la décentralisation des spectacles professionnels et leur accessibilité auprès de la population en général. Ce faisant, le réseau municipal accentue la participation du citoyen à la culture et lui permet de se sentir comme faisant partie de sa collectivité.

Portrait de la diffusion culturelle à Montréal : son évolution et sa situation actuelle (1984-2004), ArtExpert, juin 2006

TABLE DES MATIÈRES

Présentation de l'étude	7
Accès culture, le réseau montréalais de diffusion culturelle	9
1_Les grands constats.	13
1.1 ▶ La diffusion : professionnelle, diversifiée et francophone	13
1.2 ▶ L'accessibilité : des milieux diversifiés, des publics à gagner	17
1.3 ▶ Les ressources : avoir plus et mieux pour faire plus et mieux	23
1.4 ▶ Le développement de public : un pas de plus vers l'accessibilité aux Montréalais et Montréalaises	27
1.5 ▶ Les lieux : des équipements à mettre à niveau, un réseau en voie d'amélioration	29
1.6 ▶ Le réseau : la force d'un réseau aux réalités différents	35
2_Diffusion-Médiation-Incubation.	37
▶ Du côté de la diffusion	37
▶ Du côté de la médiation	37
▶ Du côté de l'incubation.	38
3_Des avenues à explorer.	41
3.1 ▶ En matière de diffusion	41
3.2 ▶ En matière d'accessibilité	42
3.3 ▶ En matière de ressources	43
3.4 ▶ En matière de développement de publics	44
3.5 ▶ En matière de lieux	45
3.6 ▶ En matière de réseau	46
4_Tableau détaillé des indices.	47

TABLE DES MATIÈRES ANNEXES

Annexe 1	Diagnostic par arrondissement	1
Annexe 2	Comment se compare le réseau municipal de Montréal	55
Annexe 3	Données relatives aux statistiques de représentations publiques et des expositions par arrondissement	67
Annexe 4	Données financières sur les coûts de la diffusion culturelle par arrondissement	77
Annexe 5	Inventaire des salles de spectacle, salles d'exposition et institutions muséales professionnelles à Montréal	83
Annexe 6	Profil socio-économique des arrondissements et caractéristiques de la population.	93
ANNEXES MÉTHODOLOGIQUES		
Annexe 7	Méthodologie	99
Annexe 8	Sondage auprès de la population montréalaise dans le cadre du diagnostic du réseau Accès culture	113
Annexe 9	Participants aux entrevues	129
Annexe 10	Rapport des entrevues auprès des diffuseurs du réseau Accès culture	133
Annexe 11	Compilation des fiches d'évaluation des artistes du CAM sur leur expérience dans le réseau Accès culture	147
Annexe 12	Liste des artistes et des spectacles programmés	153
Annexe 13	Liste des principaux partenaires des diffuseurs du réseau Accès culture	171
Annexe 14	Références	175
Annexe 15	Mission de la diffusion culturelle municipale.	181

LISTE DES TABLEAUX

- Tableau 1 - INDICE DE MESURE 1_ Indice composé quantitativement de l'offre culturelle
- Tableau 2 - INDICE DE MESURE 2_ Indice composé de l'accessibilité sociodémographique
- Tableau 3 - INDICE DE MESURE 3_ Indice du taux de pénétration
- Tableau 4 - INDICE DE MESURE 4_ Indice composé de l'allocation budgétaire dédiée à la diffusion
- Tableau 5 - Activités de médiation et d'accompagnement de développement de public
- Tableau 6 - INDICE DE MESURE 5_ Indice composé de l'accessibilité physique aux lieux de diffusion culturelle
- Tableau 7 - Évaluation qualitative des lieux de diffusion culturelle dans le réseau municipal
- Tableau 8 - Incubation (activités de soutien à la création)
- Tableau 9 - Sommaire des indices composés

LISTE DES TABLEAUX_ANNEXES

- Tableau annexe 2-1_ Statistiques comparatives de représentations publiques payantes entre le réseau Accès culture, la région de Montréal et le Québec, 2007
- Tableau annexe 2-2_ Statistiques comparatives des représentations payantes et gratuites selon les disciplines, au Québec et au Canada - 2007
- Tableau annexe 2-3_ Statistiques comparatives des coûts de la diffusion culturelle entre trois villes du Québec - 2007 - 2008
- Tableau annexe 2-4_ Quote-part des dépenses en diffusion culturelle selon trois villes du Québec - 2007 - 2008
- Tableau annexe 2-5_ Statistiques comparatives de ressources dédiées à la diffusion par la Ville de Montréal et par les diffuseurs pluridisciplinaires membres de RIDEAU
- Tableau annexe 3-1_ Offre culturelle - Offre d'activités
- Tableau annexe 3-2_ Offre culturelle - Offre de billets en salle
- Tableau annexe 3-3_ Taux de participation de la population aux activités
- Tableau annexe 3-4_ Provenance de la clientèle des salles de spectacles Jean-Grimaldi et Pauline-Julien
- Graphique annexe 3-4_ Moyenne de participant par activité
- Tableau annexe 3-5_ Activités de médiation et d'accompagnement de développement de public
- Tableau annexe 3-6_ Incubation (activités de soutien à la création)
- Tableau annexe 4-1_ Données financières sur les coûts de la diffusion culturelle par arrondissement
- Tableau annexe 4-2_ Quote-part des dépenses en diffusion culturelle sur le budget de dotation des arrondissements
- Tableau annexe 5-1_ Inventaire des salles de spectacle, salles d'exposition et institutions muséales professionnelles à Montréal
- Tableau annexe 5-2_ Concentration de salles de spectacle par arrondissement en nombre de sièges professionnels
- Tableau annexe 5-3_ Évaluation qualitative des salles de spectacle
- Tableau annexe 5-4_ Évaluation qualitative des salles d'exposition
- Tableau annexe 6-1_ Population par arrondissement et la langue prédominante
- Tableau annexe 6-2_ Nombre de familles et d'élèves dans les écoles publiques
- Tableau annexe 6-3_ Indices de défavorisation - seuil du faible revenu et milieu socioéconomique - selon les arrondissements

REMERCIEMENTS

Le Diagnostic du réseau municipal de diffusion culturelle Accès culture, a été enrichi d'entrevues avec des diffuseurs, des chefs de divisions des arrondissements ou des représentants de la Direction culture, sports, loisirs et développement social d'arrondissements et dont la liste figure à l'annexe 13. La richesse de leurs témoignages, leur vision, leurs orientations, de même que la pertinence des informations et des propos qui nous ont été transmis ont grandement été appréciés. Nous tenons à remercier particulièrement les membres du Comité de travail de ce diagnostic pour leur étroite collaboration, leur disponibilité et leur appui dans la réalisation de notre mandat. L'auteur est tributaire de la contribution apportée par Margot Bourgeois et Paul Langlois de la Division de l'action culturelle et des partenariats de la Ville de Montréal (DACP), Yves Dumas et Djaffer Hellel de la Division des équipements culturels de la Ville de Montréal, Louise-Hélène Lefebvre de la division loisirs, culture et développement social de Saint-Laurent, Martin Hurtubise de la Salle de diffusion Parc-Extension, Anne-Marie Collins de la division culture et bibliothèques au Plateau—Mont-Royal, Louise Cayer de la Direction de la culture, des loisirs et du développement social d'Outremont, Ginette Desmarais et Geneviève Gardère de la Direction de Montréal, ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine. Sans leurs apports, ce diagnostic ne saurait être complet et n'aurait pu être rendu dans toute son intégrité.

Cette étude a bénéficié du soutien financier de l'Entente sur le développement culturel de Montréal entre le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine et la Ville de Montréal.

L'ÉQUIPE DE RÉALISATION SOUS LA DIRECTION DE ARTEXPERT.CA:

ArtExpert.ca

Louise Poulin, Directrice de projet, analyste et rédaction

Benoit Gignac, Analyste et conseiller à la rédaction

Maude Bouchard, Directrice de la recherche et responsable des entrevues

Michela Gallo, Rechercheuse

Élaine Lafond, Collaboratrice à la révision des indicateurs

Louis Baillargeon, Réviseur

Jeanne Boucharlat, Graphiste

François O'hara et Lorraine Berthiaume, Conseillers à l'évaluation qualitative des lieux

MC Conseil inc

Marcel Choquette, Analyste et rédaction

Zins Beauchesne et associés, direction du sondage

PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

Il nous fait plaisir de vous présenter le premier diagnostic du réseau Accès culture de l'histoire de la Ville de Montréal.

Dans le cadre de sa politique de développement culturel, la Ville a réaffirmé son intention de faire de la diffusion culturelle une priorité et s'est donné une mission et des objectifs stratégiques précis à atteindre en matière de diffusion. Aussi, a-t-elle souhaité, par ce diagnostic, connaître le rayonnement culturel du réseau municipal de diffusion culturelle sur son territoire dans le but de consolider sa mission, qui s'est enrichie, au cours des années, de pratiques et de façons de faire diversifiées. Le diagnostic du réseau municipal de diffusion culturelle est destiné à faire un portrait de la diffusion culturelle municipale à Montréal et à identifier les actions à prioriser pour l'ensemble des diffuseurs municipaux.

Faisant équipe avec Mc Conseil et ZBA et associés pour ce projet, ArtExpert.ca a été mandaté par la Direction du développement culturel en collaboration avec le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, pour établir le diagnostic du réseau Accès culture.

CRÉATION D'INDICATEURS ET D'OUTILS DE RÉFÉRENCE

Le portrait que nous vous livrons a été construit à partir des données 2007 recueillies principalement dans la base de données OSACA (Outil statistique des activités culturelles en arrondissement) et d'un sondage mené auprès de 500 Montréalais en septembre 2008. Nos travaux auront permis la création d'indicateurs de performance ainsi que d'outils de référence qui ont servi à regarder de près comment se traduit la diffusion culturelle dans chacun des arrondissements. Nous tenons à rappeler que ce diagnostic constitue une première.

STRUCTURE DE L'ANALYSE

Comme vous le constaterez dans les pages qui suivent, nous avons retenu, comme base d'analyse et de présentation, les six objectifs stratégiques découlant de la mission du réseau Accès culture.

LE CHAPITRE 1 présente les constats et l'analyse en fonction de ces 6 objectifs. L'Énoncé de la mission de la diffusion culturelle tel qu'adopté en mars 2007, se trouve à l'Annexe 15 et énonce les objectifs suivants :

La Ville et ses arrondissements

1. Réalisent une programmation de diffusion culturelle professionnelle qui tient compte de leur personnalité propre, de leurs réalités sociodémographiques et de leur diversité culturelle.
2. Mettent en œuvre les moyens d'assurer, à cette programmation, une accessibilité économique optimale aux citoyens montréalais.
3. Consacrent les ressources appropriées à la réalisation de la mission de diffusion culturelle.
4. Développent des nouveaux publics afin qu'ils acquièrent des habitudes de fréquentation et se sentent partie prenante de la vie culturelle montréalaise.
5. Disposent de lieux répondant aux normes reconnues de la diffusion culturelle professionnelle dans les domaines de la musique, des arts de la scène, des arts visuels et médiatiques, du patrimoine, de la littérature, du cinéma ou de toute discipline connexe.
6. Forment le réseau municipal de diffusion culturelle et participent à son développement concerté afin d'en assurer la complémentarité, l'efficacité et le rayonnement.

LE CHAPITRE 2 accorde une attention particulière aux trois principales formes de l'action des diffuseurs, à savoir la diffusion (représentations publiques et expositions), la médiation (pour les besoins du diagnostic, on a joint développement de public et médiation) et finalement l'incubation ou le soutien aux artistes (principalement les résidences). Au chapitre 3, nous formulons des recommandations et des pistes d'action alors qu'au chapitre 4 est illustrée la synthèse des indices de mesures.

LES ANNEXES

Annexe 1_Le diagnostic par arrondissement reprend les indicateurs pour chacun des arrondissements pour les mettre en contexte et les personnaliser. En utilisant les étalons de mesure du diagnostic, ceux qui comparent les diffuseurs et les arrondissements de Montréal entre eux, nous avons appliqué le diagnostic à chacun des arrondissements. **Les annexes de 2 à 6 - Les indices de mesures.** Les données compilées sont illustrées sous formes de tableaux et traitées en indices de mesures. **Les annexes de 7 à 15** font état de la méthodologie en spécifiant les sources de collecte de données, l'élaboration et l'exécution du sondage ainsi que les étapes d'analyse.

Sur ce, nous espérons que le présent exercice vous sera le plus utile possible au moment où le réseau Accès culture est encore à se bâtir. Accès culture doit grandir de la façon la plus harmonieuse et la plus efficace possible dans le respect des différences qui distinguent chacun de ses membres, les diffuseurs. Ce seront ses principaux gages de succès.

ACCÈS CULTURE, LE RÉSEAU MONTRÉALAIS DE DIFFUSION CULTURELLE

Dans les années 1980, plusieurs municipalités de l'île de Montréal dont Ville Saint-Laurent, LaSalle et Saint-Léonard, offrent à leur population des programmations artistiques misant surtout sur les disciplines classiques et la musique populaire. Des troupes de théâtre professionnelles présentent des spectacles. Des expositions sont aussi organisées. En 1983, la création du programme de tournée *Jouer dans l'île* va marquer la diffusion culturelle municipale. Par ce geste, le Conseil des arts de la communauté urbaine de Montréal (CACUM) veut promouvoir et soutenir les arts sur l'ensemble du territoire, tout en permettant aux compagnies artistiques d'accroître leur rayonnement. Suivra *Exposer dans l'île* qui vise les artistes en arts visuels.

Grâce à ces programmes, les initiatives municipales vont se développer par un accès accru à des spectacles de qualité donnés par des artistes professionnels et des compagnies reconnues. Au fil des ans, pour faciliter l'accès à la culture et assurer le développement culturel, plusieurs municipalités vont se doter de lieux ou conclure des partenariats avec des établissements scolaires. À Lachine, la municipalité acquiert l'ancien entrepôt de la brasserie Dawes et le recycle en lieu de spectacles et d'exposition. À LaSalle, la rénovation du Centre culturel Henri-Lemieux, puis la création de la salle Jean-Grimaldi lui permettent de développer une offre importante. À Ville Saint-Laurent, les spectacles qui se tiennent à l'hôtel-de-ville se déplacent à la salle Émile-Legault, lieu de fondation des Compagnons de Saint-Laurent. En 2001, une autre salle mythique, le théâtre Outremont, ouvre à nouveau ses portes grâce à l'action de la municipalité.

De son côté, la Ville de Montréal crée la première maison de la culture dans Hochelaga-Maisonneuve en 1981. Par ce geste, elle posait le premier jalon de ce qui allait devenir une initiative municipale unique en matière d'accessibilité culturelle; elle créait le réseau des maisons de la culture.

Les débuts de la Maison de la culture Maisonneuve sont modestes. On y offre des spectacles dans le hall de la bibliothèque. Pourtant les intentions sont grandes et le projet ambitieux. Inspirée par l'expérience française en matière de décentralisation culturelle, la Ville de Montréal veut miser sur la culture comme outil de développement et d'épanouissement personnel des citoyens de Montréal. Le Plan Vaugeois lui en donne l'occasion. Ce programme quinquennal mis de l'avant par le ministère des Affaires culturelles

du Québec soutient la rénovation et la construction de nouvelles bibliothèques. La Ville y ajoute une fonction de diffusion culturelle dont elle défraie les coûts.

Les éléments du concept sont rapidement définis. À titre d'équipement de proximité, ces centres de diffusion prennent assise dans les quartiers. Ce sont des lieux polyvalents et multidisciplinaires voués à la diffusion culturelle professionnelle. En complémentarité avec les autres institutions culturelles, ils visent à offrir une programmation différente, adaptée aux réalités des quartiers et ce, gratuitement. Leurs choix artistiques feront donc une place significative aux artistes de la relève, aux expressions artistiques de pointe ou en développement. Ce faisant, ils soutiennent le développement culturel montréalais et donnent accès à des propositions artistiques diverses à une toute nouvelle clientèle.

En 1983, à l'ouverture de la Maison de la Côte-des-Neiges, le concept des maisons de la culture est ainsi résumé :

« Inspirées par les maisons de la culture d'André Malraux, elles ont été conçues pour répondre à une réalité typiquement montréalaise. Leur vocation est de stimuler la création d'œuvres nouvelles, d'en accroître la diffusion dans les différents domaines de notre patrimoine, des arts, des sciences et de la technique, de soutenir la production artistique locale et de rendre la connaissance accessible à tous par des spectacles et des expositions de valeur universelle. »¹

En 2000, la Ville compte 12 maisons de la culture réparties dans les quartiers et un diffuseur spécialisé, la Chapelle historique du Bon-Pasteur.

Les fusions municipales apportent de grands changements pour la Ville de Montréal qui est formée dorénavant de 19 arrondissements. Le réseau municipal de diffusion culturelle montréalais compte maintenant 24 diffuseurs. À travers leurs particularités, ils partagent le fait d'être issus de la volonté politique d'élus municipaux qui considèrent la culture comme un service essentiel au citoyen.

En 2005, l'adoption d'une politique de développement culturel par la Ville de Montréal et la signature d'une nouvelle entente avec le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine donnent de nouvelles balises et de nouveaux outils à l'action municipale en matière de culture. Pour les diffuseurs, c'est aussi l'occasion de réfléchir et de discuter de leur action : tenue d'un forum, élaboration d'un nouvel énoncé de mission, choix d'un nouveau nom pour le réseau. Accès culture, la nouvelle signature du réseau est lancée en 2007, lors du Rendez-vous 2007 – Montréal, métropole culturelle.

La nouvelle mission du réseau Accès culture se résume ainsi :

« En matière de diffusion culturelle, la Ville et ses arrondissements ont pour mission d'assurer l'accès des Montréalais à la culture selon les principes de démocratie et d'équité et de favoriser la participation de ces citoyens à la vie culturelle, contribuant ainsi à la vitalité de leur milieu et au rayonnement de Montréal comme métropole culturelle. »

Globalement l'action principale d' Accès culture, est la diffusion pluridisciplinaire en arts de la scène. La musique, le théâtre et la danse sont les disciplines les plus souvent présentées. Pour situer la part du réseau dans l'offre totale, rappelons que, selon le *Portrait de la diffusion culturelle montréalaise*, il y a eu, en 2004 à Montréal, 12 000 spectacles en arts de la scène et que l'assistance totale a été

¹ Extrait de l'allocation de monsieur Yvon Lamarre, président du comité exécutif, « Art, public et société, l'expérience des Maisons de la culture de Montréal », Jean De Julio-Paquin, Éditions Hurtubise HMH, 1996

8,8 millions de spectateurs. De ce nombre, le réseau avait présenté 28 % des représentations en musique, 27 % en danse et 17 % en théâtre. Pour les publics, le réseau attirait respectivement 5 % des spectateurs en musique, 26 % en danse et 15 % en théâtre.

Ces spectacles sont majoritairement gratuits, mais on trouve aussi une tarification, modeste ou au prix du marché, selon les programmations. Les artistes de la relève ou en formation dans les écoles artistiques y côtoient les artistes reconnus. Certaines compagnies y présentent des reprises, prolongeant ainsi la vie des spectacles. Plusieurs diffuseurs offrent et accueillent des projets de résidence afin de soutenir le processus de création et d'offrir des occasions de rencontres privilégiées avec les citoyens. En 2007, c'est près de 3,0 M \$ de cachets qui sont versés aux artistes par les diffuseurs municipaux.

Le cinéma et les arts visuels font aussi partie de l'offre municipale. Annuellement, en plus des nombreuses projections, on compte environ 200 expositions qui présentent des artistes professionnels, surtout en art contemporain. Sept centres d'exposition sont d'ailleurs reconnus par le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine.

Les activités de développement de public sont l'une des cartes de visite du réseau. Rencontres avec des créateurs, ateliers, conférences, animations, visites guidées sont autant de moyens proposés aux citoyens. Ces activités touchent les jeunes publics, les groupes scolaires comme le grand public.

La médiation qui crée un espace d'échange particulier entre les artistes professionnels et les citoyens est aussi de plus en plus présente dans l'action des diffuseurs. Des projets touchant divers horizons artistiques favorisent cette rencontre de créateurs, d'animateurs et de groupes de citoyens.

Qu'en est-il d'Accès culture, après plus d'un quart de siècle de diffusion culturelle municipale sur l'île de Montréal ? Ces « icônes de l'accessibilité » comme les présente la Politique de développement culturel de la Ville de Montréal sont-elles aussi pertinentes aujourd'hui ?

La réponse s'impose d'abord par le nombre : 24 diffuseurs, 60 lieux de diffusion, 2 000 spectacles, 200 expositions 650 000 spectateurs et visiteurs, 3,0 M \$ de cachets². Mais au-delà des chiffres, ce qui ressort c'est la richesse de la programmation, la diversité des propositions artistiques, l'ouverture aux artistes à toutes les étapes de leur carrière, la préoccupation des publics, de tout âge, de toute provenance et de tout statut socioéconomique. La force du réseau réside aussi dans la spécificité des programmations de chacun des diffuseurs. Elles se teintent en fonction des intérêts des citoyens, de l'expertise des équipes en place et de solides partenariats avec les milieux scolaires et culturels tout en s'adaptant aux lieux et aux équipements des arrondissements.

En 30 ans, le profil de la Ville et de ses citoyens a changé tout comme la diffusion municipale qui a été un catalyseur pour la carrière de dizaines d'artistes et une vitrine de l'effervescence culturelle montréalaise. La diffusion culturelle municipale n'est pas l'apanage de la Ville de Montréal, mais le fait de déployer un réseau municipal, demeure un exemple pour lequel il n'existe aucun comparable connu. Accès culture, ce levier original et proprement montréalais dédié à l'accessibilité culturelle, suscite intérêt et envie tout en renforçant le caractère de la ville à titre de métropole culturelle.

L'avantage stratégique que représente Accès culture pour la Ville de Montréal demeure toutefois fragile. Comme la politique de développement culturel le soulignait, plusieurs nouveaux défis doivent être relevés par le réseau pour conserver son rôle et ses acquis auprès de la population et des milieux culturels.

² Ces chiffres incluent les données du Théâtre de Verdure et de la Chapelle historique du Bon-Pasteur qui ont été exclus du présent diagnostic.

D'abord, certains arrondissements sont peu ou moins bien desservis sur le plan des équipements culturels et ne peuvent assurer un accès équitable à la diffusion culturelle pour leurs citoyens. De plus, certains bâtiments sont désuets ou ne répondent plus aux besoins actuels de la diffusion.

Le développement de publics constitue aussi un enjeu majeur de la diffusion municipale. Plusieurs groupes de citoyens n'ont toujours pas accès à la culture pour des raisons d'ordre économique, culturel ou social. Les diffuseurs doivent pouvoir les informer, les rejoindre et les intéresser. En matière de médiation, la mise en place de projets requiert des ressources spécifiques tant financières qu'humaines. Finalement, le réseau se doit d'être exemplaire dans ses relations avec les artistes et les organismes culturels. Cette exemplarité doit être présente dans tous les aspects de cette collaboration y compris dans la politique de rémunération de cachets et de droits d'artistes.

En résumé, Accès culture regroupe des diffuseurs municipaux ancrés dans leur communauté et préoccupés tant des citoyens que des artistes. Ensemble, ils forment un réseau dynamique et ouvert qui constitue un des atouts majeurs de Montréal, métropole culturelle.

1 LES GRANDS CONSTATS

1.1 > LA DIFFUSION :

PROFESSIONNELLE, DIVERSIFIÉE ET FRANCOPHONE

Pour réaliser sa mission, la Ville et chacun des arrondissements :

Réalisent une programmation de diffusion culturelle professionnelle qui tient compte de leur personnalité propre, de leurs réalités sociodémographiques et de leur diversité culturelle :

- *en orientant l'action du diffuseur culturel non seulement en fonction de ses propres installations, mais dans une perspective de développement culturel local et montréalais.*

Le réseau compte 22 diffuseurs répartis dans 19 arrondissements³. En 2007, les 19 arrondissements auront présenté 2 292 activités professionnelles toutes disciplines confondues : les arts de la scène, arts médiatiques, cinéma et arts visuels. Ils auront rejoint 603 812 citoyens. La programmation et les prestations peuvent être qualifiées de professionnelles et diversifiées. Ces prestations ont représenté une moyenne de 1,3 représentation publique par 1 000 habitants et une moyenne de 369 billets⁴ ont été rendus disponibles pour 1 000 habitants. Notons que certaines de ces représentations sont gratuites et d'autres payantes. En termes d'expositions, l'offre fût d'une exposition pour 10 000 habitants.

En cumulant les représentations de théâtre, danse, musique, chanson, variétés, soirées de littérature, conférences et les projections cinéma, 2 113 représentations publiques ont été données. Le nombre de représentations par arrondissement peut varier de 12 à 249. Les 19 arrondissements ont présenté 179 expositions au cours de l'année 2007. Le nombre de semaines d'expositions compilées est de 1 046. Voir à l'annexe 3 – *Données relatives aux statistiques de représentations publiques et des expositions par arrondissement.*

Type de salles

Le réseau Accès culture est composé de petites salles pour la plupart (moins de 400 sièges) et de deux salles de plus de 750 places⁵. En comparant les données du réseau de Montréal avec celles de l'ensemble du Québec, nous constatons que le nombre d'activités présentées dans le réseau représente

3 Pour les besoins du diagnostic, n'ont été considérés que les diffuseurs pluridisciplinaires des arrondissements excluant ainsi le Théâtre de Verdure et la Chapelle historique du Bon-Pasteur.

4 Ici, les places pour les spectacles extérieurs ne sont pas comptabilisées

5 Salle Jean-Grimaldi (888 places) et Théâtre Outremont (809 places)

6 % de la totalité des spectacles présentés en petites salles au Québec mais y rejoint plus du double de spectateurs (14 %). L'assistance moyenne représente 2 fois celle des petites salles pour l'ensemble du Québec. Voir à l'annexe 2 – Comment se compare le réseau municipal de Montréal.

Dans les arrondissements LaSalle et L'Île-Bizard – Sainte-Geneviève, on trouve deux salles de spectacles dont la desserte va au-delà de leur arrondissement (Salle Jean-Grimaldi - 888 places et Salle Pauline-Julien - 360 places). Ces diffuseurs se distinguent de leurs collègues du réseau Accès culture par l'étendue de leur budget (plus de 800 000 \$), le mode de gestion (OBNL), leur financement (multisources) et leur clientèle qui provient d'autres arrondissements dans une proportion de 70%. Voir à l'annexe 3, le tableau annexe 3-4 : Provenance de la clientèle des salles de spectacles Jean-Grimaldi et Pauline-Julien. La structure budgétaire des deux diffuseurs permet de générer des revenus 10 fois supérieurs aux autres diffuseurs. 98 % de leur financement provient soit d'autres paliers gouvernementaux, de ventes de billets et de commanditaires ou d'autres partenaires financiers. Avec le théâtre Outremont, ces salles se distinguent par leur dimension (plus de 800 fauteuils) par la nature de leur programmation qui inclut plusieurs spectacles de variétés et d'humour et la vente de billets par abonnement de saison.

Offre culturelle

Dans le tableau qui suit, on constate que la moyenne de représentations offertes par 1 000 habitants est de 1,3 représentation. Seulement 3 arrondissements sont au-dessus de la moyenne (avec comme moyenne plus de 3 représentations par 1 000 hab) alors que le tiers des arrondissements offre moins de 1 représentation par 1 000 hab. Il n'est pas possible toutefois de dégager un seul facteur clé pouvant expliquer cet état de fait et l'appliquer à l'ensemble des arrondissements. Les différences entre le nombre d'activités offertes par chacun des diffuseurs peuvent s'expliquer soit par les ressources investies tant financières qu'humaines, la présence d'un ou deux diffuseurs sur un même territoire, la taille de la ou des salles et les coûts de production, les choix artistiques qui ont un impact sur la ventilation des cachets, etc.

Nous pouvons cependant affirmer que les arrondissements dotés de peu de salles ou de trop petites salles ont une offre plus réduite que la moyenne.

Nature de la programmation

La nature de la programmation se distingue du réseau privé: on y retrouve trois fois plus de spectacles de danse (15 % contre 5 %) et deux fois plus en musique (33 % contre 15%). Bien qu'il y ait une forte proportion de spectacles offerts qui ne font pas appel à la langue (danse et musique), 51 % des prestations se font essentiellement en français pour un public francophone.

Le tableau 2-2 à l'Annexe 2 démontre la répartition des représentations et de l'assistance selon les disciplines.

Clientèle

Le sondage mené auprès des résidents de 18 ans et plus de la Ville de Montréal ayant participé à des activités culturelles au cours des deux dernières années démontre que ceux qui connaissent le plus le réseau Accès culture sont les participants assidus aux activités culturelles, donc le public traditionnel de la culture à Montréal.

Les participants au réseau Accès culture présentent le profil suivant :

- âgés de 35 à 54 ans
- francophones
- ont une scolarité de niveau universitaire
- assidus aux activités culturelles

Ceux qui connaissent moins le réseau et participent peu aux activités présentent le profil suivant :

- moins de 35 ans
- moins scolarisés (niveau primaire et secondaire surtout)
- anglophones.

Voir les résultats du sondage à l'Annexe 8 – Sondage auprès de la population montréalaise dans le cadre du diagnostic du réseau Accès culture.

FAITS SAILLANTS

- Le réseau agit sur l'ensemble du territoire. La moyenne de représentations offertes par 1 000 habitants est de 1,3. Il jouit d'une bonne pénétration. En effet, l'offre est répartie presque également sur l'ensemble du territoire où dix (10) arrondissements se retrouvent dans la moyenne.
- Cinq arrondissements ont une offre en deçà de la moyenne (Saint-Laurent, Verdun, Ahuntsic-Cartierville, Anjou, Le Sud-Ouest et Pierrefonds-Roxboro).
- Les ressources investies, la taille de la salle et les coûts de production influencent quantitativement l'offre dans l'arrondissement.
- La programmation se distingue de celle des salles privées à Montréal : la danse est trois fois plus présente - la musique deux fois plus.
- Le taux d'occupation est supérieur à celui des petites salles au Québec (61 % vs 59 %). Accès culture rejoint 241 spectateurs payants par spectacle alors que la moyenne québécoise est de 129.

INDICE DE MESURE 1 – Indice composé quantitatif de l'offre culturelle

Le tableau suivant illustre les efforts consentis par chacun des arrondissements:

1. nombre de représentations publiques par 1 000 hab.
2. nb d'expositions par 10 000 hab.,
3. de billets rendus disponibles (nb de billets par 1 000 hab.)
4. ressources humaines et financières dédiées aux activités culturelles (dépenses allouées par le diffuseur aux activités culturelles : \$ par hab.).

Chacun des indicateurs est illustré par une valeur allant de 1 à 3, 3 (***) témoignant d'une valeur supérieure à la moyenne pour l'ensemble des arrondissements, 2 (**) témoigne d'une valeur égale à la moyenne et 1 (*) d'une valeur inférieure à la moyenne.

L'indice composé de l'offre a été calculé en cumulant les quatre (4) indicateurs : l'arrondissement ayant cumulé plus de 3 fois le même indicateur a un indice égal à ceux-ci, soit (***), (**) ou (*). Deux fois le même indicateur situe toujours l'arrondissement dans la moyenne (**).

Tableau 1 - INDICE DE MESURE 1_Indice composé quantitatif de l'offre culturelle

	Représentations publiques / 1,000 habitants	Billets / 1,000 habitants	Expositions / 1,000 habitants	Dépenses des activités culturelles par habitant	Représentations publiques / 1,000 habitants	Billets / 1,000 habitants	Expositions / 1,000 habitants	Dépenses des activités culturelles par habitant	Indice composé de l'offre
Total des arrondissements	1,30	369	0,11	6,60 \$	1,30	369	0,11	6,60 \$	
Outremont	4,5	3 307	0,4	19,47 \$	***	***	***	***	ENTRÉE
L'Île-Bizard – Sainte-Geneviève	8,2	3 054	-	80,09 \$	***	***		***	ENTRÉE
Lachine	2,9	621	0,2	7,61 \$	***	***	***	**	ENTRÉE
LaSalle	1,9	516	0,1	15,87 \$	**	***	**	***	ENTRÉE
Mercier – Hochelaga – Maisonneuve	1,9	667	0,1	8,52 \$	**	***	**	**	ENTRÉE
Ville-Marie	1,3	410	0,2	6,82 \$	**	**	***	**	ENTRÉE
Rivières-des-Prairies – Pointe-aux-Trembles	1,9	315	0,2	8,42 \$	**	**	***	**	ENTRÉE
Saint-Léonard	1,0	395	0,1	7,66 \$	**	**	**	**	ENTRÉE
Montréal-Nord	0,9	292	0,1	4,41 \$	*	**	**	*	ENTRÉE
Villeray-Saint-Michel – Parc-Extension	1,2	347	0,03	4,15 \$	**	**	*	*	ENTRÉE
Côte-des-Neiges – Notre-Dame-de-Grâce	1,1	158	0,2	4,14 \$	**	*	***	*	ENTRÉE
Le Plateau-Mont-Royal	1,0	145	0,1	3,58 \$	**	*	**	*	ENTRÉE
Rosemont – La Petite-Patrie	1,3	276	0,1	2,60 \$	**	*	**	*	ENTRÉE
Le Sud-Ouest	0,6	125	0,2	4,99 \$	*	*	***	**	ENTRÉE
Saint-Laurent	0,5	259	-	6,83 \$	*	*		**	ENTRÉE
Verdun	0,7	117	0,3	4,76 \$	*	*	***	*	ENTRÉE
Ahuntsic-Cartierville	0,9	233	0,1	2,86 \$	*	*	**	*	ENTRÉE
Anjou	0,3	59	-	1,35 \$	*	*		*	ENTRÉE
Pierrefonds-Roxboro	0,2	38	-	3,80 \$	*	*		*	ENTRÉE
Total en chiffres absolus	2 113	597 963	179	10 689 007 \$					

1.2 > L'ACCESSIBILITÉ :

DES MILIEUX DIVERSIFIÉS, DES PUBLICS À GAGNER

Pour réaliser sa mission, la Ville et chacun des arrondissements :

Mettent en œuvre les moyens d'assurer, à cette programmation, une accessibilité économique optimale aux citoyens montréalais :

- *en élaborant un cadre d'accessibilité économique (tarification/gratuité) qui prend en compte leurs particularités locales et qui s'inscrit dans les orientations de la politique de développement culturel;*
- *en portant une attention particulière notamment, à la promotion de disciplines artistiques de pointe et à la participation des citoyens aux prises avec des barrières à l'accessibilité.*

DONNÉES SCOCIODÉMOGRAPHIQUES ET CARACTÉRISTIQUES DES PUBLICS

Sur un territoire de 365,2 km carré, Montréal abrite 1 620 693 habitants⁶. Ceci représente 87,4 % de la population de l'agglomération qui, elle, représente 22,4 % de l'ensemble du Québec.

Réparties inégalement sur le territoire, les populations présentent des conditions socioéconomiques allant de la richesse à la pauvreté en tenant compte d'une scolarité supérieure. Les deux indices de défavorisation - seuil de faible revenu (SFR)⁷ et milieu socioéconomique (IMSE)⁸, la proportion de la population immigrante ainsi que la densité de la population sont les quatre (4) indices que nous avons choisis pour illustrer les conditions des citoyens dans les arrondissements.

En regardant l'indice SFR de Montréal (34,25), nous observons que les populations de 11 arrondissements ont un seuil de faible revenu plus élevé que la moyenne, avec en tête la population de Ville-Marie (58,17). Considérant que le sondage nous apprend que les populations à faible revenu sont moins rejointes et moins participantes au réseau, il y a là matière à réflexion. Seuls les arrondissements de Pierrefonds-Roxboro (20,49) et de L'Île-Bizard – Sainte-Geneviève (10,64) se situent en deçà de l'indice établi pour l'ensemble du Québec (20,89).

Plusieurs arrondissements offrent gratuitement l'entièreté de leurs activités, alors que certains les offrent à des prix symboliques et d'autres vendent leurs billets au prix du marché. Le tableau 2 identifie le type de tarification propre à chacun.

Le revenu moyen des ménages est au-dessus de la moyenne montréalaise dans 7 arrondissements et au-dessous dans 12 arrondissements. L'indice IMSE semble concorder avec celui du SFR.

La majorité des arrondissements affichant un seuil de faible revenu supérieur à la moyenne de Montréal affichent également un indice plus élevé IMSE, à l'exception de Côte-des-Neiges – Notre-Dame-de-Grâce, où l'indice IMSE est nettement en deçà de la moyenne (17,37). Voir à l'Annexe 6 – Profil socioéconomique des arrondissements et caractéristiques de la population.

L'accessibilité à la programmation n'est toutefois pas toujours couplée à la capacité de payer des utilisateurs potentiels. Par exemple, on retrouve dans certains arrondissements un indice de faible revenu élevé alors que l'offre de représentation de spectacles est en deçà de la moyenne du réseau.

6 Source : statistique canada -2006

7 Cet indice mesure la proportion de familles vivant autour ou sous le seuil de faible revenu, calculé par Statistique Canada.

8 Cet indice composé utilise la proportion de mères sous-scolarisées et la proportion de parents inactifs sur le plan de l'emploi.

C'est le cas par exemple des arrondissements Côte-des-Neiges – Notre-Dame-de-Grâce, Montréal-Nord, Le Sud-Ouest, Verdun, Villeray – Saint-Michel – Parc-Extension. Par ailleurs, l'inverse est tout aussi vrai lorsque dans certains arrondissements on retrouve un accès gratuit à toutes les représentations alors que la capacité de payer des usagers serait parfois possible. C'est le cas des arrondissements dont les indices du seuil de faible revenu (SFR) et celui du milieu socioéconomique (IMSE) sont moyens.

Évidemment, Montréal se distingue par le caractère multiculturel de sa population. 30 % de sa population est immigrante. Bien que la population francophone sur l'île de Montréal soit de 56 %, plusieurs arrondissements ont une proportion plus grande de citoyens qui parlent français. Dans le même sens, 6 arrondissements ont une portion d'anglophones au-dessus de la moyenne de l'agglomération et 6 arrondissements ont une proportion de citoyens dont la langue parlée à la maison est autre que le français ou l'anglais.

INDICE DE MESURE 2 – Indice composé de l'accessibilité sociodémographique

Le tableau suivant illustre les conditions socioéconomiques et sociodémographiques des citoyens dans les arrondissements : la densité de la population, la proportion de la population immigrante ainsi que les deux indices de défavorisation - seuil de faible revenu (SFR)⁹ et milieu socioéconomique (IMSE)¹⁰. La densité de la population est illustrée par plus de 100 000 hab. (***) , de 65 000 à 100 000 hab. (**). Les trois autres indicateurs sont illustrés par soit la valeur 3 (***) témoignant d'une valeur supérieure à la moyenne pour l'ensemble des arrondissements, 2 (**) témoigne d'une valeur égale à la moyenne et 1 (*) d'une valeur inférieure à la moyenne. L'indice composé de l'accessibilité sociodémographique a été calculé en cumulant les quatre (4) indicateurs : l'arrondissement ayant cumulé plus de 2 fois le même indicateur a un indice égal à ceux-ci, soit (***) , (**) ou (*). La dernière colonne indique la tarification des activités. Tous les arrondissements offrent des activités gratuitement aux citoyens de Montréal. Plusieurs arrondissements offrent gratuitement l'entièreté de leurs activités (0), alors que certains les offrent à des prix symboliques (\$) et d'autres vendent leurs billets au prix égal à celui du marché (\$\$).

Tableau 2 - INDICE DE MESURE 2_Indice composé de l'accessibilité sociodémographique

ARRONDISSEMENTS	Nb habitants	Proportion d'immigrants	Indice de défavorisation 1 - seuil du faible revenu	Indice de défavorisation 2 - milieu socio-économique	Nbre hab.	Proportion d'immigrants	Faible revenu	Défavorisation socio-économique	Indice composé de l'accessibilité sociodémographique	Tarification \$ = prix symbolique \$\$ = prix du billet selon le marché
Total des arrondissements	1 620 693	30,1 %	34,25	19,74	1 620 693	30,1 %	34,25	19,74		1,7 M \$
Villeray – Saint-Michel – Parc-Extension	142 825	42,8 %	45,05	29,99	***	***	*	*	*	0
Côte-des-Neiges – Notre-Dame-de-Grâce	164 246	46,6 %	42,64	17,37	***	***	*	**	*	0
Montréal-Nord	83 911	32,1 %	45,21	27,65	**	**	*	*	*	0 et \$
Ville-Marie	78 876	29,1 %	58,17	34,7	**	**	*	*	*	0
Le Sud-Ouest	69 860	22,9 %	48,25	29,01	**	*	*	*	*	0
Verdun	66 078	19,0 %	40,57	25,06	**	*	*	*	*	0 et \$
Ahuntsic-Cartierville	126 607	35,1 %	36,67	20,47	***	**	**	**	**	0
Saint-Laurent	84 833	50,0 %	38,65	19,18	**	***	**	**	**	0 et \$\$
Saint-Léonard	71 730	41,2 %	35,27	20,2	**	***	**	**	**	0 et \$\$
Rosemont – La Petite-Patrie	133 618	19,7 %	38,6	22,91	***	*	**	**	**	0
Le Plateau – Mont-Royal	101 054	22,0 %	34,14	17,69	***	*	**	**	**	0
Mercier – Hochelaga – Maisonneuve	129 110	15,0 %	39,36	24,27	***	*	**	**	**	0 et \$\$
LaSalle	74 763	28,5 %	28,83	17,47	**	**	***	**	**	0 et \$\$
Rivières-des-Prairies – Pointe-aux-Trembles	105 372	19,8 %	25,93	19,68	***	*	***	**	**	0
Pierrefonds-Roxboro	65 041	31,6 %	20,49	10,01	**	**	***	***	***	0 et \$
Lachine	41 391	15,9 %	29,45	19,87	*	*	***	**	**	0 et \$\$
Anjou	40 891	23,1 %	29,29	18,48	*	*	***	**	***	0 et \$
Outremont	22 897	25,5 %	25,94	10,85	*	**	***	***	***	0 et \$\$
L'Île-Bizard – Sainte-Geneviève	17 590	17,5 %	10,64	6,86	*	*	***	***	***	0 et \$\$

Source : http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/PAGE/MTL_STATISTIQUES_FR/MEDIA/DOCUMENTS/11_A_IMMIGRATION_STATUT_V2.PDF
Statistique Canada, Recensement de 2006

9 Cet indice mesure la proportion de familles vivant autour ou sous le seuil de faible revenu, calculé par Statistique Canada.

10 Cet indice composé utilise la proportion de mères sous-scolarisées et la proportion de parents inactifs sur le plan de l'emploi.

PÉNÉTRATION DU RÉSEAU AUPRÈS DES POPULATIONS

Le réseau a rejoint 446 109 spectateurs en 2007. Ceci porte à 211 l'assistance moyenne par activité. De leur côté, les expositions ont rejoint 157 703 visiteurs pour une moyenne de 881 visiteurs par exposition.

Taux de participation

La majorité des arrondissements qui ont rejoint plus de 25 000 spectateurs sont principalement ceux qui ont présenté des spectacles extérieurs. C'est le cas de Lachine, LaSalle, Mercier – Hochelaga-Maisonneuve, Rivières-des-Prairies – Pointe-aux-Trembles et Villeray – Saint-Michel – Parc-Extension, à l'exception d'Outremont qui présente ses activités en salle et rejoint 29 143 spectateurs.

Nous avons établi le taux de pénétration du réseau auprès des Montréalaises et des Montréalais en calculant le nombre de spectateurs aux représentations publiques sur le nombre d'habitants de l'arrondissement fois 100 hab. et selon le nombre de visiteurs aux expositions sur le nombre d'habitants de l'arrondissement fois 100 hab. Tel que démontré au tableau 3, le taux moyen de participation des citoyens dans le réseau Accès culture représente près de 38 personnes sur 100. Ce sont 28 personnes sur 100 qui ont assisté à une représentation publique et 10 personnes sur 100 ont visité une exposition.

Taux de notoriété et perception

Par ailleurs, le sondage révèle que les $\frac{3}{4}$ de la population de plus de 18 ans ayant participé à des activités culturelles au cours des deux dernières années à Montréal ne connaissent pas du tout l'existence d'Accès culture comme étant le réseau municipal de diffusion culturelle à Montréal. Les gens connaissent toutefois davantage les maisons de la culture et la Salle Jean-Grimaldi qui jouit d'un taux de notoriété supérieur à la moyenne. De plus, une majorité des personnes interrogées lors du sondage réalisé auprès des consommateurs culturels de Montréal croit que plusieurs activités culturelles offertes par le réseau Accès culture sont gratuites. Cependant, une plus forte proportion du non-public (21.3 %) et des individus moins scolarisés (24.1 %) croit qu'elles sont payantes. Autre fait à noter de ce sondage, 31.4 % des citoyens seraient peu ou pas du tout satisfaits des systèmes de distribution et d'accès aux billets. Cette proportion grimpe à 32.1 % parmi le public du réseau (ceux qui fréquentent les installations). Lors des entrevues, les diffuseurs du réseau considèrent avoir mis en place des processus pour développer et conserver la relation avec la clientèle. Le taux de satisfaction concernant cet aspect est très élevé (80 %) alors que 30 % de la clientèle assidue aux activités s'en trouve insatisfaite. Cependant, les diffuseurs considèrent que les outils de promotion et de publicité en place sont peu ou pas efficaces. Notons que le budget de promotion ne représente que 6 % des dépenses alors que la norme dans l'industrie est d'environ 12 %. Voir Annexe 10 - Rapport des entrevues auprès des diffuseurs du réseau Accès culture.

FAITS SAILLANTS

- 28 habitants sur 100 assistent aux représentations publiques du réseau Accès culture. Au Québec, ce sont 91 habitants sur 100 et à Montréal ce sont 171 sur 100 qui assistent à des spectacles payants seulement.
- Plusieurs arrondissements ont développé un cadre d'accessibilité économique : 11 arrondissements présentent des activités payantes et tous présentent des activités gratuites.
- Le faible taux de participation enregistré dans huit (8) arrondissements est couplé avec la petitesse des salles que l'on retrouve particulièrement dans des arrondissements peuplés (Le Plateau – Mont-Royal, Ahuntsic-Cartierville, Le Sud-Ouest, Saint-Laurent).
- On enregistre une offre en deçà de la moyenne dans les 5 arrondissements ayant un indice élevé de défavorisation.
- 25 % du non-public et des moins scolarisés croient que les activités sont payantes.
- Les populations à faible revenu sont moins participantes au réseau.
- 32 % des citoyens (tant chez les publics que les non-publics) sont peu ou pas du tout satisfaits des systèmes de distribution de billets.

INDICE DE MESURE 3 – Indice composé du taux de pénétration

Le tableau suivant illustre le taux de participation en pourcentage des citoyens. Il est calculé selon le nombre de spectateurs aux représentations publiques sur le nombre d'habitants de l'arrondissement fois 100 hab. et selon le nombre de visiteurs aux expositions sur le nombre d'habitants de l'arrondissement fois 100 hab.. Le ratio des spectateurs au Québec et dans la région 06, pour 100 hab. est indiqué ici à titre indicatif.

L'indicateur du taux de participation aux représentations publiques et celui de participation aux expositions sont illustrés soit par la valeur 3 (***) témoignant d'une valeur supérieure à la moyenne pour l'ensemble des arrondissements, 2 (**) témoigne d'une valeur égale à la moyenne et 1 (*) d'une valeur inférieure à la moyenne. L'indice composé du taux de participation est basé presque essentiellement sur le taux de participation aux représentations publiques. Dans les cas d'exception où le taux de participation aux expositions est supérieur à la moyenne (**), l'indice composé est supérieur.

Tableau 3 - INDICE DE MESURE 3_Indice du taux de pénétration

ARRONDISSEMENTS	Participants (Toutes catégories d'activités)	Participants (Représentations publiques)	Participants (Expositions)	Taux de participation (Toutes catégories d'activités)	Taux de participation (Représentations publiques)	Taux de participation (Expositions)	Taux de participation (Représentations publiques)	Indice du taux de participation (Expositions)
Total Québec	-	6 977 062	-		91	-	91	
Total Montréal - région 06	-	3 177 762	-		171	-	171	
Total des arrondissements	603 812	446 109	157 703	37	28	10	28	10
L'Île-Bizard – Sainte-Genève	33 811	33 811	0	192	192	0		
Outremont	34 289	29 143	5 146	150	127	22		
Lachine	53 435	38 227	15 208	129	92	37		
LaSalle	55 732	53 414	2 318	75	71	3		
Saint-Léonard	39 072	20 172	18 900	54	28	26		
Ville-Marie	38 069	17 811	20 258	48	23	26		
Verdun	25 144	15 144	10 000	38	23	15		
Villeray – Saint-Michel – Parc-Extension	49 210	44 703	4 507	34	31	3		
Mercier – Hochelaga-Maisonneuve	47 767	40 324	7 443	37	31	6		
Montréal-Nord	21 355	19 036	2 319	25	23	3		
Rivières-des-Prairies – Pointe-aux-Trembles	41 726	33 930	7 796	40	32	7		
Le Plateau – Mont-Royal	30 569	14 932	15 637	30	15	15		
Ahuntsic-Cartierville	29 122	18 257	10 865	23	14	9		
Côte-des-Neiges – Notre-Dame-de-Grâce	37 873	16 799	21 074	23	10	13		
Le Sud-Ouest	12 485	6 078	6 407	18	9	9		
Saint-Laurent	16 411	16 411	0	19	19	0		
Rosemont – La Petite-Patrie	34 305	24 480	9 825	26	18	7		
Anjou	1 686	1 686	0	4	4	0		
Pierrefonds-Roxboro	1 751	1 751	0	3	3	0		

Cet indice est calculé selon le nombre de participants / nombre d'habitants de l'arrondissement X 100

1.3 > LES RESSOURCES :

AVOIR PLUS ET MIEUX POUR FAIRE PLUS ET MIEUX

Pour réaliser sa mission, la Ville et chacun des arrondissements :

Consacrent les ressources appropriées à la réalisation de la mission de diffusion culturelle :

- *en renforçant les équipes de diffusion en place par l'ajout de ressources spécialisées, entre autres, en médiation culturelle et en communication et pour combler les besoins dans les zones moins desservies;*
- *en respectant la politique relative aux cachets et aux droits d'auteurs, conformément aux ententes conclues avec les associations professionnelles reconnues ;*
- *en se dotant et en respectant des règles minimales permettant une offre de service municipale professionnelle.*

Les coûts de la diffusion culturelle dans les arrondissements sont de 10,7 M \$ et représentent une moyenne de 6,60 \$ par habitant.

Les dépenses de 10,7 M \$ comprennent le coût des ressources humaines qui totalisent 4,8 M \$ (44 %), soit 83 personnes/année réparties entre le personnel dédié à la programmation (47), le personnel de salle (31) et celui aux communications (5). Les sommes versées pour les cachets aux artistes et aux droits d'exposition sont de 2,9 M \$ (28 %). Cette somme inclut la valeur des cachets versés par les partenaires soit de 1,3 M \$. Les dépenses allouées au fonctionnement, aux activités de médiation, de soutien à la création et de diffusion sont de 2,2 M \$ (21 %). Les sommes allouées à la promotion et publicité représentent quant à elle 6 % des dépenses. Les coûts de promotion sont en deçà des pratiques observées dans le monde de la diffusion alors que les dépenses relatives au marketing représentent généralement plus de 12 % des budgets d'opération.

Les activités en diffusion culturelle du réseau sont financées par plusieurs sources. La plus importante contribution est l'allocation budgétaire annuelle accordée par chacun des arrondissements (69 %). La vente de billets est le deuxième revenu le plus important (16 %). Viennent ensuite les contributions des commanditaires et des partenaires du réseau (10 %). Les subventions dédiées à la médiation en provenance de l'Entente MCCCCF/Ville représentent 5 % du financement des activités.

Pour compléter le portrait du financement en diffusion culturelle municipale, il faut d'abord ajouter les subventions de 1,0 M \$ qu'a versées, en 2007, le Conseil des arts de Montréal aux organismes artistiques dans ses programmes de tournée. La Division de l'action culturelle et des partenariats de la ville de Montréal (DACP), quant à elle, dépense 0,5 M \$ pour la programmation métropolitaine estivale et la coordination du réseau, ce qui porte le montant total à 12,2 M \$ en 2007.

Allocation budgétaire nette

L'allocation budgétaire consacrée à la diffusion culturelle par les arrondissements est de 7,4 M \$. À ce montant, il faut déduire un montant de 0,5 M \$ provenant des revenus générés par le diffuseur et qui retourne au fonds général de l'arrondissement. Ainsi, l'allocation nette des arrondissements se chiffre à 6,9 M \$ (7,4 M \$ moins 0,5 M \$ qui retournent au fonds général). Cette allocation nette représente une moyenne de 0,8 % sur le budget d'opération des arrondissements. À l'Annexe 4, le tableau 4-1 présente les données financières sur les coûts de la diffusion culturelle par arrondissement.

Revenus auto générés

Ce ne sont pas toutes les activités qui génèrent des revenus pas plus que tous les revenus ne retournent au fonds général. En générant les revenus des ventes de billets ou de produits, des commanditaires et des partenariats, les diffuseurs contribuent à couvrir 25 % des dépenses. Selon les commentaires de certains diffuseurs, lorsque les revenus auto générés retournent au fonds général de l'arrondissement, il semble que se crée un effet de découragement. En effet, l'incitatif pour le diffuseur à déployer plus d'efforts pour autofinancer ses activités est réduit considérablement.

Plus de ressources

La presque totalité des diffuseurs soulignent la nécessité d'une augmentation du budget qui demeure stagnant depuis plusieurs années. Une augmentation des budgets de dépenses permettrait principalement de mener plus d'actions promotionnelles et réaliser des activités de médiation et d'incubation. Dans certains arrondissements, plus de ressources financières devraient être consenties pour soutenir les artistes qui exposent et qui ne reçoivent ni droits, ni redevances.

Les gestionnaires considèrent qu'ils sont mal servis en matière de ressources humaines (trop d'employés à temps partiel). De ce fait, ils ne peuvent entreprendre suffisamment d'activités de médiation, d'incubation et de développement de clientèle auprès des communautés culturelles.

Meilleures planifications

Les diffuseurs considèrent comme important de planifier leurs activités sur plus d'une année. Participer d'une façon ou d'une autre à la planification budgétaire de l'arrondissement leur permettrait de mieux contrôler les ressources financières dédiées aux activités culturelles qu'ils organisent.

Comment se compare Montréal

À titre de comparaison, nous avons identifié des municipalités qui font de la diffusion culturelle professionnelle pluridisciplinaire. À cet égard, nous comparons ici des données financières des villes de Rouyn-Noranda et Gatineau. En comparant les dépenses de diffusion culturelle, Montréal avec 6,60 \$ par habitant, arrive troisième après Rouyn-Noranda (30,01 \$) et Gatineau (8,52 \$). Toutefois, l'allocation nette en diffusion culturelle accordée par Montréal sur son budget global se situe dans la moyenne des deux autres villes. La quote-part de l'allocation nette accordée par les villes à la diffusion culturelle oscille entre 0,6 % (Gatineau), 0,8 % (Montréal) et 1,0 % (Rouyn-Noranda) sur le budget global de ces villes.

À l'annexe 2, les tableaux annexes 2-3 et 2-4 présentent les coûts comparatifs de la diffusion culturelle entre trois villes du Québec et sur la quote-part de leurs dépenses – 2007 – 2008

Coûts comparatifs de la diffusion culturelle à Montréal et chez les diffuseurs du Québec

Selon l'étude de Rideau sur les coûts de la diffusion au Québec¹¹, 112 diffuseurs, dont font partie les membres d'Accès culture, ont présenté 9 572 représentations en 2008 pour un coût total de 163,7 M \$. À titre comparatif, en 2007, Accès culture présentait 2 113 représentations pour un coût total de 10,7 M \$ dont 2,9 M \$ en cachets et droits versés aux artistes. La part d'Accès culture est donc de 22 % pour le nombre de représentations, mais seulement de 7 % pour les coûts totaux et de 5 % pour les cachets et droits. Le réseau Accès culture consacre une part significativement moins importante au cachet des artistes comparativement au réseau des diffuseurs pluridisciplinaires du Québec. Ceci s'explique en partie par la nature même de la programmation d'Accès culture qui fait une faible part aux spectacles à grand déploiement, spectacles de chansons ou de variétés.

¹¹ Rapport de l'étude sur les coûts de la diffusion chez les diffuseurs pluridisciplinaires membres de Rideau, DS 20/07, Rideau, Septembre 2009

Dans cette même étude, on apprend que les contributions municipales à la diffusion pluridisciplinaires sont de 19,0 M \$ sur l'ensemble du Québec, représentant 12 % des coûts totaux. À Montréal, les activités du réseau sont, pour leur part, soutenues à 69 % par les arrondissements qui priorisent ainsi la culture comme un service de proximité essentiel.

À l'annexe 2, le tableau annexe 2-5 présente les statistiques comparatives de ressources dédiées à la diffusion par la Ville de Montréal et par les diffuseurs pluridisciplinaires membres de RIDEAU

FAITS SAILLANTS

- On compte 6,60 \$ alloué par habitant en diffusion culturelle municipale.
- 26 % des dépenses sont assumées par les revenus autonomes des diffuseurs.
- 0,5 M \$ de ces revenus ne sont pas réinvestis dans la diffusion et retournent au fonds général de l'arrondissement.
- L'allocation nette des arrondissements équivaut à 0,8 % du budget total de ceux-ci.
- Les cinq (5) arrondissements dont l'allocation est moins 0,8 % de leur budget, sont ceux qui affichent une offre plus faible et qui rejoignent moins de participants que la moyenne de 28 participants par 100 habitants : Anjou, Rosemont – La Petite-Patrie, Ahuntsic-Cartierville, Le Plateau – Mont-Royal et Pierrefonds-Roxboro.
- Peu de ressources sont dégagées pour déployer le MI (médiation-incubation).
- Dans certains arrondissements, des artistes sont sans redevance (droit).
- Il n'y a pas de stratégies tarifaires dans le réseau
- L'allocation nette en diffusion culturelle accordée par Montréal sur son budget global (0,8 %) se situe dans la moyenne des deux autres villes, avant Gatineau (0,6 %) et derrière Rouyn-Noranda (1,0 %). Montréal arrive troisième, après Rouyn-Noranda (30,01 \$) et Gatineau (8,52 \$) lorsqu'on compare les dépenses qu'elle alloue par habitant (6,60 \$).
- La Ville de Montréal soutient son réseau à hauteur de 69 % comparé à l'ensemble du réseau québécois des diffuseurs pluridisciplinaires qui est soutenu à hauteur de 12 % par l'ensemble des municipalités.
- Par ailleurs, le réseau compte plusieurs contributeurs financiers : Arrondissements, entente MCCCCF/Ville, DACP, commanditaires, vente de billets et le Conseil des arts de Montréal. Là où le diffuseur s'est donné la capacité de générer des revenus, il s'est donné les moyens de se rapprocher de ses ambitions.

INDICE DE MESURE 4 – Indice composé de l'allocation budgétaire dédiée à la diffusion

Le tableau suivant illustre les coûts liés à la diffusion culturelle et les allocations qui lui sont dédiées. L'indicateur 4.A est calculé dans la première colonne selon le coût des activités culturelles sur le nombre d'habitants de l'arrondissement, en dollars. À la deuxième colonne, l'indicateur 4.B est calculé à partir de l'allocation budgétaire nette (allocation de l'arrondissement moins les revenus générés par la diffusion culturelle) sur le budget d'opération des arrondissements ; la quote-part ainsi obtenue est représentée en %.

Les deux indicateurs sont illustrés soit par la valeur 3 (***) témoignant d'une valeur supérieure à la moyenne pour l'ensemble des arrondissements, 2 (**) témoigne d'une valeur égale à la moyenne et 1 (*) d'une valeur inférieure à la moyenne. L'indice composé de l'allocation budgétaire a été calculé en cumulant les deux (2) indicateurs : l'arrondissement ayant cumulé deux (2) fois le même indicateur a un indice égal à ceux-ci, soit (***), (**) ou (*). Dans le cas où un des deux indicateurs est moyen (**), l'indice composé est moyen.

Tableau 4 - INDICE DE MESURE 4_Indice composé de l'allocation budgétaire dédiée à la diffusion

	# 4.A	# 4.B	# 4.A	# 4.B	Indice composé de l'allocation budgétaire
	Dépenses des activités culturelles par habitant	Quote-part de l'allocation nette sur le budget de dotation	Dépenses des activités culturelles par habitant	Quote-part de l'allocation nette sur le budget de dotation	
Total des arrondissements	6,60 \$	0,8 %	6,60 \$	0,8%	
L'Île-Bizard – Sainte-Geneviève	80,09 \$	2,4 %	***	***	\$\$\$
Outremont	19,47 \$	1,6 %	***	***	\$\$\$
LaSalle	15,87 \$	1,0 %	***	***	\$\$\$
Mercier – Hochelaga-Maisonneuve	8,52 \$	1,0 %	**	***	\$\$
Rivières-des-Prairies – Pointe-aux-Trembles	8,42 \$	1,2 %	**	***	\$\$
Saint-Léonard	7,66 \$	1,0 %	**	***	\$\$
Lachine	7,61 \$	0,7 %	**	**	\$\$
Saint-Laurent	6,83 \$	0,7 %	**	**	\$\$
Ville-Marie	6,82 \$	0,7 %	**	**	\$\$
Le Sud-Ouest	4,99 \$	0,6 %	**	**	\$\$
Verdun	4,76 \$	0,8 %	**	**	\$\$
Montréal-Nord	4,41 \$	0,8 %	**	**	\$\$
Villeray – Saint-Michel – Parc-Extension	4,15 \$	0,8 %	**	**	\$\$
Côte-des-Neiges – Notre-Dame-de-Grâce	4,14 \$	0,8 %	**	**	\$\$
Pierrefonds-Roxboro	3,80 \$	0,7 %	*	**	\$\$
Rosemont – La Petite-Patrie	2,60 \$	0,6 %	*	**	\$
Le Plateau – Mont-Royal	3,58 \$	0,5 %	*	*	\$
Ahuntsic-Cartierville	2,86 \$	0,5 %	*	*	\$
Anjou	1,35 \$	0,1 %	*	*	\$
Total en chiffres absolus dans les arrondissements	10 689 007 \$	6 926 730 \$			

1.4 > LE DÉVELOPPEMENT DE PUBLIC :

UN PAS DE PLUS VERS L'ACCESSIBILITÉ AUX MONTRÉALAISES ET MONTRÉALAIS

Pour réaliser sa mission, la Ville et chacun des arrondissements :
Développent des nouveaux publics afin qu'ils acquièrent des habitudes de fréquentation et se sentent partie prenante de la vie culturelle montréalaise :

- *En visant, par la médiation culturelle, des clientèles telles que les jeunes, les exclus ou tout autre groupe identifié d'après les réalités sociodémographiques locales.*

La majorité des diffuseurs définissent leur action de la façon suivante : rejoindre les publics et les artistes, créer un lien entre artistes et citoyens, aider les artistes dans leurs productions et réalisations et donner l'opportunité aux publics de s'approprier la culture.

Les diffuseurs tentent de rejoindre les citoyens de leur arrondissement à partir de leur programmation. Selon eux, c'est à travers une programmation multidisciplinaire que la culture devient un outil de développement pour la communauté qui change et améliore la qualité de vie des citoyens.

La majorité des diffuseurs même s'ils ne le font pas toujours, expriment une volonté de développer le public par la médiation culturelle. Ils pratiquent également des activités d'accompagnement de développement de publics. Les efforts mis en œuvre jusqu'à maintenant ont contribué à rejoindre les publics déjà sensibilisés, mais n'ont pas encore donné de résultats tangibles dans la sensibilisation de nouveaux publics. Les futurs défis des diffuseurs sont la diversification et la multidisciplinarité de la programmation, l'attention à la diversité culturelle et l'augmentation du public.

14 des 19 arrondissements ont organisé 49 projets de médiation en 2007. Ensemble, ils ont sensibilisé 13 062 participants à la culture et aux arts. 14 des 19 arrondissements ont organisé 1 504 activités d'accompagnement et de développement de publics et rejoint 61,506 participants. Pour les diffuseurs, la médiation a pour but de rapprocher le public de la culture et de faire comprendre la démarche artistique qui est à la base d'une performance ou d'une œuvre d'art. Ce résultat est toutefois loin d'être suffisant pour affirmer qu'une véritable stratégie de développement de publics par la médiation est en place. Le public du réseau Accès culture reste le même d'année en année.

Les budgets et les ressources affectés à cet objectif sont nettement insuffisants et représentent 0,03 % du budget total du réseau. Mais les impacts et les retombées des activités de médiation et d'accompagnement ne peuvent s'évaluer simplement de manière quantitative.

Le plus important partenariat de clientèle dans l'ensemble du réseau de diffusion à Montréal est celui relié au réseau scolaire. Notons ceux que développent certains arrondissements avec la Maison-Théâtre ou encore les échanges vécus dans l'arrondissement entre le diffuseur et l'école du quartier. Ces partenariats donnent lieu à de multiples échanges et sont en place depuis plus de 25 ans.

Tableau 5 - Activités de médiation et d'accompagnement de développement de public

	Projets	Médiations		Développement de public (activités d'accompagnement)	
		Total activités	Total participation	Total activités	Total participation
Ahuntsic-Cartierville	0			22	304
Anjou	0			0	
Côte-des-Neiges – Notre-Dame-de-Grâce	3	12	255	338	7 535
Lachine	1	1	5	0	
LaSalle	2	3	858	58	1 714
L'Île-Bizard – Sainte-Genève	8	8	434	37	1 972
Mercier – Hochelaga – Maisonneuve	9	117	2 796	13	96
Montréal-Nord	0			7	55
Outremont	0			218	26 540
Pierrefond-Roxborro	0				
Le Plateau-Mont-Royal	2	20	673		
Rivière-des-Prairies – Pointe-aux-Trembles	4	46	1 435	190	5 703
Rosemont – La Petite-Patrie	1	1	30	3	99
Saint-Laurent	2	158	5 178	165	4 885
Saint-Léonard	1	1	35	335	9 131
Le Sud-Ouest	1	1	30	30	751
Verdun	3	4	85		
Ville-Marie	2	4	58	32	863
Villeray – St-Michel – Parc-Extension	10	12	1 190	56	1 858
TOTAL	49	388	13 062	1 504	61 506

FAITS SAILLANTS

- La majorité des arrondissements font de la médiation et des activités d'accompagnement.
- OSACA (Outil statistique des activités culturelles en arrondissement) s'avère être un bon outil pour suivre l'évolution de l'offre et de la demande
- Une véritable stratégie de développement de publics par la médiation est en place. Par ailleurs, la médiation est généralement au stade de l'expérimentation, les résultats sont embryonnaires et son financement est tributaire d'un programme de subvention.
- Les futurs défis des diffuseurs résident dans la diversification et la multidisciplinarité de la programmation, l'attention à la diversité culturelle et l'augmentation du public.
- Le partenariat avec le réseau scolaire est un bon exemple de développement de public. Il dure depuis 25 ans.

1.5 > LES LIEUX :

DES ÉQUIPEMENTS À METTRE À NIVEAU, UN RÉSEAU EN VOIE D'AMÉLIORATION

Pour réaliser sa mission, la Ville et chacun des arrondissements :

Disposent de lieux répondant aux normes reconnues de la diffusion culturelle professionnelle dans les domaines de la musique, des arts de la scène, des arts visuels et médiatiques, du patrimoine, de la littérature, du cinéma ou de toute discipline connexe :

- *en mettant en œuvre un plan de mise à niveau des installations existantes et de déploiement de nouvelles installations afin d'assurer une offre de service minimale sur l'ensemble du territoire.*

INVENTAIRE DES LIEUX

On dénombre 164 salles de spectacles sur le territoire de Montréal. De ce nombre, 102 salles appartiennent à des diffuseurs privés ou sont gérées par des organismes indépendants. Ces dernières rencontrent généralement les normes de l'industrie du spectacle.

SALLES DE SPECTACLES

Les diffuseurs du réseau Accès culture utilisent 60 salles de spectacles. 33 d'entre elles sont de propriétés municipales. Les 27 autres salles utilisées sont des théâtres privés, des salles de spectacles situées à l'intérieur de Cegep, des églises ou des centres communautaires. Il y en a 20 qui répondent aux standards professionnels en vigueur dans l'industrie du spectacle dont 16 sont de propriétés municipales.

SALLES D'EXPOSITION

Les diffuseurs du réseau Accès culture exposent dans 20 salles. 16 d'entre elles sont de propriétés municipales et répondent à un minimum de normes de qualité professionnelle. Trois arrondissements ne présentent aucune exposition.

Pour les besoins de l'étude, nous n'avons considéré que les salles professionnelles.

Voir à l'Annexe 5 – Inventaire des salles de spectacle, salles d'exposition et institutions muséales professionnelles à Montréal.

Certaines salles sont toutefois de trop petite taille pour espérer une adéquation optimale avec les besoins, les attentes et la demande de la population. C'est le cas des salles dans l'arrondissement du Sud-Ouest, de Rosemont – La Petite-Patrie et de Côte-des-Neiges – Notre-Dame-de-Grâce.

Le ratio moyen dans le réseau est de 7 sièges professionnels par 1 000 habitants. Presque la moitié des arrondissements se situent en bas de cette moyenne.

Trois arrondissements (Anjou, Pierrefonds-Roxboro et Verdun) ne disposent pas de salles professionnelles.

Lorsqu'il y a manque de salles dans certains arrondissements, plusieurs partenariats entre les diffuseurs

municipaux et des diffuseurs privés existent. À titre d'exemple, certains spectacles de l'arrondissement Côte-des-Neiges-Notre-Dame-de-Grâce sont présentés au Centre Segal des arts de la scène au Saldy. Ce genre de pratique pourrait être bonifiée, surtout si les ressources financières en matière d'équipements viennent à manquer.

FAITS SAILLANTS DE L'INVENTAIRE DES LIEUX






























- 20 salles de spectacle et 16 salles d'exposition sont de qualité professionnelle
- Trois (3) arrondissements ne disposent pas de salles de spectacle professionnelles (Anjou, Pierrefonds-Roxboro et Verdun)
- Six (6) arrondissements ne disposent pas de salles d'exposition professionnelles (Anjou, L'Île-Bizard – Sainte-Geneviève, Pierrefonds-Roxboro, Saint-Laurent, Saint-Léonard et Verdun)
- 5 des 20 des salles de spectacle et 3 des 16 salles d'exposition affichent un degré d'inadéquation ou de désuétude. Une action à court terme doit être entreprise.
- Deux (2) arrondissements utilisent plus de 20 sièges professionnels pour 1 000 habitants (L'Île-Bizard – Sainte-Geneviève et Outremont).
- La petitesse des salles que l'on retrouve dans des arrondissements peuplés (Le Plateau – Mont-Royal, Ahuntsic-Cartierville, Côte-des-Neiges – Notre-Dame-de-Grâce et Montréal-Nord) entraîne un faible taux d'accès à la culture chez les citoyens de l'arrondissement.

INDICE DE MESURE 5 – Indice composé de l’accessibilité physique aux lieux de diffusion culturelle

Le tableau suivant illustre l’accessibilité qu’ont les citoyens de Montréal aux lieux de diffusion culturelle. L’indicateur est calculé dans la première colonne selon le nombre de sièges par 1 000 hab., nonobstant le nombre de salles de spectacles professionnelles ou non qui se trouvent dans un arrondissement. À la deuxième colonne, l’indicateur est calculé à partir uniquement du nombre de sièges de salles « professionnelles » par 1 000 hab. À la troisième colonne, l’indicateur est calculé à partir uniquement du nombre de sièges de salles professionnelles utilisées par le réseau Accès culture, pour 1 000 hab. Ces trois indicateurs sont illustrés soit par la valeur 3 (***) témoignant d’une valeur supérieure à la moyenne pour l’ensemble des arrondissements, 2 (**) témoigne d’une valeur égale à la moyenne et 1 (*) d’une valeur inférieure à la moyenne. Finalement, la quatrième colonne, la distance du Centre-ville au bureau d’arrondissement est illustrée par moins de 6 km. (***), de 6 à 12 km (**) et plus de 12 km (*).

L’indice composé de l’accessibilité physique aux lieux de diffusion culturelle a été calculé en cumulant les quatre (4) indicateurs : c’est d’abord la valeur accordée au nombre de sièges professionnels utilisés par le réseau qui prévaut. L’arrondissement ayant au moins 2 fois le même indicateur a un indice égal à ceux-ci, soit (***), (**) ou (*). Deux fois le même indicateur situe toujours l’arrondissement dans la moyenne (**).

Tableau 6 - INDICE DE MESURE 5_Indice composé de l’accessibilité physique aux lieux de diffusion culturelle

Arrondissement	Nbre de sièges / 1000 habitants	Nbre de sièges professionnels disponibles pour 1000 hab.	Nbre de sièges professionnels utilisés par AC pour 1000 hab.	Nbre de lieux d'exposition professionnelles utilisées par AC	Nbre de sièges / 1000 habitants	Nbre de sièges professionnels disponibles pour 1000 hab.	Nbre de sièges professionnels utilisés par AC pour 1000 hab.	Distance de l'hôtel de Ville de Montréal et le bureau d'arrondissement (Km)	Indice d'accès physique - Spectacles	Indice d'accès physique - Expositions
Total Arrondissements	45	32	7	15	45	32	7			
Outremont	104	89	35	1	***	***	***	***		
Ville-Marie	442	419	6	1	***	***	**	***		
L'Île-Bizard – Sainte-Geneviève	82	22	22	0	***	**	***	*		
Le Plateau – Mont-Royal	51	45	2	1	***	***	*	***		
Le Sud-Ouest	23	13	11	1	*	*	**	***		
Lachine	103	8	8	1	***	*	**	*		
LaSalle	14	14	14	1	*	*	***	*		
Mercier – Hochelaga-Maisonneuve	21	17	9	2	*	*	**	**		
Villeray – Saint-Michel – Parc-Extension	12	12	10	1	*	*	**	**		
Rosemont – La Petite-Patrie	12	10	5	1	*	*	**	**		
Côte-des-Neiges – Notre-Dame-de-Grâce	25	9	4	2	**	*	*	**		
Rivières-des-Prairies – Pointe-aux-Trembles	24	9	9	1	*	*	**	*		
Saint-Laurent	20	8	8	0	*	*	**	*		
Saint-Léonard	16	8	8	0	*	*	**	*		
Anjou	28	0	0	0	**	*	*	*		
Verdun	22	0	0	0	*	*	*	**		
Montréal-Nord	8	3	3	1	*	*	*	*		
Ahuntsic-Cartierville	12	5	2	1	*	*	*	*		
Pierrefonds-Roxboro	-	-	-	-	*	*	*	*		
Total en chiffres absolus dans les arrondissement	72 335	52 055	11 358							

Indice 5 : Indicateur de desserte de la population selon les standards de salles professionnelles : nombre de sièges professionnels disponibles / nombre d'habitants X 1000 ET nombre de sièges PROFESSIONNELS utilisés / nombre d'habitants X 1000

ÉVALUATION QUALITATIVE DES LIEUX

À partir de leur fiche signalétique et technique, chacun des lieux a été qualifié selon les critères qui suivent. L'évaluation qualitative se voulait un premier regard porté sur les conditions physiques dans lesquelles sont diffusées les activités dans les arrondissements.

Considérations générales

Une salle de spectacle ou une salle d'exposition, doit être en mesure de rencontrer certains critères de base afin de permettre au diffuseur de réaliser sa mission. Elle doit être dotée de qualités lui permettant de diffuser des spectacles dans les diverses disciplines artistiques (théâtre, danse, musique, arts visuels, littérature, chanson), projeter des films, tenir des conférences ou présenter des expositions. Les espaces doivent être de qualité et adéquats pour répondre aux besoins des artistes, des diffuseurs et du public.

Adéquation du lieu, fonctionnalité et polyvalence des espaces

Pour les salles de spectacle, l'espace salle, l'espace scène, les espaces pour l'accueil du public ou ceux de l'arrière-scène doivent être adéquats. Le confort des spectateurs et la sensation qu'ils éprouvent de proximité avec l'artiste, ou encore la fonctionnalité du foyer, de la billetterie, le vestiaire, le comptoir de service de boisson, les WC et finalement la présence de loges, d'un local d'entreposage ou d'un débarcadère, sont tous des éléments qui déterminent l'adéquation des espaces eu égard à la mission du lieu. Il en est de même pour les salles d'exposition, alors que l'espace salle, l'espace accueil et les espaces services (débarcadère, atelier, etc.) doivent être fonctionnels et polyvalents.

État de l'infrastructure et des équipements

La qualité et la quantité des équipements spécialisés tel que l'éclairage, le son, la vidéo ou le système de gréage ainsi que l'état de modernité du bâtiment ou de mise à niveau des équipements peuvent nous indiquer si des investissements sont nécessaires à court, à moyen ou à long terme. Nous constatons que si le bâtiment date de plus de 25 ans et qu'aucune rénovation n'a été effectuée, l'état de désuétude est avancé. L'étude de l'Université Simon Fraser est explicite en ce sens¹² :

« Dès les 14 premières années de vie d'un bâtiment, un programme d'entretien régulier est requis. (...) Si l'âge du bâtiment est entre 15 et 24 ans et qu'aucun programme régulier d'entretien n'a été implanté, le bâtiment aura besoin de rénovations majeures sur certains éléments qui se sont détériorés. (...) C'est entre 25 et 34 ans que la majorité des bâtiments auront besoin de transformations majeures. (...) Après 35 ans, l'entretien du bâtiment devient très coûteux si aucun programme d'entretien n'a été implanté. Parfois, le remplacement du bâtiment devient nécessaire (...). »

Emplacement et accessibilité

Le lieu de diffusion est-il situé à un endroit central dans l'arrondissement? S'il est visible et à proximité de d'autres équipements culturels et s'il est accessible par les divers modes de transport, y compris l'accessibilité universelle, on dit qu'il est un lieu bien situé et accessible.

Jauge de la salle

En tenant compte de l'offre culturelle, de la nature de la programmation et de la clientèle visée par le réseau, la jauge idéale pour le diffuseur du réseau municipal a été fixée entre 175 et 250 places.

¹² Traduction libre de l'auteur, "Under Construction: The State of Cultural Infrastructure in Canada", Centre of Expertise on Culture and Communities, Simon Fraser University at Harbour Centre, Août 2008, page 31

L'évaluation n'a pas été une analyse technique ou scientifique. Ne s'étendant pas jusqu'à l'analyse scénographique, d'ingénierie ou d'architecture, pas plus qu'elle n'incluait la faisabilité financière de la construction ou de rénovation d'immeubles ou d'infrastructures. L'analyse a été faite à la suite d'une visite des lieux et l'élaboration d'une fiche signalétique qui a permis d'évaluer globalement la qualité de l'équipement comme étant très bon, bon, faible ou critique avancé.

FAITS SAILLANTS DE L'ÉVALUATION QUALITATIVE DES LIEUX

- La moitié des salles du réseau soit 50 % des salles de spectacle et 50 % des salles d'exposition sont considérées être en très bon état. Le point de référence est la Maison de la culture Pointe-aux-Trembles qui répond presque entièrement aux critères de qualité.
- Une seule salle de spectacle et quatre (25 %) salles d'exposition sont en bon état c.a.d. qu'elles répondent adéquatement aux divers critères mais affichent des lacunes qui ont besoin d'être corrigées à moyen terme.
- 7 des 20 des salles de spectacle (35 %) et 4 des 16 salles d'exposition (25 %) affichent un degré d'inadéquation ou de désuétude. Une action à court terme doit être entreprise.
- Deux salles de spectacle, les maisons de la culture de Notre-Dame-de-Grâce et de Rosemont – La Petite-Patrie sont totalement inadéquates et ne peuvent espérer ni une rénovation ou ni même une transformation. On a besoin d'un nouvel équipement.

Tableau 7_Évaluation qualitative des lieux de diffusion culturelle dans le réseau municipal

Arrondissements		Salles de spectacles	Salles d'exposition
Ahuntsic-Cartierville	Maison de la culture Ahuntsic-Cartierville	● 85,00	● 86,00
Côte-des-Neiges – Notre-Dame-de-Grâce	Maison de la culture Côte-des-Neiges	● 56,00	● 84,00
	Maison de la culture Notre-Dame-de-Grâce	● 26,00	● 66,00
Lachine	Complexe culturel Guy-Descary - Pavillon de l'Entrepôt, Maison du brasseur	● 73,00	● 68,00
LaSalle	Centre culturel Henri-Lemieux	● 62,00	● 66,00
	Salle Jean-Grimaldi	● 53,00	
L'Île-Bizard – Sainte-Genève	Salle Pauline Julien	● 77,00	
Mercier – Hochelaga- Maisonneuve	Maison de la culture Maisonneuve	● 75,00	● 84,00
	Maison de la culture Mercier	● 71,00	● 84,00
Montréal-Nord	Maison culturelle et communautaire Mtl-Nord	● 93,00	● 84,00
Outremont	Galerie d'art d'Outremont	● 73,00	● 66,00
Le Plateau – Mont-Royal	Maison de la culture du Plateau-Mont-Royal	● 49,00	● 56,00
Rivière-des-Prairies – Pointe-aux-Trembles	Maison de la culture Pointe-aux-Trembles	● 94,00	● 82,00
	Maison Beaudry de Pointe-aux-Trembles		● 36,00
Rosemont – La Petite-Patrie	Maison de la culture Rosemont - La Petite-Patrie	● 38,00	● 56,00
Saint-Laurent	Salle Émile-Legault - CEGEP Saint-Laurent	● 47,00	
Saint-Léonard	Théâtre Mirella et Lino Saputo	● 86,00	
Le Sud-ouest	Maison de la culture Marie-Uguay	● 56,00	● 54,00
Ville-Marie	Maison de la culture Frontenac	● 81,00	● 82,00
Villeray – Saint-Michel – Parc-Extension	Auditorium Le Prévost	● 42,00	
	Salle de diffusion Parc-Extension	● 52,00	● 82,00
Total		20 salles	16 salles

LÉGENDE

● TRÈS BON (plus de 70 %)	la salle est excellente et répond adéquatement aux différents critères. Elle ne nécessite aucune intervention à court et moyen terme.
● BON Entre 60 et 70 %	la salle répond adéquatement aux divers critères mais affiche des lacunes qui ont besoin d'être corrigées à moyen terme.
● FAIBLE (moins de 60 %)	la salle affiche un degré d'inadéquation ou de désuétude. Une action à court terme doit être entreprise.
● TOTALEMENT INADÉQUAT (moins de 40 %)	cette salle ne peut espérer ni une rénovation ou ni même une transformation. On a besoin d'un nouvel équipement.

Le détail de l'évaluation sur chacune des salles se trouve à l'Annexe 5.

1.6 > LE RÉSEAU :

LA FORCE D'UN RÉSEAU AUX RÉALITÉS DIFFÉRENTES

Pour réaliser sa mission, la Ville et chacun des arrondissements :

1. Forment le réseau municipal de diffusion culturelle et participent à son développement concerté afin d'en assurer la complémentarité, l'efficacité et le rayonnement :

- *en déléguant un représentant au Réseau municipal de diffusion culturelle, qui aura pour mandat de convenir des orientations et de l'organisation de ce réseau ;*
- *en confiant à la Division de l'action culturelle et des partenariats la coordination et le soutien des activités du réseau, conformément aux orientations établies ;*
- *en participant aux comités de diffusion et à la table des diffuseurs pour la mise en commun et le partage d'expertise pour les besoins de programmation.*

Le réseau Accès culture a été créé par la volonté des diffuseurs municipaux dans chacun des arrondissements d'assurer une diffusion municipale sur l'ensemble du territoire de Montréal. Regroupant les Maisons de la culture et les diffuseurs culturels des « ex-banlieues » de Montréal, le réseau rassemble des diffuseurs issus de divers contextes. Bien que leur mission soit la même, les modalités, les philosophies et les réalités diffèrent. Leur défi, trouver des complémentarités, des points d'ancrage, avoir des objectifs communs qui se déclinent de façon assez souple pour respecter les personnalités de chacun. Pour les diffuseurs, être en réseau veut dire travailler ensemble, collaborer et surtout trouver des façons de s'adapter aux nouvelles réalités de la diffusion culturelle. Plusieurs efforts sont déployés déjà depuis quelques années afin de trouver des nouveaux modes de collaboration et un nouvel environnement : nouvelle signature, nouvelle mission, nouveau fonctionnement, etc.

Certains gestionnaires déplorent tout de même la confusion dans la mission du réseau.

Les diffuseurs perçoivent l'existence d'une « cohabitation difficile » entre deux groupes différents de diffuseurs : ceux qui génèrent des revenus autonomes et ceux dont le budget est essentiellement le produit de l'allocation de l'arrondissement. Généralement, ces groupes créent des modes de fonctionnement dissemblables et réalisent des missions différentes. L'ensemble du réseau a donc du mal à s'harmoniser.

Pour plusieurs, la fragilité du réseau est reliée au manque d'une véritable collaboration entre ces deux groupes. La majorité des diffuseurs reconnaissent la faiblesse du réseau, attribuable à son jeune âge.

Selon ses membres, le réseau Accès culture devrait apporter une aide significative pour le choix des programmations, le développement et le partage de l'expertise, le soutien aux projets et aux activités de médiation culturelle. Il devrait constituer un lieu de réseautage et de rapprochement collectif.

Le présent diagnostic du réseau municipal de diffusion culturelle Accès culture constitue un instrument très utile à l'amélioration du réseau.

FAITS SAILLANTS

- Le réseau est reconnu auprès de ses membres comme étant un lieu de réseautage et de rapprochement collectif.
- Plusieurs instruments collectifs à développer sont jugés utiles pour servir ses membres: le présent diagnostic, un programme d'entretien et d'amélioration des équipements et des infrastructures.
- L'harmonisation entre les fonctionnements est difficile.
- Il y a encore de la confusion dans le rôle que peut jouer le réseau.

2 DIFFUSION-MÉDIATION- INCUBATION

Lorsqu'on jette un coup d'œil sur les données recueillies dans le cadre de notre étude dans une perspective DMI (Diffusion-Médiation-Incubation) il est possible d'affirmer que :

> DU CÔTÉ DE LA DIFFUSION

En général, la diffusion est la dominante de l'intervention du réseau dans tous les arrondissements. Ce qui distingue le réseau Accès culture des diffuseurs privés, c'est la plus grande proportion accordée à la présentation de spectacles en danse (15 % de sa programmation soit 3 fois plus que le privé) et en musique (33 % soit 2 fois plus). Voir Annexe 2 – Comment se compare le réseau municipal de Montréal. De plus, la présence et le contenu de ses expositions semble être une alternative au réseau privé.

Nul doute, le réseau agit sur l'ensemble du territoire. Il jouit d'une bonne pénétration en rejoignant 37 personnes sur 100 et très peu d'arrondissements ont une offre culturelle inférieure à cette moyenne. Le taux d'occupation à ses activités est légèrement supérieur à celui des petites salles pour l'ensemble du Québec soit 60,7 % par rapport à 58,9 %.

On peut affirmer également que là où le diffuseur s'est donné la capacité de générer des revenus (billetterie, commandites et partenariats), il s'est donné les moyens pour se rapprocher de ses ambitions.

Pour certains membres du réseau, la diffusion est avant tout l'organisation d'une offre culturelle diversifiée en fonction des besoins exprimés par les citoyens. En d'autres termes un service public municipal en bonne et due forme. Ils agissent donc dans un modèle traditionnel d'offre et de demande, de recherche de clientèle et de performance et pratiquent leur métier de diffuseur dans les règles de l'art.

Pour d'autres, l'action du réseau doit être de nature interventionniste. Leur mission est de faire connaître ce qui est inconnu, d'appuyer la création, de sortir des sentiers battus, de développer en fonction des besoins spécifiques des différents groupes issus de leur milieu, etc.

➤ DU CÔTÉ DE LA MÉDIATION

Composante majeure de différenciation avec les diffuseurs privés, la médiation n'en est encore qu'à ses balbutiements. Très peu de ressources, tant humaines que financières, y sont consacrées : moins de 1/5 des activités est dédié à la médiation et 0,03 % du budget y est consacré. « Des fractions entières de la population ne se sentent pas concernées par la culture et les arts présentés à Montréal et ce, malgré les divers outils de diffusion et de développement de publics en place. »¹³

Plusieurs arrondissements sont au stade de l'expérimentation en ce qui a trait à la mise en place de programmes de médiation culturelle. On sait que cette approche mobilise plusieurs ressources spécialisées pour des petits groupes. La mise en œuvre de 49 projets dans 14 arrondissements est déjà un effort significatif.

Bien que certains diffuseurs jouent le rôle de leader à ce chapitre, encore là, l'équation est disproportionnée entre les ambitions et les moyens entrepris par les arrondissements et la Ville.

Les activités de médiation peuvent s'avérer secondaires à celles de diffusion et de promotion, pour les membres du réseau qui priorisent la diffusion traditionnelle, l'important pour eux, étant avant tout de satisfaire le plus grand nombre de citoyens de leur arrondissement dans l'atteinte des besoins exprimés en culture. Ceci expliquerait par exemple le faible taux d'activités de médiation dans une bonne partie du réseau.

Pour ceux pour qui il s'agit avant tout de développer une offre différente à ce qui est généralement offert, c'est par la médiation que le développement de publics doit se faire et qu'une diffusion optimale peut être atteinte.

➤ DU CÔTÉ DE L'INCUBATION

Le soutien à la création (incubation) par la résidence de compagnies artistiques favorise et développe le dialogue entre l'art et le citoyen. « Il permet aux personnes et aux groupes auxquels il s'adresse de mieux se reconnaître dans leurs institutions culturelles et de se les approprier ». ¹⁴

C'est aussi par l'incubation que se développent les produits culturels distinctifs et adaptés que les diffuseurs cherchent à diffuser. Ensemble, les diffuseurs ont su développer 73 projets de création dont 25 se sont déroulés sous forme de résidence à long terme. Le fait que 23 projets ont été créés à l'intention du public jeunesse contribue au développement du public de demain. 99 rencontres-échange avec le public procèdent de l'ensemble des projets de créations.

Par ailleurs, les entrevues menées auprès des diffuseurs du réseau Accès culture démontrent que les diffuseurs reconnaissent avoir des efforts à faire en matière de soutien à la création lors d'activités de diffusion. Voir à l'annexe 10 - Rapport des entrevues auprès des diffuseurs du réseau Accès culture.

13 La médiation culturelle à la Ville de Montréal, http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?_pageid=1576,24767568&_dad=portal&_schema=PORTAL

14 Politique de développement culturel de la ville de Montréal, 2005-2015, Ville de Montréal, page 20

Tableau 8_Incubation (activités de soutien à la création)

Diffuseur/Arrondissement	Nombre de projets	Nbre de journées de répétition	Représentations publiques	Soutien technique (hres)	Rencontre/échanges avec public	Accompagnement	Public			Création	Reprise	Résidence à long terme	Discipline						
							Adultes	Adolescents	Jeunes				Théâtre	Danse	Musique	Art Visuel	Littérature	Chanson	
Total	73	450	117	2 681	99	18													
Ahuntsic-Cartierville	4	59	6	345	22	3	2	1	1	4		4	1		1	2			
Côte-des-Neiges	4	46	2	25	2	1	3	1		4			1	1	1			1	
Notre-Dame-de-Grâce	8	83	6	197	6	3	3	2	3	7	1	4	4	2	1	1			
Lachine	2	5	7	25	2	1			2	1	1	1		1		1			
LaSalle	3	12	44		44				3		3		3						
Le Plateau – Mont-Royal	8	31	11	166				7	1	8			3	2	3				
L'Île-Bizard – Sainte-Geneviève (salle Pauline-Julien)	5	24	6	316	4	2	4		2	5			2	3					
Mercier – Hochelaga-Maisonneuve (Mercier)	8	40	4	534		4	8			8		8	1	1	1				5
Montréal-Nord	4	33	5	460	4	4			4	3	1	4		4					
RDP-PAT (Pointes-aux-Trembles)	4	13	4	136			3	2		1	3		1	2	1				1
Rosemont – La Petite-Patrie	4	20	4	65	4		2		2	2	2		4						
Verdun	4	11	12	39	4				4	1	3		4						
Ville-Marie	7	37	5	120	1		6		1	6	1	4	3	4	1				
Villeray – St-Michel – Parc-Extension	8	36	1	253	6		7	1		7	1		3	3	1				1

Diffusion, médiation ou incubation, trois types d'activités qui font appel à des modèles distincts de fonctionnement et dont les mesures d'évaluation diffèrent. Ces actions peuvent être plus ou moins difficiles à concilier et surtout prendre des visages différents selon le milieu où elles se réalisent. Leur succès ne se mesurant pas de la même façon, la justification d'y dédier des ressources financières et humaines peuvent mener à des frictions et des blocages.

On peut faire le constat que l'approche de développement DMI telle qu'envisagée présentement par le réseau nécessitera de nombreux arrimages impliquant ressources, formation, documentation, etc. dans le but d'en arriver à une action véritablement concertée et ciblée. L'atteinte de cet objectif ne peut être mesurée que dans la continuité de l'action du réseau.

3 DES AVENUES À EXPLORER

3.1 > EN MATIÈRE DE DIFFUSION

Accès culture a pour mission de réaliser une programmation de diffusion culturelle professionnelle qui tienne compte de la réalité sociodémographique et de la diversité culturelle des arrondissements.

L'offre culturelle proposée par le réseau Accès culture est professionnelle, diversifiée, et assez distinctive de l'offre générale en matière de culture sur le territoire montréalais. Près de 2 300 activités de différentes natures auront été offertes à plus de 600 000 citoyens en 2007. Il s'avère prioritaire de maintenir cette offre.

Les participants assidus aux activités du réseau Accès culture sont principalement des francophones de 35 ans et plus, qui ont une scolarité de niveau universitaire. Or les 2 292 activités présentées dans le réseau ne semblent pas avoir eu écho auprès des autres clientèles ayant un profil socioéconomique et linguistique différent de la clientèle assidue.

Pour corriger cette situation, nous proposons :

Recommandation #1.A

- Déployer les efforts nécessaires afin de maintenir l'offre actuelle de représentations publiques et d'expositions dans le réseau et augmenter le nombre d'activités en diffusion culturelle de la part des arrondissements dont l'indice composé quantitatif de l'offre culturelle est en deçà de la moyenne du réseau. Cette mesure constituerait une augmentation des activités dans 5 des 19 arrondissements (Saint-Laurent, Verdun, Ahuntsic-Cartierville, Anjou et Pierrefonds-Roxboro).

Recommandation #1.B

- Développer des promotions et des actions culturelles qui tiennent d'avantage compte de la diversité linguistique des résidents, de leur profil sociodémographique et ethnoculturel et qui ciblent particulièrement les clientèles de moins de 35 ans et celles sous-scolarisées.

3.2 > EN MATIÈRE D'ACCESSIBILITÉ

Le réseau souhaite porter une attention particulière notamment, à la participation des citoyens aux prises avec des barrières à l'accessibilité.

Malgré le taux de pénétration exceptionnel des diffuseurs municipaux auprès de la clientèle friande de culture, plusieurs défis se posent au réseau en matière d'atteinte des publics moins fortunés, moins scolarisés et dont la langue est autre que le français.

Il ressort de notre analyse que l'accessibilité au réseau Accès culture est handicapée par une trop faible notoriété et par le mécanisme de distribution des billets. Cet état de fait est encore plus apparent chez les populations non francophones et/ou à faible revenu et/ou peu scolarisées.

Il n'existe aucune stratégie de communication – marketing adaptée aux réalités ethnoculturelles et socioéconomiques sur laquelle les actions des diffuseurs pourraient s'appuyer. Les moyens de promotion ne sont pas toujours parfaitement adaptés à la composition des différents milieux montréalais.

Pour corriger cette situation, nous proposons :

Recommandation #2.A

Que soit développé un plan d'actions stratégiques visant à promouvoir les actions des diffuseurs particulièrement dans les arrondissements qui affichent un indice composé de l'accessibilité sociodémographique élevé. Ces actions pourraient inclure notamment :

- la réalisation de campagnes d'information spécifiques auprès de ces clientèles ;
- une enveloppe financière dédiée et temporaire, destinée spécifiquement à des activités de promotion. Ces nouvelles sommes favoriseraient la participation des citoyens dans les arrondissements dont l'indice est élevé et ceux également dont l'indice du taux de participation est en deçà de la moyenne ;

Recommandation #2.B

Que soit développé et mis en œuvre un plan stratégique de promotion plus global pour l'ensemble du réseau visant à :

- accroître la notoriété du réseau
- faciliter l'accès à l'information relative au réseau et à sa programmation
- améliorer le mode de distribution des billets
- maintenir le contact avec les citoyens qui fréquentent le réseau
- augmenter l'enveloppe financière destinée à la promotion.

3.3 > EN MATIÈRE DE RESSOURCES

Le réseau souhaite renforcer les équipes de diffusion en place. Par contre, le réseau Accès culture compte beaucoup trop d'employés à temps partiel qui, de ce fait, peuvent difficilement consacrer le temps nécessaire notamment aux activités de médiation culturelle.

Par ailleurs, pour être en mesure de réaliser ses objectifs stratégiques en matière de DMI, le réseau Accès culture doit disposer de ressources financières plus importantes et de ressources humaines spécialisées. Le respect des cachets et des droits d'exposition versés aux artistes dans le respect du marché fait parfois défaut.

Or, pour pallier cette situation, un appel à la seule contribution des arrondissements risque de ne pas satisfaire l'ensemble des besoins d'autant plus que le renvoi des revenus auto générés par le diffuseur vers le fonds consolidé a un effet souvent démotivant et dissuasif. Par conséquent une diversification des sources additionnelles de financement est souhaitable. À cet égard les arrondissements ne disposent pas tous d'outils semblables.

Pour améliorer cette situation, nous proposons :

Recommandation #3

Qu'une stratégie de développement des ressources financières soit implantée afin d'assurer une augmentation des budgets dédiés à la diffusion culturelle et que cette stratégie puisse inclure:

- une augmentation des ressources financières et humaines dédiées à la médiation et à l'incubation
- le respect des taux en vigueur au chapitre des cachets versés aux artistes
- le respect des droits versés aux artistes exposants
- une modification à la politique de gestion des revenus qui permettrait :
 - aux arrondissements d'utiliser directement l'usufruit provenant des revenus liés aux activités (billetterie, commandites, etc.)
 - aux diffuseurs qui le souhaitent, de créer des OBNL chargés de la billetterie lors d'activités tarifées leur permettant ainsi de réinjecter ces sommes pour les activités culturelles de leur arrondissement. Ces OBNL pourraient également être constitués de représentants socioculturels de l'arrondissement. Des modèles d'affaires « Diffuseurs-OBNL » s'inspirant des arrondissements comme Lasalle, Mercier – Hochelaga-Maisonneuve et l'Île-Bizard – Sainte-Geneviève qui l'ont déjà implantés.
- une politique tarifaire diversifiée et adaptée aux clientèles telle que pratiquée à Lyon¹⁵. Ceci permettant de disposer de ressources financières plus importantes pour le développement de publics et la promotion. Tout en se distinguant du réseau privé, cette tarification ne doit toutefois pas cannibaliser l'objectif d'accessibilité à des clientèles à faible revenu.
- une contribution accrue de la part des arrondissements dont l'indice composé de l'allocation budgétaire est en deçà de la moyenne du réseau. Cette mesure constituerait une augmentation des budgets dédiés à la culture dans 12 des 19 arrondissements pour une somme totale d'environ 1,9 M \$.

¹⁵ voir Annexe 2-2, le modèle de la Charte de coopération culturelle – Lyon

3.4 > EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DE PUBLICS

La médiation culturelle est au cœur même de la stratégie du réseau Accès culture dans sa façon de rendre la culture participative et accessible à tous. À ce stade-ci, les résultats obtenus sont encore embryonnaires et plusieurs arrondissements n'en sont qu'au stade de l'expérimentation. Dans ce domaine, l'expertise du réseau est à développer. Quand aux activités qui accompagnent la diffusion, elles pourraient être plus largement offertes dans le réseau.

Pour améliorer cette situation, nous proposons :

Recommandation #4

De considérer la possibilité de faire de la médiation une pratique généralisée dans tout le réseau. Pour ce faire, poursuivre la réflexion qui est déjà amorcée par des représentants de la Direction du développement culturel de concert avec une équipe de chercheurs de l'UQAM et l'étendre aux représentants du réseau, afin de :

- identifier, documenter et diffuser les meilleures réalisations dans ce domaine ;
- élaborer un programme de formation à l'intention des intervenants du réseau ;
- identifier les besoins en ressources humaines et financières requises pour un déploiement extensif des initiatives dans ce domaine ;
- élaborer les outils de cueillette d'information et de mesure des résultats obtenus.

Recommandation #5

Encourager le développement de nouveaux partenariats du type de ceux construits avec le milieu scolaire et de ceux pratiqués par la Ville de Paris¹⁶ où les diffuseurs utilisent la médiation comme processus de développement de la programmation.

¹⁶ voir annexe 2-3, la Ville de Paris - Quatre nouveaux projets structurants.

3.5 > EN MATIÈRE DE LIEUX

Le développement de la diffusion culturelle municipale nécessite des lieux de diffusion professionnels sur l'ensemble du territoire pour que les diffuseurs soient « de véritables moteurs du dynamisme culturel à l'échelle locale ».

Le réseau Accès culture doit disposer de lieux répondant aux normes reconnues pour la diffusion culturelle professionnelle dans les domaines de la musique, des arts de la scène, des arts visuels et médiatiques, du patrimoine, de la littérature, du cinéma ou de toute discipline connexe.

Bien que la Ville de Montréal dispose d'un bon réseau de lieux de diffusion, l'indice composé d'accès physique aux lieux ainsi que l'évaluation qualitative des lieux mettent en relief qu'au moins huit arrondissements sont mal desservis en matière d'accessibilité physique quant à leur salle de spectacles ou salle d'expositions : la qualité des équipements du réseau n'est pas toujours aussi bonne qu'elle ne le paraît ; certains arrondissements ont des gestes importants à poser pour que le réseau soit complété.

Pour améliorer cette situation, nous proposons :

Recommandation #6

Afin de faire de la diffusion culturelle dans des lieux respectant les critères de qualité communs aux normes professionnelles, le réseau Accès culture doit s'assurer que :

- soient aménagées de nouvelles salles de spectacles dans les trois arrondissements qui n'en ont pas, et dont l'indice composé d'accès physique est particulièrement bas, Anjou, Pierrefonds-Roxboro et Verdun.
- soit optimisé le nombre de sièges professionnels par 1 000 habitants particulièrement dans les arrondissements où un tel inventaire est disponible en explorant divers scénarios tels que :
 - l'utilisation des salles du réseau privé tout en établissant de nouveaux partenariats public-privé avec des salles telles que l'auditorium du CEGEP Ahuntsic, salle Désilet, École de musique Vincent D'Indy, ainsi qu'avec d'autres partenaires privés dans des arrondissements tels Le Plateau – Mont-Royal et Ville-Marie;
 - l'exploration de la consolidation de trois pôles inter-arrondissement : dans le nord-ouest de la Ville de Montréal (Pierrefond-Roxboro, L'Île-Bizard – Sainte-Geneviève); dans le sud-ouest (LaSalle, Verdun, Le Sud-Ouest); dans le nord-est (Anjou, Rivière-des-Prairies – Pointe-aux-Trembles, Montréal-Nord).
- soit implanté un programme sur la mise aux normes. Ce programme inclurait un mécanisme continu d'entretien, d'accessibilité et d'amélioration des équipements.

3.6 > EN MATIÈRE DE RÉSEAU

Le réseau Accès culture est encore jeune et intègre plusieurs philosophies, réalités et pratiques différentes. La vision stratégique des diffuseurs n'est pas encore complètement arrimée.

Montréal est une mosaïque de milieux à la fois riches et complexes. Le défi des diffuseurs, dans leur façon de faire, est donc, à l'image même de la Ville, de trouver des complémentarités, des points d'ancrage, d'avoir des objectifs communs qui se déclinent de façon assez souple pour respecter les personnalités de chacun. Être en réseau, ne veut pas dire être pareil, mais travailler ensemble, collaborer et surtout trouver des façons de s'adapter aux nouvelles réalités dans le meilleur intérêt des citoyens de Montréal. Voilà les enjeux en matière de collaboration qui serviront de discussion et de réflexion.

Le partage de l'information nous apparaît comme la première étape de rapprochement des points de vue.

Pour améliorer la situation nous proposons :

Recommandation #7

Que la Division de l'action culturelle et des partenariats prenne acte du Diagnostic et s'assure que se développent les stratégies nécessaires à l'implantation des actions proposées. Pour ce faire, elle devra :

- développer des indicateurs de gestion qui serviront d'outils de mesure et d'analyse des activités du réseau. Ces indicateurs pourraient être établis à partir des indicateurs retenus au cours du présent diagnostic. Au fil des premières années, l'indice de référence de chaque indicateur pourrait être le résultat de la moyenne du réseau. Il pourrait être peaufiné par la suite.

4 TABLEAU DÉTAILLÉ DES INDICES

Tableau 9_Sommaire des indices composés

INDICES	#1	#2	#3		#4	#5	
	Indice composé de l'offre	Indice composé de l'accessibilité sociodémographique du citoyen	Taux de participation (Expositions)	Taux de participation (Représentations publiques)	Indice composé de l'allocation budgétaire dédiée à la diffusion	Indice d'accès physique - Spectacles	Indice d'accès physique - Expositions
Ahuntsic-Cartierville		**			\$		
Anjou		***			\$		
Côte-des-Neiges – Notre-Dame-de-Grâce		*			\$\$		
Lachine		**			\$\$		
LaSalle		**			\$\$\$		
L'Île-Bizard – Sainte-Genève		***			\$\$\$		
Mercier – Hochelaga-Maisonneuve		**			\$\$		
Montréal-Nord		*			\$\$		
Outremont		***			\$\$\$		
Pierrefonds-Roxboro		***			\$\$		
Le Plateau – Mont-Royal		**			\$		
Rivières-des-Prairies – Pointe-aux-Trembles		**			\$\$		
Rosemont – La Petite-Patrie		**			\$		
Saint-Laurent		**			\$\$		
Saint-Léonard		**			\$\$		
Le Sud-Ouest		*			\$\$		
Verdun		*			\$\$		
Ville-Marie		*			\$\$		
Villeray – Saint-Michel – Parc-Extension		*			\$\$		