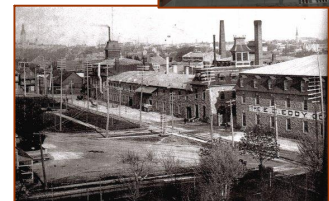
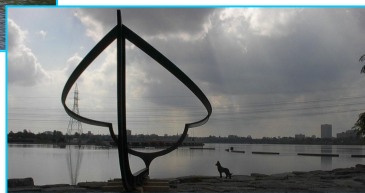
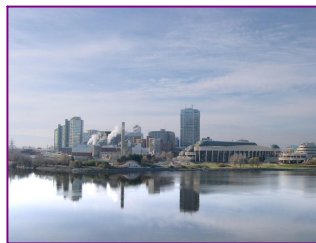


LA CULTURE ET LES COMMUNICATIONS EN OUTAOUAIS - Éléments de prospective -

*

Conférence régionale des élus de l'Outaouais
(Commission régionale Culture, Loisir et Sport)
Ministère de la culture et des Communications
Conseil régional de la culture de l'Outaouais



GATINEAU
26 janvier 2006

UNE RÉFLEXION IMPORTANTE

À l'hiver 2006, la ministre de la Culture et des Communications du Québec, madame Line Beauchamp, s'appuyant sur les directions régionales du Ministère, initie une démarche visant à réaliser des diagnostics dans toutes les régions du Québec; cette opération devant permettre d'alimenter les réflexions devant mener à l'adoption du plan quinquennal de développement par chacune des Conférences régionales des élus.

En Outaouais, la Direction régionale du ministère de la Culture et des Communications s'est associée à la Commission régionale Culture, Loisir et Sport de la Conférence régionale des élus de l'Outaouais (CRÉO) pour réaliser une journée de réflexion avec les principaux intervenants en culture et communications sur le territoire. Le Conseil régional de la culture de l'Outaouais a aussi participé activement au comité organisateur. De manière à soutenir cette opération avec des données vérifiées et vérifiables et ainsi à mieux identifier les forces et les faiblesses de la région, le Ministère a proposé aux participants de s'inspirer abondamment d'une analyse statistique¹ touchant à différents secteurs d'activités en culture et communications en Outaouais.

Le 26 janvier 2006, dans les locaux de la Conférence régionale des élus, une trentaine d'intervenants majeurs en culture et communications et représentants la députation régionale, participent à une journée de réflexion permettant à chacun de partager leur vision et de débattre des grands enjeux qui devraient caractériser le développement de la culture et des communications en Outaouais, pour les prochaines années.

Le document que nous présentons, livre succinctement les résultats des échanges et des consensus qui ont été réalisés lors de cette journée. Déjà, les membres de la Commission régionale Culture, Loisir et Sport de la Conférence régionale des élus de l'Outaouais s'en inspirent abondamment dans le cadre de la préparation des propositions devant s'intégrer au plan stratégique 2006-2011 qui sera adopté à l'automne 2006 par la CRÉO.

¹ Dalphond Claude Edgar et coll; *Culture et Communication – Outaouais, Analyse statistique présentée dans le cadre de l'élaboration du diagnostic régional*; Ministère de la Culture et des Communications; Octobre 2005.



LA PARTICIPATION

COMMISSION RÉGIONALE CULTURE, LOISIR et SPORT

<i>Participants</i>	<i>Organismes</i>
<i>Lise Waters</i>	<i>Membre de la CRÉO</i>
	<i>Présidente de la Commission</i>
	<i>Présidente de l'Unité régionale de loisir et de sport de l'Outaouais</i>
<i>Marie-France Bertrand</i>	<i>Agente VVAP - MRC Papineau</i>
<i>Bruce Devine</i>	<i>Directeur du service des loisirs et de la culture de la municipalité de Chelsea</i>
<i>Richard Gravel</i>	<i>Directeur général de l'Association régional de soccer de l'Outaouais</i>
<i>François Grenier</i>	<i>Directeur général de l'Unité régionale de loisir et de sport de l'Outaouais</i>
<i>Ben Kuhn</i>	<i>Agent VVAP - MRC Pontiac</i>
<i>Réjean Lampron</i>	<i>Directeur général du Conseil régional de la culture de l'Outaouais</i>
<i>Isabelle Lance</i>	<i>Présidente, Table Jeunesse Pontiac</i>
<i>Benoît Paré</i>	<i>Conseiller municipal à la municipalité de Fort-Coulonge</i>
<i>Lise Joly</i>	<i>Directrice générale de la Maison de la culture de la Vallée-de-la-Gatineau</i>
<i>Annie-Claude Scholtès</i>	<i>Coordonnatrice aux communautés culturelles à la ville de Gatineau</i>
<i>Mireille Boudreault</i>	<i>Directrice du service des arts, de la culture et des lettres à la ville de Gatineau</i>
<i>Yovann Filion</i>	<i>Agent de développement au Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport</i>
<i>Suzanne Chicoine</i>	<i>Agente de développement, CRÉO</i>
<i>Éric Soucy</i>	<i>Directeur de l'Outaouais au MCC</i>



MILIEUX CULTURELS ET DES COMMUNICATIONS

<i>Participants</i>	<i>Organismes</i>
<i>Martin Rodgers</i>	<i>Agent de développement, Conseil régional de la culture de l'Outaouais</i>
<i>Patricia Nadeau</i>	<i>Agente de développement, Conseil des arts et des lettres du Québec</i>
<i>Pierre Major</i>	<i>Directeur général, Dir. de la planification, politiques et communications à la SODEQ</i>
<i>Claude Edgar Dalphond</i>	<i>Agent de recherche, Direction du lectorat, de la recherche et des politiques au MCC</i>
<i>Gisèle Bernard</i>	<i>Agente de développement, Direction de l'Outaouais au MCC</i>
<i>Hugues Dupuy</i>	<i>Directeur général, CLD de la MRC Des Collines de l'Outaouais</i>
<i>Hector Mauzeroll</i>	<i>Attaché politique, député de Papineau</i>
<i>Maryse Gaudreault</i>	<i>Attachée politique, député de Pontiac</i>
<i>Marc Boily</i>	<i>Directeur régional, Développement économique Canada (DEC)</i>
<i>Nathalie Vanasse</i>	<i>Attachée politique, député de Chapleau et ministre régional</i>
<i>Hélène Cadieux</i>	<i>Directrice, Archives nationales du Québec en Outaouais</i>
<i>François Desrochers</i>	<i>Coordonnateur, Télé-Québec Outaouais</i>
<i>Marie Boulet</i>	<i>Directrice de l'interprétation de la Capitale, Division de la programmation nationale de la Commission de la Capitale Nationale</i>
<i>Danielle Dubé</i>	<i>Directrice, Conservatoire de musique de Gatineau</i>
<i>Serge Lafortune</i>	<i>Président, Salon du Livre de l'Outaouais</i>
<i>Viviane Perreault</i>	<i>Agente de développement, Direction de l'Outaouais au MCC</i>

ANIMATION
Pierre Cousineau

RÉDACTION
Gisèle Beauvais
Viviane Perreault

ÉDITION
Éric Soucy



QUELQUES POINTS DE RÉFÉRENCE

LES RESSOURCES

Main d'œuvre

Partenariat-collectivités

Équipements

LES DOMAINES

Patrimoine

Muséologie – Archives

Lecture et livre

Arts de la scène

Arts visuels - Métiers d'art

Disque, cinéma et audio-visuel

Médias

LA PARTICIPATION ET L'ENGAGEMENT



DES CONSTATS

- *Un potentiel intéressant de touristes à aller chercher compte tenu de leur forte présence dans la Capitale Nationale.*
- *Un profil de consommateur urbain et haut de gamme qui fréquente le Salon du livre, visite les musées et écoute abondamment la musique classique.*
- *Des données régionales qui masquent la réalité rurale, à l'opposé de la réalité urbaine – importance d'en tenir compte et de dégager un portrait plus réaliste de l'Outaouais.*
- *Audace, innovation et authenticité sont trois grands facteurs de réussite, compte tenu de l'intégration du noyau urbain au sein de la Capitale nationale. L'offre culturelle y est importante et de très grande qualité (musées, événements, festivals, lieux de diffusion des arts de la scène, etc.) mais davantage axée sur l'ensemble canadien que sur la réalité outaouaise.*

DES GESTES À POSER

- *Regroupement des ressources et amélioration du partenariat.*
- *Association à réaliser entre la culture et d'autres secteurs – Sports, agro-alimentaire et terroir, paysages culturels, tourisme.*
- *Besoin de salles multifonctionnelles dans chaque MRC, utilisables pour et par les artistes et consommateurs de chaque domaine culturel.*
- *Mise en valeur des produits culturels de la région en fonction de secteurs culturels plus forts notamment, en musique, lettres (écrivains et maisons d'édition), arts visuels et métiers d'art.*
- *La consolidation du sentiment identitaire doit demeurer une préoccupation majeure.*



DES CONSENSUS

RESSOURCES

Main d'œuvre, partenariat et collectivités

FORCES	FAIBLESSES	ENJEUX OPPORTUNITÉS	APPROCHE STRATÉGIQUE	PISTES DE TRAVAIL
<ul style="list-style-type: none"> • Présence élevée d'une main d'œuvre professionnelle et technique dans le secteur urbain. • Présence significative d'artistes immigrants de haut calibre. • Engagement clair des municipalités et des MRC avec les ententes et les politiques culturelles qui touchent presque toute la population de la région, sauf la MRC Les Collines. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les artistes et groupes culturels ont besoin de support en marketing, promotion, logistique d'événements. • Peu de ressources professionnelles et technique en milieu rural. • Ressources bénévoles peu encadrées professionnellement • Chevauchement d'activités • Peu de ressources financières associées à la production. 	<ul style="list-style-type: none"> • Arrimage à faire entre les plans d'action des intervenants majeurs, incluant la CCN. • Faciliter le passage du statut amateur à professionnel. • Encourager et favoriser la mise en valeur des artistes professionnels immigrants. • Regrouper certains services pour pouvoir s'offrir des ressources professionnelles. • Utiliser les ressources de l'UQO. 	<ul style="list-style-type: none"> • Répertoire des artistes de la région sur un site Web. 	



Équipements

FORCES	FAIBLESSES	ENJEUX OPPORTUNITÉS	APPROCHE STRATÉGIQUE	PISTES DE TRAVAIL
<ul style="list-style-type: none"> • Offre exceptionnelle en patrimoine au regard du territoire de la Capitale Nationale. Cependant, en zone urbaine, la mise en valeur est orientée davantage vers l'histoire pan canadienne. • Bonne fréquentation des musées. • Très bonne fréquentation du Salon du livre. 	<ul style="list-style-type: none"> • L'offre actuelle traite peu de l'histoire régionale. • Le Salon du livre est limité dans son expansion faute d'espace. • Peu de lieux de diffusion dans les MRC –arts de la scène, arts visuels et métiers d'art. 	<ul style="list-style-type: none"> • Créer un lieu régional identitaire. • Reconsidérer certains projets antérieurs à fort potentiel. • Trouver un lieu offrant plus d'espace pour le Salon du livre. • Repenser la notion de lieu culturel –trouver des lieux de diffusion simples – cafés, boutiques, expo locales. • Regrouper certains services en un seul lieu pour pouvoir s'offrir des ressources professionnelles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Consensus sur un musée régional avec antennes en milieu rural. • Implanter des salles multifonctionnelles dans chaque MRC. • Ententes entre le Centre régional d'Archives et les MRC pour conserver les archives sur leur territoire d'appartenance. • Volonté de la ville de Gatineau d'offrir des résidences d'artistes et des lieux de production. Ex. du Quartier St-Roch à Québec 	<ul style="list-style-type: none"> • Exporter l'exemple du dépanneur Sylvestre – lieu multi-services pour un groupe local. • Utiliser le modèle de la Maison de la culture de la Vallée-de-la-Gatineau – Offre de service au plus grand nombre de municipalités de son territoire • La Fonderie n'offrirait pas assez d'espaces pour le Salon du livre



PATRIMOINE, MUSÉES ET ARCHIVES

FORCES	FAIBLESSES	ENJEUX OPPORTUNITÉS	APPROCHE STRATÉGIQUE	PISTES DE TRAVAIL
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Offre exceptionnelle en patrimoine au regard du territoire de la Capitale Nationale. Cependant, en zone urbaine, la mise en valeur est orientée davantage vers l’histoire pan canadienne. • • Bonne fréquentation des musées. • • Intérêt marqué pour le partenariat et le réseautage. • • Présence active des sociétés d’histoire militantes. • • Image différente d’Ottawa – côté latin et plus artistique. • • Richesse du patrimoine industriel. • • Patrimoine religieux unique – églises luthériennes dans le Pontiac. 	<ul style="list-style-type: none"> • Faible sentiment d’identité. • L’offre actuelle traite peu de l’histoire régionale. • Les Centres d’interprétation actuels ne suffisent pas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Créer un lieu régional identitaire. • Regrouper les services pour pouvoir offrir des ressources professionnelles. • Comprendre et attirer les jeunes. • Construire davantage de ponts avec le scolaire. • • Nécessité que l’UQO augmente son offre en histoire –Une majeure en histoire est prévue en sept.06. 	<ul style="list-style-type: none"> • Consensus sur un musée régional à Gatineau avec antennes en milieu rural. • Lier Culture, Loisir et Sport ou autre événement. • Associer les écoles pour aller chercher l’intérêt des jeunes le plus tôt possible. • • Implanter des salles multifonctionnelles dans chaque MRC. • Ententes municipales. • • Ententes entre le Centre régional d’Archives et les MRC pour conserver les archives sur leur territoire d’appartenance. 	<ul style="list-style-type: none"> • S’inspirer du modèle du conteur Fred Pellerin. • • Modèle de la Maison de la culture de la Vallée-de-la-Gatineau. • • Modèle du Dépanneur Sylvestre – lieu multi-services et lieu d’exposition, de conférences, de spectacles etc.



LECTURE ET LIVRES

FORCES	FAIBLESSES	ENJEUX OPPORTUNITÉS	APPROCHE STRATÉGIQUE	PISTES DE TRAVAIL
<ul style="list-style-type: none"> • Très bonne fréquentation du Salon du Livre et des bibliothèques en milieu urbain. • Présence de trois maisons d'édition dont l'une est à but non lucratif. • Présence active de l'Association des auteurs et auteures de l'Outaouais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Rural peu desservi en nombre d'heures biblio. • Peu de demandeurs de bourses au CALQ. • Analphabétisme présent un peu partout. • Échanges limités entre les deux principales communautés linguistiques. • Sous-financement de l'Association des auteurs de l'Outaouais comparé à l'Est ontarien. • Offre de service, en terme de lieux et d'heures d'ouverture tant en milieu rural qu'urbain. • Le territoire rural n'est pas encore complètement desservi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Trouver un lieu plus adapté aux besoins du Salon du Livre. • Animation et promotion de la lecture, surtout en milieu rural. • Susciter des occasions de rencontres avec les auteurs anglophones. • Augmenter l'accès au livre. 	<ul style="list-style-type: none"> • Voir avec l'UQO les liens possibles entre son centre de technologies langagières et la promotion des auteurs francophones et anglophones de l'Outaouais. • Favoriser la mise en place de réseaux de distribution du livre – librairies – incluant le livre usagé. 	



ARTS DE LA SCÈNE

FORCES	FAIBLESSES	ENJEUX OPPORTUNITÉS	APPROCHE STRATÉGIQUE	PISTES DE TRAVAIL
<ul style="list-style-type: none"> • Relève très active – Secondaire et Cegep en spectacle. • Présence active de L'Avant-Première, le centre de production en arts de la scène (zone urbaine). • Un « patrimoine vivant » très riche (danse traditionnelle, contes et chansons). • Dynamisme suscité par la présence de joueurs clé : Maison de la Culture de Gatineau et Présence du théâtre de l'Île depuis plus de trente ans. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fragilité permanente des diffuseurs sur le territoire des MRC et peu de lieux de diffusion dans les MRC. • Ressources limitées en personnel qualifié. • Les clauses d'exclusivité. • Essoufflement des ressources du milieu. • Beaucoup d'artistes en dehors des circuits connus. • Exode des artistes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Assouplir le passage entre le statut d'amateur et celui de professionnel • Repenser la notion de lieu culturel. • Développer l'intérêt du public immigrant • Promotion de la culture populaire et du patrimoine vivant • Regrouper certains services pour pouvoir s'offrir des ressources professionnelles. • S'associer avec le monde scolaire • Créer un événement majeur original qui servirait de locomotive - Vs - se greffer à un événement existant. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mieux faire connaître les programmes d'aide du CALQ. • Ententes à développer entre le CALQ et la région. • Implanter des salles multifonctionnelles dans les zones rurales. • Faire l'inventaire de nos ressources culturelles partout sur le territoire. • Volonté de la ville de Gatineau d'offrir des résidences d'artistes et des lieux de production. Ex. du Quartier St-Roch à Québec. • Lien entre l'URLS et la ville de Gatineau pour le Répertoire de formateurs en arts de la scène et autres domaines. 	<ul style="list-style-type: none"> • Exporter l'exemple du dépanneur Sylvestre – lieu multi-services pour un groupe local. • Utiliser le modèle de la Maison de la culture de la Vallée-de-la-Gatineau – services dans le plus grand nombre de municipalités de son territoire. • S'associer au festival Images et Lieux de Maniwaki.



ARTS VISUELS ET MÉTIERS D'ART

FORCES	FAIBLESSES	ENJEUX OPPORTUNITÉS	APPROCHE STRATÉGIQUE	PISTES DE TRAVAIL
<ul style="list-style-type: none"> • Les artistes en arts visuels sont bien organisés. • Présence active de La Filature. • Intérêt pour le réseautage, sans en avoir les moyens et le temps (métiers d'arts). • Plusieurs activités liées aux tournées d'artistes et d'artisans. 	<ul style="list-style-type: none"> • Isolement et dispersion géographique des artistes en métiers d'art. • Beaucoup d'artistes en dehors des circuits connus. • Regroupement d'artistes en métiers d'arts n'existe plus et cela nuit à la relève. • Domaine moins populaire auprès des médias. • Faible proportion des artistes locaux inscrits au CALQ. • Aucun lieu permanent de diffusion en métiers d'arts. • Sous-financement des artistes et artisans. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comment pousser plus loin les tournées – greffer d'autres activités et/ou prolonger les jours d'ouverture? • Trouver des lieux et des occasions de diffusion simples – Cafés – boutiques – expo. locales. • Trouver des moyens pour faciliter l'accès aux produits plus souvent dans l'année et inclure les produits du terroir. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lien entre Culture et événements sportifs – expo de produits d'artistes. • Mieux faire connaître les programmes du CALQ en métiers d'arts. • Mieux faire connaître le programme du 1% - auprès des artistes de la région. • Ententes Ville de Gatineau - MRC–CALQ–MCC–CRÉO. • Utiliser davantage la Maison du Tourisme comme vitrine de nos artistes. • Miser sur les ambassades qui cherchent des produits de marque. 	<ul style="list-style-type: none"> • La ville de Gatineau est intéressée à offrir des résidences d'artistes et lieux de production. • CRCO travaille avec la ville de Gatineau à un projet de regroupement à soumettre aux artistes en métiers d'arts. • Les bailleurs de fonds pourraient exiger des regroupements d'activités (sports-culture ou autre).



DISQUE, CINÉMA ET AUDIO-VISUEL

FORCES <i>Rural : ~</i>	FAIBLESSES <i>Rural : ~</i>	ENJEUX OPPORTUNITÉS	APPROCHE STRATÉGIQUE	PISTES DE TRAVAIL
<ul style="list-style-type: none"> • Forte consommation de musique classique. • Les jeunes consomment beaucoup et tous les styles de musique. • Présence d'un certain nombre de producteurs de documentaires. • Présence d'un Bureau du cinéma. • Présence de Kino. • Festival Images et Lieux. • Présence de ciné-clubs. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de sensibilisation des jeunes par rapport aux droits d'auteurs. 	<ul style="list-style-type: none"> • Intérêt de mettre sur pied un festival du documentaire. • Capitaliser sur nos lieux patrimoniaux ou homogènes et nos paysages uniques. • Bâtir des synergies autour d'activités bien implantées. • Consolider l'offre cinématographique en milieu rural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Créer un calendrier d'événements solides auxquels peuvent se greffer des activités de promotion des productions locales. • Réaliser un inventaire des lieux et paysages particuliers à l'Outaouais et les protéger. • Protéger les paysages aussi pour un usage en tourisme culturel. 	



MÉDIAS

<i>FORCES</i>	<i>FAIBLESSES</i>	<i>ENJEUX OPPORTUNITÉS</i>	<i>APPROCHE STRATÉGIQUE</i>	<i>PISTES DE TRAVAIL</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Présence de Radio-Enfant. • Les hebdos sont très lus dans le rural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Le quotidien régional couvre peu la région et le chevauchement sur 2 provinces prive chaque partie de la moitié de l'espace-nouvelles. • Impact négatif de la faible couverture régionale sur le sentiment d'appartenance. • Le Pontiac est mal desservi même par son hebdo local bilingue. • Faible couverture des événements culturels. 	<ul style="list-style-type: none"> • Miser sur Radio-enfant pour mousser les produits locaux – musique. • Sensibiliser Le Droit et autres médias qu'ils gagneraient en popularité et intérêt en couvrant mieux tout le territoire de l'Outaouais. 	<ul style="list-style-type: none"> • La ville de Gatineau travaille à positionner le volet culturel dans les pages locales du journal Le Droit. 	

Note :
Prépondérance de l'Internet comme média chez les jeunes



PARTICIPATION ET ENGAGEMENT

<i>FORCES</i>	<i>FAIBLESSES</i>	<i>ENJEUX OPPORTUNITÉS</i>	<i>APPROCHE STRATÉGIQUE</i>	<i>PISTES DE TRAVAIL</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Présence importante des communautés culturelles. – 20% de la population est non francophone. • Engagement clair des municipalités et MRC avec les Ententes et politiques culturelles qui touchent presque toute la population de la région à l'exception de la MRC Les Collines. • Intérêt pour la culture populaire, surtout dans le secteur rural. • Pratiques culturelles aussi importantes que les pratiques sportives. • Augmenter la participation des immigrants à l'offre culturelle tant comme artistes que comme consommateurs. 	<ul style="list-style-type: none"> • En milieu rural, la distance et le manque de disponibilité des moyens de transport en commun, freinent la participation. • Faible consommation des produits régionaux, notamment en métiers d'arts. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les immigrants participent peu – ni artistes ni consommateurs. • Faire une place à la culture populaire. • Arrimage à faire entre les plans d'action des intervenants majeurs, incluant la CCN. • Mettre en place des conditions facilitant la fréquentation des lieux culturels. • Susciter la mixité des événements – volet culturel d'événements sportifs. 	<ul style="list-style-type: none"> • Augmenter le partenariat entre les organismes intéressés à la culture. • Liens avec le transport collectif. 	