

# « ON PREND POSITION POUR LA CULTURE EN MONTÉRÉGIE »

## PROPOSITIONS POUR LA MONTÉRÉGIE

En vue des élections municipales qui auront lieu le 7 novembre 2021, Culture Montérégie désire rallier le milieu municipal derrière l'immense potentiel que recèle le secteur de la culture et des communications en Montérégie. Aussi, nous présentons les propositions suivantes aux candidates et aux candidats des mairies de la région. Souhaitons que ces propositions trouvent écho auprès des futurs élus et qu'elles créent un mouvement d'enthousiasme devant la perspective de développement durable et d'attractivité du secteur culturel.

### 1. ON RECONNAÎT LA CULTURE COMME PILIER DE DÉVELOPPEMENT

Le financement des arts et de la culture est parfois vu comme une dépense. Pourtant, ces investissements sont importants pour une collectivité et une région. La culture est un pilier de développement économique et social : elle améliore la qualité de vie et le vivre-ensemble. C'est cette qualité de vie qui a le potentiel d'attirer à son tour non seulement des citoyennes et des citoyens, mais aussi des entrepreneurs et des investisseurs. La culture et les arts participent durablement à la richesse collective.

- ⇒ **Les candidats devraient reconnaître que la culture est un pilier important de développement social et économique ;**
- ⇒ **Les candidats devraient inviter la culture dans les discussions sur le développement régional, qu'on parle de développement économique, d'attraction de la main-d'œuvre, de transport collectif ou d'éducation. La culture doit participer à la réflexion.**

### 2. ON INVESTIT DANS LA CULTURE

Selon les dernières données disponibles de l'Institut de la statistique du Québec, les investissements en culture des municipalités de la Montérégie ont augmenté de 8 % entre 2016 et 2018 comparativement à 6,6 % pour l'ensemble des régions du Québec<sup>1</sup>. Nous nous réjouissons de cette augmentation. Nous croyons que le dynamisme de toute une région pour attirer et retenir ses citoyens justifie que les municipalités investissent davantage et fassent preuve de créativité et d'innovation.

---

<sup>1</sup> Observatoire de la culture et des communications du Québec (2020). *Les dépenses en culture des municipalités en 2018*. Récupéré de [https://bdso.gouv.qc.ca/docs-ken/multimedia/PB01690FR\\_optiqueNo71\\_2020H00F00.pdf](https://bdso.gouv.qc.ca/docs-ken/multimedia/PB01690FR_optiqueNo71_2020H00F00.pdf)

Ce qu'il faut savoir aussi, c'est que la culture constitue un levier de développement économique important. Par exemple, l'administration publique québécoise investit pour beaucoup en appariement des dépenses faites par les municipalités en culture. Or, en janvier 2021, Culture Montérégie rendait publique l'étude *L'importance économique du secteur culturel en Montérégie*, réalisée par KPMG. Cette étude mettait à nouveau en évidence la disparité du financement des arts et de la culture en Montérégie. De toutes les régions administratives du Québec, la Montérégie est au 17<sup>e</sup> et dernier rang en matière d'investissements par habitant en culture par l'administration publique québécoise. Cet investissement n'est que de 24 \$ par habitant, soit 88 % de moins que la moyenne nationale qui est à 203 \$. En comparaison, Québec reçoit 629 \$ par habitant et Montréal, 458 \$. Pour une région aussi importante (1 603 232 habitants en 2020<sup>2</sup>) et qui est en constante croissance démographique et économique, les investissements en culture devraient être plus conséquents pour développer et soutenir une offre culturelle proportionnelle à sa population et bénéficier pleinement du potentiel de tout un secteur d'activité.

En 2019, toujours selon l'étude *L'importance économique du secteur culturel en Montérégie*, les activités du secteur culturel de la Montérégie ont généré à elles seules 427 millions de dollars en retombées économiques, dont 392 millions en retombées directes pour la région<sup>3</sup>. Ces chiffres démontrent bien comment le secteur des arts et de la culture constitue un levier de développement économique puissant pour la région et ses municipalités.

- ⇒ **Les candidats devraient afficher leur appui aux arts et à la culture en proposant d'augmenter les investissements en culture ;**
- ⇒ **Les candidats devraient s'adresser aux gouvernements pour demander une augmentation du financement des arts et de la culture dans leur municipalité et dans la région.**

*Dans l'objectif de déloger la Montérégie du 17<sup>e</sup> rang, nous visons une augmentation substantielle des dépenses des municipalités en culture ce qui aurait pour effet à son tour d'augmenter les investissements de l'administration publique québécoise.*

### 3. ON PROTÈGE ET ON VALORISE LE PATRIMOINE BÂTI ET LES MUSÉES

La Montérégie se démarque par la richesse de son patrimoine. La région se classe au 3<sup>e</sup> rang au Québec en ce qui a trait au nombre d'établissements du patrimoine et de sites patrimoniaux, derrière les régions de Montréal et de la capitale nationale. Avec le projet de loi n° 69 adopté en mars 2021, les municipalités

---

<sup>2</sup> Ministère de l'Économie et de l'Innovation (2021). *Montérégie*, Gouvernement du Québec. Récupéré le 21 juillet 2021 de <https://www.economie.gouv.qc.ca/pages-regionales/monteregie/portrait-regional/demographie/>

<sup>3</sup> Culture Montérégie (2021). *Dévoilement de l'étude L'importance économique du secteur culturel en Montérégie*, Culture Montérégie. Récupéré le 21 juillet 2021 de <https://culturemonteregie.qc.ca/devoilement-de-letude-importance-economique-du-secteur-culturel-en-monteregie/>

et les MRC ont maintenant à leur disposition plus d'outils, mais aussi des devoirs et des responsabilités pour protéger et valoriser le patrimoine bâti. Il importe que des engagements concrets soient pris par les candidates et candidats pour protéger et valoriser activement le patrimoine d'autant plus que la région a été secouée par une série de destructions de maisons et de bâtiments patrimoniaux ces dernières années. Il s'agit de préserver un vecteur important d'appartenance pour une collectivité et de développement touristique. Comme les citoyens sont généralement sensibles aux questions patrimoniales, exercer un leadership dans la sauvegarde et la promotion du patrimoine est une façon supplémentaire de contribuer au bien-être des citoyens.

Des engagements pour financer davantage et de façon pérenne, les établissements du patrimoine et les sociétés d'histoire seraient également à saluer. Ces organismes veillent à documenter notre histoire avec peu de ressources et de très petites équipes souvent constituées de bénévoles.

- ⇒ **Un véritable leadership devrait s'exercer pour valoriser et faire la promotion du patrimoine local dans l'optique d'en faire un outil touristique et d'appartenance (élaboration de circuits patrimoniaux, par exemple) ;**
- ⇒ **Les candidates devraient reconnaître l'apport des musées régionaux, sites historiques et archéologiques et organismes en patrimoine vivant et leur accorder une aide conséquente pour les accompagner dans leur mission et leur développement.**

#### 4. ON DIFFUSE LES PRODUITS CULTURELS LOCAUX

Différents moyens s'offrent aux municipalités pour diffuser et promouvoir les produits culturels sur leur territoire, que ce soit par l'installation d'art public, par des appels pour des projets d'art urbain, par l'aménagement d'espaces de rencontres entre les artistes et les citoyens ou encore par l'exposition d'œuvres dans les locaux municipaux.

- ⇒ **Les candidats devraient s'engager à doter leur municipalité d'une politique culturelle et d'une politique d'acquisition d'œuvres d'art si elles n'en ont pas ;**
- ⇒ **Les candidats devraient également veiller à diffuser plus largement et plus activement les produits culturels locaux, rendant ceux-ci plus accessibles à tous les citoyens ;**
- ⇒ **Les candidats devraient s'engager activement à exiger que leur municipalité paye convenablement les artistes qu'elles embauchent.**

#### 5. ON APPUIE LES MÉDIAS LOCAUX

La situation des médias s'est grandement fragilisée au cours de la dernière décennie et ne s'est certes pas améliorée durant la crise liée à la pandémie de COVID-19, et ce, bien que le ministère de la Culture et des Communications du Québec ait annoncé en 2021 des mesures pour la presse écrite (par exemple, le *Programme d'aide à l'adaptation numérique des entreprises de la presse d'information écrite*). L'internet et la dématérialisation des supports forcent les organes de presse à revoir leur modèle d'affaires.

Dans les médias communautaires, cette situation frappe de plein fouet de petites structures qui composent avec des équipes bénévoles et des sources de financement qui s'amenuisent. Or, pour qui parle d'ancrage dans le territoire et d'appartenance, les médias communautaires sont vitaux. Les médias locaux sont d'autant plus importants pour que les artistes de la Montérégie aient une visibilité et une couverture médiatique, puisque la région n'a pas d'antenne nationale sur son territoire.

⇒ **Les candidats devraient s'engager à appuyer les médias communautaires locaux en investissant davantage en publicité dans ceux-ci et en partageant leurs contenus dans les outils de communication de leur municipalité.**

## 6. ON SOUTIENT LA VITALITÉ DES ARTISTES ET ORGANISMES

Le milieu culturel montérégien est unanime sur une chose depuis plusieurs années : il y a un manque d'infrastructures dédiées à la diffusion et à la création (des centres d'exposition reconnus par le Conseil des arts et des lettres du Québec qui permettent aux artistes de se professionnaliser au sens de la loi sur le statut de l'artiste, par exemple, ou des ateliers où des artistes peuvent travailler). Le manque d'infrastructures adéquates, de lieux professionnels et de mesures de soutien pousse un grand nombre d'artistes et de travailleurs culturels à exercer leur profession ailleurs, particulièrement à Montréal. L'étude réalisée par KPMG a révélé qu'en 2019, 12 785 artistes montérégiens travaillaient en dehors de la région et de leur municipalité. Ce sont 71 % de tous les artistes et travailleurs culturels qui résident en Montérégie qui exportent leur talent et le fruit de leur travail en dehors de la région. Si à eux seuls 5 215 artistes et travailleurs culturels ont permis de générer 427 millions de dollars en 2019 en travaillant dans la région, imaginez les retombées si tous pouvaient exercer leur profession en Montérégie.

Cet exode créatif est plus qu'alarmant et les prochaines administrations municipales de la Montérégie devraient voir de près au développement d'infrastructures et d'espaces de création pour retenir toute cette force de création et d'innovation chez nous. Il faut des lieux de diffusion, des lieux de création et des événements culturels pour encourager le bouillonnement artistique et culturel. Par exemple, Culture Montérégie invite les candidates et candidats à faire l'inventaire des bâtiments et espaces vacants sur leur territoire pour ensuite élaborer une offre de locaux pour les artistes et artisans.es. Ils devraient également s'engager à trouver des solutions pour favoriser l'accessibilité des artistes à ces espaces (des congés fiscaux pour l'acquisition, par exemple).

- ⇒ **Les candidats qui brigueront un poste aux prochaines élections gagneraient à soutenir la vitalité artistique professionnelle en mettant à disposition de leurs artistes, de leurs créateurs.trices et de leurs travailleurs culturels des infrastructures, des locaux et des espaces adéquats pour la création et la diffusion.**
- ⇒ **Les candidats devraient contribuer au financement d'événements culturels sur leur territoire.**