

Rallions nos forces pour créer l'avenir !



Compte-rendu
13 juillet 2021



Table des matières

| | |
|---|---|
| Introduction..... | 3 |
| Priorités d'actions en lien avec la planification stratégique | 3 |
| Processus de mise en place d'un projet | 3 |
| Questions de clarification et prototypage | 4 |
| Analyse multicritères..... | 4 |
| Évaluation de la rencontre..... | 5 |
| Conclusion..... | 6 |
| Merci aux participant·e·s !..... | 6 |
| Annexe 1..... | 7 |

**Ce document emploie l'écriture inclusive*



Introduction

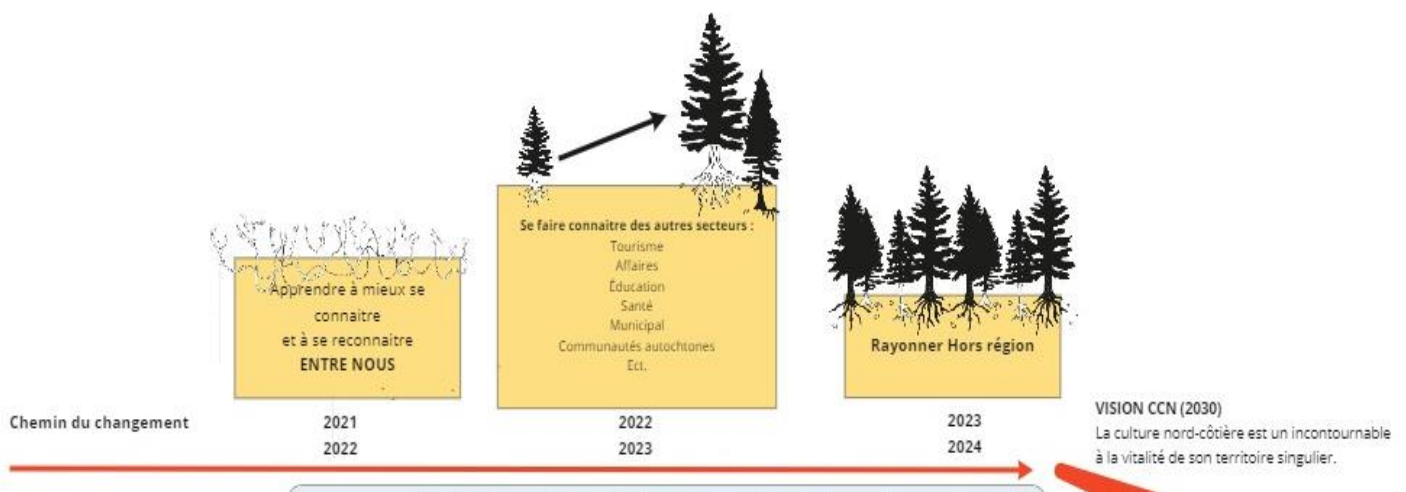
Le 13 juillet de 13 h 30 à 16 h 45 a eu lieu la 12^e rencontre du comité de travail « Rallions nos forces ».

À la suite des ateliers de mai où 2 projets se sont dessinés, cette rencontre avait pour but de clarifier les idées et critères des projets pour en prioriser un seul.

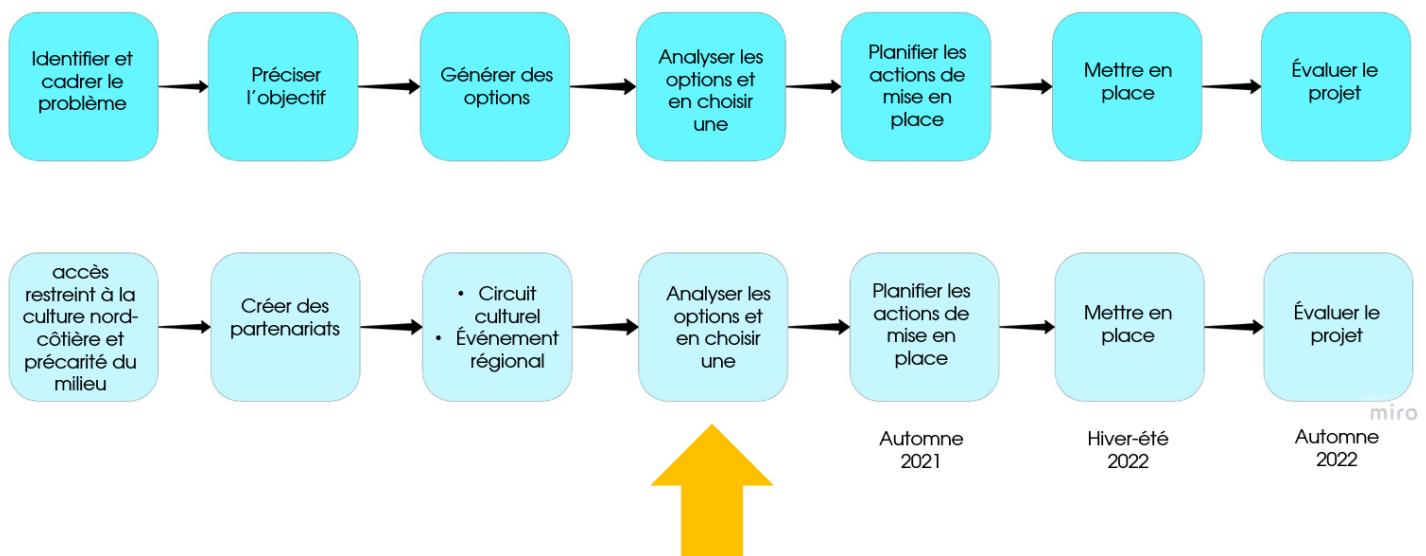
12 personnes étaient présentes en plus des 5 membres de l'équipe de Culture Côte-Nord (CCN).

Un rappel de l'échéancier et de la priorisation des actions en lien avec la planification stratégique 2021-2024 de CCN a été fait en début de rencontre en plus de préciser où nous en sommes rendus dans le processus de mise en place d'un projet.

Priorités d'actions en lien avec la planification stratégique



Processus de mise en place d'un projet



Questions de clarification et prototypage

Les participant.e.s ont été divisé.e.s en 2 sous-groupes pour définir davantage leur projet à l'aide d'une série de questions ([Annexe 1](#)).

À la suite de l'exercice et après présentation de chacune des équipes de leur projet, nous en sommes venus à la conclusion que ces derniers demandaient encore d'être précisés et peaufinés avant de prendre une décision sur lequel privilégier, le cas échéant.

Il a été aussi question de voir la faisabilité de mener de front les 2 projets puisqu'ils sont visiblement interconnectés.

**La correction linguistique du contenu de l'Annexe 1 n'a pas été effectuée.*

Analyse multicritères

Une 2^e activité avait été prévue pour définir lequel des 2 projets serait la priorité en septembre. À la suite des discussions, il a été suggéré qu'on n'enclenche pas cette analyse maintenant puisqu'il manquait trop d'éléments pour chacun des projets pour prendre une décision.

L'analyse multicritères se basait sur la pondération suivante :

- 0 = pas du tout
- 1 = un peu
- 2 = moyennement
- 3 = beaucoup

Les critères établis étaient :

- Réponds au besoin de se doter de possibilités de diffusion
- Est cohérent avec l'échéancier de la planification stratégique de CCN
- Se concentre sur les compétences du milieu (ce qu'on fait de mieux)
- Peut se réaliser d'ici août 2022
- Est bénéfique pour l'ENSEMBLE des membres de CCN et du milieu (promotion, rayonnement, développement)
- Répond au besoin de réseauter
- Nécessite peu de ressources financières, matérielles et humaines
- Peu de contraintes internes (comité et autres membres de CCN)
- Peu de contraintes externes (potentiels partenaires)
- Facilité à concerter les acteurs visés.



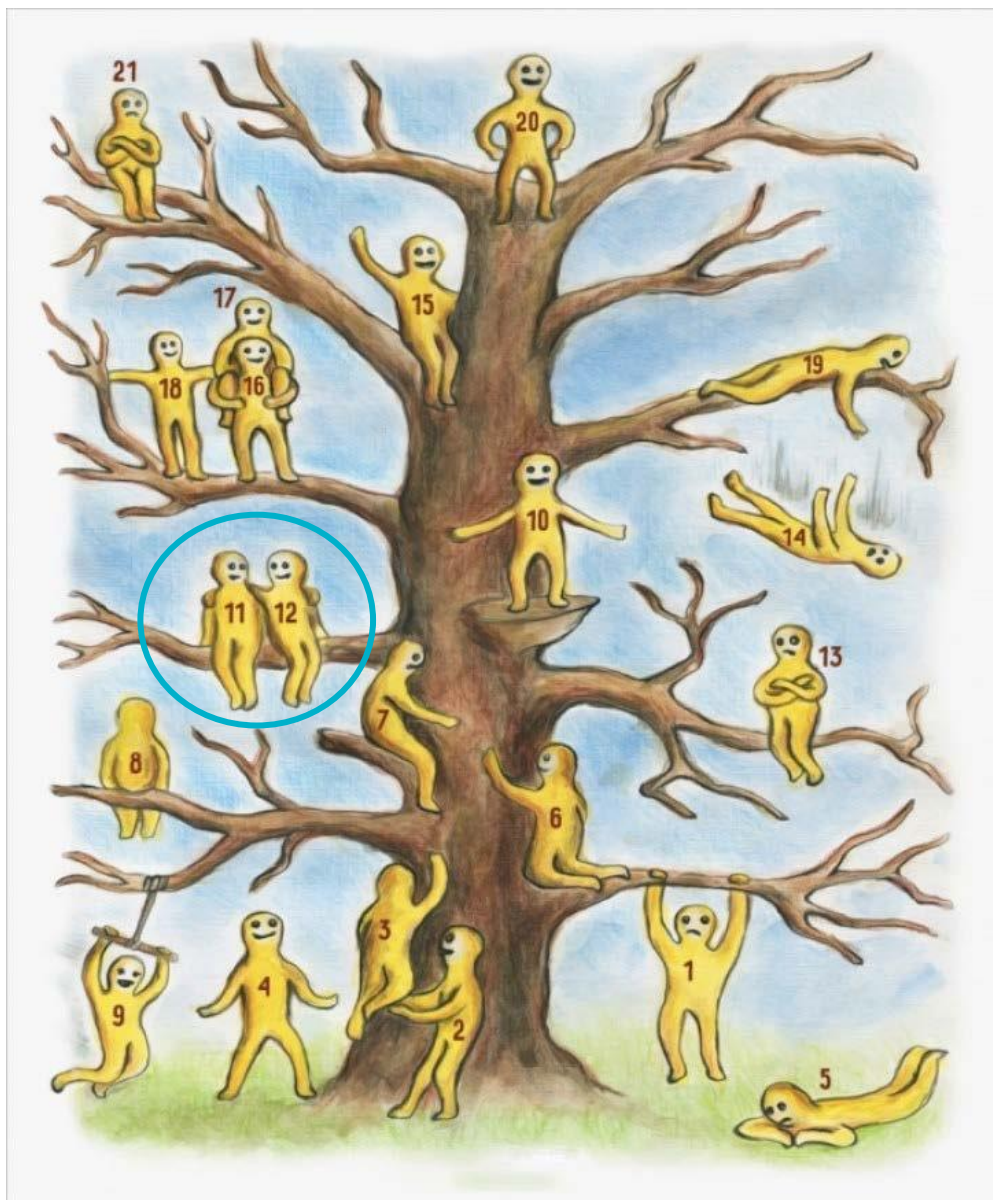
Selon la pondération donnée pour chaque critère par chaque participant, nous aurions eu une cotation finale pour chacun des projets. Le projet ayant remporté le plus de points aurait été celui privilégié.

Nous effectuerons cette analyse plus tard dans le processus lorsque les projets seront mieux définis.

Évaluation de la rencontre

En fin de rencontre, nous avons demandé aux participant.e.s de choisir le personnage qui correspondait le mieux à leur état d'esprit jusqu'à maintenant par rapport au processus.

La majorité a répondu les personnages 11 et 12 symbolisant le travail collectif, collaboratif dans la joie et l'entraide. La motivation semble au rendez-vous. C'est de bon augure pour la suite.



Conclusion

Le travail du chantier « créer des partenariats » est bien enclenché. Nous constatons qu'il est important de prendre le temps de bien faire les choses et d'être flexible dans le processus. L'implantation des ce/ces projet(s) prendra le temps nécessaire.

Merci aux participant·e·s !

Pascale Poney, PANACHE art actuel
Pascale Malenfant, Ville de Sept-Îles
Monique Bouchard, Festival Innucadie
François Trahan, artiste en art visuel
Émilie Dorion-Proulx, Tourisme Côte-Nord,
Pia Di Lalla, École de musique Côte-Nord
Marie-Soleil Vigneault, Réseau BIBLIO Côte-Nord
Michelle Lefort, artiste en art visuel
Josée Perrier, représentante MRC Golfe-du-St-Laurent
Marie-France Bélanger, MRC Haute-Côte-Nord
Mélanie Devost, Salon du Livre de la Côte-Nord
Josée Gagné, MRC Minganie

Équipe de Culture Côte-Nord :

Marie-Hélène Beaudry
Marie-France Brunelle
Laurent Côté
Éric Gagnon
Sasha Valdès



Annexe 1

QUESTIONS CLÉS POUR CLARIFIER LE PROJET

→ Mise en place d'un circuit/parcours culturel (reformuler au besoin)

Pourquoi mettre en place ce projet spécifique ?

Qu'est-ce qui nécessite son implantation ? Quelles sont les motivations qui rendent ce projet nécessaire ?

1

Découvrir et mettre en valeur le territoire à travers les arts et la culture
Déstigmatiser l'idée de manque au niveau de l'offre culturelle en région
Offrir une **vitrine** sur le travail de nos artistes
Créer des événements **multidisciplinaires** : maillage
Assurer une **présence constante**, un accès aux arts et à la culture à l'**année**
Fort impact de l'événementiel sur la qualité de vie, le sentiment d'appartenance
Créer un **réseau de diffusion** pour les créateurs nord-côtiers (émergents et établis)
Faire **rayonner** la culture nord-côtière, attirer les gens de l'extérieur

Pourquoi maintenant ?

Pourquoi amorcer ce projet maintenant ?

2

Méconnaissance de notre culture régionale au niveau de la population générale
Besoin d'une **image de marque de la Côte-Nord** au point de vue **culturel** (pas juste les baleines...)
Susciter un sentiment de **fierté**
Retard à rattraper comparativement aux autres régions
Se **concerter**, répondre à des **besoins communs**
Déconfinement : briser l'isolement, décloisonner les secteurs, profiter de la « vague » d'intérêt la culture (importance démontrée pendant la crise sanitaire)
Tourisme culturel et local : hausse marquée de l'intérêt pour les régions du Québec
Contribuer au développement socio-économique des villages et villes

Qu'est-ce que ça va donner au milieu culturel ?

Quels seront les bénéfices ?
Du point de vue de CCN ?
Des membres ? Du milieu en général ?

3

Structurant, possibilité pour l'ensemble du milieu d'y participer et de s'appuyer, Réseau

Portrait global de la Culture de l'ensemble de la Côte-Nord visible dès l'entrée sur le territoire. Connaître notre territoire grandiose, ses artistes et sa culture.

Visibilité, reconnaissance et rayonnement

Avoir une culture **vivante**, intégrée aux milieux de vie

Créer une synergie au sein du milieu culturel

Diversifier les publics, hausse des revenus, hausse de l'achalandage, opportunités d'affaires

Nouveaux **partenariats** à envisager

Visibilité pour CCN et ses membres, hausse du nombre de membres = + d'idées, meilleure représentation,

Meilleure gouvernance dans le milieu culturel, pouvoir auprès des élus

Qui devront être impliqués pour que le projet fonctionne ?

Qui sera affecté par ce projet ?
Qui en bénéficiera ?

4

Bibliothèques, lieux publics, diffuseurs en arts visuels, salles de spectacle

Villes et MRC : déploiement dans des lieux communs, inusités (art in situ)

Milieu socioéconomique : entreprises et partenaires financiers, chambres de commerce (PME et commerçants), services connexes,

Médias et communications : journaux locaux, promotion web

Comment seront-ils affectés ?

Quel sera l'impact sur leur travail ou encore sur leurs émotions ?
Comment ils risquent de réagir ?

5

Bibliothèques, lieux publics, diffuseurs en arts visuels, salles de spectacle

Villes et MRC : déploiement dans des lieux communs, inusités (art in situ)

Milieu socioéconomique : entreprises et partenaires financiers, chambres de commerce (PME et commerçants), services connexes,

Médias et communications : journaux locaux, promotion web

++ d'ouverture aux projets collectifs, aux partenariats intersectoriels, esprit d'innovation

Réceptivité face aux initiatives culturelles, compréhension des impacts du secteur des arts et de la culture sur la qualité de vie et le potentiel d'attractivité de la région

++ créativité



Quand le projet devrait-il être terminé en fonction de l'échéancier de la PS ?

Quand le projet doit-il prendre place ? Y a-t-il des étapes préliminaires ? Quelle séquence est prévue ?

6

Définir la **nature** du circuit culturel (disciplines, thématiques, etc.)

Faire l'inventaire de l'offre culturelle existante

Déterminer les partenaires potentiels / appels d'offre / faire appel aux agents culturels des MRC

Créer des collectifs

Possibles éléments manquants : Accessibilité (langue – anglais & innu)

Définir les **escales**

Définir un « axe de communication » (image de marque), création de contenu

Choisir quelle **forme** le circuit prendra (déterminer les moyens utilisés)

Été 2022 ? Été 2023 ?

Qu'anticipez-vous comme défis à relever ?

Quels sont les obstacles à prévoir ? Quelles contraintes en termes de coûts, délais, effort ?

7

Accessibilité et inclusivité (langue – anglais & innu) : proposer des activités pour tous, traduire les contenus

Identité de la culture nord-côtière à définir et développer, image de marque et promotion en utilisant des moyens traditionnels (guides, affichages, signalisation) et numériques (sites, applications, cartographie interactive, bornes interactives).

Trouver les bons arguments pour approcher les partenaires et intervenants potentiels

Frais de déplacement (distance, immensité du territoire)

Quel sera l'indicateur de succès du projet (mesurable) ?

Ex : XX artistes et organismes participants.

8

Nb de membres du circuit

Nb de participants / achalandage

Nb de lieux de diffusion

Nb de billets vendus

Nb de visiteurs uniques sur le site web

Statistiques de fréquentation (médias sociaux, web) / Téléchargements

Implication des communautés



→ **PROTOTYPE** du projet (grandes lignes descriptives) :

Répertoire des lieux culturels, des lieux de diffusion et des artistes nord-côtiers classé selon leur emplacement géographique.

Parcours qui permet de **découvrir la culture de notre région** de façon structurée.

Possibilité de **segmenter** le circuit (Nord : Fermont, Schefferville / Est : Minganie, Basse-Côte-Nord, etc)

Démarche collective / participative / inclusive (ouvert à tous)

Diversité des activités et disciplines proposées : événementiel

D'abord et avant tout pour le milieu culturel



QUESTIONS CLÉS POUR CLARIFIER LE PROJET

→ Organisation d'un événement culturel régional (reformuler au besoin)

Pourquoi mettre en place ce projet spécifique ?

Qu'est-ce qui nécessite son implantation ? Quelles sont les motivations qui rendent ce projet nécessaire ?

1

- Culture sous-estimée et méconnue
- Effet rassembleur sur les acteurs culturels vs territoire très grand
- Développer sentiment d'appartenance
- Effet wow : Intéresser des personnes moins portées sur la culture
- Dynamiser / contaminer le milieu (culturel et population en général)
- Impact structurant
- Récurrence annuelle : occasion d'apporter quelque chose de nouveau; susciter une attente/désir
- Un lieu versus lieux multiples : avantage est de favoriser les échanges entre les artistes de différents lieux – susciter la création de ponts entre différents groupes d'artistes qui n'ont pas l'occasion de se voir - Lieu pourrait se déplacer d'une année à l'autre
- Lieux multiples versus un seul lieu : avantages de dynamiser l'ensemble de la région / ressemble aux journées de la culture

Pourquoi maintenant ?

Pourquoi amorcer ce projet maintenant ?

2

- Grandement temps
- Membres impliqués et motivés / CCN vent dans les voiles
- Post-pandémie : besoin d'être ensemble
- Besoin de mieux se connaître
- Besoin de partager
- Permet de toucher tous les membres – plus rassembleur

Qu'est-ce que ça va donner au milieu culturel ?

Quels seront les bénéfices ? Du point de vue de CCN ? Des membres ? Du milieu en général ?

3

- Visibilité et rayonnement
- Coup d'éclat
- Contagion !!!
- Influence sur les partenaires (ex. municipalités) par la vision régionale (vs locale)
- Effervescence entraînera un potentiel d'autres projets
- Réseautage
- Potentiel d'utiliser cet événement comme vitrine de la culture nord-côtière (hors région)
- Nourrir le potentiel créatif des artistes, des partenaires, etc.
- Travailler ensemble plutôt que seul de son côté (artiste et org. Cult.)
- Ressourçant-nourrissant-valorisant
- Précieux échanges



Qui devront être impliqués pour que le projet fonctionne ?

Qui sera affecté par ce projet ? Qui en bénéficiera ?

4

- Agents culturels (municipalités)
- Artistes et travailleurs culturels
- Municipalités et particulièrement l'hôte
- Grandes entreprises (portuaire, aciérie, etc.)
- Organismes culturels et événementiels (ex. Vieux quai en fête, Sympo de sculpture...) : bien choisir date en fonction des activités prévues dans l'événement et les autres événements pour « s'entraider »
- Organismes et entreprises
 - salles / diffusion
 - hébergement & repas
- Population / bénévoles
- Commerçants (centres commerciaux aussi pour accéder à des « non-consommateurs »)
- ATR – Ass. Tour. locale
- Cégeps, écoles secondaires et CSÉ
- Cabinets professionnels (ing., avocats, cpa, MD, ...)
- Institutions financières
- Hydro-Québec
- Loto-Québec, Min. Tourisme
- Communautés autochtones – Inst. Tshakapesh

Comment seront-ils affectés ?

Quel sera l'impact sur leur travail ou encore sur leurs émotions ? Comment ils risquent de réagir ?

5

- Visibilité aux entreprises et individus qui s'impliquent
- Information et connaissance sur le milieu culturel (milieu écono, tour et mun)
- Ouverture sur la culture
- Retombées économiques
- Retombées touristiques
- Réticences-déstabilisation
- Fierté
- Sentiment d'appartenance
- Améliorer le « vivre ensemble »
- Renforcer liens avec communautés autochtones
- Enthousiasme pour l'implication humaine
- Craintes/fermeture pour implication financière
- Succès de la 1^{ière} facilitera recrutement pour la 2^e édition

Quand le projet devrait-il être terminé en fonction de l'échéancier de la PS ?

Quand le projet doit-il prendre place ? Y a-t-il des étapes préliminaires ? Quelle séquence est prévue ?

6

- Été/début d'automne 2022
 - Fin août : retour des étudiants et des vacanciers et touristes encore présents.
 - Fin septembre et début octobre : peut-être plus facile
- Lancer la période estivale ? mai-juin ?
 - **Mi-juin avec AGA / organiser formation avant/après (\$ EQ)**
 - **En alternance avec les Prix d'Excellence CCN**
- La préparation de l'événement permettra de répondre à l'objectif de réseautage,
- La 1^{ière} édition c'est de faire rayonner culture n-c
- La 2^e édition permettra de lancer l'objectif rayonnement hors-région



Qu'anticipez-vous comme défis à relever ?

Quels sont les obstacles à prévoir ? Quelles contraintes en termes de coûts, délais, effort ?

7

Transport

Hébergement et repas

Logistique complexe

Travailler ensemble – décision / coordonner le travail

Disponibilité du comité – main-d'œuvre surtout si activité se fait durant l'été

Financement : trouver sources, préparer demandes... faire reddition de compte

Communication : susciter l'intérêt et positionnement dans le calendrier avec toutes les autres activités

Quel sera l'indicateur de succès du projet (mesurable) ?

Ex : XX artistes et organismes participants.

8

Taux de participation des artistes et des organismes

Taux de participation du public

Résultat : équilibre financier

Diversité des sources de financement / Nombre de partenaires (\$ et biens & service)

Taux de satisfaction des membres de CCN

Taux de satisfaction des membres du comité et des participants

Évolution de ces taux (2^e vs 1^{ière})

→ PROTOTYPE du projet (grandes lignes descriptives) :

Biennale de la culture nord-côtière

Un **événement biennal** regroupant **les artistes et les organismes culturels** de **tous** les **domaines** d'activités et de **toutes** les **localités** nord-côtières se déroulant sur 3 jours (vendredi au dimanche) dans un **lieu** appelé à changer chaque édition.





CULTURE
CÔTE-NORD

Culture Côte-Nord
22, place La Salle, 1^{er} étage
Baie-Comeau (Québec) G4Z 1K3
www.culturecotenord.com
418.296.1450 | 1.866.295.6744

