

Culture et économie sociale à Montréal

Vers une métropole culturelle... pour tous



La TOHU



Petits Bonheurs



SOPREF



CIBL Radio-Montréal



Festiblues



**CHANTIER
DE L'ÉCONOMIE SOCIALE**

Avec la collaboration de

CDEC Ahuntsic-Cartierville
CDEC Centre-Nord
CDEC Centre-Sud-Plateau Mont-Royal
CDEC Rosemont-Petite-Patrie
CDEST
RESO

Le 11 juin 2007

Sommaire

Le secteur culturel a été associé au développement de l'économie sociale depuis le renouveau de ce concept au moment du Sommet de l'économie et l'emploi en 1996.

Depuis ce temps, à Montréal, la volonté des citoyens et citoyennes d'intégrer la culture dans le développement économique et social et dans la qualité de la vie de leur quartier a donné naissance à environ **120 entreprises d'économie sociale à mission culturelle**. Ces dernières s'occupent d'abord de culture, bien entendu, mais elles répondent à plusieurs besoins.

Il est largement reconnu que les entreprises culturelles constituent un vecteur important pour le développement économique de la métropole. C'est tout aussi vrai au plan local, notamment dans les quartiers centraux.

Les entreprises d'économie sociale en culture se distinguent par leur travail de **médiation culturelle**; elles réussissent aussi à mettre en place une plus grande **démocratie culturelle**, une notion qui se conçoit à partir d'un certain nombre de principes, dont les suivants :

- ⇒ **l'accès à la culture dans son quartier** grâce à une décentralisation des ressources et des acteurs culturels;
- ⇒ **la prise en charge citoyenne** par une participation active de la population dans la réalisation d'un projet culturel;
- ⇒ **l'inclusion sociale**, qui tend la main aux moins nantis, aux autres cultures, aux jeunes et à l'émergence.

Les **histoires de réussites** de projets culturels en économie sociale sont nombreuses. Du festival des Petits bonheurs qui met l'imaginaire à la portée des tout-petits et des moins nantis à la TOHU qui œuvre au cœur de la revitalisation d'un quartier, en passant par la radio communautaire CIBL qui carbure avec l'énergie de centaines de jeunes bénévoles, les exemples montrent combien culture et économie sociale peuvent non seulement faire bon ménage mais contribuer à la dynamisation culturelle de tout le territoire montréalais.

Depuis la création des **Corporations de développement économique communautaire (CDEC)**, les entreprises d'économie sociale en culture ont obtenu des appuis financiers pour démarrer et mettre en place des initiatives qui ont un impact déterminant sur les plans économique, social et culturel dans plusieurs arrondissements montréalais.

Dans les quatre dernières années, près de **2 millions de dollars** ont été investis via les CDEC dans les entreprises d'économie sociale en culture à Montréal, ce qui représente en moyenne **27%** des investissements totaux sur cette période (allant jusqu'à 80% dans un des quartiers centraux). Pendant cette même période, les entreprises culturelles en économie sociale de Montréal ont obtenu **220 000 \$** en prêts grâce aux Fonds locaux d'investissement (FLI).

Mais les défis sont nombreux pour ces entreprises qui veulent prolonger leurs succès dans le temps et continuer à bâtir sur le travail accompli. Car en conjuguant mission *culturelle* et mission *communautaire*, elles répondent difficilement aux normes pointues des programmes de soutien habituels. Des outils permettant de retenir des artistes dans les quartiers et de soutenir des initiatives de démocratie culturelle font cruellement défaut.

C'est pourquoi le Chantier de l'économie sociale et ses partenaires demandent la création par le gouvernement du Québec de deux fonds destinés spécifiquement aux initiatives d'économie sociale en culture : un fonds de soutien aux initiatives d'économie sociale en culture, et un fonds d'investissement en immobilier. Cette proposition est résumée à la page qui suit, et détaillée plus loin dans ce document.

L'approche privilégiée est celle de l'utilisation de leviers pour renforcer la contribution des milieux dans le domaine de la culture. Les fonds serviront à renforcer, voire augmenter la contribution des milieux locaux et des outils financiers existants pour l'économie sociale afin de consolider et accroître les initiatives citoyennes dans le domaine de la culture.

La **Politique de développement culturel de la Ville de Montréal 2005-2015** propose une vision de participation citoyenne dans la vie culturelle montréalaise. Nous croyons que cette vision peut se réaliser avec la collaboration de groupes et d'intervenants qui adhèrent aux pratiques et aux valeurs de l'économie sociale.

L'économie sociale a un rôle essentiel à jouer pour bâtir cette véritable métropole culturelle.

Une métropole culturelle... pour tous.

1. Un Fonds de soutien montréalais aux initiatives d'économie sociale en culture

Ce nouveau fonds viendra renforcer l'action de médiation culturelle des entreprises d'économie sociale en culture et favoriser la participation citoyenne aux projets artistiques et culturels sur le territoire montréalais.

En effet, le travail de médiation culturelle que font les entreprises d'économie sociale en culture est difficilement rentabilisé et ne reçoit actuellement aucun appui soutenu de fonds publics. Ce fonds complètera le financement ponctuel déjà consenti par les organisations de développement local (CDEC) et de soutien à l'économie sociale et il servira de levier pour obtenir la participation d'autres partenaires.

L'enveloppe d'un tel fonds serait de 1 million \$ par année pour une durée de cinq ans. L'administration de cette enveloppe ne nécessitera pas de nouvelle structure administrative. Elle pourra être confiée à une organisation fiduciaire avec un comité de sélection de projets composé de représentants des CDEC.

2. Un Fonds d'investissement montréalais en immobilier d'économie sociale en culture destiné aux artistes

Les artistes participent activement au développement social, économique et culturel de Montréal et des quartiers où ils s'installent. Malheureusement, ils sont expulsés de ces quartiers, faute de moyens, aussitôt que les valeurs des propriétés augmentent et que les loyers deviennent inabordables. Poussés par des pressions spéculatives, ils migrent au gré du marché immobilier, d'un quartier à l'autre, et se réfugient dans les zones qui ne sont pas encore touchées par les hausses de loyer.

Il importe de maintenir les communautés d'artistes dans les quartiers qu'ils occupent actuellement. Ils ont besoin de lieux de travail et de vie adéquats et abordables pour pratiquer leur art.

Le Chantier et ses partenaires, les CDEC de Montréal, désirent s'impliquer dans le soutien et la prise en charge locale des projets sur leur territoire. Ils peuvent compter sur l'expertise de groupes de ressources techniques spécialisés dans le développement de projets immobiliers collectifs d'économie sociale depuis plus de 30 ans.

La présente demande vise à répondre à ce besoin en favorisant le maintien de communautés de création dans les quartiers de Montréal par la création et le soutien de projets immobiliers culturels d'économie sociale.

L'enveloppe de ce Fonds serait de 18 millions \$ sous forme de capital patient, sans remboursement de capital avant 15 ans.

Table des matières

Sommaire.....	1
Table des matières.....	4
1. Introduction	6
2. Culture et économie sociale : quelques repères	7
2.1. L'entreprise d'économie sociale : une définition	7
2.2. Conjuguer culture et économie sociale.....	8
3. Démocratie et médiation culturelles	8
3.1. Les principes de la démocratie culturelle.....	8
3.2. La médiation culturelle : faire le pont entre la culture et le citoyen.....	9
4. Le financement de l'économie sociale en culture à Montréal.....	10
4.1. Le Fonds d'investissement en économie sociale (FIÉS).....	10
4.2. Autre financement de démarrage et de consolidation.....	11
4.3. Autres sources de financement public.....	11
5. Les défis du secteur culturel en économie sociale	12
6. Pour un Fonds de soutien montréalais aux initiatives d'économie sociale en culture	13
7. Pour un Fonds d'investissement montréalais en immobilier d'économie sociale en culture destiné aux artistes	14
Annexe 1 Sept histoires de réussites	17
Petits bonheurs	18
ACSO	19
Cinéma Beaubien	20
TOHU	21
FestiBlues	22
SOPREF	23
CIBL Radio-Montréal.....	24
Annexe 2 Trois exemples de projets en gestation.....	25
Les Rendez-vous gospel.....	26
Le Taz.....	27
Scène ouverte.....	28

«Dans dix ou vingt ans, Montréal devrait compter un certain nombre d'arrondissements qui auront fait un virage culturel authentique, original et spectaculaire. En plus d'être des lieux de vie riches pour leurs citoyens, ces arrondissements deviendront autant de composantes enviées et enviables de la métropole qui les abritera, qui s'en nourrira, qui s'en inspirera et qui s'en enorgueillira à la fois.»

Extrait de l'allocution du président de Culture Montréal, Simon Brault à l'occasion des Rendez-vous de la culture du Sud-Ouest, le 30 mars 2005

Ce n'est pas d'hier que les arts et la culture sont des éléments-clés de l'intervention sociale dans les quartiers en difficulté, particulièrement auprès des jeunes, créant un climat de confiance, contribuant à l'estime de soi, favorisant l'expression de la créativité et encourageant le dialogue intergénérationnel. L'action menée par la Cité des arts du cirque (TOHU), dans le secteur Saint-Michel, est exemplaire à cet égard.

*Montréal, métropole culturelle
Politique de développement culturel de la Ville de Montréal 2005-2015
Septembre 2005, p. 28*

1. Introduction

Les entreprises du secteur culturel en économie sociale sont multiples. Des théâtres aux festivals et fêtes de quartiers ou de villages, des écomusées aux maisons d'édition, du développement des arts du cirque au développement des cultures émergentes, elles animent et rendent attrayants les milieux de vie, créent une relève artistique, contribuent à nourrir et faire rayonner la culture québécoise et sont un apport économique et social important partout au Québec.

Ces entreprises culturelles qui adhèrent aux pratiques et aux valeurs de l'économie sociale sont à pied d'œuvre dans plusieurs arrondissements de Montréal. Elles privilégient une approche de développement local et travaillent selon les principes de démocratie et de médiation culturelles visant une prise en charge et une appropriation de la culture par les citoyens.

En adoptant une approche entrepreneuriale, les entreprises d'économie sociale en culture renforcent leur ancrage dans leur milieu et diminuent leur dépendance envers l'État par un effort soutenu d'augmenter leurs revenus autonomes.

Dans sa Politique de développement culturel 2005-2015, la Ville de Montréal reconnaît que la société montréalaise doit relever d'importants défis dans son cheminement vers le statut d'une métropole culturelle. Parmi ceux-ci, on retrouve:

- ⇒ la faible scolarisation de nombreux citoyens les appauvrit et se traduit par une exclusion culturelle croissante, ce qui ralentit une collectivité qui aspire au savoir, à la culture et à la qualité de la vie;
- ⇒ l'intégration des communautés ethnoculturelles reste insuffisante;
- ⇒ les programmes publics de financement des organismes sont perçus comme trop rigides ou insuffisamment adaptés aux nouvelles réalités pluridisciplinaires et pluriculturelles;
- ⇒ la pratique amateur est négligée et trop isolée de la culture professionnelle.¹

Ces défis sont certes de taille, mais il existe déjà plusieurs partenaires et collaborateurs pour les relever. Les entreprises d'économie sociale en culture, qui œuvrent sur le terrain depuis plusieurs années, ont déjà la mission, les pratiques et les outils pour agir comme agents de médiation entre la culture et le citoyen dans leur communauté.

¹ *Montréal, métropole culturelle, Politique de développement culturel de la Ville de Montréal 2005-2015*, septembre 2005, p. 9

2. Culture et économie sociale : quelques repères

Le secteur culturel a été associé au développement de l'économie sociale depuis le renouveau de ce concept au moment du Sommet de l'économie et de l'emploi en 1996.

Entre 1996 et 2000, le Chantier de l'économie sociale a été le lieu d'incubation des Journées de la culture, qui ont évolué vers une corporation autonome en 2001. Depuis ce temps, les Journées de la culture sont devenues la manifestation la plus visible de médiation culturelle sur le territoire québécois. Plus de 8 000 artistes et organismes culturels mettent sur pied des milliers d'activités et des rencontres entre artistes, travailleurs culturels et citoyens. En 2006, quelque 350 000 personnes participaient aux activités qui se tenaient dans près de 300 municipalités du Québec.

2.1. L'entreprise d'économie sociale : une définition

La définition de l'économie sociale portée par le Chantier de l'économie sociale fait aujourd'hui consensus parmi la majorité des intervenants au Québec.

Pris dans son ensemble, le domaine de l'économie sociale regroupe les activités et organismes, issus de l'entrepreneuriat collectif, qui s'ordonnent autour des principes et règles de fonctionnement suivants :

- ⇒ l'entreprise de l'économie sociale a pour finalité de servir ses membres ou la collectivité plutôt que de simplement engendrer des profits et viser le rendement financier;*
- ⇒ elle a une autonomie de gestion par rapport à l'État;*
- ⇒ elle intègre dans ses statuts et ses façons de faire un processus de décision démocratique impliquant usagères et usagers, travailleuses et travailleurs;*
- ⇒ elle défend la primauté des personnes et du travail sur le capital dans la répartition de ses surplus et revenus;*
- ⇒ elle fonde ses activités sur les principes de la participation, de la prise en charge et de la responsabilité individuelle et collective.*

Ainsi, les entreprises d'économie sociale sont des organismes constitués en coopératives ou en organismes sans but lucratif, elles sont gérées démocratiquement et avec transparence et sont enracinées dans leur milieu. On estime à plus de 7 000 le nombre d'entreprises d'économie sociale au Québec (en excluant les grandes coopératives financières et agricoles).

2.2. Conjuguer culture et économie sociale

Les entreprises d'économie sociale se distinguent des organisations culturelles car leur mission ne se limite pas à la création artistique ou à sa diffusion. Cette mission s'appuie sur une prise en charge citoyenne de la culture et une réponse aux besoins et aux aspirations des collectivités locales.

Une culture... entrepreneuriale

L'entreprise d'économie sociale en culture adopte une approche entrepreneuriale. Autant dans le développement du projet que dans sa gestion, on mise sur un ensemble d'outils, de moyens d'autofinancement et de vente de services pour combler les besoins financiers. L'ensemble des entreprises d'économie sociale en culture ont dû concevoir et mettre en œuvre des plans d'affaires afin d'accéder à du financement en provenance des fonds d'économie sociale. Cette culture entrepreneuriale est reflétée dans le haut niveau d'autofinancement (75 % en moyenne) des entreprises d'économie sociale en culture.

Missions multiples

S'appuyant sur une mission qui intègre des dimensions culturelles, sociales, économiques, éducatives et plus encore, l'identité des entreprises d'économie sociale en culture est métissée et trouve son expression dans une panoplie d'activités et de services. En fait, ces entreprises sont porteuses de missions multiples en faveur de l'intérêt collectif.

Gestion démocratique

D'autres critères constituent également des facteurs discriminants. Ainsi, le critère de la gestion démocratique exclut des organismes culturels qui sont reliés uniquement au rayonnement d'un artiste. Les entreprises d'économie sociale en culture sont nécessairement enracinées dans leur milieu et incluent les membres de la communauté.

Autonomie par rapport à l'État

Le critère de l'autonomie par rapport à l'État écarte des organismes dont les administrateurs sont nommés par l'État ou les municipalités (ex : les Maisons de la culture).

3. Démocratie et médiation culturelles

3.1. Les principes de la démocratie culturelle

Les caractéristiques distinctives des entreprises d'économie sociale en culture tiennent à une notion fondamentale : celle de la démocratie culturelle. Celle-ci favorise l'expression d'une véritable citoyenneté par une plus grande prise en charge des communautés locales de leur vie culturelle.

La prise en charge citoyenne

- ⇒ La majorité des entreprises d'économie sociale en culture vise une participation et une prise en charge citoyenne de la vie culturelle.
- ⇒ Ces entreprises naissent du milieu et sont gérées démocratiquement par les représentants du milieu professionnel et de la communauté.

L'intégration sociale

- ⇒ Elles servent souvent de lieu d'intégration sociale et de médiation culturelle (pour les moins nantis et les marginaux, entre autres) ou encore à renforcer le sentiment d'appartenance au milieu.
- ⇒ Elles permettent à des jeunes en difficulté de s'épanouir à travers un apprentissage culturel.

La diversité culturelle

- ⇒ La diversité culturelle est un enjeu de taille dans plusieurs arrondissements de Montréal et il en est largement question dans la politique culturelle de la Ville de Montréal.

Les artistes émergents

- ⇒ Plusieurs initiatives en milieu urbain ont favorisé la diffusion des œuvres des artistes de la relève. Les jeunes artistes sont d'ailleurs nombreux à vouloir créer et s'impliquer directement dans leur milieu.

Le loisir culturel et les pratiques amateurs

- ⇒ Le loisir culturel facilite l'accès à l'expression culturelle et favorise souvent l'apprentissage et la formation dans les métiers liés à la production culturelle.

3.2. La médiation culturelle : faire le pont entre la culture et le citoyen

La médiation culturelle est le principal outil de la démocratie culturelle et permet de faire le pont entre les arts, la culture et le citoyen.

Passeur, accompagnateur, messenger, cet intermédiaire humain qu'est le médiateur culturel va vers les publics potentiels pour promouvoir, expliquer, voire faire adapter en retour, les services culturels. (...) Il fait en sorte que chacun se sente partie prenante de l'expression culturelle et de la mémoire collective.²

Si la plupart des grandes institutions culturelles montréalaises s'adonnent déjà à des activités de médiation culturelle, les entreprises d'économie sociale en culture vont encore plus loin par leur travail de proximité dans les communautés. Elles permettent une rencontre productive entre des professionnels de la création et des citoyens autour de projets concrets.

² Montréal, métropole culturelle, Politique de développement culturel de la Ville de Montréal 2005-2015, septembre 2005, p. 20

4. Le financement de l'économie sociale en culture à Montréal

4.1. Le Fonds d'investissement en économie sociale (FIÉS)

Les entreprises d'économie sociale en culture ont bénéficié d'un soutien des collectivités locales à travers des fonds locaux spécifiques à l'économie sociale. Dans les quatre dernières années, près de 2 millions de dollars ont été investis par l'entremise des CDEC dans les entreprises d'économie sociale en culture à Montréal, ce qui représente 27% des investissements totaux sur cette période.

Fonds d'investissement en économie sociale (FIÉS)						
Investissements dans le secteur des arts et de la culture 2003-2007						
	Arts et culture	%	Autres secteurs	%	Total	%
2006-2007						
CDEST Mercier-Hochelaga-Maison.	121 435 \$	46%	142 811 \$	54%	264 246 \$	100%
RESO Sud-Ouest	80 080 \$	45%	99 636 \$	55%	179 716 \$	100%
CDÉC Centre-Nord	89 770 \$	15%	509 133 \$	85%	598 903 \$	100%
CDÉC Centre-Sud/Plateau M.-R.	90 000 \$	29%	217 410 \$	71%	307 410 \$	100%
CDÉC Ahuntsic-Cartierville	12 000 \$	7%	156 250 \$	93%	168 250 \$	100%
CDÉC Rosemont-Petite-Patrie	75 840 \$	23%	249 314 \$	77%	325 154 \$	100%
Total, 2006-2007	469 125 \$	25%	1 374 554 \$	75%	1 843 679 \$	100%
2005-2006						
CDEST Mercier-Hochelaga-Maison.	108 225 \$	47%	122 782 \$	53%	231 007 \$	100%
RESO Sud-Ouest	121 650 \$	58%	89 000 \$	42%	210 650 \$	100%
CDÉC Centre-Nord	20 000 \$	5%	414 812 \$	95%	434 812 \$	100%
CDÉC Centre-Sud/Plateau M.-R.	226 000 \$	71%	93 000 \$	29%	319 000 \$	100%
CDÉC Ahuntsic-Cartierville	8 000 \$	5%	146 920 \$	95%	154 920 \$	100%
CDÉC Rosemont-Petite-Patrie	0 \$	0%	287 730 \$	100%	287 730 \$	100%
Total, 2005-2006	483 875 \$	30%	1 154 244 \$	70%	1 638 119 \$	100%
2004-2005						
CDEST Mercier-Hochelaga-Maison.	107 630 \$	40%	160 000 \$	60%	267 630 \$	100%
RESO Sud-Ouest	60 000 \$	34%	117 778 \$	66%	177 778 \$	100%
CDÉC Centre-Nord	0 \$	0%	285 426 \$	100%	285 426 \$	100%
CDÉC Centre-Sud/Plateau M.-R.	122 450 \$	39%	190 040 \$	61%	312 490 \$	100%
CDÉC Ahuntsic-Cartierville	25 000 \$	11%	202 248 \$	89%	227 248 \$	100%
CDÉC Rosemont-Petite-Patrie	54 000 \$	15%	307 037 \$	85%	361 037 \$	100%
Total, 2004-2005	369 080 \$	23%	1 262 529 \$	77%	1 631 609 \$	100%
2003-2004						
CDEST Mercier-Hochelaga-Maison.	116 893 \$	49%	122 031 \$	51%	238 924 \$	100%
RESO Sud-Ouest	48 000 \$	21%	176 300 \$	79%	224 300 \$	100%
CDÉC Centre-Nord	43 000 \$	10%	393 259 \$	90%	436 259 \$	100%
CDÉC Centre-Sud/Plateau M.-R.	278 075 \$	83%	55 950 \$	17%	334 025 \$	100%
CDÉC Ahuntsic-Cartierville	49 424 \$	15%	278 534 \$	85%	327 958 \$	100%
CDÉC Rosemont-Petite-Patrie	70 000 \$	20%	272 418 \$	80%	342 418 \$	100%
Total, 2003-2004	605 392 \$	32%	1 298 492 \$	68%	1 903 884 \$	100%
Total, 4 ans	1 927 472 \$	27%	5 089 819 \$	73%	7 017 291 \$	100%
Moyenne par CDEC par année	80 311 \$	27%	212 076 \$	73%	292 387 \$	100%

4.2. Autre financement de démarrage et de consolidation

Les entreprises d'économie sociale en culture accèdent à d'autres sources de financement *ponctuel* pour des activités de démarrage et de consolidation :

Réseau d'investissement social du Québec (RISQ)

Des entreprises d'économie sociale en culture ont toujours constitué une partie importante du portefeuille du Réseau d'investissement social du Québec (RISQ), un fonds d'investissement destiné exclusivement aux entreprises d'économie sociale. Aujourd'hui les entreprises à mission culturelle constituent 15 % du portfolio du RISQ (42 sur 397 dossiers).

Fonds locaux d'investissement (FLI)

Le Fonds local d'investissement est une mesure gérée par les Centres locaux de développement (CLD). Le FLI vise à soutenir les entreprises en démarrage ou en expansion pour leurs dépenses en capital telles que terrain, bâtisse, équipement, machinerie, matériel roulant, frais d'incorporation et toute autre dépense de même nature. L'aide financière accordée prend généralement la forme de prêt ou de garantie de prêt.

Au cours des quatre dernières années, les entreprises culturelles en économie sociale de Montréal ont obtenu 220 000 \$ en prêts par l'entremise du FLI.

4.3. Autres sources de financement public

Certaines entreprises d'économie sociale en culture obtiennent du financement public d'autres sources (ex : Conseil des arts de Montréal, Service de développement culturel, etc.) Typiquement, ce soutien est étroitement lié aux activités de programmation, et ne couvre pas (ou très mal) les activités de médiation culturelle qui sont au cœur de leur action dans la communauté.

5. Les défis du secteur culturel en économie sociale

Le réseautage

Le taux de survie des entreprises d'économie sociale est plus élevé que celui de la PME traditionnelle. Un des facteurs de réussite est la pratique de mise en réseau sectoriel des entreprises d'économie sociale. Cette mise en réseau permet de partager les connaissances et les outils; elle permet également aux entreprises de se soutenir mutuellement et d'échanger avec les pouvoirs publics et d'autres partenaires de développement.

Or, les entreprises d'économie sociale à mission culturelle ne sont pas organisées et structurées en réseaux formels sur la base de leur appartenance à l'économie sociale. La création d'un réseau d'entreprises d'économie sociale en culture permettra de mettre au jour les réalités qui les caractérisent et favorisera l'entraide et la recherche collective de solutions porteuses pour leur développement et leur pérennité.

La difficile reconnaissance

Le financement des entreprises culturelles d'économie sociale se conjugue avec l'inconfortable réalité d'être assis entre une mission culturelle et une mission communautaire. Cette position entre deux chaises a valu au secteur d'être ballotté entre deux bailleurs de fonds ministériels.³

Plusieurs groupes ont de la difficulté à faire comprendre leur mission et leurs actions par les intervenants locaux politiques et économiques. Certains organismes ont également de la difficulté à faire reconnaître leur légitimité par les acteurs traditionnels de la culture.

Le fait que les entreprises d'économie sociale à mission culturelle ne reçoivent pas de soutien pour la dimension culturelle de leur action entraîne une précarité financière qui met en péril la survie et le développement de ces organisations.

Parce qu'elles intègrent des dimensions culturelles, sociales, éducatives et autres et qu'elles fondent leur action selon les principes de démocratie culturelle, elles doivent jongler avec divers bailleurs de fonds, et ce, toujours dans une optique à court terme qui nuit aux efforts de planification à plus long terme.

³ *L'économie sociale en mouvement*, cahier d'information produit par Le Chantier de l'économie sociale, le Réseau d'investissement social du Québec, Le Comité sectoriel de main-d'œuvre de l'économie sociale et de l'action communautaire

6. Pour un Fonds de soutien montréalais aux initiatives d'économie sociale en culture

Un outil pour soutenir la médiation culturelle

Le Chantier de l'économie sociale et ses partenaires demandent la création par le gouvernement du Québec d'un *Fonds de soutien aux initiatives d'économie sociale en culture* qui vise précisément la participation des citoyens à la vie culturelle dans les quartiers montréalais.

En effet, le travail de médiation culturelle que font les entreprises d'économie sociale en culture est difficilement rentabilisé et ne reçoit actuellement aucun appui soutenu de fonds publics. Ce nouveau Fonds viendra renforcer l'action des entreprises d'économie sociale en culture en médiation culturelle et favoriser la participation citoyenne aux projets artistiques et culturels sur le territoire montréalais.

Ce fonds complétera le financement ponctuel déjà consenti par les organisations de développement local (CDEC) et de soutien à l'économie sociale et il servira de levier pour obtenir la participation d'autres partenaires. Il ne dédouble d'aucune façon les sources de financement déjà disponibles pour les artistes professionnels.

L'enveloppe d'un tel fonds serait de 1 million \$ par année, pour une durée de cinq ans. Ce fonds serait accessible à l'ensemble des CLD et CDEC sur le territoire montréalais.

L'administration de cette enveloppe ne nécessitera pas de nouvelle structure administrative. Elle pourra être confiée à une organisation fiduciaire avec un comité de sélection de projets composé de représentants des organisations de développement local (CDEC).

Dans la logique entrepreneuriale des entreprises en économie sociale, il va de soi qu'un bon ratio d'autofinancement et de diversification des revenus sera une condition préalable à une participation de ce Fonds.

7. Pour un Fonds d'investissement montréalais en immobilier d'économie sociale en culture destiné aux artistes

Un outil pour soutenir la création

Les artistes participent activement au développement social, économique et culturel de Montréal et des quartiers où ils s'installent.

Malheureusement, ils sont expulsés de ces quartiers, faute de moyens, aussitôt que les valeurs des propriétés augmentent et que les loyers deviennent inabordables. Poussés par les pressions spéculatives, ils migrent au gré du marché immobilier, d'un quartier à l'autre, et se réfugient dans les zones qui ne sont pas encore touchées par les hausses de loyer.

Il importe de maintenir les communautés d'artistes dans les quartiers qu'ils occupent actuellement. Ils ont besoin de lieux de travail et de vie adéquats et abordables pour pratiquer leur art.

Les CDEC de Montréal désirent s'impliquer dans le soutien et la prise en charge locale des projets sur leur territoire. Elles peuvent compter sur l'expertise de groupes de ressources techniques spécialisés dans le développement de projets immobiliers collectifs d'économie sociale depuis plus de 30 ans.

La présente demande vise à répondre à ce besoin en favorisant le maintien de communautés de création dans les quartiers de Montréal par la création et le soutien de projets immobiliers culturels d'économie sociale.

Demande de fonds au gouvernement du Québec

- ⇒ 18 M \$ sous forme de capital patient
- ⇒ Conditions : sans remboursement de capital avant 15 ans
- ⇒ Ce fonds sera accessible à l'ensemble des CLD et CDEC sur le territoire montréalais.

Objectifs du fonds

- ⇒ Soutenir financièrement le développement d'immeubles collectifs d'économie sociale abritant des ateliers et des ateliers-résidences pour des artistes.
- ⇒ Fournir aux artistes des lieux de travail adéquats et abordables.
- ⇒ Améliorer les conditions de vie et de travail des artistes.
- ⇒ Pérenniser les activités artistiques dans les immeubles visés.
- ⇒ Favoriser le maintien de communautés de création dans les quartiers qu'elles occupent actuellement.
- ⇒ Investir dans des projets immobiliers d'économie sociale destinés aux artistes.

Organismes admissibles

Seuls les organismes et entreprises d'économie sociale, notamment les OBNL et les coopératives, pourront bénéficier de ces fonds.

Projets admissibles

- ⇒ Projets destinés aux artistes dans les domaines des arts visuels, des métiers d'art, de l'audiovisuel, de la musique et du spectacle.
- ⇒ Situés dans les quartiers où sont concentrés actuellement les artistes.
- ⇒ Achat simple, achat-rénovation et construction neuve.
- ⇒ Aménagement d'espaces locatifs (baux à long terme).
- ⇒ Forte dimension de relation avec la communauté.

Dépenses admissibles

- ⇒ Réserve et acquisition de terrains et de bâtiments.
- ⇒ Soutien au développement du projet (animation, formation, étude de faisabilité et charge de projet).
- ⇒ Construction et rénovation d'actifs immobiliers.
- ⇒ Améliorations locatives.
- ⇒ Animation et promotion des activités artistiques.

Conditions de viabilité des projets

- ⇒ Loyers respectant la capacité de payer des artistes.
- ⇒ Ces projets pourront abriter des fonctions connexes compatibles afin d'en favoriser la viabilité.
- ⇒ Budgets de fonctionnement incluant une réserve de remplacement.

Développement des projets et gestion des investissements

Il existe actuellement à Montréal toute l'expertise nécessaire à la réalisation de projets immobiliers culturels d'économie sociale. La gestion de ce fonds peut être faite en mettant à contribution l'expertise d'acteurs expérimentés spécialisés dans le domaine de l'économie sociale pour effectuer toutes les tâches nécessaires à la réalisation des projets.

Réalisation des projets		
Tâches	Acteurs	Financement des coûts
Soutien au développement des projets	<ul style="list-style-type: none">• CDEC	<ul style="list-style-type: none">• Mandat de développement local
Développement des projets	<ul style="list-style-type: none">• Groupes de ressources techniques (GRT)	<ul style="list-style-type: none">• Inclus dans les coûts des projets
Analyse des projets, gestion financière et décaissement des fonds et suivi des investissements	<ul style="list-style-type: none">• Fiducie du Chantier de l'économie sociale	<ul style="list-style-type: none">• Inclus dans les coûts de projets

Notes

Les CDEC ont le mandat du développement économique local sur leur territoire respectif. Elles ont l'expertise pour analyser des projets et faire les recommandations. Ce fonds deviendrait un outil de plus permettant de faciliter la réalisation de projets sur leur territoire.

Les groupes de ressources techniques (GRT) ont plus de 30 ans d'expérience dans le développement de projets immobiliers d'économie sociale. Leur expertise favorisera le développement de projets durables et la viabilité de l'investissement pour le gouvernement. La Fiducie du Chantier de l'économie sociale pourrait se charger de la gestion des fonds et des décaissements et confierait au Réseau d'investissement social du Québec l'analyse des projets et le suivi des investissements.

Gestion de la mission culturelle

Les projets, propriétés de coopératives et d'organismes sans but lucratif, pourraient se regrouper et mutualiser certains coûts d'animation, de promotion et de réseautage. Ils pourraient également choisir de maintenir, dans leur propre projet, le personnel nécessaire à la réalisation de leur mission culturelle. Dans les deux cas, les frais nécessaires à la gestion de la mission culturelle seraient internalisés dans les coûts de fonctionnement au même titre que les frais de gestion immobilière.

Remarque

Une autre option permettant de développer des projets immobiliers pour les artistes est présentement sous étude par certains de nos partenaires. Il s'agit de la création d'une organisme montréalais dont la mission serait de développer, de posséder et de gérer, seul ou en partenariat avec le milieu, des projets immobiliers collectifs. Malgré les différences au niveau des approches préconisées, l'ensemble des CDEC croit qu'il est essentiel que le milieu local soit associé à la propriété des immeubles.

Il faut également se préoccuper du risque de l'effet spéculatif sur le prix des immeubles convoités. Il importe qu'une opération visant le rachat d'immeubles destinés à loger des artistes à faible revenu ne soit pas compromise par une hausse soudaine du prix des immeubles provoquée par l'annonce de la création d'une société montréalaise spécialisée dans de telles acquisitions. De plus, il faudrait s'assurer que cette structure centralisée réponde aux critères de l'économie sociale.



Le rendez-vous culturel des tout-petits

Petits bonheurs

L'imaginaire à la portée
des tout-petits, des moins nantis

Description	Rendez-vous culturel des tout-petits, Petits bonheurs est un festival annuel d'une durée de 3 à 4 semaines composé de spectacles, ateliers et conférences à des prix très bas destinés à favoriser la participation des publics moins nantis.
Territoire	Mercier-Hochelaga-Maisonneuve
Mission	⇒ Offrir à un public de 0 à 6 ans un contact avec la création sous toutes ses formes.
Objectifs	⇒ Rendre les prestations artistiques accessibles entre autres aux enfants de milieux économiquement faibles; ⇒ Créer un lien d'échange durable entre le social et le culturel; ⇒ Décentraliser la culture.
Clientèle	0 à 6 ans (famille)
Liens Économie sociale	<p>Une population défavorisée accède difficilement à la culture. En effet, l'exclusion d'un individu de la sphère sociale implique également son exclusion culturelle.</p> <p>Petits bonheurs soutient que tous les citoyens ont le droit d'accéder à la culture, quelle que soit leur situation sociale et financière. La culture est un facteur d'intégration sociale et de développement qui contribue à ouvrir les horizons du spectateur et à développer son sentiment d'appartenance à la société.</p> <p>Petits bonheurs entend donc s'adresser au plus grand nombre et répondre aux jeunes familles en quête d'activités pour leurs tout-petits.</p> <p>Par ses partenariats avec différents organismes communautaires du quartier Hochelaga-Maisonneuve, Petits bonheurs parvient à approcher un public issu d'un milieu économique faible. Petits bonheurs propose également à ces organismes communautaires de monter des projets pour favoriser la participation des familles d'Hochelaga-Maisonneuve.</p> <p>Lors de sa troisième édition en 2007, Petits bonheurs accueillait 12 000 participants avec ses 20 spectacles (dont 57 représentations), 44 ateliers et 115 animations.</p>



ACSO

Rendre la culture accessible aux citoyens du Sud-Ouest

Description	Depuis sa fondation en 1997, l'Association culturelle du Sud-Ouest (ACSO) présente annuellement au Centre culturel Georges-Vanier une programmation diversifiée, comprenant des ateliers de formation, des projets en médiation culturelle ainsi que des expositions.
Territoire	Sud-Ouest
Mission	⇒ L'ACSO a pour mandat la pratique, la formation, et la diffusion culturelles. Elle est un organisme de ressource et de soutien qui initie le grand public, les jeunes et les adultes à des projets culturels de concert avec les milieux professionnel, semi-professionnel et amateur.
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Programmation au Centre culturel Georges-Vanier : cours, formation, expositions ; ⇒ Médiation culturelle : initier des projets rassembleurs auprès du grand public ; ⇒ Produire le bottin des artistes du Grand Sud-Ouest de Montréal ; ⇒ Prêt de locaux et animations spécialisées sur demande.
Clientèle	Jeunes, adultes, communautés culturelles, etc.
Liens Économie sociale	<p>L'ACSO a pris le virage de l'entreprise d'économie sociale en culture en 2005. Elle génère des retombées sociales et économiques par la mise sur pied de projets collectifs et par sa programmation au Centre culturel Georges-Vanier. L'ACSO vise l'accessibilité à la culture pour la communauté.</p> <p>Le travail de médiation culturelle de l'ACSO implique une collaboration multidisciplinaire avec le milieu. L'entreprise fait appel à la communauté, aux organismes communautaires, aux institutions, aux partenaires de la Ville, aux artistes professionnels, semi-professionnels et amateurs et aux entreprises pour réaliser des projets rassembleurs dans le Sud-Ouest.</p> <p>L'objectif de la médiation culturelle est d'aller au-delà de la concertation, de jouer un rôle de pivot entre les différents acteurs de la communauté pour rendre la culture accessible à la population. En mettant sur pied des projets <i>structurés et intégrés</i>, l'ACSO engendre des retombées culturelles, sociales et économiques pour la communauté du Sud-Ouest.</p>



Cinéma Beaubien

Un cinéma de quartier
porté par un projet citoyen

Description	Né de la préoccupation de citoyens et d'intervenants culturels de maintenir un des derniers cinémas de quartier à Montréal, le Cinéma Beaubien offre des projections diversifiées de qualité à une large clientèle (en provenance du quartier, du grand Montréal et d'ailleurs), et ce, dans l'ambiance intimiste et chaleureuse de ses 3 salles.
Territoire	Rosemont-La Petite-Patrie
Mission	⇒ Promouvoir et favoriser le développement culturel, économique et social en présentant des films de qualité (québécois ou canadiens) en français et en primeur.
Objectifs	⇒ Présenter un cinéma de qualité dans des conditions optimales, et ce, à un coût raisonnable. ⇒ Accorder une importance toute particulière à l'éducation et à la présentation d'un cinéma différent des cinémas plus commerciaux.
Clientèle	Jeunes et adultes
Liens Économie sociale	<p>Dirigé par un conseil d'administration composé de représentants de différents milieux et de citoyens du quartier, le Cinéma Beaubien est un OBNL qui compte sur l'implication d'environ 5 000 clients fidèles. L'organisation s'est vu décerner le Grand Prix JUTRA 2004 au titre de l'exploitant qui s'est le mieux démarqué dans la promotion du cinéma québécois.</p> <p>Le Cinéma Beaubien s'est aussi donné comme mission d'offrir du cinéma de qualité au public jeunesse. En effet, il s'associe annuellement aux Journées de la culture pour présenter gratuitement du cinéma pour enfants. Depuis 2003, les enfants ont droit à du cinéma présenté gratuitement à toutes les fins de semaine du congé scolaire de l'été ainsi que tous les jours du congé scolaire de la période de Noël.</p> <p>D'importants succès ont été enregistrés auprès du public jeunesse : de 20 séances à ses débuts, c'est maintenant plus de 125 séances qui accueillent les jeunes et leurs familles. L'assistance est passée de 4 000 personnes en 2003 à 8 800 personnes en 2005. Le programme «Les matinées jeunesse du Beaubien» a eu pour impact de consolider la réputation du Cinéma Beaubien auprès des services de garde et des écoles de la région métropolitaine à titre d'endroit privilégié pour le visionnement de films s'adressant à un jeune public.</p> <p>Le Cinéma Beaubien a développé un réseau de contacts auprès des écoles, des Centres de la petite enfance et des garderies grâce à une politique de prix compétitifs, un service convivial et une bonne écoute des besoins de sa communauté. Il est également l'hôte du Festival international du film pour enfants de Montréal (FIFEM).</p>



TOHU

La culture au cœur de la revitalisation d'un quartier

Description	Ouverte en juin 2004, la TOHU constitue aujourd'hui l'un des plus grands carrefours de formation, de création, de production et de diffusion en arts du cirque au monde. Le pavillon de la TOHU demeure un exemple d'architecture verte certifié LEED OR et abrite la première salle de spectacle circulaire à géométrie variable au Canada.
Territoire	Centre-Nord (Villeray-Saint-Michel-Parc-Extension)
Mission	⇒ Faire de Montréal une capitale internationale des arts du cirque, participer activement à la réhabilitation du Complexe environnemental de Saint-Michel et contribuer à la revitalisation du quartier Saint-Michel.
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Offrir un lieu de rassemblement civique en favorisant l'inclusion, la cohésion et le rapprochement des communautés culturelles de ce quartier ; ⇒ Répondre aux difficultés particulières qu'éprouve la population locale sur le plan de l'intégration en emploi en faisant une place privilégiée aux résidents du quartier lors de l'embauche et en lui offrant un plan de formation adapté pour faciliter l'intégration socioprofessionnelle des candidats sélectionnés ; ⇒ Contribuer au développement des arts du cirque en stimulant tant l'offre que la demande et en soutenant les artistes de ce secteur d'activité ; ⇒ Faire connaître la transformation du Complexe environnemental de Saint-Michel en grand parc.
Clientèle	Jeunes, adultes, communautés culturelles, etc.
Liens Économie sociale	<p>La culture comme vecteur de mobilisation communautaire et de rapprochement citoyen : grâce à la mise sur pied d'activités continues et d'événements culturels gratuits, la TOHU offre à la population locale des occasions de rencontres et d'échanges. Par des activités spéciales comme la Falla, un projet d'art collectif dont le but est de bâtir avec les résidents du quartier un terreau propice à la solidarité communautaire, la TOHU stimule une véritable appropriation par les résidents de la vie culturelle locale, favorise le métissage culturel et offre une place de choix aux pratiques artistiques émergentes.</p> <p>L'employabilité comme moteur d'intégration socioéconomique : sensible aux difficultés particulières qu'éprouve la population locale sur le plan de l'intégration à l'emploi, la TOHU fait une place privilégiée aux résidents du quartier lors de l'embauche de son personnel. Misant sur les jeunes comme acteurs de développement durable, la TOHU intervient auprès d'eux en leur offrant diverses possibilités de développement personnel, professionnel et identitaire qui les outilleront adéquatement pour assumer leur pleine participation à la revitalisation de leur quartier.</p>



FestiBlues

Un succès retentissant né d'une prise de risque

Description	Le FestiBlues International de Montréal est un événement culturel présenté à l'extérieur au parc Ahuntsic de Montréal ainsi que dans certaines salles environnantes.
Territoire	Ahuntsic-Cartierville
Mission	⇒ Offrir l'occasion au grand public, pendant l'été, d'avoir accès à une programmation blues d'envergure nationale et internationale.
Objectifs	⇒ Ce festival permet de décentraliser vers le nord de la ville de Montréal une partie de l'activité culturelle de la métropole et d'élargir ainsi l'offre culturelle disponible à la population de ce secteur tout en participant à faire la promotion de nouvelles facettes du territoire de Montréal.
Clientèle	Jeunes, adultes, communautés culturelles, etc.
Liens Économie sociale	<p>La vision artistique du FestiBlues International de Montréal s'inscrit directement dans une logique de développement intégré, alliant le culturel, le touristique et le social, grâce à la tenue d'un événement d'envergure.</p> <p>Cette vision fait en sorte que le FestiBlues développe, parallèlement à la tenue du festival, différents créneaux d'activités dont ceux de la <i>Route du Blues</i>, des projets de médiation culturelle tel <i>Danse en Blues</i>, le <i>Concours de la Relève en Blues</i> et des forfaits touristiques.</p> <p>Le FestiBlues embauche aussi plus de 150 jeunes annuellement dont une quarantaine dans le cadre de partenariats avec les Centres jeunesse de Montréal, la Fondation du Mont Saint-Antoine et l'organisme de travail de rue Rap Jeunesse.</p> <p>Au début de cette initiative en 1998, le soutien financier d'un tel projet était loin d'être acquis et même du point de vue de l'économie sociale, la décision des membres du comité de recommandation du fonds d'économie sociale relevait d'une prise de risque puisque la CDEC Ahuntsic-Cartierville demeurait le seul bailleur de fonds prêt à investir dans l'aventure.</p> <p>En 2006, le FestiBlues accueillait plus de 75 000 spectateurs et la communauté est fière de la qualité et de la réputation de cet événement rassembleur.</p>

Société pour la promotion de la relève musicale de l'espace francophone



SOPREF

Sortir les musiciens émergents de la marginalité

Description	La Société pour la promotion de la relève musicale de l'espace francophone (SOPREF) est un regroupement ouvert à tous ceux et celles qui travaillent dans le secteur des musiques amplifiées, émergentes, alternatives et indépendantes.
Territoire	Plateau-Centre-Sud
Mission	⇒ Améliorer les conditions de création, d'autoproduction, de diffusion et de promotion des artistes de la relève québécoise.
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Répondre aux besoins des artistes en émergence et de la relève industrielle des musiques amplifiées* ; ⇒ Soutenir la professionnalisation des structures et des créateurs musicaux en émergence, des praticiens amateurs et des travailleurs autonomes du secteur de la relève musicale et des musiques amplifiées; ⇒ Promouvoir et élever le statut des musiques amplifiées, toutes langues et tous styles confondus, en démocratiser la création, l'autoproduction, l'écoute et la pratique populaire; ⇒ Permettre aux créateurs, aux interprètes et aux autres intervenants de la relève musicale d'exercer individuellement et collectivement un meilleur contrôle sur leurs conditions de vie et de travail.
Clientèle	Adolescents et adultes
Liens Économie sociale	<p>Depuis novembre 2000, la SOPREF a entrepris, avec le concours de la CDEC Centre-Sud/Plateau Mont-Royal, la mise sur pied de LOCAL Distribution, entreprise d'économie sociale. LOCAL Distribution permet la circulation de l'ensemble des productions et autoproductions des artistes émergents québécois.</p> <p>Le catalogue LOCAL Distribution compte plus de 350 titres domestiques exclusifs, rejoignant plus de 300 points de vente. Ce service permet la circulation d'artistes marginalisés par l'industrie traditionnelle en occupant un créneau laissé vacant par l'industrie.</p> <p>En avril 2001, LOCAL Distribution a remporté le prix spécial du jury de la Fondation du Maire de Montréal pour la jeunesse, dans le cadre du premier concours montréalais d'entrepreneuriat socioéconomique.</p>

*La «musique amplifiée» désigne un ensemble de nouvelles pratiques musicales qui jouent un rôle social d'insertion, qui permettent l'expression de la diversité sociale et culturelle, notamment des jeunes.



CIBL Radio-Montréal

La participation citoyenne
«en direct»

Description	CIBL, la radio communautaire francophone de Montréal, produit une programmation qui vise à informer, à enrichir culturellement et à divertir les Montréalais et les Montréalaises ainsi qu'à susciter la réflexion, l'action et l'engagement.
Territoire	Mercier-Hochelaga-Maisonneuve
Mission	⇒ Diffuse des artistes en émergence et appuie plusieurs causes culturelles pour soutenir le milieu.
Objectifs	⇒ Sert de tremplin pour les artistes de la relève; ⇒ S'intéresse et informe les citoyens sur les sujets locaux et montréalais; ⇒ Favorise la participation citoyenne;
Clientèle	Adolescents et adultes
Liens Économie sociale	<p>La participation citoyenne est la richesse de CIBL Radio-Montréal. Avec 275 bénévoles qui participent à la programmation de la station (animateur, journaliste, recherchiste, technicien, réalisateur, chroniqueur etc.), à raison d'environ 6 heures par semaine. CIBL est un moteur de la nouvelle implication civique, plus particulièrement chez les jeunes.</p> <p>CIBL Radio-Montréal accueille par année une moyenne de 175 jeunes qui s'impliquent pour plus de 1 100 heures par semaine. Plus du tiers des administrateurs de la station ont moins de 35 ans alors que 60% des employés de la station sont âgés entre 20 et 35 ans. Quant à son auditoire, il est composé à 42% de jeunes âgés entre 18 et 34 ans et de 14% de jeunes de moins de 18 ans.</p> <p>CIBL croit que les jeunes accordent une place de choix aux médias comme forme d'implication populaire et citoyenne. Au sein de CIBL, ceux-ci peuvent laisser cours à ce nouvel élan de bénévolat et d'implication civique.</p> <p>Cette implication bénévole permet à plusieurs d'entre eux d'acquérir une expérience significative grâce à l'encadrement et à la formation fournie par CIBL Radio-Montréal. Chaque année, plusieurs d'entre eux sont recrutés par de grands médias privés et publics et sont promus à des carrières fort prometteuses.</p>

Annexe 2 Trois exemples de projets en gestation

Sur une vingtaine de projets en gestion ou en devenir, nous avons choisi d'en présenter trois qui figurent parmi les plus prometteurs et qui sont en cours de réalisation.

Les Rendez-vous gospel se place au cœur d'un retour aux origines de la musique jazz et gospel et participera à la revitalisation du quartier de la Petite-Bourgogne.

Le TAZ, après un hiatus de quelques années (il a été forcé de déménager lorsque la Grande Bibliothèque a été construite), reverra bientôt le jour et servira plus que jamais de force d'attraction pour les jeunes en quête d'émotions fortes, cette fois dans le quartier Saint-Michel

Et **Scène ouverte** est un projet de quatre compagnies de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie qui, dans un esprit entrepreneurial, cherchent à accroître leur autonomie par une mise en commun de ressources.

Les pages qui suivent présentent un portrait détaillé de chacun de ces projets.

<h2 style="margin: 0;">Les Rendez-vous gospel</h2> <h3 style="margin: 0;">Une communauté fière de sa diversité culturelle</h3>	
Description	Profitant du momentum créé par l'événement <i>Le mois de l'histoire des Noirs</i> qui se tient chaque année en février, les Rendez-vous gospel présenteront des spectacles de chant gospel accompagnés d'artistes-invités et une programmation pour les mois à venir. Les Rendez-vous gospel planifient une série de 4 concerts gospel ayant lieu le 1 ^{er} dimanche de chaque mois, de février à mai, dans une église du Sud-Ouest.
Territoire	Sud-Ouest
Mission	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Organiser et promouvoir des événements et des activités culturelles reliés au gospel; ⇒ Reconnaître le rôle de la communauté noire issue du Sud-Ouest de Montréal dans l'émergence du jazz et du chant gospel au Québec et au Canada; ⇒ Faire découvrir le patrimoine religieux québécois; ⇒ Rendre la culture accessible aux personnes à faible revenu.
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Mettre en valeur et faire connaître le chant gospel ainsi que ses origines dans le Sud-Ouest ; ⇒ Favoriser une réappropriation par la communauté du Sud-Ouest de son patrimoine culturel ; ⇒ Favoriser le développement par les communautés culturelles d'un sentiment d'appartenance à leur quartier; ⇒ Contribuer à la revitalisation du quartier de la Petite-Bourgogne ; ⇒ Participer au développement socioprofessionnel des jeunes du Sud-Ouest.
Clientèle	Adultes, communautés culturelles, jeunes, familles
Liens Économie sociale	<p>Les Rendez-vous gospel se définissent en tant qu'entreprise d'économie sociale en culture par leur structure démocratique, leur activité marchande, leur ancrage dans le milieu et leurs visées éducatives. Les Rendez-vous gospel veulent créer une occasion de rapprochement entre les communautés culturelles vivant dans le Sud-Ouest dans une célébration de la richesse et de la diversité de ce quartier.</p> <p>Les Rendez-vous gospel proposeront des conférences sur l'histoire du chant gospel, du jazz par des acteurs importants de ces courants musicaux tels Oscar Peterson, Oliver Jones, Daisy Peterson Sweeney, Charles Biddle. On favorisera aussi la participation citoyenne par le biais d'ateliers de chant gospel ainsi que d'autres activités reliées au gospel, offerts au grand public et dans les écoles secondaires de l'arrondissement du Sud-Ouest.</p> <p>En partenariat avec le CJE Sud-Ouest de Montréal, l'organisme offrira des stages rémunérés en organisation d'événements aux étudiants et aux jeunes adultes en démarche professionnelle.</p>

<h1 style="margin: 0;">Le Taz</h1> <h2 style="margin: 0;">Sport et culture <i>par les jeunes, pour les jeunes</i></h2>	
Description	Sur une piste, une rampe ou une scène, Le TAZ est un projet d'espace jeunesse unique qui allie sports d'action et arts émergents. Ce nouveau lieu, d'une superficie de 85 000 pieds carrés sera conçu spécifiquement pour la jeunesse. Il offrira des espaces sportifs et culturels de niveau professionnel et sera construit selon les principes du développement durable pour tenir compte des générations futures.
Territoire	Centre-Nord (Villeray-Saint-Michel-Parc-Extension)
Mission	Le Taz œuvre au chapitre de la prévention et de l'intégration sociale des jeunes par la pratique d'activités sportives et culturelles. Visant leur épanouissement physique, psychologique et personnel, Le TAZ offre aux jeunes un lieu exceptionnel auquel ils peuvent s'identifier. Quatre valeurs essentielles guident les actions du TAZ : Accessibilité, Qualité, Respect, Sécurité.
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Faire renaître l'un des plus grands centres sportifs intérieurs de niveau professionnel au Canada consacrés à la pratique du Vélo BMX, du skateboard et du patin à roues alignées ; ⇒ Offrir à la relève artistique professionnelle des arts émergents et des nouvelles pratiques artistiques un espace de création, de production et de diffusion de qualité et accessible ; ⇒ Relocaliser le seul centre à but non lucratif du genre, comportant un mandat sportif, culturel et d'action sociale dédié principalement à la jeunesse et à la famille ; ⇒ Développer un projet métropolitain structurant pour accueillir l'ensemble de la communauté montréalaise et participer à la revitalisation du Centre environnemental de St-Michel et à l'ouverture du 2^e plus grand parc de Montréal ; ⇒ Participer au développement économique, social et municipal de ce pôle récréotouristique, sportif et culturel de St-Michel ;
Clientèle	Jeunes, familles et adultes de toutes les communautés culturelles et sociales
Liens Économie sociale	<p>Les sports et les arts sont des moyens d'assurer la vitalité et la santé de nos sociétés présentes et futures. En offrant des activités stimulantes et créatrices à la jeunesse, nous participons à l'acquisition de saines habitudes de vie, participons à la diminution de la délinquance et du décrochage scolaire et favorisons les échanges et la communication entre nos différentes communautés.</p> <p>Le TAZ est un important employeur puisqu'une cinquantaine de personnes sont essentielles à son fonctionnement. Le TAZ favorise l'embauche des jeunes de ses quartiers d'accueil et développe des programmes d'insertion sociale et professionnelle avec des partenaires sensibles à la cause jeunesse. Par ses choix d'entreprise et d'actions sociales, Le TAZ offre aux jeunes des occasions de participer pleinement à la vitalité de leur quartier et au bien être de leur famille.</p>

<h2 style="margin: 0;">Scène ouverte</h2> <h3 style="margin: 0;">L'entrepreneuriat au service d'une plus grande autonomie</h3>	
Description	Scène ouverte est un projet de mutualisation de ressources et de rayonnement regroupant quatre entreprises artistiques : <i>Côté Cour Côté Jardin</i> , <i>Le Groupe des 33</i> , <i>Le Moulin à Musique</i> , et <i>Les Sortilèges danses du monde</i> . Ces dernières ont inauguré leurs bureaux au 5350, rue Lafond, le carrefour des organismes communautaires dans Rosemont.
Territoire	Rosemont-La Petite-Patrie
Mission	⇒ Scène ouverte a pour mission de favoriser la mise en commun de ressources humaines, matérielles et artistiques, entre des organismes artistiques de Rosemont-La Petite-Patrie et de partager le fruit de leur démarche artistique avec la communauté.
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Implanter des espaces et des services communs facilitant le développement et le rayonnement des activités de chaque groupe qui constitue Scène ouverte; ⇒ Faciliter l'échange et entre les groupes promoteurs et entre ces groupes et la communauté; ⇒ Favoriser l'accès à des manifestations artistiques de qualité; ⇒ Créer des emplois dans le domaine des arts dans Rosemont-La Petite-Patrie.
Clientèle	Adultes, jeunes et familles
Liens Économie sociale	<p>Scène ouverte se veut un <i>lieu culturel</i>, une porte ouverte sur la communauté. Les citoyens seront les invités privilégiés des activités offertes par les promoteurs. Les organismes et les institutions de la communauté auront aussi une occasion de collaborer.</p> <p>Facilitant l'accessibilité des arts aux enfants et à leurs parents, Scène ouverte est un projet structurant pour la vie culturelle de la communauté de Rosemont-La Petite-Patrie. À plus long terme, ce lieu pourrait s'ouvrir à d'autres groupes ou artistes et devenir ainsi un véritable carrefour culturel.</p> <p>Jusqu'à maintenant, les quatre groupes ont été actifs sur le plan de la présentation de spectacles et d'événements. Parallèlement, chacun des groupes s'implique dans les différents événements qui s'adressent à la population: les Journées de la culture, les Francoquartiers, événements portes ouvertes et autres formes de médiation culturelle.</p>