



## >>> Éditorial

### **Le Conseil d'agglomération : tel que Montréal en a besoin**

*Par Benoit Labonté, président et chef de la direction  
Chambre de commerce du Montréal métropolitain*

De tous les chambardements entraînés par les résultats des référendums du 20 juin dernier, la création prochaine du Conseil d'agglomération constitue, de loin, la conséquence la plus positive pour l'agglomération urbaine de Montréal.

Prévu dans la Loi 9 par le gouvernement du Québec, le Conseil d'agglomération constitue la réponse – tout aussi pragmatique que nécessaire –, à la nécessité de préserver, dans un contexte de défusions, les fonctions stratégiques essentielles au développement d'une véritable métropole. Ainsi, c'est au Conseil d'agglomération que reviendra la responsabilité de gérer les «compétences d'agglomération», c'est-à-dire, les champs d'activité qui doivent être administrés à l'échelle de l'île pour qu'ils le soient de façon efficace, intelligente, visionnaire et équitable. De ces compétences, plusieurs sont fondamentales pour une grande métropole internationale : pensons, entre autres, au développement économique, à l'environnement et à la gestion des eaux, au réseau artériel, au transport en commun, au Conseil des arts, à la sécurité publique, à l'évaluation municipale et aux équipements et infrastructures d'intérêt collectif.

Il s'agit donc d'un appareil qui, en l'absence d'une ville couvrant l'ensemble de l'île, a toute sa raison d'être. C'est par le Conseil d'agglomération que Montréal pourra se développer, assumer véritablement ses aspirations de métropole et faire face à la vive concurrence que lui font les autres grandes villes du monde. Et parce que cette instance a toute sa raison d'être, il est tout aussi impératif qu'elle fonctionne de façon optimale.

Fort heureusement, le ministre des Affaires municipales, du Sport et du Loisir a fait preuve de beaucoup de discernement et de réalisme quant à la constitution du Conseil d'agglomération et évité de répéter les erreurs de l'ancienne Communauté urbaine de Montréal (CUM). En effet, la CUM a fait la démonstration de la difficulté de gérer des ressources communes quand chacun des représentants autour de la table n'a à cœur que de défendre ses intérêts locaux. Avec le système de double majorité requise, la CUM s'est trouvée trop souvent paralysée par un mode de fonctionnement qui encourageait l'obstruction plutôt que le compromis et la vision d'avenir.

Dans les circonstances actuelles, le nouveau Conseil d'agglomération – où les décisions seront prises à la majorité des voix – représente l'instance décisionnelle la plus susceptible de permettre l'expression du leadership décisif, de la cohérence et de la cohésion dont Montréal a besoin. Et parce qu'il y représentera près de 90 % de la population de l'île, le maire de Montréal – qui sera d'office le président du Conseil – aura toute la légitimité voulue pour exercer ce leadership.

Voilà pourquoi il est si important de donner vie au Conseil d'agglomération dans la forme prévue par la Loi 9. Montréal est à une période critique de son histoire : elle possède de nombreux atouts, mais des ressources limitées pour les mettre en valeur. Seul un leadership fort, sensible aux intérêts supérieurs de l'agglomération, permettra la prise de décisions difficiles permettant de maximiser la progression de Montréal – une progression dont nous avons cruellement besoin.

Déjà, la métropole se classe au 26 e rang sur 26 parmi les grandes agglomérations d'Amérique du Nord pour ce qui est de la richesse produite par habitant. Dans les années à venir, le ralentissement démographique touchera Montréal plus rapidement que la majorité de ses concurrentes. Il nous faudra donc, entre autres choses, exceller dans l'attraction et la rétention de talents. Et cela sera d'autant plus difficile à accomplir si Montréal ne combine pas une offre exceptionnelle de dynamisme économique, de

vitalité culturelle et de qualité de vie et d'environnement.

Parce qu'il s'agira d'une instance où les énergies pourront être mises en commun et les coûts partagés équitablement, où l'esprit de clocher et le saupoudrage de ressources trouveront difficilement leur place, où prévaudra enfin une vision d'ensemble du développement de Montréal, le Conseil d'agglomération constitue un véhicule susceptible, plus que tout autre, de permettre à Montréal de rattraper des retards criants, et ce, rapidement.

C'est pourquoi il faut opposer un non catégorique à ceux qui souhaitent y apporter des changements. La simplicité de la mécanique du Conseil d'agglomération est justement le principal gage de son efficacité. Tant et si bien qu'un léger ajustement d'apparence cosmétique au fonctionnement du Conseil d'agglomération pourrait nous laisser avec un véhicule sur lequel il ne resterait plus que... le neutre et la marche arrière.

---

## >>> Tendances

### **TOHU la Cité des arts du cirque La revitalisation d'un quartier par la culture et l'environnement**

Le début, en juin dernier, des activités de diffusion de la TOHU – la première salle permanente au Canada conçue spécifiquement pour la présentation de spectacles et de numéros de cirque – a marqué l'aboutissement de bien plus qu'un projet culturel. Il s'agit, en fait, d'une entreprise à plusieurs facettes qui a déjà un impact considérable dans le milieu où elle s'est implantée, c'est-à-dire le quartier Saint-Michel.

#### **Répondre à une demande croissante**

Le projet d'une Cité des arts du cirque est né, bien sûr, dans la foulée du succès international du Cirque du Soleil, dans les années 1990.

«Il y avait un engouement certain pour le cirque d'ici, mais la demande dépassait largement l'offre parce qu'il y avait une nette carence au niveau des infrastructures destinées au cirque, rappelle le vice-président exécutif et directeur général de TOHU, M. Charles-Mathieu Brunelle. Il s'agissait donc de créer une dynamique favorable à l'essor du cirque grâce à des infrastructures de qualité.»

C'est ainsi que la TOHU, la Cité des arts du cirque – un organisme sans but lucratif – a été créé en 1999. Mais tout, alors, restait à faire : réhabilitation du Complexe environnemental de Saint-Michel, qui fut autrefois le deuxième plus grand site nord-américain d'enfouissement en milieu urbain; aménagement des infrastructures; agrandissement du siège social international du Cirque du Soleil; construction de diverses installations, dont un Centre d'hébergement des artistes et une salle de spectacle circulaire à géométrie variable.

En tout, le projet a nécessité des investissements de 73 millions de dollars, financés à la fois par le Gouvernement du Québec, la Ville de Montréal, le Cirque du Soleil et d'autres sources privées.

#### **Une mission sociale**

Ce vaste complexe circassien situé au coin des rues Jarry et d'Iberville fournit de l'emploi direct à près de 2 000 personnes et suscite énormément d'activité économique. Il représente donc un pôle de développement extraordinaire pour un secteur de la ville dont la population est reconnue comme ayant le plus faible niveau de revenu parmi les 27 arrondissements de Montréal.

À la direction de la TOHU, on insiste pour dire que les gens du quartier doivent être les premiers bénéficiaires de ce nouveau pôle d'activité. «Nous voulons nous assurer que notre communauté d'accueil profite au maximum des retombées de notre présence, affirme M. Brunelle. Par exemple, notre personnel d'accueil vient exclusivement du quartier Saint-Michel.»

Il y a aussi, au sein de l'organisme, un engagement très clair en faveur de l'économie sociale. «Tout ce qu'il nous est possible de confier à des entreprises de l'économie sociale, nous le faisons», ajoute le directeur général de TOHU. C'est ainsi que la Cité des arts du cirque a confié à Productions Jeune'est, une organisation sans but lucratif, la formation des techniciens de scène de la TOHU. De la même façon, l'entretien du site de 300 000 pieds carrés est assurée par Coopératout, une autre entreprise de l'économie sociale.

La TOHU dit aussi avoir un préjugé favorable envers les jeunes. «Notre approche est fondée sur l'inclusion et la réinsertion sociale, souligne M. Brunelle. Nous travaillons étroitement avec les intervenants sociaux du quartier Saint-Michel afin d'aider les jeunes en difficulté, notamment les décrocheurs, à se lancer dans une carrière chez nous.»

#### **Des partenaires privés**

Cet engagement résolu en faveur de l'économie sociale n'a pas empêché certaines entreprises privées de se rapprocher étroitement de la TOHU. C'est notamment le cas de SSQ Groupe financier, qui est devenu le principal partenaire privé de l'organisme. «Nous sommes nés dans un quartier ouvrier de Québec, rappelle le président-directeur général de SSQ Groupe financier, M. Richard Bell. TOHU

représente donc le genre d'implication sociale que nous recherchons, dans laquelle se trouve une complémentarité entre la protection de l'environnement, le développement de la culture et la revitalisation d'un quartier. Je n'ai pas eu à tordre le bras du conseil d'administration pour investir dans ce projet.»

L'entreprise de Québec, qui croit que son implication dans la TOHU lui donnera aussi plus de visibilité dans la région de Montréal, épouse entièrement les objectifs de l'organisme. «Nous sommes convaincus que ce projet peut redonner vie à un quartier défavorisé comme Saint-Michel. Nous y croyons, entre autres, parce que nous avons assisté, à Québec, à cette grande réussite que fut la revitalisation du quartier Saint-Roch, qui s'est également articulée autour d'initiatives à caractère culturel.»

### **Un véritable développement durable et de qualité**

La Cité des arts du cirque est désormais bien ancrée sur ses rails et l'avenir se présente sous le meilleur jour possible. «Jusqu'à maintenant, plus de 32 000 personnes ont assisté à nos différentes activités, signale M. Brunelle. Et nous avons déjà dépassé les attentes en terme de développement économique global.» À cet égard, selon les chiffres de la TOHU, les retombées du projet en produit intérieur brut frôlent déjà les 70 millions de dollars, soit 45 millions en salaires et presque 25 millions en retombées fiscales pour les trois paliers de gouvernement.

Mais surtout, à la TOHU, on estime que le projet a suscité une mobilisation importante à l'égard de l'identité et de la fierté des gens du quartier Saint-Michel. «Il y a un climat positif qui s'est installé ici, conclut le directeur général. C'est le signe précurseur d'un véritable développement durable et de qualité.»

---

## **>>> Commerce international**

### **L'exportation de produits culturels**

#### **La règle d'or : être bien préparé et savoir cibler ses marchés**

Le secteur culturel occupe une place croissante dans l'économie canadienne, avec un chiffre d'affaires qui dépasse aujourd'hui les 22 milliards \$. Il n'est donc pas étonnant de constater que depuis 1996, les exportations de produits culturels canadiens ont connu une croissance fulgurante pour atteindre en 2002 un total de cinq milliards \$.

Cette croissance marquée pourrait donner à penser qu'il est relativement facile pour nos produits culturels de trouver preneur à l'étranger; mais c'est loin d'être le cas. Il faut bien sûr un produit original, distinctif et de qualité, mais il faut également s'armer de patience et savoir précisément où on s'en va.

### **Un plan d'exportation ciblé**

Comme dans les autres types d'entreprises commerciales, l'exportation de produits culturels exige au préalable une solide préparation fondée sur la connaissance des marchés qu'on souhaite pénétrer. «Dans un premier temps, il faut y aller comme observateur – que ce soit dans les foires commerciales ou autres types d'événements – afin de bien comprendre ce qui s'y passe et d'avoir une idée précise de la place de son produit dans un marché donné, souligne Mme Héroïse Côté, commissaire au commerce culturel au ministère du Patrimoine canadien. Une bonne stratégie de pénétration de marché peut, entre autres, se fonder sur un partenariat avec un producteur local pour s'assurer que le produit offert correspond vraiment à la demande du public ciblé.»

À cet égard, si on vise les États-Unis, il ne faut surtout pas faire l'erreur de penser qu'il s'agit d'un marché uniforme. «Les États-Unis ne sont pas «un» marché, rappelle Mme Côté. C'est une foule de petits marchés qui ont chacun leurs particularités, leurs goûts et leurs exigences.»

Et quel que soit le marché qu'on souhaite pénétrer, la patience est de mise. «Il faut penser à long terme», affirme Danielle Demers, directrice générale des Productions Mille-Pattes, la maison de disques et de production de la Bottine Souriante, qui obtient beaucoup de succès dans plusieurs pays d'Europe et compte maintenant des fidèles en Nouvelle-Angleterre, en Louisiane et dans le Midwest américain.

«Il ne faut pas penser faire un coup d'argent dès le départ et même si ça marche la première fois, ça ne veut pas dire que ça va continuer, poursuit Mme Demers. Il faut être persévérant, se doter de bons *bookers* et de bons agents sur place et ne pas craindre d'y aller à perte au début.»

### **Une mécanique souvent complexe**

L'un des plus importants succès d'exportation d'un produit culturel québécois, par les temps qui courent, est sans contredit le spectacle équestre *Cavalia*. Après une série de représentations l'an dernier à Shawinigan, Montréal et Toronto, *Cavalia* a installé son chapiteau sur la côte Ouest des États-Unis. Depuis février dernier, la troupe a donné environ 150 représentations à San Francisco, Los Angeles, Seattle et à nouveau San Francisco. Elle s'apprête maintenant à présenter son spectacle à San Diego pendant quelques semaines pour ensuite retourner à Los Angeles.

«Ce n'est pas un hasard si nous avons choisi d'entreprendre notre tournée américaine en Californie, souligne le créateur et producteur de *Cavalia*, Normand Latourelle, un ancien du Cirque du Soleil dont il avait organisé la première tournée aux États-Unis en 1987, précisément sur la Côte Ouest américaine. Notre spectacle est avant-gardiste, avec un accent poétique très prononcé, et nous avons pensé qu'il

serait mieux accueilli en Californie, et particulièrement à San Francisco. Son intuition ne l'a pas trompé puisque *Cavalia* a attiré dans cette ville plus de 100 000 spectateurs en 70 représentations.

Pour Normand Latourelle, il n'y a pas que les marchés qui doivent être ciblés. Les communications doivent l'être aussi. «Il ne faut pas s'éparpiller au plan des communications et ne pas dépenser trop à l'avance. En ce qui nous concerne, nous avons toujours attendu d'être sur place pour faire le placement média du spectacle et nous l'avons fait sur une période très courte.»

Mais selon M. Latourelle, le plus grand risque de *Cavalia* aux États-Unis était plus organisationnel que d'affaires. «Au plan de la logistique, il nous fallait transporter une quarantaine de chevaux, autant de semi-remorques et déplacer une centaine de personnes pour lesquelles il fallait obtenir des permis de travail aux États-Unis. Et comme nous nous produisons nous-mêmes, il nous fallait aussi établir une structure corporative américaine. C'est complexe et ça coûte cher.»

#### **Le soutien gouvernemental**

Plus que dans d'autres secteurs de l'économie, les exportateurs de biens culturels sont essentiellement des petites et moyennes entreprises qui ont beaucoup à perdre, au plan financier, en cas d'échec. «Ce sont les PME qui ont le plus besoin de nous, souligne Mme Côté. Nous les aiguillons du mieux que nous pouvons. Nous leur ouvrons des portes et nous leur faisons profiter de notre réseau de contacts sur les marchés extérieurs.»

L'exportation des produits culturels québécois est en développement et le World Trade Centre Montréal offrira au cours de sa saison 2004-2005 des [séminaires](#) pour aider nos entreprises culturelles à profiter des occasions d'affaires sur les marchés étrangers.

Mais comme dans les autres domaines, l'argent demeure aussi souvent le nerf de la guerre. Pour lancer *Cavalia* aux États-Unis, Normand Latourelle a obtenu des prêts de Développement Économique Canada – Programme d'aide à l'exportation – et d'Investissement Québec, une aide financière de Tourisme Québec en plus de se prévaloir de certains programmes de création d'emplois. «C'était indispensable, dit-il. Nous ne serions pas partis sans ça.» Mais il s'empresse d'ajouter que, déjà, la totalité des prêts obtenus ont été retournés en taxes.

---

## **>>> Information d'affaires**

### **Yes Montreal aide les artistes à trouver de l'emploi et à développer leur sens des affaires.**

Il existe un préjugé tenace selon lequel les artistes sont de piètres gestionnaires. S'il n'en tient qu'à Yes (Youth Employment Services) Montréal, cette idée reçue risque d'être mise sérieusement à mal dans les années qui viennent.

Fondé en 1993, cet organisme communautaire sans but lucratif s'est donné pour mission d'offrir des services de mentorat, de réseautage, d'orientation professionnelle et de recherche d'emploi aux jeunes Montréalais de langue anglaise, en particulier ceux qui oeuvrent dans le domaine artistique. De plus, elle offre chaque année à des entreprises en démarrage un certain nombre de subventions – en collaboration avec la Fondation du Maire de Montréal pour la jeunesse – et de prêts – en collaboration avec la Fondation canadienne des jeunes entrepreneurs.

Depuis la fondation de Yes Montreal, [Info entreprises](#) – une direction de services de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain – collabore aussi étroitement avec l'organisme sur plusieurs projets, le faisant bénéficier de nombreux programmes et services. Cet engagement d'Info entreprises rejoint d'ailleurs celui de la Chambre, qui est pleinement consciente de l'importance de la culture et de sa contribution constante au développement économique et au rayonnement global de la métropole.

#### **Aider les artistes à vivre de leur art**

«Nous voulons amener les artistes à se considérer comme des travailleurs autonomes», déclare Mme Susan Molnar, coordonnatrice des programmes destinés aux arts à Yes Montréal. «Dans cette perspective, nous les aidons à développer leurs compétences en affaires en organisant des panels, des ateliers et des conférences concernant divers aspects de la vie d'une entreprise.»

Ainsi, au cours des derniers mois, l'organisme a tenu divers événements d'information sur une foule de sujets d'ordre pratique et stratégique tels que le démarrage d'une entreprise, la préparation d'un plan d'affaires, la comptabilité, le droit, l'organisation d'une place d'affaires et le réseautage.

Ces événements, qui ont attiré des milliers de personnes intéressées, ont eu des effets très positifs sur les artistes qui y ont participé, selon Mme Molnar. «Ces panels et conférences ont aidé beaucoup de ces jeunes à sortir de leur isolement, à se sentir mieux appuyés, à être plus en mesure de valider leurs choix et, au bout du compte, de pouvoir vivre de leur art.

D'ailleurs, dans cet esprit, Yes Montreal s'apprête à publier un ouvrage intitulé Business Skills for Creative Souls, une sorte de guide à l'intention des artistes montréalais, dans lequel ils trouveront de l'information pratique sur huit enjeux d'affaires bien précis pour ceux qui veulent percer dans un marché

difficile.

### **Des outils d'affaires pour réussir**

Jennifer Gasoi est une de ces jeunes artistes qui disent avoir profité pleinement des services de Yes Montréal. Originnaire de Vancouver et Montréalaise depuis deux ans, cette chanteuse de blues et de jazz compose aussi des chansons pour enfants enregistrées et distribuées par sa propre maison de production, Sparkling Productions.

Jennifer a suivi récemment une série de conférences intitulées «Démarrer sa propre entreprise». Elle affirme y avoir beaucoup appris. «Les gens de Yes Montréal m'ont aidé à organiser l'aspect «affaires» de ma vie, souligne-t-elle. Ils m'ont aidé à bâtir mon plan d'affaires, m'ont prodigué beaucoup d'encouragement et m'ont permis d'acquérir la solide base entrepreneuriale dont j'avais besoin.»

Selon Jennifer Gasoi, les connaissances qu'elle a acquises au contact de l'organisme sont inestimables. «Beaucoup d'artistes ont du talent, mais ne vont nulle part parce qu'ils ne disposent pas des outils d'affaires dont ils auraient besoin pour réussir.»

### **Réussir à Montréal**

Bien sûr, il n'est pas facile pour un artiste anglophone de vivre de son art à Montréal, en particulier pour ceux qui oeuvrent dans le spectacle, la littérature et le cinéma. Mais selon Mme Molnar, il y a chez les jeunes Montréalais qui font appel à son organisme une identification très claire à la métropole. «Souvent, dit-elle, ce sont des gens nés à l'extérieur mais qui se sentent chez eux ici. Et même si ce n'est pas facile, c'est ici qu'ils veulent réussir.»

«Les plus gros marchés au Canada sont à Toronto et en Colombie Britannique, admet Jennifer Gasoi. Mais j'aime l'idée que Montréal demeure mon camp de base.»

Quand on connaît le succès international qu'obtiennent des Montréalais anglophones comme Leonard Cohen, Rufus Wainwright et Melissa Auf Der Maur, il faut bien admettre que rien n'est impossible.

Pour lire les nouvelles et connaître les nouveaux programmes et services gouvernementaux sur le site d'Info entreprises, cliquez ici : <http://www.infoentrepreneurs.org/francais/nouvelles.cfm>

## **>>> Tableau de bord Extra**

### **Affaires et culture, une association gagnante**

Tout récemment, la Ville de Montréal annonçait son appui financier au Partenariat du Quartier des spectacles en soulignant l'effet de levier que constitue à Montréal le secteur de la culture. De plus en plus, la culture est, à juste titre, perçue comme un facteur de compétitivité pour l'agglomération métropolitaine de Montréal. Nombreux sont les acteurs du développement économique qui reconnaissent l'importance du facteur «créativité» dans l'attractivité d'une métropole. En effet, on attribue à la culture un triple impact : non seulement cette industrie génère-t-elle de l'activité économique et crée-t-elle des emplois, mais elle contribue également à la qualité de vie des citoyens et constitue un élément dominant du rayonnement de la ville à l'étranger.

L'impact économique de la culture est substantiel : 5,4 milliards de dollars en dépenses brutes annuelles<sup>1</sup>, 90 000 emplois directs et indirects<sup>2</sup>, des dépenses moyennes par ménage en loisirs culturels de 1 196 \$ en 2001<sup>3</sup>.

Plus qu'un moteur économique, la culture est aussi un facteur primordial de la qualité de vie. Avec, à Montréal, un réseau de 57 bibliothèques publiques, 37 diffuseurs culturels dans les arrondissements, dont 12 maisons de la culture, 32 musées, 28 centres d'exposition, 19 centres d'interprétation, plus de 200 troupes de théâtre et deux orchestres symphoniques, la culture foisonne à Montréal, est accessible et fait partie du quotidien des Montréalaises et des Montréalais.

Parce que la culture nous entoure, certains oublient que sa vitalité constitue un atout pour la métropole au plan international, une part importante de son image de marque et de sa renommée, de même qu'une source de fierté pour tous les citoyens de la grande région métropolitaine. Non seulement profitons-nous d'une offre culturelle riche et variée, mais notre réputation à l'étranger de métropole culturelle renferme un énorme potentiel.

La convivialité et la diversité de la culture confèrent à Montréal un fort pouvoir d'attraction. Ses nombreux attraits touristiques culturels - festivals, musées, quartiers historiques ou branchés, etc - attirent près de 2 millions de touristes annuellement<sup>4</sup>. En 2004, pour sa 25<sup>e</sup> édition, le Festival international de Jazz rassemblait plus de 1,9 million de visiteurs et la fréquentation totale du Festival Juste pour Rire dépassait 1,7 million, dont environ 24 % de touristes.

De plus, grâce à des réussites de calibre international telles que celle du Cirque du Soleil, Montréal occupe maintenant une position de leader mondial dans certaines disciplines artistiques. La position

avantageuse de la ville dans les arts du design vient d'ailleurs d'être reconnue par le choix de Montréal pour y implanter le siège social de l'International Design Alliance. Comme le fait observer M. Richard Florida, spécialiste américain en développement économique, la notoriété de la qualité et de la créativité des produits culturels et de la main-d'œuvre de la métropole peut avoir un effet d'attraction tant sur les entreprises qu'auprès des travailleurs spécialisés.

En fin de compte, le secteur de la culture est un moteur de développement économique à la source d'un cercle «vertueux» : une vie culturelle foisonnante, de pair avec un climat de créativité généralisée, se traduit par une ville dont la qualité de vie est plus attrayante, attire plus de gens – tant touristes que travailleurs –, plus d'investissements et plus d'entreprises à Montréal, ce qui génère plus de prospérité. En retour, le secteur culturel et l'économie dans son ensemble s'en trouvent plus riches et plus forts. La pertinence de cette association est validée dans les résultats d'un sondage du Conseil pour le monde des affaires et des arts du Canada (CMAAC). On y découvre que deux tiers des entreprises canadiennes interrogées en 1997-1998 affirment participer au financement d'activités culturelles pour s'associer à leur image de réussite et par conviction que la culture est une force positive pour la société, qui stimule la créativité et encourage des façons de penser nouvelles.

Paradoxalement, le [Bulletin de santé de Montréal](#), une étude réalisée par la Chambre de commerce du Montréal métropolitain qui fut publiée au mois de mai dernier, révélait que la culture n'est pas encore considérée à sa juste valeur comme un facteur de compétitivité par la communauté d'affaires montréalaise.

Cette réalité se reflète, entre autres, par une plus faible contribution du secteur privé au financement des activités culturelles et artistiques montréalaises, comparativement à ce que l'on retrouve, notamment, dans d'autres grandes villes canadiennes. Le Conseil pour le monde des affaires et des arts du Canada (CMAAC) révélait qu'en 1997-1998, près de 12 % des revenus des compagnies des arts du spectacle québécoises provenaient du secteur privé, alors que la moyenne nationale était de 22 %, ce qui plaçait la province à l'avant-dernière place au pays. Le défi consiste donc à accroître la participation du secteur privé dans le financement des activités culturelles et artistiques. Ce défi, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain le fait sien pour les mois à venir.

#### Pourcentage de l'emploi lié aux activités artistiques et culturelles

Rang	Métropole	% emplois
1	Vancouver	5,9
2	New York	5,8
3	Atlanta	5,5
<b>4</b>	<b>Montréal</b>	<b>5,5</b>
5	Seattle	5,3
6	Toronto	5,3
7	Ottawa	5,0
8	Calgary	5,0
9	Miami	4,9
10	Philadelphie	4,6
11	Chicago	4,4
12	Boston	4,2

Source : *Bulletin de santé*, Chambre de commerce du Montréal métropolitain, p.53.

---

<sup>1</sup>Ville de Montréal, *Énoncé de politique culturelle*, 2003.

<sup>2</sup>Ville de Montréal, *Énoncé de politique culturelle*, 2003.

<sup>3</sup>MCCQ, Observatoire de la Culture et des communications du Québec, *Statistiques principales de la culture et des communications au Québec*, Édition 2004.

<sup>4</sup>Ville de Montréal, *Énoncé de politique culturelle*, 2003

---

>>> **Sur la colline**

**Maintenant, nous savons !**

La **Ville de Montréal** n'aura plus le même visage à l'aube du 1<sup>er</sup> janvier 2006. Depuis le 20 juin dernier, nous savons que 15 des 28 municipalités qui avaient été fusionnées en 27 arrondissements retrouveront leurs anciennes délimitations dans un peu moins de 15 mois. Cependant, ce sera le Conseil d'agglomération, dans lequel la Ville de Montréal détiendra la majorité des voix, qui conservera les véritables leviers du développement de Montréal. Les municipalités reconstituées, quant à elles, auront des pouvoirs beaucoup plus limités. Même avec ces défusions, le poids démographique de la Ville de Montréal demeurera significatif et conservera près de 90 % de la population de l'actuelle Ville.

L'une des conséquences presque immédiates des référendums a été la démission de Robert Libman et Peter Yeomans, membres du comité exécutif de la Ville de Montréal et élus de secteurs ayant opté pour la défusion. Pour les remplacer, le maire de Montréal, Gérald Tremblay, a récemment procédé au remaniement de son comité exécutif en faisant appel au conseiller d'Outremont, Stéphane Harbour, à titre de responsable de l'aménagement du territoire, de l'urbanisme et de l'architecture. Quant à Georges Bossé, le maire lui a confié la responsabilité supplémentaire de la sécurité publique. Par ailleurs, trois séances ordinaires du conseil de ville sont au programme d'ici la fin de la présente année : 25 octobre, 22 novembre et 13 décembre. La présentation du budget par M. Frank Zampino constituera vraisemblablement la pièce de résistance des discussions d'ici 2005.

#### **Santé et péréquation sont à l'ordre du jour**

L'entente signée entre les provinces et le gouvernement du Canada dans la nuit du 15 au 16 septembre dernier élimine une incertitude. Cette entente permettra aux premiers ministres provinciaux et à ceux des territoires de bénéficier de revenus supplémentaires en matière de santé. En fait, le **gouvernement fédéral** a convenu d'injecter, sur une période de six ans, 18 milliards de plus dans la santé au pays. Qui plus est, le Québec a obtenu un statut particulier dans le cadre de cette entente «asymétrique». Le Québec, à la différence des autres provinces, n'est donc soumis à aucune condition de la part du gouvernement fédéral pour l'obtention de ces nouveaux montants en santé. Les autres provinces et territoires doivent établir d'ici la fin de décembre 2005 des délais d'attente raisonnables dans la prestation de soins de santé à leurs patients pour pouvoir bénéficier de ces sommes additionnelles. **Sur la scène politique québécoise**, il y a fort à parier que le financement en santé occupera encore les parlementaires à l'ouverture des travaux de l'Assemblée nationale prévue le 19 octobre prochain.

Nous savons également qu'il y aura une autre rencontre des premiers ministres le 26 octobre prochain. Cette fois, M. Paul Martin invite les provinces et les territoires à «discuter de la péréquation, de la formule de financement des territoires (FFT) et de débattre d'autres pressions financières auxquelles les provinces et les territoires sont soumis». Puisque la question du déséquilibre fiscal y sera vraisemblablement soulevée, il sera intéressant de suivre l'évolution de ce dossier.

#### **Des alliances à venir !**

Sur la scène politique fédérale plus spécifiquement, nul besoin de préciser qu'au lendemain du discours du Trône prononcé par la Gouverneure générale du Canada, Mme Adrienne Clarkson, le mardi 5 octobre, le Parlement aura une toute autre allure. Pour la 10<sup>e</sup> fois dans l'histoire du Canada, les Canadiens ont élus, le 28 juin dernier, un gouvernement minoritaire. Le premier ministre Paul Martin devra certainement composer avec les partis d'opposition pour faire avancer des politiques qui lui sont chères. Parmi les nouveaux ministres au cabinet de M. Martin, il est à noter que le ministre de l'Environnement, Stéphane Dion, sera de passage à la Chambre le 14 octobre prochain pour nous livrer un discours ayant pour titre : «L'environnement et l'économie : un partenariat pour l'avenir». Plus de détails sur [le site de la Chambre](#).

