

QUAND L'AFFICHAGE DEVIENT SAUVAGE!

**Rapport sur la
problématique de l'affichage
sur le mobilier urbain**



MARS 2010

TABLE DES MATIÈRES

Cette table des matières est interactive. Pour vous rendre à la rubrique désirée, cliquez sur son énoncé.

INTRODUCTION

1. ÉTAT DES LIEUX

1.1 Les initiatives de concertation

1.2. La propreté, la législation et son application

2. LA SOLUTION : LES MODULES D’AFFICHAGE URBAIN

2.1. Retour sur le projet pilote du Quartier des spectacles

2.2. Les modules d’affichage sauvage présents à Montréal et ailleurs...

2.3. Appréciation des modules d’affichage culturel dit sauvage et recommandations

2.4. Le projet Affichage collectif

CONCLUSION

LISTE DES RECOMMANDATIONS

ANNEXE A

ANNEXE B

ANNEXE C

Veillez noter que ce document a été compressé pour le web. Lorsqu’imprimées, les images seront dégradées à la sortie. Pour obtenir une copie du document sans images, merci de contacter Sébastien Croteau.

INTRODUCTION

Depuis les 3 dernières décennies, l'affichage sur le mobilier urbain existe et est maintenant partie intégrante du paysage montréalais. Des milliers d'affiches tapissent depuis les lampadaires de la Ville, les poteaux électriques d'Hydro-Québec et les boîtes aux lettres de Postes Canada. Mais bien que ce genre d'affichage remonte déjà au début des années 80, pratiquement aucune législation n'est venue encadrer cette pratique, mis à part la légalisation de l'affichage sur les palissades de chantiers de construction comme en témoigne l'historique de la compagnie Publicité Sauvage.

Historique de Publicité Sauvage (source : site Internet Ps)

« Début 80, un jeune artiste à l'esprit rebelle sillonne Montréal avec son seau de colle et un sac rempli d'affiches. Ce qui était un projet étudiant devient pour Beaudoin Wart une extraordinaire visibilité à offrir à ses amis artistes. Un oeil sur les policiers, un oeil sur l'affiche de Michel Lemieux ou de La la la Human Step, il colle.

En voyage, il est frappé par l'approche européenne de l'affichage et revient encore plus convaincu de la nécessité d'offrir cette visibilité au milieu culturel montréalais.

On n'arrête pas le progrès et encore moins Beaudoin! Dès 87, avec l'achat d'une super minoune, Publicité Sauvage se démarque en faisant l'entretien des palissades, question de propreté urbaine. D'autres essaient aussi d'offrir le service. En ces temps de « guerre », la visibilité d'une affiche est d'une heure à une journée et il en faut donc des quantités pour obtenir le même effet qu'aujourd'hui. Comme dans toutes les agglomérations du monde, une seule entreprise survit et PS offre à nouveau la meilleure visibilité possible avec une quantité minimale d'affiches.

En 94, appuyé par une soixantaine de clients, PS convainc les instances municipales de légaliser l'affichage sur les palissades de chantiers de construction.

En 20 ans d'activité, l'entreprise est passée de 3 à plus de 30 employés et sa flotte de camions parcourt les rues 7 jours sur 7. Malgré tout, PS est resté fidèle aux artistes qui reviennent y chercher la visibilité dont ils ont besoin année après année. »

Ce texte soulève non seulement la très lente progression de l'encadrement de l'affichage sauvage, mais aussi que d'autres initiatives visant à répondre à ce besoin de visibilité ont été abandonnées au profit de Publicité Sauvage. On constate donc que l'exclusivité que détient cette firme vient combler de manière commode le manque d'encadrement efficace de cette pratique, mais cela ne suffit pas.

Ces dernières années, un certain esprit de tolérance envers ce type d'affichage a prévalu, mais un durcissement récent des orientations de la réglementation sur la propreté prises par la Ville de Montréal a provoqué une recrudescence marquée des constats d'infraction. Or, ce sont les petits lieux d'art et de spectacles (PLAS) qui en héritent, les accablant ainsi d'une charge financière supplémentaire pouvant les placer dans une situation précaire.

Revenons sur l'exclusivité de la firme Publicité Sauvage et les limites qu'elle impose aux petits producteurs et aux PLAS. Une campagne d'affichage sur palissades impose un format d'affiches d'au moins 11" par 17" et l'impression d'un minimum de 300 affiches, puisque la mise en place débute à 300 affiches. Si nous estimons que les frais pour répondre à cette exigence s'élèvent à près de 1000 \$, l'amortissement de cet investissement représente à lui seul 100 spectateurs à 10 \$ chacun. Les revenus de prestation étant déjà très incertains, cela suppose que les revenus générés par un spectacle seraient presque entièrement engloutis dans ce nécessaire exercice de visibilité. Compte tenu de la remarquable effervescence de la scène culturelle, seule une solution légale viendrait à bout de résoudre le problème et d'offrir aux jeunes artistes un outil de publicité qui puisse répondre à leurs attentes.

Même si on les considère davantage aujourd'hui que par le passé, nous ne répéterons jamais assez que les manifestations artistiques produites en marge d'une industrie bien rodée dans les PLAS contribuent au dynamisme et à la richesse de l'offre culturelle de Montréal. Il importe donc que ces petits lieux puissent aussi rejoindre une clientèle variée sans toutefois

entacher l'image de notre ville qui s'améliore sans cesse et provoquer des levées de boucliers par des comportements anarchiques. C'est une problématique réelle, maintes fois évoquée à Montréal et qui a fait l'objet d'actions dans d'autres centres urbains (notamment sur la rue Banks à Ottawa).

Le plan d'action Ville de Montréal/MCCCCF/APLAS ouvre la porte à une discussion sur la question de l'affichage et l'APLAS a donc sondé le milieu afin de mieux saisir les différents aspects de cette réalité. Ce rapport vise donc à éclaircir et explorer les points suivants : que peut faire la Ville dans ce dossier? Que peuvent espérer les PLAS?

1. ETAT DES LIEUX

1.1. Les initiatives de concertation

1.1.1. L'APLAS consulte ses membres

Comme la question concerne plusieurs des membres de l'APLAS, nous avons décidé d'organiser, le 26 avril dernier une rencontre avec les PLAS, avec comme thématique, l'affichage sur le mobilier urbain. Une douzaine de représentants de PLAS se sont déplacés afin de venir échanger sur la question. Ces échanges nous ont permis entre autres de valider le fait que l'affichage constitue bel et bien une problématique importante pour les lieux, de refaire une présentation du projet pilote du Quartier des spectacles et de discuter des pistes de solution.

Ce qui est ressorti de cette rencontre est essentiellement que, peu importe le type de support utilisé dans un projet de parc de modules d'affichage, il faut que celui-ci permette une grande liberté d'action pour les utilisateurs, qu'il soit facile d'utilisation et qu'il requiert une gestion minimale nécessitant peu ou pas de coûts pour les PLAS. Il a même été question de tout simplement légaliser l'affichage sur le mobilier urbain.

À la suite de cette rencontre, nous avons commencé d'amples recherches afin d'éclairer le sujet sous tous les angles. Nous exposerons donc maintenant les extraits les plus pertinents des récents documents que nous avons consultés.

1.1.2. Centre d'éducation et d'action des femmes de Montréal – mai 2006

« 7. CULTURE

7.1 Que les acteurs culturels du quartier mettent en place des moyens afin que les résidentes du quartier s'approprient leurs espaces culturels;

7.2 Que l'on favorise la mise en valeur des talents locaux;

7.3 Que la bibliothèque compte une plus grande variété de documents et un plus grand nombre d'exemplaires pour un même ouvrage;

7.4 Que des lieux d'affichage publicitaire soient prévus et organisés pour prévenir l'affichage sauvage; crée des espaces pour permettre et valoriser la pratique légale de graffiti. »¹

1.1.3. Commission permanente du conseil municipal sur les services aux citoyens (déposé au conseil municipal le 28 mai 2007)

« Considérant que le comité exécutif a adopté, le 13 décembre 2006, le Programme de la propreté et de l'entretien 2007-2010;

Considérant qu'une des cinq cibles d'intervention de ce programme est l'affichage sauvage sur le domaine public et les graffitis sur les domaines public et privé;

Considérant qu'un des moyens d'intervention préconisés est de favoriser davantage la coalition de partenaires, des résidents et des organisations communautaires pour contrer la prolifération des graffitis sur les domaines public et privé; »²

Nous avons également eu l'opportunité de discuter avec une agente du SPVM et de rencontrer deux maires d'arrondissement (Ville-Marie et Plateau Mont-Royal). Ces échanges ont permis entre autres de mieux comprendre certains mécanismes liés à la problématique. Les échanges avec les maires d'arrondissement et Mme Catherine Sévigny (responsable de la culture au comité exécutif de la Ville) nous ont permis de constater que nous devons poursuivre et intensifier le travail de sensibilisation des élus à cette problématique et nous ont fait comprendre que des appuis et des actions politiques étaient plus que nécessaires afin de faire avancer les choses plus rapidement.

Par la suite, nous avons réussi à obtenir une lettre d'appui officiel du Forum jeunesse de l'Île de Montréal (voir annexe B). Lettre que nous avons fait parvenir au Service de la culture de la Ville de Montréal, au MCCCCF et à Madame Catherine Sévigny.

Comme nous savons qu'un positionnement politique de l'enjeu de l'affichage sauvage est important pour l'avancement du projet et comme nous savons que les élections municipales approchaient à grands pas, nous avons donc travaillé à

1. Extrait de la Déclaration citoyenne des femmes de Ste-Marie réalisée par les membres du comité d'action locale du Centre d'éducation et d'action des femmes de Montréal – mai 2006

** Extrait du rapport de consultation et recommandations sur *LE SENTIMENT D'APPARTENANCE DES JEUNES MONTRÉLAIS À LEUR VILLE*

placer cet enjeu dans les différentes plateformes électorales des partis.

1.1.4. Le travail de réflexion du comité Relève et pratiques émergentes (Culture Montréal)

Afin de donner un impact aux différentes réflexions sur l’affichage, l’APLAS a participé aux travaux du comité Relève et pratiques émergentes de Culture Montréal et, par la suite, à l’élaboration de la plateforme électorale du Forum jeunesse de l’île de Montréal (qui a un lien direct avec la Conférence régionale des élus de Montréal) qui s’est largement inspirée des travaux du comité RPÉ pour émettre les revendications du secteur culturel lors des dernières élections municipales. Les élus du Forum jeunesse ont d’ailleurs rencontré tous les partis concernés pour leur faire part de cette plateforme et ont évalué avec eux les différents enjeux et les priorités de chaque secteur.

Soulignons que le comité RPÉ de Culture Montréal est composé par un ensemble d’acteurs pluridisciplinaires issus du milieu de la relève. Les discussions qui ont animé les rencontres tenues ont donc touché l’ensemble des problématiques de la relève et des pratiques émergentes de l’île de Montréal. »

Le travail de réflexion du comité RPÉ s’est soldé par la formulation des trois recommandations suivantes :

1— Accorder aux artistes de la relève un meilleur accès aux espaces de diffusion existants et offrir de nouveaux espaces de création (murs, pavés, places, mobilier urbain).

2— Participer à la promotion et à la visibilité des événements par la création de nouveaux espaces d’affichage culturel dédiés aux artistes de la relève et aux petits lieux de diffusion.

3— Maximiser l’accès aux Maisons de la culture, notamment en ouvrant leurs portes à la relève durant l’été, et améliorer la diffusion de la relève dans le réseau Accès Culture. »

Il est heureux de constater que les principaux trois partis politiques municipaux, dans leurs programmes respectifs, ont fait écho au cas de l’affichage. Union Montréal et Projet Montréal ont fidèlement repris les recommandations susmentionnées et Vision Montréal a formulé sa propre proposition.

Le sujet de l’affichage gagne donc en considération à Montréal, grâce à des initiatives de regroupements, aussi intéressés par la diffusion de la culture que par ses manifestations dans l’espace urbain. Ce besoin de visibilité avéré doit donc être suivi d’actions concrètes, et ce, de manière urgente. Même si cela paraît plus évident que jamais, le budget de la Ville concernant la propreté est largement imparti au nettoyage systématique plutôt qu’au développement d’options viables. Pire encore, les dispositions de la loi et son application donnent lieu à des joutes juridiques aussi fastidieuses que stériles. Les PLAS connaissent-ils la réglementation? Les forces policières sont-elles sensibles à la problématique de l’affichage et de quelle façon appliquent-elles la loi?

1.2. La propreté, la législation et son application

Afin d’apporter un éclairage complet et ainsi pouvoir répondre aux questions laissées en suspend au point précédent, nous abordons maintenant ce qui représente certainement le plus grand irritant dans ce dossier : les sanctions punitives qui pèsent sur les PLAS. L’APLAS accompagne présentement certaines d’entre elles (Café Chaos, Divan Orange, Katacombes, Sala Rossa) à travers le long processus judiciaire dans lequel les a introduits une série de contraventions injustifiées. Injustifiées, car oui, les PLAS connaissent en général suffisamment les règlements municipaux pour qu’une clause aux contrats qui les lient aux producteurs retenant leurs services les rappelle et identifie clairement la responsabilité de ces derniers en cas d’infraction. L’Association des petits lieux d’art et de spectacles (L’APLAS) a donc rencontré Mme Catherine Sévigny, alors responsable de la culture à Mairie de Montréal, ainsi que deux maires d’arrondissement visés par la problématique (Ville-Marie et Plateau-Mont-Royal) dans le but de réclamer un arrêt complet des procédures judiciaires concernant l’affichage de spectacles sur le mobilier urbain et pour les entretenir de la mise en place d’un parc de modules d’affichage pour les petits lieux d’art et de spectacles. Il semble qu’aucun ne pouvait intervenir dans les dossiers juridiques déjà saisis par

la Cour municipale. Les démêlés avec la justice se poursuivent donc et un avocat qui connaît bien le dossier prête actuellement main-forte à L'APLAS et les lieux concernés afin d'identifier les options légales qui pourraient inclure jusqu'à la contestation même de la validité du règlement municipal en matière de propreté. Nous vous proposons de faire un bref survol des programmes concernant la propreté, de la réglementation de la Ville de Montréal et l'application de celle-ci.

Quelques exemples chiffrés peuvent aisément illustrer l'ampleur de problème : au moment d'écrire ces lignes, les Katacombes, le Divan Orange et le Café Chaos cumulent individuellement, cette année, approximativement 12 000 \$ en constats d'infraction liés à l'affichage sur le mobilier urbain. Dans les dernières années et de façon cumulative, c'est plus de 50 000 \$ en constats d'infraction que ces lieux ont reçu.

1.2.1. Extrait du rapport de consultation et recommandations sur L'ÉLABORATION D'UN PROGRAMME DE PROPRETÉ À MONTRÉAL

(Déposé au conseil municipal le 19 juin 2006)

« Le deuxième volet du plan d'action porte sur l'embellissement de la Ville et prévoit la plantation de 10 000 arbres au cours des 4 prochaines années. Le troisième volet porte sur l'expérimentation de nouveaux bacs de recyclage dotés d'un filet dans l'arrondissement de Ville-Marie. Parmi les autres actions, 5.5 M\$ seront consacrés au centre-ville afin d'augmenter le nombre d'inspecteurs et développer un partenariat avec les résidents et les organismes. Ainsi, 800 000 \$ seront consacrés à l'enlèvement des graffitis et 75 000 \$, à des activités éducatives de prévention de ceux-ci. »

1.2.2. Extrait de L'HISTORIQUE DES INTERVENTIONS DE LA VILLE DE MONTRÉAL EN MATIÈRE DE GRAFFITIS

« 1996

Globale et intégrée : conciliation d'une approche corrective et d'une approche préventive, avec quatre axes d'intervention (enlèvement, prévention, sensibilisation et réglementation)

1. Enlèvement : réduire la prolifération de ces deux formes d'expression non autorisées
2. Prévention : canaliser ces pratiques illégales dans des zones autorisées
3. Sensibilisation : informer divers segments de la population en vue de prévenir la prolifération de ces pratiques
4. Réglementation : faire appliquer la réglementation existante et la faire évoluer au besoin

2000 – Budget de 1,7 M\$

3. Sensibilisation

Intervention en fonction des divers publics cibles :

- 10-14 ans, la bande dessinée des graffiteurs avec Max, le personnage principal
- 14-20 ans, événements culturels à la place Hydro-Québec (spectacle hip-hop organisé par le Café-Graffiti depuis 1998) et au cinéma York (événement Under Pressure organisé par le groupe Urban X-Pression depuis 1996) Kiosque Graffiti du Salon Pepsi Jeunesse financé par la Table de concertation métropolitaine graffiti et affichage. »

1.2.3. Extrait du PROGRAMME OFFICIEL SUR LA PROPRETÉ 2007-2010

« 2. LES CIBLES D'INTERVENTION CONCERNANT L'ORGANISATION DU TRAVAIL

- Le nombre insuffisant de paniers sur rue, et/ou les paniers mal ciblés qui débordent en plusieurs endroits et le manque de cendriers;
- Des délais trop longs pour la cueillette des encombrants;
- La dispersion de papier lors des collectes sélectives;
- L'absence d'une vue d'ensemble et d'un plan d'action pour l'application d'une réglementation concernant l'affichage sauvage;

2.2 L'ORGANISATION DU TRAVAIL

2.2.12 Lutter contre l'affichage sauvage et bâtir un plan d'action pour le contrer. »

1.2.4. EXTRAIT DU PLAN D'ACTION 2008 DU SPVM

« Direction stratégique

Service des stratégies organisationnelles

20 NOVEMBRE 2007

La patrouille alternative nous permettra également de poursuivre nos activités de prévention et d'augmenter nos activités opérationnelles en matière d'incivilités, et ce, afin de réduire les problématiques locales dans les parcs et les places publiques et de sensibiliser les citoyens aux impacts des incivilités, troubles et méfaits sur la qualité de vie et la sécurité de leur environnement immédiat. Nos principales actions pour contrer les incivilités incluront :

- Cibler les graffiteurs actifs et mettre en place des activités opérationnelles permettant de les contrer;
- Effectuer des opérations de prévention dans les écoles en rencontrant les étudiants et en les informant des conséquences liées aux actes d'incivilités;
- Appliquer la réglementation municipale relative aux incivilités;
- Développer et appliquer, avec l'aide de partenaires externes et internes, des actions en mode de résolution de problèmes à l'égard d'incivilités récurrentes;
- Développer un partenariat avec le Comité propreté de la Ville de Montréal et poursuivre les actions du programme Affichage sauvage; »

Certains de ces énoncés répondent d'emblée aux questions soulevées à la fin de la section précédente : Les forces policières sont-elles sensibles à la problématique de l'affichage et de quelle façon appliquent-elles la loi? Il semble que oui, puisque nos recherches nous ont menés à un programme du SPVM nommé Affichage sauvage. Il serait souhaitable pour tous d'en connaître le contenu. De plus, l'agente responsable du dossier au SPVM que nous avons interviewé et dont nous relaterons les propos au point 1.2.5.1 a laissé entendre que le partenariat avec le Comité propreté de la Ville de Montréal n'a pas encore complètement abouti. En effet, dans l'extrait du programme officiel sur la propreté 2007-2010, on mentionne que la Ville devrait bâtir un plan d'action pour lutter contre l'affichage sauvage. Or, il ne semble toujours pas avoir été développé ou du moins tel que c'est le cas pour les graffitis (voir l'extrait en page 6 de l'Historique des interventions de la Ville de Montréal en matière de graffitis). Des sommes importantes sont octroyées en matière d'activités éducatives pour la prévention des ceux-ci, mais cela ne s'est apparemment pas étendu à l'affichage sauvage. L'éducation demeure un excellent moyen de faire connaître la loi que nul ne peut ignorer et ainsi éviter des déconvenues et du travail inutile à de nombreux protagonistes impliqués.

Il serait intéressant d'obtenir des chiffres clairs et distincts concernant les graffitis et l'affichage. Les coûts liés aux deux sont toujours inscrits à l'intérieur d'un budget global et nous n'avons aucune idée du coût réel généré par l'affichage sur le mobilier urbain. Pour cette raison, il est donc difficile d'évaluer financièrement les montants d'argent que la Ville pourrait réellement économiser advenant l'implantation d'un parc de modules d'affichage. Malgré cette difficulté, nous sommes convaincus qu'un parc de modules d'affichage (et son système de gestion) permettrait à la Ville de Montréal de faire des économies importantes, tant au niveau des coûts directs (nettoyage, etc.) que des coûts indirects, soit les coûts liés aux avocats et aux juges de la Cour municipale qui doivent s'occuper de ces dossiers.

Nous en arrivons donc aux problèmes les plus tangibles que cause ce phénomène aux PLAS, bien que généralement exonérés des charges qui pèsent contre eux par décision de la Cour, ils passent un temps considérable à gérer ces dossiers et dans certains cas, doivent effectuer des dépenses en frais d'avocat pour se défendre. C'est donc une véritable menace qui plane sur la promotion des activités culturelles des PLAS, cette dynamique judiciaire incongrue nuit au sentiment d'appartenance et de reconnaissance de ces lieux à notre ville qui a la juste prétention d'être une métropole culturelle.

1.2.5. Le rôle des inspecteurs à la propreté et des agents du SPVM

1.2.5.1 Le SPVM

Le mandat imposé aux personnes qui sont appelées à émettre les constats d'infraction constitue une part importante de la problématique de l'affichage, mais pourrait en être à contrario une des solutions.

Un bon nombre de PLAS reçoivent présentement des constats d'infraction concernant des affiches illégalement apposées sur le mobilier urbain, même si nous rappelons que le document d'entente de location comporte une clause, que plusieurs PLAS ont incluse dans leur contrat. Cette clause avise les producteurs et artistes de leur responsabilité dans ce dossier. De ce fait, les PLAS souvent reconnus non coupables. Ces dispositions n'offrent pas une protection suffisante, puisque les contraventions continuent de pleuvoir du fait qu'aucun mécanisme de concertation n'a été mis en place entre les agents du SPVM et les autres intervenants (agents attitrés à la propreté dans chaque arrondissement, Éco-Cartier, Destination Centre-Ville, etc.).

Pour illustrer ceci, nous relaterons différents propos recueillis auprès d'agents du SPVM lors d'un entretien avec l'agente Liliane Fortin du poste de quartier 20 du SPVM.

Lors de notre rencontre avec Mme Fortin, elle nous a affirmé prendre le temps de téléphoner aux PLAS avant de leur acheminer les constats d'infraction dans lesquels elle les invite à fournir le contrat de location qui stipule que le producteur (ou l'artiste) est responsable de l'affichage de l'événement. Si le lieu collabore avec l'agente, le constat est alors envoyé au petit producteur ou à l'artiste. S'il s'agit d'une première offense, Mme Fortin envoie un simple avis qui rappelle le règlement qui rend illégal ce genre d'affichage. À la deuxième offense, le producteur reçoit un constat et ce scénario peut se reproduire autant de fois que l'affiche est apposée dans n'importe quel arrondissement. Nous lui avons ensuite demandé si cette pratique était répandue chez tous les agents du SPVM assignés à l'affichage sauvage, mais elle l'ignorait. En investiguant du côté des PLAS ayant reçu les constats, nous constatons que personne n'a été contacté avant et ceux qui ont tenté de joindre les autres agents n'ont jamais réussi. Ces appels de courtoisie ne semblent donc pas courants. De plus, il peut arriver qu'une patrouille à pied du SPVM verbalise directement un contrevenant sans aucune vérification auprès de l'agent responsable du dossier de l'affichage.

Ceci nous mène à formuler la recommandation suivante :

1^{ère} RECOMMANDATION

Que les patrouilles à pied du SPVM envoient leurs constats d'infraction aux agents assignés à l'affichage afin que ceux-ci communiquent systématiquement avec les PLAS pour obtenir les renseignements appropriés avant d'envoyer les constats d'infraction.

Nous voyons la communication systématique comme un mode de réduction du nombre de constats émis contre les PLAS. Le fardeau des démarches et des frais d'un avocat pourrait ainsi être enrayé.

1.2.5.2. Les inspecteurs à la propreté

Bien que cette solution semble résoudre le problème, il en existe un autre : les inspecteurs à la propreté des arrondissements. Ceux-ci émettent des constats d'infraction de facto et Mme Fortin nous a confirmé ne pas avoir collaboré avec leurs services. Les collaborateurs d'Éco-Quartier et Destination Centre-Ville font de même en remettant régulièrement les affiches qu'ils enlèvent à l'arrondissement.

C'est donc toujours la communication qui fait défaut entre les différents organes chargés de veiller aux infractions concernant la propreté. Dans le même esprit que la recommandation précédente, voici donc les 2^e, 3^e et 4^e recommandations :

2^e RECOMMANDATION

Que les inspecteurs à la propreté de chaque arrondissement fassent parvenir leurs constats d'infraction concernant l'affichage sur le mobilier urbain aux agents du SPVM en lien avec le dossier plutôt que de les envoyer directement aux PLAS.

3° RECOMMANDATION

Qu'une base de données centralisée soit mise en place afin d'éviter le dédoublement des constats d'infraction.

4° RECOMMANDATION

Qu'une table de concertation permanente soit établie entre chaque arrondissement, ses inspecteurs à la propreté, les agents du SPVM en lien avec le dossier, Éco-Cartier, Destination Centre-Ville, les PLAS, Publicité Sauvage et tout autre partenaire ayant un intérêt ou un lien avec l'affichage sauvage et que cette table soit responsable de la rédaction et de la mise en œuvre d'un plan d'action sur cette question.

La concertation permettrait de mettre en lien les protagonistes afin qu'ils échangent dans le but d'endiguer le problème. Même Hydro-Québec et Poste Canada pourraient participer à cet exercice de concertation puisqu'elles sont directement concernées. De plus, pourquoi ne pas envisager une collaboration avec ces dernières afin que l'affichage culturel soit plus répandu et multiformats?

Finalement, une table de concertation permanente nous permettrait de mettre en lien les acteurs dans ce dossier, d'échanger sur la question et ultimement de rédiger et mettre en œuvre un véritable plan d'action puisqu'il semble n'y en avoir aucun. Il y a de cela quelques années, l'Agence métropolitaine graffiti et affichage (l'AMGA) agissait comme intervenant. Nous n'avons pas été en mesure d'obtenir des explications quant à la raison de sa disparition. Il semble que cette agence ait travaillé sur la question. Nous pourrions très bien nous baser sur le modèle de l'AMGA pour créer la table de concertation.

5° RECOMMANDATION

Que des statistiques claires sur le dossier de l'affichage sur le mobilier urbain soient tenues et rendues publiques.

En attendant de telles informations, nous citerons quelques statistiques que l'agente Liliane Fortin a partagées avec nous :

1. 2. 6. Statistiques 2007|2008|2009

« Nombre d'affiches saisies au total :

2007 : 6504 | 2008 : 11263 | 2009 : 2637 (en date du 10 avril)

Nouveau dossier lié à une première offense :

2007 : 111 | 2008 : 119 | 2009 : 109 (en date du 10 avril)

Nombre d'affiches enlevées par les agents du SPVM seulement :

2007 : 189 | 2008 : 648 | 2009 : 281 (en date du 10 avril)

Nombre de constats émis lorsque les producteurs sont pris en flagrant délit de pose d'affiches :

2007 : 2 | 2008 : 18 | 2009 : 23 (en date du 10 avril)

Nombre d'accusations à la Cour municipale :

2007 : 108 | 2008 : 93 | 2009 : 52 (en date du 10 avril)

Nombre de lettres d'avertissement

2008 : 134 | 2009 : 120 (en date du 10 avril)

Nombre de lettres d'accusations suite à une lettre d'avertissement :

2008 : 56 | 2009 : 37 (en date du 10 avril) »

Ces statistiques démontrent clairement que le phénomène, loin de diminuer, connaît plutôt une croissance importante depuis quelques années.

Pour terminer ce point sur les inspecteurs de la propreté et le SPVM, soulignons que nous avons également abouti à un constat commun : s'il existait un contrat type pour l'ensemble des PLAS et qu'il contenait les mêmes clauses concernant l'affichage, personne ne serait plus dans le doute. Cette normalisation serait avantageuse pour toutes les parties concernées.

6° RECOMMANDATION

Qu'un contrat de location standard énonçant une clause spécifique sur l'affichage soit rédigé et proposé à chaque lieu membre de l'APLAS.

Concernant ce point, c'est avec plaisir que nous vous annonçons que la rédaction de ce contrat est déjà commencée et que nous devrions en avoir une version définitive qui pourra être présentée au mois de janvier. Évidemment, nous encourageons fortement chaque lieu membre de l'APLAS d'utiliser ce contrat type.

Malgré ce constat particulièrement négatif, il importe de rappeler l'existence du projet pilote de modules d'affichage du Quartier des spectacles. Il a clairement démontré que, en offrant une solution légale, le nombre d'affiches que l'on retrouve anarchiquement sur le mobilier urbain diminue considérablement. La poursuite de l'exploration et du développement de modules pour l'ensemble des arrondissements où l'activité le justifie semble dorénavant indispensable.

2. LA SOLUTION : LES MODULES D’AFFICHAGES CULTURELS URBAINS

2.1 — Retour sur le projet pilote du Quartier des spectacles

Le projet pilote dont nous avons fait l’introduction au début de ce rapport constitue l’un des plus importants points d’ancrage de l’argumentation du présent document. Parce que nous basons nos premières recommandations au regard du rapport qui en a découlé et qu’a rédigé la présidente actuelle de l’APLAS, Janick Langlais, nous en citons d’emblée d’importants extraits dans les pages suivantes.

Rapport final de la gestion du projet pilote d’affichage libre au centre-ville de Montréal

« Préambule

Le 22 juin 2004, le Partenariat du Quartier des Spectacles exposait au grand public sa vision du développement de la partie Est du centre-ville. L’idée d’un Quartier des Spectacles est d’abord proposée par l’ADISQ, mais la ville mandatera par la suite un partenariat plus élargi comprenant les salles de spectacles, et aussi d’autres acteurs comme l’UQAM, la CDU et les résidants. À l’automne 2004, la Table de concertation du Faubourg Saint-Laurent, voulant préserver une certaine harmonie entre les acteurs qui composent les Faubourgs, a jugé bon d’effectuer une recherche sur les cultures alternatives et la place que ces entreprises occupent dans le quartier en collaboration avec la Ville de Montréal. Cette recherche avait pour objectif de démystifier les cultures alternatives et d’évaluer les besoins et les dynamiques de travail et de gestion des différentes entreprises culturelles alternatives. Par la suite, un mémoire a été rédigé, contenant des recommandations qui ont été déposées à la Ville de Montréal dans le cadre de sa nouvelle politique de développement culturel.

Malgré la poussée technologique des années 90 avec la création d’Internet, l’affichage sauvage constitue encore le meilleur moyen pour les producteurs et les salles d’annoncer et de promouvoir leurs événements et ce, à moindres coûts. Les salles et producteurs indépendants ne possèdent pas les fonds nécessaires pour pouvoir annoncer dans les journaux, à la télévision et même à la radio si ce n’est que de quelques radios universitaires et communautaires comme CKUT, CISM, Radio centre-ville. Les petits spectacles sont souvent annoncés par des affiches posées sur le mobilier urbain. Comme cette pratique est illégale, la salle où l’évènement est produit reçoit une contravention.

Mais dans la majorité des cas, la salle n’est pas celle qui produit l’évènement, elle loue son espace et ses services à un producteur d’évènements qui lui est responsable de la promotion de son spectacle. Pour les spectacles, ni l’un ni l’autre n’a plus de budget de promotion. Sachant que plusieurs des membres du partenariat du Quartier des spectacles sont concernés par la problématique d’affichage, la Ville mandate alors le Partenariat du Quartier des spectacles pour mettre sur pied un projet pilote à la fin de l’année 2004. Ils décident d’associer les utilisateurs (petites et moyennes salles recevant des contraventions) pour que le projet corresponde le plus possible à leurs attentes et besoins.

Lors de la charrette en avril 2005, le besoin d’un système de régie d’affichage est clairement identifié et il est proposé que l’APLAS, alors en processus de création, s’occupe de la régie. Comme l’Association des Petits Lieux d’Art et de Spectacles (APLAS) n’est toujours pas formée fin été 2005, et que la Table chapeaute l’organisation de l’APLAS dans le cadre de son étude sur les cultures alternatives, la Table reçoit le mandat d’assurer la régie dans l’intérim la gestion et la pose d’affiches

2.1 Historique

Suite à la charrette, un comité consultatif a alors été mis en place et regroupe le Partenariat du Quartier des Spectacles, la Ville de Montréal, l’ADISQ, et l’APLAS (tel que décrit en annexe IV). Le comité crée avait pour objectif l’élaboration de solutions de rechange à l’affichage sauvage. Il était très conscient que le projet n’allait pas enrayer le phénomène sur l’île de Montréal, mais espérait plutôt une diminution de celle-ci dans la zone du projet pilote.

Suite à la charrette, un espace légal sous forme de modules d’affichage fût retenu et par conséquent, 6 modules d’affichage ont par la suite, été implantés sur la rue Sainte-Catherine entre les rues Sanguinet et Clark en octobre 2005. La Table de concertation du Faubourg St-Laurent engagea un responsable pour gérer les modules et compiler les données jusqu’à la

fin du projet à la fin d'octobre 2006.

2.2 Objectifs du projet pilote

Selon la fiche distribuée aux salles au début du projet pilote voici les objectifs du projet :

1. Proposer un espace légal pour l'affichage des événements culturels qui fait actuellement l'objet de contraventions.
2. Maintenir la visibilité de ces événements
3. Répondre aux enjeux de propreté et de qualité du domaine public énoncés par la Ville.

Résultats quantitatifs de l'utilisation des modules et constats

En prenant connaissance des données récoltées par le responsable de la régie au cours des mois de février à juillet 2006, nous pouvons constater que depuis l'implantation de ces modules dix-neuf salles et/ou producteurs ont eu recours à ce service.

Nous y retrouvons :

1. Le Café Chaos
2. Le Club Saphir
3. Le Petit Campus
4. Les Foufounes électriques
5. L'Hémisphère gauche
6. La S.A.T.
7. Le Playhouse
8. Le Lion d'or
9. L'auditorium Tragalfar
10. Productions O patro Vys
11. Le Jello bar
12. Le Centre d'amitié autochtone
13. La Sala rosa
14. Le Studio théâtre P.D.A.
15. Le Zeke's gallery
16. Le Café Campus
17. Cabaret Latulipe
18. Le National
19. Le Swimming

La moitié d'entre eux soit le Café Chaos, le Petit Campus, les Foufounes, le Studio théâtre P.D.A. et la S.A.T. ont utilisé les modules sur une base régulière soit à une fréquence d'un envoi par semaine ou plus. La majorité des salles sont situées dans le centre-ville ou sur le Plateau Mont-Royal, quelques-unes sont situées dans l'arrondissement Rosemont Petite Patrie par exemple l'Hémisphère Gauche, la Sala rosa et le Studio théâtre P.D.A. Nous pouvons aussi constater que deux organismes communautaires ont envoyé leurs affiches.

Résultats et constats du sondage auprès des utilisateurs du projet pilote

5.1. Connaissance et appréciation du projet pilote

Sur les 22 salles qui ont été répertoriées, près des trois quarts d'entre elles, soit 15 salles ont pu être jointes. Le sondage conduit auprès des utilisateurs du projet nous permet donc de constater que 13 des 15 répondants, soit 87 %, connaissent le projet pilote d'affichage libre. Sur ce, 8 d'entre eux utilisent le service, soit 53 % des répondants.

Sur ces 8 répondants, 63 % des salles nommées ci-dessous utilisent le service d'affichage sur une base régulière soit à raison d'un envoi ou plus par semaine.

1. Le Café Chaos
2. Les Fufounes électriques
3. La S.A.T.
4. Le Lion d'or
5. Les Katacombes

Les salles comme le Divan orange, situé hors des limites du Quartier des spectacles n'utilisent pas le service, car la majorité de leur clientèle cible ne se retrouve pas dans le centre-ville, le Divan Orange ne voit donc pas l'utilité d'avoir recours à ce service. Ce sondage nous indique clairement que s'il y avait plus de modules, et ce, dans différents secteurs, les salles et les promoteurs les utiliseraient avec joie.

D'autres salles comme la Casa Del Popolo, la Sala Rosa, le Quai des brumes et le Club Saphir n'utilisent pas le service, car ils n'affichent pas leurs événements. Ce sont les producteurs qui le font donc ce serait à eux d'envoyer les affiches.

5.2. Élargissement et continuité du projet

Toujours selon les 15 répondants, la majorité d'entre eux pensent que le projet devrait être poursuivi et élargi. Tous les répondants sont également d'accord à affirmer que s'il y avait des modules dans leur secteur, ils les utiliseraient avec grand plaisir.

Les 15 répondants sollicités trouvent également géniale l'idée d'installer des modules près de chacune des salles de spectacles et endroits stratégiques (stations de métro, magasins de musiques). Des 15 répondants sollicités, 13 salles, soit 87 % d'entre eux, seraient prêtes à gérer elles-mêmes les modules près de leur salle, dont 3 en collaboration avec d'autres salles avoisinantes. Cependant, le Café Campus et le Petit Campus ne sont pas sûrs, mais ils seraient prêts à considérer cette possibilité en fonction de l'évaluation et de l'amélioration du service.

6. Commentaires et suggestions :

9 des répondants soit 60 % des répondants trouvent que le projet devrait être élargi à d'autres secteurs et plus de modules devraient être implantés. Sinon 2 d'entre eux trouvent l'initiative bonne et espèrent voir le projet se poursuivre. Le club Saphir estime que les modules devraient accueillir différents formats d'affiches, dont des 12x18. Le Lion d'or souhaiterait participer au comité de concertation et à la gestion du projet.

7. Recommandations

À la lumière de ces constatations, voici quelques recommandations pour le comité consultatif ou la nouvelle entité qui reprendra le projet :

1. La fabrication de modules supplémentaires et plus fonctionnels.
2. Étant donné que ce sont majoritairement les producteurs qui font la promotion de leurs événements, il serait essentiel que l'entité qui reprendra la gestion du projet élabore une liste des producteurs d'événements et les informe de l'existence du projet d'affichage libre.
3. L'installation de modules d'affichage près des salles de spectacles de petite capacité et créer des collaborations entre les différentes salles de spectacles par le biais d'un « *membership* » à une association comme l'APLAS (voir historique page 4).
4. L'installation de modules dans les lieux publics comme les cégeps et universités, les stations de métro ainsi que les espaces publics et espaces verts.
5. Des outils promotionnels devraient être développés comme un dépliant, un site Internet pour faire connaître davantage le service.
6. Une campagne de sensibilisation et d'information ainsi qu'un suivi plus rigoureux serait nécessaire afin que les usagés prennent l'habitude d'envoyer leurs affiches.

Conclusion

À la lumière de cette évaluation, nous pouvons conclure que le projet est efficace, mais a besoin de plus de visibilité et devrait, sans aucun doute, être poursuivi et surtout élargi. À l'hiver 2006, des représentants du Service de police de la Ville de Montréal (SPVM) nous informaient qu'ils observaient une réduction de l'affichage sauvage autour des modules du projet pilote. La présente étude nous permet d'affirmer que s'il y avait des modules implantés dans les arrondissements où la concentration de salles de spectacles est plus importante, les responsables des salles les utiliseraient avec grand enthousiasme. Finalement, il apparaît évident selon les répondants que ce soit à la Ville de Montréal de s'occuper du financement de ce projet et revendrait à l'Association des petits lieux d'art et de spectacles de reprendre la gestion et la régie des modules. »

Une lecture attentive de ce qui précède nous permet de comprendre qu'une partie considérable du travail d'exploration d'un plus vaste projet a déjà été accompli. Le nombre de participants et la constance avec laquelle ils ont utilisé les modules proposés représentent pour nous d'importants marqueurs de réussite pour ce qui est des aspects d'opportunité de visibilité et de respect du mobilier urbain. Réussite qu'ont également pu apprécier les agents du SPVM par une baisse significative de l'affichage sauvage dans le secteur.

Les objectifs du projet pilote avaient donc été atteints, ce qui inspira à tous la volonté de le voir consolider puis étendu aux autres quartiers où la problématique existe. Mais malgré le rapport et les recommandations qui en découlèrent, et surtout malgré le succès évident, les montants octroyés par les différents partenaires n'ont pas été renouvelés et la demande de financement pour le maintien et la continuité du projet déposé par la suite à la Direction de l'aménagement urbain et des services aux entreprises de la Ville de Montréal (30 avril 2007) a été refusée. L'APLAS a, elle aussi, tenté de trouver du financement auprès du Forum jeunesse de l'île de Montréal en déposant une demande au Fonds régional d'investissement jeunesse (FRIJ) pour un projet nommé Affichage collectif (projet que nous détaillerons plus loin) le 8 janvier 2007. Le projet a également essuyé un refus.

Ce projet pilote est donc pratiquement tombé dans l'oubli et le travail de sensibilisation et d'information entamé sera vraisemblablement à recommencer advenant une reprise du projet. Son système de gestion de l'affiche par un organisme du milieu, essentiel à la bonne mise en œuvre du projet, a eu le mérite de réussir à remplacer une habitude d'affichage par une autre plus convenable pour tous et de surcroît légale. Sans lui, les petits producteurs et les artistes ont vite repris d'assaut le mobilier urbain pour répondre à leur besoin de visibilité. Quant aux quelques modules restants dans le Quartier des spectacles, ils ne servent plus aux PLAS mais sont utilisés par des diffuseurs de spectacles majeurs qui privent ainsi les bénéficiaires visés par le projet pilote initial.

Dans un premier temps, il serait donc souhaitable que les modules toujours en place puissent à nouveau servir les PLAS. De ce fait, nous formulons ici notre 7^e recommandation qui découle des conclusions du projet pilote :

7^e RECOMMANDATION

Qu'un montant d'argent suffisant soit versé à l'APLAS par le Partenariat du quartier des spectacles (PDQS), la Ville ou l'arrondissement Ville-Marie pour la réactivation, de façon durable, du projet pilote dans le Quartier des spectacles.

La reprise du projet commandera également la poursuite des ententes contractées avec les propriétaires des terrains privés sur lesquels les quatre modules toujours en place ont été implantés. Ces ententes, ratifiées en 2005, arriveront à échéance dans quelques mois comme stipulé dans l'extrait qui suit.

« 4.1 La présente convention durera cinq (5) années à compter de la date de sa signature. Le Propriétaire accorde, par la présente, à la Ville, l'option de renouveler à échéance, la présente convention pour un terme additionnel de cinq (5) ans, le tout aux mêmes conditions. Ce renouvellement est exécutoire à moins que le Propriétaire fasse parvenir à la Ville un avis écrit de non-renouvellement, et ce, au moins quatre-vingt-dix (90) jours avant la date d'expiration de la présente convention ou à moins que la Ville fasse parvenir au propriétaire un avis écrit de non-renouvellement, et ce, au moins quatre-vingt-dix (90) jours avant la date d'expiration de la présente convention.

4.2 Le Propriétaire pourra, cependant, en tout temps pendant la durée des présentes et au cours de toute période d'occupation pour laquelle la Ville aura exercé une option de renouvellement prévue à l'article 4.1, mettre fin à la présente convention sur préavis de quatre-vingt-dix (90) jours.

4.3 À la fin des présentes, incluant les périodes de renouvellement prévues à l'article 4.1, la Ville devra récupérer le mobilier urbain et les végétaux, et ce, avec diligence. »

Nous espérons donc vivement que la Ville renouvellera ces ententes puisque le premier geste logique à poser est certainement d'exploiter les modules déjà existants. Rappelons que le Quartier des spectacles jouit d'investissements majeurs jusqu'à la livraison de la Place des festivals en 2010 et qu'on le garnira d'un mobilier urbain tout neuf. Il devient donc urgent de réagir avant que ce beau mobilier soit envahi d'affiches de spectacles. Faute de solutions viables, ce scénario est plus que probable.

2.2. Les modules d'affichages sauvage présents à Montréal et ailleurs...

Bien que parfois timides, des initiatives visant l'affichage sauvage ont vu le jour dans certaines villes du Québec ainsi qu'à Ottawa. Explorons-les.

2.2.1. Les modules de Montréal

À Montréal, nous avons trois types de modules spécialement dédiés à l'affichage culturel et communautaire.

2.2.1.1. Les modules d'affichage dans le Quartier des spectacles

Les modules sont situés au coin Clark et Sainte-Catherine, au coin Saint-Dominique et Sainte-Catherine, au coin Berger et Sainte-Catherine et au coin Wolfe et Sainte-Catherine

2.2.1.2. Module Prince-Arthur et 2.2.1.3. Le module développé par Antoine Laverdière & Cédric Sportes pour l'arrondissement Côte-des-Neiges



2.2.1.1.



2.2.1.2.



2.2.1.3.

2.2.2. Modules d'Ottawa

Ottawa a quant à elle opté pour un module simple qui s'installe directement sur les poteaux existants.

2.2.3. Modules de Québec

À Québec, il y a plus de 100 modules de type colonnes Morris, gérés exclusivement par la compagnie Affiche Tout. Fait intéressant, un groupe Facebook du nom d'Arrache Tout est né dans la Capitale en réaction à ce monopole. Ce groupe, qui compte plus de 400 membres, agit en vigile pour la survie des affiches sur les poteaux, seul espace d'affichage présent à peu de frais pour les producteurs indépendants et la plupart des salles. Pour en illustrer l'esprit, voici un extrait des textes que l'on retrouve sur la plateforme sociale :

Voyez-vous...depuis l'été 2007, Affiche Tout, entreprise qui a le monopole de l'affichage sur les colonnes Morris et les placardages en tout genre à travers la ville, s'est permis de commencer à envahir les poteaux et, qui plus est, avec des formats qui tapissent littéralement lesdits poteaux. C'est injuste et injustifiable, point. Si Affiche Tout a le monopole des colonnes Morris, des placardages et des poteaux, que nous restera-t-il? La faillite.? Alors, maintenant il y a une alternative : Arrache Tout ! Seront également photographiés et pointés du doigt sur ce groupe les producteurs indépendants qui affichent par-dessus les évènements qui ne sont pas « périmés ». Il y a des lois non écrites que ce groupe tient à faire respecter. Respectez comme dans respect. Tous ceux qui n'en ont pas nous n'en auront pas non plus. Tenez-vous-le pour dit...

2.2.4. Modules de Rimouski

À Rimouski, plusieurs supports inspirés des colonnes Morris ont été installés tout au long de la rue principale.



2.2.2.



2.2.3.



2.2.4.

3.2.5. Modules de Sherbrooke

À Sherbrooke, il n'y a qu'un seul type de module d'affichage installé sur plus de 150 des 163 lampadaires que comptent les rues King et Wellington en centre-ville. (source : Ville de Sherbrooke)

IMAGE COLONNE MORRIS SHERBROOKE

3.2.6. Modules de Trois-Rivières

À Trois-Rivières, cinq modules d'inspiration colonnes Morris ont été installés à des endroits stratégiques de la ville. On en trouve trois dans le centre aux angles des rues : Champlain et des Forges, Badeaux et des Forges et du Fleuve et des Forges.

Chaque colonne comporte trois parties distinctes : un espace pour les Cartes de Quartiers avec informations touristiques, un espace géré par la Ville et destiné à l'affichage événementiel (culturel, communautaire, sportif) et enfin une dernière pour l'affichage sauvage. Celle-ci est gracieusement disponible pour tous et accueille les affiches de toutes sortes d'événements.



2.3 – Appréciation des modules d’affichage culturel dit sauvage et recommandations

Nous avons d’emblée écarté les modules de type colonne Morris destinés à l’affichage culturel à Montréal premièrement parce qu’ils sont actuellement trop peu nombreux (entre 3 et 6 selon les informations obtenues auprès de la Ville) et que leur implantation serait difficile vu leur format imposant. De plus, elles sont utilisées majoritairement par Publicité Sauvage qui opère rapidement ne laissant une durée de vie d’à peine 24 heures aux affiches posées par les petits producteurs et artistes. Le principe est le même pour les palissades de construction monopolisées par la firme Publicité Sauvage dont les PLAS ne peuvent retenir les services faute de budget conséquent.

L’observation des options de modules actuellement existants ou proposés et la concertation de ses membres le 26 avril 2009, a mené le conseil d’administration de l’APLAS vers la combinaison de deux types de modules, soit celui utilisé dans Côte-des-Neiges (3.2.1.2.) et celui utilisé à Ottawa (3.2.2.). Voici pourquoi :

Format et convivialité

Le premier se gère assez aisément comme l’a démontré le projet pilote du Quartier des spectacles, mais il présente les affiches à 45° dans un cadre aux dimensions précises. C’est pourquoi nous privilégions l’idée de la combinaison avec celui d’Ottawa : il offre potentiellement une plus grande capacité d’accueil de formats différents de sorte que les PLAS sont libres de produire la publicité selon leur imagination et leurs moyens. Selon les designers, il est possible d’apporter aisément quelques modifications et leur coût est d’environ 3 000 \$ pièce.

Gestion

La gestion des modules pourrait être confiée aux PLAS pour les modules qui seraient installés à proximité des salles et l’autre partie pourrait être éventuellement confiée à l’APLAS. Par contre, si on les installe à la façon de ceux d’Ottawa, c’est-à-dire autour des poteaux, il faudrait alors modifier la réglementation en matière d’urbanisme puisqu’il s’agit d’éléments du mobilier urbain. L’intérêt d’envisager une telle modification à la réglementation réside dans le fait qu’ils n’obstruent pas le passage et qu’ils se trouveraient à l’endroit même où les petits producteurs et artistes ont déjà l’habitude de les installer de façon anarchique.

Ces modules, s’ils sont implantés, devraient être prioritairement destinés à l’affichage culturel plutôt qu’à l’affichage communautaire. La raison en est évidente : 90 % de l’affichage réellement sauvage annonce des événements culturels dont la très grande majorité est d’ailleurs des spectacles musicaux. Il serait important que, dans l’éventualité où les instances municipales souhaiteraient en faire bénéficier d’autres sphères, ces chiffres agissent directement sur l’attribution des espaces.

Comme ce fût le cas pour Publicité Sauvage qui a proposé à la Ville un modèle de gestion pour les palissades de construction, nous privilégions une gestion centralisée des éventuels modules d’affichage. Comme dans le projet pilote du Quartier des spectacles, cette gestion est essentielle à la réussite du projet.

À la lumière de ce qui a été dit plus haut, nous émettons ces dernières recommandations :

8^e RECOMMANDATION

Qu’une étude préliminaire soit faite pour déterminer le nombre de modules nécessaires et les endroits propices à leur implantation.

9^e RECOMMANDATION

Que les arrondissements visés par l’implantation des modules modifient leur réglementation sur l’urbanisme afin d’accueillir les modules d’affichage sur le mobilier urbain

10^e RECOMMANDATION

Que des modules d’affichage soient installés en nombre suffisant sur les grandes artères, à proximité des métros, des cégeps, des universités et des PLAS.

11° RECOMMANDATION

Que la Ville et les arrondissements visés défraient les coûts de fabrication, d'installation et de gestion des modules d'affichage.

12° RECOMMANDATION

Que la gestion des modules d'affichage soit confiée à l'APLAS et qu'une enveloppe budgétaire adéquate soit fournie par la Ville et les arrondissements pour cette gestion.

2.4. Le projet Affichage collectif

L'APLAS a déjà déposé une demande de financement au Forum jeunesse de l'île de Montréal pour un projet intitulé Affichage collectif. Les grandes lignes du projet se trouvent à l'Annexe B.

CONCLUSION

Le besoin de visibilité adapté à toutes les formes d'expression culturelle est aujourd'hui largement reconnu, mais nous avons pu constater que la volonté et les actions ont peu évolué en ce qui a trait à la vitalité de notre métropole culturelle. Certes, tout le monde souhaite une ville propre, mais encore faut-il que la définition de propreté soit partagée et connue et que l'application de la réglementation se fasse de manière plus orchestrée. Nous avons donc abordé l'ensemble de la problématique de manière à ce que les enjeux les plus importants soient identifiés et que chacun, par étape, soit résolu par des actions relativement faciles à mettre en place.

Ceci étant dit, nous sommes conscients que les problèmes ne se régleront pas demain matin et que plusieurs de nos recommandations prendront du temps avant de se concrétiser. Nous sommes impatients de pouvoir discuter davantage des étapes à venir.

Nous tenons à rappeler que dans le bilan 2005-2006 de la mise en œuvre de Montréal, métropole culturelle, Politique de développement culturel de la Ville de Montréal 2005-2015, il est mentionné ceci concernant l'affichage libre :

« Par ailleurs, la consultation publique a permis de mieux documenter les nombreuses difficultés rencontrées par les milieux de la culture alternative avec les autorités municipales, lorsque vient le temps de faire connaître, par le moyen de l'affichage, leurs spectacles, événements et festivals.

En matière d'affichage culturel, la Ville reconnaît qu'elle ne peut se contenter de faire appliquer ses règlements. Elle doit aussi favoriser une concertation féconde entre les services corporatifs, les arrondissements et les milieux culturels concernés dans le but d'identifier et de mettre en œuvre des solutions qui sont acceptables à tous.»

Depuis ce bilan, il s'est écoulé plus de 3 ans et rien de significatif n'a été fait pour favoriser la concertation sur cette question. Nous croyons qu'il est grand temps d'aller plus loin dans ce dossier et que le statu quo n'est plus convenable.

Pour conclure, nous tenons à réitérer notre désir de travailler conjointement avec l'ensemble des partenaires dans ce dossier et nous aimerions terminer ce rapport sur un extrait des engagements en matière de culture de la Charte montréalaise des droits et des responsabilités qui a été adoptée le 20 juin 2005 par le conseil municipal :

« Extrait de l'Article 20 / Engagements

Aux fins de favoriser la jouissance par les citoyens de leurs droits culturels, la Ville de Montréal s'engage à :
c) *Promouvoir la culture. »*

Pour promouvoir la culture alternative, encore faut-il en avoir, des alternatives !

Janick Langlais
Présidente

Sébastien Croteau
Directeur général

LISTE DES RECOMMANDATIONS

1^{ère} RECOMMANDATION

Que les patrouilles à pied du SPVM envoient leurs constats d'infraction aux agents assignés à l'affichage afin que ceux-ci communiquent systématiquement avec les PLAS pour obtenir les renseignements appropriés avant d'envoyer les constats d'infraction.

2^e RECOMMANDATION

Que les inspecteurs à la propreté de chaque arrondissement fassent parvenir leurs constats d'infraction concernant l'affichage sur le mobilier urbain aux agents du SPVM en lien avec le dossier plutôt que de les envoyer directement aux PLAS.

3^e RECOMMANDATION

Qu'une base de données centralisée soit mise en place afin d'éviter le dédoublement des constats d'infraction.

4^e RECOMMANDATION

Qu'une table de concertation permanente soit établie entre chaque arrondissement, ses inspecteurs à la propreté, les agents du SPVM en lien avec le dossier, Éco-Cartier, Destination Centre-Ville, les PLAS, Publicité Sauvage et tout autre partenaire ayant un intérêt ou un lien avec l'affichage sauvage et que cette table soit responsable de la rédaction et de la mise en œuvre d'un plan d'action sur cette question.

5^e RECOMMANDATION

Que des statistiques claires sur le dossier de l'affichage sur le mobilier urbain soient tenues et rendues publiques.

6^e RECOMMANDATION

Qu'un contrat de location standard énonçant une clause spécifique sur l'affichage soit rédigé et proposé à chaque lieu membre de l'APLAS.

7^e RECOMMANDATION

Qu'un montant d'argent suffisant soit versé à l'APLAS par le Partenariat du quartier des spectacles (PDQS), la Ville ou l'arrondissement Ville-Marie pour la réactivation, de façon durable, du projet pilote dans le Quartier des spectacles.

8^e RECOMMANDATION

Qu'une étude préliminaire soit faite pour déterminer le nombre de modules nécessaires et les endroits propices à leur implantation.

9^e RECOMMANDATION

Que les arrondissements visés par l'implantation des modules modifient leur réglementation sur l'urbanisme afin d'accueillir les modules d'affichage sur le mobilier urbain

10^e RECOMMANDATION

Que des modules d'affichage soient installés en nombre suffisant sur les grandes artères, à proximité des métros, des cégeps, des universités et des PLAS.

11^e RECOMMANDATION

Que la Ville et les arrondissements visés défraient les coûts de fabrication, d'installation et de gestion des modules d'affichage.

12^e RECOMMANDATION

Que la gestion des modules d'affichage soit confiée à l'APLAS et qu'une enveloppe budgétaire adéquate soit fournie par la Ville et les arrondissements pour cette gestion.

ANNEXE A

CÔTE-DES-NEIGES-NOTRE-DAME-DE-GRÂCE - PROJET-PILOTE EN MATIÈRE D’AFFICHAGE COMMUNAUTAIRE

En vue de permettre à la population d'afficher librement des messages de nature culturelle ou communautaire et de répondre aux besoins des différents organismes communautaires, l'arrondissement de Côte-des-Neiges-Notre-Dame-de-Grâce a mis en œuvre un projet-pilote en matière d'affichage communautaire.

L'affichage sur ce module, installé à l'angle du chemin Queen-Mary et de l'avenue Coolbrook, est facile, gratuit, sans intermédiaires et disponible en tout temps. Toutefois, certaines règles d'utilisation s'appliquent.

Début / Durée : Début du projet pilote : 30 octobre 2007.

Admissibilité : Résidents, groupes ou organismes communautaires de l'arrondissement.

Modalité de paiement : L'affichage est gratuit, en tout temps.

Démarche :

Emplacement : à l'angle du chemin Queen-Mary et de l'avenue Coolbrook.

Installation :

- Aucun outil ni accessoire (colle, ruban adhésif, punaise, etc.) n'est requis.
- Insérer l'affiche entre les deux pellicules de plastique, et non pas en dessous, pour une meilleure protection. L'affichage par-dessus les pellicules de plastique est prohibé. Chaque panneau est conçu pour recevoir une affiche unique.
- L'affichage se fait à 45 degrés.

Règles d'utilisation :

- Quantité limite : une affiche par module pour un événement ou un message.
- Durée de l'affichage : sept jours.
- Format des affiches : 8 1/2 po X 11 po (format portrait ou paysage).
- Contenu : les messages à caractère haineux, raciste, indécent ou politique sont interdits.

LE CONCEPT

Le module d'affichage proposé est composé de 20 panneaux de polyéthylène (HDPE) de forme carré et positionné à 45 degrés autour d'un fût. Cette disposition offre la même surface d'affichage pour les formats 8,5 X 11 en impression portrait et paysage. Cette caractéristique ne nuit en rien à la visibilité et la bonne lecture des informations qui y sont communiquées. Disposés ainsi, les imprimés offrent un langage dynamique qui contraste avec l'affichage urbain existant aux alentours.

LE MODULE

Ce système modulaire s'attache aux différents poteaux existants (feu de circulation, signalisation...) à l'aide d'une structure métallique simple et adaptable. Aucune colle ni ruban adhésif ou agrafes ne sont nécessaires au maintien et positionnement des affiches. Nous pensons que cette qualité particulière aura pour effet de contribuer à enrayer l'affichage sauvage.

SYSTÈME D’AFFICHAGE

Accessible à tous, le communautaire comme le public, ce système se veut d'une grande simplicité et versatilité. À toute heure, il est possible d'afficher en suivant la notice inscrite sur un des panneaux prévus à cet effet. Sur une durée d'affichage de 7 jours, de 2 à 3 espaces d'affichage devraient être disponibles à chaque jour.

Notice:

1. Une seule affiche à la fois.
2. Affichage pour une durée de 7 jours.
3. Si tous les espaces sont occupés, voir le bureau éco-quartier.
4. Cet espace d'affichage est entretenu et géré par éco-quartier.

ANNEXE B

Montréal, le 6 mai 2009

Objet : Appui à l'Association des petits lieux d'art et de spectacles

Madame, Monsieur,

Par la présente, le Forum jeunesse de l'île de Montréal (FJÎM) souhaite apporter son appui aux démarches entreprises par l'Association des petits lieux d'art et de spectacles afin de trouver une alternative à la situation vécue concernant l'affichage sur le mobilier urbain.

Ces lieux de diffusion jouent un rôle essentiel dans la vivacité de la relève artistique montréalaise. Toutefois, le nombre de constats d'infraction donnés a augmenté de façon très importante, ce qui place certains petits lieux d'art et de spectacles dans une situation difficile.

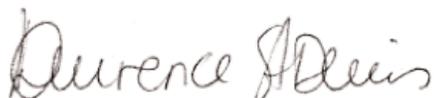
Nous sommes également inquiets par la possibilité que les constats d'infraction soient envoyés directement aux artistes. Un fardeau financier supplémentaire imposé aux artistes ou aux lieux de diffusion aurait dans bien des cas des conséquences significatives.

À titre d'organisation jeunesse préoccupée par l'enjeu de la relève artistique, nous appuyons les démarches entreprises par l'Association des petits lieux d'art et de spectacles afin de trouver une alternative légale telle l'implantation d'un parc de modules d'affichage libre. Afin de permettre un véritable dialogue permettant de trouver une solution profitable pour tous, nous croyons qu'un moratoire ou un arrêt des procédures légales est souhaitable.

Nous souhaitons que la situation vécue par les petits lieux d'art et de spectacles vous interpelle autant que nous et que vous accueilliez favorablement leur demande.

Nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos sentiments distingués.

La présidente,



Laurence St-Denis

ANNEXE C

L'équipe proposant le projet

Le projet Affichage collectif a pour objectif de résoudre en partie, la problématique de l'affichage sauvage sur mobilier urbain dans la Ville de Montréal.

Le projet repose sur l'initiative du Conseil d'administration de l'APLAS et de sa présidente Janick Langlais qui fut responsable de terminer l'initiative et d'en faire rapport, dans le dossier du Projet pilote d'affichage libre dans le centre-ville de Montréal³, mené au cours de 2006-2007. Le projet Affichage collectif s'appuiera dans sa réalisation sur un réseau de membres de l'APLAS ayant chacun à charge de superviser l'initiative pour un territoire spécifié :

Le projet Affichage collectif embauchera un responsable de projet dont l'âge se situera entre 18 et 30 ans.

Enfin, le projet pourra compter sur l'appui du comité aviseur du Projet pilote d'affichage libre dans le centre-ville de Montréal soit la Ville de Montréal (M. Jean-Robert Choquet et M. Raymond Carrier), la Table de concertation du Faubourg St-Laurent (M. Luc Gaudet), l'ADISQ (M. Pierre Blanchet) et le Partenariat du Quartier des spectacles (Mme. Anjali Mishra).

Le projet

Le projet a pour objectif de confier la gestion de l'affichage culturel aux petits lieux de spectacles sous la supervision d'un responsable de projet embauché grâce au soutien financier du FRIJ. Chaque lieu partenaire se verra octroyer un territoire pour lequel il sera responsable d'effectuer l'affichage pour l'ensemble des autres petits lieux ayant confié une campagne d'affichage sur rue à l'APLAS. L'APLAS assumera la tâche de s'assurer que tous les points d'affichage répertoriés et utilisés constituent des points d'affichage légaux, et ce, de concert avec la municipalité, les institutions et leurs services.

Clientèle

Il est notoire que les jeunes clientèles sont celles qui fréquentent majoritairement les manifestations culturelles dans les petits lieux, que ce soient les concerts de musique, les expositions de planches de BD, les lancements de magazines, les matchs d'improvisation théâtrale ou musicale. Il est aussi démontré que les artistes qui performant dans le cadre de tels événements appartiennent eux aussi au groupe des 18 à 30 ans, et ce, dans une très large majorité de cas. L'APLAS a notamment à charge au cours des prochaines années d'appuyer de tels dires par un travail de recherche statistique qu'elle entend réaliser en collaboration avec les institutions compétentes.

Les lieux et producteurs qui en réservent les disponibilités sont aussi des jeunes qui n'ont pas souvent accès aux budgets de commercialisation qui permettent des achats publicitaires dans les médias de masse ou la mise en oeuvre de campagnes d'affichage d'affiches couleur de grand format. Ainsi, l'affichage de petits formats sur mobilier urbain est une alternative inévitable entraînant des dommages collatéraux certains. C'est à cette problématique que souhaite s'attaquer notre projet.

Activités et calendrier

Le projet est scindé en deux phases principales : 1) la mise sur pied et 2) les opérations. La phase de mise sur pied, bien que nécessaire, pourra s'appuyer sur l'expertise développée par le Projet pilote d'affichage libre dans le centre-ville de Montréal et sera par conséquent moins longue qu'un tel projet pourrait le laisser entrevoir. Nous estimons à trois mois, la phase de mise sur pied, soit du début juin à la fin août 2007. Le projet sera prêt pour entrer en phase d'opération dès la rentrée culturelle de septembre 2007. Les opérations réalisées dans le cadre du projet soutenu par le FRIJ se dérouleront de septembre 2007 à mars 2009. Après cette période nous estimons que le service aura atteint une maturité qui lui permettra de tarifier ses services et de s'autofinancer.

La phase de mise sur pied est celle qui requiert un découpage plus serré des activités à réaliser et des démarches à effectuer :

- (1) Juin - Préparation du cahier de procédures pour les membres partenaires
- (2) Juillet - Négociation des ententes avec les membres partenaires
- (3) Août - Identification des lieux légaux d'affichage
- (4) En continu - Identification des lieux propices à l'installation d'un module de la Ville de Montréal

Tel qu'énoncé en section « Équipe », le projet repose sur un réseau de membres partenaires. Ces membres partenaires auront à charge d'assumer la gestion et d'effectuer l'affichage collectif dans un territoire de juridiction circonscrit. Le mois de juin sera consacré à préparer le cahier de procédures auxquelles ces partenaires devront se soumettre.

En échange de cette participation au projet, les membres partenaires recevront divers avantages. Le mois de juillet sera consacré à la tournée qui permettra de mettre sous contrats nos membres partenaires. En août, le responsable du projet réalisera avec les membres partenaires, une tournée de leur territoire d'attribution et identifiera avec eux les points qui permettent un affichage légal sans recourir immédiatement aux modules de la Ville de Montréal. Ces lieux existent et peuvent pallier temporairement l'installation des modules dédiés.

Enfin, parallèlement aux opérations et en continu, tant que les services de la propreté de la Ville de Montréal le jugeront nécessaire, notre responsable de projet ainsi que nos divers membres partenaires procéderont en collaboration avec la municipalité, à l'identification de lieux propices à l'installation de modules d'affichage dédiés.

Conformément aux recommandations du rapport d'évaluation du Projet pilote d'affichage libre dans le centre-ville de Montréal, nous nous engageons à rechercher toutes les collaborations nécessaires avec M. Raymond Carrier des Services de propreté de la Ville de Montréal ainsi qu'avec M. Jean-Robert Choquet du Service de développement culturel de la Ville de Montréal dans la réalisation d'une telle seconde phase d'implantation de modules d'affichage dédiés, que l'APLAS et la communauté des partenaires membres impliquée au projet Affichage collectif pourront ultérieurement gérer au quotidien.

Marché et besoin

Nos membres partenaires impliqués au projet sont responsables à eux seuls de la tenue de plus de 1248 concerts par an, rejoignant un public de plus de 49 920 jeunes spectateurs (12 salles X 2 concerts par semaine X 52 semaines X 40 spectateurs par représentation). Leur engagement dans la réduction de l'affichage sur mobilier urbain offre l'assurance de résultats réels rapidement observables.

En moyenne, pour chaque membre partenaire désigné, il existe au moins trois autres petits lieux dans le territoire d'assignation du projet Affichage collectif pour un total de 3744 concerts. Les producteurs de tous ces concerts, sauf pour de rares exceptions, imprimeront et colleront des affiches photocopiées de dimension 8,5 x 11" ou 11 x 17" au risque de recevoir des contraventions et en dépit du tort que cela cause au mobilier urbain et à l'image du quartier, car ils ont rarement des alternatives à ce mode de publicité, hormis les calendriers événementiels sur Internet ou dans les journaux culturels.

Compte tenu de l'énorme effervescence de cette scène culturelle, seul un projet comme Affichage collectif viendra à bout de résoudre la problématique énoncée et du même souffle d'offrir aux jeunes artistes un outil de publicité qui puisse répondre à leurs attentes. Le cas échéant, le service d'affichage offert par notre projet sera communiqué aux membres de l'APLAS par le biais de son site Internet associatif et dans ses bulletins d'information. La SOPREF (représentée sur notre Conseil administratif), qui communique un bulletin à une liste de plus de 500 membres producteurs et 1500 abonnés sectoriels nous assure sa collaboration.

Nous pourrions aussi compter sur un relais de la part de l'ADISQ en direction de ses membres producteurs dont un certain nombre est actif dans le réseau de la relève. Enfin, divers chroniqueurs spécialisés aux journaux Le Devoir, La Presse, VOIR ou ICI seront plus qu'intéressés à communiquer à leur lectorat la création d'un tel service qui aura un impact non seulement sur la scène culturelle, mais aussi sur l'image de nos quartiers.

Évaluation des résultats

Tel qu'évoqué précédemment, nos douze membres partenaires sont responsables de la tenue de plus de 1248 concerts par an. Leur engagement dans la réduction de l'affichage sur mobilier urbain offre l'assurance de résultats réels rapidement observables.

Le projet repose spécifiquement sur une stratégie de résolution de problème par l'implication des acteurs du phénomène : les jeunes artistes et les lieux de diffusion de leurs oeuvres. Tel projet ne pourrait être mis sur pied par des opérateurs extérieurs au réseau culturel de la relève, car ils ne pourraient compter sur la collaboration des usagers potentiels. Les opérateurs identifiés ici sont des membres de l'APLAS.

En ce sens, l'évaluation des résultats pourra se faire en large partie par le biais des outils associatifs de l'APLAS, notamment son site Internet collaboratif, auquel les membres ont un accès sécurisé par mot de passe et qui permet de conduire des sondages en ligne en continu et de participer à des forums de discussion.

Par ailleurs, nous insistons sur le caractère collaboratif de notre projet. Ainsi, notre responsable de projet sera en lien constant avec les membres partenaires et les fonctionnaires du Service de la propreté de la Ville de Montréal. Il entretiendra avec ces derniers une vigile sur les pratiques d'affichage.

Pérennité du service

Un projet comme le nôtre requiert une assistance financière principalement pour être lancé, pour procéder à une période d'ajustements qui permette d'en résoudre les faiblesses initiales, pour le faire connaître et enfin pour en démontrer l'utilité. Une aide de 95 semaines du FRIJ couvrira ces impératifs.

Par ailleurs, puisque nous avons vu que notre projet pourra rejoindre un chiffre prudemment estimé de 3744 concerts par année et que la masse salariale et les coûts annuels d'opération du service sont d'environ 30 000 \$, la revente de notre service d'affichage au montant marginal de 10 \$ par semaine par membre servirait à terme à en assurer la pérennité, et ce, sans constituer un frein à son utilisation, ni une concurrence déloyale envers quelque concurrent. Il nous sera possible d'effectuer des projections de coûts et de revenus plus précises ultérieurement, mais nous savons d'ores et déjà que la poursuite de notre initiative au terme du soutien accordé par le FRIJ ne posera pas de problèmes majeurs.

Planification financière

L'APLAS a été fondée officiellement en mars 2006, a ouvert son compte bancaire et débuté ses opérations en décembre 2006, en confiant un mandat de direction provisoire au consultant Jean-Robert Bisailon et en engageant la construction de son site Internet. Par conséquent, notre historique financier est très sommaire, se composant d'un Bilan d'ouverture et d'un État des résultats de deux semaines. Nous avons joint à ceux-ci un budget de prédémarrage de janvier à mai 2007, faisant état de divers financements confirmés. Bien que l'association soit toute nouvelle, sa création était en incubation depuis 1998 et un conseil d'administration provisoire était actif depuis près de deux ans. Soyez assurés de tout notre sérieux à mener nos objectifs à terme.

Les déboursés présentés dans notre Tableau de planification budgétaire sont tous en lien directs avec le projet Affichage collectif. Ces derniers garantissent la bonne marche du projet pour près de deux années, soit de mai 2007 à mars 2009.

Nous avons exclu de notre planification budgétaire, les déboursés que pourront générer la production et l'installation de modules d'affichage dédiés par la Ville de Montréal. Nous souhaitons de tout coeur que la municipalité s'engage dans une telle voie, mais estimons pouvoir mener à bien notre projet et atteindre des objectifs de réduction de l'affichage sauvage, en dépit de cette variable.

L'essentiel de nos déboursés est affecté au salaire d'un responsable de projet (lignes 1 et 2). En ligne 3, nous inscrivons une participation de l'APLAS de 2400\$, car nous lèverons l'obligation de régler une cotisation annuelle à nos membres partenaires du projet. En ligne 4, nous partageons avec le FRIJ la remise d'une allocation de fournitures au bénéfice des membres partenaires destinée à couvrir des frais de papier et de colle. Aux lignes 5, 6, et 7 nous prévoyons pour l'APLAS

des sommes pour la coordination du projet (10 % assumés par le FRIJ), et les frais qui permettront de tenir des réunions, de se déplacer aisément ou d'expédier des colis entre les membres partenaires et la coordination. Nous ne prévoyons pas de frais de bureau puisque l'assurance d'un accueil nous est fournie par la Table de concertation du Faubourg St-Laurent et deux de nos membres partenaires, nous fixerons notre choix éventuel sur une de ces offres et verserons un dédommagement symbolique à la structure choisie par le biais du compte alloué à la coordination.

En résumé, nous demandons au FRIJ de nous permettre de créer un emploi à temps complet pour un responsable chargé de la bonne marche d'un projet d'affichage légal collectif impliquant directement les membres partenaires, et indirectement, tout l'ensemble des petits lieux de spectacles des quartiers centraux de la ville de Montréal. Notre initiative endiguera pour une large part, le problème de l'affichage illégal sur mobilier urbain. Il résoudra ainsi une problématique endémique décriée fréquemment et depuis longtemps. Son effet direct sera de stimuler la production et la fréquentation d'activités artistiques de la relève en direction d'une clientèle jeune.

Budget

FONDS RÉGIONAL D'INVESTISSEMENT JEUNESSE TABLEAU DE PLANIFICATION BUDGÉTAIRE

Postes budgétaires

- 1 Salaire du responsable 33 250
- 2 Charges sociales 4 988
- 3 Allocations administratives 2 400
- 4 Fournitures 5 700
- 5 Frais de réunion 1 431
- 6 Frais de déplacement 1 000
- 7 Frais de coordination 6 742

Total : 55 511