



Mémoire de la Société de développement commercial Wellington



**Promenade
Wellington**

Rédigé par Billy Walsh et Claire Strunck
Présenté le 16 novembre 2011

3993 rue Wellington
H4G 1R6, Montréal, Canada
514-766-6437 / info@promenadewellington.com

Dans le cadre de cette consultation publique pour positionner Montréal comme métropole culturelle, la SDC Wellington tenait à apporter sa contribution pour accroître la qualité culturelle du cadre de vie des Montréalais et des Verdunois. Les objectifs étant édifiants, les ambitions honorables, les visions multiples, il nous apparaissait pertinent, en prémices de ce mémoire, de bien cerner le sens du mot culture, sens qui allait nous mener vers la définition même des *Quartiers Culturels* et ainsi orienter les recommandations formulées dans le présent document.

LA CULTURE, UN ART DE VIVRE

Ainsi sur Wikipédia on peut y lire ces lignes. « *En philosophie, le mot culture désigne ce qui est différent de la nature, c'est-à-dire ce qui est de l'ordre de l'acquis et non de l'inné. La culture a longtemps été considérée comme un trait caractéristique de l'humanité, qui la distinguait des animaux. (...) Par abus de langage, on utilise souvent le mot "culture" pour désigner presque exclusivement l'offre de pratiques et de services culturels dans les sociétés modernes, et en particulier dans le domaine des arts et des lettres.* »

L'UNESCO quant à elle propose celle-ci : « *La culture, dans son sens le plus large, est considérée comme l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances.* » (source : Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles. Conférence mondiale sur les politiques culturelles, Mexico City, 26 juillet - 6 août 1982.

Lorsque l'on franchit cette vision plutôt exclusive de la culture – *arts et lettres*, on constate qu'à l'échelle d'un quartier, d'une ville, d'une société, la culture est effectivement ce qui constitue l'être humain et sa communauté. Cela va donc aussi loin que le corps et l'intellect d'une personne ainsi que les valeurs et croyances qui sont portées par la société dans laquelle nous vivons. On comprend donc que *l'art et les lettres* sont en soi une composante importante de la culture mais considérons aussi l'ensemble des stimulations intellectuelles, sensibles et affectives qui nourrissent le corps et l'esprit de tout un chacun. Ainsi le sport, les activités physiques en plein air, l'alimentation, la religion ne devraient pas être des thèmes éloignés de notre démarche.

Or lorsqu'on parle de quartier, on parle avant tout d'une communauté faite d'individus regroupés géographiquement dans un tissu social. Il est donc très judicieux d'associer culture et quartiers comme le préconise l'exercice d'aujourd'hui autour des *Quartiers Culturels* de Montréal.

Nous allons donc nous pencher sur la dimension macro des quartiers culturels à Montréal pour ensuite l'aborder de façon plus locale à Verdun.

Nous croyons, de par la nature de notre organisme, que la définition de l'Unesco, plus inclusive, met de l'avant l'essence à épouser. Montréal, avant d'être une destination culturelle aux ambitions internationales, se profile comme des milieux de vie aux racines communes. C'est pourquoi nous axerons ce mémoire en fonction d'un art de vivre, plutôt qu'une réflexion essentiellement dirigée vers les enjeux de la diffusion et production de la culture artistique. Néanmoins, dans le contexte social et historique montréalais, il nous apparaît impossible de dissocier ces deux orientations, car l'une et l'autre s'alimentent mutuellement. Ainsi, un art de vivre distinctif, stimule la culture artistique et peut aussi devenir un positionnement stratégique quant au pouvoir d'attraction que nous exerçons sur des clientèles touristiques, alors que la mondialisation de la planète sourit au caractère authentique des sociétés.

POURQUOI FAVORISER LA VITALITE CULTURELLE DES QUARTIERS ?

Comme plusieurs grandes villes, Montréal est avant tout une ville de quartiers à dimension humaine. Le portrait de celle-ci doit donc être composé de toutes les facettes de ses quartiers pour refléter à sa juste valeur, sa richesse et son dynamisme.

1 - Pour contrer l'exode : encourager le réflexe local

Pour permettre à Montréal de s'affirmer et de croître sainement, il faut mettre en valeur tous ses attraits particuliers pour contrebalancer l'exode des citoyens en banlieue. Ainsi, nous devons faire de Montréal une ville qui se colle davantage aux enjeux du développement durable en favorisant une vie de quartier améliorée, riche et inclusive. Le développement durable n'est pas seulement une ligne de conduite aux valeurs environnementales ajoutées. Il incarne le souhait de vivre dans une communauté respectueuse de ses environnements (socio, physique, etc). La tendance est réelle et de fond. Pour y arriver, il faut favoriser l'achat local, l'accessibilité à nos lieux naturels, créer des places publiques et en stimuler l'animation (responsabilités publiques et privées), préconiser le déplacement actif et en commun, etc.

Pour encourager les citoyens montréalais à soutenir leur propre ville, il faut leur rappeler la présence des commerces de quartiers, stimuler celle-ci par des politiques ciblées, communiquer l'offre récréo-touristique et les richesses patrimoniales qui s'offrent à eux. Trop souvent, la population se tourne vers l'extérieur pour ses loisirs ou encore vers les chaînes commerciales pour l'achat de biens. Comme le magasinage peut, dans une définition inclusive de la culture, être l'incarnation populaire de l'expérience culturelle urbaine, il est dommage de constater que celui-ci, sombre trop souvent dans l'uniformisation de la culture (bannières internationales), alors que maintes initiatives locales pourraient être soutenues pour encourager le commerce indépendant.

Nous ne reviendrons pas sur les grands débats concernant la survie des librairies indépendantes (cf article du Devoir: <http://www.ledevoir.com/culture/livres/335836/alerte>), des cinémas de quartiers ou bien des petits commerces. Le problème existe et résulte de plusieurs sources mais la conscience collective évolue. De plus en plus de citoyens souhaitent faire leur part et soutenir leur

communauté à l'échelon local et provincial. Ainsi il n'est pas rare de croiser des individus qui marquent quotidiennement leur engagement en pratiquant l'achat local. Bref, ce vers quoi tend le quartier culturel, c'est fondamentalement une offre de services et de biens à proximité des lieux de résidences. Proximité qui influence le mode de vie, notre expérience urbaine, notre sens de la communauté et donc la personnalisation de nos échanges humains.

2- Offre touristique bonifiée, une valeur ajoutée à Montréal

Voyant certaines tendances dans le voyage, la gastronomie et l'agro-alimentaire, il est impossible d'ignorer le potentiel que représentent les particularités locales, ces petits traits distinctifs qui rendent les grandes destinations si riches et attirantes. Manhattan est une destination de choix. Néanmoins, le voyage se raconte inconditionnellement en parlant de « Soho, Greenwich village, Little Italy ou Chinatown ». Le *Toqué*, est une référence gastronomique mondiale, mais dans ses plats, c'est toute le savoir faire du Québec agricole qui est mis de l'avant. Le site www.veilletourisme.ca cite ce point dans les tendances mondiales du voyage 2011 : « *Le tourisme culturel. Un bel emplacement ne suffit plus à satisfaire les voyageurs qui exigent plus d'interactions significatives avec les cultures locales et des visites spécialisées avec des artisans et des experts dans des domaines variés.* » À ce titre, l'organisme *Héritage Montréal* ou encore l'entreprise *Kaleidoscope* ont bien cerné cette demande grâce à leur circuits thématiques guidés.

Malgré l'absence d'une mise en marché concertée de ces différents quartiers, ou encore des politiques avouées visant le développement de ceux-ci dans leurs créneaux distinctifs, il semble néanmoins émerger plusieurs particularités locales fortes, issues de l'histoire de ces derniers et des gens qui les occupent. Mettre en valeur les quartiers de Montréal et les bonifier grâce à des investissements substantiels, créerait inévitablement un *momentum* périphérique, un prétexte pour sortir du cœur de Montréal et peut-être prolonger le séjour des touristes dans la Métropole.

De plus, il est fascinant de constater à quel point la somme de petits détails marquent l'expérience positive du voyageur. Les monuments, les musées, les festivals demeurent une vitrine essentielle à l'extérieur de la ville (voir du pays), mais les souvenirs gardent heureusement en mémoire le contact humain au cœur d'un jugement favorable ou non de nos expériences à l'étranger. Une société épanouie est une société culturellement riche. S'investir dans la culture des milieux de vie, à un moment où Montréal s'est doté de plusieurs événements et institutions reconnus (FIJM, Les Francofolies, Montréal en Lumière, MBAM, MAC, etc) pourrait donc devenir un atout considérable pour assumer une vision de développement local, et continuer parallèlement à nourrir ses ambitions de reconnaissance internationale.

RECOMMANDATIONS A LA VILLE DE MONTREAL

1 - Des Quartiers Culturels à la visibilité augmentée

En marketing, une marque qui se distingue vient toujours accompagnée d'une communication soutenue et fréquente. Nous pensons que c'est avant tout dans cette optique que les *Quartiers Culturels* doivent diriger leurs efforts. Développer un regroupement de ceux-ci sur une base multiplateforme et ainsi diffuser les initiatives et traits distinctifs de chaque secteur. Cela offrirait au public et aux touristes une vue d'ensemble tout en gardant une place de choix aux identités propres à chaque quartier. Cela rejoint la vocation du site <http://www.lavitrine.com/> mais en visant plus largement que les arts et spectacles pour ainsi englober toutes les activités culturelles ou éléments de *branding*. Dans cette perspective, pourquoi ne pas travailler avec *Tourisme Montréal*, afin que cet organisme développe et encadre cette communication sectorielle ?

2- Visibilité virtuelle et sur le terrain

Il y a certes la présence d'internet et applications pour les téléphones intelligents à prendre en considération mais il ne faut surtout pas oublier la signalisation sur le terrain. Encore beaucoup de personnes ne s'alimentent pas des médias traditionnels, ni par les multimédias encore moins via les réseaux sociaux. L'affichage sur le terrain prend donc tout son sens. Afficher les intérêts des lieux, aux sorties des stations de métro, serait utile aux résidents comme aux touristes. Des bornes d'un même type, avec un code couleur propre à chaque quartier culturel, pourraient être disposées à la sortie des stations de métro afin de profiter des flux migratoire intra-muros.

Cela aurait aussi pour effet d'encourager le tourisme en transport en commun ou à pied, un autre pas vers la promotion du développement durable. De ces gestes concertés peut naître une cohésion entre les différents quartiers culturels tout en leur assurant une identité propre. Ces bornes pourraient aussi être des balises pour les applications mobiles ce qui permettrait un tourisme virtuel et interactif personnalisable. On pourrait y retrouver des circuits gastronomiques, cyclistes, historiques...

Dans cette optique de communication physique: sortons l'art des musées! Affichons des reproductions d'œuvres à l'extérieur, donnons les murs aux artistes, embellissons notre ville du talent de nos créateurs! Une initiative du Musée McCord, dans le contexte de la nouvelle exposition permanente, [Montréal - Points de vue](#) rejoint cette idée. Le Musée McCord a lancé une application mobile avant-gardiste utilisant la réalité augmentée, [Musée Urbain MTL](#). Une autre façon de découvrir Montréal et de revisiter les lieux mêmes où s'est créée l'histoire. Le visiteur est invité à voyager à travers le temps tout en gardant un œil sur le présent, grâce un parcours permettant de visionner des photos d'archives du quartier entourant le musée, à partir d'un téléphone intelligent. Cette idée originale de Londres représente une merveilleuse façon de rendre la culture accessible et des initiatives de *réalité augmentée* pourraient être adaptées à différentes thématiques sur l'ensemble du territoire.

3- Montréal ville de savoir

Bien que Montréal possède 4 universités, ces dernières nous apparaissent peu présentes au sein des identités de quartier. Hauts lieux du savoir, de l'innovation et des mouvements d'avant-garde, celles-ci gagneraient à s'impliquer davantage au sein de leur communauté, afin que leurs activités, événements et succès rayonnent d'abord dans leur quartier, mais surtout dans toute la ville. Elles représentent un atout de taille, incontournable quant à l'effervescence de la culture, dont Montréal devrait tirer avantage.

4- Une ville, une île

Notre position d'insulaire peut parfois causer certains problèmes, particulièrement en ce qui concerne les transits entre notre île et la périphérie. Ce qui nous donne en contre partie un potentiel de développement phénoménal quant aux activités récréo-touristiques qui peuvent naître le long des berges du St-Laurent. Pourquoi ne pas développer une vraie mise en valeur de ce patrimoine naturel à l'échelle Montréalaise, toujours dans le respect de l'environnement et conscient des écosystèmes vulnérables ? À quand, une volonté politique qui redonnera le St-Laurent à ses citoyens et pourra aussi devenir un levier pour séduire une nouvelle clientèle touristique... Selon nous, le fleuve fait partie intégrante de la culture montréalaise et malheureusement s'avère trop peu présent (question d'accès) dans notre quotidien.

5- Soutenir les efforts de revitalisation du patrimoine architectural

L'état des bâtiments, la richesse architecturale des artères commerciales est partie prenante d'une expérience urbaine agréable. Nous avons le privilège, de par ces immeubles, de donner un caractère distinctif et authentique aux artères commerciales de Montréal. Témoins de l'histoire, ils dessinent une trame qui aurait intérêt à être mise en valeur, car en plus de leur caractère culturel, d'une revitalisation encourageant directement le commerce de proximité, la beauté des bâtiments qui longent nos rues commerciales peut aussi devenir un levier économique pour celui-ci. Le programme *Pram* était une bonne initiative. À quand le prochain programme similaire ? Pourquoi ne pas y inclure des projets concertés qui visent l'amélioration et la mise en valeur du domaine public et privé ?

VERDUN, UN QUARTIER CULTUREL QUI GAGNE A ETRE RECONNU

Épousant une définition plus générale de la culture, nous considérons que Verdun doit être reconnu comme étant un quartier culturel, car il possède une identité propre, un mode de vie unique à Montréal et une vie culturelle de plus en plus effervescente. Nous reconnaissons tous les efforts que l'arrondissement met à développer des pôles de diffusions artistiques, ainsi que ce mode de vie riverain particulier aux verdunois grâce à des berges splendides et une proximité unique au fleuve. Mais par ce mémoire, nous désirons principalement vous faire connaître ce nouveau milieu de vie que représente la Promenade Wellington et la vision de développement qui anime sa SDC.

À l'aube du 21^e siècle, la revitalisation est clairement amorcée dans l'arrondissement de Verdun. La preuve en est le dynamisme commercial dans le secteur. Ne serait-ce qu'en regardant la rue Wellington, on pense tout de suite à la notoriété grandissante des restaurants et commerces comme le *Mas Cuisine*, le restaurant *SU*, la *Fromagerie Copette* ou encore la *Maison de Thé Cha noir*. En parallèle à ces succès, l'arrondissement voit s'installer une nouvelle cohorte de familles et de propriétaires venant peupler les habitations aux alentours.

La nouvelle équipe en poste à la SDC axe davantage son développement sur la mise en marché et de moins en moins sur la promotion. Collée aux principes de développement durable, la SDC Wellington se donne comme mission de faire de la Promenade le milieu de vie le plus dynamique de l'arrondissement, en favorisant l'émergence d'expériences culturelles pour son quartier. En quelque sorte, nous désirons donner une valeur ajoutée à notre offre commerciale grâce à des événements novateurs qui allient l'émerveillement, la tradition et la diffusion artistique. La vision de la SDC est de développer un milieu de vie authentique, inclusif et diversifié pour les citoyens de Verdun, voir de Montréal. Le tout, dans une perspective de développement qui encourage essentiellement le commerce local et la « réappropriation » de l'espace public par le citoyen : terrasses, événements, places publiques améliorées, etc.

Déjà cette année, la SDC a produit et supporté plusieurs initiatives qui ont contribué à bonifier l'esprit des lieux, et à améliorer l'expérience urbaine sur la Promenade Wellington. Entre autres :

- **Circuit des arts de Verdun** : regroupement d'artistes exposant chez différents commerçants. Circuit prenant place tout au long de l'été.
- La tenue d'un spectacle dans le cadre de la programmation **Scène d'été – Tricot Machine**.



- Présentation du spectacle de la troupe **Portes Sud** de Carcassonne dans le cadre du **festival Transatlantique Montréal / Quartiers de la danse**.

- La tenue du spectacle **Écureuil** présenté par l'**École de Cirque de Verdun** dans le cadre de **Montréal Complément Cirque**. Partenariat entre arrondissement / École de Cirque / SDC.



- Premier **Festival de marionnettes** ; 12 troupes, plus de 35 représentations gratuites en une fin de semaine.



Cette année marque un tournant dans le choix de la programmation qui prend place sur la Promenade. Pour continuer à enrichir nos expériences culturelles et celles du quartier, les intervenants devront travailler coude à coude pour que les verdunois sachent ce qui se passe dans leur arrondissement, mais aussi que l'ensemble des Montréalais prennent connaissance de ce mode de vie particulier et des changements qui prennent place à Verdun. Nous tenons à souligner par le fait même l'écoute grandissante de l'arrondissement de Verdun, vis-à-vis nos initiatives et la vision qu'elles veulent mettre de l'avant. Ce dernier est devenu un partenaire de choix et nous lui en sommes reconnaissants.

RECOMMANDATIONS A L'ARRONDISSEMENT DE VERDUN

1- Stimuler les initiatives privées

Afin de compléter ces efforts publics (arrondissement) et privés (SDC), nous encourageons l'arrondissement à **créer des politiques et/ou des lieux qui serviront à encourager non seulement la diffusion de l'art, mais aussi sa production dans la sphère privée**, car l'histoire nous démontre que l'apport des artistes est essentiel au développement d'une région, mais surtout à sa portée identitaire. Selon nous deux raisons principales peuvent freiner ces initiatives privées:

- 1- Une structure immobilière (majoritairement résidentielle) qui donne très peu de possibilité quant à la création de studios, d'atelier, bref de lieux de production disponibles à des coûts respectant la réalité financière des créateurs. Évidemment, cette production peut toujours prendre place, le territoire de l'arrondissement n'en n'est pas dépourvu pour autant, sinon que son aspect disparate encourage peu la synergie entre les artistes et ralentit potentiellement les initiatives locales et privées de diffusion.
- 2- Une loi (loi Scott) interdisant la vente d'alcool sur le territoire de Verdun pourrait nuire à l'émergence d'un bistro / salle de concert à petite dimension. Chaque quartier possède son *café InVivo* (Hochelaga-Maisonneuve), *Miss Villeray* ou autre. Dû à cette loi, impossible d'ouvrir de tel établissement qui doivent capitaliser sur les profits de la vente d'alcool pour assurer leurs opérations, mais aussi soutenir une programmation culturelle hebdomadaire qui contribue au rayonnement de la rue, du quartier et vient ajouter un plus dans l'équation visant à la création d'un milieu de vie riche et diversifié.

2- Amorcer la mise en place d'un lieu public central

Afin de soutenir nos efforts de développement nous confirmant davantage comme un *Quartier Culturel*, nous demandons à l'arrondissement d'aller de l'avant avec certaines propositions faites lors de l'amendement du plan d'urbanisme à l'automne 2010. La Promenade aurait intérêt à voir naître sur son territoire, non loin de l'Église Notre-Dame-des-Sept-Douleurs, un espace public. Celui-ci pourrait donner l'opportunité aux citoyens de se réapproprier ces lieux et à la SDC d'y tenir des événements publics de plus grande envergure.

L'époque où le quartier était occulté par une réputation plutôt négative est révolue. Les efforts de développement local menés depuis maintenant plus de vingt ans rapportent désormais ses dividendes. La SDC entretient une place privilégiée dans cette transformation car elle fait à la fois partie des causes et des effets de celle-ci. Nous poursuivrons sans relâche nos efforts pour devenir un quartier de plus en plus culturel – *art et lettres*, car nous croyons qu'à l'aube du 21 siècle, époque présentant des enjeux sociaux, environnementaux et économiques importants, la culture prend l'allure d'un catalyseur identitaire incontournable et rassembleur. Le dialogue qu'elle favorise entre les individus, les valeurs, les traditions et l'environnement développe un esprit de communauté axé sur le mieux vivre ensemble et la découverte des différences. Ce en quoi nous croyons et souhaitons pour les générations à venir. Bref, plusieurs actions peuvent être localement et globalement posées, il n'en tient qu'à nous de déterminer le visage de nos quartiers et la qualité de vie que nous laisserons aux montréalais qui nous suivront.