

Auteur : Dominique Anglade  
Consultante, McKinsey & Company

### **L'offre culturelle doit mieux nous représenter !**

La culture, c'est d'abord l'essence de ce que nous sommes. Notre langue, notre musique, nos livres, notre théâtre... Elle n'est pas l'apanage des riches, elle se décline au pluriel et vit dans tous les foyers québécois. Et une révision de la gouvernance culturelle au Québec nous permettrait de faire de la culture une force motrice à l'échelle mondiale. Peu de personnes remettent en question la valeur que représente l'investissement en culture et ses retombées de 8 milliards de dollars pour la seule région de Montréal. Néanmoins, la demande n'est pas au rendez-vous. Depuis les années 1990, la consommation des produits culturels plafonne.

En 2008, le gouvernement québécois injectait plus de 900 millions de dollars dans la culture. Si on y ajoute les subventions fédérales de 1,2 milliard, le Québec arrive au premier rang des provinces canadiennes en ce qui a trait aux dépenses gouvernementales par habitant en matière de culture. Par contre, les ménages québécois consacraient 2,9 % de leurs dépenses de consommation à la culture en 2005, plaçant la province au 10e et dernier rang dans ce domaine. Il faut que les Québécois eux-mêmes s'intéressent davantage à ce qui se fait ici, et ce, de manière plus systématique. Il faut aussi que le contenu offert reflète davantage les réalités régionales et culturelles. À Montréal, 50 % des foyers n'utilisent pas le français à la maison. Notre culture doit donc être représentative de ce qu'est le Québec d'aujourd'hui et de ce qu'il sera demain. Pour répondre aux enjeux de la situation, on propose de revoir la gouvernance culturelle en s'attaquant à trois volets essentiels et en maintenant les budgets alloués à la culture.

Premièrement, accorder 50 millions de dollars (M\$) à la création de postes d'animateurs culturels pour chaque école publique primaire et secondaire du Québec. Ces animateurs, bien ancrés dans leur milieu et ayant une formation spécialisée dans le domaine, serviraient de pont entre les élèves et l'offre culturelle pour éveiller l'intérêt des enfants dès leur plus jeune âge. Deuxièmement, assigner 50 M\$ à une véritable campagne sur cinq ans portant sur «notre langue, notre culture, notre responsabilité», afin de sensibiliser la population à l'importance et à l'intérêt de bien maîtriser la langue française, trop souvent écorchée et malmenée au Québec. C'est en mettant cette langue en valeur que nous valoriserons notre culture et que nous susciterons l'intérêt de tous envers cette culture. Troisièmement, investir 800 M\$ dans les différents secteurs d'activités, mais en donnant la priorité aux trois critères suivants :

- la capacité des organismes subventionnés à coordonner leurs efforts avec ceux d'organismes similaires; nous avons plus de 12 festivals de films à Montréal, mais nous ne semblons pas en mesure de rivaliser avec les grands de ce domaine;
- la capacité d'exporter savoir-faire et expertise dans le but de faire rayonner notre culture à l'étranger;
- l'utilisation des technologies pour faire connaître les projets des promoteurs et pour encourager leur consommation par les Québécois et les autres clientèles cibles.

Ces initiatives devraient se conjuguer pour permettre à notre culture d'être une véritable force motrice et créatrice pour le Québec.