

**Direction des bibliothèques**

**AVIS**

Ce document a été numérisé par la Division de la gestion des documents et des archives de l'Université de Montréal.

L'auteur a autorisé l'Université de Montréal à reproduire et diffuser, en totalité ou en partie, par quelque moyen que ce soit et sur quelque support que ce soit, et exclusivement à des fins non lucratives d'enseignement et de recherche, des copies de ce mémoire ou de cette thèse.

L'auteur et les coauteurs le cas échéant conservent la propriété du droit d'auteur et des droits moraux qui protègent ce document. Ni la thèse ou le mémoire, ni des extraits substantiels de ce document, ne doivent être imprimés ou autrement reproduits sans l'autorisation de l'auteur.

Afin de se conformer à la Loi canadienne sur la protection des renseignements personnels, quelques formulaires secondaires, coordonnées ou signatures intégrées au texte ont pu être enlevés de ce document. Bien que cela ait pu affecter la pagination, il n'y a aucun contenu manquant.

**NOTICE**

This document was digitized by the Records Management & Archives Division of Université de Montréal.

The author of this thesis or dissertation has granted a nonexclusive license allowing Université de Montréal to reproduce and publish the document, in part or in whole, and in any format, solely for noncommercial educational and research purposes.

The author and co-authors if applicable retain copyright ownership and moral rights in this document. Neither the whole thesis or dissertation, nor substantial extracts from it, may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

In compliance with the Canadian Privacy Act some supporting forms, contact information or signatures may have been removed from the document. While this may affect the document page count, it does not represent any loss of content from the document.

Université de Montréal

**Trois-Rivières et le Festival International de la Poésie :**  
**L'inscription de la poésie dans la ville industrielle**

par  
Magali COCHARD

Institut d'urbanisme  
Faculté d'aménagement

Thèse présentée à la Faculté des études supérieures  
en vue de l'obtention du grade de maîtrise  
en Urbanisme

Août 2007



© Magali Cochard, 2007

Université de Montréal  
Faculté des études supérieures

Cette thèse intitulée :

Trois-Rivières et le Festival International de la Poésie :  
L'inscription de la poésie dans la ville industrielle

présentée par :  
Magali Cochard

a été évaluée par un jury composé des personnes suivantes :

Gérard Beudet, directeur de recherche

[information retirée / information withdrawn]

MÉMBRE DU JURY

[information retirée / information withdrawn]

PRÉSIDENT - RAPPORTEUR

## Résumé

La fin du XX<sup>ème</sup> siècle a vu une évolution rapide des villes. Les villes industrielles ont eu à subir délocalisation et désindustrialisation les menant à une crise profonde non seulement économique et sociale, mais aussi vocationnelle. Dans les réponses apportées pour tenter de remédier à la crise, se sont développées le marketing urbain ainsi que le recours aux fêtes et aux festivals, favorisant le passage de la ville productive à la ville festive et imagée.

À travers le cas du Festival International de la Poésie et de la ville de Trois-Rivières, nous nous intéresserons au rôle que peut jouer un festival dans le repositionnement vocationnel d'une ancienne ville industrielle et dans son modelage au quotidien.

**Mots-clés :** Trois-Rivières, festival, marketing urbain, repositionnement vocationnel

## **Abstract**

Cities changed rapidly during the last decades of the XX<sup>th</sup> century. Industrial cities had suffered from relocation and delay of industrial activity, leading to a deep crisis not only economical but also social and even vocational. Branding as well as the use of feast and festival have developed as means to try to overcome this crisis thus leading from the productive city to the festive city.

Through the case study of the International Festival of Poetry and the city of Trois-Rivières, we will see the part a festival can take in the vocational repositioning of a former industrial city, and in its all the day to day evolution.

**Keywords** : Trois-Rivières, festival, branding, vocational repositioning

## Table des matières

Méthodologie .....	4
I De la crise vocationnelle de la ville.....	7
1. Le contexte de la ville .....	7
a. L'accélération de l'évolution urbaine.....	7
b. La mondialisation.....	8
c. L'évolution des modes de vie.....	11
2. De la vocation des villes .....	14
a. Définitions .....	14
b. Élaborations des fonctions et changement des vocations .....	15
c. La fin de la vocation de production.....	18
II ... À la recherche d'une spécificité pour se démarquer .....	21
1. Ville et image .....	21
a. Une identité pour la ville .....	21
b. Image de ville.....	23
2. Le marketing urbain .....	25
3. L'authenticité de la ville.....	28
4. Bilbao : De l'industrie lourde à l'architecture, les réussites du marketing urbain.....	31
5. La Ruhr : miser sur le culturel et le ludique.....	34
III L'Appel à la fête régénératrice, vers la ville festive ?.....	40
1. La fête en ville.....	40
a. Tentative de définition de la fête.....	40
b. Les rôles de la fête .....	41
c. Liens entre fête et identité .....	44
2. Ville et festival .....	45
a. Festival : définition et tentative de catégorisation.....	45
b. Évolution des festivals .....	48
3. La ville festive.....	48

a. Pourquoi la ville festive ?.....	49
b. Le mélange des genres .....	49
IV De villes de papier à villes d'écriture .....	53
V Trois-Rivières : entre Québec et Montréal.....	58
1. Situation géographique .....	58
2. Historique de la ville .....	60
a. Un site autochtone.....	60
b. La fondation de la ville .....	60
c. Le développement industriel .....	61
d. La crise industrielle et le déclin de la ville.....	63
e. Trois-Rivières aujourd'hui .....	65
3. La revitalisation du centre-ville .....	66
a. Une réflexion patrimoniale.....	66
b. La requalification du centre-ville.....	68
c. Le développement culturel .....	71
VI Le Festival International de la Poésie .....	80
1. La thématique.....	80
2. L'organisation .....	81
a. Les structures.....	81
b. Les objectifs .....	82
c. La programmation .....	85
d. Philosophie des activités .....	85
e. La promotion .....	86
3. Le public .....	86
4. La temporalité .....	87
5. La spatialité .....	87
a. Une spatialisation intérieure.....	87
b. Le territoire du Festival International de la Poésie .....	88

c. Des lieux symboliques .....	90
d. Des infrastructures pérennes .....	92
6. La reconnaissance du FIP : source d'inspiration et récompenses .....	94
7. Caractérisation du Festival International de la Poésie .....	95
VII Trois-Rivières et le Festival International de la Poésie : du marketing de la poésie au marketing de la ville.....	98
1. L'appropriation de la ville par la poésie .....	98
a. Les premières éditions.....	98
b. Localiser c'est lier.....	99
c. La cinquième édition, premier tournant .....	101
d. L'appui du milieu local .....	103
2. L'évolution des liens.....	106
a. La pérennisation au quotidien .....	106
b. Les médias et le développement d'une image.....	108
3. Retournement de situation : appropriation de la poésie par la ville.....	110
a. La prise de conscience : faire parler de soi par l'autre.....	110
b. Capitaliser une image acquise.....	111
c. Développer des produits de poésie.....	112
d. Travailler la signature .....	113
e. À la recherche de récompense.....	114
f. La poésie au-delà du Festival.....	115
VIII De la logique de festival à la logique de la ville : la pérennisation en question .....	118
1. FIP : outil ou acteur de marketing urbain ?.....	118
a. Fêtes, festivals faire-voir, faire-valoir .....	118
b. Le Festival International de la Poésie, acteur de marketing?.....	119
c. L'initiative du privé dans le marketing de la ville.....	120
2. Pérennisation, entre survie et instrumentalisation.....	123
3. La poésie pour modeler le centre-ville ?.....	125

a. Un nouveau centre à délimiter.....	128
b. Utiliser l'évènement ? .....	128
c. Artefacts et autres signes de poésie.....	130

## Liste des illustrations

<b>Publicité pour le train Corail intercités en France</b>	p13
<b>Le Musée Guggenheim de Bilbao par Franck Gehry</b>	p31
<b>Le Gazomètre de Duisburg, emblème de la reconversion de l'Emscher Park</b>	p38
<b>Imageries BD à Angoulême</b>	p56
<b>La BD sur les murs de la ville</b>	p57
<b>Localisation de Trois-Rivières</b>	p58
<b>Le territoire du FIP, lieux d'activité 2006</b>	p88
<b>Corde à Poèmes dans le Parc Champlain</b>	p90
<b>Couvent des Ursulines</b>	p90
<b>Au Vieux-Port, promenade le long du Saint-Laurent</b>	p91
<b>Plaque de Poésie</b>	p92
<b>Monument au poète inconnu</b>	p93
<b>Affiches des 15<sup>ème</sup>, 17<sup>ème</sup>, 19<sup>ème</sup> et 20<sup>ème</sup></b>	p100
<b>Cartons à poèmes en Français et en Anglais</b>	p113
<b>Remise du <i>Merit Award in special events and promotion</i></b>	p115

## Liste des sigles

CDC : Corporation de développement culturel

COMSEP : Centre d'organisation mauricien de services et d'éducation populaire

FIP : Festival International de la Poésie

IBA : International Bau Ausstellung

SDC : Société de développement culturel

UQTR : Université de Québec à Trois-Rivières

*À tout celles et ceux qui ont contribué à  
diriger ma route des rives du Gave à celles  
du Saint-Laurent, en passant par la Loire,  
par la Seine et par l'espérance du fleuve  
Congo.*

## Remerciements

Ce mémoire a été riche de rencontres, de soutiens qui tous ont leur part dans ce présent texte.

Merci à Gérard Beudet de m'avoir dirigée vers Le Festival International de la Poésie et Trois-Rivières. Merci d'avoir accepté mes longueurs et mes dernières minutes.

Un grand MERCI à Maryse Baribeau et Gaston Bellemare dont l'accueil chaleureux et enthousiaste a été et reste une merveilleuse motivation. Je n'oublie surtout pas de saluer l'équipe des Écrits des Forges et du Festival International de la Poésie, ma famille trifluvienne.

Que ne manquerai-je de souligner le soutien de mes parents, de mes frères et sœur au loin ! Pour toutes vos pensées, vos attentions, les décomptes courriel et autres relectures... Merci

À vous ma large famille montréalaise, merci de m'avoir fait rire, merci de m'avoir fait grincer des dents, d'avoir partagé mes coups de blues et mes succès et merci d'avoir partagé les vôtres avec moi. Peut-être aurai-je rédigé plus rapidement sans nos soucis communs, mais ces moments resteront inoubliables !

À mon frère poète des rives du lac Bukavu, tes épîtres irrégulières ont su reconforter et encourager aux moments opportuns une volonté défaillante. Tu sais si bien faire revenir d'exil le soleil !

À celui qui a connu les prémices de ce mémoire, aux longues marches de bord de Seine, et en a porté avec moi toutes les étapes. Merci pour tes conseils, merci pour ta patience, merci pour ta confiance et merci surtout pour ta présence et tout ton amour.

Nakozala zala na motema na ngai ya libela.

## Avant-Propos

« J'aimerais qu'il existe des lieux stables, immobiles, intangibles, intouchés et presque intouchables, immuables, enracinés ; des lieux qui seraient des références, des points de départ, des sources :

Mon pays natal, le berceau de ma famille, la maison où je serais né, l'arbre que j'aurais vu grandir (que mon père aurait planté le jour de ma naissance), le grenier de mon enfance empli de souvenirs intacts...

De tels lieux n'existent pas, et c'est parce qu'ils n'existent pas que l'espace devient question, cesse d'être évidence, cesse d'être incorporé, cesse d'être approprié. L'espace est un doute : il me faut sans cesse le marquer, le désigner ; il n'est jamais à moi, il ne m'est jamais donné, il faut que j'en fasse la conquête.

Mes espaces sont fragiles : le temps va les user, va les détruire : rien ne ressemblera plus à ce qui était, mes souvenirs me trahiront, l'oubli s'infiltrera dans ma mémoire, je regarderai sans les reconnaître quelques photos jaunies aux bords tout cassés. Il n'y aura plus écrit en lettres de porcelaine blanche collées en arc de cercle sur la glace du petit café de la rue Coquillière : « Ici, on consulte le Bottin » et « Casse-croûte à toute heure ».

L'espace fond comme le sable coule entre les doigts. Le temps l'emporte et ne m'en laisse que des lambeaux informes :

Écrire : essayer méticuleusement de retenir quelque chose, de faire survivre quelque chose : arracher quelques bribes précises au vide qui se creuse, laisser, quelque part, un sillon, une trace, une marque ou quelques signes. »

*Espèces d'espaces*, Georges Pérec

Ce texte de Georges Pérec, découvert lors d'un précédent travail, est une des origines de ce mémoire. Base d'une réflexion sur l'espace et l'éphémère, il a été le premier pas vers l'interrogation du lien entre la ville et la fête. Quelle distance, semble-t-il, entre le rapport personnel à l'espace et au temps, que nous livre l'écrivain, et un déploiement festif dans la cité ! Pourtant, à travers son expression individuelle, Pérec nous place face à une réalité partagée par les individus et la collectivité : notre besoin de nous inscrire dans l'espace et

dans le temps, de nous positionner, de nous définir, d'avoir des repères stables dit-il. Malheureusement, pas plus que le temps, l'espace n'est stable, puisqu'il est en perpétuelle évolution et que nous même, par la déformation de la mémoire nous contribuons à ces modifications. Si bien que Pérec nous dit la nécessité permanente de le « conquérir ». La réponse de l'écrivain est l'écriture, décrire sur papier pour fixer l'instant, le lieu et figer le souvenir. Ce geste traduit une action double : il définit l'espace et lui donne forme, en même temps qu'il se définit dans l'espace et construit son identité. Ma question avait été : que faisons nous, à titre d'intervenant sur l'espace, d'aménagistes, pour conquérir l'espace pour nous et pour les autres ?

Étudiant il y a quatre ans, l'architecture du paysage, je m'étais penchée sur des interventions proches de ce domaine. J'avais ainsi retenu des aménagements de parcs jouant avec la fluctuation naturelle de l'eau<sup>1</sup>, le travail des Land'artistes et enfin l'installation de structures éphémères en milieu urbain lors d'événements festifs. Trois types d'interventions éphémères, trois révélateurs de lieux. Ces actions se rejoignent par la nouvelle lecture qu'elles proposent de l'espace et par le marquage de celui-ci physiquement et mémoriellement. Elles ont aussi en commun leur récurrence. L'eau de pluie, comme l'eau des crues revient régulièrement et recrée un état passager des parcs. Le Land'artist ne cesse de poursuivre son travail, d'œuvre en œuvre. Chacune est entièrement nouvelle, forme, matériaux, site changent. Cependant elles procèdent toute d'une même démarche dans laquelle elles sont récurrentes de l'acte créateur. La fête, enfin, réinvestit

---

<sup>1</sup> Les deux exemples dont j'avais traité étaient le Parc Balzac à Angers (France) et le site Sulzer à Winterthur (Suisse). Le Parc Balzac est situé dans l'exutoire de la Maine. Ce parc est inondé durant une partie de l'année et offre alors un paysage surréaliste où des arbres, voire des ponts ou même des bancs, émergent d'une plaine liquide en fonction de la hauteur du niveau d'eau. La superficie du Parc ouvert à la promenade varie aussi en fonction de la crue si bien que ce lieu, très apprécié des Angevins, est en constante re-composition ce qui en fait son attrait principal.

Le revêtement du site Sulzer a été réalisé avec des dépressions faibles aux formes organiques. Ainsi, lorsqu'il pleut, des flaques aux formes contrôlées apparaissent, redessinent l'espace par des jeux de reflets et induisent les cheminements. Sitôt la météo plus clémente, les flaques disparaissent comme elles étaient venues !

régulièrement la ville de nouvelles installations. La conquête est une reconquête constante qui renouvelle le marquage.

La quête de l'espace de Georges Pérec est une conquête, une construction constante de sa propre identité. De mon premier travail a émergé un vaste questionnement sur l'identité en rapport à l'espace. Ce questionnement comprend deux volets, celui de la construction de l'identité d'une communauté par rapport à un espace et celui de l'identité d'un espace. Il s'agit de les envisager conjointement dans le modelage qu'elles s'appliquent l'une à l'autre à des niveaux d'impacts et à des temporalités différents.

L'autre préoccupation qui est restée est la fête en ville. Pourquoi le monde urbain semble-t-il être le lieu d'élection de la fête ? Quel est l'intérêt de ce type d'évènements ? Une série d'observations au cours des Férias qui se tiennent dans le Sud-Ouest de la France ont enrichi ces questionnements. J'avais été frappée par la capacité de la fête à organiser, marquer et créer des espaces. Il n'était plus question nécessairement de structures éphémères. Au-delà même, ces festivités deviennent une source de rayonnement pour les différentes agglomérations, et attirent de plus en plus de festayres<sup>2</sup> de par le monde. En terme de dynamique et de renommée enfin, ces férias ont un poids réel au sein des collectivités qui les accueillent. Comment ces évènements éphémères, même si récurrents, peuvent-ils interagir durablement avec une ville ?

Je m'intéressais, dans un premier temps, aux transformations de l'espace public par la fête, à cette capacité de constituer des lieux par une réorganisation spatiale, mais aussi par le truchement de la mémoire. Par son activité, son atmosphère, l'évènement festif redessine les espaces de la ville de manière intangible. Nœuds, barrières, parcours sont redéfinis, renforcés occasionnellement par des aménagements physiques éphémères ou pérennisés.

Une fois que la ville retrouve son visage de tous les jours, les lieux semblent marqués encore de ce que la fête y a laissé : une trace en mémoire d'un instant festif. Ce jeu de mémoire est l'un des éléments qui fait reconnaître la fête comme (re)-génératrice de l'identité collective.

Parallèlement, comment ne pas constater le souhait grandissant des municipalités de se démarquer les unes des autres en vue d'attirer population, touristes et investisseurs ? L'utilisation de la culture et des événements festifs pour créer cette singularisation s'est popularisée menant à une « festivalisation » à tout va. Cet engouement pour les festivals m'a incitée à m'intéresser plus particulièrement à cette catégorie des événements festifs en me demandant si, en ville, ils avaient la même portée que les fêtes.

A l'origine, ce mémoire se trouve donc à la croisée de plusieurs intérêts :

- Un questionnement sur l'identité de la ville ; la ville a-t-elle une identité; quelle est cette identité, peut-on la modifier ?
- Un questionnement sur le rôle de la fête en ville, sur ses caractéristiques, ses liens avec les festivals et à terme sur la place des festivals en ville ;
- Enfin, un questionnement sur l'impact de l'éphémère sur l'espace ou comment un événement éphémère peut-il durablement marquer l'espace, en ramenant ce questionnement à l'espace urbain.

Le Festival International de la Poésie et Trois-Rivières présentait différents attraits pour aborder ces questionnements. Tout d'abord, les titres successifs attribués à la cité trifluvienne *Capitale mondiale du papier*, puis *Capitale Nationale du Chômage* et enfin *Capitale de la poésie* semblaient témoigner de l'évolution d'une identité. La dernière étape

---

<sup>2</sup> Une feria est une fête locale annuelle, en Espagne et dans le sud de la France, caractérisée par des corridas, des bodegas (bars en plein air avec musiques festives) et des bandas. Le mot festayre (du gascon hestaire) désigne les fêtards des ferias.

étant marquée par un festival. Du point de vue du festival, celui-ci vient s'inscrire dans l'espace urbain de manière pérenne à travers des artefacts de poésie permettant de questionner le marquage de l'espace et la relation entre l'éphémère et le durable. Enfin, la relation entre le Festival International de la Poésie et la ville de Trois-Rivières vient s'inscrire dans le contexte plus large de la reconversion des anciennes villes industrielles, permettant d'appréhender la manière de faire la ville aujourd'hui.

Du texte d'un homme de lettre au Festival International de la Poésie, le pas ne pouvait qu'être franchi.

## Introduction

*Créer un poème  
et créer une ville,  
c'est un peu la même chose.*  
Aimé Césaire

La deuxième moitié du XX<sup>ème</sup> siècle a été marquée par le déclin de l'assise économique des villes industrielles consécutif à la désindustrialisation et aux délocalisations. Ayant perdu sa prééminence économique, l'industriel n'est plus le repère de référencement. Ces villes ont donc dû s'atteler à la reconversion de leur activité économique, au réaménagement de leurs espaces ainsi qu'à l'amélioration de leur image. En réponse, les années 1980 voient l'émergence de nouveaux faire valoir pour les villes, à travers des outils qui tentent de leur remodeler des images positives et attractives. La culture, sous diverses formes, est fortement mise à contribution. Évènements festifs et festivals sont considérés comme autant de recours pour un mieux être et un mieux paraître par la fête. Il semble que « toute ville qui se prend au sérieux doit avoir son festival » (Boogaarts, 1992 : 115). Au-delà de cette festivalisation à tout va, quelle est la contribution d'un festival au repositionnement des villes ? Qu'apporte un festival à une ville anciennement industrielle à la recherche d'un souffle nouveau ? Ce questionnement premier vient s'appuyer sur l'étude du cas de Trois-Rivières et du Festival International de la Poésie.

Trois-Rivières a été une des premières villes industrielles du Québec. Capitale de la Mauricie, elle s'est vu, tour à tour, qualifiée de *Capitale mondiale du papier* dans les années 1920, en référence à son poids et à son expertise dans la production papetière, puis affublée du titre de *Capitale québécoise du chômage*, suite au déclin de ces industries, pour finalement inspirer celui de *Capitale de la poésie*. Cette dernière dénomination prend source dans le Festival International de la Poésie (FIP) qui se déroule dans la ville depuis 1985. Elle est utilisée régulièrement dans les médias, depuis quelques années, lorsqu'il est question de la ville. Cette récurrence médiatique est source d'interrogations sur l'évolution

de Trois-Rivières. En effet, les précédents titres avaient leurs fondements dans la réalité économique de la métropole mauricienne : *Capitale mondiale du papier* référait à la vocation industrielle de la ville, *Capitale du chômage* évoquait ses difficultés économiques et la nécessité d'une reconversion.

Reconnaissant ces deux premières correspondances titre/période d'évolution, on ne peut que se questionner sur la signification d'un nouveau titre pour Trois-Rivières aujourd'hui. *Capitale de la poésie* serait-il une traduction de cette reconversion, si ce n'est dans le domaine strict de la poésie, du moins dans celui de la culture ? Un tel titre est-il une évocation représentative de l'orientation de développement qu'a prise Trois-Rivières ? Pour apporter des éléments de réponse à cette question, nous étudierons tout au long de ce mémoire, le rôle joué par le Festival International de la Poésie dans la reconversion vocationnelle de Trois-Rivières.

Cette question est déclinable dans le temps et dans l'espace. Par nature, un festival est un évènement éphémère, dont la temporalité, bien que cyclique, est ponctuelle. Le temps de la ville par contre est un temps long ininterrompu. Ces deux temporalités aux rythmiques différentes s'entremêlent depuis 23 ans de festival imprimant régulièrement sa mélodie dans la partition trifluvienne. Dans quelle mesure le temps ponctuel du Festival International de la Poésie peut-il contribuer à des actions dans le temps ininterrompu de Trois-Rivières ? Son âge aurait-il fait du festival un évènement plus cyclique que ponctuel ? Il se pourrait, en effet, qu'une fois profondément installé dans la ville, le festival soit devenu celui qui marquera l'automne prochain, plutôt que celui qui a eu lieu l'automne dernier. Le temps du Festival International de la Poésie serait devenu un repère, un indicateur dans le temps de la ville, opérant ainsi la mise en résonance de temporalités discordantes. L'ininterrompu de la ville reste cependant la base immuable. Peut-on assister à un déséquilibre dans cette alliance de temps qui tirerait l'éphémère du Festival vers le continu de la ville ? Les manifestations et les retombées de ce déséquilibre semblent

particulièrement intéressantes pour l'expression du lien entre le Festival International de la Poésie et Trois-Rivières.

La déclinaison spatiale, pour sa part, s'appuie sur une superposition territoriale où agit encore la disjonction continue/ponctuel. En effet, le Festival International de la Poésie s'est implanté dans le territoire de Trois-Rivières. Le centre-ville est le cœur de son territoire. Tout comme le centre-ville de Trois-Rivières a été le cœur des opérations de réhabilitation et de relance de la ville. Le Festival propose aussi des activités en périphérie ainsi que dans les quelques centres secondaires issus des anciennes municipalités fusionnées. Cependant, il s'agit là d'activités satellites qui gravitent autour du centre mère. On retrouve ici la même arythmie que pour la question temporelle: le Festival vient s'insérer ponctuellement dans l'espace urbain continu. Avec une spatialité en pointillé, concentré dans un territoire fortement travaillé tout au long de sa durée de vie, le FIP a-t-il contribué à l'émergence de lieux dans la ville ?

Les précédents titres avaient pour source des réalités économiques et sociales. Ils avaient une réalité physique dans la ville entre papetières et quartiers ouvriers. Un festival, n'a pas, à première vue, d'emprise aussi serrée sur une ville. Cependant, même dans son action discontinue, nous pourrions peut-être être témoin d'implications économique et sociale grandissantes avec l'âge de l'évènement. La condition d'utilisation du titre *Capitale de la Poésie* serait l'implication du Festival International de la Poésie dans plusieurs dimensions de la ville de Trois-Rivières, à savoir, dimensions économique, sociale, communicationnelle, etc...

Au vu d'exemples du repositionnement d'autres villes industrielles, nous sommes tentés d'émettre l'hypothèse selon laquelle le Festival International de la Poésie a servi et sert toujours de faire valoir à la ville de Trois-Rivières dans son travail de revalorisation. Nous ne discuterons pas de la pertinence de la dénomination « *Capitale de la poésie* », mais nous

observerons la signification qu'elle prend dans l'espace social et bâti du territoire trifluvien à travers les liens tissés entre le Festival International de la Poésie et Trois-Rivières. Bien que la question urbaine sous-tende ce travail, nous avons souhaité l'aborder sous l'angle du festival plutôt que sous l'angle de la ville, le FIP constituant notre objet d'étude principal. Ce choix relève en parti de l'influence de la géographie de la fête<sup>3</sup> (Di Méo, Garat, Gravari-Barbas...) à l'origine de ce mémoire. La fête intéresse les sociologues pour sa capacité à faire ressortir l'organisation des rapports sociaux. Elle intéresse aussi les anthropologues par l'aspect culturel qu'elle véhicule. Pour la géographie, « la fête est comprise au sens strict d'évènement localisé dont on tente d'expliquer le rôle dans le jeu des rapports de la société à leur espace » (Di Méo, 2001 : 625). L'urbanisme, dans sa préoccupation centrale pour le fait urbain, emprunte à ces différents domaines dans un but d'action et de mise en application. C'est le cas ici. Nous nous intéressons donc au Festival International de la Poésie dans le contexte de la ville de Trois-Rivières et pour ce que cette étude de cas nous apprend sur la manière de vivre et de faire la ville aujourd'hui.

## **Méthodologie**

Du point de vu méthodologique, ce travail repose sur une analyse documentaire permettant d'appréhender le cadre d'inscription du Festival International de la Poésie. L'analyse des revues de presse du FIP de 1995 à aujourd'hui a permis de voir l'évolution des articles mentionnant le festival et la manière dont il est véhiculé par la presse dans son rapport à la ville. La presse montréalaise a aussi été parcourue dès la première édition du FIP pour mieux cerner l'évolution de sa visibilité extérieure. Cette part plus documentaire a été complétée par une enquête succincte auprès des visiteurs du centre-ville. Celle-ci s'intéressait à la perception des passants de la ville de Trois-Rivières et du Festival International de la Poésie. Le questionnaire a été appliqué entre deux et un mois avant le lancement de l'évènement. L'intérêt était d'observer les persistances mémorielles de

l'évènement et le lien établi à la ville. Une série d'entretiens auprès d'acteurs clés du Festival International de la Poésie et de la vie municipale a finalement complété cet ensemble de données. Des périodes d'observation, au cours de la dernière édition du festival, du 28 Septembre au 7 Octobre 2006, ont enfin permis de mieux comprendre le déploiement de l'évènement dans la ville, de rencontrer le public, mais aussi les poètes invités.

Quelques difficultés ont jailli au cours de la réalisation de ce travail. Jusqu'à ce jour, très peu d'études sur le Festival International de la Poésie ont été réalisées. Une étude confidentielle à caractère économique n'est pas consultable. Cette étude de retombée économique a été menée par le professeur François de Grandpré enseignant au Département d'études en loisir, culture et tourisme de l'UQTR. Elle avait été commanditée par l'Office de tourisme de Trois-Rivières avec l'accord du Festival International de la Poésie. Une démarche de recherche a été amorcée par le professeur Fernand Harvey de l'INRS Urbanisation, Culture et Société sans aucune publication jusqu'à maintenant. Enfin, une étude comparative avec d'autres évènements culturels au Québec offre quelques éléments succincts<sup>4</sup>. L'ensemble du travail de collecte de données était donc à réaliser, sachant que les archives des 10 premières éditions ne sont pas consultables. Si bien que, en dehors des articles de certains médias, la plupart des données reposent sur des souvenirs personnels avec les distorsions que cela représente quand il n'est pas possible de recouper les informations avec des tiers.

La deuxième difficulté méthodologique provient du fait que, travaillant à l'organisation du Festival International de la Poésie, la distance à mon objet de recherche est moindre. Facilitant une certaine connaissance des données, cet état de fait peu paraître critiquable

---

<sup>3</sup> La géographie de la fête est à cheval entre la géographie culturelle et la géographie sociale. Elle est particulièrement développée en France par des membres de l'Unité Mixte de Recherche Espace géographique est SOciété (ESO).

<sup>4</sup> Il s'agit de l'ouvrage *Les nouveaux territoires de l'art* de Andrée Fortin parut en 2000 aux éditions Nota Bene à Québec

pour une analyse impartiale. Cependant, consciente de ce biais potentiel, je me suis efforcée de m'en détacher et de restituer les éléments le plus fidèlement possible.

Ainsi donc, afin de pouvoir répondre à la question du rôle du Festival International de la Poésie dans le repositionnement vocationnel de Trois-Rivières, nous tenterons, dans un premier temps, de mieux cerner les changements qui ont bouleversé les villes depuis les débuts de l'ère industrielle et surtout au cours de la fin du XX<sup>ème</sup> siècle. Cette première partie s'intéressera donc aux raisons de la crise vocationnelle des anciennes villes industrielles.

Notre deuxième partie se penchera sur la question du marketing urbain comme outil stratégique utilisé par les villes afin de sortir de cette crise. Deux exemples nous permettront d'illustrer ces propos.

Par la suite, nous aborderons les festivals et la place qu'ils prennent dans la ville. Le cas de la ville d'Angoulême en France et du Festival de la Bande Dessinée permettra d'illustrer le rapport entre événement festif et ville.

Enfin, les parties suivantes aborderont le cas de Trois-Rivières et du Festival International de la Poésie avec une présentation de chacun de ces protagonistes avant d'observer les liens qui les unissent. La description de l'organisation du festival, de ses activités n'a pas pour but d'analyser le fonctionnement de l'évènement. Cet exposé est cependant nécessaire pour appréhender les retombées sur Trois-Rivières. En effet, nous considérerons le Festival International de la Poésie comme un acteur particulier dans le contexte de la reconversion trifluvienne.

L'approche originale du Festival International de la Poésie dans sa relation à la ville, et plus particulièrement ses traces pérennes, seront l'occasion d'évoquer, dans une dernière partie, quelques pistes pour l'évolution de cette relation et les possibles compléments à développer.

# **I De la crise vocationnelle de la ville...**

La crise vocationnelle, à laquelle nous nous intéressons, a atteint de plein fouet les villes industrielles au cours des décennies 1970-1980. Issue d'un contexte particulier qui combine des changements techniques, économiques, et sociaux, il faut pour mieux comprendre son mécanisme, redéfinir les notions de vocation, fonction et d'identité d'une ville.

## **1. Le contexte de la ville**

La ville, telle que nous pouvons l'observer et la pratiquer aujourd'hui, est le résultat d'une évolution qui s'est fortement accélérée durant les dernières décennies. Pour commencer, nous poserons le contexte qui permet de saisir les changements des 20 dernières années.

### **a. L'accélération de l'évolution urbaine**

La fin du XX<sup>ème</sup> siècle a vu une accélération de l'évolution des villes tant sur les plans social, spatial, économique que politique (Burgel, 1993). Leurs fonctions et la répartition de ces fonctions se sont modifiées. Les usages et les activités ont été redistribués au sein des territoires urbains. Socialement, la deuxième moitié du XX<sup>ème</sup> a été marquée par la montée de la classe moyenne puis par la segmentation de cette classe dont les aspirations de vie ne sont plus centrées sur la profession. Cela se traduit dans la ville, entre autre, par la dissociation irrémédiable de l'habitation et du lieu de travail. « Naguère, la mine attirait le coron, et l'usine, le lotissement pavillonnaire ou le grand ensemble. Aujourd'hui, toutes les enquêtes attestent que les citadins sont plus sensibles, dans la fixation ou le changement de leur domicile, aux attraits de l'environnement qu'à la proximité du lieu de travail. » (Brugel, 1993 : 30) Ainsi, les centres anciens ont été abandonnés, puis réinvestis par de nouvelles populations modifiant les activités tant diurnes que nocturnes, autant que la structure même de la ville (Élias, 1994). De plus, si, par le passé, l'intensité de l'activité économique, qu'il s'agisse de l'industrie ou des savoir-faire spécifiques servaient de repère pour identifier les villes dans la hiérarchie des cités et leurs conféraient leur image propre, il en est tout autrement aujourd'hui (Le Goix, 2005). Le fort déclin de certaines industries a nécessité, particulièrement dans les villes petites et moyennes, un rapide changement de cap

dans les activités économiques sous peine de sombrer dans le chômage et la désaffection. Par ailleurs, le glissement des activités vers le secteur tertiaire, la facilité de communication liée aux nouvelles technologies amènent une certaine uniformisation des modes de vie. En effet, un grand nombre de pratiques ne sont plus dépendantes géographiquement, entre autres, grâce à l'expansion d'Internet. La facilitation des transports génère un brassage des populations et des cultures. Le tout tend à homogénéiser les villes, rendant difficile leur distinction (Élias, 1994) et donc leur émergence. Les villes se transforment sous l'effet de la mondialisation fulgurante du fait du développement des moyens technologiques.

### **b. La mondialisation**

La mondialisation n'est pas, quoiqu'on en dise, un phénomène nouveau. Depuis l'Antiquité déjà les cités de la Méditerranée étaient des lieux d'échange et de brassage de l'espace méditerranéen. Le monde romain, de la République à l'Empire, est, malgré sa circonscription au pourtour méditerranéen, un très bon exemple de mondialisation avant l'heure. Déployé de la Grande-Bretagne, en passant par l'Europe jusqu'à l'Arabie, l'Arménie et toute l'Afrique du Nord à son extension maximale, l'Empire rassemblait des peuples de langues et de cultures très diverses, au départ<sup>5</sup>. Les méthodes de conquêtes utilisées l'on forgé en un puissant intégrateur tant économique que culturel. Économiquement, la pacification du territoire, la construction d'un réseau routier efficace et l'utilisation d'une monnaie unique facilitent voyages, transports, et échanges de marchandises. Culturellement, les Romains n'imposent ni leur langue, ni leur culture aux peuples conquis. Ils leur permettent de conserver leurs traditions. Cependant, l'utilisation du latin est rendue incontournable que ce soit dans l'armée<sup>6</sup>, pour briguer certaines charges ou pour avancer dans la hiérarchie sociale<sup>7</sup>. Certains des moyens d'intégration utilisés

---

<sup>5</sup> [http://www.tlfq.ulaval.ca/axl/francophonie/HIST\\_FR\\_sl\\_Expansion-romaine.htm](http://www.tlfq.ulaval.ca/axl/francophonie/HIST_FR_sl_Expansion-romaine.htm)

<sup>6</sup> Les peuples vaincus par les légions romaines doivent payer un tribut en hommes qui se joignent à l'armée romaine. Ces nouveaux soldats doivent se plier à la langue, à la discipline et aux habitudes romaines.

<sup>7</sup> L'obtention de certains postes est conditionnée par la connaissance du latin. Enfin, pour un « indigène », l'accès à la citoyenneté romaine est possible à condition d'en adopter la langue, le mode de vie et la religion.

durant cette période rappellent les caractéristiques du phénomène actuel de mondialisation : l'utilisation d'une langue administrative unique, le latin<sup>8</sup>, et l'organisation d'un système de transport efficace et rapide. Les relations qu'entretenaient l'Empire Romain avec l'Asie, à travers les routes des Épices et de la Soie ainsi qu'avec l'Afrique noire, pour le commerce d'esclaves, élargissaient d'avantage son espace d'échange, donnant un peu plus de sens au terme de mondialisation appliqué à l'Antiquité.

En Europe, la Renaissance renoue avec des échanges nombreux et dans différents domaines<sup>9</sup>. Ce sont des échanges autant commerciaux, dus à la circulation des marchandises, que culturels, dus aux voyages de personnes, particulièrement des artistes et des penseurs et aux mouvements des œuvres. Le développement de l'imprimerie par Gutenberg, au début du XV<sup>ème</sup> siècle, facilite, notamment, une plus large diffusion et circulation des idées.

L'Empire Britannique est un autre exemple de la mondialisation. Son envergure géographique, à l'échelle du globe, le démarque comme premier phénomène véritablement mondial. À son apogée au début du XX<sup>ème</sup> siècle, il s'étend sur 36.6 millions de km<sup>2</sup>, soit environ un quart des terres émergées, et règne sur 400 à 500 millions de personnes, environ le quart de l'humanité.

Cet empire naît, à la fin du XV<sup>ème</sup> siècle, grâce à l'installation des premières compagnies privées d'exploitation sur les autres continents et au développement progressif de la flotte britannique au cours du siècle suivant. Au début du XVII<sup>ème</sup> siècle, il se compose de treize colonies sur la côte Est américaine – les futurs Etats-Unis -, des provinces maritimes du Canada et de petites îles des Antilles. Il s'impose progressivement aux colonies étrangères

---

C'est un passage obligé pour qui souhaiterait gravir la hiérarchie sociale et atteindre à des charges de hauts rangs.

<sup>8</sup> Le latin a perduré comme langue internationale d'échange après la chute de l'Empire romain. Cependant, il a progressivement repris un caractère élitiste avant d'être définitivement relégué. De nos jours, par contre, l'Anglais joue ce même rôle.

<sup>9</sup> [www.universalis.fr](http://www.universalis.fr)

avoisinentes. En effet, la New Amsterdam hollandaise devint New York et le Québec français passa sous domination anglaise. Il s'étend vers l'Asie à partir du milieu du XVIII<sup>ème</sup> grâce à la Compagnie Anglaise des Indes orientales qui conquiert progressivement l'ensemble de l'Inde, le Sri Lanka, la Birmanie, la Malaisie. Au XIX<sup>ème</sup> siècle, l'Australie et la Nouvelle Zélande sont à leur tour colonisées parallèlement au déploiement en Afrique (Afrique du Sud, Kenya, Nigeria, Égypte, Soudan...).<sup>10</sup> Forme coloniale particulière, l'implantation des anglais dans un nouveau territoire a pour objectif le commerce et la recherche de matières premières, en fonction des intérêts de la métropole. Bien qu'instrumentalisée, les cultures locales ne sont pas détruites. Les colonisateurs apportent leur langue, des structures administratives, du moins aux échelons supérieurs et un développement technique et économique. Cet empire repose sur les échanges commerciaux, le déplacement de population (Canada, Australie, Nouvelle Zélande) et la capacité à effectuer ces échanges (performance de la flotte britannique).

Dans les années 1920, alors que les différents « Dominion » réclament une reconnaissance en tant que pays indépendants, une structure, le Commonwealth se met en place pour conserver des liens au sein de l'ancien empire. Le nombre de pays augmentera au fil des indépendances, il atteint 54 à l'heure actuelle.

Ces prémices de la mondialisation nous livrent sa définition première : la mondialisation est un ensemble de flux, d'échanges d'hommes, de marchandises, d'idées et de cultures. Les particularités de la mondialisation que nous observons depuis une vingtaine d'années sont l'étendue géographique qu'elle atteint ainsi que la complexification, la généralisation et la rapidité des échanges. En effet, elle s'étend à l'ensemble de la planète et non plus à une zone réduite délimitée. De plus, ainsi que nous l'avons vu, les moyens technologiques permettent une accélération fulgurante des échanges modifiant de ce fait les perceptions géographiques, le rapport au temps et à l'espace. Le meilleur exemple sont sans doute les bourses en temps réelles qui interagissent d'un fuseau horaire à l'autre, directement et sans

temps d'arrêt. Les capitaux circulent d'un pays à l'autre d'une économie à une autre en quelques instants. Le système est rendu lucratif grâce au facteur temps : à la vitesse de traitement et de circulation des données. Le temps est compressé, anticipé et finalement dissout (Castells, 2001).

Dans ce mouvement qui a pris son ampleur à la fin du XX<sup>ème</sup> siècle et qui se poursuit de nos jours, les villes se constituent en réseaux où s'exacerbent les concurrences. A la hiérarchie nationale des villes s'adjoint une mise en relation internationale directe avec les villes de même envergure. Afin de pérenniser sa position, chacune se trouve dans l'obligation de se démarquer pour attirer ou stabiliser populations et opérateurs économiques. On se trouve ainsi confronté au paradoxe de villes d'envergure locale, qui doivent jouer un jeu de niveau national voir international pour se faire reconnaître. On constate aussi que si les villes cherchent à se positionner internationalement, dans le même temps, elles s'ancrent de plus en plus dans le local, s'appuyant sur les ressources de la région qui les entoure. Ceci se vérifie particulièrement pour les villes moyennes. Le marketing urbain devient alors une pratique très courante. Si la mondialisation est aujourd'hui un des facteurs de modification de la ville, les nouveaux modes de vie ont aussi leur part. Ils amènent d'importants changements dans la manière de pratiquer la ville, et donc de la concevoir et de la montrer.

### **c. L'évolution des modes de vie**

L'évolution actuelle des modes de vie urbain se traduit dans deux dimensions fondamentales : le temps et l'espace. Ainsi, temporellement, la deuxième moitié du XX<sup>ème</sup> siècle jusqu'à nos jours a été témoin d'une évolution considérable de la place du loisir dans la société. Le temps accordé à ces activités non productrices a fortement augmenté. Elles tendent de plus en plus à imposer leurs horaires dans un cadre où la séparation entre loisir et travail est toujours plus floue et plus ténue (Gravari-Barbas, 2001).

---

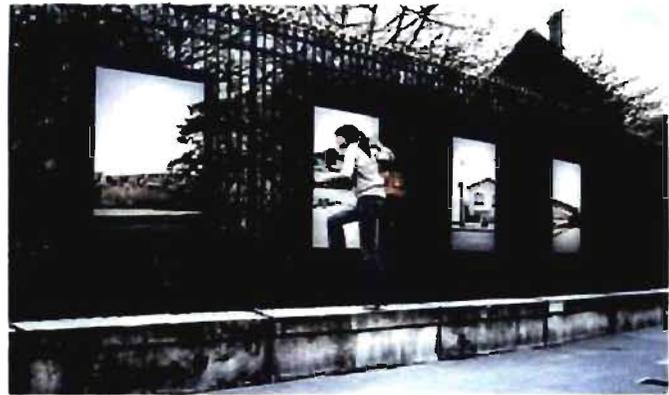
<sup>10</sup> <http://www.universalis.fr>

Autre fait marquant, la valeur accordée au travail a changé. « Le travail n'est plus une fin en soi » (Gravari-Barbas, 2001 : 1). La valorisation sociale ou existentielle qu'il revêtait n'est plus. Plus précisément, elle est recherchée ailleurs et cet ailleurs se nomme notamment loisir. Le glissement des valeurs recherchées dans le travail vers le loisir, l'effacement de la scission temporelle entre ces deux catégories d'activités se répercutent d'une part sur la demande de loisir et les moyens que l'on y investit en augmentation constante et sur la localisation de cette demande. L'offre qui cherche à la satisfaire attire des acteurs de plus en plus spécialisés, publics ou privés (Gravari-Barbas, 2006).

L'évolution spatiale des modes de vie tient d'une part au décloisonnement spatial d'activités autrefois strictement exclusives et d'autre part à la normalisation de la mobilité. Les différents mouvements de pensée urbains du XX<sup>ème</sup> siècle n'avaient cessé de ségréger les usages dans la ville. Les évolutions récentes, au contraire, tendent à les rapprocher et surtout à les mélanger. Ainsi, le retour à la mixité d'usage devient un incontournable dans tout projet urbain contemporain. Paradoxalement, le fait de tout avoir à proximité n'endigé aucunement l'augmentation de la mobilité. On se déplace au cœur de la ville selon une recomposition personnelle d'un ensemble de territoires assemblés en réseau (Castells, 2001). On se déplace aussi d'une ville à l'autre, de ville à espace rural avec facilité et évidence. Il ne paraît plus excentrique de prendre l'avion aller-retour le temps d'une fin de semaine pour aller à tel festival à l'autre bout du pays voir dans le pays voisin. Se déplacer ne répugne plus, au contraire, dans la mesure où les lieux de destinations sont attrayants et abordables. C'est ce dont témoigne la publicité ci-dessous pour les trains corail de la SNCF, en France.

Cette double modification du rapport à l'espace et au temps se retrouve de la même manière dans les habitudes développées du fait des nouveaux moyens de communication et dans le rapport à l'image. En effet, les moyens de communication permettent de brouiller

les limites spatiales puisqu'ils sont utilisables partout et les limites temporelles puisqu'ils le sont en tout temps. Mais plus encore, ils donnent à l'image un rôle primordial. Les téléphones cellulaires sont un exemple très significatif : non seulement ils sont utilisables en tout lieu, mais leur fonction ne se réduit plus à la communication orale. En effet ils servent aussi d'agenda électronique, d'accès à Internet et surtout d'appareil photo...



Partir n'a jamais été aussi simple.

A partir de 10 euros\*

Intercités  
**INTERCITÉS** **SNCF**

**Publicité pour le train Corail intercités en France (2007)**

Source : <http://www.sncf.com/actu/actuCorailintercite.htm>

La grille du parc du Luxembourg à Paris est un lieu d'exposition de photos. Ici, les destination à choisir son transformé en portes vers ailleurs. Il suffit de franchir le seuil encore plus simplement que de prendre le train ! À remarquer : l'image attire vers ailleurs, le transport n'est rien.

Par ailleurs, le développement des moyens de communication, l'omniprésence de l'image et de l'information dans nos sociétés standardisent la perception des lieux. Ils provoquent une soif de lieux conformes aux canons communément transmis. La recherche d'expérience commence dans le discours et l'image médiatisés. Le passage sur le site n'est rien sans l'accompagnement de ce discours. La société actuelle est à ce point conditionnée par les modes véhiculées par les moyens de communication que l'attrait pour un lieu est motivé, non par l'expérience direct du lieu, mais par ce qui en a été dit. Dans l'expérience touristique, le site devient bientôt un fond spatialisé pour un lieu déjà rêvé figé par l'image photographique.

Les vertus attribuées au fait culturel ont contribué à la forte augmentation de la demande de loisirs et d'activités culturelles. Ces évolutions se sont déroulées parallèlement à la désindustrialisation des villes occidentales et à la montée des activités tertiaires non

productives. Brusques et denses, elles ont mené la ville vers une profonde crise d'identité mais aussi et surtout une crise de vocation : qu'est-ce qui définit la ville de manière spécifique ? Qu'est-ce qui différencie une ville d'une autre dans l'uniformisation croissante ? Quels sont les rôles de la ville ? Autant de questions issues de cette perte de repères identitaires et de la recherche de nouvelles vocations.

## **2. De la vocation des villes**

C'est un lieu commun de dire de nos jours que le monde est de plus en plus urbain ou que les populations se concentrent dans les agglomérations. Chercher à comprendre ce phénomène invite à se questionner sur les besoins auxquels la ville répondait autrefois et répond aujourd'hui.

### **a. Définitions**

Nous tenterons dans ce paragraphe de poser la définition de quelques notions relatives à la vocation des villes. Dans un premier temps, considérons les fonctions de la ville. Le dictionnaire le Nouveau Petit Robert (2000) indique qu'une fonction est « [une] action, [un] rôle caractéristique (d'un élément, d'un organe) dans un ensemble ». Plus spécifiquement, lorsqu'il ne s'agit pas d'une personne, il s'agit d'un « rôle caractéristique que joue une chose dans l'ensemble dont elle fait partie ». Ainsi, la ville, dans sa définition même, comporte un certain nombre de rôles caractéristiques, qui ont évolué avec le temps.

Le Goix (2005) distingue deux types de fonctions :

- Les fonctions banales (« non basic ») que l'on retrouve dans toutes les villes et qui contribuent à assurer leur fonctionnement et leur approvisionnement internes. On retrouverai ici les quatre fonctions retenues par les fonctionnalistes à savoir : habiter, travailler, se récréer, circuler ;
- Les fonctions spécifiques (« basic ») fondement du dynamisme économique d'une ville qui sont des fonctions exportatrices destinées à l'extérieur de la ville.

« Les fonctions [...] urbaines sont aux fondements de la ville : elle est un bassin d'emploi, un bassin d'innovations, et certaines activités dominent : villes du pouvoir politique, villes commerciales et industrielles, etc. » (Le Goix, 2005 : 45) La définition accordée à *vocation* est proche de celle de *fonction*. Il s'agit 1. « [d'une] inclination, penchant (pour une profession, un état), [...] 2. d'une] destination (d'une personne, d'un peuple, d'un pays) [...], mission » (Le Nouveau Petit Robert, 2000). Pourtant, la différence de référentiel se fait sentir. Si la fonction est un rôle caractéristique de la ville dans l'ensemble de l'écoumène humain, toutes les villes présentent sensiblement les mêmes fonctions, fonctions banales. Par contre, la vocation d'une ville comme une inclination de préférence ou d'aptitude, une activité dominante ou encore une mission comparativement aux autres villes de la structure urbaine se traduira soit dans le surdéveloppement de l'une ou l'autre de ses fonctions, soit dans le développement de fonctions spécifiques. Relevons aussi de cette définition que la vocation est une orientation d'activités, d'actions. Dépendant des aptitudes locales, une vocation peut être induite par le milieu, mais elle peut aussi être choisie délibérément en valorisant une fonction en particulier.

### **b. Élaborations des fonctions et changement des vocations**

Dans son évolution historique, la ville est avant tout un lieu de refuge et un lieu d'échange, de commerce, parce que lieu où se rassemblement des individus. Elle a alors vocation commerciale. En tant que lieu de convergence, la place publique devient un lieu d'échange de savoir. Parallèlement c'est le siège du pouvoir économique autant que politique. L'ouverture d'universités et autres lieux d'enseignement consacrent la ville en tant que siège du savoir et de l'élite. La Révolution industrielle va en faire, pour sa part, un outil de production privilégié. La Grande-Bretagne est la première à amorcer ces changements au début du XIX<sup>ème</sup> siècle, suivi par la France, les Pays-Bas et la Belgique entre 1830 et 1870, puis par le reste de l'Europe, l'Amérique et le Japon. C'est ainsi que se développent les premières usines et complexes d'industries au sein même de la ville. Le transport est limité, le tissu résidentiel s'imbrique donc dans les espaces de production. Si la séparation sociale

est effective, la dissociation entre lieu de vie et lieu de travail l'est beaucoup moins. Ainsi la ville voit sa fonction commerciale enrichie d'une fonction productive tout en conservant celle de lieu de résidence. En Grande-Bretagne, cependant, les premières ébauches de banlieue apparaissent dès le début du XIX<sup>ème</sup> siècle, pratiquement en concomitance avec l'industrialisation. On assiste là à une dissociation embryonnaire, présage du futur de l'urbanisation.

La vocation productive de certaines villes s'affirme par la place large qui est offerte à la fonction industrielle qui les caractérise plus spécifiquement jusque dans les deux décennies suivant la fin de la deuxième guerre mondiale. Pittsburgh (USA) était ainsi connu en tant que *Ville de l'acier* à cause de sa principale industrie. Elle bénéficiera de sa localisation à proximité de mines de fer et de charbon, qui lui apportent la matière première, et de la confluence des deux rivières formant l'Ohio, qui sont des voies de transport<sup>11</sup>. Le Creusot, en France, est fondé sur la sidérurgie. Profondément liée à la famille Schneider qui y implante la première aciérie en 1836, la ville est organisée autour de la vie des usines jusque dans les années 1960. Image du paternalisme, la famille Schneider sera le pivot de la vie économique mais jouera aussi un rôle de régulation dans la vie des Creusotins par la création d'écoles, la construction de logements pour les ouvriers et les ingénieurs, et la mise en place d'un hôpital<sup>12</sup>. Nous pourrions encore mentionner différentes agglomérations des bassins houillers du Nord de l'Europe tel que Valenciennes (France) qui s'illustre dans le textile ainsi que dans la sidérurgie, Charleroi (Belgique) avec la sidérurgie et la verrerie ou encore Liverpool (Royaume-Uni), port et lieu de production textile. Au Québec, nous pouvons citer Trois-Rivières développant la transformation du bois. Mais surtout, ville à vocation productive par excellence, les villes de compagnie sont fondées pour l'exploitation d'une ressource naturelle. À proximité de ressource en bois et en hydroélectricité, Témiscaming a, par exemple, été fondée en 1921 par la compagnie Riordon Pulp and

---

<sup>11</sup> <http://www.universalis.fr>

<sup>12</sup> <http://www.le-creusot.fr>

Paper, trois ans après la construction de son moulin à papier. Habitations, installations et équipements seront construits à la commande de cette compagnie puis de la Canadian International Paper, devenue propriétaire de l'usine<sup>13</sup>.

Dans les débuts de la ville industrielle, la ville est compacte. Le basculement se fait véritablement sentir dans les années de l'après-guerre : la généralisation de l'automobile invite la population à s'expatrier des centres pour une banlieue au cadre de vie plus attrayant. La facilitation des transports amène aussi à une relocalisation des activités industrielles hors des centres sur des espaces plus vastes aux risques restreints et surtout présentant un accès facilité aux moyens de transport. Spatialement, les activités et usages de la ville se ségrègent et désertent le centre. Les fonctions de la ville se dissocient sur le territoire, d'un côté le travail, de l'autre l'habitation et le loisir. Par ailleurs, le déclin de certaines activités industrielles incite soit à la fermeture d'usines, soit à leur délocalisation dans des lieux où la main d'œuvre est moins dispendieuse et les avantages économiques plus importants. Cette désindustrialisation occasionne un flottement dans l'orientation des villes industrielles confrontées à l'obligation d'une inflexion de leur vocation.

Si l'on se concentre sur le centre-ville qui condensait autrefois toutes les fonctions, cette période l'a expurgé de l'habiter, d'une partie de la fonction commerciale, réfugiée dans les centres commerciaux, de la fonction éducative, délocalisée en banlieue, de même que de la fonction productive. Il ne reste souvent que la fonction administrative. Le centre-ville est vide, sans vocation particulière jusque dans les années 1980, période à partir de laquelle on constate sa redécouverte et un retour à cet espace qui se voit offrir une nouvelle orientation.

---

<sup>13</sup> <http://www.cca.qc.ca/> et <http://www.temiscaming.net>

### **c. La fin de la vocation de production**

Le déclin de la vocation industrielle des villes occidentales revêt plusieurs formes. La plus visible est la fermeture d'usines due à la concurrence des pays ayant une main d'œuvre bon marché. Par ailleurs, le développement de la sous-traitance ainsi que l'évolution technique ont conduit à une diminution du nombre d'emplois dans le secondaire. Une part importante de ces emplois a été conservée mais basculée dans le secteur du service par le jeu de la sous-traitance. En effet, celui-ci ne fait que transférer à de petites entreprises spécialisées des activités nécessaires au fonctionnement d'une industrie, autrefois réalisées à l'interne. La sous-traitance ne diminue pas le nombre d'emplois, mais en provoque un transfert géographique et catégoriel (Le Goix, 2005). Enfin, le dernier cas de figure provient de la fermeture d'industries associées à des ressources locales (charbon, bois...) tarées, ou dont le coût d'exploitation n'est plus compétitif.

Dans les grandes métropoles, la question ne se pose pas dans les mêmes termes que dans les villes plus petites : la masse y est suffisamment importante pour que le phénomène soit noyé dans d'autres activités ou, tout au moins, que la reconversion soit plus rapide. En effet, la masse critique présente permet l'absorption par les activités déjà existante de la place laissée par celles qui périclitent. Localement, à l'échelle du quartier, le vide est criant, mais il ne se fait pas sentir dans un regard d'ensemble dans la mesure où il est masqué par d'autres domaines qui prennent de l'expansion à l'échelle de la métropole.

Dans les villes petites et moyennes, par contre, le déclin de l'industrie laisse place à un vide économique. La crise industrielle a eu pour effet l'effacement de la prépondérance de la fonction de production industrielle qui conditionnait le développement local. Problème d'emploi et problème d'image : ainsi que nous le disions, la vocation d'une ville est une orientation, une mission, il s'agit donc d'un objectif à atteindre qui met en marche et qui identifie. Le nœud de la crise vocationnelle qu'ont vécu et vivent les anciennes villes

industrielles est le vide à combler une fois la vocation industrielle effacée. La particularité de ce vide est qu'il est pluridimensionnel : économique dans un premier temps, il est aussi social, puisqu'une part importante des habitants perdent leur gagne-pain et leur appartenance à une œuvre commune. Notons que le manque de qualification de ces populations les prive souvent d'une reconversion rapide dans un autre domaine. Ce vide s'exprime par ailleurs en terme de distinction, d'image de la ville dans la mesure où, jusque dans la deuxième moitié du XX<sup>ème</sup> siècle, la spécificité productrice était l'identifiant dans la structure urbaine. La perte de la vocation industrielle commande une réorientation des différentes fonctions pour régénérer non seulement l'activité économique, mais aussi le sentiment d'appartenance et l'image.

En lien avec l'histoire économique, la vocation des villes a progressivement évolué. En tant que mission, elle répond à des besoins particuliers dans la hiérarchie des villes. En tant qu'orientation, elle participe à la définition, à l'identification et au développement de la ville. D'une manière comme de l'autre, elle permet le positionnement de la ville dans un contexte urbain plus large. Celui-ci a subi de profonds bouleversements économiques, spatiaux, temporels et sociaux au cours des dernières décennies. Les facteurs comme les nouveaux moyens de communication, la facilitation des transports et des voyages, l'évolution des technologies et surtout la rapidité dont ils font tous preuve n'y sont pas étrangers. Ils ont, dans un premier temps, modifié et amplifié le phénomène de mondialisation. Si celui-ci existe depuis plusieurs siècles déjà, il ne présentait pas la même envergure que de nos jours. En effet, le résultat actuel est l'explosion de la structure urbaine, sa reconfiguration à l'échelle planétaire et non plus à l'échelle du pays. La mondialisation induit une forte concurrence entre les villes pour attirer travailleurs et investisseurs dont la mobilité décuplée s'accompagne de la recherche des meilleurs milieux d'implantation. Au-delà du seul loisir, le cadre de vie est aussi largement plébiscité et donc la recherche de toute aménité dans la ville. La société, façonnée par les moyens de communication, l'image, les médias, est d'autant plus sensible et réceptive aux images et

aux réputations qui attirent ou répulsent. Avec les modes de vie qui tendent à se modifier, le travail n'est plus le lieu d'épanouissement par excellence, il n'est plus la première occupation chronophage. Le loisir prend donc une place de plus en plus prépondérante. L'augmentation des besoins induit ainsi l'élargissement de l'offre. Les anciennes villes industrielles occidentales, d'un mouvement accéléré par la mondialisation, ont perdu leur outil de production. Elles se cherchent donc une nouvelle vocation qui orientera leur développement et leurs projets en répondant aux attentes nouvelles de la société.

## **II ... À la recherche d'une spécificité pour se démarquer**

Alors que la mondialisation et le tout urbain concourent à uniformiser les villes, la tendance est à la recherche de spécificités pour se démarquer. La recherche et la diffusion d'une image qui se veut unique et attractive participe de cette démarche. C'est dans ce cadre que, dans les années 1980, progressivement, la ville s'est vue appliquer les méthodes du marketing, au point, d'être parfois réduite à un objet ou une marque à faire acheter. Sous certaines orientations, le travail sur l'image s'apparente à celui sur le comblement du vide vocationnel auquel sont confrontées les anciennes villes industrielles. Vu sous l'angle du projet, le marketing urbain peut, en effet, participer au repositionnement des villes par la diffusion d'une image dynamique ancrée dans une réalité locale.

### **1. Ville et image**

Ainsi que nous l'avons esquissé, la vocation d'une ville informe l'image que l'on perçoit d'elle. Dans une société qui accorde de plus en plus de crédit aux images et à la communication, il nous paraît important d'explorer, même succinctement, ce qu'est l'image d'une ville.

#### **a. Une identité pour la ville**

La ville est une entité à plusieurs dimensions. Comme l'a définie Françoise Choay<sup>14</sup>, elle comporte la dimension physique « urbs », la dimension sociale et politique « civitas », auxquelles s'ajoute une dimension économique du fait de l'objectif de lieu d'échange dans la création des villes. Ainsi, « dans le langage commun aujourd'hui ville continue de désigner le lieu ou le support statique d'une triple communication engageant l'échange des biens, d'informations et d'affects. »<sup>15</sup> Cette définition aborde aussi la dernière dimension de la ville. À travers l'échange d'informations et d'affects perce la dimension culturelle de la ville. La ville est le siège des arts, le lieu de la convergence des savoirs et le terreau des

---

<sup>14</sup> <http://www.aroots.org/notebook/article106.html>

<sup>15</sup> Idem

sociétés. Elle a souvent été le lieu où siégeait le pouvoir, le lieu de décision et, de nos jours, la plus grande part de l'Humanité y vit.

Dans une étude sur la ville d'Amiens, en France, Lazzarotti (2003) montre combien « urbs » et « civitas » sont indissociables dans la réalité d'une ville. Cet auteur présente et analyse le travail réalisé pour la revitalisation de la ville d'Amiens. Il montre que, si cet exercice a consisté à réaménager physiquement le secteur central autour de la Cathédrale, il a essentiellement comporté des campagnes de communication et une promotion des espaces centraux par l'instauration de fêtes et manifestations culturelles. L'objectif dégagé par l'auteur était de faire des amiénois des urbains à part entière et non des ruraux habitant en ville. La modification du comportement de la population suite à cette campagne de sensibilisation a contribué à la réaffirmation d'Amiens comme ville et comme capitale de la Picardie. Cette expérience montre l'importance de l'urbanité en complémentarité de l'espace urbain pour faire la ville. Elle démontre aussi l'importance de l'expérience culturelle dans la constitution de l'urbanité et donc de la ville.

L'identité des villes est un prisme à multiples facettes parce que la ville est complexe, à la fois territoire, collectivité et objet. Nous pouvons ainsi relever de cette identité trois aspects principaux :

- L'identité collective de la population qui passe à travers la reconnaissance d'appartenance à une même communauté, l'appropriation par la population de lieux communs et enfin par une mémoire collective formalisée ou non dans des monuments
- L'espace identitarisé marqué par les traces de l'identité collective
- L'image ou spécificité reconnue par l'autre, extérieure à la ville et publicisée à cette fin.

En tant que territoire, la ville est un espace vécu, un espace d'inscription physique et symbolique. C'est un lieu de confrontation d'intérêts et d'utilisation de l'identité. En tant qu'entité politique, la ville est un lieu de pouvoir où se déploient différents acteurs. Le jeu de ces acteurs peut influencer grandement les processus de (re)-génération d'identité tant territoriale que collective. La ville d'Angoulême, en France, est un exemple marquant de l'impact des actions de différents acteurs d'intérêt et de capacités d'actions divers dans la construction et la modification de l'identité d'une ville. De la création volontariste du festival de la Bande Dessinée à la création du pôle européen de l'image, cette ville a vu s'affronter une multiplicité d'acteurs de différentes échelles de pouvoir et d'intérêts variés. Au gré de l'arbitrage des forces, elle a vu son image évoluer de celle de capitale de la BD, vers celle de pôle de l'image et du multimédia. En accompagnement de cette évolution de l'image, la ville a aussi connu de profondes modifications dans sa spatialité avec les développements de nouveaux quartiers et le déplacement des poches vocationnelles (Gravari-Barbas M., V. Veschambre, 2003 et 2005). Cet exemple illustre la dynamique évolutive de l'identité en adaptation au contexte. Il montre aussi combien elle est à la fois enjeu de pouvoir et sujette au jeu du pouvoir. En outre, elle permet une légitimation des forces en place autant qu'elle peut être soumise à des modifications par celles-ci, qu'elles soient politiques, sociales ou économiques. Le jeu des acteurs et leurs pouvoirs respectifs sont une part importante dans la dynamique évolutive de l'identité d'une ville.

Une ville paraît donc dotée d'une identité dont la dynamique est animée par ses inscriptions dans le temps et dans l'espace sous l'impulsion d'acteurs influents du milieu. Cette identité est en partie le reflet de la vocation que l'on reconnaît à la ville à travers son image.

### **b. Image de ville**

Ainsi que nous le disions préalablement, part de l'identité d'une ville, l'image est la manière dont celle-ci est perçue de l'extérieur. C'est sa projection reçue et interprétée par l'autre. L'image procède du discours dans la mesure où elle est « structure de sens » créée,

véhiculée, propagée. En s'appuyant sur le modèle de Keller (1993), Merunka et Ouattara (2006) expliquent que « l'image d'une ville peut être vue comme une structure de sens fondée sur des associations qui varient selon trois dimensions. » (Merunka, Ouattara, 2006 : 8) Ces dimensions sont : la force de l'association, la valence de l'association et l'unicité de l'association. La force de l'association est le systématisme avec lequel on attache une image à une ville par exemple le château Frontenac à Québec, le western à Saint-Tite. La valence de l'association est son aspect positif, neutre ou négatif. Ainsi, la chaleur et le soleil associés à la Floride sont des images positives, tandis que la pollution associée à Mexico est parfaitement négative. L'unicité de l'association, enfin, est la spécificité de l'association, la capacité de différenciation par rapport aux images associées à d'autres villes. Le soleil et la chaleur sont des images couramment répandues, que ce soit pour les villes du pourtour méditerranéen, les Antilles ou la Floride. Au contraire, Disney World, en Floride, se détache par l'image féerique des dessins animés et autres films d'animation de la firme.

La particularité de l'image tient au fait que, véhiculée à l'extérieure, elle crée la fascination, l'intérêt ou au contraire la répulsion à l'égard de la ville. Ainsi elle contribue à attirer touristes et investisseurs. Dans le contexte de concurrence actuelle, on comprend que la recherche d'une image positive forte soit importante pour les villes. Cette image est le reflet de la vocation de la ville dans la mesure où elle est travaillée pour attirer les personnes correspondant aux besoins de la ville.

Toutes les images ne sont pas produites et gérées consciemment. Il en est qui naissent simplement d'un état des choses, d'une réputation. Elles peuvent perdurer au-delà de l'état qui les a générées. On se rend compte, en effet, de la grande inertie dans leur évolution. Par ailleurs, une ville peut avoir et a souvent une pluralité d'images spontanément générées. Celles-ci correspondent à différents traits de la ville. Elles n'ont d'ailleurs pas toutes la même intensité dans l'esprit des gens, présentant une hiérarchie d'importance ou de

rayonnement. Cette capacité de propagation de discours sur la ville devient une des clés de voûte du travail pour la reconversion des villes et leur positionnement dans le réseau urbain. En effet, l'image construite, l'image discours a capacité à agir comme une fiction auto-réalisatrice puisqu'elle est produite pour promouvoir la valeur ajoutée qu'elle génère. Le marketing urbain s'appuie sur cette caractéristique pour faire promotion d'une ville.

## **2. Le marketing urbain**

Sous le terme de marketing urbain se trouvent regroupées les différentes pratiques de communication mise en œuvre par les villes pour se démarquer. Ces pratiques ont connu un essor important à la fin des années 1980 en lien avec la crise économique d'une part, et d'autre part avec l'accélération de la mondialisation. Ainsi que nous venons de le voir ce phénomène a induit auprès des villes une volonté de se démarquer des autres. Thierry Saussez, directeur de l'agence Image et Stratégie Europe, décrit ainsi ce marketing des années 1980 : « Communiquer était le mot d'ordre, à tout prix et sur n'importe quoi, parfois sans grand souci de cohérence ou de performance » (Quincerot et Réal, 2003 : 60). De fait, cette première forme de marketing de la ville semble avoir eu peu d'impact réel hors celui de renforcer le sentiment de fierté locale des populations. Par la suite, plus que communication stricto sensu, le marketing urbain prend une véritable dimension stratégique. On peut, à partir de là, le comprendre « comme les efforts de promotion d'une ville pour attirer des capitaux externes et inciter au développement d'actions culturelles, socio-touristiques et de protection de l'environnement, adressées à différents clients cibles. » (Ingallina, Park, 2005 : 65) L'enjeu est de « capter le plus [de richesses] possible » (Davezies, 2004) dans un nouvel ordre où la concurrence entre villes est rude.

De manière générale, on observe trois types de pratiques :

- Une pratique économique, la plus fréquemment mise en avant, qui consiste à attirer des flux en vue du développement économique de la ville
- Une pratique politique, utilisée en vue de présenter un bilan municipal

- Une pratique sociale, centrée sur les habitants pour favoriser leur appartenance à la ville.

Ces pratiques tendent, aujourd'hui, à se combiner et à s'articuler entre elles. Elles s'appuient sur la projection d'une image de la ville, image qui se veut nécessairement dynamique et spécifique. Attirer des investisseurs, acteurs économiques et résidents solvables, est fréquemment l'objectif principal mis en avant. Si cela a effectivement été le cas durant un temps, cet objectif a pourtant été supplanté par l'intérêt porté au flux de visiteurs divers et variés capables de dépenser leur argent dans des activités spécifiquement conçues pour cela. Cette évolution traduit le passage de la société et de la ville de la production vers la consommation. Cette nouvelle perception façonne le moule des images produites par les villes en vue de se montrer. La société actuelle est, en effet, fortement en demande d'espaces de qualité, de loisirs, objets de consommation convoités particulièrement dans le domaine culturel. Puisque recherchés, ces éléments servent d'appui aux stratégies de marketing urbain qui sont de plus en plus façonnées au sein d'une démarche de projet dans laquelle la culture prend une place significative. Dans cette perspective, les moyens utilisés sont multiples : projet d'aménagement, création de fêtes et de festivals, mise en place de comités de quartier... Le tout est ensuite présenté dans un discours qui les valorise pour valoriser la ville. Les villes ayant connu la désindustrialisation témoignent tout particulièrement de cette stratégie qu'elles utilisent dans le tournant vocationnel qu'elles ont à prendre.

Se penchant sur la stratégie marketing dans la démarche de projet, Rosemberg (2000) distingue le marketing urbain du marketing de la ville. Bien que terme inadéquat, le premier serait la production d'un discours générique, étranger à la ville. Le second serait une composante du projet de la ville en tant que discours d'énonciation et de présentation de la production d'espace matériel et idéal. Ce discours travaille à l'émergence de représentation et de symbolique à travers la constitution d'une image communiquée. Il est présent durant les étapes successives du projet où il embrasse les multiples dimensions de la

communication : compréhension et cohésion au coeur du groupe de travail tout d'abord, présentation du projet et ensuite son suivi à destination de la population locale et de l'étranger.

Bien qu'ils ne soient pas impliqués dans les toutes premières phases de la démarche, les médias ont un rôle de tout premier ordre dans la stratégie de marketing puisqu'ils relaient les messages. Ils diffusent le discours, véhiculent les images et les amplifient. Or le marketing de la ville reste avant tout un discours sur la ville, un processus de présentation et de valorisation qui n'est rien sans relais. Cependant, il faut bien considérer que ce discours n'est pas que verbe. Il est action d'aménagement, il est aussi évènements tel que fêtes, festivals et évènements spéciaux. Turin ou Barcelone, entre autre, ont su tirer parti de l'organisation des JO dans la démarche de revalorisation d'image entreprise, par la visibilité positive que cela leur a conférée. On comprend mieux l'acharnement de certaines villes dans la compétition pour accueillir de tels évènements.

Même dans une telle pratique du marketing de la ville, éloignée de la simple publicité des débuts, les dérives ne sont pas absentes. Le terme même de marketing en est évocateur puisque, ainsi que Rosemberg (2000) le mentionne, il peut induire à voir ce processus uniquement comme un positionnement sur le marché des villes par la vente de réalisations et d'images. La ville est alors envisagée en produit de consommation stricte. Françoise Choay (1992), se penchant sur les ensembles urbains patrimoniaux, relève une dérive semblable qui conduit à convertir la ville en scène, objet de scène et objet de consommation culturelle. Cherchant à capter des flux, les démarches de marketing urbain se tournent volontiers vers la mise en valeur touristique et prennent appui sur l'industrie culturelle. « Un arsenal de dispositif éprouvés permettent d'attirer les amateurs, de les retenir, d'organiser l'économie de leur temps, de les dépayser dans la familiarité et le confort. »(Choay, 1992 : 175) Bien que cherchant à créer une spécificité attrayante, le résultat n'est que nivellement et homogénéisation d'un centre urbain à l'autre. De plus, un

tel axe de travail, exclusivement tourné vers l'extérieur, comporte des risques non négligeables de rupture entre la réalité local et l'image projetée. La population peut aisément ne pas se retrouver dans le discours. Un tel résultat hypothèque grandement la pérennité de la dynamique du projet. Si l'image projetée n'est jamais l'exacte réplique de la réalité, tout le travail de la démarche stratégique de marketing doit être de les faire se rejoindre positivement.

La stratégie de marketing de la ville se doit d'être une composante de la démarche de projet dont les actions convergent et avancent dans un objectif commun et une même représentation de la ville. Si donc nous reprenons l'exemple de la ville d'Amiens (France) tel que rapporté par Olivier Lazzarotti (2003), nous constaterons que le projet de réaménagement du centre ville, ancré dans l'idée des valeurs touristiques, s'accompagne d'un évènementiel important à destination de la population. Ces deux actions principales, en apparence déconnectée, font parties d'une même stratégie : 1) faire reconnaître le centre ville d'Amiens par les habitants et par les visiteurs; 2) étendre par le discours les aménités reconnues de ce centre à l'ensemble de la ville pour en généraliser l'image. Il s'agit de faire se rencontrer l'image rêvée et l'image réelle. Ces actions nous amènent à questionner l'importance de l'authenticité de la ville que ce soit dans l'image transmise à l'extérieur, ou dans l'image que l'on cherche à créer en interne.

### **3. L'authenticité de la ville**

Comme nous l'avons dit plus haut, actuellement, les villes ne s'identifient plus par leur savoir faire productif, ni par leur industrialisation<sup>16</sup> mais par la particularité qu'elles offrent

---

<sup>16</sup> Une nuance est à apporter pour certaines agglomérations qui s'appuient sur des secteurs industriels de pointe pour se valoriser. Les hautes technologies sont encore des industries qui peuvent identifier les villes du fait de leur forte valeur ajoutée et de leur association avec un haut niveau de vie. On trouve des exemples dans l'aéronautique avec Toulouse et le pôle de recherche et production de Airbus, l'informatique et la Silicon Valley à San Francisco, l'ingénierie biomédicale... Cependant, ces images technologiques sont généralement associées à des caractéristiques plus propres au cadre de vie. Pour Toulouse, la présence d'Airbus est complétée par l'image de ville étudiante, dynamique, ensoleillée, ayant une vie culturelle et une architecture

aux visiteurs comme à leur population. Il s'agit donc de se démarquer des autres. « L'effet de compétitivité repose [...] sur l'importance de paraître » (Élias, 1994 : 55) et la force du plaisir. L'image d'une ville s'appuie donc sur sa capacité à restituer sa spécificité à travers les stratégies de marketing urbain, mais aussi et surtout sur sa spécificité en elle-même. Il semble en effet que « l'attractivité des villes ne repose pas fondamentalement sur [le processus de valorisation], mais sur la vitalité de l'urbanité qui les anime » (Morvan, 2005 : 74)<sup>17</sup>. Nous avons vu l'importance de l'urbanité pour faire la ville. Le processus de mise en valeur devrait donc uniquement jouer le rôle de révélateur d'un état présent. En définitive, le discours produit ne peut être qu'un reflet de ce qui existe effectivement. Pour attirer, il s'avère nécessaire, dans les transformations et la communication effectuées, de transmettre une authenticité certaine, qui laisse l'impression d'une intemporalité des éléments mis en valeur. L'aménagement le mieux réussi est celui dont on pense qu'il a toujours été là ; il en est de même avec l'image d'une ville : la mieux perçue est celle qui semble intemporelle. Cette recherche d'une authenticité de la ville, dans sa communication, relève l'importance d'un marketing urbain à destination des habitants de la ville afin qu'ils s'en approprient les termes et qu'ils puissent refléter aux visiteurs les images et le discours sur leur ville. L'intérêt supplémentaire d'un tel processus est qu'il répond aussi à la question sociale de la crise vocationnelle, soit la perte du sentiment d'appartenance d'une part de la population. Ariella Masbouni (2001) soulève ce volet important, mais souvent négligé, du marketing urbain en écrivant : « les villes soucieuses de leur attractivité doivent d'abord redonner une estime de soi à l'ensemble de leurs habitants ».

À travers une étude sur la construction de l'identité canadienne-française par la définition d'un paysage touristique, Lucie Morisset (1999) montre comment le discours de la mise en tourisme du Québec a contribué à la formation de l'identité québécoise. Le processus qu'elle met en évidence est le suivant : les lieux de tourisme sont les lieux porteurs

---

riche. La ville est encore la ville rose, à cause de la couleur du granite utilisé pour sa construction, avant d'être la ville de l'aéronautique.

d'originalité et donc, « de spécificité/d'identité culturelle ». Un lien s'établit donc entre les sites porteurs d'identité collective locale et les sites touristiques représentés. Un site touristique fait nécessairement appel à la construction de la mise en tourisme, et donc à celle d'une spécificité attractive, si bien que la spécificité ou identité culturelle de la communauté est à son tour reconstruite. Ces considérations permettent à Morisset d'écrire « On peut imaginer que l'authenticité attribuée à certains sites n'est en réalité que le symptôme d'une construction identitaire « réussie », dans laquelle se confondent le *vacationscape* des touristes et le *culturescape* de la collectivité visitée. » (Morisset, 1999 : 218) Cette étude montre qu'il est fort possible d'agir à la fois sur l'image locale, image que l'on transmet, et sur l'image extérieure, image perçue, pour peu qu'il y ait un intérêt commun.

Cette recherche d'authenticité, outre l'implication des populations locales qu'elle commande, est un élément clé en regard des objectifs que se donne le marketing urbain : montrer, faire connaître, attirer et ancrer. Or, de nos jours, la recherche du vrai, de l'authentique est de plus en plus frappant (Elias, 1994 et Amirou, 1999). Ainsi, le marketing urbain, alors qu'il est avant tout destiné à l'autre, peut être, par la recherche d'authenticité, profondément producteur d'identité pour la ville et ses habitants. Reste à savoir si l'authenticité est nécessairement existante ou si elle peut être produite ...

La question de l'authenticité vient en filigrane des deux exemples suivants. Bilbao et Emscher Park sont deux exemples connus d'utilisation du marketing urbain, deux réussites ou jugées telles, dans un premier temps. Ces deux zones urbaines mises en valeur sont d'anciens territoires industriels en recherche de reconversion et de repositionnement. Les processus de marketing utilisés respectivement dans ces deux territoires ont par contre des bases opposées. Comme nous allons le voir, Bilbao a fait table rase et a occulté son passé industriel, tandis que la reconversion d'Emscher Park a justement pris appui sur ce passé

---

<sup>17</sup> <http://www.sociologie.u-bordeaux2.fr/formations/fichesdecours/politiquesdelaville.pdf>

industriel. D'autres divergences sont les fonctions urbaines prises en compte. Tandis que l'Emscher Park se préoccupe autant du travailler que de l'habiter et du récréer, Bilbao veille surtout à développer le ludique et le culturel. Dans les deux cas, culture et événements festifs ont été utilisés. Ces deux exemples très médiatisés, mis en regard, permettent d'illustrer des méthodes de marketing urbain différentes, les points de convergences et les résultats obtenus. Les réserves émises quand à la pérennité des actions et à leurs valeurs sont autant d'enseignements pour une utilisation saine du marketing urbain.

#### **4. Bilbao : De l'industrie lourde à l'architecture, les réussites du marketing urbain**

Qui n'a pas entendu parler de Bilbao et de son musée? En une vingtaine d'année, l'ancien port consacré à l'exploitation des mines de fer, à la sidérurgie et aux chantiers navals a opéré un changement d'image et de vocation radical.



**Le Musée Guggenheim de Bilbao par Frank Gehry**

Source : Oliver Strewe, Tony Stone Images, [www.universalis.fr](http://www.universalis.fr)

Dans les années 1980-1990, la ville est touchée de plein fouet par la crise industrielle. Le taux de chômage augmente considérablement, de même que la pauvreté. Sans pour autant que l'industrie disparaisse complètement, la ville fait le choix de réorienter sa vocation principale vers le tourisme familial et d'affaire. Elle doit donc se doter des éléments nécessaires à l'attraction d'une telle clientèle dont une image de la ville nouvelle, chargée « d'associations fortes et positives bien ancrées dans l'esprit de visiteurs ou d'investisseurs potentiels. » (Merunka, Ouattara, 2006 : 1) Bilbao s'est orienté vers la ville-marque, objet de consommation. Cette option s'appuie sur trois outils :

- L'utilisation d'une renommée internationale préexistante et son ancrage en objet symbole de la ville : le Musée Guggenheim

- L'étayage de la renommée internationale par un appel récurrent à des architectes internationaux pour le réaménagement de la ville
- Une stratégie de communication à l'international.<sup>18</sup>

Réussite s'il en est, au vu de l'encre qui a coulé et qui coule encore sur cette spectaculaire reconversion, le cas de Bilbao permet de mieux comprendre l'élaboration et l'utilisation de l'image d'une ville. Tout d'abord, la ville a choisi de s'orienter vers les activités tertiaires et le tourisme. Or qui dit tourisme urbain, dit tourisme culturel. Il faut à la ville des ressources culturelles à offrir au public qu'elle cherche à attirer. Ainsi, le virage vocationnel de la ville s'appuie tout d'abord sur un équipement de renom : le musée d'art contemporain (1997) affilié à la Fondation Guggenheim qui est un objet architectural unique, signé de la griffe de Frank Gehry. La ville, d'une pierre trois coups, s'enrichit d'un équipement recherché par les touristes, s'allie et s'approprie le prestige international d'une Fondation d'art et d'un architecte connu et se dote d'un objet symbole, dont les photos et les récits sont les meilleurs ambassadeurs de la ville dans le reste du monde.

Le deuxième outil vient étayer l'image naissante de ville culturelle où l'architecture contemporaine a toute sa place. Une image dynamique et actuelle qui ne peut qu'attirer. Ainsi, on parle du Palais des Congrès et de la Musique, du métro conçu par Norman Foster, de la passerelle Zubi-Zuri élaborée par Santiago Calatrava, de l'aménagement du quartier d'Abandoibarra par César Pelli. Il s'agit, une fois encore, pour la ville, de profiter de la renommée des architectes pour forger sa propre renommée.

Enfin, pour consolider l'ensemble, la ville s'assure que la communication sera faite, largement, à l'échelle internationale puisqu'elle a choisi de s'adresser à un public de cette envergure. Elle utilise son nouveau symbole, les noms qu'elle s'est alliée pour faire valoir une image prestigieuse axée sur l'architecture et la culture contemporaine.

Le résultat souhaité a été obtenu : l'économie a repris souffle en s'orientant dans de nouveaux secteurs, le centre se repeuple. A Bilbao, l'activité industrielle bien que diminuée est toujours présente. Cependant, la ville n'a plus vocation industrielle. Elle s'est réorientée vers une vocation touristique et culturelle avec pour image celle de « l'excellence architecturale et du prestige de la culture »<sup>19</sup>. Pour y parvenir, il lui fallait tout d'abord en transmettre l'image, ce qu'elle a parfaitement réussi grâce au trois outils que nous venons de détailler et particulièrement l'usage de l'architecture en point d'accroche. Cependant, la carte de l'architecture contemporaine est-elle réellement garante d'une pérennité du rayonnement de Bilbao et de sa relance sur le long terme ? La rupture entre l'image internationale de la ville et la réalité locale vécue par ses habitants fait ressortir les lacunes d'une démarche de ville-marque objet de consommation. L'habitant n'est pas touriste dans sa ville et sa perception et ses besoins ne correspondent pas à ceux qui sont publiés dans l'image courante, qu'il ne parvient pas à s'approprier et à défendre. Bilbao de tous les jours est absorbée par la force du Guggenheim. De surcroît, l'entretien de cette image à la pointe de l'architecture contemporaine présente le risque d'un enfermement mono-activité autour de la surenchère architecturale. Une collection de bâtiments-œuvres d'art offre-t-elle les conditions à l'épanouissement de l'urbanité ?

L'efficacité coup de poing de la stratégie de marketing de Bilbao est source d'inspiration pour de nombreuses villes industrielles en déclin qui cherchent à réussir leur reconversion et ce malgré les nuances qui commencent à se faire entendre au milieu de l'applaudissement général : quid de la prise en compte de la population et quel avenir de l'image de fleuron de l'architecture contemporaine. Le musée Guggenheim construit par Gehry, pièce unique, semble par sa force architecturale aspirer et engloutir la ville plutôt que de l'enrichir. Bilbao, c'est le Guggenheim ! Mais après ?

---

<sup>18</sup> [http://www.isige.ensmp.fr/01\\_mastere/voyage\\_bilbao/index.php?page=contexte](http://www.isige.ensmp.fr/01_mastere/voyage_bilbao/index.php?page=contexte)

<sup>19</sup> [http://www.isige.ensmp.fr/01\\_mastere/voyage\\_bilbao/index.php?page=culture](http://www.isige.ensmp.fr/01_mastere/voyage_bilbao/index.php?page=culture)

## 5. La Ruhr : miser sur le culturel et le ludique

Emscher Park est un autre exemple reconnu de reconversion d'une région industrielle. Ce territoire est situé dans le Land de Nordrhein-Westphalen, au cœur de la Ruhr, une région exclusivement axée sur l'industrie minière et sidérurgique depuis la deuxième moitié du XIX<sup>ème</sup> siècle. D'une superficie de 800 km<sup>2</sup>, il correspond au bassin hydrologique de la rivière Emscher. Il englobe 17 villes ou plus exactement municipalités<sup>20</sup> et près de 2,5 millions d'habitants<sup>21</sup>.

La vallée de l'Emscher a subi de plein fouet la crise industrielle. Les dommages s'évaluent socialement, économiquement, mais aussi du point de vue du territoire et de l'environnement. Socialement, les fermetures successives de mines et d'usines ont provoqué la perte de centaines de milliers d'emplois. Dans une région où les employés ne présentaient pas, pour la plupart, de qualification particulière, la reconversion vers d'autres types d'emplois est rendue très difficile. Ceci est d'autant plus vrai que la monoéconomie en vigueur pendant une quinzaine de décennies ne facilite pas un démarrage rapide d'autres types d'activités au niveau de l'économie locale. Du point de vue du territoire, le passé industriel laisse en héritage un territoire dense composé d'une juxtaposition de 17 villes sans véritable urbanisation, une amorce de parc paysagé des années 1920, mais surtout 6000 ha de friches industrielles à reconvertir. Côté environnemental, le bilan est désastreux : la rivière Emscher est un collecteur à ciel ouvert de tous les rejets industriels, la plupart des friches sont polluées. Enfin, non des moindres, une image des plus négative colle à cette région : « une zone "off limit" que l'on traverse rapidement, si nécessaire, en fermant les yeux, les oreilles et le nez, une région usée et littéralement vidée où l'on ne s'arrête surtout pas. La Ruhr est synonyme de 150 ans de surexploitation du paysage qui

---

<sup>20</sup> La continuité du tissu urbain de ce territoire permet difficilement d'identifier morphologiquement des villes distinctes.

<sup>21</sup> <http://www.iba.nrw.de/>

culmine dans la dégradation de la rivière Emscher en canal d'eaux usées, en *cloaca maxima*. » (Hauenschild, 1999 :1)

Partant d'aussi loin, l'International Bau Ausstellung<sup>22</sup> (IBA) s'est attaqué, sur une période de dix ans, à la reconstruction de la région. L'IBA est une corporation financée par le Land de Nordrhein-Westfalen. Elle est issue d'une volonté politique de mettre en place une structure innovante capable d'instaurer un mode d'aménagement innovant. Composée d'une équipe d'une trentaine de personnes, l'IBA est animée par l'enthousiasme et la compétence de son directeur. La particularité de la corporation est qu'elle n'a pas pour but de réaliser elle-même les projets. Elle n'a d'ailleurs pas le pouvoir d'octroyer des fonds directement pour des réalisations. Par contre, elle a agi à titre d'inspirateur, de facilitateur, de médiateur et de coordonnateur d'initiatives issues des réalités du terrain et portées par des acteurs locaux. L'objectif est de « donner un nouvel élan à la reconversion écologique, économique et sociale »<sup>23</sup> de la région, de promouvoir une nouvelle culture. La vision est d'envergure : « rien de moins que de reconquérir une région, surmonter la désertification industrielle, renaturer le paysage, revitaliser la région, la rendre vivable, lui donner une nouvelle identité, créer de l'espoir, dans une perspective de développement durable, faire de la région Emscher Park une œuvre globale. » (Hauenschild, 1999 :1)

Les 120 projets pilotés par l'IBA s'articulent autour de cette vision qui s'appuie sur l'environnement, la culture et le patrimoine dans sa mise en oeuvre. Une attention toute particulière est portée à la question environnementale : l'objectif est, en effet, de reconstruire un milieu de vie opposé à l'image de pollution noire de la période industrielle. Opter pour la création d'un parc renvoie à l'image de nature, de paysages végétaux en contradiction avec le passé industriel. Pourtant, la force d'Emscher Park est justement de ne

---

<sup>22</sup> Exposition Internationale d'architecture

<sup>23</sup> [http://www.club-ville-amenagement.asso.fr/textes/publications/lettresduclub/lettre%204/L4\\_Ruhr.rtf](http://www.club-ville-amenagement.asso.fr/textes/publications/lettresduclub/lettre%204/L4_Ruhr.rtf)

pas renier ce passé mais de l'exploiter dans la monumentalité qu'il offre aux différents sites.

La carte environnementale écologique est donc jouée à différents niveaux. La régénération de la rivière Emscher est la première étape. Utilisée comme collecteur des eaux usées à ciel ouvert par les industries riveraines, la rivière ne méritait plus ce nom. Un travail de dépollution et de renaturation tend à redonner au cours d'eau sa qualité. La création du parc paysagé d'Emscher Park a concrétisé la restructuration du réseau d'espaces verts, programme Landschaftspark. Il recouvre une superficie de 300 km<sup>2</sup> et assure une double fonction écologique et fonctionnelle de loisir (Lefevre, 1999). Enfin, la mise en œuvre d'innovations technologiques dans les domaines de la construction vient compléter cet axe. Ces innovations concernent l'économie d'énergie et l'utilisation de matériaux renouvelables.

La culture, ici aussi, est un appui privilégié. On la retrouve dans les recherches architecturales des nouvelles constructions, dans le marquage du territoire par des œuvres de Land'art, dans les activités insérées dans les anciens sites industriels ainsi qu'à travers la mise en tourisme de la région. Quatre parcours sont notamment proposés : la « Route der Industriekultur » ou route de la culture industrielle, la "Route der Industrienatur" ou route de la nature industrielle, la "Route der Landmarkenkunst" ou route du Land'art, la "Route der Architektur" ou route de l'architecture. Le patrimoine est convoqué et vient s'inscrire dans une logique de conservation, et de recyclage. Le parti pris est de reconnaître la présence des anciens bâtiments industriels, l'impact qu'ils ont sur le paysage, leur valeur de témoins du passé et pour cela de les conserver plutôt que d'opter pour la tabula rasa. Cela signifie donc trouver de nouveaux usages pour ces monuments de l'âge industriel, usages qui doivent aussi permettre le renouveau économique de la région. Des activités

industrielles basées sur les nouvelles technologies environnementales sont donc implantées dans le parc en même temps que des activités tertiaires, programme *Arbeiten im Park*<sup>24</sup>.

Le projet de réhabilitation et de repositionnement de la région s'est penché sur la question vocationnelle et économique sans laisser de côté la population ou l'habitat. Ainsi, une mixité d'usages est recherchée. *Wohnen im Park*<sup>25</sup> est un autre volet d'actions cherchant à attirer une population nouvelle par la construction d'habitats innovants, de qualité et financièrement accessible.

Quelques exemples de réalisation permettent de mieux saisir le travail effectué. Sur les terrains de l'ancienne mine Rheinelbe à Gelsenkirchen, *Arbeiten im Park* a pris un aspect plus spontané puisque la forêt expliquée au centre d'interprétation a poussé sans l'aide de l'homme selon la succession naturelle des espèces. Trente années ont suffi pour voir l'implantation d'espèces diverses tant animales que végétales. Des œuvres d'art composées d'éléments naturels et de reliques du site industriel se conjuguent à l'aménité de dame nature. Le site sert de parc naturel et culturel aux habitants des quartiers environnants. Il accueille en outre, dans les anciens bâtiments de la mine restaurés, un centre de formation et un incubateur d'entreprises.

La Mine Zollverein à Essen illustre, pour sa part, la forte utilisation de l'art et de la culture dans la reconversion de la région. « La plus belle mine au monde », classée monument historique en 1986, offre à la contemplation la métamorphose de ces monstres, autrefois bruyants, nauséabonds et polluants, en « majestés et en objets d'identification ». Le changement d'activité est radical, puisque le complexe regroupe aujourd'hui toutes sortes d'activités dites post-industrielles : le Centre provincial de design, un restaurant de luxe, une galerie d'art contemporain, un sentier historique, un parc naturel, un parc des métiers,

---

<sup>24</sup> *Arbeiten im Park* signifie *Travailler dans le parc*

<sup>25</sup> *Wohnen im park* signifie *Habiter dans le parc*

un champ d'expérimentation, une grande exposition sur l'histoire culturelle de l'énergie, un atelier d'artiste, un théâtre de danse, de l'art "landmark"... D'autres sites ont exploré de manière poussée le principe de parc récréotouristique comme l'usine d'acier Thyssen à Duisburg-Meiderich qui propose, entre autres, escalade ou plongée dans les bâtiments industriels transformés, ou encore le Gazomètre Oberhausen reconverti en centre d'exposition.

Au cours des dix années d'existence de l'IBA, l'ensemble du travail a été réalisé dans un esprit festif perpétuel. Le choix de l'Exposition d'Architecture Internationale n'était pas anodin : en

effet, elle renforce ce caractère exceptionnel qui s'est pérennisé sur une décennie. Ce vent de fête avait pour objectif d'attirer les regards, de faire parler, de révéler différemment les lieux traités. La finale, en 1999, a notamment été l'occasion d'une vaste programmation culturelle et artistique présentant des artistes de renom tel Christo.

Quelques années après la dissolution de la corporation, les résultats laissent à penser que la plus grande réussite est la nette amélioration de l'image de la région au regard des visiteurs comme à celui des habitants, avec le réinvestissement de lieux emblématiques. L'image aujourd'hui portée par Emscher Park est une image dynamique et historique où s'allient les performances d'innovations techniques dans le domaine de l'écologie et l'omniprésence de la culture. Sans que cet exercice puisse être répliqué du fait de sa grande particularité, il nous permet cependant de mesurer combien la combinaison de la culture avec le génie du lieu est une solution qui paraît gagnante, de nos jours en vue de refaire une image. L'appel à la fête, pour sa part, semble relever d'une part de la mise en culture et d'autre part de



**Le Gazomètre de Duisburg, emblème de la reconversion de l'Emscher Park**

Source : <http://www.iba.nrw.de>

l'utilisation de l'effet coup de point pour une meilleure publicité, le tout ayant pour objectif la réappropriation du territoire par ses habitants et l'instauration d'une image positive et spécifique.

Face à la crise vocationnelle qui les secouait, les villes ont cherché à s'adapter au nouveau contexte – mondialisation, mobilité, place de la culture et des loisirs, recherche de cadre de vie agréable –. Le marketing de la ville est issu de cette tentative d'adaptation. Son but principal est de rendre une ville attractive par la modification ou l'amélioration et la communication de son image. Cette forme de marketing s'inscrit à tous les niveaux de communication dans une démarche de projet. Les projets d'appui varient. Dans le cas de Bilbao il s'agissait de la reconfiguration du centre autour d'un musée de renom et d'architecture à fort caractère. L'objectif avéré, pour la ville est de s'orienter vers le tourisme culturel. Dans le cas de l'Emscher Park, conservation des vestiges industriels et mixité d'usage de la région ont été les fils conducteurs de l'intervention. Différents projets, donc, mais la culture apparaît comme une constante de même que le déploiement d'évènements festifs. Dans le cas d'Amiens, ceux-ci se sont même retrouvés au cœur du processus de repositionnement de la ville. La fête semble, en effet, avoir un rôle de construction de l'identité et des images.

### **III L'Appel à la fête régénératrice, vers la ville festive ?**

« Se distinguer des autres villes, sortir des sentiers battus, toucher un autre public, se réappropriier des lieux différemment... voici quelques atouts majeurs des festivals. [...] Si les festivals sont d'abord des occasions de rencontre et de divertissement, leur côté évènementiel autorise une souplesse de fonctionnement absente des équipements permanents, et une capacité d'évolution en termes de programmation en réponse aux besoins de nouveautés d'une société contemporaine tournée vers les loisirs. »

(Lucchini, 2003 : 48)

Les festivals, dont le nombre s'est accru de manière exponentielle à la fin du XX<sup>ème</sup> siècle, apparaissent, de nos jours, comme des moyens pratiques dans la mise en œuvre d'une stratégie de marketing urbain. Les anciennes villes industrielles, notamment, y trouvent des opportunités pour réinvestir les friches industrielles et permettre une réappropriation de ces sites. Rencontre entre la culture et la fête, nous tâcherons de comprendre, en remontant aux sources festives, quelles sont les raisons qui amènent tant de villes à miser sur des festivals dans leur processus de reconversion. Les festivals sont une catégorie de l'ensemble des événements festifs qui comprend entre autres les fêtes traditionnelles, les foires ainsi que les fêtes et manifestations populaires ou politiques (Di Méo, 2001). Dans un premier temps, nous nous intéresserons aux fêtes en tant que sources des événements festifs au sein d'une ville. Puis nous nous pencherons plus spécifiquement sur les festivals avant d'aborder l'évolution actuelle des événements festifs en ville.

#### **1. La fête en ville**

Villes et fêtes sont des inséparables tout au long de leurs histoires respectives.

##### **a. Tentative de définition de la fête**

Les fêtes traditionnelles sont en lien direct avec l'histoire et la tradition. Selon Di Méo (2001), elles regroupent :

- *les fêtes calendaires*, qui traduisent le rythme cosmique des saisons en scandant les équinoxes et les solstices – par exemple, les carnivals et certaines fêtes religieuses dont Noël – ;
- *les fêtes patronales*, qui fondent la communauté et sacralisent son territoire sous l'égide d'une figure protectrice, saint ou sage. Ces fêtes dérivent vers les fêtes de quartier ;
- *les fêtes commémoratives*, enfin, qui rappellent des événements ou des personnages dont le caractère identitaire renvoie à une échelle plus globale – par exemple, les fêtes nationales, les célébrations d'armistices -.

Notons que ces grandes catégories ne sont pas toujours aussi clairement dissociées et identifiables. Les différences entre les grandes fêtes traditionnelles ne sont pas si marquées. Bien plus, on constate, de nos jours, la multiplication de résurgences de fêtes d'obédiences traditionnelle, la modification au goût du jour de fêtes anciennes, la création ex-nihilo de festivités qui cherchent une justification dans l'histoire de leur lieu d'inscription ou dans le cycle calendaire. Ainsi ces catégories se juxtaposent et se combinent, rendant plus floues encore les frontières entre chacune d'elles. Cependant, de manière générale, la fête revêt avant tout un caractère d'amusement collectif, d'investissement libre de l'espace public et de gratuité, ou tout du moins de bon marché. Elle se vit, enfin, à une échelle très localisée de l'ordre de la commune ou du quartier. Même si elle fait de plus en plus appel à des professionnels pour lui donner véritablement corps, l'amateurisme et le bénévolat sont des ingrédients privilégiés (Garat, 2005).

### **b. Les rôles de la fête**

À observer l'histoire des villes, on constate que de tout temps, les festivités ont eu leur place en leur cœur. Les fêtes dans l'espace urbain sont l'occasion de vivre autrement la ville, de lui découvrir des qualités méconnues. S'il existe aussi des fêtes dites rurales, il semble que le cadre urbain soit le lieu du plein épanouissement de la fête au point que la

ville paraît indissociable de ces réjouissances. La fête est un « interstice singulier de l'espace-temps » (Di Méo, 2001 : 626) qui fait la ville radicalement autre, en rupture avec l'espace-temps quotidien. C'est le temps du retournement et de la transgression qui jouent une fonction régulatrice des rapports sociaux à travers un pouvoir cathartique reconnu. L'exemple le plus frappant et le plus évoqué est sans aucun doute celui des jugements de carnaval qui permettent d'exprimer les mécontentements envers le pouvoir en place sous couvert de la dérision et du burlesque. Mais on le retrouve aussi dans les compétitions entre corporations, groupes ethniques ou quartiers, comme dans la fête du *Palio de Sienne* (Italie)<sup>26</sup>, où les différents quartiers s'affrontent dans une course de chevaux par l'intermédiaire de leurs équipages champions. L'expression des passions à travers ces moyens indirects permet de les épancher, de les assouvir tout en garantissant l'ordre social. Un des paradoxes de la fête est finalement de chercher à maintenir l'ordre établi tout en le transgressant.

Si la transgression est sociale, elle est aussi spatiale dans l'envahissement des rues par les piétons, l'accès à des espaces prohibés au quotidien. L'usage des espaces est modifié. L'espace même n'a plus sa nature quotidienne et se constitue en un réseau de lieux qui façonne l'ambiance et qui est, en bonne part, garant de la qualité de la fête. Ainsi marqués du sceau festif, les espaces de la ville sont recomposés, érigés en lieux chargés symboliquement. Ils ont pour effets de cristalliser l'identité collective et d'être le support de la mémoire collective qui s'y adjoint. Nous pouvons, à titre d'exemple, présenter le cas de la ville de Bayonne (France) recomposée par les fêtes qui s'y sont développées depuis les

---

<sup>26</sup> Coutume issue du Moyen-Âge, le premier Palio tel que nous le connaissons aujourd'hui a eu lieu pour la première fois en 1650. Il s'agit d'une course de chevaux dont chacun représente un quartier de la ville. Seul 10 équipages peuvent participer en même temps à la course sur 17 quartiers, ce qui nécessite des tournantes établies selon des règles strictes pour que tous participent régulièrement. Une première course a lieu le 2 Juillet et la seconde le 16 Août. Au cours des courses, tout est permis aux cavaliers. Le gagnant est le premier cheval passant la ligne avec ses ornements de têtes intacts, le perdant est le deuxième et non le dernier.

années 1930<sup>27</sup>. Ces fêtes ont eu pour effet de polariser l'agglomération entière Bayonne,- Anglet,-Biarritz autour d'un des quartiers bayonnais centraux, « le petit Bayonne » devenu aussi le cœur du Pays Basque français. Ce quartier concentre les activités de cafés et restaurations ainsi que nombre de locaux d'associations basquistes. Tout au long de l'année, du jeudi au samedi, la fête reprend ses droits comme au temps fort de l'été durant la période habituelle des Férias de Bayonne. Il draine les jeunes et moins jeunes de toute l'agglomération, mais aussi du Pays Basque entier du fait de l'adhésion connotée basque qu'il suscite (Garat, 2000); fait étonnant dans une ville qui ne parlait que le gascon il y a moins d'un siècle encore !

La valeur collective de l'identité portée par les lieux de la fête a aussi une origine sociale : ces lieux sont composés collectivement parce que la fête est une réjouissance collective qui convoque tout ses participants comme un ensemble de contemporains « co-présents » les uns aux autres et qui vivent, le temps de la fête, une expérience commune. De ce fait, se constitue une appartenance à la foule de la fête autant qu'à ses lieux. L'exemple de Bayonne est une fois encore parlant. Au cours des férias, que ce soit à Bayonne, à Dax, à Pampelune ou à Mont-de-Marsan, les festayres<sup>28</sup>, les « vrais fêtards » du pays, portent l'habit blanc et rouge, à la fois signe distinctif de simples visiteurs et ramure pour se fondre dans la foule. Importé de Navarre, de même que le concept actuel des Férias, ce phénomène a pris de l'ampleur au cours des années 1990 puisque l'habit du festayre est à présent

---

<sup>27</sup> L'origine des Férias de Bayonne est intéressante au regard de l'évolution de ces fêtes. À l'origine donc au début des années 1930, l'équipe de rugby de Bayonne allant jouer un match à Pampelune au moment de la San Fermines, fête du Saint patron local. Les rugbyemen bayonnais sont séduits et décident d'importer l'évènement à Bayonne.

<sup>28</sup> Les origines par Pierre BORDET (président de l'association Jamon-Jamon) :

"C'est la tenue de nos cousins frontaliers Navarrais. L'origine du foulard rouge vient de Pampelune : San Fermin, Saint-Patron de la capitale Navarraise à été égorgé. Il fut représenté avec du sang coulant sur sa gorge. Le foulard rouge illustre cette scène.

Quant à la tenue blanche, elle est une réponse des gens fortunés face à la tenue foncée des paysans; en effet, "les campesinos" revêtaient leurs costumes sombres "du dimanche" pour assister aux fêtes et courir l'encierro. Afin de ne pas être confondu avec la "plèbe", les bourgeois du début du siècle adoptèrent la tenue blanche. L'explication de la ceinture rouge : elle doit certainement sa présence à la nécessité de tenir les pantalons des festayres... » [http://www.fetesdebayonne.free.fr/version2/page\\_tenue\\_officielle2004.htm](http://www.fetesdebayonne.free.fr/version2/page_tenue_officielle2004.htm)

adopté par toute personne venant faire les ferias<sup>29</sup> : basques, landais, béarnais, parisiens, américains tous revêtent la tenue blanche et le foulard rouge dans le souci d'adhérer à une foule toujours plus grande.

### **c. Liens entre fête et identité**

« La fête agit en révélateur d'urbanité » (Paquot, 2003). L'urbanité se déploie à travers la reconstitution des lieux de la ville, mais surtout par la transformation de participants hétéroclites en une population festive homogène qui se reconnaît dans la ville.

Comme nous l'avons évoqué plus haut, la fête, par ses capacités à faire émerger des lieux et des contemporains, peut créer et renforcer une identité. Elle agit à différents niveaux : identité des lieux par marquage et sacralisation de l'espace, identité territoriale par inscription dans un espace collectif, identité collective par la mise en co-présence des participants et la participation commune (Chaudoir et Ostrowetsky, 1996). C'est ainsi que la fête travaille à l'émergence de lieux. Ajoutons que la fête fait image. Elle est un étendard qui se montre, qui attire et qui fait connaître la ville ou le quartier, puisque la mieux réussie est sans conteste celle qui attire au-delà des résidents locaux, quand bien même ceux-ci s'en plaignent. Pour se voir et se reconnaître dans son identité, il est nécessaire d'être vu et reconnu par l'extérieur même si ce regard indispose, voire déplaît profondément. La fête est donc une valorisation locale de l'appartenance, même éphémère, à une communauté, en même temps qu'une valorisation de la communauté et de sa ville auprès des étrangers.

Ce petit parcours nous a permis d'explorer le rôle symbolique de la fête, son rôle social et spatial. A la fois révélatrice d'espace et de communauté, elle joue le rôle d'un régulateur

---

<sup>29</sup> L'identification est poussée à l'extrême puisque radios et journaux enjoignent à venir faire les ferias habillé en blanc et rouge. Le mode vestimentaire permet aux agents de sécurité, dans la foule grandissante, de repérer les éléments qui pourraient n'être venu que dans l'intention de casser la fête. Ces quelques éléments ne portent pas les couleurs de la feria semble-t-il.

dans la société urbaine. Il va sans dire que la fête porte aussi une valeur d'échange socio-économique, aspect plus présent dans d'autres types d'évènements festifs dont les festivals.

## 2. Ville et festival

En ancien français, *festival* était un adjectif signifiant « relatif à la fête », « joyeux ». En tant qu'évènement festif, les festivals ont vu le jour au XIX<sup>ème</sup> en Allemagne où il s'agissait de grandes fêtes musicales. Les Anglais utilisaient déjà ce terme pour désigner les grandes fêtes nationales et enrichirent tout simplement sa signification quand ils adoptèrent à leur tour ce type de manifestations musicales. Celles-ci furent aussi organisées en France, qui retrouva le mot festival sous sa forme substantivée pour désigner les évènements. De la musique strictement, les festivals élargirent leur palette aux autres arts (théâtre, danse, cinéma ...), opérant progressivement un glissement de signification et d'activités désignées. (Huard, 2001)

### a. Festival : définition et tentative de catégorisation

Évènements à caractère festif, les festivals ont la particularité d'être bien encadrés. Ils ont, dès leur création, un objectif clairement exposé, objectif qui peut évoluer au cours de leurs histoires respectives. Ils drainent un public -notons public plus que participants – géographiquement plus large que celui de la fête, soit à l'échelle régionale, nationale voire internationale. En définissant le festival comme une « manifestation où les références à la fête, aux réjouissances éphémères, événementielles et renouvelées s'inscrivent dans la triple unité de temps, de lieu et d'action »<sup>30</sup> on perçoit, dans les festivals, le rapport au temps et à l'espace en forme de temporalité courte mais répétitive et de spatialité circonscrite, caractéristiques communes aux évènements festifs, le tout articulé à une programmation déterminée. Nous pouvons aller plus loin dans cette définition en mentionnant le caractère confiné de la spatialité circonscrite. En effet, les festivals appellent principalement, dans

---

<sup>30</sup> Définition donnée par le Ministère de la Culture et de la Communication français en 2004, [http://thesesophiediane.free.fr/article.php3?id\\_article=14](http://thesesophiediane.free.fr/article.php3?id_article=14)

leur définition première, des espaces clos, publics ou privés mais généralement accessibles moyennant un droit d'entrée. Le rapport du festival à l'espace de la ville est aussi divers que les types de festivals existants : extérieur ou intérieur, en espace exclusivement privé ou s'épanchant sur l'espace public. L'interrogation sur leur capacité à faire émerger des lieux relève de l'observation de chacun.

La grande diversité des festivals dans leurs formes, leurs durées et leurs thèmes rend difficile une classification élaborée sauf à considérer leurs objectifs de création. On peut néanmoins les décliner selon les catégories suivantes (Grisel, 1993) :

- Festivals de création, soutien d'un projet artistique fort en vue de développer des créations ou de promouvoir de jeunes artistes, par exemple Festival International de la Chanson de Granby<sup>31</sup>;
- Festivals touristiques, basés sur un monument ou un cadre prestigieux qu'ils tentent de renforcer par l'animation ;
- Festivals d'image, créés en vue de façonner une image pour la ville; en France, le Festival du Film Fantastique d'Avoriaz a été créé pour lancer la station lors de sa création. Le festival était un moyen pour communiquer les spécificités de la station et de la positionner sur le marché des sports d'hiver (Chouchan, 1993) ;
- Festivals de diffusions, proposant spectacles et événements culturels en région tel que le Festival de Lanaudière<sup>32</sup> ou encore l'International d'Art Vocal<sup>33</sup> à Trois-Rivières.

---

<sup>31</sup> Créé en 1969 par le service des loisirs de Granby, dix an plus tard il prenait le statut d'Organisme incorporé et après 20 ans d'existence ajouté un volet international à son activité. Ce festival s'est donné comme objectifs principaux de révéler les nouveaux interprètes et interprète-auteur-compositeur d'expression française et de contribuer à la promotion et à l'avancement de la chanson francophone. Le FICG s'avère une scène tremplin pour les jeunes auteurs-compositeurs-interprètes francophones qui y participe.  
<http://www.ficg.qc.ca/Menu.htm>

<sup>32</sup> Le Festival de Lanaudière se déroule dans la région de Joliette depuis 1977. Il propose pendant l'été des concerts de musique classique jouée par des artistes de renom.  
<http://www.lanaudiere.org/>

Ces catégories ne sont pas hermétiques et se mêlent à l'occasion en catégories intermédiaires, mais elles ont le mérite d'englober tous les festivals existants. Il est possible de les réduire encore en se concentrant sur ces trois dimensions principales d'un festival :

- Dimension culturelle, prédominance de la volonté de création artistique, ou de diffusion;
- Dimension économique, prédominance de la création de spécificité pour la mise en tourisme et travail sur l'image;
- Dimension identitaire, festival à destination locale misant sur la mise en co-présence de la population locale en vue de resserrer les liens sociaux et de produire une mémoire collective.

Remarquons que tout festival est sous-tendu par une part culturelle. Quoiqu'il en soit, pour être caractérisante, une dimension doit être prédominante par rapport aux autres. Ainsi, contrairement à la précédente classification, qui s'intéresse principalement à la naissance de l'évènement, on considère ici l'ensemble de la vie du festival. Au cours de son histoire, un festival peut donc changer de catégorie en fonction de la modification des objectifs des organisateurs.

Une dernière distinction entre les festivals reste possible. En effet, ils ne s'ancrent pas forcément dans le terreau historique ou traditionnel de leur ville-hôte. On peut donc les subdiviser, selon les catégories des lieux touristiques, en festivités de ressource exploitant la ville en terme d'histoire, de géographie, de tradition ou de terroir, ou en festivités de marché, exploitant un domaine culturel particulier, la ville n'étant qu'un support physique.

---

<sup>33</sup> L'International de l'Art vocal est aussi un festival de musique. Sinon le fait qu'il se consacre à la voix, il est assez éclectique dans sa programmation. Seuls des artistes reconnus y participent ce qui lui vaut la caractéristique de festival de création plutôt que celui de création.  
<http://www.artvocal.com/>

## **b. Évolution des festivals**

Les premiers festivals, apparus en Europe à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle et au début du XX<sup>ème</sup> restèrent longtemps en nombre restreint. Quelques rares autres naissances eurent lieu jusque dans les années 1980. Elles étaient alors le fait de passionnés mécènes ou d'artistes qui développaient un temps et un espace dédiés à leur art de prédilection. Depuis les années 1980, le nombre de créations de festivals n'a eu de cesse d'augmenter pour atteindre un sommet dans les années 1990 au point que Boogaarts (1992) n'hésita pas à former le néologisme « festivalomanie » pour désigner ces naissances à tout va. Chez ces nombreux derniers-nés, la passion artistique n'est plus primordiale contrairement à la volonté d'attirer touristes et médias pour se faire connaître. Le festival devient un moyen de distinction dans la lutte concurrentielle entre les villes : phénomène coup de poing, il attire facilement les projecteurs des médias et de la publicité.

Empruntés, copiés, en profonde déconnexion par rapport à leur milieu, l'uniformisation guette ces manifestations. Si elles profitent de l'internationalisation et de la globalisation pour attirer vers eux plus largement, le risque est aussi celui d'une plus grande homogénéisation de leurs offres : il faut rester dans la norme au risque de déstabiliser le festivalier qui ne cherche que le semblable un peu différent. Les festivals présentent donc une évolution rapide au cours des dernières décennies marquée par un changement d'objectif radical. Leur utilisation systématisée par les villes mène irrémédiablement vers une dilution du sens.

## **3. La ville festive**

Le concept de « ville festive » en appelle à la représentation que la ville donne d'elle-même, dans la mesure où elle se fait spectacle pour ses habitants comme pour ses visiteurs extérieurs. Il en appelle aussi au mode de différenciation préférentiellement choisi : la spécificité est voulue par la fête. Après deux siècles de ville industrielle, fonctionnelle, la

ville est réinvestie de nouvelles pratiques. De la ville productive, nous sommes passés à la ville festive (Burgel, 1993).

### **a. Pourquoi la ville festive ?**

Ce choix, dans le contexte occidental actuel, n'est pas anodin. Dans une société où l'individualisme s'exacerbe, la fête, par son pouvoir rassembleur, devient un moyen de retisser l'être ensemble de l'urbanité. De plus, dans le besoin des villes de se démarquer, la fête fait image, ainsi que nous l'avons vu, elle sert d'étendard à l'adresse des populations extérieures et de marqueur d'identité pour les populations locales. Par ailleurs, elle satisfait la soif croissante de loisir et particulièrement de divertissements culturels.

Ainsi la ville se fait festive, elle se fait spectacle. « Qu'est-ce que la ville spectacle ? C'est la ville qui se voit, qui se regarde, qui se consomme. » (Alary, 2000) A la faveur de cette mise en scène de la ville, les événements festifs tendent eux aussi à se transformer et à devenir de simples biens de consommation, des loisirs ponctuels, fêtes autant que festivals. On constate, en effet, que les différences entre fêtes et festivals précédemment exposées tendent à se réduire. Leur forte multiplication a amené à modifier la valeur de tels événements. Autrefois, les fêtes rythmaient le temps de l'année de leurs pauses éphémères. Leur démultiplication adjointe aux modifications de temporalité les empêche désormais de jouer ce rôle de repère et de se justifier dans le calendrier.

### **b. Le mélange des genres**

Ces deux types d'événements festifs, que nous avons présentés, voient leurs évolutions converger au point que naît une confusion que l'on retrouve déjà dans leurs dénominations (Garat, 2005). On rencontre en effet, nombre de festivals portant le nom de fête, et si le contraire se rencontre moins, on peut pourtant se questionner sur la nature festive de certains événements. Certaines « fêtes » procèdent plutôt du festival dans la mesure où elles

célèbrent un objet culturel concret. Ainsi en est-il des Fêtes de vieux gréements<sup>34</sup> qui célèbrent ces navires d'autrefois dans des rassemblements/expositions accompagnées d'activités d'humeur festive. Il en est de même pour la Fête du vol libre<sup>35</sup> à Mont-Saint-Pierre (Québec) qui tient plus de la rencontre d'amateurs de sport de plein air et particulièrement de sports aériens que de la fête. Remarquons d'ailleurs, que cette « fête » est aussi répertoriée sous le nom de Festival du Vol Libre au niveau le plus local révélant ainsi son vrai visage.

Faisons remarquer que, outre les dénominations, les caractéristiques aussi se mêlent. La création artistique était, jusque là, une prérogative et caractéristique majeure des festivals. Or, elle s'infiltré de plus en plus largement dans les fêtes, de façon généralisée. Les mélanges entre fêtes populaires diverses et projet artistique ont lieu « comme si la création artistique apportait une sorte de caution aux acteurs, souvent liés au pouvoirs locaux » (Di Méo, 2005 : 230).

Une telle incursion des caractéristiques festivières dans la fête trouve une explication dans l'organisation des événements et les objectifs qu'on leur donne aujourd'hui. Comme nous l'avons vu, les fêtes traditionnelles avaient pour objectif de désamorcer les tensions sociales et de rassembler une collectivité sur un territoire pour en réaffirmer l'identité et la cohésion. Aujourd'hui, pourtant, les fêtes semblent avoir avant tout comme objectifs de générer des activités économiques et de pallier au délitement de la société par la mise en scène, le temps de la fête, d'une société idéale à travers la production d'un discours distinctif et performatif. Cette société idéale repose sur l'image de la proximité tant sociale que spatiale

---

<sup>34</sup> Brest, Penmarch, Paimpol, Douarnenez, (France) ... Les ports bretons sont friands de tels événements où d'antiques bateaux sont exposés à quai, éventuellement s'affrontent en régate. L'ensemble est prétexte à d'autres animations culturelles de tout genre.

<sup>35</sup> La Fête du vol libre, qui tiendra sa 30<sup>ème</sup> édition en 2007, est avant tout un rassemblement de pilotes de deltaplane et de parapente. L'évènement propose des compétitions de vols libres, d'autres sports de plein air ainsi que des animations à portée culturelle.

<http://www.tourisme-gaspesie.com/evenements.html>

(Garat, 2005). D'objectifs sociaux et identitaires, nous sommes passés à des objectifs économiques et politiques où la pratique artistique devient garante de la qualité des projets (Di Méo, 2005).

Ces nouveaux objectifs briment le caractère transgressif de la fête par une organisation rigide qui laisse peu de place à la spontanéité. Elle est confrontée à l'encadrement festivalier. Fête et festival convergent donc dans le rôle qu'on veut leur faire jouer. Ils s'inscrivent dans un discours construit en vue de faire image. L'évènement festif, quel qu'il soit, « transmet un message politique assez clair. Il est chargé par les pouvoirs en place de (ré)-enchanter la ville, de lui conférer la capacité de susciter le plaisir de vivre ensemble. » (Di Méo, 2005 : 232) De fait, les festivals sont à leur tour chargés de ré-enchanter la ville. Prenant leur distance par rapport à leur caractère purement artistique, ils élargissent leurs activités en proposant des animations gratuites en parallèle des activités payantes, en renforçant l'esprit festif dans les espaces qu'ils occupent. Il s'agit d'attirer toujours plus de participants et de badauds afin de générer une réputation. Ces nouvelles animations dénie la place du spontané en faisant croire à son existence. Au même titre que dans un séjour en village de vacances, l'organisation est minutieuse. Les participants doivent se sentir acteurs principaux sans qu'ils n'aient véritablement de décisions ou d'actions à poser.

Dès lors, fêtes et festivals semblent se mêler malgré quelques différences persistantes. Leur instrumentalisation fait perdre en fraîcheur et en spontanéité autant qu'en effet cathartique. L'esprit festif, qui diffuse par ailleurs dans le quotidien, se perd dans ces évènements qui gardent principalement valeur de spectacle.

Ainsi donc, en quelques décennies, la ville est passée de sa condition fonctionnelle et policée, à une ville profondément modifiée dans sa structure et ses valeurs. Cette ville se cherche, à travers les évènements festifs, fêtes et festivals confondus, une identité à la fois rassembleuse de sa population, vecteur de développement économique et objet de

singularisation et de reconnaissance par rapport aux autres villes. La ville festive émerge, choix politique et économique dans le même temps que les effets de la fête semblent s'émousser. « Les festivals sont devenus un alibi culturel intégré au marketing urbain. » (Lucchini, 2003)

## **IV De villes de papier à villes d'écriture**

Ainsi que nous l'avons déjà évoqué, la ville d'Angoulême en France est une ville moyenne de 50 000 habitants dans une agglomération de 100 000. Ancienne ville d'industrie papetière, elle a été mise à mal par la crise économique entraînant la fermeture des différentes usines de production de papier. Dans les années 1970, la ville est encore inconnue de tous. Ainsi, en 1974 lors de la première édition du Festival de BD, le Figaro titre « L'action se déroule à Angoulême c'est-à-dire nulle part » (Gravari-Barbas, Veschambre, 2005 : 290).

Le Festival International de la Bande Dessinée (FIBD), premièrement dénommé Salon International de la Bande Dessinée (SIBD), est créé par deux passionnés, élus municipaux d'alors, épaulés par un membre actif du festival-père de Lucca en Italie et par le maire du moment, Roland Chiron. Notons que ce sera le seul maire de toute l'histoire du festival à soutenir et porter l'évènement. En effet ses successeurs passeront systématiquement par une phase d'hostilité avant d'accepter, puis enfin de s'approprier le festival. La création du FIBD est cautionnée par le fait que la ville soit une ancienne ville de papier, de la production à l'utilisation il n'y a qu'un pas. La ville présente l'avantage d'une taille moyenne permettant la concentration des activités. « Le festival apparaît plus lisible et l'ambiance festivalière plus perceptible que dans une grande ville comme Nantes » (Gravari-Barbas, Veschambre, 2005 : 290). Par contre, ce même atout a aussi joué contre le développement du festival, dans la mesure où l'offre hôtelière est trop restreinte pour satisfaire l'ensemble des visiteurs.

Sans être une entité municipale, le FIBD est très lié à la municipalité et ce, malgré des périodes récurrentes de désamour entre les deux protagonistes. Le lien est tout d'abord financier, malgré l'entrée en jeu de commandites privés depuis 1991, mais il procède surtout de la possession/récupération. Tout en se méfiant de l'évènement, les maires respectifs ont systématiquement cherché à récupérer, à leur avantage et à ceux de la ville, les retombées du festival, particulièrement en terme de renommée et d'image. Gravari-Barbas et Veschambre (2003) déterminent quatre périodes dans l'histoire du festival en

fonction des quatre maires qui se sont succédés. Nous en aborderons deux soit la deuxième et la quatrième puisqu'elles illustrent plus particulièrement ce rapport entre image et notoriété. De plus, ce sont les deux phases décisives dans ce qui fait la ville d'Angoulême aujourd'hui.

La deuxième tranche de vie du FIBD, de 1977 à 1989 (de la 4<sup>ème</sup> à la 16<sup>ème</sup> édition), est marquée par la montée de la politique culturelle, et par la recherche d'image de marque. En définitive, « la BD devient l'axe culturel de la ville d'Angoulême et cette dernière devient *La ville qui vit en ses images* » (Gravari-Barbas, Veschambres, 2003 : 285) Jusque là, le festival est un évènement éphémère qui n'a aucune visibilité hors de la dernière fin de semaine de Janvier et ses quelques jours d'activités. Deux démarches particulières viennent alors ancrer la Bande Dessinée à Angoulême de manière pérenne : la création, à la demande du maire, d'un *département communication visuelle et Bande Dessinée* au sein de l'École des Beaux Arts et l'implantation du Centre National de la BD et de l'Image (CNBDI). Ce grand projet présidentiel était en recherche d'un lieu de concrétisation. Avec la présence du FIBD, la ville semblait tout indiquée. Cette décennie voit donc Angoulême s'affirmer comme capitale de la BD en même temps que ville d'image au sens large et cela grâce à la présence et à « l'exploitation » du Festival International de la Bande Dessinée.

La quatrième période, de 1996 à 2003 (de la 23<sup>ème</sup> à la 30<sup>ème</sup> édition), est un retour à *La ville qui vit en ses images*. Le mot clé est *pérennisation*. Le nouveau maire veut faire vivre la BD au quotidien dans la ville à travers des artefacts tels que des plaques de rue en forme de bulle de BD, des fresques murales représentant des héros de la littérature à vignettes. En gestation depuis les années 1980, c'est à cette période qu'est lancé le grand projet de ville *Pôle Image* ou *Magelis*. Ce projet allant au-delà de la seule Bande Dessinée a pour objectif de faire de la ville d'Angoulême un des premiers pôles européens de l'industrie de l'image. Ce projet a eu pour noyau un ensemble de formations du BEP (équivalent DEP) au Bac+6 (équivalent maîtrise+1an) dispensées à partir du département de communication visuelle et

de la Bande Dessinée devenu École Supérieure de l'Image et du Laboratoire d'Image Numérique (LIN) du CNIBD. Des entreprises du domaine ont été incitées à s'installer, notamment du fait de la renommée apportée par le festival et par la disponibilité de travailleurs qualifiés. En 2005, on comptait 49 entreprises représentant 700 emplois dans les domaines de l'image et de l'animation.

« De l'avis de tous les acteurs qui évoluent sur la scène locale, le Festival International de la Bande Dessinée [...] est à l'origine des institutions culturelles et du tissu économique qui représentent aujourd'hui le principal atout de développement pour Angoulême et sa région. » (Gravari-Barbas, Veschambre, 2003 : 283) Si les acteurs qui ont agi ont été multiples et avec des enjeux divers, il n'en est pas moins vrai que ce festival est le point d'ancrage de l'ensemble des actions qui ont mené au développement de la région angoumoisine. Comme résultat de quelques 33 années d'existence du FIBD, on peut dresser le tableau suivant :

- Socialement, le festival a créé un sentiment fort de fierté et d'appartenance à la ville;
- Du point de vue de l'image, bien que la municipalité n'ait jamais basé exclusivement la communication de son profil extérieur sur la Bande Dessinée, Angoulême reste indéfectiblement la capitale de la BD en France voire en Europe, connue et reconnue pour cela;
- Économiquement, le festival a permis la levée du pôle image et amène chaque année, le temps d'une fin de semaine, des visiteurs en nombre pour faire fonctionner l'ensemble du dispositif touristique, hôtelier et de restauration;
- Spatialement, le festival n'a pas de trace pérenne à proprement parler ; cependant, par sa récurrence et son expansion progressive dans le centre-ville, il a contribué à renforcer et à étendre celui-ci. De plus, il a contribué à renforcer la dimension symbolique de plusieurs lieux qui découlent de lui. En favorisant la création de l'École Supérieure de l'Image, installée dans une ancienne usine, et l'implantation

du CNBDI, juste en face, à cheval entre une ancienne brasserie et une friche industrielle, il a indirectement contribué à la requalification d'anciens espaces industriels. Cette contribution est aussi valable pour l'implantation de la ZAC Magelis à proximité de ces deux derniers équipements dans un quartier de la ville au cadre bâti ancien de qualité. Certains bâtiments sont même en voie de patrimonialisation, ce qui n'est pas pour déplaire à des entreprises de hautes technologies sensibles au cachet du cadre de travail. Cet ensemble de faits permet aux développeurs de Magelis de soutenir que « le FIBD amène quelque part la requalification complète de la ville. » (Gravari-Veschambre, 2005 : 298).

L'appropriation de l'image BD par la ville a conduit à son inscription sur ses murs, marque pérenne d'une folklorisation locale de la BD. En effet, par les actions entreprises, fresques murales représentant des personnages connus, plaques de rue en forme de bulle, la municipalité vient imprimer à ses murs, à travers ces expressions tangibles, le pittoresque de BD que les visiteurs s'attendent à rencontrer.



#### Imageries BD à Angoulême

Source : Fabienne Mouillac

Juillet 2007

Grâce à sa renommée et à sa spécialité, le FIBD a sorti Angoulême de nulle part pour lui faire place sur la scène nationale et européenne. Il s'est révélé être un catalyseur autour duquel s'est cristallisé un ensemble d'actions menant au positionnement d'Angoulême et à sa reconversion tant spatiale qu'économique. La ville est résolument entrée dans le domaine tertiaire et l'ère culturelle (ville de festivals, Pôle européen de l'image...). Cet exemple particulier met en lumière des éléments clés de la relation d'un festival à une ville. Tout d'abord, spatialement, la notion d'échelle entre le déploiement du festival et l'espace à occuper, en général le centre-ville comme ici, joue considérablement sur l'impact produit. Si le FIBD a pu contribuer à l'élargissement du centre d'Angoulême, c'est parce que celui-ci, de petite taille, a permis au festival d'être vu et non noyé dans l'espace urbain. La deuxième observation relève du jeu d'acteurs. Récupéré, réapproprié par un grand nombre d'acteurs aux positions parfois concordantes parfois en forte opposition, le FIBD a transformé Angoulême par la dynamique qu'il a créée et non de lui-même. Le dernier élément est la pérennisation de la BD physiquement, par l'éducation, la culture et les activités économiques. Cela ancre la Bande Dessinée dans la ville, en renforce l'image et contribue à faire d'Angoulême la *Mecque de la Bande Dessinée* mais aussi un des premiers pôles européen de l'image. Le FIBD a été la pierre angulaire de la nouvelle Angoulême, le Festival International de la Poésie peut-il se prévaloir d'un tel titre par rapport à Trois-Rivières ?



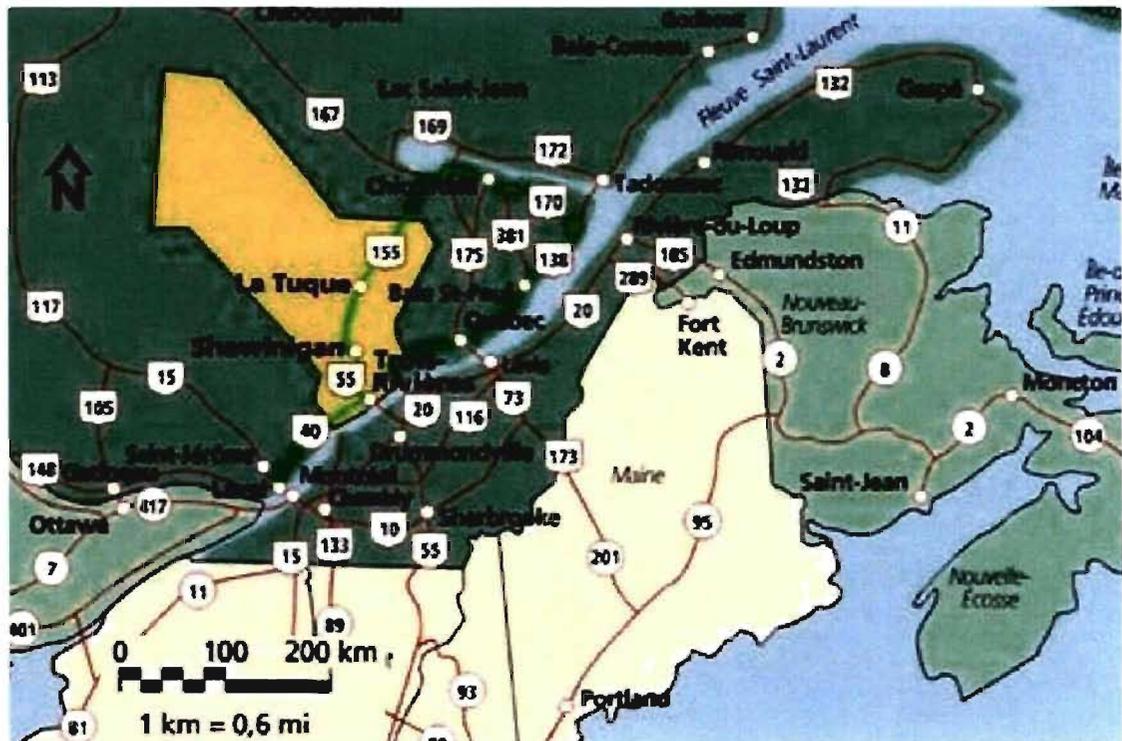
**La BD sur les murs de la ville**

Source : Fabienne Mouillac, juillet 2007

## V Trois-Rivières : entre Québec et Montréal

Bien que neuvième ville de la province par le nombre d'habitants, Trois-Rivières a une place toute particulière en tant que deuxième plus ancienne ville du Québec. Durement touchée par la crise, l'ancienne ville industrielle, proclamée *Capitale mondiale du papier* dans les années 1920, est aujourd'hui observée et enviée pour le dynamisme de son centre-ville. L'évolution de cette partie du territoire trifluvien illustre les grandes phases évolutives de la ville. Aussi, après avoir dresser un rapide portrait historique de la ville, nous nous concentrerons sur son centre et son évolution récente.

### 1. Situation géographique



Localisation de Trois-Rivières

Source : Document office de tourisme

Trois-Rivières est située à la confluence de la Rivière Saint-Maurice sur la rive Nord du Saint-Laurent. La ville tire son nom des trois chenaux formés par la rivière au moment de se jeter dans le fleuve. Ceux-ci sont dessinés par les îles de la Potherie et Saint-Quentin. Cette localisation au point de rencontre de deux cours d'eau va jouer un rôle déterminant

dans le développement économique de la ville à partir du milieu du XIX<sup>ème</sup> siècle. Elle facilitera l'exploitation des ressources forestières de l'arrière-pays en permettant l'acheminement des grumes sur Trois-Rivières par voies d'eau. Elle offrira aussi l'opportunité d'installer, dès 1897, plusieurs centrales hydro-électriques<sup>36</sup>. Ce foyer de production d'électricité favorise l'implantation d'usines.

La configuration géologique de Trois-Rivières est constituée d'une succession de terrasses sablonneuses d'une quinzaine de mètres de hauteur chacune issues des sédimentations de la mer de Champlain et des alluvions de la St Maurice. Cette disposition a conditionné l'urbanisation de l'agglomération. Fondée sur la plus haute terrasse, *Le Platon*, la ville s'est par la suite étendue progressivement de terrasse en terrasse contrainte par la Saint-Maurice à l'Est et par l'utilisation des terres agricoles du Sud Ouest. L'urbanisation ne gagne le plateau proprement dit qu'à partir de 1930 seulement.

Trois-Rivières est localisée exactement à mi-chemin entre Montréal, métropole économique, (150 km) et Québec, capitale nationale, (140 km) auxquelles elle est reliée par l'A40 en rive Nord et par l'A20 en rive Sud. Les deux rives sont rattachées par le Pont Lavolette, construit en 1968 en amont de la ville. Cette localisation est à la fois un avantage et une difficulté pour Trois-Rivières. D'un côté, la proximité des deux métropoles est un atout valorisable puisqu'il est possible de profiter de leur vitalité respective tout en offrant un coût de la vie moindre et un cadre agréable -ville plus petite, proximité de la nature, large éventail de services-. Par contre, l'attraction de ces deux pôles est tellement forte que Trois-Rivières se voit réduite à un lieu de passage, parfois simple arrêt de nécessités entre les deux villes. Le handicap est important particulièrement dans le cadre de la fréquentation touristique puisqu'il faut parvenir à retenir les visiteurs et lutter contre cette attractivité bi-directionnelle.

La localisation de Trois-Rivières, de manière générale, a largement influencé son histoire et son développement. Elle a contribué à constituer la ville en un lieu de passage, un lieu charnière qui tente de trouver l'équilibre entre Québec et Montréal. Aujourd'hui, la présence des cours d'eau est une richesse pour la mise en tourisme. À présent que l'arrêt du flottage des grumes a libéré la Saint-Maurice, ils offrent un cadre paysager de choix. De plus, ils permettent d'offrir un large panel d'activités et de sports d'eau (croisière d'interprétation, marina...).

## 2. Historique de la ville

Ainsi que nous l'avons dit, Trois-Rivières fut la deuxième ville fondée au Québec. Elle a marqué l'histoire de la province par ses activités et par les personnalités qui sont issues de sa communauté.

### a. Un site autochtone

Au XVII<sup>ème</sup> siècle, le réseau hydrographique de la rivière Saint Maurice est fréquenté par plusieurs nations autochtones. Le site de la future ville de Trois-Rivières est un lieu de campement d'été et de troc entre ces différentes nations. Un camp algonquin semble s'y être pérennisé, mais il fut partiellement détruit et abandonné sans doute à la suite d'une attaque iroquoise et ce avant l'implantation française.<sup>37</sup>

### b. La fondation de la ville

Le 7 octobre 1535, Jacques Cartier prend possession de la région en plantant une croix sur l'une des îles du Saint-Maurice. Cependant, il faudra attendre 1634 pour que le Sieur Lavolette vienne construire le premier fort aux Trois-Rivières. Poste de traite autant que poste avancé de défense, il est édifié sur la terrasse dite *Le Platon*. En 1650, un bourg est établi au Nord-Est du fort initial. Malgré différents incendies, la trame de rue a subi très peu

---

<sup>36</sup> [http://www.histoirequebec.qc.ca/publicat/vol7num1/v7n1\\_3st.htm](http://www.histoirequebec.qc.ca/publicat/vol7num1/v7n1_3st.htm)

<sup>37</sup> <http://www.thecanadianencyclopedia.com/>

de modification jusqu'à aujourd'hui. Trois-Rivières se développe lentement, freinée en cela par l'émergence de Montréal comme port et poste de traite, ainsi que par la création, en 1653, du Domaine du Roi dans la région du Saguenay-Lac-Saint-Jean : Trois-Rivières perd, de ce fait, une grande partie de la traite des fourrures, sa principale activité d'alors.

Trois-Rivières est la première ville du Québec à accueillir une activité industrielle : les forges du Saint-Maurice. Site de production de biens manufacturiers, elles sont restées en activité de 1733 à 1883. Les forges sont situées au Nord de la ville sur les bords de la Saint Maurice. Elles sont reliées au bourg de Trois-Rivières par le chemin des Forges, actuel boulevard et rue des Forges, par où étaient acheminés les biens issus de la production, pour être ensuite transportés par voie fluviale depuis le port. Cette activité a marqué la ville, ne serait-ce que dans la toponymie de la rue des Forges et la valeur symbolique dont sont investies les vieilles forges<sup>38</sup>.

Le passage au Régime anglais voit l'installation d'une population anglo-protestante, principalement dans ce qui deviendra l'arrondissement historique. La ville compte à ce moment là quelques 600 habitants.

### **c. Le développement industriel**

Il faut attendre le milieu du XIX<sup>ème</sup> siècle et les débuts de l'industrie du bois pour voir Trois-Rivières connaître un développement rapide. L'aménagement de la Saint-Maurice pour le flottage des bois permet l'optimisation de l'exploitation des richesses de l'arrière-pays. La ville devient dès lors un centre industriel autour du bois de sciage. Un tel développement génère aussi d'autres activités économiques et commerciales visant à combler les besoins des travailleurs forestiers.

---

<sup>38</sup> Enquête été 2006, voir Annexe 3.

Ce regain d'activité induit un afflux de population. On voit l'implantation d'une bourgeoisie d'affaire anglophone d'une part et d'une population ouvrière issue du milieu rural environnant d'autre part. Cette division de la population se traduit dans l'urbanisme de la ville par la constitution de quartiers séparés. Apparaît ainsi, dès 1820, le « secteur Hertel » dans le quartier Sainte Ursule. Regroupant des habitations ouvrières, il est situé à l'Est du couvent des Ursulines. C'est le premier quartier ouvrier de Trois-Rivières, mais d'autres apparaissent bientôt. Dans le même temps le noyau institutionnel et commercial se constitue (hôtel de ville, cathédrale, bureau de poste, bureau du revenu, station de police, marché, banques, commerces, bureaux). La population passe de 4 900 en 1851 à 8 600 en 1881.

À la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, le ralentissement du marché du bois de sciage invite à la transformation sur place du bois en papier. Des moulins à papier sont implantés à Grand-Mère et à Shawinigan, situés plus haut sur la Saint-Maurice. Trois-Rivières n'est pas en reste et élargit même son secteur de production grâce à l'aménagement hydroélectrique de la rivière. On voit donc s'implanter la Wabasso Cotton (1902), la Canada Iron Foundry (1908). Mais la production de papier ici aussi est une part importante de l'activité avec : la St-Maurice Paper Mill (1910), la Wayagamack pulp and Paper Co. Ltd (1912), la Canadian International Paper (1920) et la St-Lawrence Paper (1922). En 1925, l'usine du CIP était la plus importante papeterie au monde<sup>39</sup>. A ce moment là, Trois-Rivières est surnommée *Capitale mondiale du papier*.

Avec l'installation de ces usines, l'accélération du peuplement se fait encore plus marqué dans la première moitié du XX<sup>ème</sup> siècle, la population passant de 10 000 habitants en 1900 à 57 000 en 1961. L'arrivée de plus en plus importante de population ouvrière induit la

---

<sup>39</sup> Société de conservation et d'animation du patrimoine de Trois-Rivières inc., 1995, Le circuit patrimonial de Trois-Rivières, texte intégral des panneaux d'interprétation.

raréfaction des logements avec un évident problème de surpeuplement du centre et l'apparition de taudis présents jusque dans les années 1960.

#### **d. La crise industrielle et le déclin de la ville**

Après guerre, la démocratisation de l'automobile favorise l'expansion des banlieues. Comme dans bien des villes d'alors, le centre de Trois-Rivières se vide de ses habitants. Seuls les plus pauvres continuent à y résider. Le délabrement du centre augmente donc par manque de moyens privés d'entretien. Le désintérêt pour ce cœur de la ville en est d'autant plus fort.

Le reste de l'agglomération se construit : Trois-Rivières Ouest émerge avec la construction du Pont Laviolette en 1968. C'est là que s'implante le premier centre commercial de l'agglomération. Trois-Rivières qui, pour sa part, se développe vers le Nord, érige à son tour le Centre Commercial des Rivières. Préférés au centre ville progressivement déserté, ces centres commerciaux attirent tant acheteurs que commerçants (Verbatim Denis Ricard<sup>40</sup>).

Ville à vocation industrielle par excellence, Trois-Rivières subit de plein fouet la crise de la deuxième moitié du XX<sup>ème</sup> siècle, caractérisée par le déclin accéléré des activités industrielles et leur délocalisation hors de Mauricie. Si Trois-Rivières ne fut pas la première ville de la région à subir ces délocalisations, elle en fut pareillement affectée. Les usines qui employaient les trifluviens, générations après générations, quittent la ville pour d'autres lieux et laissent sur place de vastes équipements vétustes et des sols pollués. Dès le début des années 1950, la crise se fait sentir avec les fermetures des premières usines. En 1963,

---

<sup>40</sup> Denis Ricard est le directeur du service d'urbanisme de la Ville de Trois-Rivières.

lorsque le prix de l'électricité est uniformisé<sup>41</sup>, les usines n'ont plus d'intérêt à rester à proximité des sources d'énergie et se rapprochent donc de leurs marchés vers Montréal.

Avec la chute de demande de papier journal, les papeteries qui ne se sont pas préparées à un changement de production disparaissent : CIP fermée en 1992, Tripap fermée en 2000. Seules restent l'usine Kruger sur les bords du Saint Laurent en amont du Port de Trois-Rivières et la Kruger Wayagamack<sup>42</sup> sur l'île de la Potherie. En 20 ans, le nombre d'emplois liés à la production de papier est passé de près de 3 000 à 1650 en 2001<sup>43</sup>.

En réponse à cette désindustrialisation, appuyée par l'intervention de l'État, la ville réoriente ses activités dans le secteur tertiaire avec notamment le développement des services de santé, l'implantation de services du gouvernement de Québec, la création d'un collège d'enseignement général et professionnel en 1966 et en 1969 d'une constituante de l'Université du Québec. Cette réorientation attire une nouvelle population constituée d'intellectuels et d'universitaires, qui vont travailler en partie à la vie culturelle de la ville.

À l'orée des années 1980, les enjeux pour la ville sont importants. Surnommée dans les médias « capitale du chômage », son image est celle de la fermeture des usines, du chômage, d'un Grand-Prix Automobile confronté à des difficultés financières et de l'équipe de hockey universitaire<sup>44</sup>. Le centre-ville est une zone délaissée qui commence à peine à ressusciter l'intérêt de la population.

---

<sup>41</sup> En 1963, sous la présence de René Lévesque au ministère des Richesses naturelles, la nationalisation des compagnies privées d'électricité mène à la création d'Hydro-Québec. La province est divisée en cinq zones afin de favoriser une uniformisation des taux et établir une politique plus équitable à l'endroit de l'ensemble des usagers du réseau. <http://bilan.usherbrooke.ca/bilan/pages/evenements/1582.html>

<sup>42</sup> L'usine de Wayagamack Pulp and Paper situé sur l'Île de la Potherie a été rachetée en 2001 par la société Kruger. [http://www.kruger.com/Francais/D\\_Newsprint/Mill\\_Wayagamack\\_F.html](http://www.kruger.com/Francais/D_Newsprint/Mill_Wayagamack_F.html)

<sup>43</sup> <http://verbeeck.iquebec.com/papeteries.html>

<sup>44</sup> Revue de presse Journal La Presse 1984-2006

### **e. Trois-Rivières aujourd'hui**

En 2001 a été décrétée la fusion des municipalités de Trois-Rivières, Cap-de-la-Madeleine, Trois-Rivières-Ouest, Pointe-du-Lac, Saint-Louis-de-France et Sainte-Marthe-du-Cap. La nouvelle ville de Trois-Rivières, forte de 125 000 habitants, s'étend sur un territoire de 288,5 km<sup>2</sup>. Cette ville fusionnée a la particularité d'avoir un centre-ville délimité entouré de banlieues d'où émergent quelques centres secondaires.

Ses activités reposent principalement sur le secteur tertiaire avec la présence de l'Université du Québec à Trois-Rivières, de plusieurs institutions publiques (bureaux provinciaux et fédéraux, ministères), de sièges régionaux de plusieurs médias. Du point de vue de l'industrie, la ville compte plus de 500 entreprises dans différents secteurs (technologie et production des pâtes à papier, production des métaux légers, production de meubles, industrie du bois et matériaux de construction, aéronautique, électronique, plastico-thermologie, environnement, énergie, hydrogène, biotechnique). Ce sont surtout des domaines liés au bois et à sa transformation, ou aux technologies de pointe.<sup>45</sup>

À l'heure actuelle, Trois-Rivières est donc une ville qui parachève les réorganisations nécessaires suite à la fusion. Du point de vue économique, de plus en plus d'entreprises et de commerces sont intéressés à venir s'installer dans la ville. Les éléments mis en avant sont la proximité à la métropole et à la capitale, à un moindre coût d'implantation<sup>46</sup>, la qualité de vie qui tient à la taille moyenne de la ville et à sa proximité à la nature, et aussi à un travail de revitalisation du centre amorcé par la municipalité de l'ancienne ville dans les années 1980.

---

<sup>45</sup> <http://www.v3r.net/portail/index.aspx>

<sup>46</sup> La ville est reconnue comme étant celle où le coût de la vie est le moins cher de tout le Canada, particulièrement du fait du faible coût de l'immobilier. Citation de presse

### **3. La revitalisation du centre-ville**

La revitalisation du centre-ville comprend deux volets : la requalification urbaine du centre-ville sur la base d'une réflexion patrimoniale et le développement culturel au cœur de la municipalité.

#### **a. Une réflexion patrimoniale**

La reconnaissance patrimoniale du vieux Trois-Rivières s'est fait jour dès le milieu des années 1950. Il faut attendre une dizaine d'année pour parvenir, pas à pas, à sa conservation à travers la constitution de l'arrondissement historique. Puis la reconnaissance d'intérêts patrimoniaux a été étendue à l'ensemble du centre-ville et aux premiers quartiers<sup>47</sup>.

#### **L'arrondissement historique : choix de conservation**

Dès le milieu des années 1950, grâce aux travaux de la Société d'histoire régionale de Trois-Rivières, le caractère du vieux Trois-Rivières est reconnu, de même qu'un potentiel touristique important. En 1956, la zone est proclamée « zone historique » par le maire de l'époque. Il faut cependant attendre 1960 pour les premiers classements, le manoir Niverville et la place d'Armes. En 1961, d'autres classements ont lieu. Dans le plan directeur d'urbanisme publié en 1961, l'urbaniste Benoît J. Bégin soutient que Trois-Rivières, en tant que deuxième ville du Canada par la date de fondation, devrait « bénéficier d'un statut particulier préservant ces témoins charmants de l'histoire de la cité » (Bégin, 1960 : vol. 2, p.XVII-11). Les premiers inventaires et études en vue de la conservation du vieux Trois-Rivières sont le fait du même urbaniste.

Avec la promulgation, par le gouvernement québécois, de la loi sur les arrondissements historiques, Trois-Rivières s'engage rapidement dans cette option permettant d'engager un

---

<sup>47</sup> Les *Premiers quartiers* de Trois-Rivières sont les quartiers situés à proximité directe du centre-ville. Ce sont les premiers à avoir été construits.

travail de conservation sur l'ensemble de l'arrondissement plutôt que bâtiment par bâtiment. Le vieux Trois-Rivières est donc constitué arrondissement historique en 1964.

### **Le patrimoine dans le centre-ville**

Dès le début des années 1980, une série d'étude est réalisée dont celle du potentiel archéologique de l'arrondissement historique (Trépanier, 1981). Le périmètre de cette étude est progressivement élargi aux zones portuaires et périphériques de l'arrondissement en 1982 (Trépanier, 1982). En 1984, enfin un inventaire archéologique est mené dans le cadre d'une entente entre le ministère des Affaires culturelles et la Ville de Trois-Rivières. Ces études tendent à élargir le périmètre d'intérêt en dépassant celui du seul arrondissement historique (Ministère des affaires culturelles, 1984)<sup>48</sup>.

En 1986, suite aux recommandations du Plan Particulier d'Urbanisme, un inventaire architectural sur l'ensemble du centre-ville est réalisé. Il a permis de faire valoir l'intérêt patrimonial de tout le centre-ville et au-delà de l'arrondissement historique. Il établit que 71% des bâtiments du centre-ville présentent un intérêt patrimonial soit 31% d'intérêt moyen de niveau local, 29 % d'intérêt supérieur de niveau régional et enfin 11% d'intérêt remarquable à l'échelle de la province (BGH planning inc, 1986).<sup>49</sup> Cette étude relève 9 styles différents dans le périmètre d'étude et détermine 6 ensembles architecturaux. La force du patrimoine du centre-ville tient à ce qu'il soit composé d'ensembles cohérents et pas uniquement de bâtiments épars. Cet état résulte de l'histoire du centre-ville et particulièrement de la reconstruction après l'incendie de 1908 qui en avait ravagé la quasi-totalité, reconstruction dans une période de temps rapproché et par un nombre d'architectes restreint. Tout en mentionnant le potentiel patrimonial du centre-ville de Trois-Rivières, cet inventaire révèle aussi sa fragilité : « Beaucoup de bâtiments sont altérés par des travaux

---

<sup>48</sup> Ministère des affaires culturelles, Ville de Trois-Rivières, Inventaire archéologique de Trois-Rivières, 1984

<sup>49</sup> L'évaluation de l'intérêt patrimonial se base sur l'ancienneté, l'appartenance à un style architectural donné, la représentativité par rapport à ce type et enfin l'état d'authenticité.

inappropriés. [...] De telles interventions sont nombreuses au centre-ville et constituent une contrainte à la mise en valeur du centre-ville. » (BGH planning inc., 1986 : 291)

Cette étude a été utilisée à plusieurs fins. Elle a permis de mettre sur pied un parcours patrimonial pour valoriser, et mettre en tourisme ce patrimoine. Ainsi en 1984, dans le cadre du 350<sup>ème</sup> anniversaire de la fondation de la ville, le premier circuit patrimonial de 24 panneaux fut installé. L'ensemble de ces études a surtout ouvert la porte à une réflexion sur le mode de mise en valeur et de conservation du patrimoine bâti du centre de Trois-Rivières.

### **b. La requalification du centre-ville**

Depuis le début des années 1980, le centre-ville de Trois-Rivières a été l'objet d'un vaste projet de revitalisation. Il a pris appui sur différentes mesures de la politique de revitalisation des centres du gouvernement du Québec. Ainsi, la ville a participé à différents programmes tels que Revi-centre ou le programme de restauration de façades pour le centre puis pour les Premiers Quartiers.

#### **La reconnaissance d'une spécificité centre-ville**

En 1986, la ville de Trois-Rivières fait élaborer un Programme Particulier d'Urbanisme (PPU) pour la zone de son centre-ville. Ce PPU est une des deux conditions à remplir pour se prévaloir de la subvention du gouvernement dans le cadre du programme Revi-centre<sup>50</sup>. Il établit les grandes orientations d'aménagement qui guideront l'ensemble des interventions dans la zone concernée ainsi qu'une description des programmes d'actions envisagés par la municipalité.

Ce Programme Particulier d'Urbanisme a conduit à une réflexion plus profonde sur la place et les caractéristiques du centre-ville de Trois-Rivières par rapport aux banlieues qui

l'entoure. Trois dimensions ressortent : un espace multifonctionnel, un espace différencié, un espace particulier.

Le caractère multifonctionnel de l'espace centre-ville se décline en trois points : spatialement, l'existence de plusieurs secteurs d'activité géographiquement répartis, la diversité des motifs de fréquentation du centre-ville et un rayonnement différencié des activités (d'ordre régional, local ou sous-régional). La volonté d'alors est de renforcer cette multifonctionnalité complémentaire en s'attachant à soutenir les différents secteurs dans leurs territoires et leurs activités, en favorisant l'implantation d'activités commerciales et résidentielles.

Le centre-ville, en tant qu'espace différencié, est caractérisé, d'une part, par une délimitation entre son territoire et celui de la banlieue et, d'autre part, par la différenciation interne entre les secteurs. Les orientations sont en faveur de l'homogénéisation du centre-ville, du renforcement de ses limites et de ses caractéristiques, pour la restructuration et la revitalisation des secteurs en déperdition.

Un des principaux atouts de l'espace du centre-ville est son caractère patrimonial et la qualité de certains de ses ensembles architecturaux. Différentes orientations cherchent à rehausser ce cachet par la réhabilitation des caractéristiques patrimoniales. Elles passent par la mise en place d'un système de contrôle et de gestion en vue de la conservation et de la valorisation touristique de ce potentiel.

Les programmes d'actions sont de plusieurs ordres. Ils comprennent tout d'abord un travail sur la réglementation d'urbanisme, la mise en œuvre de différents programmes de subvention pour la restauration de bâtiments et l'implantation d'activités de bureaux et de

---

<sup>50</sup> La deuxième condition est l'implication financière de la mairie pour un pourcentage du montant mis à disposition.

services et des projets de constructions et de réaménagements. Notons déjà que le PPU de 1986 contient la volonté de raffermir la vocation culturelle du centre ville

### **L'implantation du Centre des congrès**

Le PPU de 1986 a généré une réflexion avancée sur la localisation du centre des congrès : devait-on l'implanter à proximité du Centre commercial des Prairies, au Nord du territoire municipal, ou dans le centre-ville ? Sur l'impulsion du maire d'alors, le centre fut finalement la réponse. Ce choix a favorisé la reconstitution d'un centre-ville animé et différencié du reste de la ville tel qu'il est aujourd'hui, regroupant résidences, commerces, places d'affaire, sièges administratifs et équipements de prestige tel que le centre des congrès ou les musées.

La présence du centre des congrès a notamment accéléré l'implantation de commerces de loisir dans le centre-ville. Les restaurants se sont implantés en nombre sur la rue des Forges et les rues adjacentes au point qu'ils y représentent 35 % des établissements, soit de 10 à 15 points de plus que la moyenne nationale (Daniel Arbour et associés, 2004 : 9).

Dans les décisions politiques au sein de la nouvelle ville, cette tendance a été confirmée et devrait se retrouver dans le nouveau plan d'urbanisme : Trois-Rivières sera le centre de la ville fusionnée, accueillant les activités culturelles, les centres administratifs, les bureaux. L'objectif est de créer une synergie dans ce milieu de vie, polarisé vers un centre rendu attractif par son animation, visible par les événements dont il est le théâtre et les offices décisionnels qu'il accueille. Le centre est envisagé comme un pôle d'attraction animée qui soit une image valorisante de la ville.

### **La rue des Forges, centre-ville de Trois-Rivières?**

La rue des Forges est l'épine dorsale du secteur. Axe de convergence, elle marque aussi la séparation entre le secteur commercial et le secteur institutionnel et de bureau. Sa centralité a été renforcée depuis les années 1980 par plusieurs opérations de réaménagement. La

dernière en date, achevée en 2002, a mené à la création d'une rue d'évocation balnéaire qui offre toute sa place au piéton, associé à des terrasses pour les restaurants et les bars. Lieu du « night life » de Trois-Rivières, la place qu'elle occupe dans le centre-ville de Trois-Rivières amène un grand nombre de personnes à réduire ce centre à la seule rue des Forges, occultant le reste de la zone<sup>51</sup>.

La revitalisation du centre-ville de Trois-Rivières portant sur le cadre bâti et l'espace public est allée de pair avec une réflexion sur la culture et le développement culturel dans la ville, porteuse, elle aussi d'une pensée spatiale des installations.

### **c. Le développement culturel**

La culture a toujours eut sa place à Trois-Rivières en ce sens que la ville a compté des musiciens, des écrivains, des poètes. L'implantation de l'Université a renforcé ce potentiel. Aujourd'hui, *Ville d'histoire et de culture*, cette formule a pourtant nécessité un cheminement important avant d'être adopté comme slogan par la ville.

#### **La constitution d'un pôle d'équipement**

1967 est une année charnière dans le développement culturel de Trois-Rivières. Auparavant, la vie artistique provenait d'initiatives privées, faits de quelques personnes de l'élite très impliquées dans le monde culturel. Cette année là, la ville fait construire, en même temps qu'un nouvel hôtel de ville, le premier centre culturel en lieu et place de l'actuel. Cet acte contribue à constituer un pôle administratif et culturel au coeur du centre-ville. En complément, en 1979, la municipalité achète la salle J-Antonio Thompson, située à la proximité directe des nouveaux bâtiments institutionnels. Cette ancienne salle de cinéma à décor « atmosphérique » est remise en état pour en faire une salle de spectacle dédiée aux arts de la scène. La première étape dans le développement culturel de Trois-Rivières s'achève ainsi. La gestion de ces équipements est confiée à un organisme para-

---

<sup>51</sup> Enquête été 2006, voir Annexe 3.

municipal, un diffuseur culturel qui concentrera principalement son action autour des arts de la scène (Verbatim Michel Jutras<sup>52</sup>).

### **Du 350<sup>ème</sup> à la culture au centre**

En 1984, la célébration du 350<sup>ème</sup> anniversaire de la fondation de Trois-Rivières est un évènement majeur qui orientera la place donnée à la culture dans la ville. Cet anniversaire est tout d'abord l'occasion d'un fleurissement d'activités culturelles et artistiques dont certaines se pérenniseront. Le Festival d'Art Vocal, par exemple, est issu de cette manifestation. Toutes les activités et les spectacles ont lieu uniquement dans le centre-ville. Une telle expérience de concentration spatiale d'animations culturelles amène les décideurs à réfléchir. Contrairement à la dispersion des installations culturelles sur tout le territoire, à laquelle on assiste partout ailleurs sous couvert de démocratisation culturelle, à Trois-Rivières, ces infrastructures seront localisées à proximité les unes des autres sur une portion réduite du territoire. Partant de là, tout est mis en œuvre pour concentrer les activités artistiques et culturelles dans le centre-ville. Si bien qu'aujourd'hui, toutes les activités, infrastructures et ateliers culturels publics et privés se trouvent dans un rayon de 500m ayant pour centre le carrefour Hart/des Forges. L'objectif est de créer une masse critique qui favorise les retombées tant économiques, en amenant une clientèle aux commerces et restaurants du centre-ville hors des heures de travail, que qualitatives par l'animation générée et la consolidation de la place des commerces et restaurants. En effet, en combinant dans un même espace activités culturelles et commerces/restaurants, on génère une complémentarité d'activités dans l'offre de loisir. Les activités culturelles attirent un achalandage important aux heures creuses de la fin de journée. Les personnes combineront facilement un repas au restaurant, un peu de magasinage avec un concert. Par conséquent, la requalification du centre-ville de Trois-Rivières bénéficie des décisions prises par la municipalité dans le domaine du développement culturel et de sa localisation.

---

<sup>52</sup> Michel Jutras est directeur de la Corporation de Développement Culturel De Trois-Rivières

Si le 350<sup>ème</sup> anniversaire de la fondation de Trois-Rivières fut un moment clé dans le déclenchement d'une telle stratégie, celle-ci est en consolidation constante encore aujourd'hui.

### **La consolidation du pôle culturel**

Dans les années 1980, un mouvement de contestation se fait jour dans la communauté artistique : elle réclame une ouverture plus large des équipements et de la programmation, ainsi qu'un soutien plus important de la part de la ville. En 1991, le comité consultatif sur le développement culturel est mis sur pied en vue de rencontrer les artistes et les différents acteurs impliqués dans la vie culturelle de Trois-Rivières. En 1992, le Gouvernement du Québec promulgue sa première politique culturelle. En Mars 1993, les États généraux de la culture sont convoqués à Trois-Rivières et dans les mois qui suivent, la Politique culturelle de la ville est publiée.

Dans ce contexte, le premier diffuseur est démantelé pour finalement faire place à la Corporation de Développement Culturel. Celle-ci a un mandat élargi, comparativement à son prédécesseur, afin de mieux répondre aux attentes du milieu. Ce mandat comprend « la gestion des équipements culturels, la diffusion des arts, la mise en œuvre du concept de Maison de la Culture, le soutien aux organismes culturels, la mise en œuvre de la politique culturelle, l'animation et la diffusion du patrimoine. »<sup>53</sup> Jusque là, le soutien aux organismes était au cas par cas, le nouveau cadre instaure un système d'entente triennale renégociée à chaque échéance.

### **La politique culturelle de Trois-Rivières**

Slogan de l'ancienne municipalité de Trois-Rivières, « Trois-Rivières, ville d'histoire et de culture » a été repris pour la municipalité fusionnée. En effet, ce sont des caractères forts et reconnus de la ville sur lesquels s'appuie la politique de développement municipale. Ainsi

---

<sup>53</sup> <http://laville.v3r.net/portail/>, consulté en Novembre 2006

que nous l'avons vu, Trois-Rivières a été la deuxième ville à adopter, en juillet 1993, une politique culturelle suite à la suggestion du gouvernement du Québec. Elle a été mise à jour en 2000. Suite à la fusion, les trois politiques culturelles déjà adoptées ont été rassemblées pour donner naissance en 2002 à une politique culturelle commune à l'ensemble de la nouvelle ville. C'est d'ailleurs, du point de vu du Conseil de ville, un élément de choix pour favoriser le sentiment d'appartenance de tous à la nouvelle ville (Verbatim Monique Leclerc<sup>54</sup>). Étonnamment, la culture n'est plus perçue comme une dépense ; elle est définitivement considérée comme un investissement.

#### *La première politique culturelle*

Pour chaque préparation de politique, les États généraux de la culture ont été convoqués afin de pouvoir entendre au mieux tous les acteurs de la culture sur Trois-Rivières. La première politique réactualisée en 1999 affirme tout d'abord la priorité de l'accès et de la participation des citoyens à la vie culturelle. Deuxième affirmation : « la Ville de Trois-Rivières n'est pas le seul intervenant au niveau culturel. » Par là, la Ville de Trois-Rivières reconnaît l'importance des partenariats qu'elle peut établir avec le milieu autant qu'avec les gouvernements fédéral et provincial, les organismes et sociétés d'états, de même que les entreprises privées. Cette politique identifie trois points principaux pour définir la mission culturelle de la Ville de Trois-Rivières. En s'appuyant sur l'aménagement du territoire, la gestion des équipements, l'attribution des subventions et du soutien au milieu culturel, la ville se doit d'assumer le « leadership », de reconnaître et soutenir le milieu et enfin d'assumer son rôle de capitale culturelle. Pour répondre à cette mission, elle décline 5 orientations et les actions à effectuer pour y parvenir. Ces 5 orientations sont :

- L'accès et la participation des citoyens à la vie culturelle
- Le développement des arts et des lettres
- La mise en valeur du patrimoine culturel
- L'amélioration des infrastructures et des équipements culturels municipaux

- La concertation, un levier majeur

Ces grandes orientations mettent en évidence une transformation dans la conception de la culture. La diffusion n'est plus l'unique objectif, vient s'y adjoindre le soutien tant aux artistes qu'aux citoyens dans leur relation à la culture. Par ailleurs, en mettant en exergue la concertation, cette politique souligne à la fois l'importance de tous les membres de la communauté trifluvienne dans le processus de développement culturel de la ville, mais aussi le rôle de Trois-Rivières comme capitale régionale, moteur d'entraînement pour les autres municipalités de la région.

Suite à la première politique culturelle, le soutien aux organismes s'est accru à travers, notamment, la signature d'ententes triennales qui déterminent l'aide apportée à chacun par la municipalité.

#### *La politique culturelle actuelle*

La politique culturelle actuelle est issue de la combinaison des trois politiques existantes sur le territoire de la nouvelle ville au moment de la fusion. La mission de la ville en matière culturelle a été redéfinie. Si l'aménagement du territoire, la gestion des équipements culturels, l'attribution des subventions et du soutien au milieu sont les mêmes moyens déclinés, ils sont au service d'une mission redéfinie. Celle-ci repose sur cinq motifs : 1) le leadership, 2) l'appartenance, 3) la vie culturelle et la vie quotidienne, 4) l'éducation et enfin 5) la préservation et la valorisation des richesses culturelles. Il est intéressant de relever que cette politique rédigée dans le contexte de la fusion d'une nouvelle ville se donne comme axe de mission le développement de l'appartenance à une communauté par la culture.

---

<sup>54</sup> Monique Leclerc est la conseillère municipale de Trois-Rivières en charge de la culture.

Les orientations, pour leur part, s'enrichissent de reformulations et de deux énoncés supplémentaires portant le total à 7 :

- L'accessibilité et la participation; cet énoncé était identique dans la précédente politique.
- Le soutien au développement des arts et des lettres; bien que présent précédemment, une nuance nouvelle lui est apportée. Le passage de développement à « *soutien au développement* » laisse penser qu'on est passé d'une période où le tissu culturel était à créer et à renforcer, alors qu'à présent, en place, il faut surtout le soutenir et l'encourager. Cet énoncé esquisse le travail en partenariat puisque la municipalité soutien, mais ne développe pas, d'autres doivent le faire.
- La concertation et le partenariat; cet énoncé, dans la même ligne que le précédent, s'est enrichi de la notion de partenariat. L'idée de la complémentarité avec les organismes locaux, avec les municipalités voisines, ainsi qu'avec les différents paliers du gouvernement, est ici reconnue et renforcée.
- La préservation et l'amélioration des sites, des biens et des équipements culturels; comparativement à la précédente politique, la préoccupation pour les sites s'est ajoutée.
- La valorisation de l'histoire et du patrimoine; ici encore, on constate un enrichissement avec la prise en compte de l'histoire et non, seulement, de ses artefacts restants.
- L'éducation et la formation; ce volet de la politique est nouveau de même que le suivant. Il vient renforcer les points précédents par la formation de publics et l'ouverture large à la culture.
- L'information et la promotion; ce dernier énoncé vient appuyer la volonté de rayonnement et de déploiement du lien entre la population et la culture par la mise en visibilité des nombreuses propositions : en effet comment aller vers quelque chose dont on ignore l'existence?

Cette politique pérennise le système des ententes triennales avec les organismes culturels dont les différents organisateurs de festival.

### **Des évènements et des festivals pour Trois-Rivières**

Tout au long de la période estivale, le centre-ville de Trois-Rivières accueille un grand nombre de festivals. Ce riche programme a été planifié conjointement par l'office de tourisme, la corporation de développement culturel et les différentes directions de festivals afin de répartir l'animation sur tout l'été. Il s'agissait ainsi de garantir une offre d'animation durant l'ensemble de la saison touristique afin de favoriser la rétention des touristes. (Verbatim Marilie Laferté<sup>55</sup>)

Cinq évènements ressortent plus particulièrement de cette riche offre. Il s'agit :

- Du Grand Prix de Trois-Rivières. Évènement sportif d'envergure, le Grand Prix de Trois-Rivières existe depuis 1967. Il est alors le premier Grand Prix d'Amérique du Nord à circuler dans les rues de la ville, spécificité dont il retire un grand prestige. C'est un évènement sportif qui amène sa part d'animation à dimension culturelle puisqu'en marge de la course quelques spectacles et concerts sont présentés.
- Des biennales d'estampes et de sculpture (en alternance). Les biennales ont un statut à part dans l'offre culturelle puisqu'elles sont de l'ordre de la saison et non de l'évènement ponctuel. Par ailleurs, elles s'adressent plutôt à un public affinitaire qui se déplace spécifiquement pour voir les expositions.
- Du festival d'Art vocal. Il est issu du 350<sup>ème</sup> anniversaire de la fondation de la ville. Depuis il a subi des modifications successives. Dans l'ensemble, cependant, il reste un festival de masse qui attire des foules locales dans la mesure où il s'agit typiquement d'un festival de diffusion. Il tend essentiellement à drainer en région des artistes et des spectacles visibles ailleurs.

---

<sup>55</sup> Marilie Laferté est la directrice générale de l'Office de tourisme et des congrès de Trois-Rivières depuis sa création en 1992.

- Du festival Danse Encore. Il est présenté comme un festival d'avenir qui gagnera en maturité dans le temps. Il comprend différents volets de l'initiation à la formation, à la présentation de spectacles. Il draine un public de toute la province et de plus loin, puisqu'il accueille des écoles de danse de partout pour les stages offerts.
- Du Festival International de la Poésie. Objet de notre étude, nous détaillerons ce dernier dans les points suivants.

L'offre festivalière à Trois-Rivières est riche et diversifiée. Elle comprend des festivals de toutes envergures, du local à l'international et touchant à des domaines très variés. Cette offre est raisonnée et rationalisée pour en retirer un maximum de retombées. La profusion de festivals témoigne de l'utilisation que l'on cherche à faire de l'animation pour le développement de la ville et particulièrement de son centre. Ce dernier concentre, par choix, la majorité des infrastructures culturelles publiques et privées. Les bibliothèques de quartier, et la salle Pauline-Julien au Cap-de-la-Madeleine sont utilisées à titre de lieux de sensibilisation comme premier contact avec la culture. Ces premiers relais locaux doivent, à terme, servir de tremplin vers les activités culturelles centrales. (Verbatim Michel Jutras)

Plus d'un siècle de spécificité industrielle avait fait de Trois-Rivières une ville ouvrière reconnue pour sa production de papier et autres produits manufacturés. Dans la deuxième partie du XX<sup>ème</sup> siècle, l'activité de la ville n'a pas échappé aux difficultés économiques. Capitale du chômage, Trois-Rivières a perdu toute reconnaissance positive. L'appui gouvernemental pour la relance de son économie l'a orienté vers le secteur tertiaire, tendance qui s'est affirmée avec la volonté de la municipalité de développer un pôle culturel, de travailler à la qualité de vie par la constitution d'un centre vivant et animé qui serve de vitrine. Le développement de l'activité touristique, qui se poursuit encore, est révélateur du repositionnement opéré par la cité trifluvienne auquel participent la requalification du centre-ville, la mise en valeur de son patrimoine et la multiplication des activités culturelles. Trois-Rivières a choisi de se présenter sous le visage de la ville d'histoire et de

culture refermant la porte sur sa période industrielle sans l'occulter complètement. Nous avons formulé que, en tant qu'évènement festif reconnu internationalement et en tant que marqueur du centre-ville, le Festival International de la Poésie a joué un rôle dans cette transition vers une nouvelle vocation pour Trois-Rivières. Quel a-t-il été?

## **VI Le Festival International de la Poésie**

Le Festival de Poésie a vu le jour en 1985 lors d'une première édition de trois jours. On attendait 300 personnes, 5000 sont venues. Depuis, il s'est installé. Chaque année au cours de la première semaine d'Octobre, il rassemble des poètes et un public qui a appris à les écouter. La durée du festival s'est allongée, il a pris une dimension internationale. Ses vingt ans révolus, il fait figure de vénérable dans le monde littéraire et poétique. Seul festival de poésie au Québec, il sort de l'ordinaire par ses origines, le contexte de sa création, les objectifs qu'il poursuit et son mode d'organisation. Nous observerons ces différents éléments ainsi que son cadre d'inscription et ses modes d'expression dans la présentation.

### **1. La thématique**

Ainsi que son nom l'indique, le FIP célèbre la poésie. Chantre de la poésie québécoise à ses débuts, il a, par la suite, embrassé l'ensemble de ce genre littéraire en s'ouvrant à l'international avec la venue de poètes de tous les continents. La particularité de cette thématique est de célébrer la poésie vivante avec et à travers les poètes, puisqu'ils ont la charge de livrer eux-mêmes leurs poèmes au public et non par la voix d'un acteur ou d'un autre tiers. Précision parfaitement anodine en apparence, cependant, nombres de festival de poésie font appel à d'autres que les poètes pour lire les textes présentés.

Cette thématique peut paraître audacieuse, tant la poésie est perçue comme un art élitiste dont le public est très restreint. En effet, si l'on observe l'état de la poésie au Québec dans les années 1980, le panorama n'est pas des plus brillants. Durant l'après-guerre, la quête d'une identité nationale québécoise incitait à acheter de la poésie et à en lire. Gaston Miron, Gatién Lapointe étaient des repères dans la construction de l'identité de la nation... Ils écrivaient cette identité à définir et la livrait aux lecteurs avides. La constitution d'un Parti Nationaliste semble avoir grugé le besoin d'une expression poétique. Il n'était plus nécessaire de chercher l'identité québécoise dans les sens poétiques puisqu'un parti l'incarnait. Si la poésie écrite a souffert, son intérêt a perduré sous la forme des paroles des chansonniers. Les chansonniers, dont la présence se développe après la seconde Guerre Mondiale, sont devenus une spécificité québécoise contribuant, eux aussi, à la construction

de l'identité québécoise. « Pour citer Gaston Miron, parlant de Georges Dor, le chansonnier « est un homme nouveau que tous nous nous efforçons de devenir ces temps-ci » (Préface de *Si tu savais...* de Dor, 1977). »<sup>56</sup> Ils vont continuer de s'affirmer, contrairement aux poètes, permettant tout de même à la poésie de se faire entendre sous cette forme déguisée. Cependant chansonniers et poètes ne sont pas identiques, et poésie et chanson restent deux arts différents. Félix Leclerc le proclamait à sa manière en se revendiquant chansonnier et non poète.

La constatation première, faite par Gaston Bellemare, PDG des Écrits des Forges<sup>57</sup>, est celle de l'invisibilité de la poésie québécoise pour tout un chacun : elle est absente des librairies, autant que de la presse écrite et des médias radiophoniques et télévisuels. Cette invisibilité contribue, selon lui, à la méconnaissance de la poésie, d'autant plus qu'elle est associée indéfectiblement à la salle de classe, souvenir souvent peu valorisant pour l'art en question. Cet état des choses est une des raisons principales qui ont mené à la création du Festival de Poésie.

## 2. L'organisation

L'initiative de la création du FIP revient à Gaston Bellemare, PDG des Écrits des Forges. L'idée même de création de ce festival a d'emblée un aspect coopératif. En effet, elle est le fruit de la réflexion d'un groupe d'étudiants<sup>58</sup> au problème de visibilité de la poésie qui leur était posé. Le premier festival a été organisé suite à cela.

### a. Les structures

Les structures du Festival International de la Poésie sont particulièrement légères<sup>59</sup>. Le FIP relève de la Fondation des Forges inc.<sup>60</sup> pour ce qui concerne les orientations, la

---

<sup>56</sup> <http://thecanadianencyclopedia.com>

<sup>57</sup> Les Écrits des Forges est une des plus importantes maisons d'édition de poésie francophone. Voir annexe 7.

<sup>58</sup> Gaston Bellemare a enseigné au département de tourisme de l'UQTR.

<sup>59</sup> Voir annexe 9.

<sup>60</sup> Voir annexe 7 et 8.

philosophie d'action et le financement. Il est organisée par une équipe exécutive très restreinte (2 à 3 personnes), renforcée par des bénévoles le temps du festival. Cette structure s'appuie aussi sur de nombreux partenaires qui accueillent, préparent et offrent des activités durant le festival.

### **b. Les objectifs**

Les objectifs des initiateurs du FIP étaient de se mettre au service de la poésie. Le premier objectif est d'offrir une visibilité à la poésie, pour pouvoir, par la suite, lui amener un nouveau public (deuxième objectif) et créer un lieu permanent qui lui soit consacré, la ville de Trois-Rivières (troisième objectif). Notons ici que le FIP s'inscrit dans un ensemble plus large d'actions porteuses de ces mêmes objectifs. Elles comprennent la mise en œuvre d'un réseau de distribution postale (Diffusion Collective Radisson), le développement de coéditions avec des maisons étrangères et la publication de revues de poésie<sup>61</sup>. En tant qu'évènement public, il en est néanmoins le fer de lance.

#### **Offrir une visibilité à la poésie**

Tenter d'offrir cette visibilité à la poésie québécoise premièrement et à toute la poésie ensuite, n'est qu'un moyen pour lui permettre un rayonnement réel. Suite à une importante réflexion sur le sujet, le choix fut fait de « [créer], de toutes pièces, un processus de communication ou de visibilité parallèle [...] » (Bellemare, 2006). Le Festival International de la Poésie contribue fortement à cela en tant qu'évènement culturel. En effet, si on peut passer sous silence un art sans voix, il est inimaginable d'en faire autant d'un évènement, surtout dans un contexte de forte présence de médias locaux<sup>62</sup> qui cherchent à remplir leurs colonnes et leurs émissions. La couverture évènementielle du FIP permet d'augmenter le nombre d'articles et d'émissions consacrés à la poésie. Elle entre donc dans les foyers, l'air de rien, mais elle y rentre. Par la suite il faut qu'elle parvienne à se faire entendre, puis à

---

<sup>61</sup> Voir Annexe 7.

<sup>62</sup> Trois-Rivières est le siège de plusieurs médias locaux (Le Nouvelliste, L'Hebdo Journal, La Gazette de la Mauricie, Le Journal de Trois-Rivières, Radio-Canada Mauricie Centre du Québec, CHEM, CHLN)

s'enraciner là où elle est parvenue. À ce point viennent s'articuler l'objectif suivant et la forme « festival », manifestation publique qui projette la poésie dans l'espace publique<sup>63</sup>.

### **Développer un nouveau public**

Décloisonner la poésie, la sortir des salles de classe et des cercles érudits et confidentiels, dans lesquels on l'imagine et la confine souvent, pour l'amener dans les lieux de loisirs de tout un chacun. Provoquer la rencontre, forcer la découverte en dérogeant aux préjugés, dépoussiérer la poésie en la rendant accessible dans un festival populaire, au sens d'accessible à tous. Voici les premiers objectifs de cette orientation. Après avoir apprivoisé l'oralité, l'étape suivante relève du passage à la lecture, mandat confié à une autre structure *Diffusion Collective Radisson (DCR)*<sup>64</sup> qui est un réseau de vente et de distribution postale des recueils.

L'internationalisation<sup>65</sup> du festival est un autre volet de la conquête et de la fidélisation du public. La priorité des premières éditions était de développer un public québécois pour la poésie québécoise. Elle s'est élargie, visant à faire connaître la poésie québécoise au-delà des frontières de la « Belle Province » et par effet de miroir, la poésie étrangère dans ses frontières. Le développement du public se fait en diversifiant l'offre, afin que chacun puisse découvrir la poésie qui le rejoint. Le même principe s'applique à la mise au point de nouveaux produits de poésie (revues, verres, cartes postales, ...).

La place du public et sa prise en compte sont primordiaux pour les organisateurs : « Le public avant tout parce que c'est pour lui que nous travaillons! » (Verbatim Gaston

---

<sup>63</sup> L'espace public est plus à entendre comme l'espace de la parole et de l'expression selon Habermas. «L'espace public, c'est un ensemble de personnes privées rassemblées pour discuter des questions d'intérêt commun. » Alain Létourneau résumant le livre d'Habermas de 1962 introduisant la notion d'espace public. ([http://agora.qc.ca/mot.nsf/Dossiers/Espace\\_public](http://agora.qc.ca/mot.nsf/Dossiers/Espace_public)) En effet, nous verrons que si la poésie est offerte au partage des idées, spatialement, les espaces occupés, à l'heure actuelle par le festival relèvent plus de l'espace clos semi-privé.

<sup>64</sup> Voir annexe 7.

<sup>65</sup> Voir annexe 7.

Bellemare). Si bien que tout changement apporté au concept du festival est d'abord issu de lui<sup>66</sup>.

### **Participer au développement de la ville de Trois-Rivières**

Depuis la 5<sup>ème</sup> édition du Festival, une clause s'est ajoutée aux Orientations générales<sup>67</sup> de La Fondation les Forges inc. Elle stipule qu'une de ses orientations est de promouvoir la ville de Trois-Rivières en tant que « lieu international d'excellence de rencontre, d'échanges, de discussions entre poètes et poésie ». Ainsi, il s'agit de faire de Trois-Rivières, un pôle reconnu de la vie littéraire mondiale particulièrement à travers le FIP. De fait, une invitation au Festival International de la Poésie est une véritable reconnaissance pour les poètes.

Une autre orientation récente indique clairement la volonté de créer « une place quotidienne, permanente, à la poésie québécoise dans la ville de Trois-Rivières » (Orientations, Fondation les Forges). Cette dernière marque une volonté profonde d'ancrer la poésie dans la ville et d'inscrire l'une et l'autre, dans le circuit touristique-culturel québécois, particulièrement pour les étrangers.

Sans avoir le développement de la ville de Trois-Rivières comme but premier, ces deux objectifs, dans leur réalisation, annoncent un travail sur la ville physique, sociale et imaginée.

Le Festival International de la Poésie se révèle être la part la plus visible d'un ensemble d'actions en faveur du développement de la poésie québécoise et de l'expansion du marché de l'édition de poésie. Ses orientations combinent l'ouverture, l'éducation d'un nouveau

---

<sup>66</sup> L'exemple le plus pertinent est l'apparition des lectures en langues étrangères à la demande du public à partir de 1999.

<sup>67</sup> Voir annexe 8.

public, la constitution d'un lieu de référence et de débat pour la poésie vivante avec la volonté de valorisation de la poésie et de la ville de Trois-Rivières à des fins touristiques.

### **c. La programmation**

Les poètes invités constituent la base de la programmation. Majoritairement du Québec, le tiers d'entre eux provient cependant de l'étranger. L'aspect international s'est développé dans le souci de proposer constamment de la nouveauté et une ouverture au public. À l'heure actuelle, après bientôt 20 ans d'internationalisation, des poètes de tous les continents sont venus à Trois-Rivières, en provenance de pays très divers.

### **d. Philosophie des activités**

La programmation du festival repose sur la volonté de faire voir autrement la poésie. Les activités proposées par le Festival reposent donc sur les principes suivants<sup>68</sup> :

- rendre accessible la poésie en l'amenant dans les lieux que le public apprécie. L'idée est d'infiltrer la poésie là où les gens aiment aller pour l'associer à quelque chose d'agréable. Ainsi donc, apéro-poésie, déjeuner, dîner, souper-poésie, les poètes s'invitent à table! Ainsi la plupart des activités du FIP vont se dérouler dans des bars, des cafés, et des restaurants.
- favoriser l'écoute par un processus de prise et de restitution de parole entre les poètes et le public (alternance de 3 minutes de lecture et donc d'écoute, pour 6 à 8 minutes de liberté de discussion<sup>69</sup>). Il s'agit d'éduquer un public, de lui faire savourer un respect, de lui développer l'oreille<sup>70</sup>.

---

<sup>68</sup> Considérés comme des composantes de la stratégie de production de l'évènement, Gaston Bellemare ajoute deux principes supplémentaires. Se reporter à l'annexe 7.

<sup>69</sup> Une recherche du professeur Patrick-O. Nasch de l'Université de Sacramento en Californie sur la relation entre temps de parole et contenu du discours chez les grands orateurs est à l'origine de cette répartition du temps de parole.

<sup>70</sup> Le choix de cette expression technique reliée à la musique est délibéré. En effet, si, à première vue, le développement de l'écoute est suffisante, la volonté du FIP va au-delà : oui développer l'écoute des textes offerts, mais développer aussi la capacité à entendre, c'est-à-dire à ressentir et à comprendre la poésie. Il en est

- diversifier les lieux et décentraliser les actions liées à la programmation. Ce dernier principe induit le mode de fonctionnement particulier du festival : la décentralisation. Par là, on entend que les organismes qui accueillent des activités du FIP ont, dans le respect des critères de qualité imposés par l'organisation centrale, la responsabilité de planifier, d'organiser, de gérer et de promouvoir ces activités. Ce choix repose sur la taille réduite de l'équipe du FIP, et le fait qu'un propriétaire d'établissement connaît sa clientèle et peut donc adapter les activités et la promotion en conséquence. La même réflexion s'applique à l'organisateur d'un groupe (professeur, président d'une association de retraités...). La diversification doit permettre à chacun de découvrir une activité qui peut l'intéresser<sup>71</sup>.

#### **e. La promotion**

La promotion est très importante pour le Festival puisqu'elle joue plusieurs rôles : à la fois celui de publiciser l'évènement et celui de promouvoir la poésie. Elle est déterminante pour (re)générer le public de l'évènement.

### **3. Le public**

Ainsi que nous le disions, le premier festival en 1985 avait attiré 5000 personnes. En tout 30 000 personnes participent directement au festival, à présent, et 10 000 envoient des textes pour les différents concours<sup>72</sup>. Le public du festival se constitue à 50% de trifluviens, à 10% d'habitants de la Mauricie. Pour le reste, on retrouve 15% d'excursionnistes en provenance de l'extérieur de la Mauricie venant passer la journée et enfin 25% de touristes, du reste de la province, du pays et de l'étranger qui restent pour une nuitée au minimum<sup>73</sup>.

---

ainsi pour le musicien qui travaille son oreille : en position d'écoute, il apprend à entendre, à distinguer la rythmique, la justesse et l'intensité d'une pièce musicale.

<sup>71</sup> Voir annexe 10

<sup>72</sup> Bien que nombre de ceux qui participent aux concours soient originaires de l'étranger ou sans possibilité réelle de venir assister à l'évènement (enfants participants avec leur classe), il n'est pas possible d'affirmer qu'il n'y a pas de recoupement entre ces deux quantités.

<sup>73</sup> Chiffres avancés par le Festival International de la Poésie.

## 4. La temporalité

Le Festival International de la Poésie se tient chaque année lors de la première semaine d'octobre. Cette période présente régulièrement une atmosphère particulière, du fait des couleurs automnales et de l'été indien, qui a fréquemment lieu à ce moment-là.

Tout comme la durée du festival s'est progressivement allongée<sup>74</sup>, on observe que celui-ci s'étire et s'immisce par delà le temps festif. Plusieurs rappels ponctuent l'année, dont celui du 14 Février, jour de la Saint Valentin, marqué par le dépôt d'une gerbe par un élu de Trois-Rivières, au monument du poète inconnu. Ce geste est posé depuis 1995. Un autre a lieu le 21 Mars<sup>75</sup>. Pour célébrer le printemps, des cordes à poèmes sont tendues entre les lampadaires de la rue des Forges et ce, depuis 2000.

## 5. La spatialité

En réponse directe à sa programmation, le Festival International de la Poésie propose de découvrir une spatialité en pointillé entre le visible et la surprise.

### a. Une spatialisation intérieure

La majorité des activités se déroulent en intérieur, dans des espaces publics (centre culturel) ou semi privés (restaurants). Ces activités ne se donnent que timidement à voir à l'extérieur, par un panneau éventuellement disposé par le propriétaire du lieu.

Ce retrait intérieur veut créer l'ambiance propice à l'écoute de la poésie. Il facilite l'échange entre poètes et public. Cependant, il ne donne pas à voir le festival dans un espace libre et neutre qu'est l'espace public extérieur. Le FIP ne s'offre pas en spectacle, il

---

<sup>74</sup> Voir annexe 5.

<sup>75</sup> Le 21 Mars a été déclaré Journée de la Poésie par l'UNESCO depuis 2000. A se titre se tiennent toutes sortes de manifestations dans d'autres pays. Ainsi, en France, le mois de Mars en entier voit proposer à travers tout le pays des activités en lien avec la poésie. Cette manifestation prend le nom de « *Printemps des poètes* ».

ne se montre pas dans un registre de manifestation de masse. Il vient rejoindre le public dans des lieux non conformes, quitte à créer la surprise en instaurant un dialogue cœur à cœur.

### b. Le territoire du Festival International de la Poésie



**Le territoire du FIP, lieux d'activité 2006 en bleu et plaques de poésie en rouge**

Source : Magali Cochard 2007

Le territoire du festival se dessine véritablement dans le centre-ville de Trois-Rivières. Il est marqué par des lieux emblématiques, accueillant des activités du festival depuis de nombreuses années, durée significative à l'échelle de son âge. On y retrouve l'Hôtel des

Gouverneurs, hôtel de résidence des poètes invités, le Parc Champlain, où sèchent des poèmes sur des cordes à linge, et surtout le café le Zénob<sup>76</sup>, « Mecque » du FIP.

Ce territoire s'étend parallèlement au Saint Laurent en partant du Vieux Trois-Rivières et s'arrêtant au restaurant Le Bistro Saint Germain, rue Saint Roch. Par ailleurs, malgré la dissémination des lieux d'activité, il est relié par des traces pérennes de poésie qui renforcent l'idée de territoire par un marquage régulier au sceau de vers, les *plaques de poésie*.

Le FIP se déploie aussi au-delà de ce territoire, puisqu'il étire ses racines<sup>77</sup> jusque dans la banlieue de Trois-Rivières, dans les villes de la région (Shawinigan, Nicolet, ...) et même au-delà vers Québec, Montréal voire Gatineau.

À l'échelle des 22 éditions du festival, cette spatialité d'abord, puis cette territorialité n'a pas toujours été la même. Lancé de manière confidentielle dans quelques cafés et restaurants qui n'existent plus forcément aujourd'hui, il a pris de l'ampleur, multipliant les lieux de présence. Il s'est pérennisé dans certains lieux, en a quitté d'autres. Il a investi progressivement le cœur institutionnel. Mais surtout, il a réussi à marquer son territoire par delà son temps, laissant ainsi sa signature dans le quotidien invisible.

---

<sup>76</sup> Chaque journée du festival s'achève en ses murs. Ces nuits de poésie semblent frapper les poètes au point que c'est sans doute le bar le plus mentionné dans des écrits poétiques. Pourtant, le FIP n'a pris ses quartiers au Zénob qu'en 1987, pour la troisième édition.

<sup>77</sup> L'image des racines est celle de ces multiples ramifications qui absorbent et attirent les éléments vers une base commune. Or ces activités installées dans des lieux annexes sont réfléchies comme des activités de promotion qui doivent inviter à venir sur le centre de Trois-Rivières où se déroule vraiment l'évènement. C'est pourquoi elles ont toujours lieu en début de festival.

### c. Des lieux symboliques

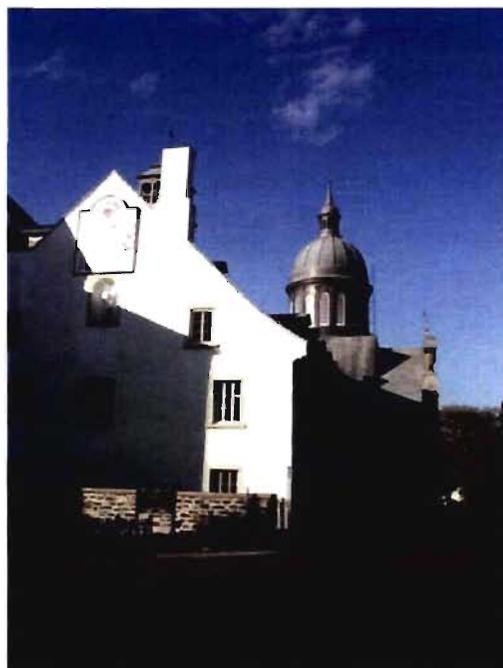
Le Festival International de la Poésie vient s'inscrire dans des lieux symboliques de la ville. Il investit particulièrement le cœur institutionnel du centre et des bâtiments clés du vieux Trois-Rivières. Ainsi, le Salon du maire a accueilli, plusieurs années durant, les conférences de lancement du festival. L'Hôtel de ville est, à chaque édition, le siège de la rencontre entre les poètes invités et le maire qui les invite à signer le livre d'or de la ville. La Maison de la culture, pour sa part, accueille expositions, spectacles, repas et lectures, tandis que la salle J-A Thompson est utilisée pour des spectacles et son foyer pour des conférences de presse.

L'autre espace d'importance est le Parc Champlain qui, selon les trifluviens, est un des lieux les plus symboliques de Trois-Rivières<sup>78</sup>. Le kiosque de vente de livre s'y dresse, en faisant un des points de repères du festival. Par ailleurs, c'est entre ses arbres et

lampadaires que sont tendues les cordes à poèmes, véritable signature du festival. Le parc Champlain est ainsi un point de convergence de la vie trifluvienne avec la vie du FIP. C'est



**Corde à Poèmes dans le Parc Champlain**  
Source : Christiane Saint-Pierre, 2005



**Couvent des Ursulines**  
Source : Magali Cochard, 2006

<sup>78</sup> Questionnaire appliqué à l'été 2006

aussi un lieu de conflit, dans la mesure où un groupe de jeunes s'est approprié le parc et n'apprécie guère la présence du festival qui empiète sur son territoire.

Le Festival International de la Poésie est fortement implanté depuis de nombreuses éditions dans le Vieux Trois-Rivières. L'installation dans cet ensemble bâti crée un lien avec l'histoire, les racines de la ville. Depuis l'édition de l'année 2000, l'utilisation du couvent des Ursulines est un symbole particulièrement fort : plus ancien lieu d'enseignement en continu au Québec, ce bâtiment est sans doute le meilleur représentant de Trois-Rivières historique et culturelle. Depuis 2002, l'atelier d'écriture *Poèmes en direct*<sup>79</sup> qui se déroule dans les murs de l'ancien réfectoire donne un sens plus profond à l'usage de ce bâtiment. Cette activité est l'une des plus intéressantes pour la rencontre entre le public et les poètes ainsi qu'au sein du public tant elle favorise la parole entre les personnes par la découverte de l'écriture. Apprentissage d'un art, rencontre de l'autre et acte commun : l'action rejoint le lieu.

En frange du Vieux Trois-Rivières, le Musée Québécois des Arts Populaires, créé en 2001, accueille, lui aussi, l'évènement depuis 2002, soit la 18<sup>ème</sup> édition. Sa place dans la programmation est restreinte et s'oriente surtout autour de la vieille prison.

Au sein du centre-ville, le Vieux-port est le seul lieu symbolique qui n'a été que peu et n'est plus exploité. Pourtant, par son aménagement en promenade le long du Saint-Laurent joignant la rue des Forges au Vieux



**Au Vieux-Port, promenade le long du Saint-Laurent**

Source : Magali Cochard, 2006

---

<sup>79</sup> Voir annexe 10.

Trois-Rivières, il est très fréquenté tant par les touristes que par les locaux. La même inexploitation de l'espace public est à constater rue des Forges, étonnement puisque ce sont les lieux de passage, les lieux de rassemblement systématique du centre-ville. Un tel délaissement trouve une explication dans la philosophie insufflée au festival par Gaston Bellemare, notamment, en ce qui concerne la qualité de l'écoute qui doit être respectueuse des poètes. Or l'extérieur ne favorise rien de tel et les quelques expériences tentées ont été malheureuses. Les lectures ne sont effectivement pas le seul moyen pour le FIP d'animer un lieu, cependant cette réflexion n'a pas encore été menée.

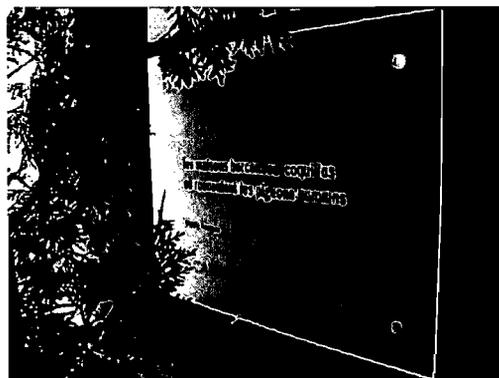
#### **d. Des infrastructures pérennes**

Une des particularités de la spatialisation du festival est son inscription au long de l'année dans le centre-ville trifluvien. Si sa visibilité événementielle proprement dite est faible, elle est complétée par les marques qui restent tout au long de l'année.

##### **Les plaques de poésie**

Les prémices de cette idée reviennent au poète Yves Boisvert. Il rêvait de voir un de ses poèmes lettré sur les murs de l'autoroute qui traverse la ville. L'idée a évolué vers une série de 300 plaques<sup>80</sup> en aluminium anodisé, apposées sur les murs d'édifices du centre-ville ainsi que de quelques bâtiments de la périphérie, dont le Moulin seigneurial de Pointe-du-Lac. Un vers issu d'un poème d'amour écrit par un poète québécois est gravé sur chacune.

Depuis 2000, 100 extraits de poésie sont aussi affichés dans les autobus de la ville.



**Plaque de Poésie**

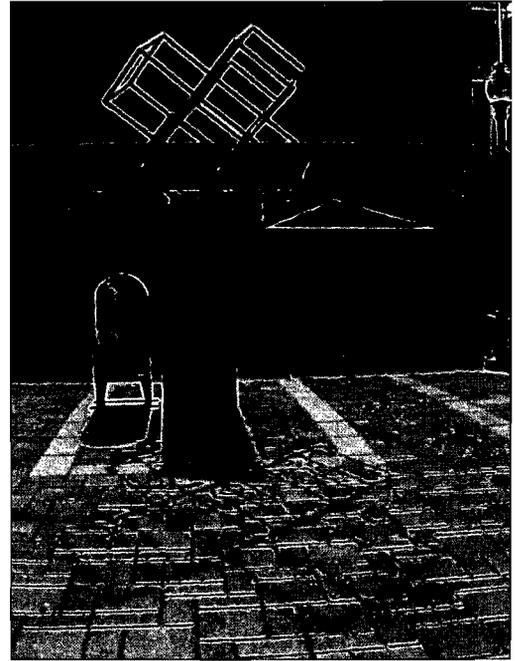
Source : Magali Cochard, 2006

---

<sup>80</sup> Dans un premier temps, 39 plaques avaient été posées sur des bâtiments publics entre 1988-1989. Elles ont servi d'échantillon test pour élargir l'expérience. Le matériau des plaques a, notamment, été changé.

### Monument au poète inconnu-la boîte à poèmes

Le monument au poète inconnu est une autre des installations qui offrent une visibilité à la poésie dans la ville, tout au long de l'année. Issu directement de l'imagination d'un peintre danois, Érik Koch, ce monument donne lieu à un geste qui n'existe qu'à Trois-Rivières : le dépôt d'une gerbe, le 14 février, en souvenir des poètes inconnus<sup>81</sup> du monde entier. Le monument est associé à la boîte à poème d'amour. Celle-ci offre la possibilité à tout un chacun d'y déposer son poème. Par la suite, ceux-ci sont gravés sur un CD et confiés au cœur du monument pour les générations futures.



**Monument au poète inconnu**  
Source : Magali Cochard, 2006

Ces deux éléments sont au centre du cœur institutionnel puisqu'ils se situent sur la place de l'Hôtel de ville, entre l'hôtel de ville et la salle JA Thompson, en face de l'entrée de la maison de la culture.

### Promenade de la poésie dans le Parc National de la Mauricie

Par cette action, la poésie dépasse Trois-Rivières et vient s'inscrire dans la région entière. Il s'agit de plaques de poésie comme celle que l'on peut trouver dans le centre-ville de Trois-Rivières, cette fois-ci installées le long d'un chemin du Parc à Saint-Mathieu-du-Parc. Elles guident vers un amphithéâtre en plein air où se déroulent des spectacles en saison estivale. La thématique utilisée pour le choix des vers est l'arbre en écho à la localisation du chemin.

---

<sup>81</sup> Imperceptible jeu de mots que cette appellation : rares sont les poètes connus, rares sont les poètes reconnus.

La spatialité du Festival International de la Poésie vient en réponse aux objectifs que nous avons énoncés. Par la délocalisation d'activités hors du centre trifluvien, il va chercher les publics dans leur cadre familial avec l'idée de les attirer ensuite vers le cœur du festival qu'est le centre-ville de Trois-Rivières : aller vers les populations pour mieux les attirer. Les équipements témoignent du désir de former un public par l'insertion de la poésie dans le quotidien. Ils viennent de plus s'inscrire dans la volonté de faire de Trois-Rivières une ville dédiée à la poésie en y inscrivant une empreinte pérenne. Le Festival renforce cette place particulière en investissant les lieux institutionnels et symboliques du centre-ville. La spatialisation toute intérieure de celui-ci interroge néanmoins sur sa capacité à rejoindre le plus large public possible.

## **6. La reconnaissance du FIP : source d'inspiration et récompenses**

Le FIP a servi d'exemple pour la création ou pour le déroulement de plusieurs autres festivals de par le monde. Festivals de plus ou moins grande envergure, dans des villes plus ou moins importantes, tous ont repris les règles de base du FIP : alternance des temps de paroles, aller vers le public en le respectant. Si les festivals de Dakar (Sénégal), Namur (Belgique), Toulouse (France)... se sont surtout inspirés de la règle d'alternance des temps de paroles, celui de Manzanillo<sup>82</sup> (Mexique) est une transposition des méthodes d'insertion du FIP dans la ville.

---

<sup>82</sup> Il est issu d'un jumelage entre la ville de Manzanillo et le Festival International de la Poésie en 2005. (<http://www.oqaj.gouv.qc.ca/francais/nouvelles/n251105.html>  
[http://www.mri.gouv.qc.ca/mexico/fr/delegation/cooperation-affaires\\_publicques/salle\\_de\\_presse/communiques/09-03-2005.asp](http://www.mri.gouv.qc.ca/mexico/fr/delegation/cooperation-affaires_publicques/salle_de_presse/communiques/09-03-2005.asp))

Ce festival est trop récent pour offrir l'opportunité d'observer ses retombées sur la ville. Cependant, il pourrait être intéressant, dans quelques années, de produire une étude comparative entre Manzanillo et Trois-Rivières sur la base de l'évolution de leur festival de poésie respectif.

Outre l'inspiration dont il est source, insigne reconnaissance, le Festival International de la Poésie ainsi que sont initiateur et président, se voient régulièrement attribuer des prix et distinctions<sup>83</sup> depuis les années 1990. Sont récompensées leurs actions pour le développement de la ville, de la région et le rayonnement international. Les années 2004 et 2005, qui coïncident avec le 20<sup>ème</sup> et 21<sup>ème</sup> anniversaire du FIP, ont été particulièrement riches de ces marques de reconnaissance.

## 7. Caractérisation du Festival International de la Poésie

De par ses caractéristiques et sa conception, le Festival International de la Poésie est clairement un festival de marché. Il ne serait pas sans la poésie, mais, par contre, il aurait pu s'installer dans n'importe quelle autre ville que Trois-Rivières. Celle-ci semble cependant avoir présenté des caractéristiques favorable à l'éclosion du festival comme nous le verrons par la suite. Ceci étant, chercher à le catégoriser plus finement soulève bien des questionnements. En effet, l'un de ses objectifs principaux est de faire image, de provoquer une campagne médiatique, non au sujet d'une ville, mais au sujet d'un art : la poésie. On ne peut le caractériser de festival d'image. Bien qu'il soit porteur d'une volonté d'image pour la ville, ce n'est pas sa raison d'être première. On ne peut pas non plus le classer dans les festivals de diffusion puisque la poésie n'est pas un art largement diffusé même dans les grands centres. Ce n'est pas non plus un festival de création<sup>84</sup> à proprement parler puisqu'il ne commande pas de nouveauté. Le Festival International de la Poésie est, à l'origine, centré sur un art afin de lui procurer une image et de le faire connaître aux citoyens, c'est en ces termes que l'on peut le rapprocher des premiers festivals.

Contrairement à la tendance générale, le Festival International de la Poésie ne renoue pas avec la fête, ou très peu. La majorité des activités se déroulent en espace confiné, avec un

---

<sup>83</sup> Voir annexe 6.

<sup>84</sup> Le Festival International de la Poésie ne peut être classé dans la catégorie des festivals de création, cependant, il suscite la création : rare sont les poètes qui ne repartent pas avec quelques textes ou une thématique pour leur prochain recueil, de nouvelles relations pour un prochain projet...

groupe de personnes restreint. Seules quelques activités extérieures, à caractère familial, pourraient en partie s'en réclamer : activités gratuites ou de prix modique, dans un espace public, elles invitent au jeu, à la participation, à l'amusement collectif dans un décor hors de l'ordinaire qui manifeste la rupture spatio-temporelle qu'est la fête. Il s'agit principalement de l'activité *un poème une pomme*<sup>85</sup> au Parc Champlain et de la constitution d'une banderole géante<sup>86</sup> sur l'île Saint Quentin. Le reste de la programmation relève de l'activité culturelle. Alors que les expositions de livres ou d'œuvres accompagnées de poésie ne commandent aucune implication particulière, les lectures de poésie en réclament une de la part des participants par l'écoute qu'ils doivent offrir aux poètes. Rencontre entre des poètes et un public, rencontre entre les membres du public, les ateliers offrent cette reconnaissance propre à la fête. De manière indéniable, l'ouverture sur le monde et sur l'autre est une des forces du festival.

Le Festival International de la Poésie se caractérise par la célébration d'un art, souvent négligé, voir ignoré par la plupart, avec l'objectif avoué d'en augmenter et d'en diversifier le public. Étalées sur une vingtaine d'années, ses phases d'évolution ont été ponctuées de réalisations concrètes tendant à ancrer davantage et à pérenniser la poésie dans l'esprit et dans l'espace de la ville de Trois-Rivières. Cette pérennisation se traduit premièrement par l'accroissement du nombre de jours de festivité (3 jours pour les quatre premières éditions, 5 jours à partir de la 5<sup>ème</sup> édition, 10 jours à partir de la 10<sup>ème</sup> édition), puis par des installations dans le centre-ville lors de la 10<sup>ème</sup> édition (promenade de la poésie, monument au poète inconnu, boîte à poèmes d'amour) et des années suivantes (11<sup>ème</sup> édition poèmes dans les autobus et promenade du Parc de la Mauricie). La dernière phase, depuis la 20<sup>ème</sup> édition, est plutôt marquée par une diversification des partenaires et par la recherche non

---

<sup>85</sup> Voir annexe 10.

<sup>86</sup> Activité intitulée *poèmes en couleur*

plus d'installations, mais d'activités de pérennisation avec notamment l'École de Poésie<sup>87</sup>.  
Difficilement caractérisable, il se rapproche des festivals des origines.

---

<sup>87</sup> Voir annexe 10

## **VII Trois-Rivières et le Festival International de la Poésie : du marketing de la poésie au marketing de la ville**

Le Festival International de la Poésie est une entreprise strictement privée depuis son origine, et jusqu'à nos jours. La municipalité de Trois-Rivières n'a donc pas de poids décisionnel dans son organisation. Au-delà de la facette politique, en tant que ville, Trois-Rivières est aussi un territoire, une population, une vie économique et culturelle. En présentant chronologiquement l'évolution conjointe de Trois-Rivières et du Festival International de la Poésie, nous dégagerons les attaches qui les relie. Nous verrons dans quelles mesures le festival a ainsi contribué au repositionnement vocationnel de la ville.

### **1. L'appropriation de la ville par la poésie**

La première phase de vie du Festival International de la Poésie s'étend sur les 9 premières éditions. C'est une période de test et d'expansion durant laquelle la ville a progressivement été apprivoisée et appropriée par la poésie.

#### **a. Les premières éditions**

La première édition du Festival National de Poésie<sup>88</sup> a lieu en Octobre 1985. Son objectif est clair et précis : créer l'évènement pour faire voir la poésie. Ainsi donc, une vingtaine d'activités proposant des capsules de 3 minutes de lecture de poésie québécoise par leurs poètes, vont se dérouler durant la fin de semaine précédent l'Action de grâce. La date a été choisie pour permettre aux poètes de rentrer chez eux et de se reposer le lundi férié. Le budget de quelques milliers de dollars provient de la vente de bières offertes par une brasserie et d'une petite subvention du ministère des Affaires Culturelles du Québec. Les lieux investis se répartissent entre le centre-ville (cafés, centre culturel, galeries d'art, librairies, écoles) et trois salles sur le campus de l'Université du Québec à Trois-Rivières

---

<sup>88</sup> Voir programme en annexe 11.

(UQTR). Si tous les moyens sont réduits<sup>89</sup>, le public, pour sa part, répond présent au-delà des espérances. Cette réussite procure des éléments chiffrés pour démontrer l'intérêt que présente le festival. Elle incite donc à renouveler l'expérience l'année suivante.

L'ensemble de cette initiative est privé. La municipalité en est totalement absente. Invité à présenter son projet au conseil de ville, Gaston Bellemare obtiendra une subvention en prestations, renouvelée plusieurs années de suite.

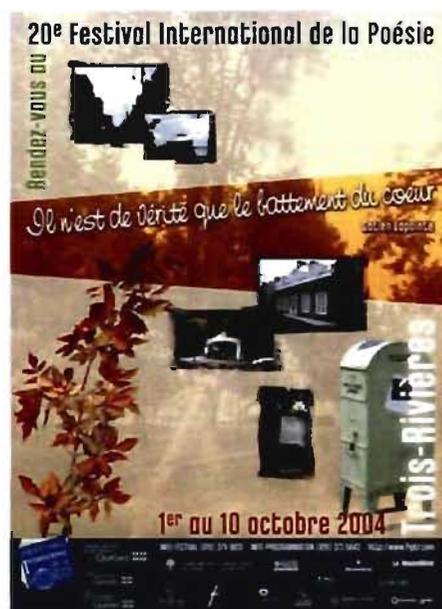
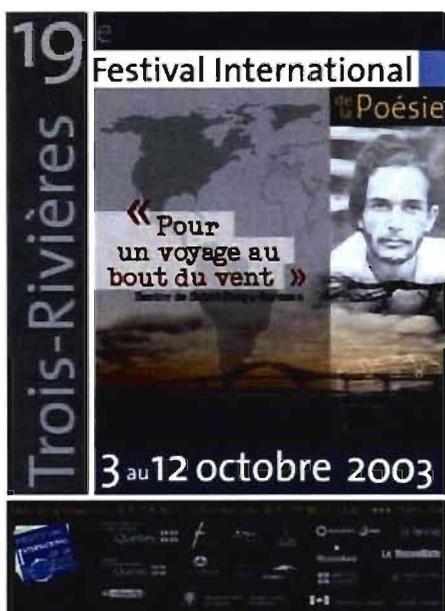
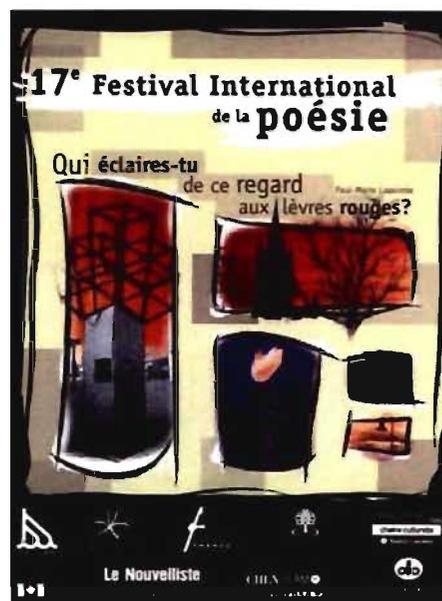
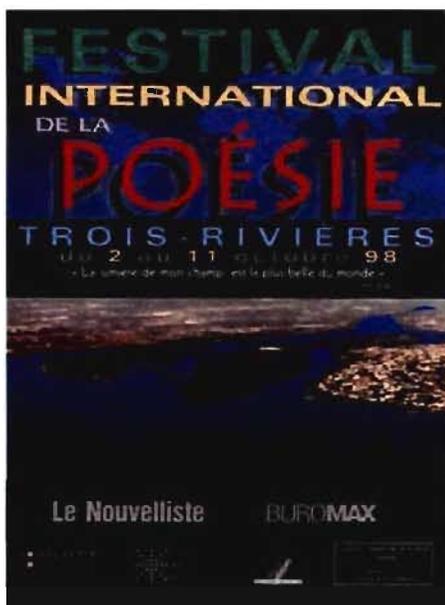
En apparence, le FIP n'est en rien relié à la ville dont le choix, fortuit, pour installer l'évènement relève de circonstances personnelles, Trois-Rivières étant le lieu de travail du fondateur. Pourtant, ces toutes premières éditions sont déjà porteuses de liens inconscients, au-delà même des rapports affectifs qui lient le festival à la ville.

### **b. Localiser c'est lier**

Un festival, dans la mesure où sa thématique ne permet pas de le situer, voit adjoint à son nom une localisation (Huard, 2001). Il s'agit en général de la ville où il a lieu. Le Festival de Poésie est donc devenu le Festival de Poésie de Trois-Rivières. Avant même la naissance du festival, les Écrits des Forges cherchaient à créer l'association d'idée Poésie=Trois-Rivières. Loin de là l'idée de faire la promotion de la ville, il s'agit plutôt de créer un rappel, de générer, une fois encore, une visibilité pour la poésie à chaque évocation trifluvienne. Le terme fort de cette équation est bien évidemment Poésie à laquelle on offre un espace hors de Montréal, où elle risquerait fort de se fondre dans la masse de l'offre culturelle.

Cette image est nécessairement à double sens. L'appellation Festival de Poésie de Trois-Rivières, outre de semer le doute sur l'origine municipale de l'évènement, fait mention de la ville. En faisant la promotion du festival, la promotion de la ville est faite. De plus, dans

le contexte présenté, on lui accole un art pointu, très spécifique, la poésie, à laquelle très peu de villes sont associées. Un premier lien vient de s'établir : à Trois-Rivières, il n'y a pas seulement la crise économique, il y a aussi la poésie.



<sup>89</sup> Gaston Bellemare organisera seul, ou avec l'aide d'un étudiant stagiaire, les 10 premières éditions.

À partir de la XIV<sup>ème</sup> édition en 1998 jusqu'en 2005 pour la XX<sup>ème</sup>, les affiches du festival vont renforcer cette association par l'insertion systématique d'éléments visuels évoquant Trois-Rivières. Que ce soit par le pont Laviolette, le monument au poète inconnu, le Parc Champlain, une rue du Vieux-Trois-Rivières, l'ancrage trifluvien du FIP est explicité dans le visuel qui le représente et le médiatise. La vision de Trois-Rivières ici offerte, alterne entre l'exotisme du voyage dont la ville serait port de départ ou d'arrivée, et le repli intérieur d'une après-midi d'automne que l'on regarde de la fenêtre : envers et endroit d'un masque ? La première face transmet un dynamisme volontaire, la force de caractère des navigateurs, Trois-Rivières est voyageuse, Trois-Rivières est elle-même voyage par l'eau vivante qui la caractérise. L'autre face est réservée, inanimée, on ne nous offre que des fragments automnaux d'un cœur urbain à recomposer, effet de loupe sur des sites symboliques de la ville mêlés à ceux du festival.

Cependant en 1985, tout ceci prend peu de sens pour Trois-Rivières. Celle-ci est aux prises avec la fermeture de plusieurs usines, en plein marasme économique. Cependant, grâce aux festivités du 350<sup>ème</sup> anniversaire<sup>90</sup> (1984), dont elle sort à peine, la municipalité a pris conscience de l'importance de concentrer les activités culturelles dans le centre-ville, et de s'appuyer sur elles pour lui redonner vie. Le Festival de Poésie présente donc l'intérêt de venir animer un territoire que l'on veut réhabiliter et de s'inscrire dans la démarche de développement culturel embryonnaire.

### **c. La cinquième édition, premier tournant**

Le Festival allonge aussi sa durée passant de 3 à 5 jours, toujours durant la semaine précédant l'Action de grâce. Entre temps, cette période s'est avérée être la première semaine de la morte saison touristique. Le Festival présente donc un intérêt supplémentaire pour les personnes de l'industrie du tourisme (hôteliers, restaurateurs). En effet, ils ont là

---

<sup>90</sup> Trois-Rivières a été fondé en 1634 par le Sieur Laviolette.

une opportunité de prolonger la saison de quelques jours supplémentaires (Verbatim Christiane Charrette<sup>91</sup>).

Ayant fait le tour des poètes québécois au cours des quatre premières éditions, il s'agissait de ne pas perdre le public acquis du fait d'un manque de nouveauté. Des poètes français avaient déjà participé aux deux précédentes éditions, mais le Festival International de la Poésie acquiert son titre définitif en 1989. Depuis, le FIP a reçu nombre de poètes étrangers de tous les continents. Cet élargissement d'horizon modifie profondément le poids du festival dans la ville. Son envergure devient tout autre. Par tous les poètes invités, « le monde vient à Trois-Rivières. » (Verbatim Claude Doherty<sup>92</sup>). Ils sont les meilleurs témoins de l'internationalisation de la ville par le Festival, et parmi ses meilleurs ambassadeurs, puisque beaucoup continuent à parler de Trois-Rivières une fois de retour chez eux.

La cinquième édition (1989) est aussi marquée par l'ajout de deux énoncés à la charte de la Fondation des Forges. L'ouverture internationale du festival, invite à renforcer l'association Poésie=Trois-Rivières au-delà du Québec et à faire de la ville un lieu reconnu dédié à la poésie. L'utilisation de la ville comme localisateur et faire-valoir cherche, en vérité, à créer un point de repère pour le monde poétique étranger, une vitrine pour mieux faire connaître la poésie québécoise. La poésie se sert de la ville. Une fois encore, elle permet à la ville d'être vue. Cependant, celle-ci n'en a pas encore véritablement conscience.

Du côté municipal, le temps est aux élections avec l'élection à la mairie de Guy LeBlanc en 1990. Intellectuel notable, le nouveau maire s'intéresse de près au monde culturel. Aimant à rappeler le caractère historique de Trois-Rivières et la force culturelle vers laquelle elle doit

---

<sup>91</sup> Christiane Charrette est la propriétaire du restaurant le Bistro Saint-Germain, un des premiers restaurants partenaires du Festival International de la Poésie.

<sup>92</sup> Claude Doherty est membre du Conseil d'Administration de la Fondation des Forges et aide en tant que bénévole durant le Festival.

tendre, il inspirera le slogan « Trois-Rivières, ville d'histoire et de culture »<sup>93</sup> (Verbatim Marilie Laferté). Au cours du colloque annuel « Les Arts et la ville » de 1999, qui eut lieu à Trois-Rivières, le maire Leblanc faisait remarquer dans un bilan que « Trois-Rivières s'[était] démarquée au début des années 1990 alors qu'en temps de récession, l'argent était investi ici dans la culture pendant qu'ailleurs, on faisait le contraire » (Linda Corbo, Le Nouvelliste 7 Octobre 1999, p25). On approche, ici, de la reconversion effective de la ville qui se traduit par la promulgation rapide de la politique culturelle en 1992 et physiquement par des interventions dans le centre-ville.

Le Palais des Congrès est construit dans le centre-ville en 1990. En 1991, l'office des congrès est constitué. L'année suivante, c'est le tour de la création de l'office de tourisme. Celui-ci se cantonne, dans un premier temps, à la gestion du Palais des Congrès et à sa mise en marché. Il ne travaille aucunement à la structuration des activités touristiques avant quelques années.

De toute cette période, les liens à la municipalités se limite à de l'aide en service – utilisation de locaux, prêt de matériel – et un soutien oral. Par contre, le festival s'installe dans la communauté locale, et assure la promotion de la ville grâce à sa propre promotion.

#### **d. L'appui du milieu local**

Le public est un élément primordial pour le festival de poésie depuis ses débuts. Lors de l'organisation des premières éditions, sa participation à l'évènement a conditionné la reconduction de l'expérience. Pour parvenir à fidéliser et à accroître un public pour la poésie, la stratégie choisie est de le respecter dans son rythme d'évolution, dans ses attentes, dans ses demandes afin de renforcer son intérêt et son adhésion<sup>94</sup>. Ce premier

---

<sup>93</sup> Slogan créé conjointement par l'Office de tourisme et la Corporation de Développement Culturel.

<sup>94</sup> La lecture des poèmes dans la langue d'origine, après en avoir lu la traduction française, est, par exemple, une pratique en usage depuis la 14<sup>ème</sup> édition, depuis que le public en a fait la demande. La première lecture bilingue a eu lieu au Zénob en 1998, depuis cela s'est généralisé à toutes les séances de lecture.

appui a été parmi les meilleurs arguments pour aller en solliciter d'autres en vue de l'organisation et de la mise en œuvre de l'évènement : lieux d'accueil ou organisateurs d'activité, financements, médiatisation, reconnaissance politique.

La structure organisationnelle très restreinte, le concept même du festival ont commandé, dès le début l'instauration de partenariats pour parvenir à sa mise en œuvre. Environ 200 partenaires locaux travaillent à faire du FIP l'évènement qu'il est. Des 23 activités initiales réparties sur trois jours, la programmation est passée à une moyenne de 400 activités sur dix jours sans que l'équipe exécutive soit considérablement augmentée. Seule une décentralisation de l'organisation et le travail en partenariat permettent une telle diversification. Ces deux principes ont rapidement trouvé un écho favorable auprès du milieu local. La première édition se déroulait déjà dans des bars et des restaurants. Dès la 2<sup>ème</sup> édition, des activités dans les écoles ont été associées à la programmation du festival. Lors de la 3<sup>ème</sup>, les liens avec les municipalités voisines ont été établis grâce à des expositions dans leurs bibliothèques. Tout le travail a consisté à « vendre » la poésie, à proposer des partenariats du type gagnant-gagnant où chacun trouve son compte. L'afflux de public a ainsi permis de mettre en avant l'apport économique pour les restaurateurs et le développement touristico-culturel pour la municipalité. Ces deux arguments sont renforcés par la prolongation de la saison touristique que favorise le festival. Par contre, le simple développement culturel a été suffisamment attrayant pour les attirer dans l'aventure les différentes associations et les établissements d'éducation.

Ce mode de production de l'évènement, par délocalisation de la production des activités a grandement favorisé son insertion et son appropriation par le milieu local puisqu'il devient acteur de la programmation du festival. En outre, le FIP peut atteindre, de la sorte, des publics très divers, parfois même de manière indirecte. La composition d'un poème, comme devoir d'école, à la période du festival, touche les enfants, mais éventuellement

aussi les parents, à travers l'aide apportée (Verbatim André Gabias<sup>95</sup>). Par ailleurs, l'évolution des activités témoigne d'un ancrage de plus en plus prononcé dans les milieux de vie. En 1999 on pouvait lire qu'«au fil des ans, depuis 15 ans, le Festival International de la Poésie de Trois-Rivières s'infiltré dans le plus de secteurs possibles de la communauté» (Roland Paillé, *Le Nouvelliste*, 6 Octobre 1999, p34). Cet article rapportait la première expérience de repas-poésie avec les étudiants du cours d'alphabétisation de l'organisme communautaire COMSEP. Expérience reconduite chaque année depuis. Un autre exemple de ce rayonnement dans la communauté sont les activités dans les maisons pour personnes âgées, à destination de ceux qui ne peuvent plus se déplacer. « Poèmes à domicile » est une activité du ressort de partenaires du milieu local débuté en 2001.

Du point de vu politique, l'organisation du festival a cherché dès les premières éditions l'appui des élus municipaux et régionaux. Bien sûr, les questions d'aides financières et en services, même faibles présentaient un intérêt. Surtout, voulant faire de Trois-Rivières une ville de poésie, un tel appui s'avérait nécessaire pour parvenir à façonner la ville physiquement et pour permettre aux poètes d'être reçus et accueillis officiellement par la cité trifluvienne : accueil du maire, signature du livre d'or à l'hôtel de ville.

Les premières années du Festival de Poésie sont marquées par la validation du public, la recherche d'appuis et le développement d'arguments pour les solliciter. Pour le Festival, la ville présente un certain nombre d'intérêts qui vont aller en se développant. Margaret Atwood<sup>96</sup> ne s'y trompe pas dans l'encouragement qu'elle lance : "Vous avez ici, à Trois-Rivières, une ville idéale pour la poésie, tant au niveau de l'ambiance que du cadre. Tenez-y à votre festival. Faites tout pour le conserver car il est authentique." (*La Presse* 13 octobre 1992) Trois-Rivières présente en effet, les avantages d'un centre vivant, de taille restreinte,

---

<sup>95</sup> André Gabias a été député de Trois-Rivières à l'Assemblée Nationale de juin 2003 à février 2007.

<sup>96</sup> Margaret Atwood est une poète, romancière et critique canadienne contemporaine prolifique. Son œuvre, très polyvalente, est largement connue à l'international.

faisant donc ressortir l'animation d'un festival. Le fleuve, le vieux Trois-Rivières, sont autant d'attraits physiques qui contribuent à l'ambiance du festival.

Son rapport à la municipalité est surtout implicite. Les subventions en prestation à partir du deuxième festival ne sont pas véritablement significatives. Par contre, la localisation du festival et sa promotion ne cesse de renforcer l'association entre Trois-Rivières et le festival International de la Poésie. De façon encore plus dissimulée, des liens économiques et sociaux se tissent avec le développement des partenariats locaux.

## **2. L'évolution des liens**

La deuxième période s'étend approximativement de la 10<sup>ème</sup> à la 15<sup>ème</sup> édition (1994 à 1999). Le festival continue sur sa lancée en marquant sa présence au quotidien dans la ville et en tirant partie de sa reconnaissance médiatique.

### **a. La pérennisation au quotidien**

La 10<sup>ème</sup> édition (1994) du Festival International de la Poésie marque un deuxième tournant décisif dans son histoire et dans son rapport à la ville. En effet, pour fêter cette dizaine, l'organisation souhaite poser un geste. C'est ainsi que, avec l'accord et l'appui municipal, les plaques de poésie<sup>97</sup> sont installées tandis que le monument au poète inconnu et la boîte à poèmes d'amour sont érigés. Ces différentes actions sont des rêves formulés par des artistes, le poète Yves Boisvert et le peintre Érik Koch qui ont été repris, travaillé et concrétisé par Gaston Bellemare et son équipe.

Les plaques de poésie sont à la fois des fils rouges<sup>98</sup>, fils conducteurs, indices qui relient les différents lieux d'activités entre eux le temps du festival et des traces qui rappellent au

---

<sup>97</sup> Au-delà du festival, les différentes installations pourraient faire des émules. Ainsi, un Ambassadeur autrichien de passage à Trois-Rivières s'exclama à la découverte des plaques de poésie qu'il faudrait en installer d'identique à Vienne, ce à quoi Gaston Bellemare répondit : « À Vienne se sont des extrait de partitions qu'il faudrait installer »

quotidien la place que prend la poésie dans la culture de la ville. Pour la population locale, elles sont l'expression du lien entre Trois-Rivières et la poésie. Plus que par la participation au festival, la poésie les rejoint par la lecture des vers au hasard d'une plaque. Nombreux sont ceux qui témoignent d'un vif intérêt pour ces vers grappillés au cours d'une marche, détente ou trajet tendu vers un objectif. Ces personnes mentionnent combien ces quelques mots leur permettent de réfléchir et d'agrémenter leur chemin<sup>99</sup>. Les nombreuses demandes de propriétaires auprès du service d'urbanisme de la ville pour voir une plaque installée sur leur propriété témoignent de l'appropriation de ces étonnants artefacts de poésie (Verbatim Denis Ricard). Elles constituent aussi l'image de particularité de la ville retenue par les touristes.

S'adressant avant tout aux Trifluviens mais aussi aux touristes et au public du FIP, ces installations pérennes répondent directement à la volonté de donner une place importante à la poésie dans le quotidien de Trois-Rivières. Elles ont pour rôle d'être la trace indéfectible de cet art dans la ville, ce qui permet à certains de dire : « Moi je partirai, mais la poésie, elle, sera toujours présente à Trois-Rivières » (Verbatim Marilie Laferté).

Une fois encore, la portée de l'acte en a dépassé la volonté. Sans en être parfaitement conscient, l'association Poésie=Trois-Rivières venait de trouver son expression la plus profonde et permettre le basculement vers Trois-Rivières=Poésie. En effet, la mise en place de ces installations a définitivement ancré la poésie au quotidien dans le centre-ville. Celle-ci n'a plus besoin du festival pour se faire voir, elle est visible en tout temps pour les trifluviens comme pour les visiteurs. Plus que le FIP en lui-même, les plaques de poésie sont accueillies, appréciées et, d'une certaine manière, pratiquées par la population locale, fière de présenter ces surprenantes pancartes. Quant aux visiteurs, ils s'enquèrent volontiers de ces écritures, intrigués de leur origine.

---

<sup>98</sup> <http://www.chilton.com/paq/archive/PAQ-05-098.html>

<sup>99</sup> Enquête été 2006, Annexe 3 et entretiens.

Comme tout au long de ce processus, deux facettes se présentent toujours. Du point de vu du festival, les installations de poésie procèdent au marquage de son territoire. Elles rappellent son existence, et surtout l'existence de la poésie en permanence. Parallèlement, elles viennent renforcer la définition du centre de la ville puisqu'elles se concentrent dans son périmètre. De plus, elles participent aussi à sa mise en valeur à travers les parcours proposés au fil des plaques de poésie. Enfin, les plaques prennent un aspect économique au regard des commerçants qui souhaitent en avoir une à leur porte dans l'espoir d'attirer la clientèle.

### **b. Les médias et le développement d'une image**

Dès la première édition en 1985, les médias ont répondu présent, médias locaux et montréalais dans un premier temps, puis, dans l'ordre chronologique, internationaux et nationaux<sup>100</sup>. Le rôle des médias est prépondérant dans la relation entre le Festival International de la Poésie et Trois-Rivières. En effet, ils ont joué un rôle de révélation et de validation de l'évènement en s'y intéressant et en en faisant la promotion. C'est à travers les médias que le FIP a joué un rôle important dans le repositionnement de la ville en permettant de la montrer autrement qu'à travers les fermetures d'usines et le chômage. Dans le contexte qui était le sien, la poésie était une image à forte valeur ajoutée. Ainsi, en octobre 1993, La presse titre : « *Grâce à la poésie, Trois-Rivières oublie la grisaille, le chômage et les élections* ».

Cette propension à faire ressortir un élément positif dans un moment sombre de l'histoire de Trois-Rivières a aussi suscité la fierté chez les Trifluviens. Ils savent que, par le FIP, on parle d'eux et de leur ville au Québec mais aussi à l'étranger. Sans forcément participer à l'évènement, c'est une fierté d'avoir chez eux un évènement estimé partout ailleurs et de se

---

<sup>100</sup> Radio-Canada mentionna pour la première fois le FIP au bout de 12 éditions.

rendre compte que nombre de personnes se déplacent pour venir y assister<sup>101</sup>. En favorisant ainsi l'estime d'eux même et de leur ville, le FIP, par la voix des médias, contribue à préparer le terrain du marketing de la ville auprès de ses habitants.

En tant que révélateur, les médias, par l'évolution de leur discours, vont considérablement renforcer le lien entre la poésie et la ville, particulièrement à partir de cette 10<sup>ème</sup> édition (1994). Lors de la première, le poète et chansonnier Félix Leclerc avait annoncé, dans un élan prophétique, que Trois-Rivières deviendrait la Capitale de la Poésie. Ce titre a été relégué pour quelques années au fond d'un tiroir pour mieux en ressortir à partir du moment où la poésie s'est inscrite dans le quotidien. On constate que dès 1993 à l'annonce par le maire de telles réalisations, le titre a refait surface, cette fois dans la presse. Le Trois-Rivières touristique ou culturel est lié depuis lors à cette dénomination *Capitale de la Poésie*.

Le Nouvelliste, journal local et partenaire de la première heure, est venu renforcer encore les liens avec la population par la publication, dans ses colonnes, de courts poèmes. De 1997 à 2001, ces publications sont hebdomadaires dans le cahier culturel de la fin de semaine. À partir de 2001 jusqu'en 2005, à la une, elles deviennent quotidiennes. Par ce geste, la poésie entre véritablement au quotidien dans les foyers : c'est un rappel constant de la spécificité de la ville à ses habitants.

La dernière évolution dans le monde des médias est la diversification des dates de parution d'articles adjoignant le FIP et Trois-Rivières. À partir de 2000, on constate qu'elles ne correspondent plus aux rythmes conférence de presse de promotion du festival (début septembre), ouverture, milieu, fermeture du festival. La présentation touristique de la ville, l'annonce d'une récompense, un article sur un poète sont autant d'occasion de mentionner le festival et le titre de *Capitale de la Poésie*.

Cette phase de transition voit l'implication progressive de la municipalité dans l'appui au festival. La confirmation de sa reconnaissance importante par l'extérieur à travers les médias et la présence toujours grandissante du public sont autant d'arguments en faveur de cette implication.

### **3. Retournement de situation : appropriation de la poésie par la ville**

Cette dernière phase dans la relation de la ville au festival voit l'intérêt grandissant porté par Trois-Rivières à l'utilisation de la poésie. Elle débute de manière imprécise aux alentours de la 15<sup>ème</sup> édition (1999) et se perpétue jusqu'à nos jours.

#### **a. La prise de conscience : faire parler de soi par l'autre**

Le retournement vient de l'extérieur. Jusqu'à présent, bien que la municipalité offre des contreparties, c'est bien le festival qui a investi la ville et se l'est approprié. Il a favorisé, surtout dans les derniers temps, le repositionnement de la ville par la promotion qu'il en a faite mais de manière fortuite, visant avant tout à servir ses propres intérêts.

En 1999, lors du colloque les arts et la ville qui se déroule à Trois-Rivières, l'hommage vif à la présence de la poésie dans la ville de la part d'intervenants extérieurs est l'occasion d'une prise de conscience remarquable pour le responsable de la Corporation de Développement Culturel (CDC) et celui de l'Office du Tourisme. Chacun réalise que le festival et la poésie présentent un vrai potentiel de développement touristique et culturel pour la ville (Verbatim Marilie Laferté).

---

<sup>101</sup> Enquête été 2006, voir Annexe 3.

Dès lors, une véritable réflexion est menée en vue de s'approprier la poésie et de la transformer en produit. Un des premiers travaux a été de définir de quelle compétence relevait le festival : à la fois animation et développement culturel, du registre de la CDC, et attrait touristique, du registre de l'office de tourisme, l'évènement manifestait ses qualités transversales. En définitive, il cristallisera autour de lui diverses expertises relevant de ces deux entités en tant qu'évènement touristico-culturel, avec cependant une implication plus forte de l'office de tourisme. La Société de Développement Économique du Centre-Ville aura aussi sa part du fait d'un territoire commun partagé avec le Festival.

Bien que déjà démarqué, le FIP sera soumis, de même qu'une série d'autres évènements culturels et touristiques, à une étude comparative. L'objectif, pour les organismes paramunicipaux, est de déterminer avec qui ils vont travailler. Rejetés par la direction du Festival de la Poésie, les résultats vont pourtant servir à confirmer le poids du festival dans la vie touristico-culturelle de Trois-Rivières et l'intérêt de mener des actions pour l'encourager. C'est ainsi que, bien que reconnu depuis 2000, le FIP devient véritablement, à compter de 2002, un partenaire privilégié pour l'Office du Tourisme.

### **b. Capitaliser une image acquise**

L'image poétique de Trois-Rivières n'est plus à construire quand les organismes paramunicipaux s'en emparent. Elle est déjà établie, image hautement spécifique avec une valence fortement positive. En effet, très peu de villes se servent la poésie comme image de positionnement. De plus, si l'image pouvait rebuter du fait de la connotation négative de cet art, la manière dont la poésie s'est installée en douceur dans la cité trifluvienne, l'appréciation positive, la médiatisation, ont fait le reste. Elle dégage donc une valence positive de culture et d'originalité. L'utilisation qui en est faite, mise sur l'originalité de cette image inusitée en se basant sur l'existant : la création de produits de poésie, l'instauration d'une signature poétique pour la ville, la recherche de reconnaissance de cette spécificité.

### c. Développer des produits de poésie

Le 20<sup>ème</sup> festival a été une occasion importante de développement de produits de poésie. À partir des plaques de poésie, une promenade a été élaborée. Le tracé a été déterminé sur la base du positionnement des plaques, des attraits architecturaux des bâtiments et du parcours historique préexistants dans la ville. Découvrir le centre de Trois-Rivières en suivant un fil rouge, signature de sa spécificité. Le parcours est présenté dans un dépliant disponible à l'office du tourisme. Cependant, plus qu'un document en « libre service », ce document est offert et surtout présenté aux touristes de passages. L'explication donnée, la présentation du FIP, de la place de la poésie dans la ville sont jugées aussi importante que la promenade en tant que telle : marquer les esprits des visiteurs, les faire se souvenir de Trois-Rivières grâce à la poésie, tout cela nécessite le temps d'un échange (Verbatim Marilie Laferté).

La promenade de la poésie se double d'un travail effectué par l'Université du Québec à Trois-Rivières : *Trois-Rivières en pierres et en vers*. Offert, une fois encore, à l'office du tourisme, ce parcours sous forme d'un audio-guide, propose de découvrir les monuments et les sites historiques de Trois-Rivières, la promenade de la poésie tout en se familiarisant au style et à l'expression poétique. C'est un guide doublement didactique alliant Trois-Rivières et la poésie.

Ces deux produits relèvent de la mise en tourisme de la poésie, de sa présentation aux visiteurs. D'autres, de l'ordre de l'idée, sont à l'étude dont l'offre de forfaits tout compris (hôtel, activités) pour venir assister au FIP.

Ces propositions sont la première manière d'utiliser la poésie, en se basant sur l'empreinte pérenne dans la ville. L'autre volet a consisté à renforcer l'image poésie en développant la couleur poétique du centre-ville à travers de tout nouveaux produits de poésie et la

multiplication de son inscription dans la ville. Ce volet prend forme depuis la vingtième édition à travers des gestes simples, du moins en apparence.

Les cartons à poèmes sont la première concrétisation de ce volet. Créés sur l'idée du biscuit chinois, ces cartons ont une languette qui se soulève pour laisser apparaître un vers de poésie en français ou en anglais selon. L'idée provient d'un échange entre l'Office du tourisme et la Société de Développement Commercial du centre-ville. Le premier s'est chargé du développement du produit, tandis que la seconde l'a distribué auprès de ses places de commerces. L'idée est d'offrir ce vers de poésie à la clientèle au moment de donner la facture. Geste simple, très spécial, il sert de clin d'œil à la spécificité poétique de la ville.



**Cartons à poèmes en Français et en Anglais**  
Source : Magali Cochard, 2007

L'autre action, encore en devenir, consisterait à inscrire sur les murs intérieurs ou sur les devantures des commerces des vers de poésie. Une seule et même idée, multiplier l'utilisation de la poésie pour l'enraciner d'avantage dans la ville.

#### **d. Travailler la signature**

L'ensemble des actions entreprises se résume à cela : instaurer la poésie comme signature de la ville. L'intérêt d'une telle manœuvre provient de la grande spécificité et de l'audace de l'association. Cette marque devient une signature à proprement parler dans la promotion touristique de la ville puisqu'elle est dans les courriels, le papier à lettre de l'office de tourisme et dans ses campagnes de promotion.

Trois exemples :

- Des taies d'oreiller brodées d'un vers sur le sommeil sont installées dans les chambres qui accueillent les personnes du monde du tourisme en séjour de familiarisation. Que la personne aime ou non la poésie, le geste fait souvenir : plus l'audace est grande, plus l'esprit est marqué et mieux l'on se souvient de Trois-Rivières.
- L'envoi à des journalistes de deux cartons à poèmes avec l'invitation d'en garder un pour soi et d'offrir l'autre à quelqu'un et bien sûr la proposition de parler de Trois-Rivières touristique.
- Une campagne de promotion auprès des agents touristiques pour la Saint Valentin : envoyer par courriel un demi vers de poème d'amour et inviter à aller lire l'autre partie sur le site Internet de l'office de tourisme. Ainsi l'agent pourra dire le vers entier à son valentin(e) et surtout pourra consulter les offres promotionnelles du moment.

L'Office de Tourisme et des Congrès voit un intérêt important dans la mise en marché du festival et de la poésie dans la mesure où il est particulièrement intéressant de vendre une spécificité culturelle aux touristes. La Société de Développement Commercial du centre-ville utilise aussi ce levier de visibilité.

### **e. À la recherche de récompense**

La maturité du Festival International de la Poésie et ses réalisations dans la ville, la décision de travailler avec lui, ont conduit la municipalité et les différents organismes par-municipaux à soumettre des candidatures en vu de sa reconnaissance. Réutilisant à leur compte la stratégie jusque-là utilisée par le FIP : elles mettent en avant le festival, dans le but de valoriser Trois-Rivières. À compter de 2000, les prix se succèdent tant pour l'évènement que pour son fondateur ou sa directrice générale. Trois-Rivières, elle-même est récompensée directement à travers le «*Merit Award in special events and promotion*»,

remis par le International Downtown Association<sup>102</sup>, remporté ex æquo avec Los Angeles<sup>103</sup>. Cette récompense est le fruit d'une candidature commune proposée par la Société de Développement Commercial et l'Office de Tourisme sur la base des réalisations et de la documentation du festival. Cette reconnaissance témoigne du rôle du Festival International de la Poésie dans la projection de la ville sur la scène internationale.



**Remise du Merit Award in special events and promotion aux représentant des trois organismes**

Source : FIP, 2005

## f. La poésie au-delà du Festival

Initiée par le festival, la place de la poésie dans la ville ne relève plus uniquement de lui. On constate que des initiatives poétiques voient progressivement le jour sur la base de ce qu'il a semé mais sans plus se réclamer de lui. La poésie prend la forme d'activités sociales, de la conférence à l'atelier d'écriture. Elle s'insère dans les projets scolaires. Un recueil de Haïkus<sup>104</sup> a ainsi été écrit par des enfants de classes primaires, *Mélange de vie : 125 haïkus pour Trois-Rivières*. Cette appropriation se traduit aussi dans le nom de commerces. Sur la

<sup>102</sup> <http://www.ida-downtown.org>

<sup>103</sup> Ce prix, décerné par un organisme américain, s'adresse généralement aux organismes de développement des centre-ville. Or, la candidature de Trois-Rivières regroupait la Société de développement économique du centre-ville, l'Office de tourisme et le Festival International de la Poésie qui, à terme, ont partagé le prix. Cette forme inédite de candidature a soulevé l'étonnement au sein de l'International Downtown Association au moment de la remise des prix. La deuxième source d'étonnement pour l'organisme américain fut le fait que Trois-Rivières n'est pas un quartier de Montréal, mais bien une ville à part entière.

<sup>104</sup> Le Haïku est une forme poétique d'origine japonaise très codifiée. À portée hautement symbolique, le Haïku est un poème très bref transposé en français sous la forme d'un tercet (trois vers) de 7, 5 et 7 syllabes.

rue Hart, le Coiffeur Ode<sup>105</sup> a pris ce nom « parce qu'on est la ville de la poésie! » (Verbatim Marilie Laferté)

Au-delà du festival, ce sont aussi les intentions de valorisation de l'image donnée : une présence plus grande de la poésie dans les commerces du centre-ville, dans l'art public, dans les dénominations de lieux. Sans être mise en œuvre, nous avons ici autant d'envies qui s'expriment hors du cadre des organisateurs du festival (Verbatim Marilie Laferté et Monique Leclerc).

La poésie à Trois-Rivières est enfin un élément d'attrait ou de rétention de travailleurs : le cas le plus spectaculaire, puisque médiatisé, est celui d'un jeune chirurgien vasculaire, poète à ses heures, ayant décidé de venir s'installer dans la cité trifluvienne à cause du FIP et de la place qui y est faite à la poésie (Lamothe, Journal de Trois-Rivières, 23 Septembre 2006). D'autres jeunes poètes, tels Pierre Labrie<sup>106</sup>, ont choisi, eux aussi, de rester travailler dans ce lieu de leurs études pour l'espace et la reconnaissance qui leur est décerné dans la ville.

Cette dernière phase, du fait de l'appropriation importante de la poésie par la ville à fait basculer l'équation vers Trois-Rivières=Poésie avec un équilibre des deux termes. En effet, pour la ville, même si le FIP possède une grande spécificité, une maturité intéressante, des retombées médiatiques fortes, il n'en reste pas moins un festival parmi d'autres, un produit touristique parmi d'autres. Cependant, du point de vu de l'office du tourisme, le plus impliqué dans l'appropriation de la poésie par la ville, il faut aussi développer une gamme large de produits afin d'attirer et de retenir le plus largement possible. C'est aussi une garantie en cas de disparition de l'évènement quand bien même « le perdre est

---

<sup>105</sup> L'ode est, dans la littérature grecque un poème lyrique en stance, accompagné de musique qui célébrait un personnage ou un évènement. En France, l'ode à pris la forme d'un poème constitué de strophes de forme fixe : le dizain d'octosyllabes, soit dix vers de huit syllabes chacun.

<sup>106</sup> Pierre Labrie travaille comme chargé de communication pour le salon du livre de Trois-Rivières.

inimaginable! ». Cette force du produit « poésie » dans la ville se traduit par les intentions de pérennisation complémentaires : mieux l'ancrer pour l'empêcher de disparaître. Du point de vue urbanistique, deux questions se posent alors : n'y aurait-il pas place pour la poésie dans le travail qui reste à faire pour achever la requalification du centre-ville de Trois-Rivières et opérer l'élargissement de la centralité à l'autre rive de la Saint-Maurice ? Par ailleurs, quel est l'équilibre à trouver pour qu'un tel usage de la poésie ne devienne pas dénaturation d'une spécificité charmante à cause d'une utilisation à outrance ?

## **VIII De la logique de festival à la logique de la ville : la pérennisation en question**

Trois-Rivières « Ville d'Histoire et de culture » est en voie de reconnaissance, même si persiste encore l'image de la ville pauvre et malodorante. Son centre-ville est un exemple pour d'autres villes québécoises, intéressées par son aménagement, son animation et sa vitalité (verbatim Diane Pelletier<sup>107</sup> et Marilie Laferté). Bien que leur situation soit toujours à consolider, les places d'affaire sont à présent investies délibérément. Jusqu'à récemment, la Société de Développement Économique employait une personne à plein temps afin de démarcher des investisseurs et des commerçants potentiels. Aujourd'hui ce n'est plus nécessaire (verbatim Diane Pelletier). Pourtant, le centre, lui-même, est encore en processus de requalification et la fusion de 2001 incite de surcroît à sa reconfiguration. Tout en conservant l'actuel centre-ville comme cœur, il serait question d'étirer la zone centrale jusqu'au vieux Cap-de-la-Madeleine en englobant les îles et le nouveau quartier en préparation Trois-Rivières-sur-Saint-Laurent.

Notoriété, génération d'un sentiment de fierté, création de produits culturels et touristiques sont les principaux apports du Festival International de la Poésie au repositionnement vocationnel de la cité trifluvienne. L'image et la portée médiatique qu'il procure à Trois-Rivières lui confèrent une place à part dans le marketing de la ville. Son inscription pérenne dans le centre fait sa particularité et contribue au renforcement du lien qui l'attache à Trois-Rivières. Cette pérennisation serait-elle le mouvement de bascule de l'évènement festif à la construction de l'urbain ? Le FIP a-t-il encore un rôle à jouer dans l'affirmation de la nouvelle vocation de la cité de Laviolette ? L'utilisation des traces poétiques présente-t-elle un intérêt pour la requalification du centre ?

### **1. FIP : outil ou acteur de marketing urbain ?**

Le repositionnement vocationnel s'articule à une vision d'avenir pour une ville. Pour les anciennes villes industrielles, il s'agit de projets d'envergure qui concernent autant leur

dynamisme économique, que leur image et les représentations que l'on s'en fait. Nous avons pu voir que de telles démarches se sont enrichies de nouvelles pratiques, relayées par les outils que sont la communication et la publicisation des projets. Désignées sous le terme de marketing urbain, ces pratiques, vues comme une démarche stratégique de projet, comprennent -1- la constitution d'un groupe d'acteurs, -2- la définition, sur une base spatiale, d'un projet pour la ville, -3- l'élaboration d'une représentation commune de celle-ci et de sa vision d'avenir. Le tout débouche sur un discours commun pour faire valoir la ville tant à l'intérieur qu'à l'extérieur.

#### **a. Fêtes, festivals faire-voir, faire-valoir**

Dans le processus de marketing urbain, les événements festifs sont généralement considérés comme des outils de communication du projet ou comme des moyens de rassemblement. Ils sont au service de la stratégie en place. Ainsi, Montréal tente de se démarquer par rapport à Toronto en renforçant son image de pôle culturel alternatif et dynamique. Dans cette optique, les festivals de Montréal – FrancoFolies, Festival International de Jazz, Nuits d'Afrique, Festival Juste pour Rire, Festival du film d'art... – témoignent de la vitalité et de la richesse de l'offre culturelle qui dépasse largement la période estivale – La Fête des Neiges, 25<sup>ème</sup> édition en 2007, Festival Montréal en Lumière, 8<sup>ème</sup> édition en Février-Mars 2007. La succession de ces festivals, leur ensemble autant que chaque événement considéré individuellement, sont une vitrine pour Montréal qui se veut ville de culture. L'organisation de la première édition des « out games » à l'été 2006 procède de la même démarche. Il s'agit de mettre en évidence par l'évènementiel un aspect de Montréal. Ici le message véhiculé est celui d'une ville de tolérance et d'ouverture (Douay, Duaso, 2006).

À Barcelone, les Jeux Olympiques de 1992 ainsi que le Forum des cultures de 2004 sont venus déclencher et accompagner les grands projets urbains. Ces événements ont été le support, la toile de fond de grands travaux qui ont remodelé la ville; que ce soit par la

---

<sup>107</sup> Diane Pelletier était directrice de la Société de Développement Commerciale du Centre-ville

construction du village olympique et de ses infrastructures sportives, le complément du plan Cerdà pour les Jeux Olympiques, ou par la construction d'un centre de congrès et d'expositions, d'amphithéâtres, d'hôtels de luxe, d'un port de plaisance, d'un campus universitaire, de résidences à proximité d'une centrale électrique, d'un centre de traitement de déchets et d'eaux résiduelles pour le second pour le Forum des Cultures. Ces événements présentent un rôle plus actif dans le processus de revalorisation de la ville puisque, tout en attirant le regard, tout en concentrant les foules dans une mise en scène, ils ont aussi été les moteurs qui ont permis ces réalisations. Ils n'ont pas été de simples faire valoir, ils ont été à la fois instigateurs, justificateurs et metteurs en scène de ces transformations de la ville. Bien que souvent cantonnés au rôle de faire-valoir, les événements festifs pourraient donc aller au-delà dans le travail de positionnement d'une ville et participer à la structuration de l'espace urbain. (Di Méo, 2005 ; Gravari-Barbas, Veschambre, 2005)

### **b. Le Festival International de la Poésie, acteur de marketing?**

Dans la transition de la ville industrielle à la ville culturelle, le Festival International de la Poésie a eu un rôle à la fois d'appui et de précurseur. Précurseur, il l'a été dans sa vision pour Trois-Rivières. Avant que ne soit explicité la volonté municipale de s'axer sur la culture et le tourisme, le FIP avait déjà décidé d'associer la cité trifluvienne à la poésie, offrant ainsi une spécificité culturelle très précise et très peu utilisée par ailleurs. Il en fut de même avec les artefacts de poésie, considérés et traités en produit touristique seulement 10 ans après leur installation. Ils ont été installés en 1994, mais l'Office de tourisme ne s'y est pas intéressé avant 2004. L'appui qu'il a apporté au repositionnement de la ville est principalement une question d'image et de notoriété. Il a généré une médiatisation positive et il a créé et diffusé une notoriété. Ces éléments ne pourraient s'acheter ainsi que le mentionnait le responsable de la Corporation de développement culturel : « S'il fallait acheter une campagne de publicité pour dire : Trois-Rivières ça existe, c'est important,

c'est une ville culturelle, par rapport à la notoriété que nous avons grâce au Festival de la Poésie, ça coûterai très très très cher. Puis de toute façon, ça ne serait même pas faisable. On n'achète pas ça de la notoriété, ça ne s'invente pas! » (Verbatim Michel Jutras) Surtout, la notoriété de l'évènement a redonné une fierté aux trifluviens alors dénigrés de toutes parts.

Ces retombées du FIP sur la ville de Trois-Rivières rappellent étonnamment les effets recherchés par le marketing urbain. Fêtes et évènements festifs sont, comme nous l'avons vu, régulièrement utilisés dans ces processus de marketing. Cependant, dans ces cas là, comme pour les travaux de réhabilitation de l'Emscher Park, de tels évènements sont générés par les municipalités ou les organismes en charge du projet. Ces évènements n'étant pas indépendants, ils ne peuvent penser et proposer leur propre vision de la ville. Or, le Festival International de la Poésie a construit sa vision de Trois-Rivières et a régulièrement devancé la municipalité. Il a délibérément pris ses quartiers dans le centre, alors que l'on commençait seulement à s'y réintéresser. Il désignait, dans ses statuts, Trois-Rivières comme un pôle touristique attractif en 1989 alors que l'Office de tourisme ne serait pas créé avant quelques années. Le FIP apparaît plus comme un agent que comme un outil du marketing urbain de Trois-Rivières, d'autant plus que son action comporte plusieurs éléments caractéristiques d'une telle démarche.

Le parallèle entre la stratégie du FIP pour faire de Trois-Rivières la *Capitale de la poésie* et une démarche de marketing urbain se fait au niveau des axes clés de ces processus respectifs. La stratégie du Festival repose sur les trois mots clés – Partenariats, Communication, Empreinte spatiale – qui résument son action pour la poésie et dans la ville. Un processus de marketing urbain, pour sa part, a pour mots clés – Groupe d'acteurs, Discours, Projet spatial – en vu de faire partager une vision pour la ville. Sans qu'ils soient strictement identiques, une analogie est présente entre ces deux séries de termes.

Avant tout, le Festival International de la Poésie propose une vision culturelle et touristique pour Trois-Rivières en l'alliant à la poésie. Dès sa 5<sup>ème</sup> édition, le FIP annonce cette vision pour la ville à la fois la *Capitale de la Poésie* et un pôle culturel et touristique attractif. Le groupe d'acteurs se retrouve dans la multiplicité des partenaires du festival. Dans son organisation, il rassemble différents groupes locaux qui s'emploient à en affirmer la spécificité poétique (Commission scolaire, COMSEP, École de français) ou la valeur touristique. Il n'est pas nécessaire de revenir sur l'importance de la communication pour le festival, ni sur la médiatisation de la ville qui en découle, toutes deux production de discours. Par contre, le projet spatial, les empreintes physiques méritent qu'on s'y attarde. Producteur d'un autre type de discours inscrit dans l'espace, les éléments physiques apposés dans l'espace urbain par le Festival donnent à lire la ville et à l'interpréter d'un autre regard.

Les réalisations physiques – *Monument au Poète Inconnu et Plaques à poème* – constituent un ancrage quotidien du FIP dans la ville. Le festival marque son territoire et délimite un centre-ville. Cette initiative privée a pu se réaliser avec l'aval de la municipalité sans que celle-ci ne prenne pleinement conscience de l'impact de l'intervention. Il s'agit d'une concrétisation de la vision du Festival pour Trois-Rivières, puisque les murs de la cité sont désormais marqués au sceau de la poésie. Il semble donc que la poésie s'empare de Trois-Rivières. Paradoxalement, cette pérennisation pourrait bien marquer l'acte de dépossession du FIP dans la maîtrise d'une part de l'image qu'il génère. En effet, cette mise à disposition de la poésie au quotidien dans la ville permet l'utilisation par des acteurs tiers, dont la municipalité, de l'image poésie forgée par le Festival.

Bien que ces artefacts ne soient que quelques éléments parmi ceux qui contribuent à l'enracinement de la poésie à Trois-Rivières, se ce sont les plus visibles. Ils jouent donc le rôle de déclencheur dans la découverte et dans l'appropriation de l'image poésie. Ancré de la sorte dans le centre-ville, le Festival International de la Poésie n'est plus une animation

dans la ville au même titre qu'une autre. Il a pris une place très particulière du fait de ses empreintes. Grâce à elles, il peut en effet être proposé toute l'année, marque unique à découvrir. Le Festival n'est plus simplement un événement dans la ville, il devient un visage, une lecture possible de la ville : sa vision pour Trois-Rivières appropriée par la municipalité et les organismes para-municipaux.

Le Festival International de la Poésie n'a pas été un simple outil de faire valoir du processus de changement de la ville. Il a été une des « locomotives » de ce changement non pas en tant que projet spatial de reconversion dans le sens où Gravari-Barbas (2001) emploie cette image ferroviaire, mais en tant qu'acteur de dynamisation et de mise en valeur. La mission que s'est donné le FIP est de développer la place de la poésie par la mise en œuvre d'une stratégie de marketing pour la poésie. Il aura basculé de la poésie à la ville en créant, à travers sa pérennisation spatiale, un point de convergence entre les deux.

### **c. L'initiative du privé dans le marketing de la ville**

« Le ludique, le festif, la culture, tendent à devenir aujourd'hui les principaux producteurs d'espaces urbains » (Gravari-Barbas, 2001). Pourrait-on ajouter que les acteurs privés tendent à devenir des producteurs privilégiés d'espaces urbains matériels et idéels?

Gravari-Barbas nous présente la manière dont les grandes compagnies de loisir viennent s'insérer dans les centres-villes en créant des « espaces réunissant plusieurs pôles de loisirs. L'ensemble organisé de manière à créer un lieu festif, denses, animé, dans lequel le parcours du visiteur est censé s'inscrire dans une expérience globale lui apportant des sensations inédites » (Gravari-Barbas, 2006 : 51). Les espaces ainsi créés tendent à remplacer les « vrais espaces publics », délaissés de tous, autorité public comme visiteurs. Les premiers délaissent les espaces publiques faute de moyens et d'intérêts tandis que les seconds fuient des espaces peu entretenus, dont la sécurité leur semble douteuse. La ville ludique, transformation de l'expérience collective en consommation visuelle et de la vie

urbaine en spectacle exclusif, est largement laissée au soin d'acteurs privés. Ceux-ci façonnent la ville dans sa forme, dans la redéfinition de ses limites public/privé, dans ses ambiances et dans les imaginaires véhiculés.

Le Festival International de la Poésie illustre, à sa manière, l'intrusion du privé dans un domaine où l'autorité publique est généralement seule active. Tout festival ne semble cependant pas avoir cette capacité à générer des retombées sur l'image de sa ville d'inscription jusque dans l'évolution de sa vocation. Paradoxalement, il apparaît que c'est effectivement ce type de festival, d'origine privée (un passionné, artiste ou mécène), centré sur un art, qui soit le plus à même d'agir sur la ville. Boogaarts (1989) les qualifie « d'anciens festivals » (festival d'Edimbourg, festival d'Avignon) par opposition aux nouveaux, implantés par les autorités municipales « pour mieux vendre leur ville » (Boogaarts, 1989 : 116). Le Festival International de la Poésie, bien que beaucoup plus récent, peut être qualifié d'ancien festival du fait de sa raison d'être qui est dans l'art. Tout est pour la poésie, même les objectifs concernant Trois-Rivières. Pourquoi ce type de festival agit-il la ville ? Le cas du FIP est révélateur : tout entier employé à valoriser la poésie, l'ensemble des moyens, l'ensemble des partenariats possibles sont mis à profit. Tout est utilisé pour faire valoir l'art en question, tout est ployé vers lui, jusqu'à la ville elle-même. C'est ce que l'on a pu constater dans la première grande étape de la vie du FIP à Trois-Rivières durant laquelle responsables municipaux, partenaires, public, lieux, espaces publics du centre-ville, image de Trois-Rivières étaient amenés à la poésie. De plus, ces festivals ont, généralement, une haute image de marque du fait de l'originalité et de la passion qui les animent. Leur capacité à durer amplifie cette renommée par l'habitude et la force de la répétition de l'évènement. Le besoin de se définir dans l'espace par une localisation géographique reporte le renom du festival sur la ville ou le lieu qui l'accueille. Le Festival d'Avignon est connu du nom de la ville où il se déroule et Avignon est indéniablement la ville du Festival.

Cependant, tout comme pour la fête, la récupération n'est pas loin pour un festival. Les autorités locales peuvent être promptes à se réapproprier le fait privé. Nous avons vu comment l'inscription physique dans Trois-Rivières a, à la fois, davantage lié le Festival International de la Poésie à la ville au quotidien, en même temps qu'elle a activé et facilité l'utilisation par la municipalité de l'image qu'il génère. Grâce à l'organisation, à la programmation et à la médiatisation qui restent privés, le Festival conserve son statut d'acteur dans Trois-Rivières. Cependant il devient aussi objet de marketing de la ville en tant qu'image spécifique et produit touristique particulier. La notoriété du FIP, son caractère international composent ses particularités, de même que sa présence quotidienne à travers monument et plaques. Illustrations du Festival dans le temps continu de la ville, ces derniers sont plus aisément exploitables dans la mise en valeur du centre-ville de Trois-Rivières. « Tandis qu'encore là, ce qui distingue le FIP des autres festivals, c'est cette empreinte là permanente dans la ville, qui est beaucoup plus présente. Elle est là annuellement dans la ville par différentes actions et pour lesquels l'office de tourisme peut aussi faire de la mise en tourisme ou du moins les présenter à la clientèle.» (Verbatim Marilie Laferté)

## **2. Pérennisation, entre survie et instrumentalisation**

Par nature, un festival est éphémère. La pérennisation est uniquement dans la répétition cyclique de la manifestation, annuelle ou bisannuelle. Fixer dans le quotidien des traces de l'évènement relève d'une toute autre dimension, puisqu'il ne s'agit plus d'une répétition alternée avec des périodes d'invisibilité, mais d'une présence permanente. Une telle pérennisation dans le centre-ville de Trois-Rivières a constitué un tournant dans l'histoire du Festival International de la Poésie et dans sa relation à la ville.

Les festivals sont fragiles, éphémères, soumis aux aléas des financements et des équipes d'organisation. Si nous reprenons l'exemple du Festival International de la Bande Dessinée d'Angoulême, celui-ci se trouve en difficulté, menacé par différents acteurs territorialisés

dont il est pourtant l'origine. Alors que le CNBDI et le pôle image se sont ancrés dans l'espace angoumoisin, le FIBD ne laisse de lui-même aucune trace au quotidien dans la ville. Malgré sa réputation, il risque d'être facilement balayé de la scène urbaine puisqu'il n'a lui-même aucun ancrage territorial. D'autres ont installés l'image BD, la municipalité peut donc continuer à capitaliser dessus. « Ayant assuré son rôle « historique », [le festival] pourrait disparaître de la même manière que les papeteries des bords de la Charente ayant servi de vague argument de filiation entre la tradition papetière et le profil BD de la ville. » (Gravari-Barbas, Veschambre, 2003 : 295)

La pérennisation physique apparaît comme un enjeu considérable dans la survie d'un festival, tout autant que l'étalement de l'activité événementielle. Pourtant, la pérennisation d'un festival par l'installation d'éléments physiques permanents est en rupture avec la temporalité initiale d'un événement festif, ponctuel et éphémère. C'est une inclination vers le temps long de la ville, une tentative pour concilier l'inconciliable – l'urbain durable et le festivalier éphémère –. Ces éléments, réminiscences fragmentées de l'évènement, viennent combler les interstices entre deux éditions. Le festival semble en retirer un cadre au temps de la fête et une visibilité au quotidien. Les *plaques de poésie*, par exemple, se répartissent dans le périmètre où se concentre la programmation du FIP, servant de fil d'Ariane d'une activité à l'autre. Elles prennent alors tout leur sens puisqu'elles accompagnent le festival. Plus, elles sont réinvesties de leur rôle de témoin jusqu'à la prochaine édition, de même que le *Monument au poète inconnu* et la *boîte à poèmes*. Tous ont, en effet, la tâche de rappeler au quotidien la poésie dans Trois-Rivières. Cependant, pour ce qui est de rappeler l'existence du FIP, on peut seulement constater que, pour qui ne connaît pas le festival, les artefacts de poésie ne le rappelle guère. Les plaques ne le mentionnent pas. Les seuls éléments explicatifs qu'elles comportent sont le logo de la municipalité et le titre de *Capitale de la poésie*. Le FIP s'efface devant la poésie dans ses traces pérennes au sein de Trois-Rivières. Il répond seulement à son orientation qui veut créer une ville dédiée à la poésie. L'art est placé avant l'évènement, ce qui aide la spécificité à s'installer

durablement. De même, le territoire du FIP n'est aucunement dessiné par la présence des plaques. Même si celles-ci se concentrent dans le centre-ville élargi investi par les activités du FIP, elles ne désignent un territoire que grâce à une lecture aérienne de l'espace ou une vue en plan. Dans l'espace urbain, ce ne sont que des fragments collectés au gré des déplacements sans jamais pouvoir envisager l'ensemble. Du point de vue de la survie de l'évènement, les artefacts de poésie sont finalement un atout du fait de l'instrumentalisation dont ils sont l'objet. En effet, récupérés comme éléments caractéristiques de la ville, ils nécessitent pourtant une réactivation de sens chaque année par le déroulement de l'évènement. Quand bien même cette origine des plaques de poésie n'est pas connue par nombre de ceux qui les fréquentent, la tenue du festival permet la reconnaissance extérieure et la diffusion de cette spécificité par les médias. Le Festival International de la Poésie doit donc être impérativement maintenu en vie du point de vu de la municipalité puisque, pour le moment, aucun autre acteur ne génère ou n'entretient une telle image au quotidien.

Cela montre aussi l'enjeu que deviennent les traces d'évènement pour les municipalités. En effet, dans le jeu constant de récupération des produits de la fête par la ville, l'image générée par un festival est toujours un gain. Si elle présente une force et une valence attractive, les traces deviennent garantes de la permanence de la visibilité de cette image. À Angoulême, si le FIBD ne s'est pas affiché lui-même au quotidien, la municipalité s'en est chargée. Des fresques représentant des héros de BD animent les murs du centre-ville, les plaques de rues ont pris des allures de bulles de BD. En 1998, le maire d'Angoulême forme le vœux qu'en trois ans, « la ville respire la Bande Dessinée ». Pour lui, « le gisement BD n'est pas assez exploité... il est indispensable et urgent d'avoir une communication forte autour de ce qu'est l'identité de la ville. » (Gravari-Barbas, Veschambre, 2003 : 291) Il ne s'agit plus de traces, mais bien de signes qui ont pour but de désigner l'image créée par le festival et absorbée par la ville. Ainsi les plaques de poésie deviennent des détails spécifiques à Trois-Rivières qui distinguent la ville d'une autre, au même titre qu'un détail architectural ou un matériau de construction particulier. Quand bien même elles ne seraient

pas réinvesties du sens du festival, elles pourraient rester si le FIP venait à disparaître, curiosités dans l'espace urbain, tout comme c'est le cas aujourd'hui pour ceux qui n'ont pas connaissance de l'évènement.

Ancrés dans le quotidien, ces reflets de fête quittent le temps festif pour s'arrimer au temps de la ville, à moins que ce ne soit au contraire, le temps festivalier qui s'impose dans le temps de la ville. La municipalité cherche ainsi à affirmer sa spécificité mais aussi à favoriser le glissement vers la ville festive. « Dans le cas d'Angoulême, ces tendances sont particulièrement parlantes : les matérialisations concrètes et symboliques de l'évènement BD visent à projeter la ville en permanence dans un espace et un temps festivalier. » (Gravari-Barbas, Veschambre, 2005 : 305) Les plaques de poésie dans Trois-Rivières ne procèdent pas du même mécanisme puisque l'organisation du FIP a initié leur installation et non la municipalité. Pourtant, elles sont fenêtres sur un ailleurs qui n'est pas forcément celui du festival ou de la fête, mais celui de la poésie, un autre regard posé sur le monde, « une couleur dans la nuit » (Clancier, 2004).

### **3. La poésie pour modeler le centre-ville ?**

Certains festivals ont une grande capacité à modeler la ville idéale en lui forgeant une nouvelle image. Les géographes se sont intéressés aux évènements festifs en raison du marquage et de l'émergence de territoire qu'ils sont capables d'opérer. Partant de là, le Festival International de la Poésie pourrait-il avoir un rôle dans la reconfiguration du centre-ville de Trois-Rivières ?

#### **a. Un nouveau centre à délimiter**

Dans le repositionnement vocationnel des villes industrielles que nous avons observé, deux attitudes se présentaient : soit un reniement complet du passé industriel (Bilbao), soit au contraire une acceptation et une prise d'appui sur ce passé (Emscher Park). Trois-Rivières se positionne à mi-chemin et oscille entre table-rase et réutilisation. On a ainsi assisté à des

démolitions radicales de bâtiments industriels qui, pourtant, auraient pu être recyclés, tels ceux de la Wabasso Cotton. L'industriel est encore présent, mais il n'est plus référence. Parallèlement à cet effacement des témoins concrets de l'ancienne vocation industrielle, le choix d'être ville d'histoire empêche un détournement complet de ce passé. Ainsi, le parcours historique dont les panneaux d'interprétation jalonnent le centre depuis 1984 y fait constamment référence. De même, les Forges du Saint-Maurice, à présent transformées en centre d'interprétation, restent un des symboles de Trois-Rivières les plus mentionnés par les trifluviens. Au coeur de la trame urbaine, elles sont rappelées grâce au boulevard puis à la rue des Forges qui se trouve être l'épine dorsale du centre-ville, concentrant restaurants et salles de spectacle. Le passé industriel devient source d'expérience culturelle et de loisir. Il est mis en scène, muséifié en vue d'une transformation en produit touristique, comme en témoigne le Centre d'exposition sur l'industrie des pâtes et papiers. Situé sur la Terrasse Turcotte, ce dernier présente en exposition permanente l'histoire du Trois-Rivières de papier et les modes de production industriel du papier.

Le site de l'ancienne Tripap fait parti de ces espaces de table-rase emblématique du changement vocationnel de Trois-Rivières. Complètement démantelé et démoli, ce site de quelque 30 Ha doit accueillir le projet « Trois-Rivières sur Saint-Laurent », vaste développement résidentiel et récréo-touristique. Sur l'ancien terrain industriel, on se propose de construire, entre autres, un champ de foire, un amphithéâtre, un complexe hôtelier, une promenade et un quartier résidentiel. Ce projet doit contribuer au redéploiement du centre-ville de la nouvelle ville de Trois-Rivières. En effet, si avec la fusion de 2001, le centre de l'ancienne ville est resté le pôle attractif fort, la volonté d'en élargir la zone périphérique est aussi présente. Il serait donc question d'étendre le centre périphérique et d'englober le vieux Cap-de-la-Madeleine ainsi que les îles. Trois-Rivières-sur-Saint-Laurent deviendrait l'articulation de cette nouvelle configuration (Verbatim Denis Ricard).

### **b. Utiliser l'évènement ?**

C'est « en investissant progressivement les principaux lieux et places publics, en revalorisant certains espaces, [que le FIBD] a contribué à renforcer et à étendre le centre-ville [d'Angoulême]. » (Gravari-Barbas, Veschambre, 2005 : 292) Le FIBD propose des expositions et quelques activités dans certains bâtiments publics d'Angoulêmes. Mais l'évènement s'installe principalement dans l'espace public places et rues. Par le déploiement de ses activités, il a assuré la redécouverte d'espaces et l'extension du réseau de rues considérées comme étant du centre-ville. Le Festival International de la Poésie opère partiellement de la sorte pour le centre-ville actuel de Trois-Rivières. Les autres festivals – Festival Danse Encore, International de l'Art Vocal, ... – concentrent principalement leurs activités sur la rue des Forges et le Vieux Port. Ils contribuent ainsi à la perception répandue qui réduit le centre à la rue des Forges<sup>108</sup>. Le FIP élargit ce territoire central restreint puisqu'il est présent, non seulement dans des restaurants de la rue des Forges, mais aussi dans le Vieux Trois-Rivières – Est de la rue des Forges – et sur la rue Saint-Roch – Ouest de la rue des Forges –, de plus il dépasse la rue Bonaventure au Nord jusqu'à la rue Saint-Maurice, dans un centre-ville considérablement élargi.

On pourrait imaginer instaurer des activités dans le vieux Cap-de-la-Madeleine afin de contribuer à relier celui-ci au centre actuel. Il s'agirait d'élargir le territoire du FIP en vigueur sous l'ancienne municipalité pour l'adapter au territoire du Trois-Rivières fusionné. Puisque le Festival a choisit le centre-ville, il est important de l'y conserver tout en favorisant un rapprochement avec les néo-trifluviens et leurs territoires. Ce volet ne joue que sur l'étalement des sites d'activité du festival. Cela permet d'envisager et de s'approprié autrement la réalité encore récente de Trois-Rivières fusionnée à travers l'expansion souhaitée de son centre-ville. Cependant, comme nous l'avons vu précédemment, le FIP est un évènement qui ne s'épanche que très peu dans l'espace public.

Or, le pouvoir de marquage et de révélateur de la fête est, en grande partie, contenu dans l’envahissement de l’espace public – trottoirs, rues, places – par le public et les attributs de la fête. Si bien que l’implantation d’activités sur l’autre rive de la Saint-Maurice, dans la mesure où elles ressemblent aux types d’activités préexistantes n’agirait vraisemblablement pas sur l’élargissement du centre.

Par contre, organiser des animations qui installent la poésie et le public dans la rue aurait le double effet de faire voir plus clairement le festival et de procéder à un marquage mémoriel de l’espace. Les villes nouvelles françaises ont souvent eu recours aux événements festifs pour achever leur constitution, de même que les villes moyennes pour la re-qualification de leur centre. Chadoir et Ostrowetsky se sont longuement penchés sur cette utilisation. Évoquant l’exemple de Marne-la-Vallée, ils montrent comment le spectacle « *Trapèzes* » installé dans la Ferme du Buisson a travaillé à la constitution de ce lieu en espace central pour la ville nouvelle. « Ce spectacle est en partie conçu comme manière d’investir l’ensemble de l’espace de la Ferme, devenue friche, comme parcours, déambulation festive destinée à une découverte, voire une redécouverte de la ferme. » (Chadoir, Ostrowtesky, 1996) On retrouve cette idée de redécouverte et de réappropriation globales de l’espace dans l’autre exemple proposé : la requalification du centre de la ville de Niort. Ici, il s’agit d’interventions de déguisement de l’espace public et d’invitation au parcours, une fois encore (Chadoir, Ostrowtesky, 1996). Les éléments clés de ces interventions sont la réappropriation par le cheminement de l’espace urbain et le jaillissement d’un imaginaire urbain collectif autant d’élément exploitable par le FIP en vu de travailler sur le centre-ville de Trois-Rivières. Il faudrait alors évoquer les questions d’activités mobiles, de sonorisation des rues, d’interventions en espace public...

Cependant, l’organisation du Festival International de la Poésie est seule décideuse en ce qui concerne la répartition et les types d’activités. Elle doit trouver un intérêt à de telles

---

<sup>108</sup> Enquête été 2006.

modifications de sa programmation et de ses lieux d'activités, ou rencontrer un partenaire prêt à porter le projet et à démontrer son intérêt. De plus, si l'animation du festival peut faire émerger des lieux et des liens entre ces lieux, le temps de la ville est dans la durée, seules les traces physiques peuvent l'accompagner. Ce sont par ailleurs les seuls éléments sur lesquelles la municipalité peut avoir prise.

### **c. Artefacts et autres signes de poésie**

Utiliser des artefacts de poésie n'est pas garant de la reconstitution du centre. Cependant, en tant que spécificité de Trois-Rivières, ils peuvent contribuer ponctuellement à créer un lien symbolique entre les différents espaces de ce centre-ville.

Actuellement, la poésie est présente physiquement dans l'espace public du centre-ville de Trois-Rivières grâce aux *Plaques de poésie*, au *Monument du poète inconnu* et à la *Boîte à poèmes* ainsi que par l'appellation de certaines boutiques dont le coiffeur Ode. Le Monument est l'ancrage de la poésie au sein du pôle institutionnel de la ville, symbole du lien qui se tisse entre les deux. Les plaques de poésie sont des éléments appréciés par la population et par les visiteurs. Elles ont une signification pour les premiers et sont suffisamment intrigantes pour les autres afin de marquer les esprits. De plus, les plaques de poésie sont doublement signifiantes : elles sont la présence quotidienne de la poésie dans la ville et, à ce titre, témoins du titre Capitale de la Poésie. Dans le même temps, elles ont le sens du vers qu'elles portent. Elles possèdent ainsi des atouts inexploités jusqu'à présent dans le travail sur le centre-ville de Trois-Rivières.

Que ce soit au niveau de certains élus municipaux, de l'Office de tourisme, ou même de citoyens, on exprime des désirs de multiplication des traces de poésie. Dénominations de rues, arts publics sont évoqués pêle-mêle afin de renforcer la spécificité poétique de la ville et sa visibilité. Si ces actions peuvent imprimer une certaine identité aux lieux, elles n'entrent aucunement dans la structuration de l'espace.

Si nous reprenons l'idée des plaques de poésie. Actuellement, nous l'avons vu, elles ont été installées dans le centre-ville au gré de l'intérêt et du consentement des propriétaires des bâtiments. Ceux-ci ont eu la possibilité de choisir le vers, afin qu'il puisse être en résonance avec leur commerce ou leur habitation. Pour le reste, la répartition des plaques dans le périmètre défini relève de l'aléatoire. Par la Promenade de la Poésie, l'office du tourisme a tenté d'instaurer un ordre en définissant un parcours. Cependant, aucune réflexion du rapport à l'urbain n'a été faite pour leur installation. Le parcours proposé n'est donc pas lisible clairement dans l'espace urbain. Un plan est nécessaire pour le suivre. Pourtant dans une disposition raisonnée, ces mêmes plaques pourraient jalonner des parcours distincts dans la ville et ainsi venir la structurer. Il s'agirait donc de réorganiser les plaques existantes et d'en rajouter avec des thématiques variées déterminants les différents parcours.

Dans ce scénario, l'installation de nouvelles plaques joue comme renforcement de l'image. La disposition en parcours est l'outil de dessin de territoire dans la ville. Les plaques sont un nuage dont on picore l'essence au gré d'un déplacement, ou encore une promenade que l'on suit pour visiter la ville au même titre que des panneaux d'interprétation historiques. Il faut cependant veiller à ne pas multiplier de telles plaques au risque de les banaliser du fait d'un nombre excessif. Une telle inscription physique, à fortiori en tant qu'élément structurant de l'espace urbain, garantit que si le festival devait péricliter, son héritage resterait malgré tout et trouverait une utilisation touristique ou ludique, trace d'un événement révolu qui aura façonné l'imaginaire de Trois-Rivières. Municipalité, Festival, le principal bénéficiaire de l'implantation de la poésie de la ville semble plutôt être l'habitant de Trois-Rivières ou le visiteur, qui découvre en quelques pas d'autres fenêtres sur le monde : à porter de lecture des instants d'éternité.

## Conclusion

*Du dur désir de durer*

Paul Éluard

Dans la lignée des festivals des origines, dont la préoccupation première était l'art et sa transmission à un public, le Festival International de la Poésie, tout en conservant sa raison d'être d'origine, a développé une relation particulière avec la ville de Trois-Rivières. Dans une dynamique où se sont combinées actions réfléchies et concours de circonstances, et dans laquelle une multiplicité d'acteurs ont joué un rôle, le FIP laisse sa marque dans l'image de Trois-Rivières, *Capitale de la Poésie*. Félix Leclerc avait dit « Trois-Rivières deviendra la Capitale de la Poésie ! », sa phrase tenait bien de la vision d'avenir !

Au demeurant, Trois-Rivières a révélé, au gré des années, des avantages non négligeable pour le développement du FIP. Ville d'eau, installée le long du Saint-Laurent, elle possède naturellement un environnement invitant pour les promeneurs, les visiteurs et les touristes. Ville d'histoire, les cadres bâtis du centre-ville et du Vieux Trois-Rivières renforcent l'attrait esthétique d'une dimension culturelle. Au-delà de l'aspect du cadre bâti, la notion de centre-ville a repris son sens à Trois-Rivières du fait de la volonté explicite de la municipalité d'y concentrer les équipements majeurs de la ville (centre des congrès) et particulièrement les équipements culturels. En effet, au même titre que bien d'autres anciennes villes industrielles, la municipalité a choisi, dès les années 1980, de mettre l'accent sur la culture comme outil de distinction et de reprise économique. Ainsi, le FIP a pu bénéficier de l'amélioration progressive de l'aménagement du centre-ville pour y installer ses activités et les multiplier, ainsi que de l'appui en financier et surtout en biens et services offerts par la municipalité.

Nous avons donc pu voir, au cours de ce travail, que tout en s'employant avant tout à faire rayonner la poésie et à y intéresser un public toujours plus large, le Festival International de la Poésie a développé une vision pour la ville de Trois-Rivières, en tant que ville de tourisme pouvant offrir une place à la poésie. C'est par cette pensée pour la ville, mais aussi

dans le travail têtue de développement et de médiatisation de l'évènement des organisateurs du FIP que le Festival a participé à la redéfinition de la vocation de la cité trifluvienne, de ville industrielle en crise à ville culturelle, voir festive. L'appui du festival à la transition vocationnelle de Trois-Rivières s'est surtout fait sentir dans la construction d'une nouvelle image de la ville perçue à l'extérieur et par la génération d'une fierté au sein de la population locale.

Ce mémoire n'aura fait qu'aborder succinctement les retombées du Festival sur la ville en attendant un approfondissement à venir. Nous pouvons cependant dire que dans leur diversité, la notoriété et la visibilité que Trois-Rivières retire de cet évènement sont en effet les plus remarquables. Si les trifluviens ne participent pas forcément au Festival, loin de là, la plupart d'entre eux sont pourtant conscients et souvent fiers de l'évènement qui met leur ville « sur la map » ! Dès les premières éditions, cette valorisation de la ville par le FIP a été largement diffusée par les médias locaux, au point d'y lire, que durant la période la plus noire pour Trois-Rivières, correspondant approximativement au dix premières années du festival, les poètes et la poésie étaient les seules éléments valorisant pour la ville. Propos excessifs qui traduisent cependant un lien étroit entre l'évènement et son lieu-hôte.

La recherche de partenaires locaux, l'insertion dans le milieu local, la volonté permanente d'associer la municipalité à l'évènement ont favorisé, semble-t-il, un ancrage local du Festival dont la thématique, à priori, ne devait pas faciliter les choses. Le FIP, évènement international, dans un domaine très spécifique, faisant parler de la ville et y attirant des étrangers prend, ici, une des valeurs fondamentales de la fête : faire image et générer le rassemblement d'une communauté au moins dans la fierté.

Pourtant, le Festival International de la Poésie ne s'épanche que très peu dans l'espace public. S'il est fête, il est fête intérieure, contredisant en cela la tendance générale qui va vers la (con)-fusion des fêtes et des festivals en un genre hybride. Si bien que sa capacité à

faire émerger et à structurer des lieux n'est pas comparable à celle d'autres événements festifs. Il n'est pas question de foule, ni de marquage éphémère ou de recomposition de l'espace urbain. On ne peut pas évoquer un phénomène d'émergence de lieux à proprement parler. Cependant, à travers son matériel promotionnel, le FIP médiatise des lieux emblématiques de Trois-Rivières – le Pont Laviolette, le Fleuve Saint-Laurent, la rue des Forges – et crée de nouvelles associations de sens en reliant ces lieux à la poésie, en les reliant par la poésie.

D'autres éléments spatiaux, issus du Festival, sont aussi médiatisés de la sorte – le *Monument au poète inconnu* et les *Plaques de poésie* –. Ces derniers sont de l'ordre de la trace physique, tangible, une inscription pérenne sur les murs de la ville et dans ses places. Ils différencient le FIP des autres festivals présents dans la ville. Les *plaques de poésie* sont tout particulièrement remarquables que ce soit par les habitants, les visiteurs ou encore les journalistes couvrant Trois-Rivières. Ces phrases d'amour génèrent un lieu ou égayent un moment en fonction de l'expérience de chacun. Si le *Monument au poète inconnu*, par sa localisation dans une place qui lui est dédiée, marque un lieu durablement et pour tous, la production spatiale des *plaques de poésie* relève de l'expérience, si ce n'est individuelle, du moins privée – couples ou groupes restreints peuvent la vivre ensemble –. Les plaques sont des potentialités de lieux, partagées collectivement, puisqu'elles sont visibles par tous, mais révélées individuellement. Ainsi, si le FIP ne renoue pas véritablement avec les caractères festifs qui mènent à la (re)-constitution ou à l'émergence de lieux, il offre en revanche, incognito, des fenêtres sur un ailleurs par ces vers semés à travers la ville.

Autour de ces traces physiques naissent des enjeux qui rejoignent ceux de tout festival et de toute ville d'accueil. Ici, le procédé, à cause de l'écriture, fait étonnement écho au propos de Georges Pérec « Ecrire : essayer méticuleusement de retenir quelque chose, de faire survivre quelque chose : arracher quelques bribes précises au vide qui se creuse, laisser, quelque part, un sillon, une trace, une marque ou quelques signes » (Pérec, 1983). Il s'agit

bien de durer, de laisser la marque de son existence. Il s'agit aussi de parvenir à concilier le temps continu de la ville avec la temporalité ponctuelle du festival. *Du dur désir de durer*, ainsi que le disait Paul Éluard, traduit bien le rapport entre ville et festival. Les festivals s'attèlent à la tâche de perdurer dans les années, soumis aux aléas des subventions, des évolutions des équipes d'organisation et aussi de la compétition entre villes. Diversifications et étalement dans le temps des activités, installations pérennes de rappel sont autant de moyens pour eux de chercher une pérennisation. Pour la ville et plus particulièrement l'ancienne ville industrielle, durer est avant tout réagir, changer de voie, changer d'image et se repositionner sur l'échiquier des places urbaines. Par la suite, il lui faut conserver et faire évoluer une image attractive dans le contexte de mondialisation et d'extrême mobilité qui est le nôtre.

Répondant à ce désir, le Festival International de la Poésie travaille à étirer le temps de la poésie dans la ville. En cela, la présence des artefacts et des activités complémentaires viennent combler le silence de l'entre deux éditions. Pour la municipalité par contre, il faut conserver et renforcer une spécificité qui apporte notoriété et contribue à se démarquer des autres villes. La présence du Festival et de ces traces contribue à façonner un visage particulier à la cité trifluvienne. L'accent est mis sur la création d'une image pour la ville – Capitale de la Poésie –, sur le déploiement d'une ambiance par les artefacts de poésie qui servent aussi à une projection hors du quotidien de par leur nature – des vers de poésie –. Les souhaits de multiplication de ces artefacts témoignent de la volonté d'ancrage de cette image. Ainsi, malgré sa nature, le Festival de la Poésie est progressivement ancré aux temps de la ville : temps long continu de la ville physique, mais aussi temporalités privées des habitants ou des visiteurs, aux ponctualités fréquentes ou plus espacées, régulières ou irrégulières.

Tout cela illustre une manière actuelle de vivre et donc de faire la ville dans la recherche d'expériences, d'atmosphères et d'ambiances variées, dans la mobilité et la recherche d'un

ailleurs là où l'on se trouve. Le rapport entre le Festival International de la Poésie et la ville de Trois-Rivières joue en effet sur la constitution d'une image très spécifique et attractive et sur la création d'actions et d'espaces improbables en inscrivant la poésie dans l'ancienne ville industrielle.

Ce présent travail a permis d'observer les retombées du Festival International de la Poésie sur la ville de Trois-Rivières de manière assez générale. Seuls les aspects liés à la pérennisation physique et au lien avec la réhabilitation du centre-ville ont été plus approfondis. Pourtant, que ce soit dans la réflexion sur l'urbain ou dans d'autres domaines, de nombreuses pistes de réflexions restent à développer. Une des premières interrogations face à la relation Trois-Rivières/Festival International de la Poésie provient de la succession d'appellation *Capitale du Papier*, *Capitale du Chômage*, *Capitale de la Poésie*. Cette dernière nous paraît liée à l'évolution de l'image de Trois-Rivières ainsi que nous l'avons vu au cours de ce mémoire. Cependant, cette image provient de l'extérieur de la ville. Il nous apparaîtrait intéressant de voir plus précisément dans quelle mesure la population trifluvienne s'est appropriée ces images successives et les productions qui en résultent.

Les retombées du Festival International de la Poésie sur Trois-Rivières résultent d'un ensemble de paramètres spécifiques (des personnalités de l'équipe d'organisation au contexte urbain et culturel de la ville) ; c'est pour cela que nous avons jugé l'expérience difficilement reproductible. Cependant, plusieurs festivals de poésie, inspirés de celui de Trois-Rivières, existent à travers le monde. À l'exception de quelques-uns, véritablement parrainés par le FIP, la plupart n'ont de lien que la réutilisation des méthodes développées à Trois-Rivières. Afin de mieux saisir la part du contexte local dans les retombées d'un festival sur une ville, il serait intéressant de mener une étude comparative de ces différents festivals dans leur rapport à leur ville d'inscription. Si la présence du Festival International de la Poésie et de ses traces contribue à façonner un visage particulier à la cité trifluvienne, quand est-il ailleurs ?

Cette étude a suscité et suscite encore beaucoup d'étonnement lorsqu'elle est présentée comme étant du domaine de l'urbanisme. Il semble qu'un festival ne peut être objet d'étude dans un tel domaine, encore moins un Festival International de la Poésie. Pourtant, nos villes se préoccupent grandement de l'offre culturelle et festive dans leurs murs, sans être toujours pleinement conscientes de l'apport de tels événements pour leur modelage tant physique, social qu'imaginaire. Déplacer le regard de la ville vers le festival relevait du pari. Celui d'observer et de révéler les apports de l'évènement et leur (ré)-utilisation pour faire ville, pour faire la ville. Rendue, dans la continuité de cette étude, du côté de l'organisation du Festival International de la Poésie, l'urbanisme n'en est pas moins toujours présent, étant animée par la préoccupation de l'inscription dans l'espace public et au sein de la ville pluridimensionnelle. Chaque année, nous cherchons à inscrire de nouvelles marques dans le palimpseste de Trois-Rivières pour une lecture renouvelée de la cité.

## Bibliographie

Arbour et associés, Ville de Trois-Rivières, *Programme Particulier d'Urbanisme*, 2004.

Alary C. (2000). « La ville-spectacle est-elle une fiction? »

[http://www.cafe-geo.net/article.php3?id\\_article=174](http://www.cafe-geo.net/article.php3?id_article=174)

Amirou R. (1999). « Patrimoine, terroir et communication touristique, La relation entre imaginaire et communication », in *Cahier Espaces* n°64, p43-48.

Bégin, B. (1960) J. *Rapport accompagnant le plan directeur d'urbanisme de Trois-Rivières*, s.l., s.n., 2 vol.

BGH planning inc., 1986, *Inventaire architectural, rapport de synthèse*.

Boogaarts (1992). « La festivalomanie, à la recherche du public marchand », dans *Annales de la Recherche Urbaine* n°57-58, p114-119.

Burgel G. (1993). *La ville aujourd'hui*, Éditions Hachette, Paris, 220p.

Castells M. (2001). *La société en réseaux*, Éditions Fayard, Paris, 671p.

Clancier S. (2004). *Une couleur dans la nuit*, coédition Éditions Phi, Esch-Alzette, et Les Écrits des Forges, Trois-Rivières, 160 p.

Chadoir P. et S. Ostrowetsky (1996). « L'espace festif et son public. Villes Nouvelles - Villes Moyennes », dans *Annales de la Recherche Urbaine* n°70, p78-88.

Choay F. (1992). *L'allégorie du patrimoine*, Éditions du Seuil, Paris, 272p.

Chouchan L. (1993). « Avoriaz, Deauville, Cognac des festivals pour communiquer », dans *Cahier Espaces* n°31, p44-48.

Davezies L. (2004). “ Développement local : le déménagement des Français. La dissociation des lieux de production et de consommation”, in *Futuribles* n°295, p43-56.

Di Méo G. (2001). « Le sens géographique des fêtes », dans *Annales de Géographie* n°622, p. 624-646.

Di Méo G. (2005). « Le renouvellement des fêtes et des festivals, ses implications géographiques », dans *Annales de Géographie* n°643, p. 227-243.

Douay N. et I. Duaso (à paraître). « Les villes à l'ère de la compétition : l'avènement du Glamour Planning », dans N. Buchoud dir., *La révolution urbaine*, Éditions du CERTU, Paris.

Élias S. (1994). « La ville et son tourisme : image et accessibilité », dans *Cahier Espace* n°39, p. 53-60.

Fortin A. (2000). *Nouveaux territoires de l'art*, Éditions Nota Bene, Québec, 319p.

Garat I. (2000). « Fêtes en ville, villes en fête » [http://www.cafe-geo.net/article.php3?id\\_article=443](http://www.cafe-geo.net/article.php3?id_article=443)

Garat I. (2005). « La fête et le festival, éléments de promotion des espaces et représentations d'une société idéale », dans *Annales de Géographie* n°643, p. 265-284.

Gravari-Barbas M. (2001). « Nouveaux loisirs, nouvel urbanisme ? », site du Festival international de géographie de Saint-Dié-des-Vosges,  
[www.xxi.ac-reims.fr/fig-st-die/actes/actes-2001/barbas/articles2.htm](http://www.xxi.ac-reims.fr/fig-st-die/actes/actes-2001/barbas/articles2.htm)

Gravari-Barbas M. (2006). « La ville à l'ère de la globalisation des loisirs », dans *Espaces tourisme et loisirs* n° 234, p 48-57.

Gravari-Barbas M., V. Veschambre (2003). « Angoulême du festival de la BD à la « ville de l'image » : Jeux d'acteurs et construction d'un lieu culturel », dans Gravari-Barbas M. et P. Violier dir., *Culture des lieux, lieux de culture*, Presses Universitaires de Rennes, p. 281-296.

Gravari-Barbas M., V. Veschambre (2005). « S'inscrire dans le temps et s'appropriier l'espace : enjeux de pérennisation d'un événement éphémère. Le cas du festival de la BD à Angoulême », dans *Annales de géographie* n°643, p283-306.

Grisel A. (1993). « Création, tourisme et image », dans *Cahier espaces* n°31, p94-101.

Hauenschild A. (1999). « En ruine et ... fier de l'être ! »,  
<http://www.smq.qc.ca/publicspec/actualites/creport/reportages/patindustriel/index.phtml>

Huard J. (2001). *Fête, société et culture : les festivals comme profil culturel de la société québécoise contemporaine*, Université du Québec à Montréal, Montréal, 212p.

Ingallina P., J. Park (2005). « City Marketing et espaces de consommation. Les nouveaux enjeux de l'attractivité urbaine », dans *Urbanisme* n°344, p64-66.

Keller K. (1993), "Conceptualizing, Measuring and Managing Customer-Based Brand Equity", *Journal of Marketing*, n°57, 1-22.

Lazarotti O. (2003). « Identités urbaines : main basse sur la ville... », dans Morisset L.K. et L. Noppen (2003). *Identités urbaines*, Éditions Nota Bene, Québec, p37-57.

Le Goix (2005). *Villes et mondialisation, le défi majeur du XXIe siècle*, Ellipses, Paris, 175p.

Le Nouveau Petit Robert, 2000

Lefevre P. (1999). « L'art du paysage à Emscher Park: Génie hydraulique et ingénierie culturelle » dans *Les annales de la recherche urbaine* n°85, p190-195.

Loubières A. (2004). « La ville marketing » dans *Urbanisme* n°344, p.

Lucchini F. (2003). « Festivals, l'alibi culturel? » dans *Urbanisme* n°331, p 47- 49.

Masboungi A. dir. (2001). *Bilbao : la culture comme projet de ville*, Ministère de l'équipement, des transports et du logement, Paris, 130p.

Merunka D., A. Ouattara (2006). « La ville en tant que marque : métaphore ou réalité ? », <http://www.cerog.org/fr/ressources/working-papers/> , 17p.

Morvan Y. (2005). « La ville marketing essai d'interprétation », in *Urbanisme* n°344, p71-74.

Morisset L. K. (1999). « Voyage au pays de l'identité De la définition d'un paysage touristique à la création de la spécificité culturelle canadienne-française », in Cazalais N., R. Nadeau et G. Beaudet, dir., *L'espace touristique*, Presses de l'Université du Québec, p. 213-236.

Paquot T. (2003). « La fête en ville », dans *Urbanisme* n°331.

Pérec G. (1983). *Espèces d'espaces*, Galilée, Paris, 124p.

Quincerot R. et O. Réal (2003). « Table ronde - Les paradoxes de la concurrenceterritoriale », in *Urbanisme Hors-série* n°18, p.60-61.

Rosemberg M. (2000). *Le marketing en question : production d'espaceet de discours dans quatre projets de villes*, Anthropos, Paris, 184p.

Trépanier G. (1981). *Trois-Rivières: arrondissement historique. Étude historique et de potentiel archéologique*, Trois-Rivières [Québec], Ministère des Affaires culturelles et Ville de Trois-Rivières

Trépanier, G. (1988) *Arrondissement historique et Vieux port de Trois-Rivières: étude historique et de potentiel archéologique*, Trois-Rivières, Ville de Trois-Rivières, 366 p.

Sites Internet :

[http://agora.qc.ca/mot.nsf/Dossiers/Espace\\_public](http://agora.qc.ca/mot.nsf/Dossiers/Espace_public)

<http://www.aroots.org/notebook/article106.html>

<http://artslivres.com/ShowArticle.php?Id=128>

<http://www.artvocal.com/>

<http://bilan.usherbrooke.ca/bilan/pages/evenements/1582.html>  
<http://www.cca.qc.ca/>  
<http://www.chilton.com/paq/archive/PAQ-05-098.html>  
[http://www.club-ville-amenagement.asso.fr/textes/publications/lettresduclub/lettre%204/L4\\_Ruhr.rtf](http://www.club-ville-amenagement.asso.fr/textes/publications/lettresduclub/lettre%204/L4_Ruhr.rtf)  
[http://www.fetesdebayonne.free.fr/version2/page\\_tenue\\_officielle2004.htm](http://www.fetesdebayonne.free.fr/version2/page_tenue_officielle2004.htm)  
<http://www.ficg.qc.ca/Menu.htm>  
[http://www.histoirequebec.qc.ca/publicat/vol7num1/v7n1\\_3st.htm](http://www.histoirequebec.qc.ca/publicat/vol7num1/v7n1_3st.htm)  
<http://www.ida-downtown.org>  
[http://www.kruger.com/Francais/D\\_Newsprint/Mill\\_Wayagamack\\_F.html](http://www.kruger.com/Francais/D_Newsprint/Mill_Wayagamack_F.html)  
<http://www.lanaudiere.org/>  
<http://laville.v3r.net/portail/>  
<http://www.le-creusot.fr>  
[http://www.mri.gouv.qc.ca/mexico/fr/delegation/cooperation-affaires\\_publicques/salle\\_de\\_presse/communiqués/09-03-2005.asp](http://www.mri.gouv.qc.ca/mexico/fr/delegation/cooperation-affaires_publicques/salle_de_presse/communiqués/09-03-2005.asp)  
<http://www.oqaj.gouv.qc.ca/francais/nouvelles/n251105.html>  
[http://www.tlfg.ulaval.ca/axl/francophonie/HIST\\_FR\\_s1\\_Expansion-romaine.htm](http://www.tlfg.ulaval.ca/axl/francophonie/HIST_FR_s1_Expansion-romaine.htm)  
[http://www.temiscaming.nethhttp://www.isige.ensmp.fr/01\\_mastere/voyage\\_bilbao/](http://www.temiscaming.nethhttp://www.isige.ensmp.fr/01_mastere/voyage_bilbao/)  
<http://www.thecanadianencyclopedia.com/>  
[http://thesesophiediane.free.fr/article.php3?id\\_article=14](http://thesesophiediane.free.fr/article.php3?id_article=14)  
<http://www.tourisme-gaspesie.com/evenements.html>  
<http://verbeeck.iquebec.com/papeteries.html>

# **Annexe 1 : Grille d'entrevues**

Intro : Présentation générale du mémoire

## **1- Rappel du rôle de la personne / de l'organisme / du service**

Rôle de l'organisme

Préoccupations, sujets d'intérêts

## **2- L'organisme et Trois-Rivières**

Évolution de Trois-Rivières au cours des vingt dernières années

## **3- L'organisme et le Festival International de la Poésie**

Intérêts que représente le FIP

Actions avec/pour le FIP

Type d'actions

Quand et sur combien de temps

Où

Retombées du FIP

## **4- Le Festival International de la Poésie et Trois-rivières**

Reconnaissance d'une spécificité poétique à la ville

Appropriation de la poésie et du FIP par les trifluviens

## **Annexe 2 : Liste des personnes rencontrées**

Monique Leclerc, Conseillère municipale de Trois-Rivières déléguée à la culture

André Gabias, Député de Trois-Rivières à l'Assemblée nationale

Denis Ricard, Directeur du service d'Urbanisme de la ville de Trois-Rivières

Michel Jutras, Directeur de la Corporation de Développement Culturel de Trois-Rivières

Marilie Laferté, Directrice de l'Office de Tourisme et des Congrès de Trois-Rivières

Diane Pelletier, Directrice de la Société de Développement Économique du Centre Ville de Trois-Rivières

Christiane Charrette, Propriétaire du Restaurant Saint-Germain Bistro

Gérant du Bucafin

Claude Doherty, Membre du CA de la Fondation des Forges

Maryse Baribeau

Gaston Bellemare

## **Annexe 3 : Enquête-trottoir perception de Trois-Rivières et perception du FIP**

### 1) Renseignements sur les enquêtés

Année de naissance

Sexe

Habitez-vous Trois-Rivières? (O/N)

Habitez-vous dans le centre-ville de Trois-Rivières? (O/N)

Possédez-vous une voiture?

Venez/allez-vous souvent au centre de Trois-Rivières?

Qu'est-ce qui vous incite à venir/aller?

De quelles origines êtes-vous? (Mauricie, Québec, Canada, autre)

Raison de votre présence à Trois-Rivières? (Tourisme, affaire, famille, étude)

### 2) Questions sur Trois-Rivières

Qu'est-ce qui symbolise Trois-Rivières pour vous?

Quels sont les lieux qui, pour vous, sont les plus emblématiques de la ville?

### 3) Questions sur le FIP

Avez-vous déjà entendu parler du FIP?

Y avez-vous déjà participé?

Quand?

À quelles activités?

Que représente le FIP pour vous?

Quels sont les lieux emblématiques du FIP?

Est-ce que, pour vous, la poésie est associée à Trois-Rivières? Dans quelle mesure? Depuis quand?

Est-ce qu'elle est associée à l'ensemble de Trois-Rivières?

## **Annexe 4 : Quelques résultats de l'enquête-trottoir**

L'échantillon touché par l'enquête comprend 34 habitants du centre ville de Trois-Rivières, 55 habitants de la périphérie de Trois-rivières, 18 résidents de Mauricie, 30 en provenance du reste de la province du Québec, 1 Canadien et enfin 9 couples étrangers, principalement français pour un total de

Autant que possible, les personnes interrogées ont été individuellement, cependant, une des difficultés a été de faire accepter aux couples et aux groupes de ne pas répondre ensemble.

Ressort de cette enquête succinct que ce qui symbolise le mieux Trois-Rivières est avant tout son ascendant historique : sa place de deuxième ville du Québec, les hommes issus de sa population qui ont marqué le Québec laisse définitivement dans l'esprit des gens cette caractéristique de ville d'Histoire. En suivant, on voit l'importance du fleuve deuxième élément symbolique fort cité tant par les résidents de la ville que pour les étrangers.

Par la suite, si les étrangers associent la ville aux trois rivières, les résidents, pour leur part, relient davantage la ville à la force des activités culturelles.

Une chose étonnante est le nombre élevé de résidents de Trois-Rivières n'ayant pas d'opinion quand à un élément symbolique pour la ville.

Concernant les lieux les plus représentatifs de la ville, nous tenons à préciser, qu'il a été difficile d'obtenir une opinion des personnes de l'étranger dans la mesure où l'arrêt sur Trois-Rivières n'est qu'une courte pause entre Montréal et Québec permettant rarement de se faire un avis.

Trois lieux ressortent très visiblement : le Port, la Rue des Forges, le Vieux Trois-Rivières. Les résidents donnent en suivant une place d'importance relative au Parc Champlain.

## **Annexe 5 : Chronologie du Festival International de la Poésie**

1985 : Festival National de la Poésie : 3 jours

1989 : Festival International de la Poésie : 5 jours

1994 : Festival International de la Poésie : 10 jours

Création de la Promenade de la Poésie : 300 poèmes ancrés aux murs de la ville

Création du Monument au Poète inconnu

Création de la Boîte à poèmes d'amour

1995 et suivantes : 14 février : dépôt d'une gerbe de fleurs au pied du Monument par le Maire de la ville : rendre hommage à tous les poètes

1999 : La Place du Poète inconnu devient la Place Alphonse-Piché

2000 : Poèmes dans les autobus

2000 : Promenade de la Poésie : Parc de la Mauricie

2004 : 20<sup>ème</sup> anniversaire

2005 : Création de l'École Nationale de Poésie

2006 : Quebecor inc. devient commanditaire pour 4 ans

## **Annexe 6 : Prix attribué au Festival International de la Poésie**

Décernés au FIP en 2005 :

- International Downtown Merit Award ex-equo avec la ville de Los Angeles ; prix remis à Denver, Colorado par l'International Downtown Association pour la façon dont le FIP a transformé et utilise le centre ville de Trois-Rivières,
- le Prix Hector-Fabre, remis par le MRI pour l'évènement ayant le plus contribué au développement de la réputation de sa région au plan international,
- 2 des produits dérivés de poésie du FIP furent finalistes aux Prix de la Société Attractions et Évènements Québec, lors de la remise de ses Prix au Centre des Congrès de Québec en octobre 2005

Prix et récompenses décernés à Gaston Bellemare pour le FIP :

- Personnalité touristique nationale (2005)
- Personnalité touristique régionale (2005)
- Membre d'honneur de The League of Canadian Poets (2004)
- Prix Pythagore, catégorie Éducation, lettres et langues de l'Association des diplômés de l'Université du Québec à Trois-Rivières (2005) pour le haut niveau de son implication et de sa réussite dans son milieu de vie et aux plans national et international.
- Personnalité de l'année 2004 du Centre ville de Trois-Rivières (2004)
- Prix Gérald Dame du Regroupement des centres ville du Québec (2004)
- Prix de l'Université du Québec à Trois-Rivières, plus haute distinction accordée par l'Université (2003).
- Membre du Conseil d'honneur du Centre québécois du P.E.N. International (2003)
- Reçu Officier de l'Ordre National du Québec, plus haute distinction accordée par le Gouvernement du Québec (2002).
- Membre de l'Académie Mondiale de Poésie (Vérone, Italie) (2001-)

- Personnalité de la semaine du journal La Presse (novembre 2001)
- Médaille de l'Académie des Lettres québécoises (2000)
- Médaille du Mérite municipal, remise par le ministère des affaires municipales du Québec (juin 1994), pour contribution, à titre de citoyen, au développement, au progrès et à l'amélioration de la qualité de vie de sa municipalité.
- Médaille du Gouverneur Général du Canada: pour contribution au développement culturel d'une région (mai 1993).
- Membre de l'Ordre de Lavérendrye: plus haute distinction civique remise par la ville de Trois-Rivières pour services rendus (1991).
- Médaille Marc Lescarbot, remise par le Gouvernement du Canada pour contribution au développement culturel d'une région (1991).
- Citoyen d'honneur du village de natal du poète et ex-président du Sénégal, Léopold Senghor.

## **Annexe 7 : Réseau d'organisation du Festival International de la Poésie**

### **Les Écrits des Forges**

La maison d'édition est issue de la rencontre, au sein de la nouvellement créée Université du Québec à Trois-Rivières, entre Gatien Lapointe, poète québécois de renom, et Gaston Bellemare. Fondée avec quatre autres personnes (Gérard-Claude Fournier, André Dionne, Armand et Bernadette Guilmette), elle a vu le jour en 1971. Le nom d'Écrits des Forges, lui, remonte aux origines de Trois-Rivières, à la fondation de la première sidérurgie d'Amérique, les Forges du Saint Maurice. Il traduit la volonté d'ancrage en terre trifluvienne et non pas à Montréal. De plus, pour ce qui connaissent le lieu, celui-ci a donné naissance à toute sorte de légendes, à cause d'une source de gaz naturelle émergent à l'air libre: un endroit de la rivière St-Maurice prenait feu si on y lançait une allumette ! Enfin « il y a l'image du forgeron, qui forge un poème et y travaille sans cesse, frappant toujours sur le même clou pour parfaire son travail... »<sup>109</sup>

Les Écrits des Forges sont devenus la plus importante maison d'édition de poésie francophone avec la parution de 45 à 55 recueils par ans. L'activité s'est développée grâce à une réflexion avancée sur le marketing et la mise en marché de la poésie qui a conduit au développement d'une stratégie comprenant le développement d'événements de Poésie (Fondation Les Forges inc.), l'élaboration d'un réseau de diffusion (Diffusion Collective Radisson), l'instauration de partenariats. Bien que le Festival International de Poésie soit indépendant des Écrits des Forges, la maison d'édition en est l'origine et le prolongement.

### **La Fondation des Forges inc.**

La Fondation des Forges inc. est un organisme à but non lucratif. Son Conseil d'administration est composée de cinq membres réguliers, du président, Gaston Bellemare et de la trésorière, Maryse Baribeau.

---

<sup>109</sup> Entretien avec Gaston Bellemare, directeur des Écrits des Forges, Artslivres, n°32  
<http://artslivres.com/ShowArticle.php?Id=128>

La Fondation a pour objectif d'organiser des événements de poésie, dont le Festival International de Poésie. Par an, elle compte aussi une cinquantaine de lancements, de rencontres d'auteurs et de récitals ainsi que l'administration du Grand Prix du FIP.

La Fondation peut émettre des reçus pour fin d'impôts. Cela facilite considérablement les dons par des particuliers ou des entreprises, dont proviennent plus des deux tiers des financements.

### **Diffusion Collective Radisson (DCR)**

Le mandat qui lui est confié est de créer un réseau de distribution postale constitué d'une base de donnée de clientèles cibles pour la poésie. Les adresses sont collectées lors des Salons du livre, au cours du FIP, au gré des manuscrits soumis (1700 par an). Plusieurs fois par an, les potentiels clients sont contactés à la sortie des nouveaux recueils, sont invités aux lancements et autres événements de poésie. Le contact est maintenu avec ces clients en même temps que la base de donnée est constamment renouvelée.

### **Partenariats et marchés étrangers**

Le marché francophone d'Amérique du Nord étant limité, le développement des Écrits des Forges s'est fait vers les marchés extérieurs sur la base de partenariats et de co-édition avec des maisons locales : la base de travail est la réciprocité (« je publie un de vos poètes, vous publiez un des miens. »). L'intérêt est de pénétrer les marchés étrangers sans pour autant avoir à travailler pour cela puisque c'est le partenaire local qui se charge de la vente et de la publicité.

Les Écrits des Forges ont ainsi des partenariats au Mexique (nombreuses éditions bilingues et traductions), en France, en Belgique, au Luxembourg, en Afrique<sup>110</sup>. De futur sont en court d'élaboration avec d'autres pays. Ces ententes se traduisent au cours du FIP par l'invitation systématique de poètes de ces pays.

**École Nationale de Poésie**

L'École National de Poésie est une création récente (FIP2005) encore en maturation. En partenariat avec le Collège Laflèche de Trois-Rivières, il s'agit de développer des formations en poésie : lecture, écriture et étude des textes. Trois types de formation sont proposées : Vacances-poésie, Masters de poésie et une Attestation d'études collégiales en écriture et en interprétation poétique.

---

<sup>110</sup> Le marché de la poésie sur le continent africain se définit plus en terme de langue (français, anglais, portugais) qu'en terme de pays. En effet, pour les raisons économiques actuelles, les maisons d'éditions sont très peu nombreuses et travaillent donc à l'échelle du continent en fonction des aires linguistiques.

## **Annexe 8 : Orientations générales et philosophie de l'organisme, La Fondation les Forges inc.**

- a) Faire connaître et reconnaître la poésie et les oeuvres poétiques en général.
  
- b) Faire connaître et reconnaître plus spécifiquement le nom et l'oeuvre des poètes nés, ayant vécu ou ayant publié principalement au Québec et qui ont atteint ou atteindront un niveau d'excellence reconnue.
  
- c) Faire connaître et reconnaître et soutenir financièrement les nombreuses initiatives de ces poètes ainsi que d'autres poètes francophones satisfaisant aux mêmes exigences d'excellence, notamment par:
  - i) la distribution, la promotion et la propagation des oeuvres de ces poètes dans les institutions à caractère éducatif, social ou culturel et auprès du grand public;
  - ii) la tenue d'activités à caractère éducatif, social ou culturel offertes aux institutions, aux groupes intéressés ainsi qu'au public en général et visant à faire connaître, apprécier et reconnaître la poésie et ces poètes, en plus d'autres poètes francophones et/ou canadiens.
  
- d) Créer, administrer et décerner un prix littéraire annuel de poésie portant le nom de Grand Prix du Festival International de la Poésie.
  
- e) Organiser annuellement, en autres activités, un Festival International de la Poésie, à Trois-Rivières.
  
- f) Et, depuis le Cinquième Festival, faire connaître et reconnaître, la ville de Trois-Rivières, comme un lieu international d'excellence de rencontres, d'échanges, de discussions entre poètes et poésies de façon à ce que, de retour à la maison, ces poètes du monde entier fassent la promotion de la poésie et des poètes québécois et, qu'en nous comparant avec

eux, nous puissions mieux positionner la mise en marché internationale de nos poètes et de notre poésie.

g) Donner une place quotidienne permanente à la poésie québécoise dans la ville de Trois-Rivières de façon à ce que la poésie apprivoise graduellement le public de la ville, de la région, du Québec et s'inscrivant dans un circuit touristique-culturel, celui des touristes étrangers. Car le FIP, comme chacun et chacune de nous et tous les poètes du monde, se confronte à ce que Paul Eluard appelait le dur désir de durer. Avoir plus de 20 ans en poésie, au Québec, c'est déjà un long chemin de parcouru. La revue montréalaise VOIR traitait la revue de poésie Estuaire de vénérable, le jour de ses 15 ans d'existence.

## **Annexe 9 : L'équipe exécutive du Festival International de la Poésie**

La base de l'équipe est le tandem Gaston Bellemare (choix des poètes, programmation) et Maryse Baribeau (organisation logistique et communication). L'équipe est complétée par une comptable, un webmaster, un assistant de direction quelques mois avant l'évènement et enfin par un chargé de communication.

Pendant le festival, on compte une quinzaine d'animateurs rémunérés en charge de mener les repas-poésie. Bien évidemment, l'appui de bénévoles est nécessaire, que ce soit pour l'accueil des poètes, la tenue du kiosque de vente de livres, ou encore pour le voiturage des poètes aux différentes activités hors centre-ville.

## Annexe 10 : Description des activités

La base de la programmation, son originalité originelle, repose sur les « **repas-poésie** » (*brunch, dîner, midi, apéro, 5 à 7, souper -poésie*). Au cours du repas, les poètes lisent leur poèmes selon la règle des 3/6 à 8 minutes. La plupart de ces activités sont ouverts à tout public. Certains cependant, bien qu'inscrit à la programmation, sont réservés aux membres de l'association qui les organise.

Un autre volet d'activités est celui des **récitals de poésie** qui offrent des plages plus larges de poésie, toujours sur la base de 3 minutes par poètes. Si *Scotch et poésie, Terrasse et poésie, Récital de poésie, Soirée de poésie, Poèmes de nuit* sont strictement des moment de lecture, un verre à la main, les suivantes ont chacune leur spécificité : *Jazz et poésie* mêle la musique et la voix, *Poèmes en langue anglaise* est le seul récital uniquement dans la langue de Shakespeare, *Voix off* est ouvert à tout poète ayant publié au moins un recueil, *Poètes en prison* fait vivre aux poètes comme au public une expérience de lecture carcérale dans la vieille prison de Trois-Rivières, *Médias et poésie* laisse la parole aux membres des médias, enfin la *Grande soirée de poésie* rassemble sur scène une trentaine de poète pour 1h30 de poésie.

Les **causeries** et les **rencontres** dans les écoles sont un autre aspect du festival. Les *Grandes rencontres du Laflèche, Un poète à l'UQTR* sont l'occasion de conférences ouvertes à tous mais plus particulièrement aux étudiants. Différentes interventions de poètes ont lieu dans des écoles, dans des cours d'alphabétisation ou d'apprentissage du Français. Des interviews ont lieu pour les radios (*Radio-poésie*) mais aussi en direct notamment à la librairie Morin avec *Muffin et poésie*. Elles sont l'occasion d'une rencontre entre un poète et public au-delà de la lecture de poésie, dans la compréhension du texte et la connaissance du poète.

Les **ateliers**, pour leur part, regroupent des activités ouvertes à la créativité du public seul, conjointement avec les poètes invités ou alors pour les poètes jumelés avec des artistes

visuels. Deux activités familiales invitent à l'écriture et à l'exposition des poèmes ou des dessins. *Poèmes en couleur*, sur l'île Saint Quentin, vise à créer une grande banderole de poème et de dessin qui sera exposée dans le parc. *Un poème une pomme*, au Parc Champlain, donne lieu à un échange : le public vient accrocher son poème sur la corde à poèmes en échange d'une pomme. Les poètes invités sont présents à leur gré. Ces activités sont malheureusement dépendantes de la météo.

Trois autres ateliers s'adresse au public en tant qu'acteur : *J'écris vos poèmes avec vous*, au café Morgan, est l'occasion de faire relire ses textes, de découvrir l'écriture, de faire des exercices avec un poète-professeur. *L'Atelier d'écriture-poésie* organisé à la discrétion du poète invité est aussi une découverte de l'écriture poétique à travers les habitudes du poète présent. *Poèmes en directe* est un atelier de création où public et poètes créent et échange sur la base d'une exposition de tableau.

Enfin deux types d'atelier mettent en scène la créativité des seuls poètes, parfois jumelés avec d'autres artistes : *Création spontanée* et *Joutes internationales*.

*Ciné-poésie* donne lieu à une lecture de poème avant les séances du ciné-campus.

*Poésie d'automne* organisé au Parc des Sept Chutes est un ensemble d'exposition de cordes à poèmes le long des sentiers et d'expositions de peinture.

Les *expositions* sont aussi nombreuses pendant le festival : expositions de livre dans les bibliothèques, d'œuvres d'art sur lesquels des poèmes ont été écrites... Toutes ses expositions sont reliées à la poésie.

Enfin des activités de proximités sont organisées par les partenaires locaux tel que *Poèmes à domicile* qui sont des lectures de poésie dans les maisons de retraites pour les personnes ne pouvant plus se déplacer, ou encore *Lectures de poèmes : poètes itinérants* organisée par des membre de la commission scolaire, il s'agit d'élèves se transformant en poète itinérant pour aller dire des poèmes autour de leur école.

La programmation est complétée par des projets ponctuels (Hommage à Léopold Sedar Senghor en 2006), et quelques spectacles.

**Annexe 11 : Programme de la première édition du  
Festival national de la poésie**



## **Annexe 11 : Instants de festival**

Jeudi 28 Septembre 2006, Aéroport de Paris.

Une femme poète rencontre une dame poète. Elles vont discuter tout le temps de l'attente sans réaliser qui elles sont l'une et l'autre, pourtant : Maram al Masri est syrienne, depuis qu'elle sait qu'une poétesse israélienne sera présente au festival, elle s'est jurée de ne pas lui adresser la parole; Raquel Chalfi est israélienne, depuis qu'elle sait qu'une poétesse syrienne sera présente au festival, elle ne sait pas comment elle réagira face à elle.

Lundi 2 Octobre 2006, Couvent des Ursulines, Trois-Rivières.

15h au clocher du Couvent des Ursulines, le réfectoire est bondé. À table, six poètes de différentes origines et autour d'autres poètes en puissance qui viennent participer à ce festin de mots. Une fois les règles données, tout le monde se lève et circule pour s'inspirer des toiles exposées. Après, chacun est invité à écrire son poème, avec, bien sûr, des handicaps pour nos poètes chevronnés. À la table, un groupe d'amies. Elle viennent d'Outremont passer quelques jours sur Trois-Rivières pour le Festival. « C'est la première fois, mais certainement pas la dernière », m'assurent-elles. Une autre jeune femme est assise là. Sans papier, sans crayon. À l'interrogation de Sylvestre Clancier, poète français, venu aider à composer et écrire les textes de la table, elle répond qu'elle est là pour écouter, seulement pour écouter. Le parlé est celui que j'entends en me promenant dans le quartier coincé entre la voie ferré et l'ancienne Wabasso. Elle est effectivement de Trois-Rivières. Le dialogue s'engage alors entre trifluvienne et montréalaise sur le festival, la poésie, la chance pour Trois-Rivières de présenter un tel évènement. Deux mondes viennent de se rencontrer, deux mondes qui peut être ne se serait même pas frôler sans l'expérience de cet atelier.

Dimanche 8 Octobre 2006, Foyer Raymond Lasnier de la Maison de la culture, Trois-Rivières

Toutes les tables du foyer sont occupées, public constitué pour une scène inattendue. C'est le dernier tour de lecture et les poètes vont se succéder, l'un après l'autre pour un ultime poème. Maram se lève et explique l'état d'esprit dans lequel elle venait au festival, éviter l'israélienne. Elle raconte cette rencontre qu'elle a pourtant faite et dédie à Raquel Chalfi le poème qu'elle lit tenant la main de sa nouvelle amie.

Raquel se lève à son tour et évoque en miroir sa propre inquiétude à croiser la syrienne et l'amitié nouvelle qui la lie à Maram. Le poème est dédié en retour, lu main dans la main avec l'ennemie d'hier.

Dans la salle, le silence recueille l'instant que chacun sait très précieux, quelques larmes d'émotion filtrent au coin des yeux.